

# Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışına Uyarlanması

## Adaptation of Bergen Shopping Addiction Scale to the Compulsive Online Shopping Behavior

Yasemin Bozdağ<sup>1</sup>, Özden Yalçinkaya Alkar<sup>1</sup>

1. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Ankara, Turkey

### ABSTRACT

**Objective:** The purpose of this study is to translate online shopping addiction version of the Bergen Shopping Addiction (BSAS) Scale, Compulsive Online Shopping Scale (KÇSA) into Turkish and determine the reliability and validity of it.

**Material and Methods:** Scale was developed to be used for online shopping and involves 28 items. For this study, a total of 272 participants from 52 cities in Turkey, 71.3 % of which are women (n = 194), 28.7 % of which are males (n = 78), took part in the study. In addition to internet addiction measure, impulsivity, materialism, loneliness, life satisfaction, depression-anxiety and stress measures were included in the study.

**Results:** The Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the developed scale was found to be .95. In order to reveal the validity of the structure of the scale, the exploratory factor analysis was used, the factor structure was tested and it is seen that the scale has a 5-factor structure. The factors were called as problem-conflict-relapse, salience, mood modification, withdraw and tolerance. It was seen that the developed model was similar with the original one. Additionally as a result of the correlation analysis, there was a positive correlation between KÇSA and internet addiction and materialism.

**Conclusion:** KÇSA was a valid and reliable instrument for internet shopping addiction in our country...

**Keywords:** addiction, buying, scale, reliability, validity.

### ÖZ

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin çevrimiçi alışverişlerde kullanılmak üzere oluşturulan formu olan Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin (KÇSA) Türkçe formunun geçerlik, güvenilirlik çalışmasının yapılmasıdır.

**Yöntem:** Ölçek 28 maddedir ve çalışmaya Türkiye genelinde 52 ilden % 71.3'ü kadın (n=194), % 28.7'si erkek (n=78) olmak üzere toplam 272 katılımcı katılmıştır. Araştırmaya kompulsif satın alma davranışı ile karakterize olduğu düşünülen internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete ve stres değişkenleri de dahil edilmiştir.

**Bulgular:** Geliştirilen ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .95 olarak bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliğini ortaya koyabilmek için açılımlı faktör analizinden faydalanılmış, faktör yapısı sınanmış ve ölçeğin 5 faktörlü olduğu görülmüştür. Bu faktörler problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu durum düzenleme, geri çekilme ve tolerans olarak adlandırılmıştır. Ortaya çıkan modelin orijinali ile büyük oranda uyumlu olduğu görülmüştür. Ayrıca korelasyon analizi sonuçlarında KÇSA ölçeği ile internet bağımlılığı ve materyalizm arasında pozitif korelasyon bulunmuştur.

**Sonuç:** KÇSA'nın internet alışveriş bağımlılığı ölçümünde kullanılmak üzere ülkemizde yeterli düzeyde geçerli ve güvenilir değerlere sahip olduğu görülmüştür..

**Anahtar kelimeler:** bağımlılık, satın alma, ölçek, geçerlik, güvenilirlik.

**Correspondence / Yazışma Adresi:** Yasemin Bozdağ, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Ankara, Turkey

E-mail: yaseminbozdog18@hotmail.com

Received /Gönderilme tarihi: 1.5.2018 Accepted /Kabul tarihi: 24.5.2018

## GİRİŞ

İnsanların tarih boyunca bir şeyler satın almak için çeşitli motivasyon kaynakları olmuştur. Günümüzde ihtiyaç duyulan şeyleri almanın yanı sıra zamanın modasına uyma, popüler olma ve taklit etme gibi farklı gayeler için de alışveriş yapılmaktadır (1). İnternette alışveriş yapmak modern yaşamda bir zorunluluk haline gelmeye başlasa da bazı insanlar için ödüllendirici bir boş zaman etkinliği ve eğlence biçimi olarak değerlendirilmeye devam etmiştir (2). Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) verilerine göre; ülkemizde 16-74 yaş arasındaki bireylerin önceki yıl %20.9 olan internet alışveriş oranı 2017 yılında %24.9 olarak belirlenmiştir.

Kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı, klinik olarak ilk defa 20.yy başlarında Bleuler ve Kraepelin tarafından patolojik bir bozukluk olarak tanımlanmıştır (3). Bu sorun baskın bir şekilde satın alma güdüsü hissettirdiği ve dizginlenemediği için zamanla sosyal ve mali yönden olumsuz sonuçlarla karşılaştırmaktadır (4). Ancak kavram için geçmişten günümüze bir dizi farklı terminoloji geliştirilmiştir. Bunlar satın alma manisi ya da oniomani (5); kompulsif tüketim (6), dürtüsel satın alma (7), satın alma bağımlılığı (8) ve kompulsif satın alma (9) gibi terimlerdir. Bu en karakteristik özelliği ürünü alma isteği ve satın almanın ardından yaşanan rahatlama hissidir (10). Ayrıca satın almayı kontrol etmek için deneyimlenen başarısız girişimler de oldukça belirgin bir ölçüt sayılmaktadır (11). Bu bozukluğa sahip kişiler, sürekli satın alma ile meşgul olma eğilimindedir (12). Yapılan bir çalışma, kompulsif satın alma bozukluğu görülen bireyler ile kabaca normal seviyede alışveriş yapan bireyler kıyaslandığında satın alma davranışının sıklık, yoğunluk ve doğurduğu negatif sonuçlar açısından önemli bir fark görüldüğünü ortaya koymuştur (13). Bu bireylerde satın alma güdüsü o kadar güçlüdür ki bu arzuya karşı koyacak kadar direnemezler (7). Kontrolsüz satın alma davranışlarının sonunda da borçlanma (%58.3), iflas (%41.7), tanıdıklardan gelen eleştiri (% 33.3), suçluluk (% 45.8), cezai sorunlar (% 8.3), yasal ve mali (% 8.3) sonuçlara yol açabilirken; intihar girişimlerine bile sebep olabildiği (14,15) savunulmuştur. Dolayısıyla bozukluğun hayatının tümünü etkileyecek düzeyde ciddi sonuçlar doğurması araştırmacıları uyarmıştır (16).

Kompulsif satın alma bozukluğunun onlarca yılı aşkın bir süredir endişe verici olduğu artık kabul görmüştür (17). Bu davranış modern çağın kitle iletişim aracı olan internet ortamına sıçradığı için artık çok daha ciddi boyutlar kazanmıştır. Bunun nedeni günümüzde bu bozukluğun form değiştirmesi ve artık internet üzerinden yapılan alışverişlerde daha sık rastlanması olarak görülmüştür (18). Çevrimiçi satın alma olarak adlandırılan bu yeni alışveriş ortamı, artık geleneksel olan alışverişlerin yerini almaya başlamış ve özellikle yeni uygulamalar ve alternatif yöntemler sayesinde son 10 yılda alışveriş sürecini değiştirmeyi başarmıştır (19). Buna bir de kullanım kolaylığı, sitenin yeniden ziyaret etmeye yönelik konsepti, teşvik edici bildirimleri ve daha fazla ürün satın almaya iten akışı eklendiğinde bozukluğa mükemmel bir zemin hazırlanmıştır (20). Hatta çoğu zaman bu durumun alışkanlık haline gelebildiği düşünülmüştür (21). Bu da söz konusu alışkanlığın davranışsal bağımlılıkların alt kümesi olarak ele alınmasına sebep olmuştur (22). Ancak artık tanının kendi başına zihinsel bir bozukluk olarak incelenmesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır (9).

Bir çığ gibi büyüyen ve karşılığında ciddi bedeller ödeten kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yönelik araştırmalar son zamanlarda artmıştır (23). Bozukluğun oldukça yeni ve birçok faktörü içeren karmaşık yapısı alan yazında son derece sınırlı araştırmaların olmasına sebep olmuştur (19). Günümüzde geçerliğini sürdüren kompulsif satın alma davranışıyla ilgili bilinen en temel çalışmalardan biri Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'dir (Shopping Addiction Scale; BSAS) (24). Kompulsif satın alma davranışı üzerine çalışmalar devam ederken bozukluğun gelişen teknolojiyle birleşen doğası sebebiyle internet alışverişleri için de geçerli olabileceği ve daha güçlü psikometrik özelliklere sahip olması gerektiği düşüncesi ortaya çıkmıştır (24). Özellikle çevrimiçi alışverişler için farklı kavramları sorgulayan ve internet kullanımını baz alan yeni ölçekler geliştirilmesi şarttır. Bu durumu fark eden araştırmacılar son yıllarda konuya odaklanmıştır. Literatürde çevrimiçi satın alma davranışına yönelik geliştirilen

iki ölçeğe rastlanmıştır (25,26). Bu gelişmelerin üzerine ülkemizde çevrimiçi alışveriş davranışını ölçümleyen bir araç bulunmadığı fark edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada BSAS'ın Türkçe versiyonunun maddelerinin Türkçe'ye uyarlanmış hali ve ek olarak satın alma kavramının önüne 'çevrimiçi' ifadesi eklenerek oluşturulmuştur. Böylelikle bu uyarlama çalışmasının ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının ölçülmesine ve bu konuda araştırmaların yapılmasına katkıda bulunacağı öngörülmüştür. Öte yandan bu davranışın internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon anksiyete ve stres değişkenleriyle olan ilişkisi de incelenerek bozukluğun doğası hakkında bilgi sunulmuştur.

