KOMPULSİF SATIN ALMA, BİLİŞSEL DUYGU DÜZENLEME VE DAVRANIŞSAL İNHİBİSYON, DAVRANIŞSAL AKTİVASYON SİSTEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Mahferet Beziroglu

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Psikoloji Anabilim Dalı / Klinik Psikoloji Programı

Danışman Öğretim Üyesi: DR. Öğr. Üyesi Kuntay ARCAN

İstanbul

T.C. Maltepe Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Eylül, 2018

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mahferet BEZİROĞLU' nun "Kompulsif Satın Alma, Bilişsel Duygu Düzenleme, Davranışsal İnhibisyon-Davranışsal Aktivasyon Sistemi Arasındaki İlişkiler" başlıklı tezi 20/09/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği" nin ilgili maddeleri uyarınca, Psikoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans/Doktora tezi **oy birliğiyle / ~~oy çokluğuyla~~, başarılı / ~~başarısız~~** olarak kabul edilmiştir.

Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Kuntay ARCAN	.....
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Başak BAHTİYAR	.....
Üye :Dr. Öğr. Üyesi Melis Seray ÖZDEN YILDIRIM	.....

Doç. Dr. Ahu TUNÇEL ÖNKAL
Enstitü Müdürü

maltepe üniversitesi	ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI	Doküman No	FR-178
		İlk Yayın Tarihi	01.03.2018
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa	1/1

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

3/10/2018

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarından bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Mahferet BEZİROĞLU

Hazırlayan	Kalite Koordinatörü	Kurumsal Yetkili
İlgili Birim	Dr. Öğr. Üyesi Şafak GÜNDÜZ	Prof. Dr. Belma AKŞİT

(Dokuman No: FR-178; Yayın Tarihi: 01.03.2018; Revizyon Tarihi: ; Revizyon No:00)

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının her bölümünde emeği olan, bilgisiyle yardımını hiç esirgemeyen ve öğrencisi olduğum için kendimi şanslı hissettiğim değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Kuntay ARCAN'a göstermiş olduğu anlayış ve ilgi için özel teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında desteklerini hiç esirgemeyen canım aileme; annem Fatime BEZİROĞLU'na, babam Murat BEZİROĞLU'na, canım Uğur BEZİROĞLU ve Elif BEZİROĞLU'na sonsuz destekleri için teşekkürü borç bilirim.

Son olarak, tez süreci boyunca sabah akşam yanımda olan, bana elinden gelen her türlü yardımı sunan ve bana olan inancı ve motivasyon desteğiyle beni ayakta tutan canım eşim Ozan BİROL'a ne kadar teşekkür etsem azdır. Göstermiş olduğun ilgi, anlayış ve sabır olmasaydı bu süreci başaramazdım.

Mahferet BEZİROĞLU

09/ 2018

ÖZ

KOMPULSİF SATIN ALMA, BİLİŞSEL DUYGU DÜZENLEME VE DAVRANIŞSAL İNHİBİSYON, DAVRANIŞSAL AKTİVASYON SİSTEMİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Mahferet BEZİROĞLU

Yüksek Lisans Tezi

Psikoloji Anabilim Dalı

Klinik Psikoloji Programı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Kuntay ARCAN

Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018

Bu araştırmada kompulsif satın alma, bilişsel duygu düzenleme ve davranışsal inhibisyon- davranışsal aktivasyon sistemleri arasındaki ilişkilerin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla Kompulsif Satın Alma, Bilişsel Duygu Düzenleme, Davranışsal İnhibisyon Davranışsal Aktivasyon ölçekleri kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların (n=319, 18 yaş üstü) verilerini analiz etmek amacıyla aşamalı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda alışverişe haftalık ayrılan süre, aksesuar ve film/ bilgisayar oyunu satın alma, ürünü beğenme, ürünün moda olması, ürünün indirimde olması, ürünü ucuza aldığı için takdir edileceğini düşünme, adaptif ve adaptif olmayan duygu düzenleme stratejileri, ödüle duyarlılık ve eğlenme puanları katılımcıların kompulsif satın alma puanlarını anlamlı biçimde yordamıştır.

Anahtar kelimeler: Kompulsif Satın Alma; Bilişsel Duygu Düzenleme; Davranışsal İnhibisyon Sistemi; Davranışsal Aktivasyon Sistemi

ABSTRACT

RELATIONSHIP BETWEEN COMPULSIVE BUYING, COGNITIVE EMOTION REGULATION, BEHAVIORAL INHIBITION AND BEHAVIORAL ACTIVATION SYSTEM

Mahferet BEZIROGLU

Master Thesis

Psychology Department

Clinical Psychology Programme

Thesis Advisor: Doctor Lecturer Kuntay ARCAN

Maltepe University Liberal Arts Graduate School, 2018

In this research, it was aimed to investigate the relationships between compulsive buying, cognitive emotion regulation and behavioral inhibition-behavioral activation systems. For this purpose Compulsive Buying, Cognitive Emotion Regulation, Behavioral Inhibition, Behavioral Activation scales were used. A hierarchical regression analysis was performed to analyze the data of participants (n = 319, over 18 years). According to the results of the analysis time devoted to the shopping, shopping accessories and movie / computer game DVD's, liking what is purchased, the fashion and the discount of the purchased materials, expecting to be appreciated for the cheap purchase in addition to the adaptive and non-adaptive emotional regulation strategies, reward responsiveness and fun seeking significantly predicted compulsive buying scores.

Key words: Compulsive Buying; Cognitive Emotion Regulation; Behavioral Inhibition System; Behavioral Activation System

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii

TEŞEKKÜR iv

ÖZ v

ABSTRACT vi

İÇİNDEKİLER vii

TABLOLAR LİSTESİ xi

ŞEKİLLER LİSTESİ xii

KISALTMALAR..... xiii

ÖZGEÇMİŞ xiv

1.BÖLÜM GİRİŞ..... 1

1.1.Bağımlılık..... 3

1.2.Kompulsif Satın Alma 5

1.2.1.Kompulsif Satın Almanın Tanımı ve Belirtileri 5

1.2.2.Kompulsif Satın Almanın Etiyolojisi 10

1.3.Bilişsel Duygu Düzenleme 13

1.3.1.Bilişsel Duygu Düzenleme ile Bağımlılık İlişkisi.....19

1.4.Davranışsal İnhibisyon Sistemi (DİS)- Davranışsal Aktivasyon Sistemi (DAS)..... 21

1.4.1.DİS- DAS ve Bağımlılık İlişkisi.....24

1.5.Araştırmanın Amacı ve Önemi 26

1.6.Araştırma Hipotezleri 27

2.BÖLÜM YÖNTEM 29

2.1Araştırmanın Evreni ve Örneklemi 29

2.2.Veri Toplama Araçları 30

2.2.1.Kişisel Bilgi Formu 31

2.2.2.Kompulsif Satın Alma Ölçeği.....31

2.2.3.Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği.....31

2.2.4.DİS, DAS Ölçeği…….32

2.3.İşlem 33

2.4.Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması 33

3.BÖLÜM BULGULAR 35

3.1 Katılımcıların Alışveriş Özelliklerine Ait Bilgiler.....35

3.1.1 Katılımcıların Ödeme Şekillerine Ait Bilgiler 35

3.1.2 Katılımcıların Alışveriş Yaparken Tercih Ettikleri Kişi Sayısına Ait Bilgiler.....36

3.1.3 Katılımcıların Alışveriş Yapmayı Tercih Ettikleri Yere Ait Bilgiler.....36

3.1..4 Katılımcıların Kimin İçin Alışveriş Yaptıklarına Ait Bilgiler……37

3.1.5 Katılımcıların Alışverişi Planlamalarına Ait Bilgiler 38

3.1.6 Katılımcıların Alışverişe Ayırdıkları Süre ve Paraya Ait Bilgiler.....38

3.1.7 Katılımcılar İçin Alışveriş Yaparken Etkili Olan Faktörlere Ait Bilgiler.....39

3.1.8 Katılımcıların Daha Çok Ne Satın Aldığına Ait Bilgiler……40

3.2 Cinsiyete Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması 42

3.3 Öğrenim Düzeylerine Göre Kompulsif Satın Alma Değişkeninin Karşılaştırılması 44

3.4 Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri 44

3.5 Kompulsif Satın Alma Puanlarını Yordayan Değişkenler.....47

4.BÖLÜM TARTIŞMA 49

4.1 Demografik Değişkenlerle Kompulsif Satın Alma İlişkisinin Değerlendirilmesi 49

4.2 Kompulsif Satın Alma ile İlgili Değişkenlerin Değerlendirilmesi 51

4.3.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler.....55

EK'LER 57

EK 1: Kişisel Bilgi Formu 57

EK 2:Kompulsif Satın Alma Ölçeği 60

EK 3:Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği 61

EK 4: DİS, DAS Ölçeği.....63

EK 5: Bilgilendirilmiş Onam Formu 65

KAYNAKÇA 66

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. DİS\ DAS'ın Özeti 23
Tablo 2. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler 29
Tablo 3. Katılımcıların Ödeme Şekillerine Ait Bilgiler…….....35

Tablo 4. Katılımcıların Alışveriş Yaparken Tercih Ettikleri Kişi Sayısına Ait Bilgiler…….....36

Tablo 5. Katılımcıların Alışveriş Yapmayı Tercih Ettikleri Yere Ait Bilgiler……...37

Tablo 6. Katılımcıların Kimin İçin Alışveriş Yaptıklarına Ait Bilgiler…….37

Tablo 7. Katılımcıların Alışverişi Planlamalarına Ait Bilgiler…….....38

Tablo 8. Katılımcıların Alışverişe Ayırdıkları Süre ve Paraya Ait Bilgiler……...39

Tablo 9. Katılımcılar İçin Alışveriş Yaparken Etkili Olan Faktörlere Ait Bilgiler…….....39

Tablo 10. Katılımcıların Daha Çok Ne Satın Aldığına Ait Bilgiler……...40

Tablo 11. Cinsiyete Göre Araştırma Değişkenlerinin Karşılaştırılması ..... ….42
Tablo 12. Öğrenim Düzeylerine Göre Kompulsif Satın Alma Değişkeninin Karşılaştırılması 44
Tablo 13. Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri 46
Tablo 14. Alışveriş Bağımlılığını Yordayan Değişkenler 48

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Öğrenme Teorisine Dayalı Bir Şartlanma Olarak Kompulsif Satın Alma.....7
Şekil 1.2 Psikolojik Bir Bağımlılık Modeli Olarak Kompulsif Satın Alma…….7

Şekil 1.3 Duygu Düzenleme
Süreci…….....16

KISALTMALAR

DİS : Davranışsal İnhibisyon Sistemi

DAS : Davranışsal Aktivasyon Sistemi

RST : Pekiştirme Duyarlılık Teorisi

X : Ortalama

SS : Standart Sapma

n : Toplam Sayı

p : Anlamlılık Düzeyi

r : Korelasyon Katsayısı

% : Yüzde

β : Regresyon Katsayısı

R^2 : Çoklu Regresyon Katsayısı

F : Anlamlılık Düzeyi

ÖZGEÇMİŞ

Mahferet Beziroğlu

Psikoloji Anabilim Dalı

Eğitim

Y.Ls.	2014	Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı
Ls.	2008	Maltepe Üniversitesi, Fen- Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
Lise	2004	Habire Yahşi Lisesi

İş/İstihdam

2017 Mektebim Okulları- Okul Psikolojik Danışmanı ve Rehber Öğretmeni

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı : İstanbul- 1990 Cinsiyet: Kadın

Yabancı diller : İngilizce

GSM / e-posta : 0539 589 58 65/ mafiretbeziroglu@gmail.com

1. BÖLÜM

GİRİŞ

Bireyler birbirinden farklı özellikler gösterse de tüketim herkesin ve her toplumun ortak özelliğidir. Birey, geliri ile ihtiyacı olan şeyleri satın alır ve gelir düzeyi ile gider düzeyi arasında dengeyi sağlayabilir ise sağlıklı satın alma sürecinden söz edilebilir (Ünsalver, 2011). Ancak uygun olmayan, aşırı ve tüketiciyi dürtüleriyle yönlendiren, bireylerin hayatını açıkça olumsuz yönde etkileyen bir davranış türü söz konusu ise bu durum onyomani, kompulsif satın alma, alışveriş bağımlılığı gibi farklı isimlerle anlan bir sorun olarak tanımlanmaktadır (Faber ve ark., 1987). Kompulsif satın alma, McElroy ve arkadaşları (1994) tarafından sıklıkla dayanılmaz, zorlayıcı ya da anlamsız olan alışveriş eylemi veya dürtülerinin olması şeklinde tanımlanmaktadır. Kompulsif satın alma bağımlıları sıklıkla bütçelerini zorlayacak şekilde alışveriş yapma, ihtiyaçlarının dışında bir şeyler satın alma veya niyetlenenden daha uzun süre alışveriş yapma davranışları sergilemektedirler. Kompulsif satın alma bağımlılığı satın alma meşguliyeti, dürtüsü ya da davranışının huzursuzluğa yol açması, zaman alıcı olması, belirgin ölçüde sosyal ya da mesleki işlevselliği olumsuz etkilemesi veya borçlanma, iflas etme gibi ekonomik sorunlara neden olması, aşırı alışveriş ya da satın alma davranışının mani veya hipomani dönemlerinde ortaya çıkmamış olması özellikleri ile tanımlanmaktadır (McElroy ve ark., 1994).

Kompulsif satın almanın çok sık görüldüğü ancak az tanınır olduğu ifade edilmektedir (Lejoyeux ve Weinstein, 2013). Kompulsif satın alma sürecinde birey kronik bir dürtünün etkisiyle alışveriş ve harcama eğilimindedir ve stres, kaygı gibi olumsuz duyguların üstesinden gelebilmek için alışverişi bir araç olarak görmektedir (Edwards, 1993).

Duygular karmaşık ve çok yönlü olgulardır. Bu nedenle duygu düzenleme de oldukça karmaşık bir süreçtir (Thompson ve Calkins, 1996) ve gündelik hayatın kaçınılmaz bir parçasıdır (akt. Gross, 1998a; Rippere, 1977). Duygu düzenleme; hangi duygunun bizi ne

şekilde etkilediğini, ne zaman hangi duyguyu yaşadığımızı ve ne şekilde yaşayıp, nasıl ifade ettiğimizi açıklar (Gross, 2001; Gross, 1998b). Duygu düzenleme; kendi duygularını düzenleme, başkalarının birey üzerinde yarattığı duyguları düzenleme, duyguyu ve duygunun altında yatan nedenleri düzenleme gibi birçok süreci içinde barındırmaktadır (Thompson, Calkins, 1996). Duygusal tepkilerin izlenmesinden, değerlendirilmesinden ve değiştirilmesinden sorumlu olan içsel ve dışsal süreçlerdir (Thompson, 1991). Duygu düzenleme hem öfke, kızgınlık, nefret gibi olumsuz duyguların hem de olumlu duyguların düzenlenmesi sürecidir. Duygu düzenleme genellikle içinde haz barındırır; acı çekmemek ve zevk aramak amacı söz konusudur (Gross, 2001). İnsan yaşamı boyunca duygu düzenleme becerilerini adım adım geliştirmektedir. Bu süreç bebeğin kendini sakinleştirmek amaçlı, stresle baş etmek için gösterdiği basit çabalardan; yetişkinlerin iyilik halini koruma gayretleri, başkalarıyla olan ilişkilerini yönetmek, kişiliklerine uygun davranışlar sergilemek ve hayatlarındaki çeşitli hedeflerine ulaşmak için sergiledikleri davranışlara kadar uzanan geniş bir yelpazede gözlenmektedir (Thompson, Calkins, 1996).

Gray (1982), insan davranışlarının altında iki motivasyonel sistemin bulunduğunu belirtmektedir. Davranışsal inhibisyon sistemi (DİS) nevrotiklik, kaçınma ve geri çekilme ile ilişkiliyken, davranışsal aktivasyon sistemi (DAS) dışadönüklük, yaklaşım ile ilişkilidir (Smiths ve Boeck, 2006). DİS ceza duyarlılığı içermekte ve ceza sistemi olarak da tanımlanmaktayken; DAS ödül sinyallerine karşı duyarlılığa işaret etmekte, ödül sistemi olarak da tanımlanmaktadır (Corr, 2008). DİS ve DAS arasındaki dengenin bozulması çeşitli psikopatolojilerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Garcia, 2010). Franken'in (2002) yaptığı araştırmada, madde kullanımı olan katılımcılarda DAS seviyesinin DİS seviyesinden yüksek olduğu belirlenmiştir. Şizofren katılımcılar ile kontrol grubu arasında karşılaştırmalı yapılan araştırma sonucunda ise şizofren katılımcılarda DİS seviyesinin DAS seviyesinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Scholten ve ark., 2006).

Türkiye'de kompulsif satın alma ile ilgili araştırmaların sayısı sınırlıdır. Mevcut çalışmanın amaçlarından biri, 18 yaş üstü bireylerin sorunlu olarak tanımlanabilecek alışveriş süreçlerine yönelik profilin belirlenmesidir. Araştırmanın bir diğer amacı ise

kompulsif satın alma ile bilişsel duygu düzenleme stratejileri, DİS ve DAS arasındaki ilişkilerin incelenmesidir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde kompulsif satın alma, bilişsel duygu düzenleme ve DİS, DAS konuları ile ilişkili literatür bilgisi yer almaktadır. Daha sonra bu sırayı araştırmanın önemi ve araştırma hipotezleri izlemektedir. Araştırmanın ikinci 'yöntem' bölümünde araştırma örnekleminin özellikleri ve kullanılan ölçüm araçları ayrıntılı olarak tanıtılmaktadır. Üçüncü 'bulgular' bölümünde araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan analizlerden elde edilen sonuçlar rapor edilmektedir. Son olarak dördüncü 'tartışma' bölümünde araştırmanın bulguları, konuya ilişkin daha önce yapılmış çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırılarak yorumlanmakta ve araştırmanın sınırlılıkları tartışılmaktadır.

1.1. Bağımlılık

Bağımlılık; duygusal veya fiziksel olarak rahatsız eden faktörlerden bireyin anlık olarak kurtulmasını sağlayan, geçici bir rahatlama hissi yaratan ve bireyin söz konusu bağımlılıktan kurtulma çabalarına ve denemelerine rağmen devam eden (yetersizlik), işlevselliğin olumsuz etkilenmesi (yönetilmezlik) ile karakterize olan bir süreçtir (Goodman, 1990). Türk Dil Kurumu'na (2013) göre bağımlılık 'bir şeyin veya bir kimsenin gücü ve etkisi altında bulunma durumudur'. Byun ve arkadaşları (2009) bağımlılığı ciddi duygusal, zihinsel ya da fizyolojik reaksiyonlara neden olan bir maddeye alışkanlık hali, bir eylemi bırakma ya da uygulama konusunda kişinin kendisini, dürtülerini kontrol edememe durumu şeklinde tanımlamaktadır. Bağımlılık alışkanlıktan farklı bir süreçtir. Alışkanlık eylemin düzenli olarak yapılmasıyken bağımlılık eylemin dozunun artarak yapılmasıdır (Can, 2007).

Amerikan Psikiyatri Birliği (2014), bağımlılığı madde ile ilişkili bozukluklar ve maddeyle ilişkili olmayan bozukluklar olarak gruplandırmaktadır. Madde ile ilişkili bozukluklar grubuna; alkolle ilişkili bozukluklar, kafeinle ilişkili bozukluklar, kenevirle ilişkili bozukluklar, varsandıranla (hallüsinojenle) ilişkili bozukluklar, uçucuyla ilişkili bozukluklar, opiyatla ilişkili bozukluklar, dinginleştirici, uyutucu ya da kaygı gidericiyle ilişkili bozukluklar, uyarıcıyla ilişkili bozukluklar, tütünle ilişkili

bozukluklar, diğer bir maddeyle ilişkili bozukluklar girerken maddeyle ilişkili olmayan bozukluklar başlığının altında kumar oynama bozukluğu bulunmaktadır.

Bağımlılık kimyasal madde bağımlılığı ve kimyasal olmayan bağımlılıklar olarak gruplandırılmaktadır. Alkol bağımlılığı, kokain bağımlılığı gibi bağımlılıklar kimyasal madde bağımlılığı grubuna girerken; internet bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, kumar bağımlılığı gibi bağımlılıklar kimyasal olmayan bağımlılık grubuna girmektedir (Young, 2004). Köknel (1998) kimyasal olmayan bağımlılıkları davranışsal bağımlılıklar olarak isimlendirmektedir. Davranışsal bağımlılık; bir davranışın devam eden aralıklarla ortaya çıkması ve söz konusu davranışın bireyin yaşamında problemler yaşamasına yol açması olarak tanımlanmaktadır.

Şahin (2007) bağımlılığın 3 ögesini şu şekilde tanımlamaktadır;

- her koşulda bağımlı olunan maddeyi elde etmek için durdurulamaz arzu ve istek hissi
- bağımlı olunan maddenin giderek daha fazla dozda kullanılması
- bağımlı olunan maddeye karşı hissedilen fizyolojik ve psikolojik ihtiyaç

Bağımlı olunan maddenin yoksunluğunda ruhsal yakınmalar söz konusu olmaktadır (Ögel ve ark., 1999). Kullanılma sebebi her ne olursa olsun bağımlı birey, yaşamakta olduğu olumsuz duygudurumdan kurtulma, mutlu olabilme, kaygılarını giderebilme gibi sebeplerle bağımlı olduğu madde ya da eylemlere kurtarıcı rol yüklemektedir (Özcan, Taş ve Çetin, 2013).

Griffiths (2005), davranışsal bağımlılıkları operasyonel olarak tanımlamak amacıyla 6 tanı kriteri belirlemiştir;

1. Duyarlılık; bağımlı için bağımlı olunan davranışın hayatında en önemli etkinlik haline gelmesidir. Bireyin duygu ve düşünceleri bağımlı olunan davranışın etkisi altındadır.
2. Duygu durum değişikliği; bağımlılık davranışının kişide yarattığı duygusal etkiler ifade edilmektedir. Bağımlı olunan davranışı yaşayan kişinin o sırada canlanma, keyif hissetmesi olarak örneklendirilebilir.

