



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ KADIN ÖĞRENCİLERİNDE
ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI İLE YAŞAM DOYUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Ebrar Rumeysa YILMAZ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Barış ÖNEN ÜNSALVER

İSTANBUL-2023

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ KADIN ÖĞRENCİLERİNDE
ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI İLE YAŞAM DOYUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİ

Ebrar Rumeysa YILMAZ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Barış ÖNEN ÜNSALVER

İSTANBUL-2023

YEMİN METNİ

Bu çalışmanın kendi tez çalışmam olduğunu, planlamasından yazımına kadar hiçbir aşamasında etik dışı davranışımın olmadığını, tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, tez çalışması ile elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

Ebrar Rumeysa YILMAZ

İmza

XXXXXXXXXX

TEŞEKKÜR

Öncelikle çalışmamın gerçekleşmesinde desteğini esirgemeyen saygı değer danışman hocam Doç. Dr. Barış Önen Ünsalver'e,

Hayatım boyunca emeklerini hiç esirgmeden yanımda olan, maddi manevi her türlü desteği veren ve verdiğim tüm kararların arkasında duran kıymetli anne ve babama,

Kardeşleri olduğum için kendimi çok şanslı hissettiğim, ihtiyacım olan her anda yanımda olan ve desteklerini esirgemeyen ablam, abim ve kız kardeşime,

Hayatımın her alanında olduğu gibi tez yazma sürecinde de her türlü desteği veren değerli arkadaşlarıma,

Çalışmama katılım göstererek destek olan tüm katılımcılara,

Sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ KADIN ÖĞRENCİLERİNDE ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI İLE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bu araştırmanın amacı Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile yaşam doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Yapılan çalışmada nicel analiz teknikleri içerisinde ilişki tarama modeli kullanılmıştır. Bu araştırmanın evreni çevrimiçi alışveriş yapan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencileridir. Araştırmanın örneklemini ise Üsküdar Üniversitesinde okuyan gönüllü kadın öğrencilerdir.

Araştırmada Sosyo- demografik Veri Formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği ve Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılara uygulanan ölçeklerden elde edilen veriler SPSS 22 programı ile analiz edilmiştir. Normal dağılıma uymayan sürekli değişkenlerin karşılaştırılmasında Kruskal- Wallis H Testi ve Mann Whitney U Testi kullanılmıştır. Sürekli değişkenler arasındaki ilişki Spearman Sıra Farkları Korelasyon katsayısı ile incelenmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile yaşam doyumu düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü zayıf bir ilişkinin olduğu saptanmıştır ($r_s = -0,322$, $p < 0,05$). Bunun yanında çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeylerinin yaş, internette geçirdikleri süre, alışveriş yapma sıklığı, ailede alışveriş sorunu olma durumu ve kiminle yaşadıklarına göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, sorunlu alışveriş davranışı, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, yaşam doyumu

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE SHOPPING ADDICTION AND LIFE SATISFACTION IN ÜSKÜDAR UNIVERSITY FEMALE STUDENTS

The aim of this research is to examine the relationship between Üsküdar University female students' online shopping addiction and life satisfaction levels. In the research, relational screening model among the quantitative analysis techniques was used. The universe of this research is Üsküdar University female students who shop online. The sample of the research is volunteer female students studying at Üsküdar University.

Sociodemographic Data Form, Compulsive Online Purchasing Scale and Life Satisfaction Scale were used in the study. The data obtained from the scales applied to the participants were analyzed with the SPSS 22 program. Kruskal-Wallis H Test and Mann Whitney U Test were used to compare continuous variables that did not fit normal distribution. The relationship between continuous variables was examined with the Spearman Rank Differences Correlation coefficient.

According to the findings obtained from the study, it was determined that there is a statistically significant negative and weak relationship between Üsküdar University female students' online shopping addiction and life satisfaction levels ($r_s = -0.322$, $p < 0.05$). In addition, it has been determined that the levels of online shopping addiction differ according to age, time spent on the Internet, frequency of shopping, having a shopping problem in the family and with whom they live.

Keywords: Addiction, problematic shopping behavior, online shopping addiction, life satisfaction

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
YEMİN METNİ.....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar DİZİNİ.....	vii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	viii
1. GİRİŞ.....	1
1.1.Araştırmanın Amacı.....	2
1.2. Araştırmanın Önemi.....	3
1.3. Araştırmanın Soruları.....	3
1.4. Sınırlılıklar.....	3
1.5. Varsayımlar.....	4
1.6. Tanımlar.....	4
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMALAR.....	5
2.1. Bağımlılıklar.....	5
2.1.1. Maddesel bağımlılıklar.....	6
2.1.2. Davranışsal bağımlılıklar.....	6
2.2. Alışveriş Bağımlılığı.....	9
2.2.1. Sorunlu alışveriş davranışının tarihçesi.....	12
2.2.2. Sorunlu alışveriş davranışının yaygınlığı.....	13
2.2.3. Sorunlu alışveriş davranışında cinsiyet farklılığı.....	13
2.2.4. Sorunlu alışveriş davranışına teşvik eden faktörler.....	14
2.3. Sorunlu Çevrimiçi (Online) Alışveriş Davranışı.....	15

2.3.1. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığının kriterleri.....	16
2.3.2. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve kompulsif satın alma.....	18
2.3.3. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile ilgili yapılan araştırmalar.....	18
2.4. Yaşam Doyumu.....	20
2.4.1. Yaşam doyumu kavramının tarihçesi.....	23
2.4.2. Yaşam doyumunun önemi.....	25
2.4.3. Yaşam doyumunu etkileyen faktörler.....	25
2.4.4. Yaşam doyumunu ile ilgili kuramsal açıklamalar.....	31
2.3.5. Yaşam doyumu ile ilgili yapılan araştırmalar.....	33
2.5. Sorunlu Çevrimiçi Alışveriş ve Yaşam Doyumu ile İlgili Yapılan Çalışmalar...	34
3. YÖNTEM.....	35
3.1. Örneklem.....	35
3.2. Araştırmanın Modeli.....	35
3.3. Veri Toplama Araçları.....	35
3.4. Verilerin Analizi.....	36
4. BULGULAR.....	38
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	47
5.1. Sınırlılıklar ve Öneriler.....	55
6. KAYNAKLAR.....	57
EKLER.....	65
EK 1: Sosyo-demografik Veri Formu.....	65
EK 2: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)	66
EK 3: Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)	68

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 4. 1: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ve YDÖ'den aldıkları puanlara dair normallik testleri	38
Tablo 4. 2: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sosyo- demografik verilerine ait frekans ve yüzde dağılımı	39
Tablo 4. 3: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin YDÖ, KÇSA ölçeği toplam ve alt boyutlarına ait ortalama ve standart sapma değerleri	40
Tablo 4. 4: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması	41
Tablo 4. 5: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının yaş değişkenine göre karşılaştırılması.....	41
Tablo 4.6: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının çocuk sayısı değişkenine göre karşılaştırılması.....	42
Tablo 4.7: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının çalışma durumu değişkenine göre karşılaştırılması	42
Tablo 4. 8: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının gelir durumu değişkenine göre karşılaştırılması	42
Tablo 4.9: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinin kredi kartı kullanımı değişkenine göre karşılaştırılması	43
Tablo 4. 10: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının kiminle yaşadıkları değişkenine göre karşılaştırılması	43
Tablo 4.11: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının internette geçirilen süreye göre karşılaştırılması	44
Tablo 4.12: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının internetten alışveriş yapma sıklığına göre karşılaştırılması.....	44
Tablo 4.13: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının ailede alışveriş sorunu olma değişkenine göre karşılaştırılması	45
Tablo 4. 14: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının ailede biriktirme sorunu olma değişkenine göre karşılaştırılması.....	45
Tablo 4. 15: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği toplam ve alt boyutları puanları ile YDÖ puanı arasındaki Spearman sıra farkları korelasyon analizi	46

KISALTMALAR DİZİNİ

DSM: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

SPSS: Statistical Package for Social Science

KÇSA: Kompulsif Çevrimiçi Alışveriş Davranışı

YDÖ: Yaşam Doyumu Ölçeği

MÖ: Milattan önce

vd: ve diğerleri

1. GİRİŞ

Bağımlılık bilindiği üzere bir maddeye, davranışa veya bir kişiye aşırı bir şekilde bağlı olmak, gün geçtikçe problem haline gelen birtakım psikolojik ve fizyolojik sorunlara yol açan, durdurulması güç belli başlı alışkanlıklar veya pozitif ve negatif sonuçlara yol açabilecek bir davranışa aşırı bir şekilde alışmış olmak şeklinde ifade edilir (Zubaroğlu- Yanardağ, Bilge ve Yanardağ, 2020). Davranışsal bağımlılığın madde veya alkol bağımlılığından farklılaşan yanı ise davranışsal bağımlılıklarda bireylerin sonlandırmakta zorlandıkları aktivitelere odaklanılmasıdır. Özellikle 1990’lardan sonra davranışsal bağımlılıklar ve bu bağımlılıklar içerisinde internet bağımlılığı ile zamanla klinisyenler ve araştırmacılar tarafından daha çok ilgilenilmeye başlanmıştır (Lortie ve Guitton, 2013). Bu durum teknoloji alanında meydana gelen hızlı değişimlerin baş göstermesiyle açıklanabilmektedir.

Teknolojide meydana gelen gelişim ve yeniliklerin hayatımıza birçok yönden etkisi olmuştur. Teknoloji alanındaki gelişmelerle paralel olarak internet kullanımı da daha yaygın hale gelmiştir. Teknoloji ve internet kullanımının gündelik hayatta geldiği nokta, insanların çevrimiçi (online) aktivitelere olan eğilimini de zamanla arttırmıştır.

Gelişen ve değişen teknoloji, hemen her şeyi daha kolay ulaşılabilecek duruma getirmiştir. Bu durum satın alma davranışında birtakım değişimlere yol açmış, insanların geleneksel tarzdaki alışveriş alışkanlıkları değişime uğramıştır. Çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen alışveriş, bireyin satın alma davranışındaki değişimin nedenlerinden ve küresel olarak hemen herkesin tercih ettiği satın alma yöntemlerinden (Sönmez, 2019). İnsanlar ihtiyaç duydukları şeyleri satın alıp, gelir ve gider düzeyleri arasında denge kurabilir ise sağlıklı bir alışveriş sürecinden bahsedilebilir (Önen- Ünsalver, 2011). Ancak bazı insanlar ihtiyaç duymanın ötesinde yalnızca ön plana çıkma düşüncesi, özenme, başkalarını taklit etme gibi amaçlarla da çevrimiçi alışveriş yapabilmektedir. Çevrimiçi alışveriş insanların çoğunu mutlu edebilir, hayatlarını olumlu yönde etkileyebilir ve yaşamdan daha çok zevk almalarına katkı sağlayabilir. Ancak bazı insanlarda satın alma davranışı bağımlılık ve hastalığa sebep olabilmektedir. Bu da insan ilişkilerini zedeleyip, bireyleri olumsuz açıdan etkileyebilmektedir (Sönmez, 2019).

Sorunlu çevrimiçi alışveriş olarak da adlandırılan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışındaki kompulsif sözcüğü, Korur ve Kimzan (2015)’a göre sözlükte ‘zorlayıcı’ anlamına gelmektedir. Kompulsif satın alma davranışı bireyleri rahatsız eden, dürtüsel,

dayanılması güç olan bir satın alma davranış bozukluğunu ifade etmektedir (Yeşil, Yıldız ve Şıtak, 2022).

Yaşam doyumu, kişinin farklı yaşam alanlarına dair doyumunun değerlendirilmesi sonucunda elde ettiği doyumu ifade etmektedir (Eryılmaz ve Öğülmüş, 2010). Yaşam doyumu bireyin yaşamının tümünden elde ettiği doyumdur. Yaşam doyumu ve yaşam kalitesi birbirine paralellik göstermektedir. Bireyin kendi ayakları üzerinde durabilmesi, mutlu olması, yaptığı aktivitelerden zevk alabilmesi yüksek yaşam doyumunun belirtilerindendir (Gümüş, 2017).

Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile ilgili alanyazın incelendiğinde konuyla ilgili çeşitli araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Armağan ve Temel (2018) tarafından yapılan bir deneysel çalışmada Türkiye’de sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı üzerine bir araştırma yapılmış, çevrimiçi alışveriş yapan tüketiciler hedef alınmıştır ve tüketicilerin çevrimiçi satın alma davranışına yönelik tutumlarının sosyo-demografik özellikleri ile ilişkisi incelenmiştir. Deniz (2020) tarafından yapılan bir araştırmada üniversite öğrencilerinde sorunlu çevrimiçi satın alma davranışı ve bu davranışı etkileyen sorunlu cep telefonu kullanımı, öz saygı, yaşam doyumu gibi faktörler incelenmiştir. Bozdağ- Türker (2019) tarafından yapılan çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, yaşam doyumu, materyalizm, yalnızlık, depresyon- anksiyete- stres gibi değişkenlerinin ilişkisi araştırılmıştır.

Alanyazında çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile ilgili yapılan çalışmalardan hareketle, bu çalışmada çevrimiçi alışveriş bağımlılığı üzerinde durulmuştur. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığının çeşitli değişkenlerle ve yaşam doyumu düzeyi ile ilişkisi incelenmiştir.

1.1.Araştırmanın Amacı

Tezin amacı Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinde çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi araştırmak ve bu araştırmayla yeni bir konu olan çevrimiçi alışveriş bağımlılığı alanyazınına katkıda bulunmaktır. Bunun yanında çevrimiçi alışveriş bağımlılığının yaş, çocuk sayısı, gelir düzeyi, kredi kartı kullanımı, internette geçirilen süre gibi değişkenlere bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılacaktır.

Araştırma gönüllü Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerine uygulanan ölçeklerden elde edilen veriler ışığında sonuçlandırılacaktır.

Araştırma yapısal olarak nicel araştırmalar kapsamına girdiği için verilerin analizinde nicel verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Alanyazında çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile ilgili az sayıda çalışmalar yapılmış olmakla beraber yapılan çalışmalar yeterli görülmemektedir. Bu araştırma bir bağımlılık çeşidi olan çevrimiçi alışveriş bağımlılığı konusunda yapılacak diğer çalışmalara ve alanyazına katkı sağlayacağı için önemli bulunmaktadır.

Aynı zamanda çevrimiçi alışveriş bağımlılığını inceleyerek toplanan bilgiler ışığında çözüm üretilmesine katkı sağlayacağı için önemli olduğu düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Soruları

- 1) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi elde edilen sosyo- demografik verilere göre farklılık göstermekte midir?
- 2) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi kredi kartı kullanımına göre farklılık göstermekte midir?
- 3) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi kiminle yaşadıklarına göre farklılık göstermekte midir?
- 4) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi internette geçirilen süreye göre farklılık göstermekte midir?
- 5) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi alışveriş sıklığına göre farklılık göstermekte midir?
- 6) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi ailede biriktirme sorunu olup olmasına göre farklılık göstermekte midir?
- 7) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi ailede alışveriş sorunu olup olmasına göre farklılık göstermekte midir?
- 8) Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeyi ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki var mı?

1.4. Sınırlılıklar

- 1) Araştırma gönüllü Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur.
- 2) Araştırmada elde edilen sonuçlar Sosyo-demografik Veri Formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA) ve Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)’nden elde edilen ölçümler ile sınırlı tutulmuştur.

3) Araştırmadan elde edilen sonuçlar 150 kişiden oluşan örneklem ile sınırlı tutulmuştur.

1.5. Varsayımlar

- 1) Üzerinde araştırma yapılan örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır.
- 2) Araştırmaya katılan bireylerin Sosyodemografik Veri Formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA), Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)’nde yer alan soruları samimi ve gerçek durumlarını yansıtacak şekilde cevaplandırırları varsayılmaktadır.

1.6. Tanımlar

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı: bireyde sıkıntıya yol açan, kontrol edilmesi güç, zaman alıcı ve aile, iş ve sosyal hayatta sıkıntılarla sonuçlanan bir davranışsal bağımlılık türüdür (Akkaş, 2021).

Yaşam doyumu: bireyin beklentileriyle sahip oldukları arasında kendi belirlediği birtakım kıstaslara göre yaptığı karşılaştırma sonucunda elde ettiği genel yargı veya değerlendirmelerdir ve bireyin tüm hayatını kapsar (Parıldar, 2020).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMALAR

2.1. Bağımlılıklar

Geçmişten günümüze insanlar hayatlarını devam ettirirken birtakım maddelere, nesnelere, olgulara veya davranışlara karşı farklı bir ilgi ve heyecan duymuştur. Bu ilgi ve heyecan gün geçtikçe bireyleri içine çekerek bağımlılık kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Ayhan ve Köselören, 2019).

En kabul gören tanımıyla kişinin anormal kabul edilen ve birtakım zararlı sonuçlara yol açabilecek farklı davranış şekillerine yatkınlığı olarak ifade edilen bağımlılık (Eysenck, 1994), kişiler üzerindeki psikolojik, bedensel, sosyal ve bilişsel yönden çeşitli zararlar vermesine rağmen birtakım madde ve kimyasalları kullanmaya devam etmesidir ve alışkanlıktan ötedir. Bağımlılık hem beyni hem de davranışı etkileyen psikolojik, sosyokültürel ve nöro- gelişimsel bileşenlere sahip kronik bir hastalıktır (Kaya, Akpınar ve H.Akpınar, 2019).

Bağımlılık ilk belirtilerini maddesel bağımlılık üzerinden gösterdiği için bağımlılık kavramının alanyazında tanımlanması maddesel bağımlılık üzerinden olmuştur (Ayhan ve Köselören, 2019). Gündelik hayatta da bağımlılık dendiğinde çoğunlukla maddesel bağımlılık akla gelse de bu durum bağımlılık kavramını tüm yönleriyle anlamak için yeterli değildir (Tutgun- Ünal, 2019). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 1964 yılında bağımlılık kavramını maddesel (kimyasal) ve davranışsal bağımlılık (süreç bağımlılığı) olarak ikiye ayırmıştır. Herhangi bir kimyasal madde barındırmayan ama sürekli tekrar edilen davranışlar da bağımlılık olarak değerlendirilmektedir. Maddesel bağımlılık öne çıkarken davranışsal bağımlılık arka planda kalmıştır. Bu durumun en büyük sebebi maddesel bağımlılığın insanlar tarafından hastalık olarak kabul görülüp tedavi edilirken, davranışsal bağımlılıkların birtakım kötü alışkanlıklar olarak değerlendirilip zamanla düzelebilecek geçici bir durum olduğu varsayılmasıdır (Öztürk, 2021).

Bağımlılık kavramı birtakım somut maddelere duyulan yoğun istek ve arzuyu tanımlar. Teknolojik gelişmelerle beraber DSM-IV (Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayısal El Kitabı) maddeye bağlı bağımlılıklar için oluşturulan kriterler internet bağımlılığı, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, kumar bağımlılığı, oyun bağımlılığı vb. gibi soyut bağımlılıkları tanımlamak için de kullanılmıştır (Tutgun- Ünal, 2019).

2.1.1. Maddesel bağımlılıklar

“Bağımlılık” kavramı tanım ve içerik bakımından oldukça çeşitlilik taşısa da bağımlılık dendiğinde insanların aklına ilk olarak birtakım maddelere duyulan aşırı istek ve haz gelmektedir. Birtakım bitkisel ve kimyasal maddelerin uyuşturucu amacıyla kullanılması oldukça eskilere dayanmaktadır. İnsanoğlunun kimyasal içerikli bağımlılık yapan bu maddeleri bulmasıyla beraber bunlar haz almak, sıkıntıdan kurtulmak, bilinçlerini değiştirmek ve keyif almak amacıyla kullanılmış ve bu maddelere birtakım anlamlar yüklenmiştir. Elde edilen bilgilere göre bağımlılık yapıcı madde olarak kullanılan ilk maddenin alkol olduğu düşünülmektedir. Buna dair ilk buluntulara ise M.Ö 6000’lerde Ermenistan coğrafyasında rastlanmıştır (Bozyel, 2020).

Madde bağımlılığı, bireyin birtakım kimyasal ve uyuşturucu içerikli maddeleri normal olmayan bir şekilde kullanması ve kullanmayı bırakamamasıdır. Maddeye başlanması ve o maddeyi kullanması bir süreç iken bağımlılık, madde kullanımının kontrolden çıkıp kötüye kullanılmasıdır ve bu sürecin son aşamasıdır. Madde bağımlısı olan bireyde bir noktadan sonra kullanılan maddeye karşı bağımsızlık meydana gelmektedir. Bu sebeple her kullanımda maddenin dozunu biraz daha arttırmaktadır. Maddeye ulaşamadığında veya ara verildiğinde ise bireyde yoksunluk belirtileri meydana gelmektedir (Bozyel, 2020).