## YÖNTEM

### Katılımcılar

Çalışmaya Türkiye genelinden sırasıyla Ankara, İstanbul, İzmir, Konya, Zonguldak başta olmak üzere toplam 52 ilden 272 gönüllü kişi katılmıştır. Ölçekler internet yoluyla toplanmıştır. Literatürde örneklem büyüklüğünün faktörler güçlü ve belirgin olduğunda 100 ile 200 arasında olmasının yeterli olduğu belirtilmiştir (27). Buna karşın güvenilir faktör yapılan elde edebilmek için 200 kişilik örneklemin kafi, hatta faktörlerin açık ve az sayıda olduğu araştırmalarda bu sayının 100 dahi olabileceği de savunulmaktadır (28). Bu nedenle çalışma içi örneklemin yeterli olduğu düşünülmüştür. Katılımcıların en az 18 yaşında olması ve en az yılda birkaç kez olacak şekilde internetten alışveriş yapmış olması araştırmaya dahil olma kriteri olarak belirlenmiştir. Örneklem toplamda 194 kadın (%71.3) ve 78 erkek (%28.7) çevrimiçi satın alma davranışında bulunan kişilerden oluşmuştur. Yaş aralığı 18-54 arasında olmakla birlikte, ortalama yaş 27.39 (SD = 8.62) dir. Katılımcıların eğitim seviyeleri şu şekildedir, % 1.1 ilkokul mezunu (n = 3), % 1.1 ortaokul mezunu (n = 3), % 12.1 lise mezunu (n = 33), % 8.5 yüksek okul mezunu (n = 23), % 54.8 lisans mezunu (n = 149) ve % 18.0 lisansüstü mezunu (n = 49), % 4.4 doktora mezunudur (n = 12). Medeni hal açısından ise % 32.4 evli (n = 88), % 62.9 bekar (n = 171), % 3.3 boşanmış (n = 9) ve % 1.5 diğer (n = 4) kategorisinde yer almaktadır.

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amacıyla Demografik Bilgi Formu, Kompulsif Çevrimiçi Alışveriş Ölçeği (KÇSA), Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF), Dürtüsel Davranış Ölçeği (UPPS), Materyalizm Ölçeği, Yalnızlık Ölçeği-Kısa Form (UCLA-LS), Yaşam Doyumu Ölçeği ve Depresyon-Anksiyete-Stres Ölçeği'nden (DASS-21) yararlanılmıştır.

#### *Demografik Bilgi Formu.*

Form katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili bilgileri (yaş, cinsiyet, eğitim, medeni hal, yaşadığı şehir ve gelir düzeyi) içermektedir. Aynı zamanda geçmişte çevrimiçi alışveriş yapmış kişilerin bu davranışının sıklığı da (yılda birkaç kez, birkaç ayda bir, aylık, haftalık, günlük) sorgulanmaktadır.

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

Kompulsif Çevrimiçi Alışveriş Ölçeği, Andreassen ve arkadaşları tarafından 2015'te geliştirilen Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin (Bergen Shopping Addiction Scale; BSAS) internet alışverişleri için Türkçe'ye uyarlanmış halidir (24). Ölçeğin orijinal formdaki cronbach alfa değeri .87 olarak hesaplanmıştır. Orijinalinde kompulsif alışveriş yapmayı ölçen bu ölçeğe 'çevrimiçi' ibaresi eklenmesiyle internetten yapılan kompulsif alışverişler değerlendirilmesi amaçlanmıştır 5'li likert ölçek tipinin kullanıldığı bu ölçekte toplam 28 soru bulunmaktadır. Ölçekte maddelere verilebilecek yanıtlar (0= Kesinlikle Katılmıyorum, 7= Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde sıralanmıştır. Ölçek ruh hali değişimi, çatışma, tolerans, tekrar, geri çekilme ve problem boyutlarından oluşmakta ve bireylerin internetten yaptığı alışverişlerinin kompulsif olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Ölçekten en az 0, en çok 112 puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan puanların yüksekliği, kişilerin çevrimiçi kompulsif alışveriş bozukluğu düzeyinin arttığını işaret etmektedir.