3. Tolerans; önceki ruh halini tekrar hissetmek için bağımlı olunan davranışa artan miktarda ihtiyaç duyulmasıdır.

4.Geri çekilme; bağımlı olunan davranış birey tarafından gerçekleştirilmediğinde hissedilen olumsuz duygu durum ve(ya) fiziksel etkilerdir.

5.Çatışma; kişinin bağımlılığı nedeniyle diğerleriyle ve(ya) hayatındaki etkinlikler arasında ve(ya) kendi içinde yaşanan çatışmalardır.

6.Nüks; bağımlı olunan aşırı davranış örüntüsüne tüm çabalara rağmen tekrar tekrar geri dönmektir.

1.2.Kompulsif Satın Alma

1.2.1. Kompulsif Satın Almanın Tanımı ve Belirtileri

Özcan (2007), alışverişi zaman zaman bir şeyleri satın alma eylemi, zaman zamansa boş vakti doldurmak, vitrin bakmak, modayı takip etmek amacıyla yapılan bir etkinlik olarak tanımlamaktadır. 1980'li yıllarda insanların erken yaşta emekli olmaları sonucunda boş zaman aktivitelerine yönelme süreleri artmış ve özellikle bu durumun etkisiyle alışveriş boş zamanları doldurmak için yapılan bir faaliyet olarak değerlendirilmiştir. Bu ayrımı; Falk ve Campbell (1977), 'bir şey için alışveriş yapmak' (shopping for), 'alışveriş çevresinde olmak' (shopping around) şeklinde; Bowlby (1997), 'alışveriş yapmak' (doing shopping), 'alışverişe gitmek' (going shopping) şeklinde; Zorlu (2006), 'rasyonel satın alma', 'boş zaman deneyimi' şeklinde ifade etmektedir (akt. Özcan, 2007). Mürütsoy'un (2013) 291 katılımcı ile yaptığı araştırma bulgularına göre satın alma amacı gütmeden internette sörf yaparken alıveriş yapma yüzdesinin 23; belli bir satın alma ihtiyacı ile internette sörf yaparken alışveriş yapma yüzdesinin ise 77 olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonucunda en fazla CD, DVD, kitap, dergi, giyim eşyaları ve elektronik eşya satın alındığı görülmüştür.

Yunanca onyos (satılık, satın alma), manya (saplantı) kökeninden gelen onyomani, ilk kez 1915 yılında tanımlanmıştır. Emil Kraepelin ve Eugen Bleuler 20. yüzyılın başında, dürtü kontrol güçlükleri arasında onyomaniden bahsetmişlerdir. Kraepelin alışveriş bağımlılığını onyomani olarak adlandırmış ve 'satın alma manyaklığı' şeklinde tarif etmiştir (akt. Murali, Ray ve Shaffiullha, 2012).

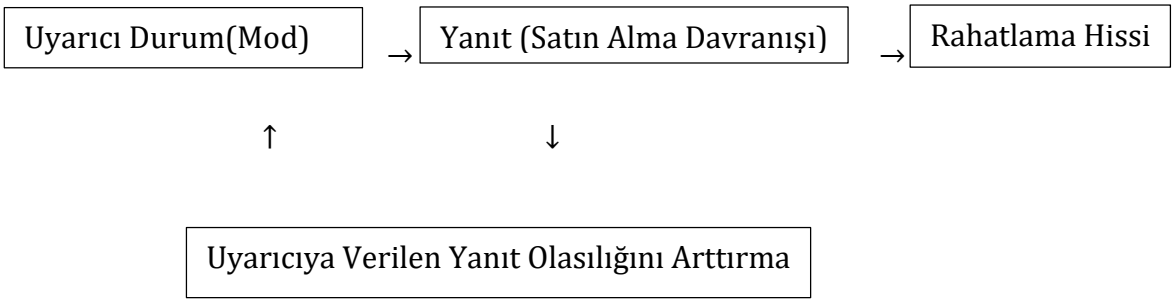
Bleuler 1924 yılında alışveriş bağımlılığını piromani, kleptomani ve alkolizmle birlikte Tepkisel Dürtüler adı altında değerlendirmiştir (akt. Lee ve Mysyk, 2004). Satın alma davranışı yıllardır kompulsif alışveriş, kompulsif tüketim, kompulsif satın alma, satın alma bağımlılığı, kontrolsüz satın alma gibi birçok farklı isimle tanımlanmaktadır (Murali, Ray ve Shaffiullha, 2012). Terimler farklı olmakla birlikte içerik olarak tüm tanımlar, engellenemeyen dürtü olarak alışveriş bağımlılığını ifade etmektedir (Ünsalver, 2011).

Lejoyeux ve Weinstein (2014) dürtülerin kompulsif davranışları, kişisel zorlukları, sosyal ve mesleki işlevsellik problemlerini ortaya çıkardığını belirtmektedirler. Yaptıkları araştırmada Amerika Birleşik Devletlerinde %5 oranında alışveriş bağımlılığı görüldüğü, bağımlı bireylerin %41.7 oranında borçlarını ödeyemeyecek düzeyde olduğu, %8.3 oranında finansal problemler yaşadığı, %45.8 oranında ise suçluluk duygusu hissettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Ünsalver (2011) alışveriş bağımlılığını takıntılı biçimde alışveriş yapma, alışveriş ile ilgili plan yapma ve düşünme süreçleri ve kişinin ihtiyaç dışı, kontrolsüz para harcaması ve bunun sonucunda da ailevi, sosyal ve mesleki hayatın olumsuz etkilenmesi şeklinde tanımlamaktadır. Black (2007) kompulsif satın alma sürecini beklenti, hazırlık, alışveriş yapma ve harcama örüntüsü şeklinde açıklamaktadır. Beklenti aşamasında bireyin zihni alışveriş ile ilgili düşüncelerle meşguldür. Hazırlık aşamasında, birey alışverişe hazırlanır. Alışveriş için nereye gidilecek, satın alınanlar ne şekilde ödenecek gibi planlamalar yapılır. Alışveriş aşamasında, alışveriş yapma eylemi gerçekleşir. Son aşama olan harcama aşamasında ise, satın alma eylemi gerçekleşir.

Kompulsif satın alma süreci; öğrenme teorisine dayalı bir şartlanma olarak (bkz. Şekil 1.1) ve psikolojik bir bağımlılık (bkz. Şekil 1.2) olarak da açıklanmaktadır (Briney, 1989).

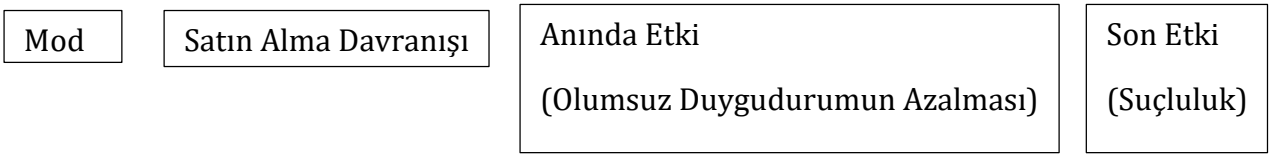
Öğrenme teorisine dayalı bir şartlanma olarak kompulsif satın alma modeline göre, birey satın alma davranışını öğrenir çünkü bu davranış, davranışa girmeden önce mevcut olan duygudan daha iyi bir his ile sonuçlanır.



Şekil 1.1 *Öğrenme Teorisine Dayalı Bir Şartlanma Olarak Kompulsif Satın Alma (Briney, 1989)*

Schlosser ve arkadaşlarının (1994) 46 alışveriş bağımlısı ile yaptığı çalışmanın bulguları öğrenme teorisine dayalı bir şartlanma olarak kompulsif satın alma modelini desteklemiştir. Katılımcılar yeni bir şeyler satın alırken iyi, güçlü olduklarına inandıklarını ve hayatlarında var olan problemlerini o an düşünmediklerini, alışverişin dikkatlerini dağıttığını belirtmişlerdir.

Psikolojik bağımlılık modeli ise kompulsif alışveriş bağımlısı bireyin sıklıkla kaygı ve (ya) depresif modda hissettiğini belirtir. Böyle hissettiği durumlarda satın alma davranışına yönelir çünkü bu sayede rahatlamış hissedebilir. Rahatlama hissi satın alma davranışının hemen ardından gelir ancak kalıcı bir his değildir. Nihai duygu ise suçluluktur. Bireyin hissettiği suçluluk duygusu bağımlılık döngüsünü arttırmaya hizmet eder. Bu kez birey hissettiği suçluluk duygusunun yarattığı olumsuz hissi hafifletmek amacıyla alışverişe yönelir. Bu döngü bu şekilde devam eder.



Şekil 1.2 *Psikolojik Bir Bağımlılık Modeli Olarak Kompulsif Satın Alma (Briney, 1989)*

Kompulsif satın alma sürecinde kişiler, alışveriş sürecinden aldıkları rahatlama hissini alkol ve uyuşturucu etkisine benzetmektedir (Lejoyeux, Weinstein, 2013). Keyif ve heyecan duyguları ile beliren kompulsif alışveriş sonrası kişinin hissettiği kısa ve uzun dönemli davranışlar; yeniden alışveriş, kendini mutlu hissetme, alışveriş sonrası pişmanlık, suçluluk, borç, depresyon, sosyal izolasyon, düşük özsaygı şeklinde ilerlemektedir (Korur ve Kimzan, 2016).

Kompulsif satın alma sürecinde kişi başlangıçta birkaç parça aldığında kendini mutlu hissederken süreç içerisinde daha fazla ürün aldığında ancak kendini rahatlamış hisseder. Bu durum tolerans olarak adlandırılır. Yapılan alışverişlerden dolayı yaşadığı maddi, manevi sıkıntılar nedeniyle sınırlamaya maruz kalan alışveriş bağımlısı, alışveriş hayalleri kurarak huzursuz, mutsuz hisseder. Bu duygudurum ise çekilme hali olarak tanımlanmaktadır (Ünsalver, 2011).

Kompulsif satın alma sürecinde insanlar alışveriş ve harcama ile meşgul olarak tatmin olma duygusu deneyimlerler. Onları satın alma ve harcama yapmaya hazırlayan dürtüler ve endişeler geliştirirler. Bağımlı olmayan alıcılar, alışveriş öncesi plan ve hesaplama yaparken; bağımlı olan alıcılar dürtüleriyle hareket ederler (Murali, Ray ve Shaffiullha, 2012). Alışveriş bağımlılığı sürecinde kontrol kaybedilmekte, para harcamaya oldukça büyük bir zaman ayrılmaktadır (Clark ve Calleja, 2008).

Billieux ve arkadaşları (2008), kompulsif satın alma sürecinde dürtüselliğin etkisini açıklamak amacıyla 150 katılımcı ile çalışma yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda; kompulsif satın almanın dürtüsellik alt boyutlarından aciliyet (urgency), önceden hazırlanmamış olma (lack of premedittion) ve azim eksikliği (lack of perseverance) boyutları ile pozitif yönde ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Kompulsif satın almanın anlamlı yordayıcısının dürtüsellik alt boyutlarından aciliyet (urgency) olduğu ifade edilmiştir.

Akturan (2010) çalışmasında ‘plansız satın alma’ kavramından söz etmektedir. Rook’a (1987) göre plansız satın alma kişilerin, düşünmeden, ani, kuvvetli ve ısrarlı bir

biçimde satın alma arzusu içerisinde olmasıdır. Akturan'ın (2010) aktarımıyla, Verplanken (2001) plansız satın almayı, kişilik faktörü olarak belirlemiş ve bireysel bir farklılık olarak değerlendirmiştir.

Ünsalver (2011), alışveriş bağımlılığı yaşayan kişileri; kompulsif, başkalarına görüntü verme çabasındaki, pazarlıkçı, başkalarına bağımlı, bulimik ve biriktici şeklinde alt tiplere ayırarak açıklamaktadır. Kompulsif alışverişçiler, rahatsız eden ve acı veren duygulardan kaçınmak amacıyla alışverişe başvururlar. Olumsuz duygular bilinçdışı süreçlerle alışveriş yapma arzusu haline dönüşür. Olumsuz duygular alışveriş sırasında yerini mutluluk ve heyecana bırakır. Ancak alışveriş son bulduğunda kişide kaygı ve suçluluk hissi yaşanmaktadır. Kompulsif alışverişçi için ne alındığından ziyade alışveriş yapma eylemi ön plandadır. Başkalarına görüntü verme çabasındaki alışverişçiler, başkalarını etkileyebilmek amacıyla alışveriş yaparlar. En zor bulunan, az üretilmiş, en son moda ürünleri elde etme amacındadırlar. İmrenilmek alışverişin temel amacıdır. Pazarlıkçı alışverişçiler, en iyi olanı en ucuza alma hedefindedirler. İhtiyacı olmayan şeyleri dahi ucuza almak onlara güvende hissettirir. Başkalarına bağımlı alışverişçiler, yaşadıkları terk edilme endişesini önleyebilmek için diğerleri için bir şeyler satın aldıklarında değerli olacaklarını düşünürler. Bulimik alışverişçiler, paranın yarattığı içsel gerilimi sonlandırmak amacıyla sadece paralarını tüketebilmek için alışveriş yaparlar. Bazı dönemlerde adeta yaptıkları alışverişi geri kusmak gibi, aldıkları ürünleri geri iade edebilirler. Biriktiriciler, eşya biriktirmeyi hedeflerler. Ürünün kalitesi veya ücreti önemli olmaksızın sadece söz konusu ürünün her türüne sahip olma alışveriş amaçlarıdır.

Solomon (2004) satın alma eylemini tutkulu ve içtepisel olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İçtepisel alışveriş tüketicinin spontane biçimde aniden gelişen satın alma dürtüsüne verilen addır ve bireysel bir farklılık olarak tanımlanmaktadır (Bayley ve Nancarrow, 1998). İçtepisel satın alma sürecinde kişi, bir ürüne geçici bir süre odaklanırken, tutkulu alışveriş bağımlısı üründen ziyade satın alma sürecine odaklanmakta ve bu süreçten haz almaktadır. İçtepisel satın alma sürecinde satın almanın benlik değerini yükselteceğine inanıldığı, modayı takip etmeye yönelik ürünlerin tercih edildiği belirtilmektedir (Solomon, 2004).

Hedonik alışveriş iç içe geçmiş çoklu duyguların oluşturduğu hayal ve heyecanların, satın alınan ürün ile ilişkilendirilmesi şeklinde tanımlamaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982). Hedonik alışverişte duygular, davranışları ve tercihleri etkilemekte ve diğer duyguları da harekete geçirmektedir (akt. Akturan, 2010; Park, 2006). Aydın (2010) 1032 üniversite öğrencisi ile yaptığı çalışma sonucunda, hedonik alışverişte kadınların ortalamasının erkeklerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmış ve bu durumu, kadınların güzel ve alımlı görünmeyi erkeklerden daha fazla istemesiyle ilişkilendirmiştir.

1.2.2. Kompulsif Satın Almanın Etiyolojisi

Literatürde kompulsif satın almada yaş ve cinsiyetin etkisinin araştırıldığı birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Black (2007) kompulsif satın almanın başlama yaşını ortalama 20'li yaşların başlangıcı olarak belirtmektedir. Ancak literatürde bu konuda farklı bulgular da yer almaktadır. Lejoyeux ve Weinstein (2013), kompulsif satın alma yaşının ortalama olarak 30'lu yaşlarda başladığını öne sürmektedirler. Christenson ve arkadaşları (1994) ise kompusif satın almanın ergenlik döneminde başladığını belirtmektedir. Schlosser ve arkadaşları (1994) kompulsif satın alma davranışının 18'li yaşlarda başladığını ancak 30'lu yaşlarda bireyin hayatını olumsuz yönde etkileyen bir problem haline dönüştüğünü belirtmektedir.

Koran ve arkadaşları (2006), 1998 yılına kadar kompulsif satın almanın toplumda kadınlarda görülme oranının daha yüksek olduğunu ancak ilerleyen yıllarda oranın kadın ve erkek için eşit olduğunu öne sürmektedir. Mueller ve arkadaşları (2010) da kadınlar ve erkekler arasında kompulsif satın alma yaygınlığı açısından anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmişlerdir. Black (2001) ise kompulsif satın alma bozukluğunu yaşayanların %80- 95 oranında kadın olduğunu belirtmektedir. Granero ve arkadaşları da (2016) yaptıkları araştırma sonucunda kompulsif satın alma davranışının %67.3 oran ile kadınlarda, erkeklere kıyasla daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.

Kadınlar kendilerini daha iyi hissetmelerine yol açan ve sosyal hayatlarını temsil ettiklerini düşündükleri ürünleri tercih ederken; erkekler daha çok pratik, aktivite odaklı, kendilerini ifade etmelerine yardımcı ürünlere öncelik verir (Orhan, 2002). Kadınlar keyif alma ve eğlenme dürtüsüyle alışveriş yaparken, erkekler görev bilinciyle

alışveriş yaparlar (Torlak ve ark., 2006). Erkekler daha çok elektronik ve otomobil sektöründeki ürünleri satın almayı tercih ederler (Güneş, 2007). Kadınlar ise alışveriş sırasında daha çok mücevher almayı tercih ederler (Schlosser ve ark., 1994).

Villi ve Kayabaşı (2013) kadınların kozmetik ürün alışverişinde, onları dürtüsel satın almaya yönlendiren faktörleri araştırdıkları çalışmayı 407 kadın katılımcı ile yapmışlardır. Çalışmalarında, katılımcıların önemli bir kısmının kendisini dürtüsel satın alıcı olarak gördüklerinden söz etmektedirler. Yapılan araştırma sonucunda arkadaş çevresi, mağaza atmosferi, promosyonlar ve duygusal durum faktörleri ile kozmetik ürünleri dürtüsel satın alma arasında anlamlı ilişki ortaya çıkmıştır.

Akturan (2009) üniversite 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşan 284 katılımcı ile kadın ve erkeklerin içgüdüsel alışveriş eğilimlerinde farklılık olup olmadığını araştırmıştır. Elde edilen sonuçlara göre kadınların erkeklere nazaran daha fazla içgüdüsel alışveriş eğilimi bulunmaktadır. Kadınların erkeklere nazaran alışverişte daha az plan yaparak ilerlediği belirtilmiştir. Kadınların erkeklere kıyasla bir şey satın almaya daha ani karar verdikleri ifade edilmiştir. Kadınların mağazada beğendikleri şeyleri almamakta daha fazla zorlandıkları, satın alma isteklerini bastıramadıkları belirtilmiştir.

Tamam (2009) kompulsif satın alma davranışına neden olan faktörleri; anksiyete, mükemmeliyetçilik, özgüven, fantezi, dürtüsellik, heyecan arayışı, kompulsivite, bağımlılık, onay arayışı, kontrol odağı, depresyon, kaçınmayla başa çıkma, inkar, izolasyon- yalnızlık, materyalizm ve aile yapısı değişkenleri ile açıklamaktadır. Aynı zamanda Kothari ve Mallik (2015) yaptıkları araştırma sonucunda alışveriş bağımlılarının benlik saygılarının düşük olduğunu belirtmişlerdir.

Statü kazanma, modaya uyma, taklit, ilgi çekme kompulsif satın alma sürecinde bağımlılar için hedeflenen amaçlardır. Özellikle marka, beynin otopilot bölgesinin ve duygusal düşünce sisteminin bir sonucu olarak görülmektedir (Korur ve Kımzan, 2016). Beynin frontal lobunun görevi, yeni bir durum karşısında uygun sorun çözme yöntemlerini bulmak, planlamak ve davranışı başlatmaktır. Prefrontal korteks sayesinde, olaylar hakkında mantıklı ve çok yönlü düşünmek mümkün hale gelir. Neden- sonuç ilişkisi değerlendirilerek karar alma süreci gerçekleşir. Stres ya da çözülmemiş,

çatışmalı bir problem söz konusu olduğunda prefrontal bölge karar verme sürecine katılmaz. Prefrontal bölgenin kontrolünün kalkması kişinin kontrolsüzce alışveriş yapma sebeplerinden biri olarak görünmektedir (Ünsalver, 2011).

DeSarbo ve Edwards (1996) kompulsif satın almanın tetikleyen faktörler, çevresel faktörler ve diğer faktörlerin etkisiyle oluştuğunu öne sürmektedir. En çok anksiyete, mükemmeliyetçilik anlayışı, özgüven eksikliği, bağımlılık, dürtüsellik ve depresyon gibi faktörlerin sonucunda satın alma dürtüsünün ortaya çıktığını belirtmekte ve bu faktörleri tetikleyen faktörler olarak isimlendirmektedir. Çevresel faktörler başlığı altına ise kendini toplumdan izole etme, materyalizm ve yalnızlaşma girmektedir. Diğer faktörler; kişisel kimlik ve kültür olarak belirtilmektedir.

Lopez ve Villardefrancos (2014) kompulsif satın alma ile yaşam arzuları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Saygınlık, finansal başarı elde etme hedefi ve dış görünüm arzuları kompulsif satın alma ile ilişkili bulunmuştur.

Ünsalver (2011) kredi kartı kullanımının kolaylığı ve çeşitliliğinin de kompulsif satın alma sürecini besleyen en önemli sosyal etken olduğunu varsaymaktadır. Arslan (2015) kredi kartı kullanımının kişilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini araştırmış ve kredi kartının düşük gelire rağmen kişide güç ve statü algısı yaratarak, alışveriş açısından güven verici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle son dönemde genç tüketicilerin pazarda daha aktif olmasının kredi kartının etkisini daha fazla ön plana çıkardığını belirtmiştir.

Kompulsif satın alma sürecini ebeveyn ilişkileri bağlamında Ünsalver (2011) şu şekilde açıklamaktadır; kendini ebeveynlik açısından yetersiz değerlendiren anne-babalar bu eksiği tamamlamak adına çocuklarına sıklıkla hediyeler alabilmektedir. Kendisine bir şeyler alınması çocuk tarafından sevildiğinin göstergesi olarak yorumlanır. Ebeveyni ile arasındaki bağlanma biçimi hediyeler gibi somut nesneler üzerine kurulan çocuklar, yetişkin yaşamında da duygusal sorunlar yaşadıklarında kendilerini rahatlatabilmek için bir şeylere sahip olma, satın alma ihtiyacı hissederler. Bu döngü süreç içerisinde bireyin olumlu duygular hissedebilmek için alışverişe yönelmesine ve dürtüsel olarak satın alma eylemini durduramamasına yol açmaktadır.