2.1.2. Davranışsal bağımlılıklar

Genel olarak bütün insanların gündelik yaşamlarında sahip oldukları birtakım alışkanlıklar vardır. Bu alışkanlıklar rutin bir şekilde yerine getirilen gündelik veya belirli aralıklarla gerçekleştirilen tekrara dayalı davranışları ifade etmektedir. Sahip olunan bu alışkanlıklar olumlu olabildiği gibi olumsuz da olabilmektedir. Bağımlılıklar genellikle olumsuz alışkanlıklar olarak değerlendirilse de olumsuz alışkanlıkların hepsi, her zaman için bağımlılık olarak kabul edilmez. Bağımlılık söz konusu olduğunda alışkanlıktan bir sonraki adımda ölçünün kaçtığı, iradenin devre dışı kaldığı ve zarara uğranılmasına rağmen vazgeçmenin mümkün olmadığı, haz elde etme arzusunun yoğun olarak yaşandığı bir süreç işaret edilmektedir. Başlarda alışkanlık ve bağımlılığın ayırt edilmesinde tartışmalar yaşansa da yapılan çalışmalar ve klinik bulgular ışığında aşırı bir şekilde sergilenen davranışların, o davranışın doğasına aykırı olan birtakım sorunları beraberinde getirebileceği gösterilmiş ve davranış bağımlılığının alışkanlıktan farklı bir durum olduğu konusunda bilim dünyası hemfikir olmuştur. (Zubaroglu Yanardağ vd., 2020; Öztürk, 2021).

Davranışsal bağımlılıklar, madde ile ilişkili olmayan bağımlılıklardır (Aral ve Doğan Keskin, 2021). Davranışsal bağımlılığın bilimsel çevreler tarafından dikkat çekmesi teknolojik gelişmelere paralellik göstermiştir. İnternet bağımlılığı, çevrimiçi oyun bağımlılığı, çevrimiçi kumar bağımlılığı, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, cep telefonu bağımlılığı, pornografi bağımlılığı vb. gibi bağımlılıklar davranışsal bağımlılık alanında çalışılan başlıca bağımlılık türlerindendir (Zubaroglu- Yanardağ vd., 2020).

Maddesel bağımlılıklarda meydana gelen zihinsel meşguliyet, tolerans geliştirme, duygudurum değişkenliği, yoksunluk hissi, kişilerarası çatışma ve nüks etme gibi fiziksel ve psikolojik bağımlılık belirtileri davranışsal bağımlılıklarda da meydana gelmektedir. Madde veya davranış sonucunda elde edilen hazzın en cazip tarafı bireyleri kaygı ve gerginlikten olabildiğince uzaklaştırabilmesidir (Arısoy, 2009 akt.; Öztürk 2021).

İnternet bağımlılığı

Geçmişten bugüne teknoloji ve insan ilişkileri literatürde farklı şekillerde tanımlanmıştır. İnternet bağımlılığı, normal bağımlılık ölçütlerini karşılayacak biçimde bilgisayar ve bilgisayarın sunduğu görüntüler ile yoğun bir şekilde vakit geçirme durumu olarak tanımlanmaktadır. (Tarhan ve Nurmedov, 2011) İnternet bağımlılığı terimi 1995'te Ivan Goldberg tarafından madde bağımlılığı kriterleri uyarlanarak "internet bağımlılığı bozukluğu" adı altında ilk kez tanımlanmıştır. Goldberg, DSM'nin katılığını ve karmaşıklığını göstermek için "internet bağımlılığı bozukluğu" diye bir şey ortaya atmış ve DSM-IV'te bulunan madde bağımlılığı ölçütlerini internet bağımlılığı için uyarlayarak internet bağımlılığı bozukluğunun tanı kriterlerini oluşturmuş ve web sitesinde yayınlamıştır (Ögel, 2014).

İnternet bağımlılığı bozukluğu için bireyin 12 aylık bir süre içinde tolerans, yoksunluk, nüks, çevrimiçi ortamda çok fazla zaman harcama ve tüm olumsuz sonuçlara rağmen bırakamama gibi belirtilerden en az 3'ünün görülmesi gerektiğini öne sürmüştür (Aral ve Doğan- Keskin, 2021). DSM-V'te ise internet bağımlılığından genel internet bağımlılığı şeklinde değil de "internet oyun oynama bozukluğu" olarak bahsedilmiş ve bu konuyla ilgili araştırmalar yapılabilmesi için DSM-V'in üçüncü bölümüne eklenmiştir (Andiç ve Durak- Batıgün, 2021).

İnternet bağımlılığı terimi, Goldberg'in ortaya atmasından sonra K. Young'un internet bağımlılığı ile ilgili yaptığı öncül çalışmalar sayesinde literatürde adını

duyurmaya başlamıştır. 1996’da Young tarafından oluşturulan internet bağımlılığı teriminin ilk defa gündeme gelmesi 1998’de yazılan “Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder” adlı araştırma ile olmuştur. Young, internet bağımlılığının madde bağımlılığının yarattığı etkinin benzerini yarattığını ve bireyi psikolojik sosyolojik ve biyolojik yönden birçok olumsuz etkisinin olduğunu belirtmiştir (Arık, 2018).

Young’un internet bağımlılığı için önerdiği tanı kriterleri (Tarhan ve Nurmedov, 2011):

1. İnternet üzerine zihinsel olarak aşırı düşünme (sürekli internetle uğraşma isteği, internette yapılmak istenen etkinlikleri düşünmekle meşgul olma vs.)
2. İnternet kullanımından keyif almak için zamanla internette daha çok vakit geçirmeye ihtiyaç duyma
3. İnternet kullanımını kontrol etme veya tamamen bırakmaya yönelik eylemlerin başarısız sonuçlanması
4. İnternet kullanımı engellendiğinde öfke, huzursuzluk, çökkün duygudurumu vb. yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması
5. Başlangıçta internette kısa zaman harcama planlanırken planlanandan daha uzun süre internette kalma
6. İnternette geçirilen uzun süre nedeniyle bireyin sosyal ve özel hayatında birtakım sorunlar yaşaması, eğitim veya kariyer hayatının olumsuz etkilenmesi
7. Bireyin internette daha çok zaman geçirmek için başkalarına yalan söylemesi
8. İnterneti olumsuz duygudurumlarından ve sorunlardan kaçmak için kullanma.

İnternet, akademik ve askeri birtakım örgütler arasındaki iletişime ve araştırmalara kolaylık sunmak için tasarlanmıştır. Fakat bazı bireyler tarafından bu iletişim aracının nasıl kullanıldığı ruh sağlığı grupları arasında tartışmalara sebebiyet vermiştir. İnternetin bağımlılık yapan kullanımı yeni ve gittikçe ivme kazanan bir durum halini almıştır (Young, 2004).

İnternet bağımlılığı 1996 yılında ilk defa Amerikan Psikoloji Derneği (American Psychological Association) tarafından incelenmiştir. Madde bağımlılığının aksine internet, teknolojik bir yenilik olarak insanlara doğrudan yarar sağlamaktadır. Bu nedenle internetin “bağımlılık” olarak ele alınması akademisyenler ve klinisyenler arasında birtakım tartışmalara sebebiyet vermiştir. Madde bağımlılığı bireye doğrudan bir fayda sağlamazken, internetin birçok yönden hayatı kolaylaştırması, gündelik hayatta oldukça fazla faydasının olması internetin bağımlılık olarak değerlendirilmesi tartışmalara yol açmıştır (Young, 2004).

Bireyi internet bağımlılığına sürükleyen birtakım dolaylı ve doğrudan nedenler bulunmaktadır. Bireyin interneti kullanmaktaki amacı ve internet başında geçirdiği zamandan kaynaklanan nedenler bağımlılıktaki doğrudan etkiler olarak ele alınırken, sosyolojik ve psikolojik etkenlerden dolayı internete yönelmesi dolaylı etkiler olarak ele alınır (Ögel, 2014).

İnternet kullanımı gün geçtikçe artarak devam ediyorsa, internet kullanma isteği durdurulamıyorsa, internet olmadan geçen vakit önemini kaybediyorsa, internet kullanımı engellendiğinde saldırganlık, öfke, huzursuzluk meydana geliyorsa, gündelik işler, okul, iş ve aile hayatında zamanla bozulmalar meydana geliyorsa bireyin internete bağımlı hale geldiği söylenebilir. İnternet bağımlılığında haftada yaklaşık olarak 40-80 saat internet kullanıldığından söz edilmektedir. Kadınlara göre erkeklerde bu durum 2-3 kat daha fazladır. Ülkemizdeki internet kullanıcılarının yaklaşık %3.5'inin internet bağımlısı olduğu tahmin edilmektedir (Alyanak, 2016).

İnternetin günün her saatinde kullanılabilir olması, her türlü ortamda kolaylıkla internete ulaşılabilir olması, onaylayıcı, sürükleyici ve ödüllendirici olması internetin aşırı kullanılmasına sebep olmakta ve kullanıcı kişiyi bağımlılığa götürmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2011).

İnternet bağımlılığı, bireyin psikolojisine çok boyutlu bir şekilde etki edebilmekte ve bunun sonucunda davranış bozukluklarına sürüklemektedir. Bireyin internet kullanımı üzerindeki kontrolünü yitirmesine, birtakım asosyal davranışlarda bulunmasına, aile ve sosyal hayatında çeşitli sorunlar meydana gelmesine neden olmaktadır (Bozyel, 2020).

İnternet bağımlılığı adı altında sorunlu çevrimiçi faaliyetler yer almaktadır. Bunlar; çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, çevrimiçi seks veya ilişki bağımlılığı, çevrimiçi oyun bağımlılığı vb. Fakat bu bağımlılıkların sınıflandırması konusunda belirlenmiş kesin ölçütler şu an için bulunmamaktadır (Aral ve Doğan- Keskin, 2021).

2.2. Alışveriş Bağımlılığı

Literatüre baktığımızda alışveriş bağımlılığı için kullanılan birden çok kavrama rastlamak mümkündür. Bu kavramlar arasında; “kompulsif alışveriş”, “kompulsif satın alma bozukluğu”, “patolojik satın alma” yer almaktadır (Akkaş, 2021). Bu çalışmada “sorunlu alışveriş davranışı” kavramı kullanılmıştır.

Gündelik yaşamın önemli bir parçası olan alışveriş, bireylerin hoşlandığı “olmazsa olmaz” olarak gördüğü, anlık da olsa yaşamın içinde var olan sorunlardan sıyrılıp stres atmak amacıyla bazı zamanlar ölçüsüz olarak yapılan, bazı zamanlar da psikolojik sorun haline gelebilen, insanlık tarihi boyunca yapılan ve zaman zaman şekli değişse de hala yapılmaya devam eden, insanlık var olduğu sürece yapılmaya devam edecek olan bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Kartal, 2018).

O’Guinn ve Faber (1989)’a göre sorunlu alışveriş davranışı, bireyin bizzat kendisi ve çevresindeki diğer kişilere zarar verebilecek birtakım yönelimleri tekrarlamasına öncülük eden bir hisse veya süreç deneyimine sahip olması, başka bir ifadeyle kontrol altında tutulması güç bir isteğe verilen karşılıkların tümüdür. Aynı zamanda psikoloji, psikiyatri, ekonomi ve pazarlama gibi birçok bilim dalının ortak konusudur (Yakın ve Aytakin, 2019).

Her insan birtakım ihtiyaçlarını gidermek amacıyla belli zamanlarda birtakım alışverişler yapar. Hiç ihtiyaç duyulmayan şeyler de mutluluk, üzüntü ve öfke gibi duyguların etkisi altındayken satın alınabilmektedir. Yapılan her gereksiz veya aşırı alışveriş davranışı hastalık anlamına gelmemektedir. Sorunlu alışveriş davranışı ile kastedilen şey takıntılı bir şekilde alışveriş yapma, alışveriş yapmayı düşünme ve alışveriş yapma ile ilgili planlar kurmadır. Sorunlu alışveriş davranışına sahip olan birey kontrolsüz bir şekilde para harcamaktadır. Bu durum da aile, sosyal ve iş hayatını olumsuz bir şekilde etkiler (Önen- Ünsalver, 2011).

Alışveriş ve satın alma davranışı tüketicilerin çoğu tarafından normal ve rutin bir davranış olarak görülürken, bazı tüketiciler için ise bu davranış kontrol altında tutulamayan bir takıntıya veya kaygı bozukluğuna kadar gidebilmektedir (O’Guinn ve Faber, 1989). Buna göre bireyler satın alma davranışları üzerinde sahip oldukları kontrollerini yitirmektedirler (Trotzke vd., 2015). Bunun sonucunda alışveriş davranışı bir bağımlılık ve davranış bozukluğu haline dönüşebilmektedir (Armağan ve Temel, 2018). Sorunlu alışveriş davranışında bulunan kişiler sahip oldukları duygusal boşlukları kapatmak amacıyla alışveriş yapmaktadırlar (Gupta, 2013).

Sorunlu alışveriş davranışına sahip bireylerin büyük bir çoğunluğu alışveriş yapmaktaki amaçlarının stresten, kaygıdan, gündelik hayatın yorgunluğundan, yaşadıkları olumsuz olay ve duygulardan biraz olsun uzaklaşmak (Edwards, 1993; Tamam, Diler ve Özpoyraz, 1998; Ergin, 2010; O’Guinn & Faber, 1989) olduğunu

ifade etseler de istemeden ve farkında olmadan bağımlılığa sürüklenmektedirler (Armağan ve Temel, 2018).

Sorunlu alışveriş davranışında birey başlangıç aşamasında aldığı birkaç parça ürün kendini mutlu hissetmesine yeterken süreç içinde daha çok şey aldığı zaman ancak kendini rahat hissedebilir. Bu durum tolerans olarak isimlendirilir. Yaptığı alışverişler nedeniyle maddi ve manevi anlamda yaşadığı sorunlardan dolayı herhangi bir sınırlamaya maruz bırakılan sorunlu alışveriş davranışına sahip birey, alışveriş yaptığını hayal ederek mutsuz ve huzursuz hale gelir. Söz konusu duygudurum ise çekilme olarak adlandırılmaktadır (Önen- Ünsalver, 2011).

Takıntılı satın alma davranışı olarak da adlandırılan sorunlu alışveriş davranışı, zamanla artış gösteren bir sorun olduğundan dolayı negatif sonuçlar doğurması nedeniyle; psikologların, tüketici araştırmacılarının ve aynı zamanda ekonomi ile ilgili araştırma yapan bireylerin her zaman ilgisini çeken bir durum olmuştur (Horvath ve Birgelen, 2015).

Dittmar (2005) tarafından yapılan tanıma göre sorunlu alışveriş davranışı, zararlı psikolojik ve ekonomik sonuçları olan ve işlevsel olmayan bir tüketici davranışdır. Sorunlu alışveriş davranışı birtakım uyarıcıların kontrol altında tutulamaması sonucu alışveriş davranışının takıntılı bir hale gelmesi günümüzde sıkça karşılaşılan tehlikeli bir durumdur. Sorunlu alışveriş davranışı bireyin ihtiyacı olmamasına rağmen takıntılı bir şekilde satın alma davranışında bulunmasıdır. Sorunlu satın alma davranışına sahip bireyler kendilerinde sürekli bir şeyler satın alma ihtiyacı hissederler ve bu hissi kontrol altında tutamazlar. Bireylerin, satın alma davranışını zorunlu ve takıntılı bir hale getirmeleri sonucunda meydana gelen sorunlu alışveriş davranışının psikiyatrik bir durum olduğunu ifade etmek mümkündür (Bozbay ve Başlar, 2019).

Black (2007) tarafından sorunlu alışveriş davranışı beklenti, hazırlık, satın alma ve harcamada bulunma örüntüsü olarak ifade edilmektedir. Beklenti aşamasındayken kişinin zihni alışveriş yapma ile ilgili birtakım düşüncelerle meşgul durumdadır. Hazırlık aşamasında kişi alışveriş yapmaya hazırlanmaktadır. Alışveriş yapmak için nereye gidileceği, satın almak için ödeme yönteminin ne olacağı gibi birtakım planlamalarda bulunulur. Alışveriş yapma aşamasında alışveriş gerçekleştirilir ve son olarak harcama aşamasında satın alma davranışı gerçekleştirilir.

2.2.1. Sorunlu alışveriş davranışının tarihçesi

Genellikle kompulsif satın alma bozukluğu olarak isimlendirilen sorunlu alışveriş davranışı ilk olarak 1915 yılında Alman bir psikiyatrist olan Emil Kraepelin tarafından “oniomania” (onyomani) olarak tanımlanmıştır (Akkaş, 2021). Onyomani Yunanca’da satış anlamına gelen “onios” ve çılgınlık anlamına gelen “mania” kelimelerinden oluşmuştur (Arıdur Ayazoğlu, Aksu, Ünübol, Hızlı Sayar, 2019). Emil Kraepelin’den sonra 1924 yılında Bleuler Psikiyatri Ders Kitabında, Onyomani terimi ile satın alma davranışına karşı engel olunamayan dürtüleri vurgulamıştır. İlerleyen yıllarda sorunlu alışveriş davranışı kronik bir rahatsızlık olarak kabul görmüştür (Şaşman Kaylı ve Özlem, 2022).

1915 yılında ortaya çıkmış olmasına rağmen 1980 yılının başlarına kadar onyomani hakkında çok az şey yazılmıştır. Dünya savaşlarının ardından batı toplumlarının refah seviyesinin ve tüketim davranışının artmasıyla beraber alışverişe bağlı problemler de görünür olmaya başlamıştır. Bu durum zamanla küreselleşmenin etkisiyle beraber tüm toplumların sorunu olmaya başlamıştır (Önen- Ünsalver, 2011).

Tüketim sektöründeki gelişmelere paralel olarak sorunlu alışveriş davranışı zamanla artış göstermekte ve ciddi problemlere neden olmaktadır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, indirimler, çekilişler vb. bireyleri satın alma konusunda teşvik etmektedir. Bunların sonucunda alışveriş davranışına ihtiyaçları karşılamanın yanında farklı anlamlar da yüklenmekte ve bir yaşam tarzı haline dönüşmektedir. Çünkü alışveriş, boş zaman aktivitesi, sosyalleşme alanı, stres atma ve olumsuz durumlardan kaçış alanı olarak görülmektedir (Şaşman Kaylı ve Özlem, 2022).

Günümüz tüketim toplumlarında tüketiciler sadece ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yapmakla kalmayıp haz almak amacıyla da alışverişe yapmaktadırlar (Aydın, 2019). Yani hayatın önemli bir parçası olan alışveriş, yalnızca satın almayı değil, haz alma, eğlenme, stresten uzaklaşma ve ödüllendirme gibi birtakım anlamları da barındırmaktadır. Temelde bireylerin ihtiyacını karşılayan alışveriş, normalden fazla ve kontrol edilemez olduğunda ise birtakım problemlere yol açmaktadır (Bozdağ Türker, 2019).

Engel olunamaz bir satın alma dürtüsü, kontrol kaybı, iş, aile ve sosyal hayatta yaşanan birtakım sorunlara rağmen aşırı alışveriş, sorunlu alışveriş davranışının temel özellikleri arasında yer almaktadır (Akkaş, 2021).

Dürtü kontrol bozukluğunun da bir türü olan sorunlu alışveriş davranışına sahip olan bir birey, giderek artan oranda ve sık bir şekilde, genellikle planladığından daha çok alışveriş yapmakta ve kontrolünü kaybetmektedir. Hayatında olumsuz giden bir şeyler olduğunda veya üzüntü, öfke ve kaygı gibi duygulara sahip olduğu anlarda bir çeşit terapi gibi alışverişe başvurarak kendini rahatlatmayı seçerse alışveriş kısa bir süre sonra oldukça büyük bir sorun haline dönüşebilmektedir (Aydın, 2019).

Sorunlu alışveriş davranışına sahip olan bireylerde alışveriş öncesi var olan gerginlik veya kaygı yerini alışveriş sonrasında rahatlama hissine bırakmaktadır. Sorunlu alışveriş davranışı duygudurum ve kaygı bozuklukları, yeme bozuklukları, madde kötüye kullanımı vb. dürtü kontrol bozuklukları ile ilişkili olmaktadır (Akkaş, 2021).

2.2.2. Sorunlu alışveriş davranışının yaygınlığı

Sorunlu alışveriş davranışı gelir seviyesi yüksek olan ülkelerde sınırlı gibi görünmesine rağmen, Almanya, Fransa, İngiltere, Brezilya ve ABD gibi ülkelerde de var olan küresel bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Sorunlu alışveriş davranışı 1900'lerde tanımlanmış olsa da bu konu ile ilgili yapılan ilk epidemiyolojik çalışmalar 1980'li yılların sonlarına kadar gitmektedir. 1989 yılında Faber ve O'Guinn ABD'de yapılan bir çalışmanın sonuçlarından yola çıkarak sorunlu alışveriş davranışı sıklığının tahmini olarak, genel popülasyonun %2 ile %8'i arasında olduğunu belirtmiştir. Daha yeni bir çalışma olarak ABD'de 2500'den fazla yetişkinin katıldığı rastgele örneklem yöntemiyle yapılan bir çalışmada, anket sonuçlarına bakıldığında puan yaygınlığının %5,8 olduğu belirtilmiştir (Arıdur Ayazoğlu vd., 2019).

2.2.3. Sorunlu alışveriş davranışında cinsiyet farklılığı

Bağımlılık riski ve bağımlılık davranışlarına bakıldığında genelde erkeklerin çeşitli bağımlılık eğilimleri gösterdikleri, kadınların ise stresi azaltmak amacıyla bağımlılık davranışında bulundukları görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde sorunlu alışveriş davranışında cinsiyete göre birtakım farklılıkların olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar daha çok kadınlar üzerinde yapılmış olup erkekler birçok araştırmaya dahil edilmemiştir. Ulusal ve uluslararası literatür incelendiği sorunlu alışveriş davranışı çalışmalarında cinsiyet farklılıklarının bulunduğu ve sorunlu alışveriş davranışının daha çok kadınlarla ilişkilendirildiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç

asında cinsiyet rollerinden etkilenildiğini göstermektedir (Şaşman Kaylı ve Özlem, 2022).