#### *Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF).*

Young tarafından internet bağımlılık belirtilerinin ölçülmesi amacıyla geliştirilen ve Pawlikowski, Altstötter-Gleichve Brand tarafından ise kısa forma dönüştürülen ölçek toplamda 12 maddeden oluşmaktadır ve 5'li likert (1=Hiçbir zaman, 5=Çok sık) tipine sahiptir (29,30). İç tutarlık güvenilirlik

katsayısı 0.85 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin ülkemizde geçerlik ve güvenilirliği de yapılmıştır (31). Alınan toplam puanların artması internet bağımlılığı düzeyinin de yüksek olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada ölçeğin alphası .88 bulunmuştur.

### *UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği*

UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği (UPPS), Whiteside ve Lynam tarafından dürtüselliliğin farklı boyutlarını değerlendirmek için geliştirilmiştir (32). Toplamda 45 sorudan oluşmaktadır. Sıkışıklık, tasarlama eksikliği, sebatsızlık ve heyecan arayışı şeklinde toplam 4 alt ölçeği bulunmaktadır. Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması da yapılmıştır (33). Ancak bu çalışma kapsamına uygun olduğu düşünülen yalnızca 'sıkışıklık (stres ve olumsuz duygulanım karşısında sıkıntıdan kurtulmak için dürtüsel davranışa eğilim)' alt ölçeğinin maddeleri kullanılmıştır. Bu nedenle sıkışıklık alt ölçeği için Cronbach alfa katsayısı 0.80 olarak hesaplanmıştır. Ölçek puanlaması 1-4 arasında likert tipi olarak yapılmaktadır.

### *Materyalizm Ölçeği (MÖ)*

Richins ve Dawson tarafından geliştirilen bu ölçek materyalist eğilim düzeyini ölçmektedir (34). 18 maddeden ve 5'li likert tipi sorulardan oluşan ölçekte sırasıyla 'başarı, merkeziyetçilik ve mutluluk' alt ölçekleri bulunmaktadır. Ancak çalışmamızda yalnızca 'merkeziyetçilik' alt ölçeğinin uygulanmıştır. Alt ölçeğin Cronbach alfa kat sayısı .84 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkiye'deki geçerlik ve güvenilirlik çalışması da yapılmıştır (35).

### *UCLA-LS Yalnızlık Ölçeği*

Ölçek öncelikle Russel, Peplau ve Ferguson tarafından geliştirilmiştir (36). Ancak daha sonra Hays ve DiMatteo kısa bir formu oluşturulmuştur (37). Kısaltılmış bu formunun Türkçe versiyonu ise Yıldız ve Duy tarafından geliştirilmiştir (38). Toplamda 8 maddeden ve tek bir alt boyuttan bu ölçek, bireylerin yalnızlık seviyelerini ölçmeyi amaçlamaktadır. 4'lü likert tipi (1-4) olan ölçekte puanın yükselmesi yaşanan yalnızlık duygusunun yoğunluğunun artmasına işaret etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin alphası .84 bulunmuştur.

### *Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ)*

Bireylerde genel yaşam doyumunu ölçülmesi amacıyla Diener, Emmons, Laresen ve Griffin tarafından geliştirilmiştir (39). 7'li likert tipi olan bu ölçek (1= hiç uygun değil, 7= çok uygun), tek faktör ve 5 maddeden oluşan bir kendini değerlendirme aracıdır. Ölçeğin yakın geçmişte geliştirilen Türkçe uyarlamasını Dağlı ve Baysal yapmıştır (40). Bu çalışmada ölçeğin alphası .84 bulunmuştur.

### *Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21)*

Depresyon, Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21) Lovibond ve Lovibond tarafından geliştirilmiştir (41). Bir süre sonra ise 21 maddelik kısa bir formu oluşturmuştur (42). Bu formun Türkçe uyarlaması ise yakın zamanda yapılmıştır (43). Bu çalışmada kullanılan DASS-21 ölçeği 7 depresyon, 7 anksiyete ve 7 stres boyutlarına ait olmak üzere toplam 21 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin '0=bana hiç uygun değil, 1=bana biraz uygun, 2=bana genellikle uygun ve 3=bana tamamen uygun, şeklinde 4'lü likert tipi bir derecelendirmesi vardır. Ölçek genelinde alınan puanların yüksek olması, bireyin depresyon, anksiyete ve stres alt boyutlarından hangilerinde problem yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ölçeğin alphası .92 bulunmuştur.