Kyrios ve arkadaşları (2004), kompulsif satın alma sürecinde bireylerin karar alma becerilerinde problem yaşadıklarını belirtmektedir. Satın aldıkları ürünlere karşı duygusal bir bağlılık yaşamakta ve takıntılı bilişsel özellikler geliştirmektedirler. Söz konusu takıntılı bilişsel özellikler mükemmeliyetçi beklentiler, karar vermede yaşanan zorluklar ve potansiyel satın alma fırsatlarına yönelik hissedilen yanlış inançlar olarak sıralanmaktadır.

Sonuç olarak; 1915 yılında tanımlanmış ve birçok farklı şekilde isimlendirilmiş kompulsif satın alma, satın alma aşamasında rahatlama hissi, sonrasında ise suçluluk duygusu yaratan ve bireyin hayatını olumsuz yönde etkileyen bir süreçtir. Araştırmalar çoğunlukla kompulsif satın alma davranışının 20'li yaşlarda başladığını ve özellikle son yıllarda cinsiyet farkı göstermediğini ortaya koymaktadır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasının kompulsif satın alma davranışını arttırdığı belirtilmektedir. Ayrıca mükemmelliyetçilik, dürtüsellik, anksiyete, keyif alma, eğlenme, özgüven, heyecan arayışı, onay arayışı, kompulsivite, bağımlılık, kontrol odağı, depresyon, kaçınmayla başa çıkma, izolasyon- yalnızlık, benlik saygısının düşüklüğü, statü kazanma, taklit, ilgi çekme gibi değişkenlerin kompulsif satın alma ile ilişkili olduğu yapılan farklı çalışmalar sonucunda ortaya konmuştur.

1.3.Bilişsel Duygu Düzenleme

''Duygu nedir?'' sorusunun cevabı Sokrates'ten itibaren cevaplanmaya çalışılmaktadır. Ancak duygunun tanımını yapmak oldukça zordur (Solomon, 2003). Duygular; bireyin yaşamında önemli bir fırsat veya zorluk olarak değerlendirilebilecek bir yaşam olayına karşı verilen biyolojik reaksiyonlardır (Gross ve Munoz, 1995). Bonanno (2001) ise duyguyu bireyin yaşamında karşılaştığı stres ve zorluklarla baş etmesine yardımcı olan reaksiyonlar şeklinde tanımlamaktadır. Birçok farklı duygu türü olmasına rağmen tümünün ortak özelliği amaçlı olmayan biçimde içgüdüsel ve doğuştan itibaren ortaya çıkmasıdır (Hall, 1998). Duygular kişinin içinde bulunduğu koşullara göre şekillenir ve anlamlanır. Amaçların zaman içerisinde değişmesi gibi duygular da değişebilir (Gross, 2001).

Duygular biyolojik temelli olsalar da bireylerin duygular ve bunları ifade etme biçimleri üzerinde etkisi vardır. Bu etkiye duygu düzenleme ismi verilir. Duygu

düzenleme; duygu reaksiyonlarını izlemek, değerlendirmek ve değiştirmekten sorumlu olan tüm içsel ve dışsal süreçleri kapsar (Thompson, 1994). Duygu düzenleme; duyguların farkındalığı ve anlaşılması, duyguların kabul edilmesi, dürtüsel davranışları kontrol etme becerisi ve olumsuz duygular deneyimlenirken hedeflenen amaçlara uygun davranma, durumla uyumlu duygu düzenleme stratejilerinin kullanımı adımlarından oluşur (Thompson, Calkins, 1996). Garnefski, Kraaij ve Spinhoven (2001) duygu düzenlemeyi biyolojik, sosyal ve davranışsal boyutta ilerleyen bilinçli ve bilinçdışı bilişsel süreçler olarak tanımlamaktadırlar. Duygulara bağlı yaşanan fizyolojik belirtiler artan nabız, nefes alma hızı veya nefes darlığı, terleme şeklinde örneklendirilebilir. Sosyal boyutta ise duygular, kişilerarası ilişkileri sürdürmek amacıyla düzenlenmektedir. Duygu düzenleme süreci otomatik ya da kontrollü olabilir (Gross, 2001). Dikkat, hafıza, inkar ya da yansıtma gibi bilinçdışı süreçler veya kendini suçlama, başkalarını suçlama gibi bilinçli sürdürülen eylemler ile duygu düzenleme gerçekleşmektedir (Garnefski, Kraaij ve Spinhoven, 2001). Bireylerin olumlu duygularını sürdürmek için de olumsuz duygularını hafifletmek için de duygu düzenlemeye ihtiyaç duydukları ortaya konmuştur (Rook ve Fisher, 1995).

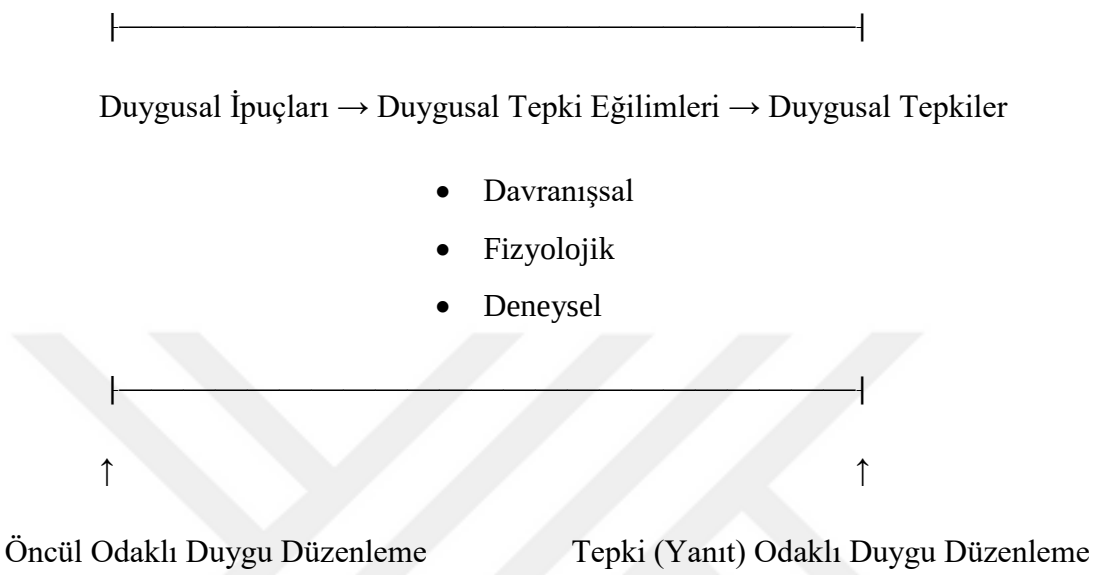
Duygu düzenleme içsel ve dışsal etkileri kapsar, bu nedenle sadece bireyin kendi kendine düzenleyebileceği bir süreç değildir; başka bir deyişle başkalarının da duygular üzerinde etkisi vardır. Ebeveynler tarafından çocukların olumsuz duygularını olumluya çevirmek, yakın ilişkilerde hissedilen duygular, duygular üzerinde başkalarının da etkisi olduğuna örnek olarak verilebilir. Duyguların dışsal etkiler tarafından yönetilmesi, bebeklik döneminde kurulan güvenli bağlanma ve daha sonra hissedilen sosyal destek ile oldukça ilişkilidir (Thompson ve Calkins, 1996).

Günlük hayatın vazgeçilmez bir özelliği olan duygu düzenleme stratejilerinin bireyin yaşamında ölçülebilir bir etkisi bulunmaktadır. Bu etkiyi test etmek amacıyla yapılan çalışmada öğrencilere sünnet töreni izlettirilmiştir. Bazı öğrenciler sünnet töreni sırasında yapılan cerrahi işlemlerde acı içeren görüntüleri gölgede bırakıp, işlemlerin keyifli yönlerini ön plana çıkarabilen bir müzik eşliğinde töreni izlerken, diğer öğrenci grubu müzik olmadan aynı sünnet törenini izlemişlerdir. Video bittikten sonra ortaya çıkan sonuçlar karşılaştırıldığında müzik dinleyen öğrenci grubunun, müzik dinlemeyenlere kıyasla daha yavaş kalp atış hızına ve daha olumlu ruh haline sahip

oldukları gözlemlenmiştir. Bu sonuç müzik eşlik ettiğinde katılımcıların müzik eşlik etmeyen gruba kıyasla sünnet törenini daha az olumsuz ve üzücü bir deneyim olarak izlediklerine işaret etmiştir (Lazarus ve Alfret, 1964). Söz konusu araştırma bulgusu dışsal etkilerin, duygu düzenleme sürecindeki etkisini göstermektedir.

Duygu düzenlemenin çocukluk döneminden itibaren gelişimini Dodge (1991) sosyal bilgi süreç modeli ile açıklamıştır. İlk basamakta çocuk işaretleri algılayarak dikkatini yöneltir ve bu basamağa sosyal işaret süreci adı verilir. İkinci aşamada çocuk dikkatini yönelttiği bu işaretleri yorumlamaya başlar ve buna betimleme süreci adı verilir. Yorumlara karşı davranışsal tepkilerin ortaya çıktığı aşama, karşılık arama süreci olarak adlandırılır. Sonraki aşamada çocuk birçok farklı davranış arasından kendisi için uygun olan davranışı seçer ve sonucunu değerlendirir. Son basamakta çocuk bir önceki basamakta seçtiği davranışsal tepkiyi taşır. Bu süreçte aile son derece önemlidir. Sosyal bilgi süreç modeline göre, ebeveynlerin geliştirdiği stratejiler ile çocukların geliştirdiği stratejiler örtüşmektedir. Aile yaşantıları çocuklar için sosyal ilişkilerin temsilini oluşturmakta ve ebeveynlerle kurulan ilişkiler ileri dönemlerde kurulacak sosyal ilişkilere genellenmektedir (McDowell ve Parke, 2002).

Gross (1998a) duyguların içsel ve dışsal ipuçlarının değerlendirilmesiyle başladığını öne sürmektedir. Bu ipuçlarından bazıları davranışsal ve fizyolojik tepkileri tetikler. Duygular sisteme giriş (öncül odaklı duygu düzenleme) ve sistemden çıkış (tepki odaklı duygu düzenleme) ile düzenlenebilmektedir. Öncül odaklı stratejiler başlangıçta tepkiler ortaya çıkmadan önce belirirler. Tepki odaklı stratejileri ise duygular ortaya çıktıktan sonra belirirler. Öncül odaklı stratejilerde birey durumlar veya duygusal tepkiler arasında bilinçli bir karar verme ve seçim yapma farkındalığına sahiptir. Öncül odaklı stratejiler durum seçimi (kaçınma veya devam etme), hissedilen duygunun etkisini değiştirmek için durumu değiştirme, odaklanma veya kişiyi rahatsız eden durumu yok sayma veya söz konusu durumun kişide yarattığı etkiyi yeniden değerlendirme şeklindedir. Tepki odaklı stratejiler ise duygusal yanıt, deneyim ya da ifadenin etkisini arttırmayı ya da bastırmayı içermektedir (bkz. Şekil 1.3).



Şekil 1.3 *Duygu Düzenleme Süreci (Gross, 1998a)*

Gross'un (1998b), Duygu Düzenlemede Süreç Yönelimli Modeli 5 aşama içermektedir (akt. Gross, 2001);

1. Duruma ilişkin seçim aşaması: Potansiyel bir duygu durumuna girme ya da girmeme aşamasıdır.
2. Duruma ilişkin değişiklik aşaması: Birey bir durumu seçtiğinde, duruma yönelik yapılan değişim, duygusal etkiyi de değiştirmeyi kapsar.
3. Dikkat noktası aşaması: Durumların pek çok noktası vardır ve bu noktada birey durumun hangi noktasına odaklanacağını belirler.
4. Bilişsel değişiklik aşaması: Odaklanılan durum belirlendikten sonra, kişinin seçtiği durumun anlamını değiştirme aşamasıdır.
5. Tepki değişikliği aşaması: Duygular ortaya çıkar ve bu aşama tepkileri değiştirme aşamasıdır.

Duygu düzenleme aşamasında amaçların çok olması süreci karmaşık hale getirebilir. Birey kısa vadeli ve uzun vadeli hedeflerini gerçekleştirirken duygu düzenleme stratejileri arasında tercih ettiği stratejiyi kullanabilir. Örneğin; haksızlığa uğradığını düşünen bir çocuk hissettiği öfkeyi bastırabilir, yaşadığı haksızlığa karşı adaleti sağlamak adına öfkesini abartılı bir biçimde dışa vurabilir, başkalarının desteğini sağlamak için hissettiği duyguları ifade edebilir ya da farklı hedeflerini gerçekleştirmek için hareket edebilir. Tüm bu seçenekler çocuğun içinde bulunduğu koşullara, hedef ve değerlerine bağlı olarak şekillenmekte ve tercih edilmektedir (Thompson ve Calkins, 1996).

Bilişsel duygu düzenleme; bireyin stres veren olay ve duygulara karşı kullandığı başa çıkma stratejileridir (Thompson, 1991). Bilişsel değerlendirmeler, duyguların deneyimlenmesini ve belirli durumlarda hangi duygunun ortaya çıktığını belirleyen süreçlerdir. Bilişler duyguları, duygular ise bilişleri etkileyebilmektedir (Joorman, Yoon ve Siemer, 2010).

Garnefski, Kraaij ve Spinhoven'a (2001) göre olumsuz yaşam olaylarından sonra bireylerin kullanmaya meyilli oldukları 9 bilişsel duygu düzenleme stratejisi bulunmaktadır;

1. Kendini suçlama: Bireyin yaşadıklarından dolayı kendini suçlamasıdır. 'Bu olayın sorumlusunun kendim olduğunu düşünüyorum.'
2. Başkalarını suçlama: Bireyin, kendi yaşantısındaki belirli durumlardan başkalarını sorumlu tutmasıdır. 'Bu olayın sorumlusunun başkaları olduğunu düşünüyorum.'
3. Kabul: Bireyin hayatında yer alan olayları kabul etmesidir. 'Yaşanan her ne ise o durumu kabul ediyorum.'
4. Plana tekrar odaklanma: Bireyin hayatında olumsuz bir olay söz konusu olduğunda, bu olayın üstesinden gelebilmek için hangi adımları atması gerektiğini düşünmesidir. 'Üstesinden gelmek için hangi adımları atmalıyım?'
5. Pozitif tekrar odaklanma: Bireyin gerçek, var olan olay yerine daha eğlenceli, keyifli konular hakkında düşünmesidir. 'Neler olduğu önemli değil, güzel olan şeylere odaklanmalıyım.'

6. Ruminasyon yada düşünceye odaklanma: Bireyin olumsuz olay hakkında düşüncelere odaklanmasıdır. ‘Yaşadığım olaylar ile ilgili nasıl hissediyorum?’
7. Pozitif yeniden değerlendirme: Bireyin yaşadığı olayı pozitif anlam yükleyerek değerlendirmesidir. ‘Yaşadığım durumdan yeni bir şeyler öğrenebilirim.’
8. Bakış açısına yerleştirme: Bireyin bir olayın değerini azaltabilmek için var olan diğer olaylarla kıyaslama yapmasıdır. ‘Hayatta daha kötü şeyler de vardır.’
9. Felaketleştirme: Bireyin deneyiminin dehşet verici yönüne odaklanmasıdır. ‘Yaşadığım olaylar bir kişinin başına gelebilecek en kötü şeylerdir.’

Bilişsel duygu düzenleme stratejilerini Garnefski ve Kraaij (2006), adaptif ve adaptif olmayan başlıkları altında gruplandırmışlardır. Kabul, pozitif yeniden odaklanma, pozitif yeniden değerlendirme, bakış açısına yerleştirme adaptif- uyumlu stratejilerken; kendini suçlama, ruminasyon, düşünceye odaklanma, felaketleştirme ve başkalarını suçlama adaptif olmayan- uyumsuz stratejilerdir.

Yeniden değerlendirme ve kabul gibi adaptif duygu düzenleme stratejileri; ruminasyon, bastırma, kaçınma gibi adaptif olmayan duygu düzenleme stratejilerine göre psikopatoloji belirtileri ile daha zayıf ilişki içerisindedir. Aldao ve Nolen’in (2011) adaptif duygu düzenleme stratejileri ve adaptif olmayan duygu düzenleme stratejilerinin psikopatoloji (depresyon, anksiyete ve alkol problemi) düzeyi ile ilişkisine yönelik yaptıkları çalışma sonucunda, adaptif stratejiler ile psikopatoloji semptomları arasında ilişki olmadığı belirlenmiştir. Ancak adaptif olmayan stratejilerin daha çok kullanıldığı durumlarda psikopatoloji semptomları ile negatif bir ilişkinin olduğu görülmüştür.

Garnefski ve arkadaşları (2002), bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin kullanımlarının klinik örneklem ve klinik olmayan örneklemde ne şekilde fark ettiğini belirlemek amacıyla 99 tanı almış ve benzer özelliklere sahip ancak tanı almamış 99 katılımcı ile araştırma yapmışlardır. Yapılan analiz çalışmaları ile kendini suçlama ve pozitif yeniden değerlendirme alt ölçeklerinin 2 grup arasındaki farkı ayırt etmede oldukça önemli stratejiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Adaptif olmayan duygu düzenleme stratejilerinden kendini suçlama stratejisi daha çok tanı almış grup tarafından; adaptif duygu düzenleme stratejilerinden pozitif yeniden değerlendirme stratejisi ise daha çok tanı almamış grup tarafından kullanılmıştır.

Bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisini daha çok kullanan bireyler, olumsuz duygularının etkisiyle problemli davranışlara, yeniden değerlendirme stratejisini daha az kullanan bireylere göre daha az başvururlar. Bu hipotezi test etmek amacıyla katılımcıların yeniden değerlendirme stratejisi ile satın alma eğilimleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yeniden değerlendirme stratejisini daha az kullanan bireylerin olumsuz duygularla baş etmede daha fazla zorlandıkları ve satın almaya daha fazla meyilli oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Kemp ve Kopp, 2011).

1.3.1. Bilişsel Duygu Düzenleme ile Bağımlılık İlişkisi

Olumsuz duygular engellenme hissi yaratarak bireyi kompulsif satın alma gibi uyumsuz davranışlara yöneltir. Bireyler duyguları üzerinde düzenleme yapma becerisine yeteri kadar sahip olmadıklarında, onlara pozitif duygular hissettiren davranışlarla meşgul olurlar (Billieux ve arkadaşları, 2008). Williams ve Grisham (2012) bu hipotezi test etmek amacıyla kompulsif satın alma ile duygu düzenleme arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Kompulsif satın alma ile dürtüsellik arasındaki ilişkiyi ve duygu düzenlemenin kompulsif satın alma davranışında ne şekilde rol oynadığını açıklamak amacıyla 49 kompulsif alıcı, 37 kompulsif alıcı olmayan katılımcı ile çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda kompulsif satın alma ile dürtüsellik arasında ilişki bulunmamıştır. Araştırmanın bir diğer amacı ise patolojik kumar oynayan bireylerde gözlemlenen duygu düzenleme stratejilerinin kompulsif alıcılar için de geçerli olup olmadığını test etmektir. Elde edilen bulgularda kompulsif alıcıların patolojik kumar oynayanlar ile benzer duygu düzenleme stratejileri sergilediği gözlemlenmiştir. Araştırmacılar kompulsif alıcıların, kontrol grubuna göre duygusal farkındalık açısından dezavantajlı konumda olduğunu belirtmektedirler. Yaptıkları araştırma ile duygu düzenleme becerisi yetersiz düzeyde olan bireylerin olumsuz duygularla baş edebilmek için kompulsif satın alma davranışına yöneldikleri sonucuna ulaşmışlardır.

140 sigara içen, 140 sigara içmeyen üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada sigara bağımlılığının duygu düzenleme ve dürtüsellik ile ilişkisini araştırmak amaçlanmıştır. Elde edilen bulgularda sigara içen ve sigara içmeyen grup arasında duygu düzenleme açısından fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dürtüselliğin duygu düzenleme yetisini olumsuz etkileyebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Sigara içen

katılımcıların olgunlaşmamış savunma mekanizmaları kullandıkları, zor ve stresli durumlarla karşılaştıklarında analiz becerilerinin sigara kullanmayanlara göre daha zayıf olduğu ve karar verme becerilerinin yetersiz olduğu belirtilmektedir (Abbasi ve ark., 2014).

Özellikle yeme bozukluklarında egzersiz, ruh hali düzenleyicisi olarak değerlendirilmektedir. Zaman zaman egzersizin kompulsif, fiziksel sağlığa zarar verici ve duyguları düzenlemek için uyumsuz bir strateji olarak kullanılan aktivite olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmada 572 ergen ile kompulsif egzersiz ve duygu düzenleme arasındaki ilişki incelenmiştir. On iki ay boyunca katılımcıların kompulsif egzersiz çalışmaları ölçülmüş ve bu sırada eşlik eden duygu düzenleme stratejileri değerlendirilmiştir. Yapılan boylamsal çalışma sonucunda kompulsif egzersizde en temel ve en önemli faktörün adaptif olmayan duygu düzenleme stratejileri olduğu belirtilmiştir. Özellikle sosyal desteğin yetersiz olduğu katılımcılar sıklıkla ruminasyon ve baskı stratejilerini kullanmışlardır (Goodwin, Haycraft ve Meyer, 2014).

Alkol bağımlısı bireylerde duygu düzenleme stratejilerinin nasıl olduğunu araştırmak amacıyla 44 alkol bağımlısı, 26 katılımcılı kontrol grubu ile çalışma yapılmıştır. Alkol bağımlılığı sürecinin yoksunluk aşamasında bireyin adaptif duygu düzenleme stratejileri kullanma oranının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Adaptif olmayan stratejiler ise bireyin alkol kullanımına devam etme oranını arttırmaktadır (Petit ve ark., 2015).

Bir başka araştırmada 194 genç erişkin katılımcı duygu düzenleme düzeylerine göre düşük, orta ve yüksek olarak gruplandırılmışlardır. Katılımcıların kendi ifadelerine göre dürtüsellikleri ve alkol, kumar gibi davranışlara yönelik eğilimleri değerlendirilmiştir. Duygu düzenleme işlevsizliği yüksek olan grubun dürtüsellik ve dürtüsel davranışlara yönelik eğilimlerinin yüksek olacağı hipotiz edilmiştir. Yapılan çalışmanın sonucunda duygu düzenleme işlevsizliği yüksek ve düşük olan grubun dürtüsellik, zarardan kaçınma ve bilişsel muhakeme değişkenlerinde farklılaştıkları belirlenmiştir. Duygu düzenlemenin özellikle bağımlılık geliştirme riski yüksek bireylerde dikkate alınması gerektiği önerilmiştir (Schreiber, Grant ve Odlaug, 2012).