Koran, Faber ve Aboujaoude (2006) tarafından 1998 yılına kadar sorunlu alışveriş davranışının toplumda kadınlarda görülme oranının erkeklerde görülme oranına göre daha yüksek olduğunu fakat zamanla bu oranın kadın ve erkekler için eşit düzeyde olduğu öne sürülmüştür. Mueller ve arkadaşları (2010), sorunlu alışveriş davranışı yaygınlığı bakımından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılığın söz konusu olmadığını ifade etmişlerdir.

Black (2001) ise yaptığı araştırma sonucundan hareketle sorunlu alışveriş davranışına sahip bireylerin %80-95'ini kadınların oluşturduğunu ifade etmiştir. Buna benzer şekilde Granero ve arkadaşları (2016) da yaptıkları araştırmadan elde ettikleri verilere göre sorunlu alışveriş davranışının kadınlarda erkeklere göre %67,3 oranında daha çok olduğunu belirtmişlerdir.

Alışveriş yaparken erkekler genellikle aktivite odaklı, pratik ve kendilerini ifade etmede yardımcı olacak ürünlere öncelik tanırken, kadınlar kendilerini daha iyi hissetmelerine katkı sağlayacak ve sosyal yaşamlarını yansıttıklarını düşündükleri ürünlere öncelik vermektedirler (Orhan, 2002). Torlak ve arkadaşlarına (2006) göre erkekler görev bilincine sahip bir şekilde alışveriş davranışında bulunurken, kadınlar eğlenme dürtüsü ve keyif alma düşüncesiyle alışveriş davranışında bulunurlar. Kadınlar alışveriş esnasında genellikle mücevher almayı seçerken (Schlosser, Black, Repertinger ve Freet, 1994), erkekler ise genellikle otomobil ve elektronik eşya sektöründen ürünler almayı seçerler (Güneş, 2007). Villi ve Kayabaşı (2013), 407 kadın katılımcı üzerinde bir çalışma yapmışlar bu çalışmada kadınların kozmetik ürün alışverişini yaparken onları dürtüsel olarak satın alma davranışına iten etmenleri araştırmışlardır. Araştırmaya katılan kadınların büyük bir çoğunluğu kendilerini dürtüsel satın alıcı konumunda gördüklerini ifade etmişlerdir. Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre promosyonlar, arkadaş ortamı, mağaza atmosferi, duygusal durum etmenleri ile kozmetik ürünleri dürtüsel olarak satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı saptanmıştır.

2.2.4. Sorunlu alışveriş davranışına teşvik eden faktörler

Bireyleri alışveriş yapmaya teşvik eden birçok faktör bulunmaktadır. İndirimler, promosyonlar, kendini yalnız hissetme, sosyalleşme, başkalarının fikirlerini alma,

reklamlar, pazarlama stratejileri, düşük benlik algısı, mükemmeliyetçilik, kaygı, stres ve dürtüleri kontrol edememe satın almayı etkileyen ve bireyi satın almaya teşvik eden nedenler arasındadır. Literatür incelendiğinde çevrimiçi alışveriş ile beraber sorunlu alışveriş davranışının daha çok arttığı ve yapılan indirimler, çekilişler ve ödüller ile bu artışın daha da pekiştiği gözlemlenmektedir. Bu sebeple aşırı internet kullanımının da alışveriş bağımlılığına sebep olan faktörler arasında yer aldığını ifade etmek mümkündür (Şaşman Kaylı ve Özlem, 2022).

2.3. Sorunlu Çevrimiçi (Online) Alışveriş Davranışı

Günümüzde hızlı teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin günlük hayatımıza yansısıyla beraber ilerleme gösteren internet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber alışveriş yapma imkanı internetten yapılabilecek seviyeye gelmiştir. Bu sebeple, alışveriş ile bağımlılık arasındaki ilişki tartışılmaya başlanmıştır (Akkaş, 2021).

İnternet teknolojisinde meydana gelen hızlı gelişmeler ve bu gelişmelerin gündelik yaşantıya olan etkileri geleneksel şekilde devam eden birçok eylemi etkilemiş ve kendisi ile uyum içinde çalışmalarını gerekli kılmıştır. Çevrimiçi alışveriş bunun en öne çıkan örneklerinden biridir. İçinde bulunduğumuz “bilgisayar çağı”nda birçok işlem internet kullanılarak bilgisayar üzerinden yapılmaktadır. Bu durumda geleneksel alışverişin de internetten yapılması kaçınılmaz bir durum olmuştur. İnternet kullanımının sağladığı kolaylıklar ve imkanlar alışveriş sektöründe yer alan firmaları da içine çekmiş ve böylece birçok firma çevrimiçi satış hizmeti vermeye başlamıştır (Kartal, 2018).

İnternet kullanımının yaygın bir hal alması ve günlük bir etkinlik haline gelmesi tüketicilerin satın alma davranışlarını internet ortamına aktarma yönelimlerinde de artış olmasına sebep olmuştur. Alışveriş sitelerinin uygun fiyat teklifleri, ödeme kolaylıkları ve promosyonlar gibi birtakım kolaylıklar kişilere internet alışverişini cazip hale getirmektedir. Bu sebeple zamanla daha çok kişi tarafından alışveriş yapmak için internet ortamı tercih edilmeye başlanmıştır. Özellikle gençler tarafından internete ve çevrimiçi alışverişe gösterilen ilginin büyüklüğü, genç nüfusun toplam nüfusa oranla daha büyük olması göz önünde bulundurulunca ticaretin de bu yönde bir değişime uğramasına sebep olmaktadır (Armağan ve Temel, 2018).

Çevrimiçi alışveriş, internet kullanarak hizmet veya ürün satın alma sürecini ifade etmektedir. Çevrimiçi alışveriş, tüketicilere geleneksel alışverişten farklı bir ortam

sunmakta, yorulmadan, sıkılmadan, mağaza gezmeye gerek kalmadan, başkalarının fikirlerini sorup yardım alma, karşılaştırma yapma, istedikleri ürünü en uygun fiyata alabilme imkanı sağlamaktadır (Bal ve Okkay, 2022). Uluslararası literatüre bakıldığında tüketicilerin; ürün çeşitliliği, uygun fiyatlar ve kolay ulaşılabilirlik gibi nedenlerle çevrimiçi alışverişi tercih ettikleri görülmektedir. Bu sebeple çevrimiçi alışveriş gün geçtikçe popüler hale gelmektedir (Doğan Keskin ve Günüş, 2016).

Satış ve pazarlamanın oldukça önemli ve yeni bir kanalı olan çevrimiçi alışveriş, alıcılara alternatif bir pazar ortamı sunmakla beraber, sıkılmadan, yorulmadan ve mağaza mağaza gezmeden alışveriş yapma kolaylığı sağlamaktadır (Kırcova, 2008). Hizmeti sunanlar tarafında ise firmalar sağladığı yararlardan dolayı yatırımlarını çevrimiçi alışveriş üzerine yönlendirmeyi tercih etmeye başlamışlardır (Armağan ve Temel, 2018).

Çevrimiçi alışveriş olarak adlandırılan bu alışveriş ortamı zamanla geleneksel tarzdaki alışverişin yerine geçmeye başlamıştır. Yapılan araştırmalara bakıldığında internetten alışveriş yapma davranışının, e-posta göndermek ve internette sörf yapmaktan sonra en sık kullanılan üçüncü internet aktivitesi olduğu görülmektedir. Bunun yanında alışveriş yapmaya yönlendirecek bildirimler, alışveriş sitelerinin herkes tarafından kullanılabilirlik kolaylığı ve daha fazla alışveriş yapmaya neden olan bir akışın olması alışveriş sorunu oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Bozdağ Türker, 2019). Çevrimiçi alışveriş, izlenmeyi mümkün kıldığından ve aile veya yakın çevre tarafından gelebilecek eleştirilere maruz kalınmayacağından dolayı da çevrimiçi sorunlu alışveriş davranışına sahip olan bireyler tarafından tercih edilebilmektedir (Önen-Ünsalver, 2011).

Yeni bir davranışsal bağımlılık türü olarak ortaya çıkan sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı, insanların ilgi duymasıyla beraber araştırmacılar tarafından internet bağımlılığı adı altında sınıflandırılmıştır. Ancak sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı internet bağımlılığı çeşidinden daha fazlasıdır. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı bir bağımlılık türüdür ve bağımlı bireyler sorunlu alışveriş eğilimlerini yerine getirmek amacıyla çoğunlukla internete başvururlar (Kartal, 2018).

2.3.1. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığının kriterleri

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile diğer bağımlılık kriterleri benzerlik göstermektedir. Bağımlılığı meydana getiren bileşenleri karşılayan davranışlar

bağımlılık olarak ele alınmaktadır. Bu durum çevrimiçi alışveriş bağımlılığı için de geçerlidir (Akkaş, 2021).

Bu kriterler şu şekilde sıralanabilir (Akkaş, 2021).:

Belirginlik (Dikkat)

Alışveriş yapma davranışı birey için oldukça önemli bir hale gelir ve bireyin hayatını kapsar. Belirginlik yani dikkat kriteri, alışveriş bağımlılığının birey için hayatındaki en önemli aktivite haline gelmesini; duygu, düşünce ve davranışına hükmettiği zamanı açıklar. Tüm dikkatini alışveriş yapma davranışı üzerinde toplamasını ifade eder.

Duygudurum değişikliği:

Alışveriş yapmak, bireylerin sahip oldukları birtakım psikolojik sorunlarla başa çıkma yöntemi olarak nitelendirilmektedir. Stres altında kalmaktan kurtulmak ve rahatlamak için alışveriş yapılabilir. Stres altında kalmaktan kurtulmak ve rahatlamak için alışveriş yapılabilir.

Tolerans (Hoşgörü):

Günden güne daha çok alışveriş yapılması ve alışveriş yapma sıklığının artmasıdır. Alışveriş için ayrılan süre kademeli bir şekilde arttırılır.

Yoksunluk belirtileri:

Alışveriş yapılmadığı veya alışveriş yapmanın engellendiği durumlarda meydana gelen öfke, huysuzluk veya titreme gibi duygu durumları ve fiziksel belirtiler meydana gelmektedir.

Çatışma

Kısa süreli elde edilen haz ve rahatlatmanın sürekli tercih edilmesi, uzun vadede meydana gelen zararların ve birtakım olumsuz sonuçların görmezden gelinmesine neden olur. Aynı zamanda bu durum, bağımlılık yapıcı faaliyet olan alışveriş yapma davranışına duyulan ihtiyacı da artırır. Çatışma, bağımlı olan bireyin kişisel ilişkilerinden, iş, eğitim ve sosyal hayatlarından ödün vermeleri anlamını taşımaktadır.

Nüks etme

Alışveriş yapma davranışının bir süre azaltılması veya ortadan kalkması durumundan sonra tekrar etmesidir. Tekrarlamalar, davranışsal bağımlılıklar da dahil olmakla beraber tüm bağımlılık türlerinde yaygındır.

Griffiths, herhangi bir davranışın bağımlılık yapıcı bir davranış olarak tanımlanması için yukarıda yer verilen tüm bu bileşenleri barındırması gerektiğini söylemiştir. Teknolojide meydana gelen gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması ile beraber çevrimiçi alışveriş bağımlılığı yeni bir davranışsal bağımlılık türü olmaya başlamıştır. Bu kriterler göz önünde bulundurularak bakıldığında çevrimiçi alışveriş bağımlılığı; bireyde sıkıntıya yol açan, kontrol edilmesi güç, zaman alıcı ve aile, iş ve sosyal hayatta sıkıntılarla sonuçlanan bir davranışsal bağımlılık türüdür (Akkaş, 2021).

2.3.2. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve kompulsif satın alma

Korur ve Kimzan (2015)'a göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışındaki kompulsif sözcüğü sözlükte 'zorlayıcı' anlamına gelmektedir. Kompulsif satın alma davranışı bireyleri rahatsız eden, dürtüsel, dayanılması güç olan bir satın alma davranış bozukluğunu ifade etmektedir (Yeşil, Yıldız ve Şıtak, 2022).

Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile kompulsif satın alma davranışı oldukça benzer olmakla beraber aralarında küçük farklılıklar da bulunmaktadır. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı internet ile sınırlı iken kompulsif satın alma davranışında böyle bir durum söz konusu değildir. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile internet bağımlılığı arasında benzerlikler olmakla beraber kompulsif satın alma davranışı ile daha çok ilişkili olduğu saptanmıştır. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı bir internet bağımlılığı türü olmaktan daha fazlası olarak nitelendirilmiştir (Zhao, Tian ve Xin, 2017).

2.3.3. Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile ilgili yapılan araştırmalar

Günümüzde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber alışveriş davranışı çevrimiçi platformlara taşınmış ve geleneksel alışveriş davranışında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Söz konusu değişimin en büyük nedenleri arasında çevrimiçi platformlardan yapılan alışverişin kişilere zaman ve maliyet tasarrufu sağlaması olduğu düşünülebilir (Bozyel, 2020).

Sohn ve Choi (2014) tarafından, yapılan çalışmada kompulsif satın alma bozukluğuna sahip olan bireylerin alışveriş bağımlılığı deneyimleri üzerinde bir inceleme yapılmıştır. Araştırma beş aşamalı şekilde yapılmış ve araştırmaya katılan bireylerin alışveriş deneyimleri ve bağımlılıkları ile ilgili yüz yüze ayrıntılı görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında bireylere kişisel bilgileri, yaşamları, duygu ve düşünceleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Araştırmanın ilk aşamasında bireylerin

özgüven eksikliği, yoksunluk, kaygı ve boşluk duygularını alışveriş yaparak doldurmaya çalıştıkları gözlemlenmiş ve alışveriş yaparak olumsuz duygularla baş etmeye çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın katılımcıları ikinci aşamada alışveriş yaparken kendilerini özgür hissettiklerini belirterek alışveriş bağımlısı olmadıklarını iddia etmişlerdir. Üçüncü aşamada ise bireylerin başkalarına borçlandığı ve çeşitli maddi gelir kaynağı bulmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir. Bunu takip eden dördüncü aşamada katılımcıların dürtülerini ve kendi kendilerini denetleyemeyip tekrar alışveriş yapmaya yöneldikleri gözlemlenmiştir. Son olarak beşinci aşamada ise katılımcıların gerginlik, pişmanlık, üzüntü gibi duyguları yoğun bir şekilde hissetmelerine rağmen alışveriş yapmaktan vazgeçemedikleri gözlemlenmiştir.

Chen ve Zhang (2015), tarafından Çin’de yapılan bir araştırmada çevrimiçi dürtüsel satın alma davranışında etkili olan faktörler incelenmiş ve bu araştırmaya 246 kişi dahil edilmiştir. Araştırma sonucuna göre teknolojik, bireysel ve psiko- sosyal faktörlerin çevrimiçi satın alma dürtüsünü harekete geçirmektedir. Çevrimiçi alışverişte bireyler üzerinde sosyal baskının oldukça az olması, ürünlere ulaşımın kolay olması, zaman ve maliyet bakımında oldukça avantajlı olması gibi nedenlerin satın alma dürtüsünü arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Güney Kore’de Lee, Park ve Lee (2016) tarafından, kompulsif satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırma yapılmıştır. Bunun yanında çevrimiçi ve çevrimdışı satın alma davranışının özsaygı ve benlik duygusu üzerindeki etkileri de araştırmaya dahil edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre çevrimiçi alışveriş yapan bireylerde benlik saygısının çevrimdışı alışveriş yapan bireylere göre önemli düzeyde düşük olduğu görülmüştür. Kompulsif satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasında ise pozitif yönde bir ilişkinin var olduğu ve bunun kişide düşük benlik saygısına sebep olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Özçelik vd. (2017) tarafından, 18 ve 25 yaş arası lisans eğitimi almamış ve düşük gelir sahibi 406 kişilik grup üzerinde yapılan bir çalışmada, aşırı mobil internet kullanımının alışveriş bağımlılığı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda alışveriş bağımlılığı ile aşırı internet kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişkinin varlığı saptanmıştır. Mobil aracılığıyla internete kolayca ulaşabilmenin, gün içinde internete sık sık girmenin katılımcıların satın alma dürtülerini harekete geçirdiği düşünülmüştür. Mobil internette geçirilen süre arttıkça alışveriş bağımlılığının pozitif yönde harekete geçirdiği gözlemlenmiştir.

Kirezli ve Arslan (2019) tarafından, 372 lisans öğrencisinin katıldığı alışveriş

bağımlılığı üzerinde gerçeklerden kaçış, hedonik alışveriş ve olumsuz ruh halini düzeltme faktörlerinin etkisini incelemek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre alışveriş bağımlılığı üzerinde söz konusu olan üç değişkenin de pozitif yönde anlamlı düzeyde etkilerinin olduğu saptanmıştır. Buna göre gerçeklerden kaçış, hedonik alışveriş ve olumsuz ruh halini düzeltme meyillerindeki artış kişilerin alışveriş bağımlılığının artmasına da yol açmaktadır.

Güney Kore’de Ko, Roh ve Lee (2020) tarafından yapılan bir araştırmada dissosiyatif kimlik bozukluğunun sorunlu çevrimiçi alışveriş bağımlılığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmaya 20 ve 69 yaş arası 598 kişilik bir grubun çevrimiçi bir panele katılım sağlaması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin yaş, medeni durum ve cinsiyet gibi sosyo- demografik özellikleri ve internet, alkol, kafein kullanma sıklığı hakkında bilgi alınmış ve satın alma davranışları ile ilgili birtakım sorular sorulmuştur. Araştırma sonucunda katılımcıların sosyo- demografik verileri, internet ve alkol kullanımı gibi çok sayıda değişken ile dissosiyatif kimlik bozukluğu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı saptanamazken, haftalık çevrimiçi alışveriş yapma sıklığının ve çevrimiçi alışverişe harcanan zamanın çok olmasının dissosiyatif kimlik bozukluğunu arttırdığı saptanmıştır.

2.4. Yaşam Doyumu

Yaşam, mutluluklarla beraber üzüntü, acı, yas ve keder gibi olumsuzlukları da içinde barındırmaktadır. Maddi ve manevi yaşanabilecek tüm bu olumsuzluklar insanların ruh hallerini etkileyerek onların mutluluk durumlarına da etki edebilmektedir. Bu durumda bireyin öznel bakış açısı öne çıkmaktadır. Bireyin kendi yaşamıyla ilgili yaptığı tüm bilişsel ve duygusal değerlendirmeler öznel iyi oluş kavramını meydana getirmektedir (Parıldar, 2020).

Yaşam doyumu öznel iyi oluş ile ilgili bir kavramdır. Öznel iyi oluş duygusal ve bilişsel olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Duygusal bölümde olumlu ve olumsuz duygular, bilişsel bölümde ise yaşam doyumu yer almaktadır (Erol, Güç ve Kaba, 2017). Yaşam doyumu, gündelik hayatta mutluluk olarak tanımlansa da mutluluk kavramı yaşam doyumunu tam olarak ifade etmemekle beraber farklı anlamlara gelmektedir. Bu nedenle sosyal psikologlar tarafından mutluluk yerine öznel iyi oluş veya yaşam doyumu kavramı kullanılmaktadır (İncekara, 2018).

Öznel iyi oluş aynı zamanda bireyin sahip olduğu kişilik özellikleriyle yaşam doyumunu etkileyen etkenler arasında yer almaktadır. Bu sebeple, yaşam doyumu

düzeıı yüksek olan bireylerin kendileriyle barışık, benliklerini ve kişiliklerini tanıyan kişiler olduğu ve bunun yanında duygusal zekalarının da yüksek olduğu belirtilmektedir (Sevinç ve Özel, 2018).

Yüzyıllar boyunca insanların ilgisini üstünde bulunduran yaşam doıumu, felsefeciler tarafından insan davranışlarının temel motivasyon kaynaklarından biri olarak kabul görmüştür (Özer ve Karabulut, 2003).

Yaşam doıumu bireyin hayatından ve sahip olduklarından duyduğu memnuniyeti ortaya koyan bir terimdir. Mutluluk ve esenlik gibi ifadeleri de içinde barındırmaktadır. Yaşam doıumu ile ilgili farklı bir tanım da bireyin sahip olduklarını düşünerek kişisel anlamda hoşnut kalmasıdır (Telman ve Ünsal, 2004).

Mutluluk ve yaşam doıumu birbiri ile örtüşen ifadelerdir. Kişi mutluluğu, hayatından duyduğu doıum ile yaşamaktadır. Bunu önemli hale getiren üç durum vardır; hayattan lezzet duyma, hayatın anlamlılığı ve hayatta kendisi için önemli bir şeye bağlanma. Hayattan elde edilecek doıum ile söz konusu üç durum arasında paralellik varken yaşam doıumu ile mutluluk arasında ufak farklılıklar vardır. Yaşam doıumu içinde bulunulan anda yaşanırken, mutluluk ileriye dönük ve daha soyuttur (Keser, 2005).