## **İşlem**

Orijinal ölçeği İngilizce geliştiren ekipten gerekli izin ve onaylar alındıktan sonra ölçeğin uyarlama süreci başlamıştır. Ölçek ilk önce İngilizceye hakim üç kişi tarafından Türkçeye çevrilmiş ve makalenin yazarı da olan öğretim üyesi ile birlikte yüksek lisans öğrencilerinden oluşan yedi kişiyle birlikte ölçeğin her bir maddesi için bu üç çeviriden en uygun olan çeviri belirlenmiştir. Bu süreçte uyarlanan ölçeğin kültür açısından da Türkçeye uygun bir şekle getirilmesi amaçlanmıştır (44). Ardından ölçek pilot çalışma olarak 20 kişiden oluşan bir gruba uygulanmıştır. Bu gruptan alınan geribildirim doğrultusunda anlam ve gramer açısından net olmayan, yanlış anlamalara müsait ifadeler yeniden gözden geçirilmiştir. Son olarak, yargııcıdan gelen bildirim ve düzeltmeler doğrultusunda ölçme aracına son hali verilmiştir. Ardından Google Forms üzerinden tüm ölçekleri içeren bir link oluşturulmuş ve bu bağlantı sosyal medya aracılığıyla gönüllü katılımcılar ile paylaşılmıştır.

## Veri Analizi

KÇSA'nın Türkçe versiyonunun orijinal halinde olduğu gibi 7 alt ölçekten oluşup oluşmadığını test etmek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi ve geri kalan hipotez testleri için Sosyal Bilimler için İstatistik Paket (SPSS) 24.0 (2017) sürümü kullanılmıştır. Tüm ölçeğin ve alt ölçeklerin güvenilirliği Cronbach alfa katsayılarının hesaplanmasıyla belirlenmiştir. Ayrıca KÇSA alt ölçekleri (problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans) ile çalışmada kullanılan diğer ölçekler arasındaki korelasyon katsayıları incelenmiştir.

## BULGULAR

Araştırma kapsamında toplanan verilerin istatistiksel analizlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Öncelikle Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin (KÇSA) geçerlik ve güvenilirlik çalışmasına dair verilere ardından diğer değişken ölçekleri ile arasındaki korelasyon değerlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

### Yapı Geçerliliği

Faktör analizi bir geçerlik çalışması için istatistiksel bir teknik olarak kabul edilmektedir (45). Dolayısıyla bu çalışmada da yapı geçerliliği kapsamında açımlayıcı faktör analizinden faydalanılmıştır. Faktör analizi bir ölçeğin kaç gizli boyutu olduğunu belirlemek, yeni geliştirilmiş ve orijinal ölçekler arası varyasyonu açıklamak ve faktör içeriğini veya anlamlılığını tanımlamak gibi amaçlara hizmet etmektedir (46).

Öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı ve Barlett Küresellik Testi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen KMO değeri (.92) ve Barlett's Testi sonucu ( $X^2 = 7207.63$ ,  $df = 378$ ,  $p < .001$ ) verilerin temel bileşenler analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Analizde en uygun faktör yapısını belirleyebilmek adına farklı faktör sayıları denenmiştir. Nitekim bu sürecin uygun bir çözüme ulaşıncaya kadar devam etmesi gerektiğini savunulmuştur (47). Bu amaç doğrultusunda, Direct Oblimin döndürme tekniği kullanılarak maddelerin faktör dağılımları incelenmiştir. Yeterli faktör sayısını değerlendirmek için en yaygın kullanılan teknikler özdeğer kuralı ve çizgi grafiği (scree plot) dir. (48,49). Analizlerde verilerin en uygun dağılımı faktör sayısı serbest bırakıldığında görülmüştür. Bu sonuçlara göre ölçek 5 faktörde toplanmıştır. Bazı maddeler yüklendikleri faktör açısından farklılık gösterse de ulaşılan yapının büyük oranda ölçeğin orijinal haliyle tutarlılık gösterdiği görülmüştür. Ayrıca faktörlerin çizgi grafiği incelendiğinde kırılma noktasının 5. faktörde olduğu izlenmiştir.

Verilerin faktör analizi için uygun bulunmasının üzerine faktör yapısını incelemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA), faktörleşme tekniği olarak temel bileşenler analizi (TBA) kullanılmıştır. Maddelerin yük değerlerinin 0.30 ve üstü olanların faktörün tanımladığı yapıyı ölçeklediği savunulmaktadır (47). Bu nedenle çalışmada .30 ve üstü yük değerine sahip olan maddeler analize dahil edilmiştir. Nitekim 0.30 ve 0.60 arası faktör yüklerinin orta, 0.60 ve üstünün ise yüksek değerler olduğu düşünülmektedir (28).Yapılan analizlerde ölçek maddelerinin kendi halinde 5 faktöre yüklendiği tespit edilmiştir. Ancak bunlardan kavramsal olarak uygun olmadığı düşünülen ve hem 1. faktöre hem 4.faktöre .30 değerinde yüklenen birinci madde analizden çıkarılmıştır. Birden fazla faktörle ilişkili olan bu tür bir değişken binişik değişken olarak isimlendirilmekte ve faktör yapılarında sorun olabileceği için analizden çıkarılması gerektiği savunulmaktadır (27,47). Geri kalan 27 maddenin yeterli nitelikte olduğu kabul edilmiştir. Tablo 1'de ölçeğe ilişkin faktör yükleri verilmiştir.