Janfaza ve Shirazi (2015) duygu düzenleme zorluklarının kişisel kontrol ve ilaç bağımlılığındaki aracı rolünü tedavi almakta olan 315 katılımcı ile araştırmışlardır. Amaca yönelik davranış, dürtü kontrol zorlukları, duygu düzenlemede zorlukları ile bağımlılık arasında pozitif korelasyon olduğu belirtilmiştir.

Ceyhan (2016) yaşları 17- 50 arasında değişen, 416'sı kadın toplam 754 üniversitesi öğrencisi ile internet bağımlılığında bağlanma ve duygu düzenleme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Elde edilen bulgulara göre duygu düzenleme becerisi düşük katılımcıların içinden çıkamadıkları durumlardan uzaklaşabilmek için interneti kullanabildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Vala (2016) bağımlılığın beynin bilişsel işlevlerini düzenleme bölümüyle ilişkisi olduğunu belirterek, araştırmasını duygu düzenleme açısından bağımlı grup ve bağımlı olmayan grup arasında karşılaştırmalı şekilde yapmıştır. Çalışmanın örneklemini 160 bağımlı, 160 bağımlı olmayan toplam 320 kişi oluşturmuştur. Elde edilen sonuçta bağımlı grup ile bağımlı olmayan grup arasında duygu düzenleme açısından anlamlı bir fark olduğu ve bağımlı grubun adaptif olmayan duygu düzenleme stratejilerini daha fazla kullandığı bulunmuştur.

Özetle, yetersiz duygu düzenleme becerileri ile farklı bağımlılıkların ilişkili olduğu çeşitli araştırmaların sonuçlarına göre ortaya konmuştur. Farklı birçok bağımlılık türünde (alışveriş, madde, internet, sigara) katılımcıların yetersiz duygu düzenleme becerisine sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca bağımlı grupların adaptif olmayan duygu düzenleme stratejilerini daha fazla kullanmaları literatürde yapılmış olan araştırmaların önemli bir ortak noktasıdır.

1.4.DİS, DAS

Psikolojide biyolojik modeller açısından en yaygın kabul gören kuramlardan biri, 1970 yılında Gray tarafından önerilen kişilik teorisidir. Gray, davranışı kontrol eden DİS ve DAS şeklinde iki sistemin var olduğunu hipotez etmektedir (akt. Gray, 1982; Gray, 1981; Feldman, 1976).

Eysenck ve Gray, kişilik özelliklerinin beyin işlevlerinde bireysel farklılıklara dair bir pencere oluşturduğu hipotezini öne sürmektedirler. İki teorisyen de beyin

işlevlerinin kişilik ve davranışla ilgili önemli alanları kapsayan 'kavramsal sinir sistemi' aracılığıyla tanımlanabileceğini varsaymıştır. Gray kişilik teorisini Eysenck'in kişilik teorisinin bir modifikasyonu şeklinde oluşturmuş ancak daha sonra Gray'ın teorisi alternatif bir teori halini almıştır (akt. Matthews, Gilliland, 1999; Gray, 1981).

Günümüzde daha çok Pekiştirmeye Duyarlılık Teorisi (Reinforcement Sensitivity Theory; RST) olarak isimlendirilen Gray'ın (1982) teorisinde; kısa süreli duygu ve davranışların, daha uzun süreli duygu ve davranışlara yol açtığı belirtilmektedir. Gray'ın (1982) yaklaşımında, beyin davranış sistemlerinin temel özelliklerini tanımlamak ve bu sistemlerin kişilik ile ilişkisini incelemek amaçlanmaktadır. RST 2 ana duygu sistemi içerecek şekilde geliştirilmiştir:

1. DİS'in; anksiyete ile ilişkili uyaranlara ve doğuştan gelen korku uyaranlarına karşı (örn; yılan veya kan) duyarlı olduğu varsayılmıştır.
2. DAS ise iştah açıcı uyaranlara karşı duyarlıdır. Ödül ile ilişkili, ceza sinyallerinin sonlandırılmasına bağlı olarak aktive edilen ve olumlu bir geribildirim döngüsü oluşturduğu varsayılan sistemdir. Bu sistem öngörülen zevkin duygusal olarak umut edilmesini içerir. Bağımlılık davranışlarına eşlik eden iyimserlik, ödüllendirme ve dürtüsellik süreçlerini kapsar (akt. Corr, 2004).

DAS; yaklaşma eğilimi veya ödül içerikli uyaranlara verilen yanıt şeklinde tanımlanmaktadır (akt. Rawlings, 2014; Wilson, Barret ve Gray, 1989). Tatmin edici motivasyon ve hedefe yönelik davranışların düzenlenmesinde DAS sinyalleri etkinleşir. Bunlar içsel (hedefe ulaşma beklentisi gibi) veya dışsal (çekici bir hedef nesne gibi) kaynaklı olabilir. DAS'ın, mutluluk, sevinç gibi pozitif etki ile ilişkili olduğu ve bireyin amaçlarına ulaşmak için harekete geçmesini sağlayan bir bilişsel aktivite olduğu (umut, plan yapma, kişisel değerlendirme gibi) hipotez edilmektedir (akt. Alloy ve ark., 2008; Gray, 1994). DAS veya diğer adıyla davranış kolaylaştırma sistemi (akt. Depue ve Collins, 1999; Depue ve Iacono, 1989) ödüle ulaşma veya cezayı engelleme amaçlı harekete geçer (Smiths ve Boeck, 2006).

DİS; pasif kaçınma veya başarısızlık olasılığı yüksek durumlarda verilen duygusal- bilişsel tepkiler şeklinde tanımlanmaktadır (akt. Rawlings, 2014; Wilson,

Barret ve Gray, 1989). DİS'in birincil amacı cezaya yol açması beklenen ya da ödüllerin durdurulması veya kaybedilmesine yol açan davranışları önlemek ya da durdurmaktır. DİS, Gray ve McNaughton'a (2000) göre yaklaşma- kaçınma, kaçınma- kaçınma veya yaklaşma- yaklaşma çatışmaları aktifleştiğinde belirmektedir. Kaçılacak ya da önlenebilir açık bir tehlike söz konusu olduğunda DİS durumla başa çıkmak için devreye girer. Panik ve korku DİS ile ilişkili duygulardır (Smiths ve Boeck, 2006).

Smillie ve arkadaşları (2006) RST'yi motivasyon, duygu ve öğrenmenin nöropsikolojisi olarak tanımlamakta ve teoriyi dürtü odaklı açıklamaktadırlar. DAS koşullu ve koşulsuz ödül uyaranları ile dürtü içerirken DİS tüm çatışma kaynakları ile anksiyete içermektedir (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. *DİS- DAS'ın Özeti (Smillie ve ark., 2006)*

	Uyaran Girişi	**Özellik Görünümü**	**Duygusal Etki**	**Davranışsal Çıktı**
DAS	Koşullu ve koşulsuz ödül	Dürtü	Pozitif etki	Yaklaşma
DİS	Koşullu ve koşulsuz uyaranlar dahil tüm çatışma kaynakları	Anksiyete	Negatif etki	Savunmacı yaklaşımlar

DAS iştah açıcı uyaranlarla (yiyecek ve cinsel partnerler gibi) aktive edilir; DİS ise çatışan uyaranlarla (birçok sosyal ortamda görülen kaçınma- yaklaşma çatışması gibi) aktive edilir. Tanım ve operasyonellik açısından bu yaklaşımda, kaçınma-yaklaşma sistemini harekete geçiren uyaranlar bireyden bağımsız olarak tanımlanmaktadır. Tanım popülasyondaki bireylerin büyük çoğunluğunun tipik tepkilerini içermektedir. Bununla birlikte, kaçınma- yaklaşma reaksiyonlarında önemli bireysel farklılıklar vardır ve bu farklılıklar, yaklaşma ve kaçınma motivasyonlarının kişilik temellerini içermektedir. Bazı uyaranlar, uyaranı değerlendirmeye bağlı olarak farklı insanlarda farklı reaksiyonlar ortaya çıkarabilir; bir uyaran bazı insanlarda kaçınma, diğerlerinde ise yaklaşma sağlayabilir. Bu gibi durumlarda, bu uyaranlardan kaynaklanan tipik davranışın yönünü ve karşıt reaksiyonların yaygınlığını belirlemek önem taşımaktadır (Corr, 2013).

Gray nevrotik düşünceleri DİS, DAS aktiviteleriyle özetler, nevrotik insanlarda hem DİS hem DAS tepkileri birlikte yükselir. Dışa dönüklüğün ise yüksek DAS, düşük DİS tepkileri ile oluştuğunu, bu şekilde dışa dönük insanların negatif olaylardan ziyade pozitif olanlara karşı daha duyarlı olduğunu öne sürmektedir. Yapılan araştırmalarla da yüksek DİS aktivitesinin nevrotizmle, yüksek DAS aktivitesinin ise dışa dönüklük ile ilişkili olduğu görülmüştür (akt. Muris ve ark., 2005; Carver ve White, 1994; Caseras, Avila ve Torrubia, 2003; Heubeck, Wilkinson ve Cologon, 1998; Jorm ve ark., 1999).

Gray çeşitli psikopatolojileri farklı DİS, DAS aktivasyonlarıyla açıklamıştır. Yüksek düzeyde DİS aktivitesi kaygı semptomlarıyla (akt. Gray, 1982), düşük DİS aktivitesi ise dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu (akt. Quay, 1988) ve psikopati ile (akt. Fowles, 1980) ilişkilendirilmiştir. Aynı zamanda yüksek DAS aktivitesinin, davranış bozukluğu ve antisosyal kişilik bozukluğu ile (akt. Quay, 1993), düşük DAS aktivitesinin ise depresyon ile ilişkili olabileceği (akt. Depue, Krauss ve Spoont, 1987) belirtilmektedir.

1.4.1. DİS, DAS ve Bağımlılık İlişkisi

Kompulsif satın alma, yeme bozukluğu ve DİS, DAS arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla 211 kadın üniversite öğrencisi ile çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda kompulsif satın almanın yüksek DAS ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Claes ve ark., 2011).

638 üniversite öğrencisi ile DİS, DAS etkileşiminin alkol bağımlılığı ile ilişkisi araştırılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda elde edilen bulgular ile yüksek DAS hassasiyeti olan katılımcılar problemli alkolikler olarak değerlendirilmiştir. Yüksek DİS duyarlılığı yüksek DAS hassasiyeti ile birlikte rol oynadığında katılımcılar için riskli alkol kullanımı söz konusu olmamıştır. Araştırmanın sonucuna göre DİS duyarlılığı yüksek olan bireyler kaygıya yatkındır ve alkol kullanımına yatkınlıkları DİS duyarlılığı düşük olan bireylere kıyasla daha fazladır (Wardell ve ark., 2011).

2453 öğrenci ile internet kullanımı ve zararlı alkol kullanımının DİS, DAS ile ilişkisi araştırılmıştır. İnternet bağımlılığı ve zararlı alkol kullanımına sahip öğrencilerde yüksek DAS etkililiği bulunmuştur. Aynı zamanda DAS alt ölçeklerinden eğlence arayışı boyutu da internet bağımlısı ve zararlı alkol kullanımı olan bireylerde

yüksek bulunmuştur. DAS ölçeği alt boyutlarından ödüle duyarlılık boyutu da zararlı alkol kullanımı olan bireylerde yüksek bulunmuştur. Bu bulgu katılımcıların alkolü ödül şeklinde değerlendirdikleri ve süreç içerisinde alkol kullanımının bağımlılık halini alması şeklinde yorumlanmıştır. Zararlı alkol kullanımı olan öğrencilerin DİS puanları düşükken internet bağımlısı olan öğrencilerin DİS puanları yüksektir. Söz konusu bulgu DİS duyarlılığı yüksek olan üniversite öğrencilerinin kendilerini ödüllendirmek için internet gibi daha az tehlikeli buldukları bir davranışı tercih ettikleri şeklinde yorumlanmıştır. Aynı zamanda internette etkileşimin yüz yüze olmamasının, internetin sınırsız kullanılabilmesinin ve görünür fiziksel bir hasar yaratmamasının bağımlılara ani kaygılardan kurtulma rahatlığı sağladığı düşünülmüştür (Yen ve ark., 2009).

DAS duyarlılığının yüksek düzeylerde olması, alkol ve uyuşturucu kullanımı gibi psikopatolojik koşullara yatkınlık sağlamaktadır. İlaç bağımlıları, alkol bağımlıları ve kontrol grubu arasındaki DİS, DAS puanlarının incelendiği araştırma sonucunda ilaç bağımlılarından oluşan grubun kontrol grubundan daha yüksek DAS puanına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Alkol bağımlılığı açısından diğer iki grup arasında ise herhangi bir fark gözlemlenmemiştir (Franken, Muris ve Georgieva, 2006).

Esrar kullanımından dolayı Denetimli Serbestlik Programına dahil olan 150 erkek katılımcı ile yapılan araştırmada madde kullanımı ile DİS, DAS değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir. Ancak ödüle duyarlılık alt ölçeği puanları ile madde kullanımı arasında anlamlı, pozitif yönde ilişki gözlemlenmiştir. Bu sonuç bireylerin ödüle duyarlılık ölçüsünün, davranışlarını kontrol edebilmede etkili bir faktör olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Tunca, 2016).

Tütün ve kafein harici en az 2 tür psikoaktif madde kullanan 12 erkek, 8 kadın katılımcı ve psikoaktif madde kullanım geçmişi bulunmayan 12 erkek, 8 kadın katılımcı ile yapılan çalışmada psikoaktif madde kullanımı ile DİS, DAS arasındaki ilişki araştırılmıştır. Elde edilen bulgular psikoaktif madde kullanan grupta, psikoaktif madde kullanmayanlara kıyasla DAS toplam puanlarının anlamlı derecede daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ancak DAS alt ölçekleri açısından iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır (Uzun, 2017).

Yeme bozuklukları ve alkol istismarı komorbidite oranının yüksek olması sebebiyle, ödül ve ceza duyarlılığının genç kadın örnekleminde yeme içme davranışını etkileyebileceği düşünülerek 232 kadın lise öğrenci grubu ile araştırma yapılmıştır. Elde edilen bulgular ödül duyarlılığının artmasının alkol kötüye kullanımını yordadığına, hem ödül hem cezaya karşı artan duyarlılığın ise yeme bozukluklarını yordadığına işaret etmiştir. Gruplar karşılaştırıldığında alkol bağımlılığı ve yeme bozukluğu tanısı olan kadın öğrenciler ödüle karşı daha fazla duyarlılık bildirirken; sadece alkol bağımlılığı olan kadın öğrenciler cezaya karşı daha fazla hassasiyet bildirmişlerdir (Loxton ve Dawe, 2001).

Tüm bu bulgular DAS arttıkça bireyin bağımlılık olarak değerlendirilen davranışlara yönelme olasılığının arttığını göstermektedir. Farklı birçok bağımlılık türünde (alışveriş, alkol, internet, ilaç ve psikoaktif madde) DAS puanlarının bağımlılık ile ilişkili olabileceği ortaya konmuştur. Ayrıca yapılan araştırmaların sonuçlarının bir diğer ortak noktası bağımlı gruplarda ödüle duyarlılık ve eğlence arayışı DAS alt boyut puanlarının öne çıkmış olmasıdır.

1.5.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kompulsif satın alma olumsuz olaylara ya da duygulara karşı birincil tepki olarak verilen kronik, tekrar eden satın alma eylemi şeklinde tanımlanmaktadır (Roberts ve Jones, 2001). Bu açıdan değerlendirildiğinde alışverişin olumsuz olayların birey üzerinde yarattığı duyguların etkisini hafifletmek amacıyla bir strateji olabileceği, dışarıdan bakıldığında 'ihtiyaç' şeklinde savunularak masumlaştırılabileceği düşünülebilir. Duyguların bilişler yoluyla düzenlenmesi anlamına gelen bilişsel başa çıkma veya bilişsel duygu düzenleme insan yaşamının vazgeçilemez bir parçasıdır (Garnefski, Kraaij ve Spinhoven, 2001). Duygu düzenleme, olumsuz duyguların azaltılması ve uyumsuz davranışların önlenmesi ile oldukça ilişkilidir (Cicchotti, Ackerman ve Izard, 1995). Bireyler yaşadıkları olumsuz olaylar karşısında hissettikleri olumsuz duyguları hafifletebilmek amacıyla ve kullandıkları bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin etkisiyle, alışverişi rahatlatıcı bir eylem olarak algılayabilirler.

DİS ceza olasılığına duyarlılık ve cezadan kaçınma, olumsuz, acı verecek sonuçlara sebep olabilecek davranışları engelleme ile ilişkili bir kavramdır. DAS ise ödül

kazanıldığında hissedilen duygu gibi bireyin hoşuna gidebilecek duyguların oluşmasından sorumludur. Dürtüsel kişiler ödül sinyallerine karşı daha duyarlıyken, anksiyete düzeyi yüksek kişiler ceza sinyallerine karşı daha duyarlıdır (Corr, 2008). Kompulsif satın alma sürecinde dürtüsel bir etkiyle alışverişe yönelen bireyin ödül elde etme amacıyla alışverişi tercih edebileceği öngörülmekte ve bu dürtünün DAS düzeyinin yüksek, DİS düzeyinin ise düşük olması ile ilişkili olması beklenmektedir.

Literatür araştırıldığında ülkemizde çeşitli bağımlılıkların bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile arasındaki ilişkinin incelendiği ancak bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile kompulsif satın alma arasındaki ilişkinin araştırmacının bilgisine göre incelenmediği gözlemlenmiştir. Aynı zamanda DİS, DAS ile kompulsif satın alma arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya da rastlanmamıştır. Bu açıdan kompulsif satın almanın bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve DİS, DAS ile ilişkilerinin incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

1.6.Araştırma Hipotezleri

Daha önce yapılan araştırma bulguları göz önünde bulundurularak oluşturulan hipotezler şunlardır:

Hipotez 1: Kompulsif satın alma puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Hipotez 2: Kompulsif satın alma puanları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Hipotez 3: Alışverişe ayrılan süre ile kompulsif satın alma puanları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4: Bilişsel duygu düzenleme ölçeği adaptif olmayan alt boyutlar ile kompulsif satın alma ölçeği arasında pozitif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Hipotez 5: Bilişsel duygu düzenleme ölçeği adaptif alt boyutlar ile kompulsif satın alma ölçeği arasında negatif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Hipotez 6: DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından davranışsal inhibisyon boyutu ile kompulsif satın alma ölçeği arasında negatif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Hipotez 7: DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından ödüle duyarlılık boyutu ile kompulsif satın alma ölçeği arasında pozitif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Hipotez 8: DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından eğlence arayışı boyutu ile kompulsif satın alma ölçeği arasında pozitif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Hipotez 9: DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından dürtü boyutu ile kompulsif satın alma ölçeği arasında pozitif ve anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

2. BÖLÜM
YÖNTEM

2.1.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın örneklemi, uygun örneklem yöntemiyle seçilmiş 18 yaş üstü ilkokul, ortaokul, lise, üniversite, yüksek lisans eğitim düzeyine sahip evli ve bekar toplam 319 katılımcıdan oluşmaktadır. Tablo 2'de belirtildiği gibi %42'si erkek (n= 135), %58'i kadın katılımcılardan (n= 184) oluşan örneklem grubunun yaş ortalaması 28.39 olarak hesaplanmıştır (SS= 7.37, 18-64 aralığında).

Tablo 2. *Katılımcılara ait demografik bilgiler*

		N	*%*	*Ort.*	*SS*	*Aralık*
Yaş				28,39	7,37	18-64
	20 yaş altı	4	1.3			
	20-30 yaş arası	235	73.7			
	31-40 yaş arası	53	16.6			
	41-50 yaş arası	19	6.0			
	51 yaş ve üstü	8	2.5			
Cinsiyet						
	Erkek	184	57.7			
	Kadın	135	42.3			
Eğitim Durumu						
	Lise ve altı	54	16.9			
	Üniversite ve üstü	265	83.1			
Çalışma Durumu						
	Evet	174	54.5			
	Hayır	119	37.3			
	Aralıklarla Çalışıyorum					
	Düzenli Bir İşim Yok- Emekli	25	7.8			
Medeni Durum						
	Evli	94	29.5			
	Bekar	225	70.5			
Çocuk Sahibi Olma Durumu						
	Evet	63	19.7			
	Hayır	256	80.3			
Gelir Düzeyi (TL)						
	Gelirim Yok	114	35.7			
	≤1000	26	8.2			

	1001-2000	56	17.6
	2001-3000	59	18.5
	≥3001	64	20.1
Psikiyatrik Tanı Alma			
	Evet	33	10.3
	Hayır	286	89.7

Katılımcıların öğrenim düzeyleri incelendiğinde, öğrenim seviyesinin üniversite ve üstü olduğunu belirtenlerin en büyük çoğunluğu oluşturduğu gözlenmektedir (%83.1).

Araştırmaya katılan bireylerin çalışma durumuna dair verdikleri yanıtlar incelendiğinde; %54.5'inin (n= 174) 'evet', %37.3'ünün (n= 119) 'hayır', %7.8'inin (n= 25) 'aralıklarla çalışıyorum veya düzenli bir işim yok ve emekli' şıklarını işaretledikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılanların %29.5'inin (n= 94) evli, %70,5'inin (n= 225) bekar olduğu verdikleri yanıtlar sonucunda belirlenmiştir. Katılımcıların %19.7'si (n= 63) çocuk sahibiyken, %80.3'ü (n= 256) çocuk sahibi değildir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda, aylık ortalama gelir sorusuna en yoğun biçimde %35.7 oranında 'gelirim yok' şıkkını işaretledikleri gözlenmektedir. Bu oranı katılımcıların, %20.1'inin 3001 tl ve üstü olan grup, 18.5'inin aylık ortalama gelir miktarının 2001- 3000 tl aralığında olduğu grup, daha sonra %17.6'sının aylık ortalama gelir miktarlarının 1001- 2000 tl aralığında olduğu grup takip etmektedir.