Bireylerin yaşamlarını anlamlandırma yolunda ilerlerken mutluluğu elde etmek için yaşam doıumuna sahip olmaları gerekmektedir. Bu nedenle yaşam doıumu, yüzyıllardır insanlık tarihi tarafından ilgi gösterilen konulardan biri olmuştur (Parıldar, 2020).

Bireyin hayatına yüklediği anlam, psikolojik durumu, amaçlarına ulaşma, aile ve arkadaş ilişkileri, iş ve eğitim hayatı, ekonomik durumu gibi çeşitli faktörlerin etkisi altında olan ve kişiden kişiye değışen yaşam doıumu, genel anlamda bireyin hayatı karşısında verdiği pozitif duygusal tepkilerdir ve hayatından memnuniyet derecesini göstermektedir (Bakan ve Güler, 2017). Yani yaşam doıumu belirli bir duruma dair doıum değil bireyin tüm yaşamına dair doıumu ifade etmektedir (Karabulut ve Özer, 2003).

DSÖ, yaşam doıumunu bireyin kendi yaşamını, içinde yer aldığı toplumun kültürü ve değerler sistemi içerisinde algılama biçimi olarak tanımlamaktadır. Yaşam doıumu bireylerin korkularıyla, hedefleriyle, beklentileriyle ilişkilidir. Yaşam doıumu bireyin aile ve arkadaş ilişkileriyle, psikolojik durumuyla, fiziksel sağlığıyla ve

bağımsızlık seviyesiyle daima etkileşim içerisindedir ve dinamik bir yapıya sahiptir (İncekara, 2018).

Yaşam doyumu kavramı bireylerin aile, sosyal ve iş hayatı gibi kişisel alanlardaki tatmin duygusunun meydana getirdiği bir duygu olarak da önümüze çıkmaktadır. Bireyin bilişsel varoluş sürecinde içinde yer aldıkları sosyal ilişkilerden etkilenecek duygusal ve psikolojik durumlar içerisine girmesi ve kendini mutlu hissetmesi yaşam doyumunun temelinde yer aldığı söylenebilir (Balcı, Gölcü ve Arsal Gölcü, 2019).

Yaşam doyumu bireyin kendi belirlediği birtakım kriterler doğrultusunda yaşamının kalitesi hakkındaki genel kanısı olarak ele alınmaktadır. Diener ve Lucas'a (1999) göre yaşam doyumu şu anki yaşamdan elde edilen doyum, yaşamı değiştirme arzusu, geçmiş yaşamdan doyum, gelecekteki yaşamdan doyum ve bireyin yakın çevresinin kendi yaşamı hakkındaki fikirlerini kapsamaktadır. Bu doğrultuda doyum alanlarını ise aile, iş, sağlık, serbest zaman, para ve kişinin sosyal çevresi oluşturabilmektedir (Tuzgöl Dost, 2007).

Veenhoven (1996) yaşam doyumunu, bir bütün halinde hayatın tüm kalitesinin, pozitif anlamda gelişiminin ifade ettiği seviye şeklinde tanımlamaktadır. Yaşam doyumunu belirli kılan etmenler, tecübe sahibi olmak (hazsal tecrübenin işlevi, duyguların işsel üretimi, sevmek veya sevmemek, hoşlanma kapasitesi), yaşamdaki birtakım olayların gidişatı, yaşamda meydana gelen değişimler (bireysel beceriler, toplum kalitesi, toplumda yer aldığı konum), gelişimin içsel ilerleyişi (duyguların temelinde barındırılan anlamlar, sonuç çıkarabilme ve hesap etme, bütünü gelişiminde meydana gelen farklar ve yaşam alanı), yaşam doyumu ve bununla ilişkili bulunan alan arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir.

Yaşamın genelinden elde edilen mutluluk, bütün bir memnuniyet hali ve tatmin duygusu, yaşam doyumu olarak adlandırılmaktadır. Yaşam doyumu, zihinsel anlamda rahatlığın önemli belirleyicilerinden biri olup, içsel dünyaya bağlı olarak hayat kalitesinin her manada değerlendirilmesini belirtmektedir (Malinauskas, 2010). Söz konusu değerlendirmeler, olaylarla ilgili duygusal tepkileri, aile iş ve eğitim gibi yaşamın çeşitli alanlarını ve zihinsel süreçlerde meydana gelen memnuniyet yargılarını kapsamaktadır (Shahyad, Besharat, Asadi, ShirAlipour ve Miri, 2011).

Bireyler yaşam doyumlarını değerlendirirken ekonomik, sağlık ve sosyal kaynaklar gibi çeşitli ölçütler kullandıkları için vardıkları bilişsel yargılar olay anındaki

duygusal yorumlamalardan kesin bir şekilde bağımsızdır. İçinde bulunulan ana bağlı olarak ortaya çıkan duygusal tecrübeleri aşan bir hayat kalitesi değerlendirmesi yapılması, yaşam doyumunu elde etmeyi sağlamaktadır (Sloper, Knussen, Turner, Cunningham, 1991).

Shahyad vd. (2011), mutluluğun sonuçlarına ulaşmak amacıyla pek çok sayıda makale taramışlar ve genel manada mutluluğun olumlu sonuçlarla ilişki içinde olduğunu fark etmişlerdir. Yaptıkları çalışmaya göre yüksek düzeydeki yaşam doyumunun birey üzerinde eğitim, iş, sağlık, sosyal ve kişilerarası ilişkiler gibi çeşitli alanlarda pozitif sonuçları bulunmaktadır. Düşük yaşam doyumunu düzeyi ise bireyde zihinsel ve fiziksel birtakım rahatsızlıklara sebep olabilmektedir. Buna bağlı olarak yaşam doyumunu düzeyi düşük olan bireyler, yaşam doyumunu düzeyi yüksek olan bireylere göre daha kısa yaşamaktadır. Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından bir meta analiz çalışması yapılmış ve bu çalışma sonucunda olumlu duyguların bireylerin sağlığı üzerinde daha az semptom, daha az acı ve daha iyi akciğer işlevi gibi pozitif etkileri olduğu anlaşılmıştır.

Bireylerin en önemli isteklerinden biri haz ve olumlu duygulara sahip olarak hayatlarını zenginleştirmek ve keyifli hale getirmektir. Fakat hayatın acı, elem, keder, üzüntü gibi pek çok sayıda olumsuz duygulara yol açacak durumları da içerdiği yadsınamaz bir gerçektir. Olumsuz koşullar bireylerin nesnel ve kişisel konumlarında çeşitli sarsıntılara sebep olur. İnsan bilimciler tarafından kişisel ve duruma bağlı özellikler farklı modellerle değerlendirilmiş ve iyi olmasının yapısı daha belirgin bir şekilde anlaşılmaya çalışılmıştır (Yetim, 2001).

Yaşam doyumunu genel anlamda üç grupta ele alınmıştır: Birinci grupta; öznel iyi oluş ve erdem gibi dış faktörlere dayandırılarak tanımlanmıştır. İkinci grupta; bireylerin hayatlarını olumlu açıdan değerlendirmelerine sebep olan durumlar üzerinden temellendirerek, bireylerin kendi hayatlarına dair yargıda bulunurken etkilendikleri faktörler ele alınmıştır. Üçüncü grupta ise mutluluk kavramı, gündelik yaşamın doğal akışı üzerinde olumlu duyguların olumsuz duygulara galip gelmesi açısından temellendirilmiştir (Karabulut ve Özer, 2003).

2.4.1. Yaşam doyumunu kavramının tarihçesi

19. yüzyılın son yarısına kadar psikoloji alanında anksiyete, depresyon vb. gibi psikopatoloji üzerinde durulmuştur. Son yarım yüzyıldır ise pozitif psikolojiye verilen

önemle beraber psikolojik açıdan sağlıklı bireylerin iyilik hali üzerinde çalışılmaya başlanmış ve psikolojik iyi oluş ile ilgili farklı kavramlar ortaya çıkmıştır. Yaşam doyumu kavramı da bu kavramlar arasında olmuştur. Yapılan birtakım araştırmalar sonucunda bireyin yaşamdan doyum almasının ruh sağlığı üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. İngilizce literatürde “life satisfaction” şeklinde kullanılan yaşam doyumu, bireyin beklentileriyle sahip oldukları arasında kendi belirlediği birtakım kıstaslara göre yaptığı karşılaştırma sonucunda elde ettiği genel yargı veya değerlendirmelerdir ve bireyin tüm hayatını kapsar (Parıldar, 2020).

Yaşam doyumu kavramı 1961 yılında Neugarten tarafından ortaya atılmıştır. Geçmişten günümüze insanların dikkatini çeken bir konu olan yaşam doyumu, araştırmacılar tarafından “öznel iyi oluş” ve “yaşam kalitesi” adı altında da incelenmiş olsa da alanyazına bakıldığında son dönemlerde yaşam doyumu kavramının daha çok tercih edildiği görülmektedir. Doyum kavramının ne anlama geldiğinin açıklanması yaşam doyumu ifadesinin daha anlaşılır olmasını sağlayacaktır. Doyum kavramı çeşitli beklentilerin, ihtiyaçların, istek ve dileklerin giderilmesidir. Yaşam doyumu ise insanların yaşamlarıyla ilgili yaptıkları bilişsel ve duyuşsal değerlendirmeler sonucunda ortaya çıkan durumu ifade etmektedir (İncekara, 2018). Diğer bir ifadeyle, bireyin beklentileri ile gerçekte sahip olduklarının kıyaslanmasıyla ortaya çıkan durum veya sonuçtur (Karabulut ve Özer, 2003).

Yaşam doyumu tanımında kuramlara göre değişiklikler olsa da çoğu araştırmacı bilişsel kuramı göz önünde bulundurularak, bireyin yaşam koşullarına ilişkin bilişsel yargısı olarak tanımlamaktadır. Bu değerlendirme, bireyin yaşamıyla ilgili sahip olduğu hedeflerin ne kadarına ulaşabildiğiyle ilgilenmektedir. Bireylerin sahip olmak istedikleri ile gerçekte sahip oldukları arasındaki fark azaldıkça yaşam doyumlarının artacağı belirtilmektedir. Yaşam doyumu yüksek olan bireyler olumlu benlik algısı, olumlu bakış açısı, hayata dair hedeflere sahip olmak ve hedeflerine ulaştığı inancına sahip olmak, geçmiş yaşantılarının sorumluluğunu kabullenebilmek gibi birtakım ölçütlere sahip olmaktadır (İncekara, 2018).

Neugarten (1961), yaşam doyumu yüksek olan bireylerin özelliklerini şu şekilde özetlemiştir:

1. Amaçları vardır ve geçmiş yaşantılarının sorumluluklarını üstlenirler.
2. Amaçlarına ulaşabileceklerine inanırlar.

3. Günlük yaşamlarından keyif alırlar.
4. Olumlu benlik algısına sahiplerdir.
5. Fiziksel olarak genel geçer güzellik algılarına sahip olmasalar bile olumlu bedensel imgeye sahiplerdir.

2.4.2. Yaşam doyumunun önemi

Yaşam doyumu kavramına dair ortaya konulan çalışmalarda, yaşam doyumu düzeyinin iş ve yaşam kalitesini doğrudan doğruya etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Rice, McFarlin, Hunt ve Near, 1985).

Günümüz koşullarında çalışan bireylerin daha çok bireyselliklerinin ön plana çıktığı, işe bağlılıklarının ise zamanla azalma gösterdiği görülmektedir. Çalışan bireylerin işe bağlılık düzeylerini arttırmak amacıyla örgütler ücret unsurunu kullansalar da bu durum yeterince fayda vermemektedir. Bu sebeple çalışanları kaybetmemek amacıyla çalışanların aile, arkadaş ve iş dışında kalan diğer yaşamlarını da önemsemeleri gerekmektedir (Şekeroğlu, 2013). Bunların yanında sosyal çevre, evlilik ve arkadaşlık gibi faktörler insanların diğer yaşam alanlarına etki ettiğinden ve insanların yaşam memnuniyetini doğrudan etkilediğinden, yaşam doyumu üzerine yapılan çalışmalar oldukça önemlidir (Proctor, Linley ve Maltbay, 2009)

2.4.3. Yaşam doyumunu etkileyen faktörler

Wilson (1967)'un tanımına göre mutlu insanlar; zeka seviyesi, kadın ve erkek fark etmeksizin genç, sağlıklı, eğitim görmüş, dışadönük, gelir seviyesi yüksek, yüksek benlik saygısına ve birtakım arzulara sahip olan evli bireylerdir. Yaptığı araştırma sonucundan yola çıkarak bu tanımı yapan Wilson, çok fazla eleştiriye maruz kalmıştır (Onyishi, Okongwu ve Ugwu, 2012). Yaşam doyumunu etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunların başında bireyin ekonomik düzeyi, sosyal ilişkileri ve fiziksel olarak kendisini iyi hissetmesi yer almaktadır (İncekara, 2018). Bireyin kendi hayatı üzerinde karar verirken özgürce hareket edebileceğini bilmesi, ruhsal ve fiziksel anlamda sağlıklı olması, yaşadığı yerin güvenilir olması, spor aktivitelerinde bulunması, evli olması, çevre ve aile ile olumlu ilişkilere sahip olması gibi etkenlerin yaşam doyumu üzerinde düzenleyici bir etkisinin bulunmaktadır (Dağlı ve Baysal, 2016).

Yaşam doyumu ifadesinin anlamı bireyden bireye farklılık gösterdiğinden dolayı yaşam doyumunu etkileyen faktörleri net bir şekilde sıralamak pek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle yaşam doyumunu etkileyen faktörlerin alanyazında geniş

kapsamlı bir şekilde ele alındığı görülmektedir (Keser 2005). Aşağıda bu faktörlerin bir kısmına değinilecektir.

Yaş

Yaş faktörüne göre yaşam doyumu düzeyini inceleyen araştırmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu konuda yapılan ilk çalışmalarda yaşın artışına bağlı olarak yaşam doyumu düzeyinin azalacağı sonucu iddia edilmiştir (Gümüş, 2006). Ancak zaman geçtikçe söz konusu sonuçlar değişmiştir (Clemente ve Sauer, 1975).

Yaşam doyumuna dair yapılan çalışmalarda yaş faktörü ile ilgili farklı görüşler mevcuttur. Kişiler ergenlik döneminde birtakım duygusal değişimler yaşamakta ve bu değişimler yaşam doyumlarını da etkilemektedir (Leung ve Leung 1992).

Yapılan bazı araştırmalar ile gençlerin yetişkinlere göre yaşamdan daha çok doyum elde ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bazı araştırmacılar ise yaşın artmasıyla beraber yaşam doyumunun da arttığını savunmuşlardır. Yaşam doyumu ile yaş değişkenlerinin incelendiği bir araştırmada korelasyon katsayısının sıfıra yakın olduğu tespit edilmiştir (Avar Böğrek, 2019).

Ülkemizde yaş değişkeni ve yaşam doyumu düzeyinin ilişkisini anlamak için çeşitli araştırmalar yapılmış ve yapılan bu araştırmalardan farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Vara (1999) yoğun bakımda çalışan hemşirelerin iş ve yaşam doyumlarını incelediği araştırmasında, çeşitli yaş grupları arasında yaşam doyumu açısından belirgin değişiklikler olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Gümüş (2006) ise İstanbul'da kamu kuruluşları veya özel sektör çalışanı olan 1206 kişi üzerinde bir araştırma yapmış ve araştırma sonucunda, 41- 50 yaş arasında bulunan katılımcıların yaşam doyumu düzeylerinin 31- 40 yaş arasında bulunan katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Acar- Arasan (2010) da 170 kişilik bir akademisyen grubu üzerinde bir çalışma yapmış ve bu çalışma sonucunda 20- 30, 31- 40 ve 41 yaş ve üzeri yaş aralığında bulunan katılımcıların yaşam doyumu düzeyleri arasında herhangi bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Cinsiyet

Yaşam doyumu ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan araştırmalarda bazı araştırmacılar belirgin bir fark olmadığını, olsa bile bu farkın meslek

ve gelir durumu gibi çeşitli kontrol değişkenlerinden kaynaklanabileceği sonucuna ulaşırken (Myers ve Diener, 1995; Fugl-Meyer, Kelin ve Fugl-Meyer, 2002), bazı araştırmacılar cinsiyetler arasında fark olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Kadınlar erkeklere göre daha fazla olumsuz duygular ifade etmelerine rağmen yaşamlarından daha fazla haz almaktadırlar. Bunun aksine erkeklerin kadınlara göre yaşamdan daha fazla doyum elde ettikleri sonucuna ulaşan araştırmalar da mevcuttur (Avar, Böğrek, 2019).

Genç erkeklerin genç kadınlara göre daha mutsuz, yaşlı kadınların ise yaşlı erkeklere göre daha mutsuz oldukları sonucuna ulaşan birtakım araştırmalarda, 45 yaş civarlarında cinsiyetler arasında yaşam doyumu düzeyi bakımından herhangi bir farklılığın olmadığı ifade edilmektedir (Diener, 1984).

Ülkemizde yapılan çalışmalar yaşam doyumu düzeyi ile cinsiyete dair farklı sonuçlar vermektedir. Gümüş (2006), kamu kurumları ve özel kuruluşlarda çalışan 1206 kişi üzerinde bir araştırma yapmış ve yaptığı bu araştırma sonucunda kadınların yaşam doyumu düzeylerinin erkeklerin yaşam doyumu düzeylerine göre daha yüksek olduğu sonucunu elde etmiştir.

Acar- Arasan (2010), 170 kişiden oluşan akademisyen grubu üzerinde yapmış olduğu çalışmada kadın ve erkeklerin yaşam doyumu düzeyleri arasında herhangi bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Eken (2018) ise 384 kişiden oluşan üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirmiş olduğu araştırmada erkek katılımcıların yaşam doyumu seviyelerinin kadın katılımcıların yaşam doyumu seviyelerinden daha düşük olduğunu ifade etmiştir.

Eğitim Seviyesi

Bireylerin yaşam doyumu düzeylerinin eğitim seviyeleri ile ilişkili olup olmadığına dair çeşitli veriler mevcuttur. Bu konuyla alakalı yapılan ilk araştırmalardan eğitim seviyesinin kişinin yaşam doyumu düzeyi ve iyi oluş durumu üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilirken, bazı araştırmalardan da gelir durumu gibi değişkenler kontrol altında tutulduğunda eğitim seviyesine göre yaşam doyumu düzeyinde veya kişisel iyi oluş durumunda önemli düzeyde bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir (Diener, 1984).

Eğitim seviyesi ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin eğitim seviyesi düşük olan bireylere göre yaşamdan daha çok doyum aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak da eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin iyi bir statüye ve yüksek gelir düzeyine ulaşmaları düşünülebilir (Parıldar, 2020). Bunun yanında yapılan farklı çalışmalardan elde edilen bulgular, eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin hayattan yüksek beklentilerinin olması ve istedikleri statüye ulaşamamaları durumunda yaşam doyumlarının düşük olduğu yönündedir (Keser, 2005).

Ülkemizde eğitim seviyesi değişkeni ve yaşam doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların sonuçları birbirinden farklılık göstermektedir. Örneğin; Vara (1999) yaptığı çalışmada lise, ön lisans ve lisans mezunu olan hemşirelerin yaşam doyumu düzeyleri açısından gruplar arasında herhangi bir farklılık göstermedikleri sonucuna ulaşırken, Gümüş (2006), 1206 kişiden oluşan özel sektör ve kamu kuruluşu çalışanları üzerinden yaptığı çalışmada lise ve ilköğretim mezunu olan katılımcıların yaşam doyumu düzeylerinin, lisansüstü ve üniversite eğitimi alan katılımcılardan daha düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Selim (2006), yaptığı araştırmalarda, eğitim seviyesi ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide, ilköğretim ve yükseköğretim görmüş kadınların ve bütün erkeklerin yaşam doyumu düzeyinin, ortaöğretim düzeyinde eğitim almış kadınların yaşam doyumu düzeyine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bunun yanında eğitim seviyesinin kişinin mutluluğu ile herhangi bir ilişkiye sahip olmadığı sonucunu saptamıştır.

Medeni Durum

Literatüre bakıldığında yaşam doyumuna dair yapılan ilk araştırmalarda medeni durum ile yaşam doyumu arasında bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşıldığı görülmektedir. Ancak yapılan araştırmaların sayısı ve kapsamı arttıkça evliliğin, yaşam doyumu düzeyinin önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna ulaşılan çalışmalar ortaya konulmuştur (Gümüş, 2006).

Medeni durumun yaşam doyumu düzeyi üzerinde oldukça önemli bir etkisi vardır. Evlilik, çiftler arasında derin ilişkiler kurmaya, karşılıklı olarak çeşitli paylaşımlarda bulunmaya ve hayattaki zorluklarla baş ederken birbirlerinden destek almaya katkı sağlamaktadır. Kişinin hayatının her alanında ona destek olan bir eşinin ve ailesinin

olması kişinin hayat karşısında motivasyonunu arttırmaktadır. Yaşam doyumu ve evlilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların birçoğunda evli çiftlerin bekarlara oranla daha mutlu oldukları ve yaşam doyumu düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir (Parıldar, 2020). Evlilik süresinin artmasıyla yaşam doyumu düzeyi de artmaktadır (Avar Böğrek, 2019).