Elde edilen 5 faktör toplamda varyansın % 74'ünü açıklamaktadır. Davranış bilimlerinde yüksek varyanslara ulaşmak güç olabilirken, açıklanan toplam varyansın yüksek olması ilgili yapının bir o kadar iyi ölçüldüğünün kanıtı olarak yorumlanmaktadır (27).Madde faktör yükleri ise ölçek genelinde .41 ve .88 arasında değişmiştir. Ölçeğin orijinalinde çatışma, problem ve nüks etme faktörleri 3 ayrı boyutta yer alırken bu durum kültürümüzde değişmiş ve her üçü de ortak bir faktörde birleşmiştir. Bu nedenle oluşan yeni alt boyut Türk yetişkin örnekleme

bağlamında problem-çatışma-nüks faktörü olarak adlandırılmıştır. Orijinalde 'salience' adlı faktör ismi ise 'düşünceyle meşgul olma' şeklinde değiştirilmiştir. Bunun dışında duygu düzenleme, geri çekilme tolerans boyutlarının isimleri aynı kalmıştır. Özetle, maddelerin 5 bileşende toplandığı bu yapının en iyi bulgulara sahip olduğu görülmüştür.

### İç Tutarlık Güvenirliği

Ölçeğin güvenilirlik çalışması, iç tutarlık katsayılarının hesaplanması şeklinde yapılmıştır. 272 kişi üzerinden elde edilen Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin Cronbach alfa iç tutarlık katsayısının .95 olduğu görülmüştür. Ayrıca Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı problem-çatışma- nüks alt ölçeği için .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90 olarak bulunmuştur. Bu bağlamda alt ölçeklerin de yeterli seviyede güvenilir olduğu ortaya koyulmuştur.

**Tablo 1. Açımlayıcı faktör analizine göre alt faktörler ve maddelere göre faktör yükleri**

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



## KÇSA Alt Ölçeklerinin Korelasyonu

KÇSA Ölçeği'nin alt ölçekleri arasındaki Pearson korelasyon değerleri Tablo 2'de sunulmuştur. Ölçeğin alt korelasyon değerleri .01 ile .89 arasında; diğer ölçeklerin korelasyonu değerleri ise .01 ile .51 arasında değişmiştir.

## TARTIŞMA

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA), Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin çevrimiçi alışverişlere uyarlanarak geliştirilen bir halidir. Bu çalışmada kompulsif çevrimiçi alışveriş davranışlarını ölçmeye yarayan bu ölçme aracının, Türk kültüründe geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

KÇSA'nın çevrimiçi alışverişler için uyarlanan Türkçe versiyonunda 5 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu durum orijinalinde 7 faktörlü olan yapısıyla büyük oranda örtüşmektedir. Ancak bu yapı her iki faktöre de aynı büyüklükte yüklenen maddenin (Madde 1. İnternette alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.) çıkarılmasıyla elde edilmiştir. Nitekim başka bir yolla ölçek tutarlılığında herhangi bir iyileşme gözlenmemiştir. Böylece ölçek Türk örnekleminde 27 maddeyle değerlendirilmiş ve toplam varyansın % 74'ünü açıklamıştır. Oluşan faktörlerden duygu durum düzenleme, düşünceyle meşgul olma, tolerans ve geri çekilme faktörleri orijinalindeki gibi kendi faktörlerine yüklenmiştir. Yalnızca orijinalinde geri çekilme (Madde 24. Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissedirim.) ve problem (Madde 28. İnternette yaptığım alışverişlerim yüzünden vicdanen rahatsız olurum.) boyutunda yer alan iki madde bu çalışmada tolerans boyutunda yer almıştır. Madde içeriklerine bakıldığında 24. maddenin direkt olarak tolerans geliştirmekle de ilgili olduğu görülmektedir. Çalışma örnekleminde de bu özellik ön plana çıktığı için maddenin bu boyuta yüklendiği düşünülmüştür. 28. maddenin ise katılımcıların yanıtlarından dolayı bu boyuta yüklendiği belirlenmiştir. Öte yandan problem, çatışma ve nüks alt ölçeklerinin maddeleri kendi içinde bir yapı oluşturmuş ve tek bir faktöre yüklenmiştir. Bu durumun kültürümüzde yaşanan problem ve diğer rahatsız edici durumlar arasındaki paralellikle ilgili olabileceği düşünülmüştür (50). Araştırmada ölçek güvenilirliği de sorgulanmıştır. KÇSA'nın Cronbach Alfa iç tutarlık katsayıları problem-çatışma- nüks alt ölçeği için .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90 bulunmuştur. Ölçek genelinde ise bu değer .95'tir. Kısaca, bulgular KÇSA'nın yüksek seviyede güvenilir olduğunu kanıtlamıştır.