Araştırmaya katılanların %10.3'ü (n=33) psikiyatrik tanı aldığını, %89.7'si (n= 286) psikiyatrik tanı almadığını ifade etmiştir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Katılımcıların demografik ve alışveriş yapma süreçlerine dair bilgilerinin edinilmesi amacıyla bu çalışma için tasarlanmış olan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Katılımcıların problemli alışveriş düzeylerini belirlemek amacıyla Kompulsif Satın Alma Ölçeği'nden faydalanılmıştır. Öte yandan katılımcıların bilişsel duygu düzenleme stratejilerini belirlemek için Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği kullanılmıştır. Son olarak,

katılımcıların davranışsal inhibisyon ve davranışsal aktivasyon sistemlerini belirlemek üzere DİS, DAS ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçüm araçları aşağıda detaylı olarak tanıtılmıştır.

2.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu form aracılığıyla katılımcılara yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışma durumu, medeni durum, evlilik yılı, çocuk sahibi olma durumu, gelir düzeyi, psikiyatrik tanı alma durumu gibi demografik bilgilerin yanı sıra; alışveriş yaparken tercih ettikleri ödeme şekli, ne şekilde, daha çok nereden ve kimin için alışveriş yaptıkları ve daha çok ne satın aldıklarını belirlemek amacıyla bir grup soru sorulmuştur. Kişisel bilgi formunda alışverişe yönelik oluşturulan sorularda Ünsalver'in (2011) çalışmasından yararlanılmıştır (bkz. Ek 1).

2.2.2. Kompulsif Satın Alma Ölçeği

Valence, d'Astous ve Fortier'in (1988) geliştirdiği ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Yüncü ve Kesebir (2014) tarafından yapılmıştır. 12 maddelik 5 dereceli bir ölçektir. Valence ve arkadaşları (1988), kompulsif satın alma ölçeğinin 4 boyutu olduğunu ifade etmektedir. Birinci boyut, 'harcama eğilimi' olarak adlandırılan, oldukça güçlü duygusal uyarılmayı içermektedir. İkinci boyut, satın alma davranışının kişinin hissettiği gerginliği azaltacağı düşüncesini içeren 'tepki' kısmıdır. Üçüncü boyut, satın alma davranışından duyulan suçluluğun bilişsel olarak yaşanma sürecidir. Dördüncü boyut, bu kişilerin aile yaşamlarını kapsamaktadır. Bireylerin aile içi ilişkilerini içeren bu boyut, tutarlılık katsayısını düşürdüğü için ölçeğin Türkçe versiyonundan çıkarılmıştır (Yüncü ve Kesebir, 2014). Mevcut araştırmada ölçek toplam puanı hesaplanmış, alt boyutlar puanları analize dahil edilmemiştir. Ölçeğin orijinal güvenirlik çalışmasında iç tutarlılığı .82 iken; adaptasyon çalışmasında iç tutarlılık puanı .80 olarak bulunmuştur (bkz. Ek 2).

Mevcut araştırma için Kompulsif Satın Alma ölçeği Cronbach α değeri .86 olarak hesaplanmıştır.

2.2.3. Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği

Stres verici yaşam olayları karşısında bireylerin kullandığı bilişsel duygu düzenleme stratejilerini ölçmek amacıyla Garnefski, Kraaij ve Spinhoven (2002) tarafından

geliştirilmiştir. Ölçek 36 madde ve 9 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5'li likert tipi bir ölçektir. Alt ölçekten alınan yüksek puan o stratejinin fazla kullanıldığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach alfa değerleri .68 ile .83 arasında değişmektedir. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Onat ve Otrar (2010) tarafından yapılmıştır. Ölçekte yer alan alt boyutlar kendini suçlama (madde: 1, 10, 19, 28), başkalarını suçlama (madde: 9, 18, 27, 36), düşünceye odaklanma (madde: 3, 12, 21, 30), felaketleştirme (madde: 8, 17, 26, 35), pozitif tekrar odaklanma (madde: 4, 13, 22, 31), plana tekrar odaklanma (madde: 5, 14, 23, 32), pozitif yeniden gözden geçirme (madde: 6, 15, 24, 33), bakış açısına yerleştirme (madde: 7, 16, 25, 34), kabul etme (madde: 2, 11, 20, 29) olarak isimlendirilmektedir. Ölçeğin orijinal çalışmasında alt boyutlar için iç tutarlılık değerleri kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur. Ancak kabul ve pozitif yeniden odaklanma alt boyutlarının güvenirlik değerleri .70'in altında hesaplanmıştır (Garnefski, Kraaij ve Spinhoven, 2001). Adaptasyon çalışmasında alt boyutlar için; kendini suçlama .56, düşünceye odaklanma .62, pozitif tekrar odaklanma .42, plana tekrar odaklanma .68, pozitif yeniden gözden geçirme .66, bakış açısına yerleştirme .51, felaketleştirme .71, başkalarını suçlama .72 olarak güvenirlik katsayıları belirlenmiştir (Onat ve Otrar, 2010) (bkz. Ek 3).

Mevcut araştırma için bilişsel duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarına ait iç tutarlılık katsayıları; kendini suçlama için .53, başkalarını suçlama için .74, düşünceye odaklanma için .75, felaketleştirme için .77, pozitif tekrar odaklanma için .80, plana tekrar odaklanma için .79, pozitif yeniden gözden geçirme için .80, bakış açısına yerleştirme için .78 ve kabul etme için .63 olarak bulunmuştur.

2.2.4. DİS, DAS Ölçeği

Carver ve White (1994) tarafından geliştirilmiş ve pek çok farklı dile çevrilmiştir. Ölçeğin orijinal çalışmasında iç tutarlılık katsayıları davranışsal inhibisyon alt ölçeği için .74, eğlence arayışı alt ölçeği için .66, ödüle duyarlılık alt ölçeği için .73 ve dürtü alt ölçeği için .76 olarak bulunmuştur (Carver ve White, 1994). Şişman (2012) ise ölçeğin Türkçe adaptasyon çalışmasında; davranışsal inhibisyon alt ölçeği için .69, ödüle duyarlılık alt ölçeği için .57, eğlence arayışı alt ölçeği için .63, dürtü alt ölçeği için .69 güvenirlik katsayıları bulgulamıştır. Test- tekrar test korelasyon değerleri ise davranışsal inhibisyon alt ölçeği için .69, ödüle duyarlılık alt ölçeği için .59, eğlence

arayışı alt ölçeği için .58, dürtü alt ölçeği için .80 olarak hesaplanmıştır (Şişman, 2012) (bkz. Ek 4).

Mevcut araştırma için DİS/ DAS ölçeği alt boyutları Cronbach α değerleri davranışsal inhibisyon için .56, dürtü için .72, ödüle duyarlılık için .71, eğlence arayışı için .66 olarak hesaplanmıştır.

2.3.İşlem

Öncelikli olarak Maltepe Üniversitesi Etik Kurulu'ndan ölçeklerin uygulanması ve çalışmanın yürütülmesi için gerekli izinler alınmıştır. Bunun üzerine veri toplama aşamasına geçilmiş, veriler katılımcılara elden ulaştırılan formlar ve elektronik ortamdan formların doldurulması aracılığıyla toplanmıştır. Veriler, 18 yaş üstü katılımcılardan gönüllü katılım ilkesine bağlı olarak toplanmıştır. Uygulamadan önce, katılımcılara araştırmanın içeriği, araştırmaya katılım koşulları ve test bataryalarının doldurulmasıyla ilgili ayrıntılı bilgilendirmeler içeren onam formu sunulmuştur (bkz. Ek 5).

2.4. Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Katılımcıların Kişisel Bilgi Formunda verdikleri yanıtlar doğrultusunda elde edilen verilere frekans analizi uygulanarak, katılımcıların kompulsif satın alma süreçlerine yönelik bilgiler tespit edilmiştir. Araştırmanın en başında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla tüm değişkenler arasında Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı analizi uygulanmış, daha sonra bağımsız gruplar için t-test ve aşamalı hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Kompulsif satın alma düzeyinin kadın ve erkek gruplarında anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla katılımcıların Kompulsif Satın Alma Ölçeği'nden aldıkları puanlara göre bağımsız gruplar için t- test analizi uygulanmıştır. Bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin kadın ve erkek gruplarında anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla katılımcıların Bilişsel duygu düzenleme Ölçeği'nden aldıkları puanlara göre bağımsız gruplar için t-test analizi uygulanmıştır. DİS, DAS alt ölçeklerinin kadın ve erkek gruplarında anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla katılımcıların DİS, DAS Ölçeği'nden aldıkları puanlara göre bağımsız gruplar için t-test analizi uygulanmıştır. Kompulsif satın alma puanlarının öğrenim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla bağımsız gruplar için t-

test analizi uygulanmıştır. Son olarak kompulsif satın alma puanlarını yordayan değişkenleri belirleyebilmek amacıyla aşamalı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS 16.0 paket programı kullanılmıştır.

3. BÖLÜM
BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların alışveriş yapma süreçlerine ait bilgiler ilgili tablolarla birlikte ayrıntılı olarak sunulmuştur. Ardından, araştırmanın hipotezlerini test etmeye yönelik yapılan analiz bulguları sunulmuştur.

3.1.Katılımcıların Alışveriş Özelliklerine Ait Bilgiler

Katılımcıların alışveriş yapma süreçlerine yönelik bilgiler ilgili tablolarla ayrıntılı olarak sunulmuştur.

3.1.1. Katılımcıların Ödeme Şekline Ait Bilgiler

Katılımcıların alışveriş yaparken tercih ettikleri ödeme şekli incelendiğinde, 'nakit öderim' şıkkını 'her zaman' olarak belirtenlerin en büyük çoğunluğu oluşturduğu gözlenmektedir (%25.1). 'Bankadan aldığım borç para ile öderim' şıkkını 'her zaman' olarak belirtenlerin ise en küçük çoğunluğu oluşturduğu gözlenmektedir (%0.9) (bkz. Tablo 3).

Tablo 3. *Katılımcıların ödeme şekillerine ait bilgiler*

		n	*%*
Alışveriş yaparken tercih edilen ödeme şekli.			
Nakit öderim.			
	Her zaman	80	25.1
	Çoğunlukla	118	37.0
	Bazen	105	32.9
	Hiçbir zaman	16	5.0
Kredi kartı ile öderim.			
	Her zaman	21	6.6
	Çoğunlukla	86	27
	Bazen	151	47.3
	Hiçbir zaman	61	19.1
Ailem ya da arkadaşlarımdan aldığım borç para ile öderim.			
	Her zaman	7	2.2
	Çoğunlukla	8	2.5
	Bazen	42	13.2
	Hiçbir zaman	262	82.1
Bankadan aldığım borç para ile öderim.			
	Her zaman	3	0.9
	Çoğunlukla	3	0.9

	Bazen	21	6.6
	Hiçbir zaman	292	91.5
Satın aldığım bir ürünü değiştirerek öderim.			
	Her zaman	5	1.6
	Çoğunlukla	1	0.3
	Bazen	26	8.2
	Hiçbir zaman	287	90.0
Başka bir şeyi satarak öderim			
	Her zaman	4	1.3
	Çoğunlukla	2	0.6
	Bazen	11	3.4
	Hiçbir zaman	302	94.7

3.1.2. Katılımcıların Alışveriş Yaparken Tercih Ettikleri Kişi Sayısına Ait Bilgiler

Katılımcıların alışveriş yaparken tercih ettikleri kişi sayısına dair verdikleri yanıtlar incelenmiş ve %8.2'sinin (n= 26) her zaman 'yalnız olmayı tercih ederim', %9.1'inin (n= 29) her zaman 'yanımda başkalarının da olmasını isterim' şeklinde düşündükleri görülmektedir (bkz. Tablo 4).

Tablo 4. *Katılımcıların alışveriş yaparken tercih ettikleri kişi sayısına ait bilgiler*

		n	*%*
Alışveriş yaparken tercih edilen kişi sayısı			
Yalnız olmayı tercih ederim			
	Her zaman	26	8.2
	Çoğunlukla	98	30.7
	Bazen	153	48
	Hiçbir zaman	42	13.2
Yanımda başkalarının da olmasını isterim			
	Her zaman	29	9.1
	Çoğunlukla	101	31.7
	Bazen	170	53.3
	Hiçbir zaman	19	6

3.1.3. Katılımcıların Alışveriş Yapmayı Tercih Ettikleri Yere Ait Bilgiler

Katılımcıların %20.1'i (n= 64) her zaman alışveriş merkezinde alışveriş yapmayı tercih ettiğini belirtirken, %2.2'si (n= 7) her zaman semt pazarında alışveriş yapmayı

tercih ettiğini ve %4.4'ü (n= 14) her zaman internetten alışveriş yapmayı tercih ettiğini belirtmektedir (bkz. Tablo 5).

Tablo 5. *Katılımcıların alışveriş yapmayı tercih ettikleri yere ait bilgiler*

		n	*%*
Alışveriş yaparken tercih edilen mekanlar.			
Alışveriş merkezleri			
	Her zaman	64	20.1
	Çoğunlukla	168	52.7
	Bazen	74	23.2
	Hiçbir zaman	13	4.1
Semt pazarları			
	Her zaman	7	2.2
	Çoğunlukla	40	12.5
	Bazen	194	60.8
	Hiçbir zaman	78	24.5
İnternet			
	Her zaman	14	4.4
	Çoğunlukla	73	22.9
	Bazen	160	50.2
	Hiçbir zaman	72	22.6

3.1.4. Katılımcıların Kimin İçin Alışveriş Yaptıklarına Ait Bilgiler

Katılımcıların 'kimin için alışveriş yaparsınız?' sorusuna verdiği yanıtlar doğrultusunda, %31'inin (n= 99) her zaman kendi için, %3.4'ünün (n= 11) eşi/ romantik ilişki yaşadığı kişi için, %6.6'sının (n= 21) ailesi için, %4.4'ünün (n= 14) çocuğu için ve %0.3'ünün (n= 1) arkadaşları için alışveriş yaptığı gözlenmiştir (bkz. Tablo 6).

Tablo 6. *Katılımcıların kimin için alışveriş yaptıklarına ait bilgiler*

		N	*%*
Kendim			
	Her zaman	99	31
	Çoğunlukla	171	53.6
	Bazen	40	12.5
	Hiçbir zaman	9	2.8
Eşim/romantik ilişki yaşadığım kişi			
	Her zaman	11	3.4
	Çoğunlukla	58	18.2

	Bazen	146	45.8
	Hiçbir zaman	104	32.6
Ailem			
	Her zaman	21	6.6
	Çoğunlukla	95	29.8
	Bazen	158	49.5
	Hiçbir zaman	45	14.1
Çocuğum			
	Her zaman	14	4.4
	Çoğunlukla	33	10.3
	Bazen	19	6
	Hiçbir zaman	253	79.3
Arkadaşlarım			
	Her zaman	1	0.3
	Çoğunlukla	15	4.7
	Bazen	203	63.6
	Hiçbir zaman	100	31.3

3.1.5. Katılımcıların Alışverişi Planlamalarına Ait Bilgiler

Katılımcıların %43.6'sı (n=139) önceden planladığı günde alışveriş yapmayı tercih ederken, %4.7'si (n= 15) önceden planladığı gün dışında alışveriş yapmayı tercih etmekte ve %51.7'si (n= 165) alışveriş yapma gününe dair gün planı yapmamayı tercih etmektedir (bkz. Tablo 7).

Tablo 7. *Katılımcıların alışverişi planlamalarına ait bilgiler*

	n	*%*
Alışveriş yapma planı ile ilgili bulgular.		
Alışverişin önceden planlanan günde yapılması	139	43.6
Alışverişin önceden planlanan gün dışında yapılması	15	4.7
Gün planı yapılamaması	165	51.7

3.1.6. Katılımcıların Alışverişe Ayırdıkları Süre ve Paraya Ait Bilgiler

Araştırmaya katılan kadınların (n= 177), haftada ortalama alışveriş için ayırdıkları süre 2.95 saat iken; erkeklerde (n= 130) bu süre 2.38 saattir. Kadınların ayda ortalama alışveriş için ayırdıkları para 466.7 lira iken; erkeklerde bu miktar 717.01 liradır (bkz. Tablo 8).

Tablo 8. *Katılımcıların alışverişe ayırdıkları süre ve paraya ait bilgiler*

		n	*%*
Haftada ortalama alışveriş için ayrılan süre			
	Kadın	2,95	2.5
	Erkek	2,38	1.8
Ayda ortalama alışveriş için ayrılan para			
	Kadın	58	466.7
	Erkek	42	717.01

3.1.7. Katılımcılar İçin Alışveriş Yaparken Etkili Olan Faktörlere Ait Bilgiler

Katılımcıların 'alışveriş yaparken sizin için etkili olan faktör nedir?' sorusuna verdiği yanıtlar doğrultusunda, %38.2'sinin (n= 122) ihtiyaç, %19.7'sinin (n= 62) beğenme, %10.3'ünün (n= 33) indirim, %2.8'inin (n= 9) moda, %13.2'sinin (n=42) ucuz olması ve %1.9'unun (n= 6) ucuza satın aldığı için takdir edilme olduğu görülmüştür (bkz. Tablo 9).

Tablo 9. *Katılımcılar için alışveriş yaparken etkili olan faktörlere ait bilgiler*

		n	*%*
Alışveriş yaparken etkili olan faktör ile ilgili bulgular			
İhtiyaç			
	Her zaman	122	38.2
	Çoğunlukla	156	48.9
	Bazen	30	9.4
	Hiçbir zaman	11	3.4
Beğenme			
	Her zaman	63	19.7
	Çoğunlukla	129	40.4
	Bazen	112	35
	Hiçbir zaman	15	4.7
İndirim			
	Her zaman	33	10.3
	Çoğunlukla	99	31
	Bazen	157	49.2
	Hiçbir zaman	30	9.4
Moda			
	Her zaman	9	2.8
	Çoğunlukla	40	12.5
	Bazen	85	266

	Hiçbir zaman	185	58
Ucuz olması			
	Her zaman	42	13.2
	Çoğunlukla	104	32.6
	Bazen	137	42.9
	Hiçbir zaman	36	11.3
Ucuza alındığı için takdir edilme			
	Her zaman	6	1.9
	Çoğunlukla	19	6
	Bazen	61	19.1
	Hiçbir zaman	233	73

3.1.8. Katılımcıların Daha Çok Ne Satın Aldığına Ait Bilgiler

Katılımcıların 'daha çok ne satın alırsınız?' sorusuna verdiği yanıtlar doğrultusunda, %21'inin (n= 67) her zaman kıyafet, %3.4'ünün (n= 11) iç çamaşırı, %8.8'inin (n= 28) ayakkabı, %4.7'sinin (n= 15) çanta, %4.7'sinin (n= 15) aksesuar (kolye, küpe, saat vb.), %11.6'sının (n= 37) kozmetik ve bakım eşyaları (şampuan, makyaj malzemeleri vb.), %0.3'ünün (n= 1) mobilya, %3.1'inin (n= 10) mutfak malzemeleri (temizlik ürünleri ve tabak, bardak vb.), %1.3'ünün (n= 4) ev aksesuarları, %4.1'inin (n= 13) elektronik alet, %2.2'sinin (n= 7) film, DVD, CD, bilgisayar, %3.1'inin (n= 10) kırtasiye- oyuncak ve %3.1'inin (n= 10) akültürel- spor etkinlik bileti satın almayı tercih ettiği gözlenmiştir (bkz. Tablo 10).

Tablo 10. *Katılımcıların daha çok ne satın aldığına ait bilgiler*

		n	*%*
Daha çok ne satın alındığı ile ilgili bilgiler.			
Kıyafet	Her zaman	67	21
	Çoğunlukla	180	56.4
	Bazen	62	19.4
	Hiçbir zaman	10	3.1
İç çamaşırı			
	Her zaman	11	3.4
	Çoğunlukla	49	15.4
	Bazen	222	69.6
	Hiçbir zaman	37	11.6
Ayakkabı			
	Her zaman	28	8.8
	Çoğunlukla	95	29.8

	Bazen	177	55.5
	Hiçbir zaman	19	6
Çanta			
	Her zaman	15	4.7
	Çoğunlukla	30	9.4
	Bazen	153	48
	Hiçbir zaman	121	37.9
Aksesuar (Kolye, küpe, saat vb.)			
	Her zaman	15	4.7
	Çoğunlukla	39	12.2
	Bazen	149	46.7
	Hiçbir zaman	116	36.4
Kozmetik ve bakım eşyaları (Şampuan, makyaj malzemeleri vb.)			
	Her zaman	37	11.6
	Çoğunlukla	92	28.8
	Bazen	139	43.6
	Hiçbir zaman	51	16
Mobilya			
	Her zaman	1	0.3
	Çoğunlukla	9	2.8
	Bazen	93	29.2
	Hiçbir zaman	216	67.7
Mutfak malzemeleri (Temizlik ürünleri ve tabak, bardak vb.)			
	Her zaman	10	3.1
	Çoğunlukla	52	16.3
	Bazen	127	39.8
	Hiçbir zaman	130	40.8
Ev aksesuarları			
	Her zaman	4	1.3
	Çoğunlukla	26	8.2
	Bazen	126	39.5
	Hiçbir zaman	163	51.1
Elektronik alet			
	Her zaman	13	4.1
	Çoğunlukla	36	11.3
	Bazen	159	49.8
	Hiçbir zaman	111	34.8
Film, DVD, CD, Bilgisayar			
	Her zaman	7	2.2
	Çoğunlukla	20	6.3
	Bazen	85	26.6
	Hiçbir zaman	207	64.9
Kırtasiye-Oyuncak			
	Her zaman	10	3.1

	Çoğunlukla	45	14.1
	Bazen	133	41.7
	Hiçbir zaman	131	41.1
Kültürel-Spor etkinlik bileti			
	Her zaman	10	3.1
	Çoğunlukla	47	14.7
	Bazen	151	47.3
	Hiçbir zaman	111	34.8

3.2.Cinsiyete Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Bu araştırmanın sorularından biri olan '18 yaş üstü bireylerin alışveriş bağımlılıkları cinsiyete göre farklılık gösterir mi?' sorusuna yanıt almak amacıyla, katılımcıların (n= 319) Kompulsif Satın Alma Ölçeğin'den aldıkları puanlara bağımsız gruplar için t-testi analizi uygulanmıştır. Tablo 11'de görüldüğü üzere, Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanlarında kadınlar (*Ort.*= 22,2) ve erkekler (*Ort.*= 21,3) arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı saptanmıştır (t = 1,05 p > .05).