Ülkemizde medeni durum ile yaşam doyumu düzeyinin ilişkisini anlamak için çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Mesela; Vara (1999) tarafından kadın doğum bölümünde çalışan hemşireler üzerinde yapılan çalışmada evli katılımcılar ve bekar katılımcıların yaşam doyumu düzeyleri arasında belirgin düzeyde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Selim (2008) ise 1990, 1996 ve 2001 senelerinde yapılan araştırmaların sonuçlarından hareketle Türkiye’de mutluluk ve yaşam doyumu düzeylerinin evlilerde, bekar ve boşanmış bireylere göre daha yüksek olduğunu ifade etmiştir.

Yaşam doyumu ve mutluluk ile evlilik arasında çift yönlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Evli bireyler hayata dair daha çok mutluluk duyduklarını belirtmektedirler. Bununla beraber mutlu olan bireylerin genel anlamda evlilik adayı potansiyelleri bulunmakta ve çoğunlukla da evlendikleri görülmektedir. Ancak evlilik ile mutluluk ilişkisinin cinsiyete bağlı olarak farklılık gösterebildiği de söz konusudur. Evlenmemiş bireyler ile evli bireyler arasında mutluluk düzeyi bakımından farklılık bulunmakla beraber bu farklılık cinsiyet bakımından erkeklerde çok daha yüksektir (Myers ve Diener, 1995).

İş

İnsanların yaşamlarının büyük bir bölümü işte geçmekte ve iş tatmini tüm hayatı etkilemektedir. Bireyin sahip olduğu işi veya mesleği, gelişmiş toplumlarda bireye bir kimlik vermektedir (Haller ve Hadler, 2006). İş ortamı, iş ortamındaki sorumluluk düzeyi, işin niteliği, yapılan iş karşılığında alınan ücret vb. bireyin yaşam doyumu düzeyini etkilemektedir (Diener, 1984). Sonuç olarak iş hayatından elde edilen doyumun yaşam doyumu düzeyi üzerinde etkisi vardır (Keser, 2005).

Campbell, Converse ve Rodgers (1976) tarafından bireylerin çalışma durumu değişkenine göre mutlu olma seviyelerini incelemişler ve bunun sonucunda herhangi bir işe sahip olanların işsizlere göre daha mutlu olduklarını saptamışlardır (Yetim, 1991).

Turizm sektörü çalışanı olan 406 kişiden oluşan grup üzerinde bir araştırma yapan

Özdevecioğlu ve Ataş (2007), araştırma sonucunda kariyer bağlılığı, örgüt bağlılığı ve mesleki bağlılığın yaşam doyumu düzeyine pozitif yönde etki ettiğini tespit etmişlerdir. Yapılan çalışma sonucuna göre, iş hayatı ile sosyal hayat arasında pozitif bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Bireyin örgüt içi bağlılığı, yaşam doyumu düzeyini pozitif yönde etkilemektedir. Bu anlamda birinden diğerine doğru bir yayılımdan söz etmek mümkündür.

Doğan ve Eryılmaz (2012) tarafından akademisyenler üzerinde yapılan araştırmada, işe dair temel ihtiyaçların karşılanması bireyin iyi oluş düzeyini önemli bir şekilde etkilediği anlaşılmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen verilere bakıldığında işe dair temel psikolojik ihtiyaçları ortaya çıkaran özerk olma, yeterlilik ve ilişki ihtiyacı, kişisel iyi oluştaki varsans oranının %48'ini karşılamaktadır. Çalışma hayatı kişinin yaşam alanları içerisinde oldukça önemli bir parçasını ifade etmektedir.

1978 yılında Flanagan yaşam doyumunu etkileyen faktörleri şu şekilde sıralamıştır:

1. Sosyalleşmek,
2. Başkalarına faydalı olmak,
3. Sinemaya gitme, müzik dinleme vs gibi eğlenceli aktivitelerde bulunmak,
4. Özgüven,
5. Öğrenme sürecinde aktif olmak,
6. Yakın çevre ile olan ilişkiler,
7. Devamlı bir işe sahip olmak,
8. Kendini anlamak,
9. Bir çocuk sahibi olmak ve onu yetiştirmek,
10. Karı koca ilişkisindeki samimiyet olarak tanımlanmaktadır (Gülcan, 2014).

Yaşam doyumunun tanımı ve sınırları hakkında net bir çizgiden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Yapılan araştırmalara bakıldığında bireylerin yaşam doyumlarının çok farklı ölçütlerden etkilendiği görülmektedir. Bu ölçütler bireyin içinde bulunduğu toplumdan topluma ve kişiden kişiye de değişmektedir. Fakat her bir faktörün bireyin yaşam doyumu için oldukça önemli bir konumda yer aldığı görülmektedir (Gülcan, 2014).

2.4.4. Yaşam doyumu ile ilgili kuramsal açıklamalar

Yaşam doyumu ile ilgili kuramlara bakıldığında çoğunlukla mutlu olma ve öznel iyi oluş kavramlarından yola çıkarak kuramlar ortaya konduğu fark edilmiştir. Kuramların öznel iyi oluşu açıklamasının sebebi olarak yaşam doyumunun, öznel iyi oluş kavramının bilişsel boyutunu oluşturması düşünülebilir (Avar Böğrek, 2019).

Yaşam doyumunu açıklamak üzere yaygın olarak kullanılan kuramlar: Bir noktaya erişme (ereksel/ teklik), acı ve haz, aktivite, tavandan tabana ve tabandan tavana, bağ ve yargı kuramları şeklinde sıralanabilir.

Bir noktaya erişme (ereksel/ teklik) kuramı

Bir noktaya erişme (ereksel/ teklik) kuramı açısından birey mutluluğa, belirlediği birtakım amaçlara ulaşarak ve ihtiyaçlarını gidererek ulaşabilir. Yani mutluluk bazı ihtiyaç ve amaçlara bağlıdır (İncekara, 2018). 1960'lı yıllarda Wilson tarafından ortaya konulan söz konusu kurama göre; karşılanmış ihtiyaçlar bireyin mutlu olmasına yol açarken karşılanmamış ihtiyaçlar ise bireyin mutsuzluğuna yol açabilir (Küçükkeskin, 2021).

Acı ve haz kuramı

Acı ve haz kuramına göre, bireyin ihtiyaçlarını gidermesi ve amaçlarına ulaşması hazzı açarken, ihtiyaçlarını giderememesi ve amaçlarına ulaşamaması acıya yol açmaktadır. Acının ortadan kaldırılmasıyla ve amaçlarına ulaşmasıyla mutluluk ve doyum ortaya çıkacaktır (Parıldar, 2020). Ayrıca bireyin acıya ve hazzı sebep olan kaynağa alışmasıyla beraber acının ve hazzın seviyesi de gittikçe düşecektir (İncekara, 2018).

Aktivite kuramı

Bu kurama göre mutluluk, kişinin aktiviteleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Birey kendi seviyesine uygun aktivitelerde bulunursa mutlu olacaktır. Kendi seviyesinin altındaki aktiviteler sıkılmasına yol açarken zor aktiviteler ise kaygılanmasına sebep olacaktır (Yetim, 2001). Aristo bu kuramın ilk temsilcilerinden biridir ve mutluluğun erdemli aktiviteler sonucunda ortaya çıktığını savunmuştur (Küçükkeskin, 2021).

Yapılan birtakım araştırmalarda, aktivite kuramında yer verilen temaların başında, kişinin öz farkındalık düzeyinin yüksekliğinin, mutluluk düzeyini aşağı çektiği gelmektedir. Bu duruma göre sürekli mutlu olmaya çalışmak için uğraşmak anlamsız

olup, bireyin kendisi için önemli aktivitelerde bulunması mutluluğu da beraberinde getirecektir (Diener, 1984).

Tavandan tabana ve tabandan tavana kuramı

Tavandan tabana kuramına göre mutluluk, bireyin evrensel bir niteliğidir ve olaylara karşı yaklaşımını belirlemektedir. Bireyler içinde bulundukları anda acılarını ve zevklerini değerlendirerek mutlu olup olmadıkları sonucuna ulaşırlar (Parıldar, 2020). İnsanların olayları algılayış biçimi farklılık gösterdiği için tavandan tabana bir süreç gerekmektedir (İncekara, 2018). Tavandan tabana kuramına göre bireyin, yaşadığı olaylara karşı takındığı tavır mutluluk algısını etkilemektedir. Tabandan tavana kuramına göre ise birey elde ettiği küçük mutlulukların toplamı ile mutluluğu yakalar (Diener, 1984).

Tavandan tabana modelinde bireylerin karakterleri ve duygusal durumları yaşam memnuniyetleri üzerinde doğrudan etki ettiği belirtilmektedir (Heller, Judge ve Watson, 2002). Tabandan tavana modelinde ise iş tatmini, aile, medeni durum ve finansal durum gibi çeşitli alanlardaki yaşam doyumunun öne çıktığı görülmektedir (Brief, Butcher, George ve Link, 1993).

Bağ kuramı

Bağ kuramında bilişsel boyut ve bellek üzerinde durulmuştur. Bu kurama göre insanlar belleklerinde mutlulukla ilgili bir ağa sahiplerdir ve hayatları boyunca bu ağın içinde büyür gelişirler. Bellekteki bu ağda olumlu yüklemeler varsa olaylara olumlu tepkiler verecek, olumsuz yüklemeler varsa da olumsuz tepkiler verecektir (İncekara, 2018). Yani insanların yaşadıkları olaylara karşı pozitif tepki vermeleri, bu ağları güçlendirerek mutlu olmalarını sağlayacaktır (Diener, 1984).

Bellek ile ilgili yapılan çalışmalarda, mutsuz bireylerin belleğinde yalıtılmış, olumsuz ve sınırlı bir ağın varlığı, mutlu bireylerin belleğinde ise olumlu ve zengin bir ağın varlığı tespit edilmiştir. (Yetim, 2001).

Yargı kuramı

Yargı kuramına göre mutluluk, bireyin kendi durumu ve bazı standartları karşılaştırması sonucu elde edilmektedir (Parıldar, 2020). Bu karşılaştırmada kullanılan standartların özelliği oldukça önemlidir. Birey yaptığı karşılaştırma sonucunda kendinin

daha iyi olduğunu tespit ediyorsa daha çok doyuma ulaşır ve mutlu olur (İncekara, 2018).

2.3.5. Yaşam doyumu ile ilgili yapılan araştırmalar

Zuling ve diğerleri (2005) tarafından 5.021 kişiden oluşan lise öğrencileri üzerinde aile yapısı, demografik değişkenler ve yaşam doyumunun incelendiği bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yaşam doyumu yüksek oranda aile yapısından olumlu yönde etkilenmektedir.

Milevsky ve arkadaşları (2007), 9. ve 11. sınıfta eğitim gören 272 kişilik lise öğrencilerinden oluşan bir grupta depresyon, anne-baba stilleri, özsaygı ve yaşam memnuniyeti düzeyini araştırmak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre anneleri bilinçli olan öğrencilerin yaşam doyumu ve özsaygı düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bulut (2007), 141 okul psikolojik danışmanı üzerinde bir araştırma yapmış ve bu araştırma sonucunda yaşam doyumu ile “olumsuz otomatik düşünce” ve “kaçınma” arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. Aynı zamanda mezun oldukları üniversiteden edindikleri bilgi ve beceriyi yeterli gören psikolojik danışmanların yaşam doyumu ve problem çözme düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Bilge ve diğerleri (2009), aile mahkemelerinde çalışan 89 kişiden oluşan pedagog ve psikolog üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda yaşam doyumu ve meslek doyumu düzeyleri arasında yüksek ve belirgin bir ilişkinin oldu tespit edilmiştir. Bunun yanında erkek çalışanların kadın çalışanlara kıyasla sosyo-ekonomik durumunu orta ve yüksek düzeyde görenlerin düşük görenlere oranla yaşam doyumu düzeylerinin daha yüksek olduğu, pedagogların psikologlara oranla daha yüksek düzeyde bir mesleki doyuma sahip oldukları sonucu saptanmıştır.

Üstün yetenekli öğrencilerde, yaratıcılık ve duygusal zeka düzeyinin yaşam doyumu üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığını tespit etmek için Koçak ve İçmenoğlu (2012) tarafından bir çalışma yapılmıştır. 225 üstün yetenekli öğrenciden oluşan araştırma grubundan elde edilen verilere göre duygusal zeka ile yaşam doyumu düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanırken, yaratıcılık ile yaşam doyumu düzeyi arasında negatif yönde bir ilişki saptanmıştır. Bu durumun sebebi ise üstün yetenekli öğrencilerden yüksek beklenti içinde olunması yaşam doyumu düzeylerini aşağı doğru çekmesidir.

Akkaya (2020), yaptığı bir araştırmada Kadınlar Basketbol Süper Ligi'nde bulunan 13 spor kulübünde basketbol oynayan 135 kişiden oluşan bir grup üzerinde duygusal sermaye ile yaşam doyumu ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre iş doyumu üzerinde duygusal sermaye alt boyutları içerisinde kendine güvenin; yaşam doyumu üzerinde ise kişisel farkındalık ve öz yönetimin pozitif yönde önemli etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

2.5. Sorunlu Çevrimiçi Alışveriş ve Yaşam Doyumu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Silvera, Lavack ve Kropp (2008) tarafından 277 kişilik grup üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada yaşam doyumunun bağımlılık oluşturan bir satın alma sürecinde önemli bir öngörücü olduğu anlaşılmıştır. Daha sonra bu ilişki üzerinde Xiao ve Kim (2009) de inceleme yapmış ve yaşam doyumu ile sorunlu alışveriş davranışı arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu doğrulamıştır. Benzer biçimde Otero-Lopez, Pol, Bolano ve Marino (2010) da yaptıkları çalışmada yaşam doyumunun sorunlu alışveriş davranışı üzerinde arabulucu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bakımdan elde edilen sonuçlar yaşama karşı memnun olmama durumunun işlevsel olmayan birtakım davranışlara sebep olduğu bilgisiyle uyusmaktadır (Sirgy, 1998). Bununla beraber Martin ve Paul- Hill (2012) gibi yaşam doyumu ile tüketime yönelik davranışlar arasındaki ilişkiyi destekleyen sonuçlar elde edemeyen araştırmacılar da mevcuttur.

Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan tek deneysel araştırma Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yaşam doyumu ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı arasında bir ilişki olduğu düşünülmüş ancak araştırma sonucunda bu hipotez net bir şekilde doğrulanamamıştır.

Yeşil vd. (2022) tarafından Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu üzerindeki etkilerinin incelendiği bir araştırma yapılmıştır. Çalışmaya İnönü Üniversitesinde eğitim gören 384 öğrenci dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu düzeyini yalnızca problem, çatışma ve nüks alt alanları bakımından negatif yönde etkilediği saptanmıştır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yapıldığı örneklem, araştırma modeli, veri toplama araçları ve araştırmada kullanılan istatistiksel yöntemler ele alınacaktır.

3.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini tesadüfi bir şekilde seçilmiş gönüllü Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencileri oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmada Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve yaşam doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin yanında çevrimiçi alışveriş bağımlılığının yaş, çocuk sayısı, gelir düzeyi, kredi kartı kullanımı, internette geçirilen süre gibi değişkenlere bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılacaktır. Bu araştırmanın yapılması için tarama modelleri içerisinde ilişkiyi tarama yöntemi kullanılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi, iki veya daha fazla değişken arasındaki birlikte değişimin var olup olmadığını ve niceliğini belirlemek için kullanılan bir yöntemdir. Buna bağlı olarak ilişkiyi tarama yönteminin söz konusu araştırmaya uygun olduğu düşünülmüştür.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın katılımcılarına Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu, Sosyodemografik Veri Formu, KÇSA ve YDÖ verilmiştir. Araştırma gönüllülük esasına bağlı olarak çalışmaya katılan bireyler üzerinde, çevrimiçi ortamda Google Formlar platformu üzerinden uygulanan anket ve yüzyüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu

Araştırmada bu form kullanılarak katılımcılara araştırmanın konusu ve amacı, araştırmaya katılmanın olası yararları, kişisel bilgilerin nasıl kullanılacağı kısaca açıklanmıştır.

Sosyo- Demografik Veri Formu

Sosyo- demografik veri formu katılımcıların yaş, medeni durum, gelir düzeyi, kredi kartı kullanımı, internette geçirilen süre gibi bilgilerine ulaşmak için araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)

Andreassen ve arkadaşları tarafından 2016 yılında geliştirilen Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği Bozdağ ve Yalçınkaya-Alkar (2018) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Orijinal ölçek maddelerine çevrimiçi ifadesi eklenerek çevrimiçi bağlamda kompulsif alışveriş davranışının ölçülmesi amaçlanmıştır. 5'li Likert (0 - Tamamen Katılmıyorum, 4- Tamamen Katılıyorum) tipinde olan ölçek 28 maddeden oluşmaktadır. Orijinal ölçek formunda Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı .87 bulunurken Türkçe'ye uyarlanan formda .95 olarak bulunmuştur. Ölçek 5 alt ölçekten meydana gelmektedir. (Problem-çatışma-nüks, düşünce ile meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme ve tolerans) Ölçeğin puanlanması sonucunda elde edilen yüksek puanlar kişilerin çevrimiçi kompulsif alışveriş bozukluğu seviyesinin arttığını göstermektedir. Ölçekten elde edilen en yüksek puan 112, en düşük puan ise 0'dır.

Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)

Diener, Emmons, Larsen ve Griffin tarafından Yaşam Doyumunu ölçmek amacıyla geliştirilmiş, tek boyutlu, 5'li likert türünde (1 - Hiç Katılmıyorum, 5 - Tamamen Katılıyorum) olan ölçek 5 maddeden oluşmaktadır. Ölçek Dağlı ve Baysal (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış, geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmıştır. Orijinal ölçeğin Cronbach Alpha değeri .87 ve ölçüt geçerliği 0,82 olarak bulunurken Türkçe uyarlamasının Cronbach Alpha değeri .88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin puanlandırılması “Hiç katılmıyorum (1), Çok az katılıyorum (2), Orta düzeyde katılıyorum (3), Büyük oranda katılıyorum (4) ve Tamamen katılıyorum (5)” şeklinde yapılmaktadır. Puanlama sonucunda elde edilen yüksek puanlar yüksek düzeyde yaşam doyumunu ifade ederken düşük puanlar ise düşük düzeyde yaşam doyumunu ifade etmektedir. Ölçekten elde edilen en yüksek puan 25, en düşük puan ise 5'tir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda toplanan veriler SPSS Statistics 22 programı ile analize tabii tutulmuştur. Verilerin analizinde kullanılacak testlerin belirlenmesi için elde edilen verilerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek için araştırma katılımcılarının

KÇSA ve YDÖ'den aldıkları puanların Kolmogorov-Smirnov değerlerine ve çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarına bakılmıştır.

Araştırmada toplanan veriler normal dağılım göstermediği için parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Katılımcıların elde ettikleri puanların çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini aynı zamanda değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için bağımsız gruplarda kullanılan t-testinin parametrik olmayan karşılığı Mann-Whitney U testi ve bağımsız gruplarda tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan karşılığı Kruskal Wallis H testi ve Spearman Sıra Farkları Korelasyon analizleri yapılmıştır.



4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde kullanılan ölçeklerle toplanan verilere yönelik bulgulara, tablolar ve açıklamalarıyla birlikte yer verilmiştir.

Tablo 4. 1: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ve YDÖ'den aldıkları puanlara dair normallik testleri

Ölçek	$\bar{x}$	Ss	Medyan	Kolmogorov-Smirnov	Çarpıklık	Basıklık
KÇSA	20,11	20,88	11,50	0.00	1,34	1,3
YDÖ	15,52	4,19	16	0.04	-0,22	-0,39

Sürekli değişkene ait verilerde normallik değerlendirilirken birçok yöntem kullanılabilmektedir. Bunlardan biri Kolmogorov- Smirnov ve Shapiro Wilk testleridir. Örneklem büyüklüğünün 50'den fazla olduğu gruplarda Kolmogorov- Smirnov testi, örneklem büyüklüğünün 50'den küçük olduğu gruplarda ise Shapiro Wilk testi kullanılmaktadır. Kolmogorov- Smirnov testine göre dağılımın normal çıkması için anlamlılık değerinin (p) 0,05'den büyük çıkması yani sonucun anlamlı çıkmaması beklenmektedir. Dağılımın normalliğinin değerlendirilmesinde kullanılan bir başka yöntem ise çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakmaktır. Dağılımın normal olması için çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 aralığında olması gerekir (Uysal ve Kılıç, 2021).

Tablo 4.1'e bakıldığında katılımcıların KÇSA'dan aldıkları puanların Kolmogorov Smirnov değerinin 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının ise -1 ile 1 arasında olmadığı görülmektedir. YDÖ'den aldıkları puanların Kolmogorov- Smirnov değerlerinin ise aynı şekilde 0.05'ten küçük olduğu yani normal dağılmadığı görülmektedir. Fakat çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 arasında olduğu görülmektedir.

Katılımcıların elde ettikleri puanların çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini aynı zamanda değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için bağımsız gruplarda kullanılan t-testinin parametrik olmayan karşılığı Mann- Whitney U testi ve bağımsız gruplarda Tek Yönlü Varyans analizinin parametrik olmayan karşılığı Kruskal Wallis H testi ve Spearman Sıra Farkları Korelasyon analizleri kullanılmıştır.