KÇSA'nın genel olarak psikometrik özellikleri iyi ve yeterli görünmekle birlikte, bu çalışmanın bazı sınırlılıkları da mevcuttur. Bunlardan ilkinin katılımcı özellikleri olduğu düşünülmüştür. Katılımcıların geneli normal populasyon olduğu için bozukluğun doğasına dair detaylı veri elde edilememiş ve düşük seviyeli korelasyon bulgularına rastlanmıştır. Öyle ki çoğunda kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğu görülmemekte ya da hafif seviyede bulunmaktadır. Bu nedenle, psikometrik anlamlılığını desteklemek veya alternatif bir form geliştirmek için klinik örneklem içeren daha ileri araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalarda doğrulayıcı faktör analizinin uygulanması da önerilmektedir. Böylece faktör yapısı hakkında daha ayrıntılı bilgiler sunulabilecektir. Bununla birlikte internet ortamında yapılan bu araştırmada katılımcılara tekrar ulaşabilme sorunu ölçeğin tekrar test uygulaması yapılamamasına neden olmuştur. Sonraki çalışmalarda test- tekrar test uygulanarak ölçeğin tutarlı bir ölçüm yapıp yapmadığı görülebilir. Kısaca, bu unsurların ileriki çalışmalar için dikkate alınması önerilmektedir.

Sonuç olarak, KÇSA kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını ölçümleyen Türkçe'ye uyarlayan ilk çalışmadır. Sonuçlara göre, ülkemizde bu davranışın yaygın olmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan, ölçümlenen tüm değişkenlerle olması beklenen korelasyon ilişkisi kültürümüzde yalnızca internet bağımlılığı ve materyalizm arasında bulunmuştur. İnternet



bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında söz konusu ilişkinin varlığı daha önce de kabul görmüştür (25). Bu noktada bulgular internet bağımlılığının aslında yaşanan problemler için bir kaçış yolu olduğu bilgisiyle örtüşmüştür (51). Diğer yandan materyalizm ve bu davranış arasındaki ilişkinin varlığı çoğu araştırma tarafından kabul görmüş ve birçok çalışmayla da tutarlık göstermiştir (13,15, 26, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59). Bu nedenle bireylerde materyalistik özellikler yükseldikçe daha fazla para harcama eğilimi olabileceği düşünülmüştür (60,61). Özetle, kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğunun ortaya çıkışını değerlendirmede kullanılacak güçlü psikometrik özelliklere sahip olduğu belirlenen bu ölçme aracının, bozukluğun anlaşılmasında ve tedavisinde gelişmekte olan literatüre bir katkı sağlayabileceği düşünülmüştür.