Tablo 11. *Cinsiyete Göre Araştırma Değişkenlerinin Karşılaştırılması*

	Cinsiyet	*N*	*Ort.*	*SS*	*T*
Kompulsif Satın Alma Ölçeği	Kadın	184	22.20	7.2	1.05
	Erkek	135	21.3	7.9	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Kendini Suçlama	Kadın	184	2.9	0.9	-1.17
	Erkek	135	3	0.8	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Başkalarını Suçlama	Kadın	184	2.3	0.7	-1.51
	Erkek	135	2.4	0.8	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Düşünceye Odaklanma	Kadın	184	3.5	0.8	2.64
	Erkek	135	3.2	0.8	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Felaketleştirme	Kadın	184	2.2	0.9	-1.3
	Erkek	135	2.4	0.9	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Pozitif Tekrar Odaklanma	Kadın	184	2.7	0.9	1.03
	Erkek	135	2.6	0.9	
Bilişsel Duygu Düzenleme- Plana Tekrar Odaklanma	Kadın	184	3.6	0.9	1.33
	Erkek	135	3.5	0.8	

Bilişsel Duygu Düzenleme-Pozitif Yeniden Gözden Geçirme	Kadın	184	3.5	0.8	1.8
	Erkek	135	3.3	0.8	
Bilişsel Duygu Düzenleme- Bakış Açısına Yerleştirme	Kadın	184	3.3	0.8	1.16
	Erkek	135	3.2	0.9	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Kabul Etme	Kadın	184	3.2	0.7	1.56
	Erkek	135	3.1	0.8	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Adaptif Alt Boyutlar	Kadın	184	16.5	3.4	1.74
	Erkek	135	15.8	3.5	
Bilişsel Duygu Düzenleme-Adaptif Olmayan Alt Boyutlar	Kadın	184	11	2.5	-0.43
	Erkek	135	11.2	2.4	
Davranışsal İnhibisyon	Kadın	184	2.9	0.4	1.83
	Erkek	135	2.8	0.4	
Dürtü	Kadın	184	3	0.6	0.55
	Erkek	135	2.9	0.6	
Ödüle Duyarlılık	Kadın	184	3.7	0.3	3.51**
	Erkek	135	3.5	0.4	
Eğlence Arayışı	Kadın	184	3.2	0.6	3.02*
	Erkek	135	3	0.6	

*Not1:*p<.05, **p<.001; n=319*

Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği'nin alt boyutlarından alınan puanların cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı gözlenmiştir. Kadınların; Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği'nin adaptif alt boyutlarından erkeklere göre daha yüksek puanlar aldığı ancak bu farklılıkların anlamlı düzeyde olmadığı tespit edilmiştir. Erkeklerin, Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği'nin adaptif olmayan alt boyutlarından kadınlara göre daha yüksek puanlar aldığı ancak bu farklılıkların da anlamlı düzeyde olmadığı tespit edilmiştir (bkz. Tablo 11).

Kadınların DAS alt boyutları olan ödüle duyarlılık (t = 3.51, p< .001), eğlence arayışı (t = 3.02, p< .05) alt boyutlarından erkeklere göre anlamlı düzeyde daha yüksek puanlar aldığı saptanmıştır. Dürtü ve davrranışsal inhibisyon alt boyutlarından alınan puanların ise cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı gözlenmiştir (bkz. Tablo 11).

3.3.Öğrenim Düzeylerine Göre Kompulsif Satın Alma Puanlarının Karşılaştırılması

Kişisel Bilgi Formu'nda eğitim durumuyla ilgili verdikleri yanıtlara göre katılımcılar lise ve altı, üniversite ve üstü şeklinde gruplandırılmıştır. Katılımcıların öğrenim düzeyi gruplarına göre Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanları açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız t testi analizi uygulanmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen bulgular Tablo 12'de sunulmuştur. Lise ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcıların toplam Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanlarının (*Ort.*= 21.1), üniversite ve üstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların aldığı toplam Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanlarına göre (*Ort.*= 21.9) anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir (t = -0.71, p> .05).

Tablo 12. *Öğrenim Düzeylerine Göre Kompulsif Satın Alma Ölçeği Değişkeninin Karşılaştırılması*

	Eğitim Durumu	*n*	Ort.	SS	*t*
Kompulsif Satın	Lise ve altı	54	21.1	7.3	-0.71
Alma Ölçeği	Üniversite ve üstü	265	21.9	7.6	

3.4.Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri

Araştırmanın başında oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla, katılımcıların (n=319) demografik verileri, Kompulsif Satın Alma Ölçeğin'den aldıkları puanlar, Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorilerinden aldıkları puanlar, DİS, DAS Ölçeği alt kategorilerinden aldıkları puanlar Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı analizine dahil edilmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arası korelasyonların yönü ve anlamlılık düzeylerine dair elde edilen bulgular Tablo 13'de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Katılımcıların kompulsif satın alma puanları ile yaşları (r = -.12, p < .05) arasında negatif ve haftada alışverişe ayrılan saat (r = .18, p < .01) ile arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorilerinden düşünceye odaklanma ile haftada alışverişe ayrılan saat (r=-.11, p < .05) arasında ve pozitif yeniden gözden geçirme ile haftada alışverişe ayrılan saat (r=-.14, p < .05), Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği

adaptif alt boyutlar ile haftada alışverişe ayrılan saat (r =-.12, p < .05) arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorilerinden pozitif yeniden gözden geçirme ile ayda alışverişe ayrılan para (r=.13, p < .05) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların DİS, DAS Ölçeği alt kategorilerinden eğlence arayışı ile ayda alışverişe ayrılan para (r = -.13, p < .01) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Kompulsif Satın Alma Ölçeğin'den alınan puana göre belirlenen kompulsif satın alma düzeyinin, katılımcıların Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorileri ve DİS, DAS Ölçeği alt kategorileri ile olan ilişkileri incelenmiş ve elde edilen bulgular sunulmuştur. Buna göre; katılımcıların kompulsif satın alma puanları ile Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorilerinden felaketleştirme (r = .16, p < .01) arasında ve Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği adaptif olmayan alt boyutları (r = .11, p < .05) arasında pozitif yönde anlamlı; kompulsif satın alma puanları ile Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeği alt kategorilerinden plana tekrar odaklanma (r = -.13, p < .05) arasında ve pozitif yeniden gözden geçirme (r = -.15, p < .01) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda, katılımcıların kompulsif satın alma puanları ile DİS, DAS Ölçeği alt kategorilerinden dürtü (r = .14, p < .05) ve eğlence arayışı (r = .16, p < .01) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır.

Tablo 13. *Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri*

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	Yaş	1																		
2	Gelir düzeyi	.45***	1																	
3	Haftada alışverişe ayrılan saat	.05	-.07	1																
4	Ayda alışverişe ayrılan para	.46***	.43***	.17**	1															
5	Kompulsif satın alma ölçeği	-.12*	-.08	.18**	-.02	1														
6	Bilişsel Duygu Düzenleme-Kendini suçlama	.02	.05	.00	.03	.02	1													
7	Bilişsel Duygu Düzenleme-Başkalarını suçlama	.05	.07	-.04	.03	.10	.18**	1												
8	Bilişsel Duygu Düzenleme-Düşünceye odaklanma	.01	.00	-.11*	-.04	.04	.50***	.25***	1											
9	Bilişsel Duygu Düzenleme-Felaketleştirme	.02	-.04	-.03	.01	.16**	.37***	.52***	.36***	1										
10	Bilişsel Duygu Düzenleme-Pozitif tekrar odaklanma	.12*	.00	-.06	.06	.02	.10	.28***	.18**	.16**	1									
11	Bilişsel Duygu Düzenleme-Plana tekrar odaklanma	.11*	.07	-.09	.06	-.13*	.33***	.10	.53***	.09	.43***	1								
12	Bilişsel Duygu Düzenleme-Pozitif yeniden gözden geçirme	.16**	.04	-.14*	.13*	-.15**	.25***	.08	.40***	.08	.51***	.73***	1							
13	Bilişsel Duygu Düzenleme-Bakış açısına yerleştirme	.10	.04	-.09	.06	-.09	.26***	.12*	.36***	.14**	.56***	.60***	.74***	1						
14	Bilişsel Duygu Düzenleme-Kabul etme	.07	.07	-.05	.10	.00	.44***	.15**	.50***	.27***	.31***	.43***	.42***	.47***	1					
15	Bilişsel Duygu Düzenleme-Adaptif boyutlar	.14**	.06	-.12*	.10	-.09	.35***	.19**	.49***	.19**	.72***	.81***	.87***	.86***	.65***	1				
16	Bilişsel Duygu Düzenleme-Adaptif olmayan boyutlar	.03	.02	-.06	.01	.11*	.72***	.64***	.74***	.78***	.24***	.37***	.28***	.31***	.48***	.42***	1			
17	DİS, DAS- Davranışsal inhibisyon	-.03	.03	.03	-.02	.09	.25***	.06	.21***	.20***	-.01	.19**	.10	.12*	.16**	.14*	.26***	1		
18	DİS, DAS- Dürtü	-.14**	-.11*	.05	-.04	.14*	.01	-.01	-.05	.07	.06	-.08	-.01	-.04	.02	-.01	.00	.09	1	
19	DİS, DAS- Ödüle duyarlılık	-.11*	-.06	.10	-.02	-.00	.09	-.10	.14*	-.03	.00	.15**	.16**	.09	.12*	.13*	.03	.31***	.42***	1
20	DİS, DAS- Eğlence arayışı	-.17**	-.14*	.05	-.13*	.16**	.01	.00	.04	.02	.00	-.04	.00	.01	.06	.01	.03	.15**	.45***	.49***

Not 1: $p < .05$, $^{**}p < .01$, $^{***}p < .001$; n = 319

3.5. Kompulsif Satın Alma Puanlarını Yordayan Değişkenler

Kompulsif satın almayı yordayan değişkenleri belirleyebilmek amacıyla aşamalı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bu amaçla denkleme sırasıyla demografik değişkenler (1. aşama: yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışma durumu, medeni durum, gelir), alışveriş yapılan yer (2. aşama: AVM, semt pazarı, internet), ödeme şekli (3. aşama: nakit, kredi kartı, diğerlerinden borçlanma, bankaya borçlanma, ürün değiştirme, bir şey satarak ödeme), kimin için alışveriş yapıldığı (4. aşama: kendim, eşim/sevgilim, ailem, çocuğum, arkadaşlarım), alışverişe ayrılan zaman ve bütçe (5. aşama: haftada alışverişe ayrılan zaman, ayda alışveriş için harcanan para), daha çok ne satın alındığı (6. aşama: kıyafet, iç çamaşırı, ayakkabı, çanta, aksesuar, kozmetik, mobilya, mutfak/banyo malzemesi, ev aksesuarı, elektronik alet, film DVD / bilgisayar oyunu, kırtasiye / oyuncak, kültürel / sportif etkinlik bileti), alışveriş yaparken etkili olan faktörler (7. aşama: ihtiyaç, beğenme, indirim, moda, ucuz olması, takdir edilme), bilişsel duygu düzenleme stratejileri (8. aşama: adaptif duygu düzenleme, adaptif olmayan duygu düzenleme) ve davranışsal inhibisyon – aktivasyon boyutları (9. aşama: davranışsal inhibisyon, ödüle duyarlılık, eğlenme, dürtüsellik) girilmiştir. Denkleme bağımsız katkısı olan değişkenlerin t ve β değerleri ile birlikte her bir aşama için ayrı ayrı hesaplanmış F ve R^2 değerleri Tablo 8'de sunulmuştur. Regresyona ilk 4 aşamada girilen değişkenlerin alışveriş bağımlılığı puanlarında açıklanan varyansa anlamlı katkıları olmamıştır ($F > .05$). Beşinci aşamada regresyona dahil edilen değişkenlerden alışverişe ayrılan haftalık süre ($t = 2.69$, $p < .01$), 6. aşamada regresyona dahil edilen değişkenlerden aksesuar ($t = 2.54$, $p < .05$) ve film / bilgisayar oyunu satın alma ($t = 2.27$, $p < .05$), 7. aşamada regresyona dahil edilen değişkenlerden ürünü beğenme ($t = 2.77$, $p < .01$), üründe indirim olması ($t = 2.12$, $p < .05$), ürünün moda olması ($t = 2.72$, $p < .01$) ve ürünün takdir edileceğini düşünme ($t = 2.60$, $p < .05$), 8. aşamada regresyona dahil edilen değişkenlerden adaptif duygu düzenleme ($t = -2.62$, $p < .01$) ve adaptif olmayan duygu düzenleme ($t = 2.02$, $p < .05$), 9. ve son aşamada regresyona dahil edilen değişkenlerden ödüle duyarlılık ($t = -3.04$, $p < .01$) ve eğlenme ($t = 3.51$, $p < .01$) puanları katılımcıların kompulsif satın alma puanlarını anlamlı biçimde yordamıştır.

Değişkenlerin tümü denkleme dahil edildiğinde, kompulsif satın alma puanlarındaki varyansın %25'inin açıklandığı görülmüştür.

Tablo 14. *Alışveriş Bağımlılığını Yordayan Değişkenler*

Değişkenler (denkleme giriş sırasına göre)	β	*t*	R^2	Uyarlanmış R^2	*F*
1. aşama demografik değişkenler			.03	.01	1.535
2. aşama alışveriş yapılan yer			.05	.02	1.827
3. aşama ödeme şekli			.07	.02	1.374
4. aşama kimin için alışveriş yapıldığı			.09	.02	1.348
5. aşama alışverişe ayrılan zaman ve para			.11	.04	1.617*
alışverişe ayrılan haftalık süre	.16	2.69**			
6. aşama daha çok ne satın alındığı			.19	.09	1.848**
Aksesuar	.18	2.54*			
film DVD / bilgisayar oyunu	.15	2.27*			
7. aşama alışverişte etkili faktörler			0.3	.19	2.779***
Beğenme	.19	2.77**			
İndirim	.15	2.12*			
Moda	.18	2.72**			
takdir edilme	.16	2.60*			
8. aşama bilişsel duygu düzenleme			.32	.21	2.898***
adaptif duygu düzenleme	-.16	-2.62**			
adaptif olmayan duygu düzenleme	.12	2.02*			
9. aşama davranışsal inhibisyon - aktivasyon			.37	.25	3.169***
ödüle duyarlılık	-.20	-3.04**			
Eğlenme	.23	3.51**			

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

4. BÖLÜM
TARTIŞMA

Bu tezin amacı kompulsif satın almanın, bilişsel duygu düzenleme stratejileri ve davranışsal inhibisyon sistemi ve davranışsal aktivasyon sistemi ile ilişkilerini ortaya koymaktır. Ayrıca, demografik bilgilere göre katılımcıların kompulsif satın alma puanlarında farklılaşma olup olmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda, 319 katılımcıdan demografik ve alışveriş süreçlerine dair bilgiler alınmış, uygulanan ölçeklerle kompulsif satın alma, bilişsel duygu düzenleme, davranışsal inhibisyon ve aktivasyon puanları elde edilmiştir.

Bu bölümde, araştırmanın hipotezleri ve diğer araştırma sorularına ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaya konulan bulguların, literatür doğrultusunda tartışılarak değerlendirilmesi yer almaktadır. Aynı zamanda, araştırmanın sınırlılıkları da bu bölümde yer almaktadır.

4.1. Demografik Değişkenler ile Kompulsif Satın Alma İlişkisinin Değerlendirilmesi

Katılımcılardan elde edilen kompulsif satın alma ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kadınların kompulsif satın alma ölçeği puanlarının erkeklere oranla daha yüksek olduğu ancak bu farkın anlamlı düzeyde olmadığı bulunmuştur. Kadınların kompulsif satın alma puanlarının erkeklerden daha yüksek olduğunu ortaya koyan araştırma sonuçları bulunmaktadır. Süreç olarak kompulsif satın alma ile benzerlik gösteren içgüdüsel satın alma karşı konulamayan bir satın alma dürtüsü olarak tanımlanmaktadır (Solomon, 2002). Akturan (2009) tarafından yapılan araştırmada kadınların erkeklere kıyasla anlamlı düzeyde daha fazla içgüdüsel satın alma eğilimine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dursun, Oskayabaş ve Gökmen (2013) yaptıkları çalışmada kadınların erkeklerden daha fazla içgüdüsel satın alma davranışına sahip olduklarını ortaya koymuştur. Bu fark anılan araştırmacılar tarafından kadınların yaşadıkları duygusal çatışmaları alışveriş eylemi ile telafi etme çabası ile açıklanmaktadır. Benzer şekilde kompulsif satın alma süreci ile benzerlik gösteren plansız satın alma Rook (1987) tarafından kişilerin düşünmeden, ani, kuvvetli ve ısrarlı biçimde satın alma arzusu hissetmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Tayfun (2015) yaptığı çalışmada kadınların erkeklere kıyasla plansız satın alma davranışını daha fazla sergiledikleri sonucuna ulaşmıştır. Tayfun (2015) erkeklerin

alışverişe, alışveriş listesi ile gitmeyi tercih ettiklerini, kadınların ise liste ile gitseler bile promosyon, indirim gibi içeriklerden etkilenerek erkeklere kıyasla planladıklarından daha fazla alışveriş yaptıkları sonucuna ulaşmıştır. Ancak kompulsif satın almada kadınlar ve erkekler arasında fark olmadığını ortaya koyan araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Koran ve arkadaşları (2006) geçmiş yıllarda kadınların kompulsif satın alma eğilimlerinin daha fazla olduğunu ancak günümüzde kompulsif satın alma açısından cinsiyetin anlamlı bir etkisinin olmadığını belirtmişlerdir. Arslan (2015) yaptığı araştırma sonucunda kompulsif satın alma ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Koç (2016) tarafından yapılan araştırmada da kompulsif satın alma puanları ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu bulgular göz önünde bulundurulduğunda alışveriş olanaklarının artmasının, tüketim materyallerinin zenginleşmesinin, moda olana duyulan ilgide reklamlar aracılığıyla cinsiyetler arası farkın azalmasının kadınlar ve erkekler arasındaki kompulsif satın alma farkının ortadan kalkmasında ve(ya) azalmasında etkilerinin olabileceği düşünülmüştür.

Katılımcılardan elde edilen kompulsif satın alma ölçeği puanlarının yaş değişkeni ile ilişkisi incelendiğinde, yaş değişkeni ile katılımcıların kompulsif satın alma puanları arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç genç katılımcılarda kompulsif satın alma puanlarının daha yüksek olduğuna; yaş arttıkça kompulsif satın alma puanlarının düştüğüne işaret etmektedir. Dursun, Oskayabaş ve Gökmen (2013) tarafından yapılan araştırma sonucu da gençlerin içgüdüsel satın alma oranının diğer yaşlara kıyasla daha yüksek olduğunu belirterek mevcut araştırma bulgusunu desteklemektedir. Dursun ve Yener (2014) tarafından yapılan araştırma sonucunda da benzer şekilde genç katılımcıların içgüsüdel satın alma düzeyleri diğer katılımcılara kıyasla daha yüksek bulunmuştur. Erkmen ve Yüksel (2008) tarafından yapılan araştırma sonucunda da genç katılımcılar alışveriş tutkunu grubunda yer almışlardır. Otero- Lopez ve Villardefrancos (2014) tarafından yapılan araştırma ile 20- 29 yaş aralığındaki genç katılımcılarda kompulsif satın alma eğilimlerinin diğer yaşlardaki katılımcılara kıyasla ön planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bilgen (2014) tarafından yapılan araştırmada da genç katılımcıların (23-30 yaş arası) kompulsif satın alma eğilimleri daha yüksek bulunmuştur. Ele alınan bulgu kapsamında kompulsif satın alma sürecinde etkili olabilecek kredi kartı kullanımının ve online alışverişin genç nesilde daha yaygın ve kolay

kullanılabileceği, ayrıca genç kitlenin moda ile daha ilgili olabileceği ve alışveriş konusunda sosyal çevre etkisini daha fazla hissedebileceği akla gelmiş; bu nedenlerle de kompulsif satın alma puanlarının daha yüksek olabileceği düşünülmüştür. Ancak mevcut çalışmada yaş ve kompulsif satın alma puanı arasındaki ilişkisinin katsayısının düşük olduğu yapılan değerlendirme kapsamında göz önünde bulundurulmalıdır.

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre kompulsif satın alma punları karşılaştırıldığında; eğitim kompulsif satın alma açısından bir fark yaratmamıştır. Literatürde söz konusu bulguyu destekleyen araştırma sonuçlarına rastlanmaktadır (Arslan, 2015; Bilgen, 2014; Cömert, Durmaz, 2002; Dursun, Oskayabaş, Gökmen, 2013). Eğitim düzeyi ile kompulsif satın alma puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olmaması; eğitim düzeyinin artmasıyla katılımcılarda kontrollü denebilecek satın alma davranışlarının oluşmaması şeklinde yorumlanabilir. Gelecek çalışmalarda eğitim ve kompulsif satın alma ilişkisinin katılımcıların farklı eğitim seviyelerinin temsil gücü daha yüksek örneklemlerle incelenmesinin uygun olacağı düşünülmekle birlikte, mevcut çalışmanın bulgusu artan eğitim seviyesinin kompulsif satın alma için koruyucu bir faktör olmayabileceğine işaret etmiştir.

4.2. Kompulsif Satın Alma ile İlgili Değişkenlerin Değerlendirilmesi

Yapılan regresyon analizi sonucunda katılımcıların kompulsif satın alma puanları ile alışverişe ayırdıkları sürenin anlamlı ve pozitif bir ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ünsalver (2011) alışveriş bağımlılığında bireylerin giderek artan vakitlerle alışveriş düşündüklerinden söz etmektedir. Girffiths'in (2005) de bağımlılık kriterleri içerisinde yer aldığı gibi bir ürüne bağımlı olma tolerans geliştirme ile ilişkilidir. Tolerans; istenen etkiyi yaşamak için bağımlı olunan maddenin miktarının ve harcanan zamanın giderek arttırılmasıdır (Griffiths, 1999). Dolayısıyla bu çalışmanın katılımcılarının da olası alışveriş bağımlılıklarının bir sonucu olarak, aynı hazzı hissedebilmek amacıyla giderek alışverişe daha fazla vakit ayırdıkları düşünülebilir. Clark ve Calleja (2008) da yaptığı araştırma ile alışveriş bağımlılarının kontrolü kaybedip, alışverişe fazla zaman ayırdıkları sonucuna ulaşarak mevcut araştırmanın bulgusunu desteklemektedir.