Tablo 4. 2: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sosyo- demografik verilerine ait frekans ve yüzde dağılımı

Değişkenler		n	%
Medeni Durum	Evli	37	24,7
	Bekar	113	75,3
	Toplam	150	100
Yaş	18-23 yaş	57	38
	24-29 yaş	56	37,3
	30>	37	24,7
	Toplam	150	100
Çocuk Sayısı	0	119	79,3
	1	13	8,7
	2	13	8,7
	3	4	2,7
	4 ve daha fazla	1	0,7
	Toplam	150	100
Çalışma Durumu	Çalışıyor	66	44
	Çalışmıyor	84	56
	Toplam	150	100
Gelir Durumu	0-4500	71	47,3
	4500-10.000	36	24
	10.000-20.000	34	22,7
	20.000 ve üstü	9	6
	Toplam	150	100
Kredi Kartı Kullanımı	Kullanmıyorum	40	26,7
	Kullanıyorum- 1 kredi kartım var	70	46,7
	Kullanıyorum- 1'den fazla kredi kartım var	40	26,7
	Toplam	150	100
Kiminle Yaşıyor	Yalnız	22	14,7
	Aile	114	76
	Arkadaş	14	9,3
	Toplam	150	100
	İnternette Alışveriş Yapma Sıklığı	Günlük	7
Haftalık		27	18
Aylık		53	35,3
Birkaç ayda bir		51	34
Yılda birkaç kez		12	8
Toplam		150	100
İnternette Geçirilen Süre		1 saatten az	2
	1-2 saat	16	10,7
	3-4 saat	67	44,7
	5-6 saat	39	26
	6 saatten fazla	26	17,3
	Toplam	150	100
Ailede Biriktirme Hastalığı	Yok	125	83,3
	Var (bende)	5	3,3
	Var (anne-baba-kardeş-eş)	20	13,3
	Toplam	150	100
Ailede Alışveriş Sorunu	Yok	117	78
	Var (bende)	10	6,7
	Var (anne-baba-kardeş-eş)	23	15,3
	Toplam	150	100

Tablo 4.2'e göre araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesinde okuyan kadın öğrencilerin %75,3'ü bekar ve %24,7'si evli; % 38'inin yaşı 18-23 yaş arasında, %37,3'ünün yaşı 24-29 yaş arasında ve %24,7'sinin 30 yaş ve üstündedir (ortanca=25, en küçük=19, en büyük=53). Katılımcıların %79,3'ünün çocuğu yokken %8,7'sinin 1, diğer %8,7'sinin 2, %2,7'sinin 3, %0,7'sinin 4 ve daha fazla çocuğu vardır.

Katılımcıların %44'ü çalışırken, %56'sı çalışmamakta; %47,3'ünün aylık geliri 0-4500 TL arasında, %24'ünün 4500-10.000 TL arasında, %22,7'sinin 10.000-20.000 TL arasında ve %6'sının 20.000 TL ve üstündedir. Katılımcıların %26,7'si kredi kartı kullanmazken, %46,7'si bir kredi kartına, %26,7'si ise birden fazla kredi kartına sahiptir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %76'sı ailesiyle, %14,7'si yalnız, %9,3'ü arkadaşlarıyla yaşamaktadır. Katılımcıların %35,3'ü aylık, %34'ü birkaç ayda bir, %18'i haftalık, %8'i yılda birkaç kez, %4,7'si ise internetten günlük alışveriş yapmaktadır.

Katılımcıların %44,7'si internette 3-4 saat vakit geçirirken %26'sı 5-6 saat, %17,3'ü 6 saatten fazla vakit geçirmektedir. Katılımcıların %13,3'ü aile üyelerinden birinde biriktirme hastalığı olduğunu belirtirken, %3,3'ü kendisinde biriktirme hastalığı olduğunu belirtmektedir. %15,3'ünün aile üyelerinin birinde alışveriş sorunu varken, %6,7'sinin kendisinde alışveriş sorunu vardır. Ayrıntılara Tablo 4.2'de yer verilmiştir.

Tablo 4. 3: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin YDÖ ve KÇSA ölçeği toplam ve alt boyutlarına ait ortalama ve standart sapma değerleri

Boyutlar	N	$\bar{x}$	Ss
YDÖ Toplam	150	15,52	4,19
KÇSA Toplam	150	20,11	20,88
Problem-Çatışma-Nüks	150	0,3	0,56
Düşünceyle Meşgul Olma	150	1,27	1,04
Duygu Düzenleme	150	1,14	1,16
Geri Çekilme	150	0,85	1,1
Tolerans	150	0,81	0,96

Tablo 4.3 incelendiğinde araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin YDÖ'den aldıkları puanların aritmetik ortalaması 15,52 (Ss: 4,19), KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların aritmetik ortalaması ise 20,11 (Ss: 20,88)'dir.

KÇSA ölçeğinin “Problem- Çatışma- Nüks” alt boyutunun aritmetik ortalaması 0,3 (Ss: 0,56), “Düşünceyle Meşgul Olma” alt boyutunun 1,27 (Ss: 1,04), “Duygu Düzenleme” alt boyutunun 1,14 (Ss: 1,16), “Geri Çekilme” alt boyutunun 0,85 (Ss:1,1), “Tolerans” alt boyutunun aritmetik ortalaması ise 0,81 (Ss: 0,96)’dir.

Tablo 4. 4: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Grup	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	Z	p
KÇSA	Evli	37	65,50	2423,50	1720,50	-1,614	0,106
	Bekar	113	78,77	8901,50			

Tablo 4.4 incelendiğinde 150 kişiden oluşan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin medeni durum değişkenine göre KÇSA ölçeğinden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığına incelemek için Mann-Whitney U Testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda evli katılımcıların ölçekten aldıkları puanlar ile bekar katılımcıların aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. [$U_{(150)} = 1720,50$, $p > 0,05$].

Tablo 4. 5: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının yaş değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ortalaması	X ²	sd	p	Anlamlı Farklılık
KÇSA	18-23 Yaş	57	81,74				18-23 Yaş- 30>
Toplam	24-29 Yaş	56	80,61	7,853	2	0,02*	24-29 Yaş- 30>
	30>	37	58,16				

* $p < 0,05$

Katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamak için Kruskal Wallis H Testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda KÇSA ölçeğinden alınan puanların gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir [$X^2_{(2)} = 7,853$, $p < 0,05$]. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Mann-Whitney U testi sonucunda 18-23 yaş ile 30 yaş> ve 24-29 yaş ile 30> gruplar arasında olduğu tespit edilmiştir. Yaşı 18-23 yaş arasında olan katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların, 30 ve üzeri yaş arasında olan katılımcıların aldıkları puanlardan istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir. Aynı şekilde 24-29 yaş arasında olan

katılımcıların aldıkları puanlar, 30 yaş ve üzeri katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir ($p < 0,05$).

Tablo 4.6: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının çocuk sayısı değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ortalaması	X ²	sd	p
KÇSA Toplam	0	119	79,14	5,097	4	0,278
	1	13	68			
	2	13	56,73			
	3	4	64,25			
	4 ve daha fazla	1	28,50			

Tablo 4.6 incelendiğinde araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların çocuk sayısı değişkenine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır [$X^2_{(4)} = 5,097$, $p > 0,05$].

Tablo 4.7: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının çalışma durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	Z	p
KÇSA Toplam	Çalışıyor	66	74,86	4940,50	2729,50	-0,161	0,872
	Çalışmıyor	84	76,01	6384,50			

Tablo 4.7'ye bakıldığında araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların çalışma durumu değişkenine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanamadığı görülmektedir [$U_{(150)} = 2729,50$, $p > 0,05$].

Tablo 4. 8: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının gelir durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	N	Sıra Ortalaması	X ²	sd	P
KÇSA	0-4500 TL	71	77,01	2,487	3	0,478
	4500-10.000	36	81,92			

Toplam	10.000-20.000	34	66,10
	20.000 ve üstü	9	73,39

Tablo 4.8 incelendiğinde katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların gelir durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir [$X^2_{(3)} = 2,487$, $p > 0,05$].

Tablo 4.9: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinin kredi kartı kullanımı değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ortalaması	X^2	sd	p
	Kullanmıyorum	40	66,21			
KÇSA Toplam	Kullanıyorum- 1 Kredi kartım var	70	76,33	3,160	2	0,206
	Kullanıyorum- 1'den fazla kredi kartım var	40	83,34			

Tablo 4.9'a bakıldığında katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların kredi kartı kullanımına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir [$X^2_{(2)} = 3,160$, $p > 0,05$].

Tablo 4. 10: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının kiminle yaşadıkları değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ortalaması	X^2	sd	p	Anlamlı Farklılık
	Yalnız	22	93,61				
KÇSA Toplam	Aile	114	74,53	7,030	2	0,03*	Yalnız- arkadaş
	Arkadaş	14	54,93				

* $p < 0,05$

Tablo 4.10 incelediğinde araştırmanın katılımcılarının kiminle yaşadıklarına göre KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların gruplar arasında anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir [$X^2_{(2)} = 7,030$, $p < 0,05$]. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla yapılan çoklu karşılaştırmada yalnız ve arkadaşlarıyla yaşayan gruplar arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yalnız yaşayan katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanlar, arkadaşlarıyla yaşayan katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir ($p < 0,05$).

Tablo 4.11: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının internette geçirilen süreye göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	N	Sıra Ortalaması	X ²	sd	p	Anlamlı Farklılık
	1 saatten az	2	63,75				1-2 saat- 3-4 saat
	1-2 saat	16	43,41				1-2 saat- 5-6 saat
KÇSA Toplam	3-4 saat	67	74,15	20,982	4	0,000*	1-2 saat- 6 saatten fazla
	5-6 saat	39	72,10				3-4 saat- 6 saatten fazla
	6 saatten fazla	26	104,73				5-6 saat- 6 saatten fazla

*p<0,05

Araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların internette geçirilen süreye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır [$X^2_{(4)} = 20,982$, $p < 0,05$]. Söz konusu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonucunda internette 1-2 saat vakit geçiren grup ile 3-4 saat vakit geçiren, 5-6 saat vakit geçiren ve 6 saatten fazla vakit geçiren grup arasında; 3-4 saat vakit geçiren grup ile 6 saatten fazla vakit geçiren grup arasında; 5-6 saat vakit geçiren grup ile 6 saatten fazla vakit geçiren grup arasında olduğu anlaşılmıştır. İnternette 6 saatten fazla vakit geçiren katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanlar; 1-2 saat, 3-4 saat ve 5-6 saat vakit geçiren katılımcıların aldıkları puanlardan istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir. Bunun yanında 5-6 saat vakit geçiren katılımcıların puanları, 1-2 saat vakit geçiren katılımcıların puanlarından; 3-4 saat vakit geçiren katılımcıların puanları yine 1-2 saat vakit geçiren katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir ($p < 0,05$).

Tablo 4.12: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının internette alışveriş yapma sıklığına göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	N	Sıra Ortalaması	X ²	sd	p	Anlamlı Farklılık
	Günlük	7	93,50				Günlük- Birkaç ayda bir
	Haftalık	27	113,87				Günlük- Yılda birkaç kez
KÇSA Toplam	Aylık	53	89,04	58,152	4	0,000*	Haftalık- Aylık
	Birkaç ayda bir	51	48,25				Haftalık- Birkaç ayda bir Haftalık- Yılda birkaç

*p<0,05

Tablo 4.12 incelendiğinde katılımcıların KÇSA ölçeği puanlarının internetten alışveriş yapma sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir [$X^2_{(4)} = 58,152$, $p < 0,05$]. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucunda, günlük alışveriş yapan grup ile birkaç ayda bir ve yılda birkaç kez alışveriş yapan; haftalık alışveriş yapan grup ile aylık, birkaç ayda bir ve yılda birkaç kez alışveriş yapan; aylık alışveriş yapan grup ile birkaç ayda bir ve yılda birkaç kez alışveriş yapan grup arasında olduğu anlaşılmıştır. Günlük ve aylık alışveriş yapan grupların KÇSA ölçeğinden aldığı puanlar; birkaç ayda bir ve yılda birkaç kez alışveriş yapan grupların aldığı puanlardan istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir. Haftalık alışveriş yapan grubun puanları ise aylık, birkaç ayda bir ve yılda birkaç kez alışveriş yapan grupların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir ($p < 0,05$).

Tablo 4.13: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının ailede alışveriş sorunu olma değişkenine göre karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	Sıra Ortalaması	X^2	sd	P	Anlamlı Farklılık
	Yok	117	70,38				
KÇSA Toplam	Var (bende)	10	110,30	9,498	2	0,009*	Yok- (bende) var
	Var (anne, baba, eş veya kardeş)	23	86,39				

*p<0.05

Tablo 4.13 incelendiğinde katılımcıların KÇSA ölçeği puanlarının ailede alışveriş sorunu olma durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür [$X^2_{(4)} = 9,498$, $p < 0,05$]. Yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucunda bu farklılığın ailesinde alışveriş sorunu olmayan grup ile kendisinde alışveriş sorunu olan grup arasında olduğu anlaşılmıştır. Kendisinde alışveriş sorunu olan katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldığı puanlar ailesinde alışveriş sorunu olmayan katılımcıların aldığı puanlardan istatistiksel olarak anlamlı ve yüksektir ($p < 0,05$).

Tablo 4. 14: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği puanlarının ailede biriktirme sorunu olma değişkenine göre karşılaştırılması

n	Sıra
---	------

Puan	Gruplar		Ortalaması	X ²	sd	p
	Yok	125	72,31			
KÇSA Toplam	Var (bende)	5	105,00	4,654	2	0,098
	Var (anne, baba, eş veya kardeş)	20	88,05			

Tablo 4.14 incelediğinde araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların ailede biriktirme sorunu olup olmama durumuna göre karşılaştırıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık saptanamadığı görülmektedir [$X^2_{(2)} = 4,654$, $p > 0,05$].

Tablo 4. 15: Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin KÇSA ölçeği toplam ve alt boyutları puanları ile YDÖ puanı arasındaki Spearman sıra farkları korelasyon analizi

		YDÖ Puanı
Problem-Çatışma-Nüks Alt Boyut Puanı	r_s	-0,255*
	p	0,002
	n	150
Düşünceyle Meşgul Olma Alt Boyut Puanı	r_s	-0,277*
	P	0,001
	n	150
Duygu Düzenleme Alt Boyut Puanı	r_s	-0,327*
	p	0,000
	n	150
Geri Çekilme Alt Boyut Puanı	r_s	-0,273*
	p	0,001
	n	150
Tolerans Alt Boyut Puanı	r_s	-0,226*
	p	0,006
	n	150
KÇSA Toplam Puanı	r_s	-0,322*
	p	0,000
	n	150

* $p < 0,05$

r_s = Spearman korelasyon katsayısı

Araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi öğrencilerinin “KÇSA” ölçeği toplam puan ve alt boyutları ile “YDÖ” puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Spearman Sıra Farkları Korelasyon analizi sonuçlarına göre “KÇSA” toplam puanı ile “YDÖ” puanı arasında negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($r_s = -0,322$, $p < 0,05$). Aynı zamanda “YDÖ” ve “KÇSA” ölçeğinin tüm alt boyutları arasında da negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır. YDÖ puanı ile “Problem- Çatışma- Nüks” alt boyutu ve “Tolerans” alt boyutu arasındaki ilişki çok zayıf düzeydeyken diğer alt boyutlarıyla zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Ayrıntılara Tablo 4.15’de yer verilmiştir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinde sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve bu davranışın başta yaşam doyumu olmak üzere çeşitli değişkenlerle aralarındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini gönüllü Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencileri oluşturmaktadır. Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara bu bölümde yer verilmiştir. Araştırma sonuçları yorumlanmış ve literatürde bu alanda yapılmış çalışmalar araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılmıştır.

Elde edilen verilere göre Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeğinden (KÇSA) aldıkları puanların ortalaması 20,11 (Ss: 20,88) iken, Yaşam Doyumu Ölçeğinden (YDÖ) aldıkları puanların ortalaması ise 15,52 (Ss: 4,19)'dir. Gündoğar, Gül, Uskun ve Keçeci (2007) tarafından üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu yordayan değişkenlerin incelendiği bir çalışmada kadın katılımcıların YDÖ'den aldıkları puanların ortalaması 21,7 (Ss: 6,3) olarak hesaplanmıştır. Mevcut çalışmada katılımcıların YDÖ puanı ortalamalarının bu çalışmaya göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bozdağ Türker (2019) tarafından yapılan "Parayla Saadet Olur Mu?: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışıyla İlgili Değişkenlerin İncelenmesi ve Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin Türkçe Uyarlanması" adlı çalışmada ise katılımcıların KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması 14,22 (Ss: 14,96), YDÖ ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması ise 21,40 (Ss: 6,83) olarak hesaplanmıştır. Bu çalışma ile mevcut çalışma karşılaştırıldığında, araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi öğrencilerinin KÇSA ölçeğinden aldıkları puanların ortalamasının daha yüksek, YDÖ puanlarının ortalamasının ise daha düşük olduğu görülmektedir. Yani katılımcıların kompulsif çevrimiçi alışveriş davranışı düzeyleri daha yüksek çıkarken yaşam doyumu düzeyleri daha düşük çıkmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre medeni durum değişkenine bakıldığında evli Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışlarının bekar olanlara göre herhangi bir farklılık göstermediği görülmektedir. Sharif ve Khanekharab (2017) yaptıkları çalışmada bekarların evlilere göre daha çok kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulundukları görülmüştür. Bu sonuç yapılan araştırma sonucunu desteklememektedir. Otero- Lopez ve Villardefrancos (2014) yaptıkları çalışmada geleneksel kompulsif satın alma davranışı ile medeni durum değişkeni arasında bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bozdağ Türker

(2019) tarafından yapılan araştırmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile medeni durum değişkeni arasında bir ilişki saptanamamıştır. Bu sonuçlar araştırma sonucunu desteklemektedir. Araştırmaya katılan bekarların sayısının evlilere göre daha çok olması araştırma sonucunda anlamlı farkın saptanamamasına sebep olmuş olabilir. Bu nedenle medeni durumları eşit dağılmış katılımcılar arasında çalışmanın tekrar edilmesi önemli olabilir.

Araştırmada ele alınan bir başka demografik değişken yaştır. Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı düzeyleri ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır. 18-23 yaş aralığında bulunan katılımcıların ve 24-29 yaş aralığında bulunan katılımcıların puanları, 30 yaş ve üzeri katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve yüksek bulunmuştur. Bunun sebebinin gençlerin çevrimiçi ortamda daha çok vakit geçirmeleriyle çevrimiçi alışveriş davranışlarının da artması olarak düşünölebilir. Nitekim internet kullanımı ile yaş, cinsiyet, medeni durum gibi değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen birtakım araştırmalarda gençlerin yetişkinlere göre internette daha çok vakit geçirdikleri ve daha çok internet bağımlısı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. (Young, 1998; Servidio, 2014; Ferraro, Caci, D'amico ve Blasi, 2006). Aynı zamanda Yakın ve Aytekin (2019) tarafından yapılan çalışmada da genç yaştaki bireylerin internet bağımlısı olma olasılıklarının yetişkinlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir başka açıdan bakılacak olursa yetişkin bireylerin çevrimiçi alışverişe yönelik ön yargılı bir tutuma sahip olmaları çevrimiçi alışveriş yapmalarına engel olduğu veya gençlere göre daha az yapmalarına neden olduğu düşünölebilir. Nitekim Armağan ve Temel (2018), yaptıkları çalışmada yaşın artmasıyla beraber çevrimiçi alışveriş davranışına yönelik negatif düşöncelerin de arttığı ve buna bağlı olarak gençlerin çevrimiçi alışverişe daha yatkın olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bozyel (2020) yaptığı çalışmada çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğunu ve bu farklılığın en fazla 20-36 yaş arasındaki beyaz yakalı kadın çalışanlar ile 36 yaş üzeri beyaz yakalı kadınlar arasında olduğunu saptamıştır. 20-36 yaş arasındaki katılımcıların çevrimiçi alışveriş bağımlılığı düzeylerinin 36 yaş üzeri katılımcılara göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Kökrek (2021) ise koronavirüs korkusu, sosyal aę bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ilişkisini farklı değişkenlere göre incelediği çalışmasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının “düşönceyle meşgul olma” açısından yaş

değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ve bu farklılığın 18-24 yaş arasındaki katılımcılar ile 39-52 yaş arasındaki katılımcılar arasında olduğunu tespit etmiştir. Bu durumda 18-24 yaş arasındaki katılımcıların düşünceyle meşgul olma düzeyleri 39-52 yaş arasındaki katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur. Aynı şekilde “tolerans” açısından da yaş değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Buna göre 18-24 yaş arasındaki katılımcıların 39-45 yaş arasındaki katılımcılara göre tolerans düzeyleri daha yüksektir.