Yapılan regresyon analizi ile aksesuar, film ve bilgisayar oyunu satın almanın kompulsif satın alma ile ilişkili bulunan diğer değişkenler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu literatürde özellikle cinsiyete göre satın alınan ürünler ayrımının esas alındığı

araştırma sonuçları ile desteklenmektedir. Schlosser ve arkadaşları (1994) alışveriş sırasında kadınların daha çok mücevher; erkeklerin ise elektronik eşya satın almayı tercih ettiğini ifade etmiştir. Güneş (2007) tarafından yapılan araştırmada kadınların alışveriş yaparken çevresindeki kişilere hava atma motivasyonunun belirgin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgudan hareketle mevcut araştırmada aksesuar alışverişinin sosyal çevreye olumlu izlenim sunmak bağlamında kompulsif satın alma için bir risk faktörü olabileceği düşünülmüştür.

Mevcut araştırmanın bulgularına göre film ve bilgisayar oyunu satın alma kompulsif satın alma için olası bir diğer risk faktörü olarak gözükmüştür. Mürütsoy (2013) yaptığı araştırma ile erkek katılımcıların en fazla CD ve DVD satın almayı tercih ettikleri sonucuna ulaşarak söz konusu araştırma bulgusunu desteklemektedir. Dittmar ve arkadaşları (1995) alışveriş sırasında kadınların daha çok aksesuar, erkeklerin ise elektronik ve teknolojik eşyalar satın alma farkını; kadınların alışveriş sırasında görünüşlerini, erkeklerin ise hareketliliği ve bağımsızlığı ön planda tutmaları bağlamında açıklamaktadır. Cinsiyetler arası önceki çalışmalarda ortaya konan bu farklar göz önünde bulundurulduğunda yeterli sayıda katılımcıdan oluşacak gelecek çalışmalarda kadın ve erkekler için kompulsif satın almayı yordayan değişkenlerin belirlenmesinde ayrı ayrı yapılacak analizlerin uygun olabileceği düşünülmüştür. Böylece cinsiyete özgü kompulsif satın almada etkili olabilecek faktörlerin belirlenebileceği öngörülmüştür.

Yapılan regresyon analizi sonucunda ulaşılan bir diğer sonuç ürünü beğenme, ürünün indirimde olması, ürünün moda olması ve katılımcıların ürünü ucuza aldığı için takdir edilmesi değişkenlerinin kompulsif satın alma ile ilişkili olduğunun ortaya konması olmuştur. Söz konusu bulgu, literatürde ulaşılan birçok araştırma sonucu ile desteklenmektedir. Cömert ve Durmaz (2002) kompulsif satın alma bağımlılarının %89'unun ürünü beğendikleri için satın aldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Ebrahimi (2013) yaptığı araştırmada hedonik tüketimde moda odaklılığın etkili olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Korur ve Kimzan (2016) kompulsif satın alma ile ilişkili faktörleri araştırmışlar ve modaya uyum sağlama çabasının kompulsif satın alma davranışına neden olduğunu belirtmişlerdir. Bilgen (2014) tarafından yapılan araştırma sonucunda da kompulsif satın alma sürecinin altında yatan temel faktörün moda yönelimi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Günüç ve Keskin (2016) tarafından yapılan

araştırma sonucunda da kompulsif çevrimiçi alışverişte en etkili faktörlerden birinin indirim olduğu belirlenmiştir. Elhan (2017) tarafından yapılan araştırma sonucunda da tüketicilerin indirim duyarlılığı ile satın alma arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Kompulsif satın alma bağımlılarının ürünü ucuza aldıkları için takdir edildiklerine yönelik bir araştırma sonucuna rastlanmamıştır. Ancak Solomon (2004) içtepisel satın alma sürecinde amacın benlik değerini yükseltmek olduğunu, Tamam (2009) kompulsif satın alma nedenlerinden birinin bireyin takdir edilme ihtiyacı olduğunu, Ünsalver (2011) başkalarına görüntü verme çabasındaki alışverişçilerin hedeflerinin imrenilmek olduğunu, Lopez ve Villardefrancos (2014) kompulsif satın almanın nedenlerinden birinin saygınlık kazanma olduğunu, Korur ve Kimzan (2016) alışveriş bağımlılarının amacının statü kazanma olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan araştırma ve değerlendirmeler bireyin kendini iyi, saygın, imrenilesi, takdir edilmeyi hak eden bir kişi olarak görme motivasyonlarının kompulsif satın alma sürecinde önemli olabileceğini göstermektedir. Bu kapsamda mevcut araştırmada ulaşılan ürünü beğenme, ürünün indirimde olması, ürünün moda olması ve katılımcıların ürünü ucuza aldığı için takdir edilmesinin kompulsif satın alma ile ilişkisi literatür ile uyumludur. Bu bulgular ışığında alışveriş sürecinin problemli bir hal alması için olası motivasyonel risk faktörlerinin tanınmasının ve önleyici ve tedavi edici çalışmalarda göz önünde bulundurulmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Yapılan regresyon analizi sonucunda katılıımcıların kompulsif satın alma puanları ile adaptif bilişsel duygu düzenleme puanları arasında negatif, adaptif olmayan duygu düzenleme puanları ile arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde kompulsif satın alma ile bilişsel duygu düzenleme arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak kompulsif satın alma ile bilişsel duygu düzenleme arasındaki ilişkiyi değerlendirebilmek adına, bilişsel duygu düzenleme süreçlerinin diğer bağımlılıklarla (alkol, madde, egzersiz vb.) ilişkisi giriş bölümünde ayrıntılandırıldığı gibi farklı çalışmalarda incelenmiş ve ortaya konmuştur (Goodwin, Haycraft ve Meyer, 2014; Petit ve ark., 2015; Vala, 2016). Bu araştırma neticesinde ortaya konan sonuç, duygu düzenleme stratejilerinin diğer bağımlılıklarda olduğu gibi alışveriş bağımlılığında da bir risk faktörü olabileceğini ortaya koyması bakımından önemli bulunmuştur. Duygu düzenleme güçlükleri olan kimseler için alışverişin bir süre sonra sorunlu hale gelebileceği görülmüştür. Bu nedenle alışveriş yapmakla ilgili sorun

yaşayan kimselerin psikoterapi süreçlerinde duygu düzenleme becerilerinin geliştirilmesinin de amaçlanmasının uygun olabileceği düşünülmüştür.

Yapılan regresyon analizi sonucunda katılımcıların eğlence arayışı puanları kompulsif satın alma puanları ile ilişkili bulunmuştur. DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından eğlence arayışı bireyin kendiliğinden davranması, yeni maceralar denemeye istekli olması, tehlikeli durumlardan kaçınarak çılgın deneyimler yaşamak istemesi ve maceracı, çılgın insanlardan oluşan bir sosyal çevre seçmesi gibi özellikler kapsamında tanımlanmaktadır (Carver ve White, 1994). Watson, Clark ve Tellegen (1988) eğlence arayışını, bireyin yeni ödüller elde etme arzusu olarak tanımlanmakta, bu arzuyu birey açısından 'heyecan ve yeni, farklı duygular yaşamak istiyorum' şeklinde ifade etmektedirler.

Literatürde kompulsif satın almanın davranışsal inhibisyon ve aktivasyon ile ilişkisini inceleyen bir araştırma sonucuna rastlanmamıştır. Ancak literatürde diğer bağımlılık türleri ile eğlence arayışı puanları arasındaki ilişkinin ortaya konmuş olması (Yen ve ark., 2009; Loxton ve Dave, 2001; Tunca, 2016) bu araştırmanın bulgularını desteklemektedir. Keller (2005) alışveriş yaparken eğlenmeyi merkeze almanın çağdaş batı tüketici anlayışının doğal bir sonucu olduğunu belirtmektedir. Shivers ve DeLisle (1997) alışverişte en önemli etkenin eğlence olduğunu ifade etmektedir. Tamam (2016) kompusif satın almaya neden olan faktörlerden birini heyecan arayışı olarak tanımlamış, Hirschman ve Holbrook (1982) satın alınacak ürünlerin heyecan verecek taraflarına odaklanıldığını belirtmiştir. Eğlence arayışının kompulsif satın alma ile ilişkili olması katılımcıların onları heyecanlandıracak duyguları alışveriş yaparken yaşamaya çalışabildiklerini düşündürmüştür. Bu düşünceyi destekleyebilecek biçimde Hausman (2000) insanların yenilik isteğini ve heyecan duygusunu tatmin etmek amacıyla satın alma davranışına yöneldiklerini, Gültekin ve Özer (2012) macera yaşama arzusunu tatmin etme isteğinin satın alma davranışı ile ilişkili olduğunu belirtmiştir.

DİS, DAS ölçeği alt boyutlarından ödüle duyarlılık; sebebi belli olmayan durumlara karşı heyecanlı ve mutlu hissetme, başkalarının yaşadığı heyecan duygusunu özümseme, olumsuz duyguları yok sayma gibi özellikler kapsamında tanımlanmaktadır (Carver ve White, 1994). Yapılan regresyon analizi sonucunda katılımcıların ödüle duyarlılık puanları ile kompulsif satın alma puanları arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle katılımcıların ödüle duyarlılık puanları arttıkça

kompulsif satın alma puanları azalmıştır. Bu bulgu literatürde bulunan diğer araştırma sonuçlarından farklıdır. Davranışsal aktivasyon ve bağımlılık ilişkisinin incelendiği çalışmalarda ödüle duyarlılık alt boyutu ile internet bağımlılığı ve madde bağımlılığı arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koyan araştırma sonuçları bulunmaktadır (Yen ve ark., 2009; Tunca, 2016; Uzun, 2017). Bu çalışmanın bulgusu ödül duyarlılığı yüksek kimseler için alışverişin yeterince ödüllendirici olmayabileceğini, bilhakis daha ödüllendirici başka uğraşların önünde engel ya da zaman kaybı olarak görülebileceğini düşündürmüştür.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler

Literatürde kompulsif satın alma ile bilişsel duyu düzenleme, davranışsal inhibisyon ve aktivasyon arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Mevcut araştırma, kompulsif satın alma ile belirtilen araştırma değişkenlerinin ilişkilerini inceleyen araştırmacının bilgisine göre yapılan ilk araştırma olması yönünden önem taşımaktadır.

Araştırmanın geneliyle ilgili çeşitli sınırlılıkları not etmek önemlidir. İlk olarak, katılımcıların yaş aralıkları düzenli bir dağılım göstermemiştir. 18 yaş üzerindeki 319 katılımcının 235'i, 20-30 yaş aralığındadır. Bu durumla ilişkili olabilecek bir diğer düzensiz dağılım ise gelir durumudur. Katılımcılar 114'ü geliri olmadığını belirtmiştir. Benzer şekilde katılımcıların eğitim düzeyleri de düzenli bir dağılım göstermemiştir. Katılımcıların 174'ü lisans mezunudur. Bu bağlamda mevcut araştırmanın bulgularının temsil edici gücünün yüksek olmadığı ifade edilebilir. Gelecek araştırmalarda seçkisiz biçimde oluşturulabilecek örneklemlerle çalışılması bu bağlamda uygun olacaktır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise araştırma deseni olarak kesitsel yöntem deseninin seçilmiş olmasıdır. Gelecek çalışmalarda boylamsal araştırmaların yapılması, bu araştırmada yapılan analizlerin ve tartışılan ilişkilerin yönünün belirlenmesi ve nedensellik bağlamında ele alınabilmesi konusunda fayda sağlayacaktır.

Son olarak, tüm veriler katılımcıların öz bildirimi aracılığıyla toplanmıştır, başka bir deyişle araştırmada kompulsif satın alma ile ilgili değerlendirmeler katılımcıların kompulsif satın alma süreçlerine yönelik algılarını yansıtmaktadır. Dolayısıyla bu verilerin, kompulsif satın alma davranışlarını ne ölçüde gerçeğe yakın olarak yansıttığı bilinmemektedir. Bu bağlamda, gelecekteki araştırmalarda kompulsif satın alma

davranışının olanaklar dahilinde bağımsız ve doğrudan değerlendirilmesi yarar sağlayacaktır.

Yukarıda yazılanların yanı sıra gelecek çalışmalarda alışveriş bağımlılık puanları daha yüksek katılımcılara ulaşılmasının, alışveriş sorunlarına eşlik edebilecek davranışsal ve davranışsal olmayan alışkanlıklar / bağımlılıklar bağlamında bilgi edinilmesinin, çevrimiçi alışverişe yönelik daha detaylı incelemelerin yapılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

EK'LER

EK. 1.

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Aşağıda sosyo-demografik özellikleriniz ve alışveriş süreciniz hakkında bazı sorular bulunmaktadır. Lütfen kendiniz için en uygun seçeneği işaretleyiniz.

1. **Doğum yılınız: _____**

2. **Cinsiyetiniz:**

2.1. Kadın ( ) 2.2. Erkek ( )

3**. Eğitim durumunuz:**

3.1.Okuryazar ( ) 3.2. İlkokul ( ) 3.3. Ortaokul ( )

3.4. Lise ( ) 3.5. Üniversite ( ) 3.6. Yüksek Lisans ( )

4. **Çalışıyor musunuz?**

4.1. Evet ( ) 4.2. Hayır ( )

4.3. Aralıklarla çalışıyorum düzenli bir işim yok ( ) 4. 4. Emekli ( )

5. **Medeni durumunuz:**

5.1. Evli ( ) 5.2. Bekar ( )

6. **Kaç yıllık evlisiniz? _____**

7. **Çocuğunuz var mı? Varsa kaç tane çocuğunuz olduğunu lütfen belirtiniz.**

7.1. Evet ( ) Belirtiniz _____ 7.2. Hayır ( )

8. **Gelir düzeyiniz varsa lütfen ne kadar olduğunu belirtiniz.**

8.1. Gelirim yok ( ) 8.2…….. lira

9. **Hiç psikiyatrik tanı aldınız mı? Eğer aldıysanız lütfen belirtiniz.**

9.1. Evet ( ) Belirtiniz _____ 9.2. Hayır ( )

10. **Alışveriş yaparken tercih ettiğiniz ödeme şekli nedir?**

	(Hemen Hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
10 .1. Nakit öderim.				
10. 2. Kredi kartı ile öderim.				
10. 3. Ailem yada arkadaşlarımdan aldığım borç para ile öderim.				
10. 4. Bankadan aldığım borç para ile öderim.				
10. 5. Satın aldığım bir ürünü değiştirerek öderim.				
10. 6. Başka bir şeyi satarak öderim.				

11. **Alışveriş yaparken:**

	(Hemen Hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
11.1. Yalnız olmayı tercih ederim.				
11.2. Yanımda başkalarının da olmasını isterim.				

12. **Daha çok nereden alışveriş yapmayı tercih edersiniz?**

	(Hemen Hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
12.1. Alışveriş merkezlerinden				
12.2. Semt pazarlarından				
12.3. İnternetten				

13. **Kimin için alışveriş yaparsınız?**

	(Hemen hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
13.1. Kendim için				
13.2. Eşim\ Romantik ilişki yaşadığım kişi için				
13.3. Ailem için				
13.4. Çocuğum için				
13.5.Arkadaşlarım için				

14. **Yaptığınız alışverişler genellikle:**

14.1. Önceden planladığım günde olur. ( )

14. 2. Önceden planladığım gün dışında olur. ()

14.3. Gün planı yapmam. ( )

15. **Genel olarak haftada ortalama kaç saatinizi alışverişe ayırıyorsunuz?_____**

16. **Ayda ortalama kaç lira alışveriş için para harcıyorsunuz?_____**

17. **Alışveriş yaparken sizin için etkili olan nedir?**

	(Hemen hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
17.1. İhtiyacımın olması				
17. 2. Beğenmem				
17.3. İndirimde olması				
17.4. Moda olması				
17.5. Ucuz olması				
17.6. Ucuza aldığım için takdir edilmem				

18. **Daha çok ne satın alırsınız?**

	(Hemen hemen) Hiçbir zaman	Bazen	Çoğunlukla	(Hemen hemen) Her zaman
18.1. Kıyafet				
18.2. İç çamaşırı				
18.3. Ayakkabı				
18.4. Çanta				
18.5. Aksesuar (Kolye, küpe, saat vb.)				
18.6. Kozmetik ve bakım eşyaları (şampuan, makyaj malzemeleri vb.)				
18.7. Mobilya				
18.8. Mutfak, banyo malzemesi (temizlik ürünleri ve tabak, bardak vb.)				
18.9. Ev aksesuarları				
18.10. Elektronik alet				
18. 11. Film DVD, CD- Bilgisayar oyunu				
18. 12 Kırtasiye- Oyuncak				
18. 13 Kültürel- Spor etkinlik bileti				

EK. 2.

KOMPULSİF SATIN ALMA ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki sorularda sizin için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

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

EK. 3.

BİLİŞSEL DUYGU DÜZENLEME ÖLÇEĞİ

İnsanlar hayatlarında hoş olmayan yada olumsuz olaylarla *(hastalık, boşanma, işsiz kalma, geçim sıkıntısı vb.)* karşılaşır ve bu olaylara farklı farklı tepkiler verirler. Aşağıdaki sorularda sizin için sıkıntı ve stres oluşturan olaylar karşısında genellikle ne düşündüğünüz sorulmaktadır. Lütfen aşağıdaki cümleleri teker teker okuyun ve sıkıntı verici bir durumla karşılaştığınızda bu ifadeleri hangi sıklıkla düşündüğünüzü işaretleyin. Soruların herhangi doğru yada yanlış cevabı yoktur. Size en uygun olan cevabı işaretlemeniz yeterlidir.

Başıma kötü bir olay geldiğinde…	**Hiç**	**Nadiren**	**Ara Sıra**	**Sıklıkla**	**Her Zaman**
1.Bunun suçlusu benim diye düşünürüm.					
2.Artık bu olayın olup bittiğini kabul etmek zorunda olduğumu düşünürüm.					
3.Bu yaşadığımla ilgili ne hissettiğimi düşünürüm.					
4.Yaşadıklarımdan daha hoş olan şeyleri düşünürüm.					
5.Yapabileceğim en iyi şeyi düşünürüm.					
6.Bu olaydan bir şeyler öğrenebileceğimi düşünürüm.					
7.Her şey çok daha kötü olabilirdi diye düşünürüm.					
8.Yaşadığım olayın başkalarının başına gelenlerden daha kötü olduğunu düşünürüm.					
9.Bu olayda başkalarının suçu olduğunu düşünürüm.					
10.Bu olayın tek sorumlusunun ben olduğumu düşünürüm.					
11. Durumu kabullenmek zorunda olduğumu düşünürüm.					
12.Zihnim yaşadığım olay hakkında ne düşündüğüm ve hissettiğimle sürekli meşgul olur.					
13.Olayla hiç ilgisi olmayan hoş şeyler düşünürüm.					
14.Bu durumla en iyi nasıl başa çıkabileceğimi düşünürüm.					
15.Başımdan geçenlerin bir sonucu olarak daha güçlü bir insan haline gelebileceğimi düşünürüm.					
16.Diğer insanların çok daha kötü tecrübeler geçirdiklerini düşünürüm.					
17.Başıma gelen olayın ne kadar korkunç olduğunu düşünüp dururum.					
18.Başımdan geçen olaydan başkalarının sorumlu olduğunu düşünürüm.					
19.Bu olayda yaptığım hataları düşünürüm.					
20.Bu olayla ilgili hiçbir şeyi değiştiremeyeceğimi düşünürüm.					
21.Bu olayla ilgili neden böyle hissettiğimi anlamak isterim.					
22.Başımdan geçen olay yerine hoş bir şeyler düşünürüm.					
23. Bu durumu nasıl değiştireceğimi düşünürüm.					
24. Bu durumun olumlu yanlarının da olduğunu düşünürüm.					
25.Diğer şeylerle karşılaştırıldığında bunun o kadar da kötü olmadığını düşünürüm.					

Başıma kötü bir olay geldiğinde…	**Hiç**	**Nadiren**	**Ara Sıra**	**Sıklıkla**	**Her Zaman**
26. Yaşadığım bu şeyin bir insanın başına gelebilecek en kötü şey olduğunu düşünürüm.					
27. Bu olayda diğerlerinin yaptığı hataları düşünürüm.					
28. Esas sebebin kendimle ilgili olduğunu düşünürüm.					
29. Bununla yaşamayı öğrenmem gerektiğini düşünürüm.					
30. Bu durumun bende uyandırdığı duygularla boğuşurum.					
31. Hoş olayları düşünürüm.					
32. Yapabileceğim en iyi şeyle ilgili bir plan düşünürüm.					
33.Bu durumun olumlu yanlarını ararım.					
34. Kendime hayatta daha kötü şeylerin de olduğunu söylerim.					
35. Sürekli bu durumun ne kadar korkunç olduğunu düşünürüm.					
36. Esas sebebin başkalarıyla ilgili olduğunu düşünürüm.					

EK. 4.

DİS\ DAS ÖLÇEĞİ

Bu testteki her madde, insanların kendilerinden bahsederken kullandıkları bazı ifadeleri tanımlamaktadır. Lütfen her maddeyi okuyunuz ve size ne kadar uygun olup olmadığına karar veriniz. Her madde için, 4 seçenekten (Tamamen katılıyorum, Biraz katılıyorum, Biraz katılmıyorum, Hiç katılmıyorum) sizi en iyi tarif eden seçeneği işaretleyiniz. Lütfen hiçbir maddeyi boş bırakmayınız ve her madde için sadece bir seçenek işaretleyiniz. Cevaplarınızın tutarlı olup olmayacağından endişe duymadan her maddeyi tek bir maddeymiş gibi cevaplayınız. Lütfen olabildiğince dürüst olunuz ve samimi cevaplar veriniz.

	Tamamen katılıyorum	**Biraz katılıyorum**	**Biraz katılmıyorum**	**Hiç katılmıyorum**
1.Bir insanın ailesi hayatındaki en önemli şeydir.				
2. Başıma kötü bir şey gelmek üzere olsa bile, nadiren korkarım veya sinirlenirim.				
3. İstediğim şeyleri elde etmek için, her yolu denerim.				
4. Bir şeyi yapmakta iyiysem, onu devam ettirmeyi severim.				
5. Eğlenceli olacağını düşündüğüm yeni şeyleri denemeye her zaman istek duyarım.				
6. Nasıl giyindiğim benim için önemlidir.				
7. İstediğim şeyi elde ettiğimde, heyecanlı ve enerji dolu olurum.				
8. Eleştirilme veya azarlanma beni oldukça incitir.				
9. Bir şeyi istediğimde, genellikle onu elde etmek için elimden ne geliyorsa yaparım.				
10. Çoğu zaman bir şeyleri başka bir sebep olmaksızın, sırf eğlenceli olabilecek diye yapmak isterim.				
11. Saç kestirmek gibi şeylere zaman bulmak benim için zordur.				
12. İstediğim şeyi elde etmek için bir ihtimal görürsem, hemen harekete geçerim.				
13. Birisinin bana kızgın olduğunu bildiğimde veya düşündüğümde, oldukça endişelenirim veya üzülürüm.				
14. İstediğim bir şey için bir fırsat yakaladığımda hemen heyecanlanırım.				

	Tamamen katılıyorum	**Biraz katılıyorum**	**Biraz katılmıyorum**	**Hiç katılmıyorum**
15. Çoğu zaman düşünmeden o an aklıma eseni yaparım.				
16. Eğer hoş olmayan bir şeyin olacağını düşünürsem, genellikle oldukça 'gerilirim'.				
17. Çoğu zaman insanların neden öyle davrandıklarını merak ederim.				
18. Başıma iyi şeylerin gelmesi, beni çok olumlu etkiler.				
19. Önemli bir şeyi kötü yaptığımı düşündüğümde endişelenirim.				
20. Heyecan ve yeni duygular yaşamayı çok isterim.				
21. Bir şeyi elde etmeye çalıştığım zaman 'kural tanımam'.				
22. Arkadaşlarıma kıyasla çok az korkum vardır.				
23. Bir yarışmayı kazanmak beni heyecanlandırırdı.				
24. Hata yapmaktan endişelenirim.				

EK. 5.

BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ ONAM FORMU

Sizi Mafiret BEZİROĞLU tarafından yürütülen, Maltepe Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Bitirme Tezi bağlamında hazırlanan tez araştırmasına katılmanız için davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı 'Kompulsif Satın Alma, Bilişsel Duygu Düzenleme ve Davranışsal İnhibisyon, Davranışsal Aktivasyon' arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırmaya katılımınız herhangi bir risk oluşturmamaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı yada telkini altında olmadan, tüm soruları içtenlikle cevaplamanızdır.

Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak ve kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır.

Araştırma hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız, araştırmacıya mafiretbeziroglu@gmail.com posta adresi ile ulaşabilirsiniz.

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya verilmesi gereken bilgileri okudum. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının:

Adı- Soyadı (İsteğe bağlı):

İmzası:

KAYNAKLAR

Abbasi, M., Dargahi, S., Marz, M., Bakhti, M. ve Dargahi, A. (2014). Examining the role of difficulty in emotional self-regulation, ımpulsiveness and defensive mechanisms in discriminate smokers and non- smokers students. *Archives of Hyginen Sciences. 3* (2), 59- 69.

Akturan, U. (2010). Hedonik tüketim eğiliminin plansız satın alma eğilimi üzerindeki etkisinin belirlenmesi. 15 Ekim 2016 tarihinde http://edergi.marmara.edu.tr/maruoneri/article/view/1012000154/1012000109 adresinden alınmıştır.

Aldao, A. ve Nolen, S. (2011). When are adaptive strategies most predictive psychopathology? *Journal of Abnormal Psychology, 121* (1), 276- 81.

Alloy, L., Abramson, L., Walshaw, P., Cogswell, A., Grandin, L., Hughes, M., Mlacovielloi B., Whitehouse, W., Urosevic, S., Nusslock, R.ve Hogoh, M., (2008). Behavioral approach system sensitivities and bipolar spectrum disoerders: prospective prediction of bipolar mood episodes. *Bipolar Disoerders, 10*: 310-322.

Amerikan Psikiyatri Birliği (1994). *Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*, Beşinci Baskı (DSM-V) (Çev. ed.: E. Köroğlu). Ankara: Hekimler Yayın Birliği, 1995.

Arslan, B. (2015). Kredi kartı kullanımının kompulsif satın almaya etkisi. *Onlime Academic Journal of Information Technology, 20*, 27-40.

Aydın, S. (2010). Hedonik alışverişin cinsiyet, gelir ve yerleşim büyüklüğüne göre farklılaşması üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Fakültesi Dergisi, 15* (3), 435- 452.

Bayley, G. ve Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon. *Qualitative Market Research: An International Journal, 1*, (2).

Bilgen, E. (2014). *Kompulsif satın alma üzerinde materyalizm, statü tüketimi, moda yönelimi ve paraya yönelik tutumun etkisi* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. ve Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self- reported compulsive buying behavior? *Personality and Individual Differences, 44*, 1432- 1442.

Black, D. (2001). Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs, 15*(1), 17-27.

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

Bonanno, G. (2001). Emotion Self-Regulation. T. Mayne ve G. Bonanno (Ed.), *Emotions: Current Issues and Future Directions* (s. 251-285). New York: Guildford Press.

Briney A. (1989). *An examinatsion of the nature of a problematic consumer behavior. Compulsive purchasing as a learned adaptive response, addiction and personality disorder.* (Doktora Tezi). Teksas Üniversitesi, Teksas.

Byun, S., Ruffini, C., Mills, J., Douglas, A., Niang, M., Stepchenkova, S., Lee, S., Loutfi, J., Lee, J., Atallah, M.ve Blanton, M. (2009). Internet addiction: metasynthesis of 1996- 2006 quantitative research. *Cyber Psychology and Behaviour, 12* (2).

Can, M. (2007). *İlköğretim 2. kademe öğrencilerinde görülen madde bağımlılığı alışkanlığı.* (Yüksek Lisans Tezi) Sakarya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Carver C. ve White T. (1994). Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*, 319–333.

Ceyhan, E. (2016). *İnternet bağımlılığının bağlanma stilleri ve duygu düzenlemeyle ilişkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi/ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.

Christenson, G. Faber, R., Zwaan, M., Raymond, N., Specker, S., Ekern, M., Mackenzie, T., Crosby, R., Crow, S.ve Eckert, E. (1994). Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatry, .55*(1), 5-11.

Cicchetti, D., Ackerman, B. ve Izard, C. (1995). Emotions and emotion regulation in developmental psychopathology. *Development and Psychopathology, 7*, 1-10.

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

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

Corr, P. (2004). Reinforcement sensitivity theory and personality. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews, 28*, 317-332.

Corr, P. (2008). Reinforcement sensitivity theory (RST): Introduction. In P. Corr (Ed), *The reinforcement sensitivity theory of personality* (s. 1-43). Cambridge: Cambridge University Press

Cömert, Y. ve Durmaz, Y. (2002). Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünleşik yaklaşım ve Adıyaman ilinde bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University, 1 (*4), 351- 375.

Depue, R., Krauss, S. ve Spoont, M. (1987). A two dimensional threshold model of seansonal bipolar affective disorder. Magnusson, D., Öhman, A. (Ed.) *Psychopathology: An interactional perspective* içinde (s. 95- 123). San Diego: Academic Press.

Depue, R. ve Collins, P. (1999). Neurpbiology of the structure of personality: dopamine, facilitation, of incentive motivation and extraversion. *Behavioral and Brain Sciences, 22* (3), 491- 517.

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

Ditmar, H., Beattie, J. ve Friese, S. (1995). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's ımpulse purchases. *Journal of Consumer Psychology*, 1-13.

Dodge, K. (1991). *Emotion and social infomation processing*. New York: Cambridge University Press.

Dursun, T., Oskayabaş, K. ve Gökmen, C. (2013). Mağaza atmosferinin içgüdüsel satın almaya etkisi ve hazır giyim sektöründe bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 233- 260.

Dursun, T. ve Yener, D. (2014). İçgüdüsel satınalma ölçeklerinin Türk tüketiciler için uyarlanmasına yönelik hazır giyim sektöründe bir uygulama. *Electronic Journal of Vocational Colleges, 5.*

Ebrahimi, F. (2013). *Moda üzerinde hedonik tüketim ve içgüdüsel alışverişin etkileri konusunda bir alan araştırması* (Yüksek Lisan Tezi). Atatürk Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Edwards, E. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning,* (4), 67–84.

Elhan, M. (2017). *Tüketicilerin fiyat promosyonlarına yönelik tutumlarına etki eden faktörler* (Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Erkmen, T. ve Yüksel, C. (2008). Tüketicilerin alışveriş davranış biçimleri ile demografik ve sosyokültürel özelliklerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 683- 727.

Faber, R., O'Guinn, T. ve Reymand, S. (1987). Compulsive consumption. *Advanced in Consumer Research. 14* (1), 132- 5.

Franken, I. (2002). Behavioural approach system (BAS) sensitivity predicts alcohol craving. *Personality and Individual Differences, 32*, 349–355.

Franken, I., Muris, P. ve Georgieva, I. (2006). Gray's model of personality and addiction. *Addictive Behaviors, 31,* 3, 399- 403.

Garcia, J. (2010). Activity of behavioural activation system and the behavioural inhibition system and psychopathology. *Annuary of Clinical and Health Psychology, 6,* 57- 60.

Garnefski, N., Kraaij, V. ve Spinhoven, P. (2001). Negative life events, cognitive emotion regulation and depression. *Personality and Individual Differences. 30,* 1311- 1327.

Garnefski, N., Legerstee, J., Kraaij, V., Van den Kommer, T. ve Teerds, J. (2002). Cognitive coping strategies and symptoms of depression and anxiety: a comparison between adolescents and adults. *Journal of Adolescence, 25*, 603–611.

Garnefski, N. ve Kraaij, V. (2006). Relationships between cognitive emotion regulation strategies and depressive symptoms: A comparative study of five specific samples. *Personality and Individual Differences, 40,* 1659- 1669.

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. ve Jimenez- Murcia, S. (2016). Compulsive Buying Behavior: Characteristics of Comorbidity with Gambling Disorder. *Frontiers in Psychology, 7,* 625.

Gray, J. (1982) *The Neuropsychology of Anxiety: An Enquiry into the Functions of the Septo-Hippocampal System.* Oxford: Oxford University Press.

Gray, J. ve McNaughton, N. (2000) *The Neuropsychology of Anxiety: An Enquiry into the Functions of the Septo-Hippocampal System*. Oxford: Oxford University Press.

Griffiths M. (1999). Internet addiction. *The Psychologist, 12*. 246-251.

Griffiths, M. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use, 10,* 191- 197.

Gross, J. ve Munoz, R. (1995). Emotion regulation and mental health. *Clinical Psychology Science and Practice, 2.* 151–164.

Gross, J. (1998). Antecedent and response- focused emotion regulation: divergent consequences for experience, expression and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology, 74,1*.

Gross, J. (2001). Emotion regulation. *Current Directions in Psychological Science, 10,* 214–219.

Goodman, M. (1990). Addiction: Definition and implications. *British Journal of Addiction, 85,* 1403- 1408.

Goodwin, H., Haycraft, E. ve Meyer, C. (2014). Emotion regulation styles as longitudinal predictors of compulsive exercise: a twelve month prospective study. *Journal of Adolescense, 37* (8), 1399- 1404.

Gültekin, B. ve Özer, L. (2012). The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies, 4*(3), 180-189.

Güneş, H. (2007). *Alışveriş davranışlarının algılanmasında cinsiyet faktörünün rolü* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Günüç, S. ve Keskin, A. (2016). Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı: belirtiler, nedenler ve etkiler. *Addicta, The Turkish Journal on Addictions, 3,* 339- 364.

Hall, R. (1998). Emotion. 26 Mart 2018 tarihinde http://web.mst.edu/~rhall/neuroscience/04_affect/emotion.pdf adresinden alınmıştır.

Hausman, A. (2000). A Multi-Method Investigation of Consumer Motivations in Impulse Buying Behavior. *Journal of Consumer Marketing, 17* (5), 403-419.

Hirschman, E. ve Holbrook, M. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *American Marketing Associaton, 46* (3).

Janfaza, M. ve Shirazi, M. (2015). The predictive role of difficulties in emotion regulation and self- control with suspectibility to addiction in drug- dependent individuals. *Research of Addiction Quarteily Journal of Drug Abuse. 9, 33*.

Joormann J., Yoon K. ve Siemer M. (2010). Cognition, attention and emotion regulation. Kring A., Sloan D. (Ed.). *Emotion Regulation and Psychopathology*. New York: Guilford Press.

Keller, M. (2005). Needs, desire and the experiences of scarcity. *Journal of Consumer Research, 5* (1), 65- 85.

Kemp, E. ve Kopp, S. (2011). Emotion regulation consumption: When feeling better is the aim. *Journal of Consumer Behaviour, 10*, 1-7.

Koç, S. (2016). *Bir üniversite psikiyatri polikliniğine başvuranlarda kompulsif satın alma komorbiditesi* (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Koran, L., Faber, R. ve Aboujaoude, E. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying in the United States. *American Journal of Psychiatric, 163,* 1806- 1812.

Korur, M. ve Kimzan, H. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alışveriş sonrası pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: AVM müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 8* (1), 43- 71.

Kothari, H. ve Mallik, G. (2015). The comparative analysis of the impact of self- esteem on the compulsive and non- compulsive buyers in NCR. *Journal of Business Management & Social* Sciences Research, *4*, 1.

Köknel, Ö. (1998). *Bağımlılık: Alkol ve madde bağımlılığı.* İstanbul: Altın Kitaplar.

Kyrios M., Frost R. ve Steketee G. (2004) Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research, 28*, 241–258.

Lazarus, R. ve Alfert, E. (1964). Short circuiting of threat by experimentally altering cognitive appraisal. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 69*, 195- 205.

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

Lejoyeux, M. ve Weinstein, A. (2013). *Shopping addiction.* San Diego: Academic Press.

Lopez, J. ve Villardefrancos, E. (2015). Compulsive buying and life aspirations: an analysis of instrinsic and extrinsiz goals. *Personality and Individual Differences, 76,* 166- 170.

Loxton, N. ve Dawe, S. (2001). Alcohol abuse and dysfunctional eating in adolescent girls: the influence of individual differences in sensitivity to reward and punishment. *International Journal of Eating Disorders, 29* (4), 455- 62.

Matthews, G. ve Gilliland, K. (1999). The personality theories of H. T. Eysenck and J. A. Gray: a comparative review. *Personality and Individual Differences, 26*, 583-626.

McElroy, S., Phillips, K. ve Keck, P. (1994). Obsessive compulsive spectrum disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*, *55*, 33–53.

McDowell, D. ve Parke, R. (2002). Parent and child cognitive representations of social situations and children's social competence. *Social Development,11* (4),470-486.

Mueller, A., Mitchell, J., Crosby, R., Gefeller, O., Faber, R., Martin, A., Bleich, S., Glaesmer, H., Exner, C. ve 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., Ray, R. ve Shaffiullha, M. (2012). Shopping addiction. *Advances in Psychiatric Treatment, 18,* 263- 269.

Muris, P., Knter, E. ve Timmerman, P. (2005). Behavioural inhibition and behavioural activation systems scales for children: relationships with Eysenck's personality traits and psychopathological symptoms. *Personality and Individual Differences, 38,* 831- 841.

Mürütsoy, M. (2013). *İnternet tüketicisinin satın alma davranışlarının incelenmesi üzerine bir araştırma*. (*Yüksek Lisans Tezi).* Niğde Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Onat, O. ve Otrar, M. (2010). Bilişsel Duygu Düzenleme Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 31*, 123-143.

Orhan, İ. (2002). *Satın alınan ürünlere ilişkin duyguların cinsiyet ve cinsiyet rolleri bakımından incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi).* Ankara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Otero-López, J. ve Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, socio demographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry, 14*(101). Patton, J. H., & Stanford.

Ögel, K., Tamar, D., Evren, C. ve Sır, A. (1999). Madde kullanımı ve suç. *3P Dergisi, 3.*

Ögel, K. (2014). *İnternet Bağımlılığı İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak* (2. bs.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Özcan, B. (2007). 'Rasyonel satın alma' ve 'Boş zaman sürecine ait alışveriş' eylemlerinin birlikte sergilendikleri mekanlar: alışveriş merkezleri. *Sosyal Bilimler Dergisi, 9* (2), 39- 68.

Özcan, S., Taş, H. ve Çetin, Y. (2013). Sigara ile mücadelede toplumsal bilinç. *HAK- İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 32*, 2, 4.

Petit, G., Luminet, O., Maurage, F., Tecco, J., Lechantre, S., Ferauge, M., Gross, J. ve Timary, P. (2015). Emotion regulation in alcohol dependence. Alcoholism: *Clinical and Experimental Research, 39*, 12.

Quay, H. (1988). The behavioral reward and inhibition system in childhood behavior disorders. Bloomingdale, L. (Ed.), *Attention deficit disorder* içinde (s. 176- 186). Elmsford: Pergamon Press.

Quay, H. (1993). The psychobiology of undersocialized agressive conduct disorder: A theoretical perspective. *Devolopment and Psychopathology, 5*, 165- 180.

Rawlings, A. (2014). *Effects of BIS\ BAS on achievement goal orientations*. (Yükseklisans Tezi). Helsinki Üniversitesi/ Davranış Bilimleri Enstitüsü, Finlandiya.

Robert, J. ve Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among Amercan College Students. *The Journal of Consumer Affairs, 35* (2), 213-240.

Rook W. (1987), The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research, 14*, 189-199.

Rook, D. ve Fisher, R. (1995). Normative influence on impulse buying behavior. *Journal of Consumer Research, 22*, 305- 319.

Schreiber, L., Grant, J. ve Odlaug, B. (2012). Emotion regulation and impulsivity in young adults. *Journal of Psychiatric Research, 46* (5), 651- 658.

Schlosser, S., Black, D., Repertinger, S. ve Freet, D. (1994). Compulsive buying. Demography, phenomenelogy and comorbity in 46 subjects. *General Hospital Psychiatry, 16* (3), 205- 12.

Scholten, M., Honk, J., Aleman, A. ve Kahn, R. (2006). Behavioral inhibition system (BIS), behavioral activation system (BAS) and schizophrenia: relationship with psychopathology and physiology. *Journal of Psychiatric Research, 40* (7), 638-45.

Shivers, J. ve DeLisle, L. (1997). *The story of leisure.* ABD: Human Kinetics.

Smillie, L., Pickering, A. ve Jackson, C. (2006). The new reinforcement sensitivity theory: implications for personality measurement. *Personality and Social Psychology Review, 10:*4, 320-335.

Smiths, D. ve Boeck, P. (2006). From BIS\ BAS to the big five. *European Journal of Personality, 20*, 255- 270.

Solomon, C. (2003). *Not passion's slave: Emotions and choice*. New York: Oxford University Press

Solomon, J. (2004). The effect of spatial cues on visual sensitivity. *Vision Research, 44* (12), 1209- 16.

Şahin, M. (2007). *Madde bağımlılığı konusunda Türkiye'de yapılmış olan lisansüstü tezler üzerine bir değerlendirme* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi/ Sağlık Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Şişman, S. (2012). Davranışsal inhibisyon sistemi davranışsal aktivasyon sistemi ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi, 32*- 2, 1- 22.

Tamam, L. (2009). Dürtü Kontrol Bozuklukları. Lut Tamam (Ed.), *Kompulsif satın alma (Alışveriş bağımlılığı)* (s.297- 337). Ankara: HYB Yayınları.

Tayfun, N. (2015). Market alışverişlerinde plansız satın alma davranışında demografik farklılığı belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (34), 87- 94.

Thompson R. (1994) Emotional regulation and emotional development. *Educational Psychology Review*, (3), 269-307.

Thompson R. ve Calkins S. (1996) The double-edged sword: Emotional regulation for children at risk. *Development and Psychopatho*logy, (8), 163-182.

Torlak, Ö., Altunışık, R. ve Özdemir, Ş. (2006). *Yeni Müşteri.* İstanbul: Hayat Yayıcılık.

Tunca, E. (2016). *Denetimli serbestlik programı'ndan yararlanan kişilerin kişilik özelliklerinin davranış inhibisyon sistemi/davranış aktivasyon sistemi ölçeği ve eysenck kişilik envanteri-gözden geçirilmiş kısa formu üzerinden araştırılması.* (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi/ Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Türk Dil Kurumu (2013). 13 şubat 2017 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=31452 adresinden alınmıştır.

Uzun, F. (2017). *Çoklu madde bağımlılarında ödüle duyarlılık ve çoklu madde kullanımının yönetici\ yürütücü işlevler üzerinde etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ünsalver, B. (2011). *Alışverişkolik*. İstanbul: Timaş Yayınları.

Vala, M. (2016). Comparative study of cognitive regulation between addicted and non-addicted peoples. *European Journal of Forensic Sciences, 3*- 3.

Valence, G., Astous, A. ve Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy, 11*(4), 419–433.

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.

Wardell, J., O'Connor, R., Read, J. ve Colder, C. (2011). Behavioral approach system moderates the prospective association between the behavioral inhibition system and alcohol outcomes in college student. *Journal of Studies on Alcohol Drugs, 72* (6), 1028- 1036.

Watson, D., Clark, L. ve Tellegen, A. (1988). Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scale. *Journal of Personality and Social Psycholog, 54* (6), 1063- 1070.

Williams, A. ve Grisham, J. (2012). Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. *Cognitive Therapy and Research*, (36), 451- 57.

Yen, J., Ko, C., Yen, C., Chen, C. ve Chen,. (2009). The association between harmful alcohol use and internet addiction among college students: comparison of personality. *Pschiatry and Clinical Neurosciences, 63,* 218- 224.

Young, K. (2004). Internet addiction. *American Behavioral Scientist, 48,* 402-441.

Yüncü, Z. ve Kesebir, S. (2014). Compulsive Buying Scale: Validity, Reliability and Its Psychometric Characteristics in Our Society. *Bağımlılık Dergisi, 15* (3), 142- 149.