Topçuoğlu (2022) tarafından yapılan bir çalışmada yaş değişkenine göre dürtüsellik düzeyleri incelenmiş ve 30 yaş altındaki katılımcıların, 30 yaş üstündeki katılımcılara göre dürtüsellik düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde dürtüsellik ve sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışının birbiriyle ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar mevcuttur. Örneğin Flight ve Scherler (2013) tarafından yapılan çalışmada sorunlu alışveriş davranışı ile dürtüsellik arasında pozitif bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Bozdağ Türker (2019) tarafından yapılan çalışmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile dürtüsellik arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yani bireylerde dürtüsellik düzeyi yükseldikçe sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı da artmaktadır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında genç bireylerin dürtüsellik düzeyleri yetişkin bireylere göre daha yüksek olabileceğinden, sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı açısından risk altında oldukları söylenebilir.

Araştırmaya dahil edilen bir başka sosyo-demografik değişken çocuk sayısıdır. Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı düzeyleri çocuk sayısı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. Alanyazın incelendiğinde sorunlu çevrimiçi satın alma davranışı ile çocuk sayısı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma bulunamadığı için çocuk sayısı ile geleneksel satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara bakılmıştır. Aydın (2019) ve Ayazoğlu (2019) yaptıkları çalışmalarda alışveriş bağımlılığı ile çocuk sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Bu sonuçlar araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Ancak araştırmanın genç ve üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış olması ve dolayısıyla katılımcıların yarıdan fazlasının çocuk sahibi olmaması anlamlı bir farkın bulunamamasında etkili olmuş olabilir. Bu nedenle farklı yaş gruplarında çocuk sayısı eşit dağılmış katılımcılar arasında araştırma tekrar edilebilir.

Araştırmaya dahil edilen bir başka sosyo-demografik değişken çalışma durumudur. Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışları, çalışma durumları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bunun sebebi öğrencilerin çoğunun çalışmaması olabilir. Kaderli, Armağan ve Küçükakbak (2017), Y kuşağının kompulsif satın alma davranışını etkileyen faktörleri inceledikleri bir araştırma yapmışlar ve bu araştırma sonucunda katılımcıların çalışma durumlarına göre kompulsif satın alma davranışlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılığın bulunmadığını tespit etmişlerdir. Kükrek (2021) yaptığı çalışmada internetten alışveriş bağımlılığında mesleklere göre anlamlı farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve gelir durumları arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Alanyazın incelendiğinde gelir durumu ile sorunlu alışveriş davranışı arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalarda çelişkili sonuçlar bulunmuştur. D'Astous (1990) tarafından yapılan bir çalışmada orta gelire sahip kişilerin diğer gelir grubundaki kişilere göre daha çok sorunlu alışveriş davranışı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Black (2001), sorunlu alışveriş davranışına sahip kişilerin birçoğunun ortalamanın altında gelire sahip olduğunu belirtmiştir. Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016), yaptıkları çalışmada sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Günüş ve Keskin (2016) ise yaptıkları çalışmada her gelir türüne sahip katılımcıların çevrimiçi alışverişe ayırdıkları günlük sürenin benzer olduğunu ve gelir durumu ile alışverişe ayrılan sürenin farklılaşmaya sebep olmadığını saptamışlardır. Armağan ve Temel (2018), Marangoz, Özkoç ve Aydın (2019) yaptıkları çalışmalarda gelir düzeyi ve çevrimiçi alışveriş davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Gelir arttıkça çevrimiçi alışveriş davranışının da arttığını saptamışlardır.

Alanyazında yer alan araştırmaların çoğunda elde edilen bulgulara göre gelir durumunun alışveriş bağımlılığı üzerinde farklılık oluşturduğu sonucu yer almaktadır. Ancak mevcut çalışmada olduğu gibi gelir durumunun farklılaşmalara sebep olmadığı sonucuna ulaşan araştırmalar da vardır. Bu sonuçlara bakıldığında gelir düzeyi fark etmeksizin her gelir düzeyine göre internetten bir şeyler alınabileceği, yani gelir düzeyine göre alınan şeyler farklılık gösterse bile sonuç olarak alışveriş yapma oranının benzer olabileceği düşünülebilir. Ayrıca mevcut çalışmada gelir durumu ile sorunlu

alışveriş davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamasının nedeni katılımcılar arasında gelir durumunun eşit dağılmaması yani katılımcıların %47,3'lük kısmının 0-4500 arası gelire sahip olması olabilir. Bu sebeple gelecek çalışmalarda gelir durumu eşit dağılmış katılımcılar arasında araştırma tekrarlanabilir.

Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile kredi kartı kullanımı arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Dittmar (2004), yaptığı çalışmada kompulsif satın alma davranışı ile kişilerin sahip oldukları kredi kartı miktarı arasında bir ilişki tespit edememiştir. Bunun aksine Phau ve Woo (2008), Pirog ve Roberts (2007) yaptıkları çalışmalarda kredi kartı kullanımının kompulsif satın alma davranışı ile ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Arslan (2015) kredi kartı kullanımının kompulsif satın almaya etkisini araştırdığı çalışmasında kredi kartı kullanımının kompulsif satın almaya etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Akkaş (2021) Erzincan Üniversitesi öğrencileri arasında yaptığı çalışmada çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile ödeme yöntemi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğunu ve kredi kartı kullanımının çevrimiçi alışveriş yapmayı ve çevrimiçi alışveriş bağımlılığını arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Keskin (2020), Yıldırım ve Demir (2021), Metin ve Arslan (2022) tarafından yapılan çalışmalarda COVID-19 pandemisiyle beraber kredi kartı kullanımında oldukça önemli bir artış yaşandığına dair bulgular elde edilmiştir. Pandemiyle beraber kredi kartı kullanımının normalleşmesi ve yaygınlaşması kredi kartı kullanımı ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunamamasında etkili olmuş olabilir. Nitekim katılımcıların %73,3'lük kısmı en az bir kredi kartı kullanırken %26,7'si kredi kartı kullanmamaktadır.

Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin kiminle yaşadıklarına göre sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılığın arkadaşlarıyla yaşayan katılımcılar ile yalnız yaşayan katılımcılar arasında olduğu ve yalnız yaşayan katılımcıların sorunlu çevrimiçi alışveriş düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazına bakıldığında yalnızlık ile kompulsif satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını saptayan birtakım araştırmalar mevcuttur (Dittmar, Long ve Bond, 2007; Faber ve Christenson, 1996). Kim, Kim ve Kang (2003) ve Özsungur (2017), yaptıkları çalışmalarda yalnız bireylerin yalnızlık durumunu hafifletmek amacıyla alışveriş yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bozdağ Türker (2019) de yaptığı çalışmada yalnızlık ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. Kontrolsüz bir şekilde alışveriş

yapmak yalnızlığı geçici olarak hafifletmektedir (Murali, Rajashree ve Shaffiulla, 2012). Bu sonuçlardan hareketle yalnız yaşamının sorunlu alışveriş davranışı için risk oluşturduğu söylenebilir. Mevcut çalışmanın katılımcılarının da yalnızlıkla baş etmek veya yalnızlığı hafifletmek amacıyla çevrimiçi alışveriş yaptıkları düşünülebilir.

Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin internette geçirdikleri günlük süre ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. İnternette günlük 6 saatten fazla veya 5-6 saat gibi uzun vakit geçiren katılımcıların, 1-2 saat gibi daha az vakit geçiren katılımcılara göre sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışlarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bir başka ifadeyle sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı gösteren katılımcılar internette 5-6 saat veya daha fazla vakit geçirmektedir. Sharif ve Khanekharab (2017) ve Sharif ve Yeoh (2018), yaptıkları çalışmalarda aşırı internet kullanımının genç yaştaki bireylerde sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına daha çok sebep olduğunu ortaya koymuşlardır. Armağan ve Temel (2018) ise yaptıkları çalışmada internette uzun zaman geçiren katılımcıların kompulsif alışveriş davranışı eğilimlerinin de bununla ilişkili olarak artış gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bozyel (2020) tarafından beyaz yakalı kadın çalışanlar üzerinde yapılan çalışmada da çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile internette geçirilen günlük süre değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve internette geçen süre arttıkça satın alma davranışının da arttığını belirtmiştir. Kükrek (2021) tarafından yapılan çalışmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının dikkat çekme alt boyutunda internette geçirilen süreye göre anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiş ve internette uzun vakit geçiren katılımcıların dikkat çekme düzeylerinin daha az vakit geçiren katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İnternette geçirilen sürenin artmasıyla beraber sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışının artması çeşitli şekillerde yorumlanabilir. Bireylerin internet ortamında uzun süre kalarak alışveriş sitelerinin reklamlarına, cazip fiyat ve çeşitli avantajlarına daha çok maruz kaldıkları ve böylece alışveriş yapmaya yöneldikleri düşünülebilir. Ayrıca internette uzun vakit geçirmenin mi sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına sebep olduğu, yoksa sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışının mı internette uzun vakit geçirmeye sebep olduğu bilinmemektedir. Bu yüzden bireylerin sorunlu alışveriş davranışlarının da internette uzun süre vakit geçirmelerine sebep olabileceği düşünülebilir. Aynı zamanda COVID-19 pandemisiyle beraber bireylerde internet kullanımının oldukça arttığına ve ihtiyaçlarını internet alışverişi ile giderdiklerine dair çalışmalar da mevcuttur (Küçüküçü, 2020; Kükrek, 2021). Bu durum göz önünde

bulundurulduğunda pandemi döneminde bireylerin evde kalmasıyla beraber internette uzun vakit geçirmeleri ve ihtiyaçlarını internet alışverişiyle gidermeleri sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına sebep olabileceği de düşünülebilir.

Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin internetten alışveriş yapma sıklığı ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Günlük, haftalık ve aylık gibi daha sık alışveriş yapan katılımcıların yılda birkaç kez veya birkaç ayda bir alışveriş yapan katılımcılara göre sorunlu çevrimiçi alışveriş düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. İnternette alışveriş sıklığı arttıkça sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı da artmaktadır. Elde edilen bu sonuç oldukça normal kabul edilebilir. Çünkü internette alışveriş yapma sıklığı arttıkça bu durum zamanla sorunlu bir hale dönüşebilir. İnternette alışveriş yapma sıklığının artmasına sebep olarak kampanyalar, maliyet, zaman ve ulaşılabilirlik açısından daha avantajlı olma gibi faktörler sayılabilir.

Çerçi ve Özkaya (2014) yaptıkları araştırmada alışveriş sitelerinde sepete eklenen ürünlerin belli bir süre sepette kalması, daha önce ziyaret edilen alışveriş sitelerinden incelenen ürünlere yönelik bireylere sıkça hatırlatıcı e-posta atılması ve çeşitli puan toplama yöntemleriyle alışverişe teşvik edici yöntemlerin kullanılması sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışını tetiklediğini ortaya koymuşlardır. Bunu önlemek adına bireylerin alışveriş sonrası sepetlerinde kalan ürünleri boşaltmaları faydalı olabilir. Armağan ve Temel (2018), yaptıkları çalışmada bireylerin internette alışveriş yapma sıklığı arttıkça kompulsif çevrimiçi alışveriş eğilimlerinin de arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Bozdağ Türker (2019) tarafından yapılan çalışmada ise internette alışveriş yapma sıklığı ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu ortaya konulmuştur. Bu farklılığın internette sıkça alışveriş yapan bireyler ile nadir ve bazen yapan bireyler arasında olduğu tespit edilmiştir. İnternette sıkça alışveriş yapan bireylerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının daha yüksek düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Bozyel (2020) de çalışmasında çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile internette alışveriş yapma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur.

Mevcut çalışma sonucuna ve diğer çalışma sonuçlarına bakıldığında internette alışveriş yapma sıklığı arttıkça, çevrimiçi alışveriş sitelerinin kişiyi alışveriş yapmaya iten çeşitli yöntemlerine daha çok maruz kaldığı ve alışveriş yapmak bireyin aklından çıkmış olsa dahi yapılan hatırlatıcılarla bireyin tekrar alışverişe itildiği düşünülebilir. Kısacası bireylerin internette alışveriş yapma davranışları ne kadar artarsa söz konusu

davranışın sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına evrilme riski de o kadar artacaktır.

Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin ailede alışveriş sorunu olma değişkeni ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışları arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu farklılığın ailesinde sorunlu alışveriş davranışı olmadığını belirten bireyler ile ailesi içinden kendisinde alışveriş sorunu olduğunu belirten bireyler arasında olduğu görülmektedir. Ailesinde alışveriş sorunu olmadığını belirten bireylerin sorunlu alışveriş davranışı düzeylerinin daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında ailede biriktirme sorunu olup olmama değişkeni ile sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Araştırmanın asıl amacı olan sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile yaşam doyumu düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda araştırmaya katılan Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencilerinin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve yaşam doyumu düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü zayıf bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir ($r_s = -0,322$, $p < 0,05$). Bununla beraber yaşam doyumu ile KÇSA ölçeği “Problem-Çatışma-Nüks”, “Düşünceyle Meşgul Olma”, “Duygu Düzenleme”, “Geri Çekilme” ve “Tolerans” alt boyutları arasında da istatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. “Problem-Çatışma-Nüks” alt boyutu ve “Tolerans” alt boyutu arasındaki ilişki çok zayıf düzeydeyken, diğer alt boyutlarıyla zayıf düzeyde bir ilişki söz konusudur. Elde edilen sonuçlara bakarak yaşam doyumu yüksek olan bireylerin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı düzeyinin düşük olacağı, yaşam doyumu düşük olan bireylerin ise sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı düzeyinin yüksek olabileceği sonucu çıkarılabilir. Bunun sebebi olarak yaşamından yeterince doyum alamayan bireylerin bu açığı çevrimiçi alışveriş yaparak kapatmaya çalıştıkları ve bu durumun kısa vadede bireyi rahatlatılabilirken uzun vadede sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına sebep olabileceği düşünülebilir. Bu açıdan yaşam doyumu düzeyinin düşük olması sorunlu alışveriş davranışı için risk taşıdığı söylenebilir. Ancak bu çalışma korelasyon çalışması olduğu için sebep sonuç ilişkisi ortaya konulamamıştır.

Xiao ve Kim (2009) tarafından yapılan araştırma sonucunda da yaşam doyumu ile çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasında bir ilişkinin varlığı saptanmıştır. Otero- Lopez vd. (2010) yaptıkları çalışmada yaşam doyumunun sorunlu alışveriş davranışı üzerinde arabulucu bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda Sharif ve Khanekharab (2017) tarafından yapılan bir araştırmada çevrimiçi alışveriş bağımlılığı olan kişilerde yaşam doyumunun düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5.1. Sınırlılıklar ve Öneriler

Bu araştırma gönüllü Üsküdar Üniversitesi kadın öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur. Bu durum daha kapsamlı bir genelleme yapma şansını ortadan kaldırmıştır. Aynı araştırma farklı örneklem gruplarında, erkek katılımcılar da dahil edilerek daha geniş kitleler üzerinde tekrarlanabilir. Bu şekilde elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak alanyazına katkıda bulunulabilir.

Araştırmada katılımcıların sosyo- demografik özellikleri eşit dağılım göstermemektedir. Daha sağlıklı sonuçlara ulaşmak adına sosyo- demografik özellikler bakımından dağılımın eşit olduğu örneklem grupları üzerinde araştırma tekrar edilebilir.

Dikkat edilmesi gereken bir başka konu da araştırmada kullanılan ölçeklerin öz bildirime dayalı ölçekler olmasıdır. Bu durum bireylerin sosyal beğenirlik veya çeşitli sebeplerle yanlış cevaplar vermesine neden olmuş olabilir. Bunun önüne geçmek amacıyla katılımcılardan elde edilen cevapların yanında onları yakından tanıyan bir kişiden de bilgi alınıp sonuçlar karşılaştırılabilir. Böylece daha sağlıklı veriler elde edilebilir.

Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ve yaşam doyumunun çeşitli değişkenlerle olan ilişkisi araştırılabilir veya üçüncü değişken olarak farklı bir değişkenin bu iki değişkene olan aracılık ilişkisi araştırılabilir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden yola çıkarak bireylerin çevrimiçi alışveriş davranışını olumsuz etkileyen durumlar hakkında çeşitli çalışmalar yapılabilir. Aynı zamanda internette uzun vakit geçirme ve çevrimiçi alışveriş yapma sıklığı gibi konularda bireylerde farkındalık oluşturulabilir, afiş veya broşür kullanılarak çeşitli tanıtım ve eğitim faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

Çevrimiçi alışveriş yaparken ihtiyaçlarına uygun ürün ve markaları tercih etmeleri, bilinçli tüketici olmaları konusunda ve internet kullanımı konusunda bilinçlendirici eğitim veya seminerler verilebilir. Özellikle yaş olarak risk altında olan gençlere yönelik bu konularda çalışmalar yapılabilir.

Sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışı ile ilgili daha çok araştırma yapılarak sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışının nedenleri ve sonuçları hakkında daha çok bilgi elde edilebilir. Böylece sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına yönelik daha sağlıklı önlemler alınabilir.

Elde edilen verilere korelasyon analizi yapılarak ulaşılmıştır. Korelasyon analizi nedensellik belirtmediği için sorunlu alışveriş davranışı ile ilişkili bulunan değişkenlerin sorunlu çevrimiçi alışveriş davranışına mı, yoksa sorunlu çevrimiçi alışveriş

davranışının mı söz konusu değişkenlere neden olduğu anlaşılmamaktadır. Aralarındaki nedenselliği ortaya koymak amacıyla gelecek çalışmalarda her bir bağımsız değişkene ait kontrol gruplarının yer aldığı deneysel çalışmalar yapılabilir.



KAYNAKLAR

- Acar-Arasan B.Y. (2010). Akademisyenlerde yaşam doyumu iş doyumu ve mesleki tükenmişlik düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Akkaş, İ. (2021). Çevrimiçi (Online) alışveriş bağımlılığı üzerine araştırma: erzincan binali yıldırım üniversitesi örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 8(4), 236-256.
- Akkaya, G. (2020). Kadınlar süper ligi'nde oynayan basketbolcularda duygusal sermayenin iş ve yaşam doyumuna etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. T.C. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Alyanak, B. (2016). İnternet bağımlılığı . *Klinik Tıp Pediatri Dergisi*, 8(5), 20-24.
- Andiç, S. ve Durak Batıgün, A. (2021). DSM-5 tanı ölçütleri temelinde internet bağımlılığı ölçeğinin geliştirilmesi: İnternet oyun oynama bozukluğu açısından bir değerlendirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 32(1), 33-42. <https://doi.org/10.5080/u23194>
- Aral, N. ve Doğan Keskin, A. (2021). Oyun bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Bağımlılık Dergisi*, 22(3), 323-339. <https://doi.org/10.51982/bagimli.880679>
- Ariduru Ayazoğlu, B, Aksu, M, Ünübol, H, Hızlı Sayar, G. (2019). Alışveriş bağımlılığı. *Etkileşim*. 4, 44-64. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2019.4.63>
- Armağan, E. ve Temel, E. (2018). Türkiye'de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylul University Journal Of Graduate School Of Social Sciences*, 20(4). 621-653. <http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.346859>
- Arslan, Y. (2017). Çocukluk döneminde ebeveyn kaybı yaşayan bireylerde duygusal zekanın sosyal uyum ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.
- Avar Bögrek, E. (2019). Benlik saygısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi açıklamada sınav kaygısının aracı rolü. *Yüksek Lisans Tezi*, Tokat.
- Aydın, M. (2019). Akdeniz ve Ege bölgesinde alışveriş bağımlılığı ile psikolojik semptomlar ve kişisel iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayhan, B. ve Köselören, M. (2019). İnternet, online oyun ve bağımlılık. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 6(1), 1-30.
- Bakan, İ. ve Güler, B. (2017). Duygusal zekanın yaşam doyumu ve akademik başarıya etkileri ve demografik özellikler bağlamında algı farklılıkları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(33), 1-11. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.399210>
- Bal F. ve Okkay İ. (2022). İnternet tabanlı sorunlu alışveriş davranışı: Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 111-120. <https://doi.org/10.51982/bagimli.973306>
- Balcı, Ş., Gölcü, A. ve Arsal Gölcü, A. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini gizleme ve yaşam doyumu arasında bir bağlantı var mı?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 173-190. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.511318>
- Baysal, N. ve Dağlı, A. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1262. <https://doi.org/10.17755/esosder.263229>
- Bilge, F., Sayan, A. ve Kabakçı, Ö.F. (2009). Aile mahkemesi uzmanlarının meslek doyumları, yaşam doyumları ve ilişkilere yönelik inançlarının incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(32), 20-31.

- Black, D. (2001). Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 15(1), 17-27.
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 6(1), 14–18.
- Bozbay, Z. ve Karakuş Başlar, E. (2019). Kişilik özellikleri, materyalizm ve statü tüketiminin kompulsif satın alma üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 333-345. <https://doi.org/10.30794/pausbed.533993>
- Bozdağ Türker Y. (2019). Parayla saadet olur mu?: Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilgili değişkenlerin incelenmesi ve Bergen alışveriş bağımlılığı ölçeğinin Türkçe uyarlaması. Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Bozyel, Ç. (2020). Beyaz yakalı kadın çalışanlarda çevrimiçi alışveriş bağımlılığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Gaziantep örneği. *Yüksek lisans tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Brief, A.P., Butcher, A.H., George, J.M. & Link, K.E. (1993). Integrating bottom-up and top-down theories of subjective well-being: The case of health. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (4), 646-653.
- Bulut, N. (2007). Okul psikolojik danışmanlarının yaşam doyumu, stresle başa çıkma stratejileri ve olumsuz otomatik düşünceleri arasındaki ilişkiler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(27), 1-13.
- Chen, Y. & Zhang, L. (2015), Influential factors for online impulse buying in China: A model and it sempirical analysis, *International Management Review*, 2, 57-60.
- Clemente, F. & Sauer, W. J. (1975). Voluntary associations and minority status: Comment and extension. *American Sociological Review*, 40(1), 115-117.
- Çerçi, M. ve Özkaya, B. (2014), Özel Alışveriş sitelerinin kompulsif satın alma davranışına yansımaları, *Digital Communication Impact International Academic Conference Proceedings*, 361-36.
- D'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of normal consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13(1), 15-30.
- Deniz, E. (2020). Üniversite öğrencilerinde çevrimiçi kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörlerin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 209-226. <https://doi.org/10.30794/pausbed.651161>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J. & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, E. & Lucas, R. (1999). Personality, and subjective well-being. In Kahneman, D., Diener, E. & Schwarz, N. (Eds.) *Well-being: The foundations of hedonic psychology*, 213-229.
- Dittmar H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. In *Handbook of Addictive Disorders: A Practical Guide to Diagnosis and Treatment* (Ed. RH Coombs), Wiley, NJ.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal Of Psychology*, 96, 467 – 491.
- Dittmar, H., Long, K. & Bond, R., (2007). When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity- related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(3), 334-361.
- Doğan, T. ve Eryılmaz, D. (2013). Benlik saygısı ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(33), 107-117.

- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4(1), 67-84.
- Eken, F.O. (2018). Anksiyetenin yaşam doyumu üzerindeki etkisinde tükenmişliğin aracı rolü. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Ergin, E. A. (2010). Compulsive buying behavior tendencies: The case of Turkish consumers. *African Journal of Business Management*, 4(3), 333-338.
- Erol, M, Güç, K, Kaba, İ. (2017). Yetişkin Yaşam doyumu ölçeğinin geliştirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 1-14. <https://doi.org/10.18037/ausbd.550232>
- Eryılmaz, A. ve Öğülmüş, S. (2010). Ergenlikte öznel iyi oluş ve beş faktörlü kişilik modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3). 189-203.
- Eysenck, H. J. (1997). Addiction, personality and motivation. *Human Psychopharmacology: Clinical and Experimental*, 12(2), 79-87.
- Faber, R. J. & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology & Marketing*, 13(8), 803-819.
- Ferraro, G., Caci, B., D'amico, A. ve Blasi, M. D. (2006). Internet Addiction Disorder: An Italian Study. *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 170-175.
- Fugl-Meyer, A.R., Melin, R. & Fugl-Meyer, K.S. (2002). Life satisfaction in 18-to 64-yearold Swedes: in relation to gender, age, partner and immigrant status. *Journal of Rehabilitation Medicine*, 34(5), 239-246.
- Flight, R. L., & Scherle, J. (2013). Shopping Context and the Impulsive and Compulsive Buyer. *Atlantic Marketing Journal*, 2(2), 4.
- Granero, R., Ferrandez- Aranda, F., Steward, T., Mestre- Bach, G., Bano, G., Pino, Gtierrez, A., Moragos, L., Aymani, N., Gomez- Pena, M., Mallorqui- Bague, N., Tarrego, S., Menchon, J. & Jimenez-Murcia, S. (2016). Compulsive buying behavior: characteristics of comorbidity with gambling disorder. *Frontiers in Psychology*, 7, 625.
- Gupta, S. (2013). A literature review of compulsive buying-A marketing perspective. *Journal of Applied Business and Economics*, 14(1), 43-48.
- Gülcan, A. (2014). Genç yetişkinlerde iyimserliğin mutluluk ve yaşam doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Fatih Üniversitesi, İstanbul.
- Gümüş, S. (2017). *Hizmet pazarlaması (sağlıkta güncel konular, inceleme ve deneyimler)*. Hiperlink Eğitim. Yay. San. Tic. Ve Ltd. Sti.
- Gümüş, H. (2006). Farklı mesleklerde çalışanların iş ve yaşam doyumlarının tükenmişlik düzeyleri açısından karşılaştırılması. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Gündoğar, D., Sallan Gül, S., Uskun, E., Demirci, S. ve Keçeci, D. (2007). Üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu yordayan etkenlerin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 10(1), 14-27.
- Güneş, H. (2007). Alışveriş davranışlarının algılanmasında cinsiyet faktörünün rolü. *Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Günüç, S., ve Doğan Keskin, A. (2017). Online shopping addiction: symptoms, causes and effects. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 339-364.
- Haller, M. & Hadler, M. (2006). How social relations and structures can produce happiness and unhappiness: An international comparative analysis. *Social indicators Research*, 75(2), 169-216.
- Heller, D. Judge, T.A. & Watson, D. (2002). The confounding role of personality and trait affectivity in the relationship between job and life satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 23(7), 815-835.

- Horvath, C. & Birgelen, M. (2015). The role of brands in the behavior and purchase decisions of compulsive versus noncompulsive buyers. *European Journal Of Marketing*, 1(2), 2-21.
- İncekara, T. (2018). Üniversite öğrencilerinde vücut algısı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kaderli, Y., Aksu- Armağan, E. ve Küçükkambaç, S.E. (2017). Y kuşağının kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörler üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(2), 188-210.
- Karakaya, E. (2017). Alışveriş bağımlılığı ilişkili faktörler ve sonuçları: Kırıkkale ilinde gerçekleştirilen bir çalışma. *International Journal of Social Science*. 57. 435-456.
- Kartal, T. (2018). Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. Uzmanlık Tezi, Erzurum.
- Kaya, E, Akpınar, D, Akpınar H. (2019). Bağımlılığın patofizyolojisi. *Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Tıp Dergisi*, 6(3), 166-170.
- Kaylı, D. ve Özlem, Ş.Ö. (2022). Alışveriş bağımlılığında cinsiyet farklılığı bildiren çalışmaların analizi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(3), 383-391. <https://doi.org/10.51982/bagimli.10147370>
- Keser, A. (2005). Çalışma yaşamı ile yaşam doyumu ilişkisine teorik bakış. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 897-913.
- Keser A. (2005). İş doyumu ve yaşam doyumu ilişkisi: Otomotiv sektöründe bir uygulama. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 7(2): 52-63.
- Keskin (2020), COVID-19 Salgını sürecinde kısıtlamalar ve endişelerin tüketici davranışına etkileri. *Ahi Evran Akademi*, 1(2). 55-68. <https://orcid.org/0000-0001-8282-3358>
- Kim, Y. K., Kim, E. Y. & Kang, J. (2003). Teens' mall shopping motivations: Functions of loneliness vemedial usage. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(2), 140-167.
- Kirezli, Ö. ve Arslan, F. M. (2019), Analyzing motivational determinants of shopping addiction tendency. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 19(1), 61-7. <https://doi.org/10.21121/eab.2019148775>
- Kırcova, İ. (2008). *İnternette Pazarlama*, Beta Yayınları.
- Ko, Y. Roh, S. & Lee, T. (2020), The association of problematic internet shopping with dissociation among South Korean internet users, *International Journal of Enviromental Research and Public Health*, 17(9), 1-13.
- Koçak, R. ve İçmenoğlu, E. (2012). Üstün yetenekli öğrencilerin duygusal zekâ ve yaratıcılık düzeylerinin yaşam doyumlarını yordayıcı rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37), 73-85.
- Koran, L. Faber, R. & Aboujaoude, E. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying in the United States. *American Journal of Psychiatric*, 163, 1806- 1812.
- Korur, M. G. ve 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= Journal of Consumer and Consumption Research*, 8(1), 43.
- Küçükkeskin, F. (2021). Yaşam doyumu ve umutsuzluk arasındaki ilişkide kariyer kaygısının aracı rolü: Rekreasyon bölümü öğrencileri üzerine bir uygulama. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Küçüktüğü, M. S. (2020). Korona virüsü günlerinde internet ve sosyal medya kullanımı. *The Journal Academic Social Science Studies*, 573-593.

- K krek, S. (2021). Koronavirüs korkusu, sosyal aę bağımlılığı ve kompulsif  evrimi i satın alma ilişkisinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, Bursa Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bursa.
- Lee, S. Park J. & Lee, S. (2016), The interplay of internet addiction and compulsive shopping behaviors. *Social Behavior and Personality*, 44(11), 1901-1912.
- Leung, J. P. and Leung, K. (1992). Life satisfaction, self-concept, and relationship with parents in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 21(6), 653-665.
- Lortie, C.L. & Guitton, M.J. (2013). Internet addiction assessment tools: dimensional structure and methodological status. *Addiction*, 108(7), 1207-1216. <https://doi.org/10.1111/add.12202>
- Malinauskas, R. (2010). The associations among social support, stress and life satisfaction as perceived by injured college athletes. *Social Behavior and Personality*, 38(6), 741-752
- Manchiraju, S., Sadachar, A. & Ridgway, J. L. (2016). The compulsive online shopping scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(6), 1-15.
- Marangoz, M.,  zko , H.H., ve Aydın, A. E. (2019). Tüketicilerin internet üzerinden alışveriş davranışlarının açıklanmasına yönelik bir  alışma. *Tüketiciler ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1-22.
- Martin, K. D. & Paul Hill, R. (2011). Life satisfaction, self-determination, and consumption adequacy at the bottom of the pyramid. *Journal of Consumer Research*, 38(6), 1155- 1168.
- Metin, T. ve Arslan,  . (2022). Pandeminin tüketicilerin kredi kartı kullanımına etkisi: Türkiye  rneği (2017-2021) ve kurumsal iktisat bakış a ısıyla bir değerlendirme. *D zce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 501-519.
- Milevsky, A., Schlechter, M., Netter, S. & Keehn, D. (2007). Maternal and paternal parenting styles in adolescents: Associations with self-esteem, depression and life-satisfaction. *Journal of Child and Family Studies*, 16, 39-47.
- Mueller, A., Mitchell, J., Crosby, R., Gefeller, O., Faber, R., Martin, A., Bleich, S., Glaesmer, H., Exner, C. & Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 180 (2-3), 137- 142.
- Murali, V., Rajashree, R. & Shaffiullha, M. (2018). Shopping addiction, *Advances in Psychiatric Treatment*, 18, 263–269.
- Neugarten, B.L. Havighurst, R.J. & Tobin, S.S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal Of Gerontology*.16(2). 134-143.
- Nurmedov, S. ve Tarhan, N. (2012). *Bağımlılık: Sanal veya Ger ek* (4. Baskı). Timaş Yayınları.
- O'Guinn, T.C. & Faber, R.J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal Of Consumer Research*, 16 (2), 147–157.
- Onyishi, I. E., Okongwu, O. E., Ugwu, F. O. (2012). Personality and social support as predictors of life satisfaction of Nigerian prisons officers. *European Scientific Journal*, 8(20), 110-125.
- Orhan,  . (2002). Satın alınan ürünlere ilişkin duyguların cinsiyet ve cinsiyet rolleri bakımından incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Otero-L pez, J. M., Pol, E. V., Bola o, C. C. ve Mari o, M. J. S. (2011). Materialism, lifesatisfaction and addictive buying: Examining the causal relationships. *Personality and Individual Differences*, 50(6), 772-776.

- Otero-López, J. M. & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry*, 14(1), 101.
- Ögel, K. (2014). *İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak* (2. Baskı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ölçün, A. (2017). Alışveriş bağımlılığına etki eden demografik faktörler ve sosyal aktiviteler. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Önen Ünsalver, B. (2011). *Alışverişkolik: Tüketirken Tüketen Takıntı*. Timaş Yayınları.
- Özdevecioğlu, M. ve Ataş, A.G.A. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (28), 1-20.
- Özer, M. ve Karabulut, Ö.Ö. (2003). Yaşlılarda yaşam doyumu. *Geriatric Dergisi*, 6(2), 72.
- Özsungur, F. (2017). Bilişsel yönü ile tüketici satın alma karar süreci ve global sınıflar teorisi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 1(2), 117-146.
- Öztürk, A. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde bilişim teknolojileri bağımlılığı. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 195-219. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.903612>
- Parıldar, G. (2020). Sağlık çalışanlarında sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Uzmanlık Tezi*, İzmir.
- Phau, I. & Woo, C. (2008). Understanding compulsive buying tendencies among young Australians: The roles of money attitude and credit card usage. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(5), 441-458.
- Pirog, S. F. & Roberts, J. A., (2007). Personality and credit card misuse among college students: The mediating role of impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice* 15(1), 65-77.
- Proctor, C. Linley, P. & Maltby, J. (2009). Youth life satisfaction: A review of the literature. *Journal of Happiness Studies*, 10, 583-630. <https://doi.org/10.1007/s10902-008-9110-9>
- Rice, R.W., McFarlin, D., Hunt, R.G. & Near, J.P. (1985). Job importance as a moderator of the relationship between job satisfaction and life satisfaction. *Basic and Applied Social Psychology*, 6 (4), 297-316.
- Şaşman Kaylı, D. ve Özlem, Ş.Ö. (2022). Alışveriş bağımlılığında cinsiyet farklılığı bildiren çalışmaların analizi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(3), 383-391. <https://doi.org/10.51982/bagimli.1014737>
- Schlosser, S., Black, D., Repertinger, S. & Freet, D. (1994). Compulsive buying demography, phenomenology and comorbidity in 46 subjects. *General Hospital Psychiatry*, 16(3), 205- 12.
- Şeker, A. (2020). Çevrimiçi alışveriş yapan tüketici davranışlarına yönelik çevrimiçi bir araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 11-27.
- Şekeroğlu, M.Ö. (2013). Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü merkez teşkilatı çalışanlarının iş-aile ve aile-iş çatışmalarının yaşam doyumuyla ilişkisinin incelenmesi. *Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi SABE, Ankara.
- Servidio, R. (2014). Exploring the Effects of Demographic Factors, Internet Usage and Personality Traits on Internet Addiction in A Sample of Italian University Students. *Computers in Human Behavior*, 35, 85-92.
- Sevinç, F. ve Özel, F.H. (2018). Boş zaman aktivitesi olarak dalış ve yaşam doyumu ile ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 397-415. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.416816>

- Shahyad, S., Besharat, M.A., Asadi, M., ShirAlipour, A. & Miri, M. (2011). The relationship of attachment and perceived social support with life satisfaction: structural equation model. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 952- 956.
- 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.
- Sharif, S.P. & Yeoh, K.K. (2018). Excessive social networking sites use and online compulsive buying in young adults: The mediating role of money attitude. *Young Consumers*, 19(3), 310-327.
- Silvera, D.H., Lavack, A. M. & Kropp, F. (2008). Impulse buying: The role of affect, social influence, and subjective well-being. *Journal of Consumer Marketing*, 25(1), 23–33.
- Sirgy, M.J. (1998). Materialism and quality of life. *Social Indicators Research*, 43(3), 227–260.
- Sloper, P., Knussen, C., Turner, S. & Cunningham, C. (1991). Factors related to stress and satisfaction with life in families of children with Down's syndrome. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 32, 655- 676.
- Sohn, S. & Choi, Y. (2012). A model of compulsive buying: Dysfunctional beliefs veselfregulation of compulsive buyers. *Social Behaviour and Personality*, 40 (10), 1611- 1624.
- Sönmez, U. (2019). Online alışverişe yönelik satın alma tarzlarının kişilik tipleri açısından incelenmesi: Sakarya ili örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Tamam L. Diler R.S. ve Özpoyraz N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2004). *Çalışan memnuniyeti*. (1. Baskı). Epsilon Yayınevi.
- Torlak, Ö., Altunışık, R. ve Özdemir, Ş. (2006). *Yeni Müşteri*. Hayat Yayıncılık.
- Topçuoğlu M. (2022). Remisyonadaki opiyat kullanım bozukluğu hastalarında çocukluk çağı travmaları ve bağlanma stillerinin işlevsellik, suisidalite, dürtüsellik ve yaşam kalitesi üzerine etkisi. *Uzmanlık Tezi*, Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Ruh Sağlığı Ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Antalya.
- Trotzke, P., Starcke, K., Müller, A. & Brand, M. (2015). Pathological buying online as a specific form of internet addiction: A model-based experimental investigation. *Plosone*, 10(10), 1–17.
- Tutgun Ünal, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar üniversitesi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (2), 49-80. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kiad/issue/61061/906573>
- Tuzgöl Dost, M. (2007). Üniversite öğrencilerinin yaşam doyumunun bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 132-143.
- Uysal İ. Ve Kılıç Ö.F. (2021). Normal distribution dilemma. *Anadolu Journal Of Educational Sciences International*, 12(1), 220-248. <https://doi.org/10.18039/ajesi.962653>
- Vara, Ş. (1999). Yoğun bakım hemşirelerinde iş doyum ve genel yaşam doyum arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Veenhoven, R. (1996). The study of life satisfaction. In: W. E. Saris, R.veenhoven, A.C. Scherpenzeel, & B. Bunting (Eds). A comparative study of satisfaction with life in Europe. Eötvös University Press. 11-48.
- Villi, B. ve Kayabaşı, A. (2013). Kozmetik ürünlerde kadınların dürtüsel satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(9), 143- 165.
- Wilson, W.R. (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), 294.

- Xiao, G. & Kim, J. O. (2009). The investigation of Chinese consumer values, consumption values, life satisfaction and consumption behaviors. *Psychology and Marketing*, 26(7), 610-624.
- Yakın, V. ve 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, S., Yıldız, S. ve Şıtak, B. (2022). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED*, 4(6), 309-332. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>
- Yetim, Ü. (1991). Kişisel projelerin organizasyonu ve örüntüsü açısından yaşam doyumu. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan Bireye Mutluluk Resimleri*. Bağlam Yayınları.
- Yıldırım, M. ve Demir, H.U. (2021). Kredi kartı harcamalarını etkileyen makroekonomik faktörler ve COVID-19 pandemi dönemi üzerine bir inceleme. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 159-180.
- Zubaroğlu Yanardağ, M, Bilge, M, Yanardağ, U. (2020). Davranış bağımlılığı ve sosyal hizmet uygulamaları üzerine bir inceleme. *Manisa Celal Bayar Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(4), 551-560.
- Young, K. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-415.
- Young K. S. (1998). Internet Addiction: Emergence of A New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
- Zhao, H., Tian, W. & Xin, T. (2017). The development and validation of the online shopping addiction scale. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00735>
- Zullig K.J., Valois R.F., Huebner E.S. & Drane J.W. (2005). Associations among family structure, demographics and adolescent perceived life satisfaction. *Journal of Child and Family Studies*, 14 (2), 195-206.

EKLER

EK 1: Sosyo-demografik Veri Formu

1. Doğum Yılı:.....

2. Medeni Durum: ☐ Evli ☐ Bekar

3. Çocuk Sayısı: ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ve daha fazla

4. Çalışma Durumu: ☐ Çalışıyorum ☐ Çalışmıyorum

5. Gelir Düzeyi:

☐ 0-4500 TL

☐ 4500-10.000 TL

☐ 10.000-20.000 TL

☐ 20.000 TL ve üstü

6.Kredi Kartı Kullanımı:

☐ Kullanmıyorum

☐ Kullanıyorum- 1 kredi kartım var

☐ Kullanıyorum- 1'den fazla kredi kartım var

7.Kiminle Yaşıyorsunuz?: ☐ Yalnız ☐ Aile ☐ Arkadaş

8.Ailede alışveriş sorunu olan kimse var mı? Varsa kimde var?.....

9.Ailede biriktirme hastalığı var mı? Varsa kimde var?.....

10. İnternet kullanımına ayırdığınız günlük süre ne kadar?

☐ 1 saatten az

☐ 1-2 saat

☐ 3-4 saat

☐ 5-6 saat

☐ 6 saatten fazla

11.İnternette ne sıklıkla alışveriş yaparsınız?

☐ Günlük

☐ Haftalık

☐ Aylık

☐ Birkaç ayda bir

☐ Yılda birkaç kez

EK 2: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)

KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA ÖLÇEĞİ (KÇSA)

Değerli Katılımcı,

Bu ölçek bireylerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını ölçmeye yöneliktir. Aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra, sizi en iyi yansıttığını düşündüğünüz ifadeyi işaretleyiniz.

Maddelere son 12 aydaki düşünceleriniz, duygularınız ve eylemlerinizi baz alarak cevap veriniz.

Her cümlenin karşısında bulunan;

(0) Tamamen katılmıyorum

(1) Katılmıyorum

(2) Ne katılıyorum ne katılmıyorum

(3) Katılıyorum

(4) Tamamen katılıyorum, anlamına gelmektedir.

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

	hissederim.					
24.	Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissederim.					
25.	İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.					
26.	İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.					
27.	İnternette alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.					
28.	İnternette yaptığım alışverişler yüzünden vicdanen rahatsız olurum.					



EK 3: Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)

YAŞAM DOYUMU ÖLÇEĞİ (YDÖ)

Her cümlenin karşısında bulunan;

- (1) Kesinlikle katılmıyorum
- (2) Katılmıyorum
- (3) Biraz katılmıyorum
- (4) Ne katılıyorum ne de katılmıyorum
- (5) Çok az katılıyorum
- (6) Katılıyorum
- (7) Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir.

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