### KAYNAKLAR

1. Odabaşı Y. Tüketim Kültürü. 1. Baskı, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2006.
2. Maraz A., Eisinger A, Hende, B, Measuring compulsive buying behaviour: Psychometric validity of three different scales veprevalence in the general population and in shopping centres. *Psychiatry Research* 2015; 225: 326-334.
3. Tamam L, Diller RS, Özpoyraz N. Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi* 1998; 9: 224-230.
4. Frost RO, Kim HJ, Morris C, ve ark. Hoarding, compulsive buying and reasons for saving. *Behaviour Research and Therapy* 1998; 36:657-664.
5. Pazarlis P, Katsigiannopoulos K, Papazisis G, ve ark. Compulsive buying: A review. *Annals of General Psychiatry* 2008; 7: 273.
6. Hirschman EC. The consciousness of addiction: Toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research* 1992; 19: 155-179.
7. Baumeister RF. Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research* 2002; 28: 670-676.
8. Sussman S, Lisha N, Griffiths M. Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority? *Evaluation and the Health Professions* 2010; 34: 3-56.
9. McElroy SL, Keck Jr, PE, Pope Jr HG, ve ark. Compulsive bying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry* 1994; 55: 242-248.
10. Miltenberger RG, Redlin J, Crosby, R, ve ark. Direct veretropective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry* 2003; 34: 729-735.
11. Clark M, Calleja K. Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese university students. *Addiction Research & Theory* 2008; 16: 633-649.
12. Ridgway N, Kukar-Kinney M, Monroe K. An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research* 2008; 35: 622-639.
13. Kellett S, Bolton JV. Compulsive buying: a cognitive-behavioural model *Clinical Psychology and Psychotherapy* 2009; 16: 83-99.
14. Christenson G, Faber, RJ, DeZwaan M, ve ark. Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatry* 1994; 55: 5-11.
15. O'Guinn TC, Faber RJ. Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research* 1989; 16:147-157.
16. Black DW. A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry* 2007; 6: 14-18.
17. Ridgway N, Kukar-Kinney M, Monroe K. An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research* 2008; 35: 622-639.
18. Wang CC, Yang HW. Passion for online shopping: The influence of personality and compulsive buying. *Social Behavior and Personality: An International Journal* 2008; 36: 693-706.
19. Rose S, Dhandayudham A. Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *Journal of Behavioral Addictions* 2014; 3: 83-89.
20. Bridges E, Florsheim R. Hedonic veutilitarian shopping goals: The online experience. *Journal of Business Research* 2008; 61: 309-314.
21. Maraz A., Eisinger A, Hende, B, Measuring compulsive buying behaviour: Psychometric validity of three different scales veprevalence in the general population and in shopping centres. *Psychiatry Research* 2015; 225: 326-334

22. Kenneth Paul Rosenberg MD, Laura Curtiss Feder P. Behavioral addictions: Criteria, evidence, and treatment. Academic Press, 2014, 19-31.
23. Mitchell JE, Burgard M, Faber R, ve ark. Cognitive behavioral therapy for compulsive buying disorder. *Behaviour Research and Therapy* 2006; 44: 1859-1865.
24. Andreassen CS, Griffiths MD, Pallesen S, ve ark. The Bergen shopping addiction scale: Reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology* 2015; 6: 1-11.
25. Manchiraju S, Sadachar A, Ridgway JL. The compulsive online shopping scale (COSS): development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction* 2016; 14: 1-15.
26. Xu Y. The influence of public self-consciousness and materialism on young consumers compulsive buying. *Young Consumers* 2008; 9: 37-48.
27. Büyüköztürk Ş. Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 2002; 32: 470-483.
28. Kline P. *An Easy Guide To Factor Analysis*. New York: Routledge, 1994, 42-140.
29. Young KS, Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior* 1998; 1: 237-244.
30. Pawlikowski M, Altstötter-Gleich C, Brand M. Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet Addiction Test. *Computers in Human Behavior* 2013; 29: 1212-1223.
31. Kutlu M, Savcı M, Demir Y, Aysan F. Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun Türkçe uyarlaması: Üniversite öğrencileri ve ergenlerde geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi* 2016; 17: 69-76.
32. Whiteside SP, Lynam DR. Understanding the role of impulsivity and externalizing psychopathology in alcohol abuse: application of the UPPS impulsive behavior scale. *Experimental and Clinical Psychopharmacology* 2003; 11: 210-217.
33. Yargıç İ, Ersoy E, Oflaz SB. UPPS dürtüsel davranış ölçeği ile psikiyatri hastalarında dürtüsellik ölçümü. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni* 2011; 21: 139-146.
34. Richins M, Dawson S, A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research* 1992; 19: 303-316.
35. Turan G. Relationship between materialism and self-construals. *Uzmanlık tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, 2007.*
36. Russell D, Peplau LA, Ferguson ML. Developing a measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment* 1978; 42: 290-294.
37. Hays RD, DiMatteo MR. A short-form measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment* 1987; 51: 69-81.
38. Yıldız MA, Duy B. Adaptation of the short-form of the UCLA loneliness scale (ULS-8) to Turkish for the adolescents. *Düşünen Adam* 2014; 27: 194-203.
39. Diener ED, Emmons RA, Larsen RJ, Griffin S. The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment* 1985; 49: 71-75.
40. Dağlı A, Baysal N. Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 2016; 15: 1250-1263.
41. Lovibond PF, Lovibond SH. The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour Research and Therapy* 1995; 33: 335-343.
42. Brown TA, Chorpita BF, Korotitsch W, Barlow DH. Psychometric properties of the depression anxiety stress scales (DASS) in clinical samples. *Behaviour Research and Therapy* 1997; 35: 79-89.
43. Yılmaz Ö, Boz H, Arslan A. Depresyon anksiyete stres ölçeğinin (DASS 21) Türkçe kısa formunun geçerlilik-güvenilirlik çalışması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA)* 2017; 2: 92-104.
44. Savaşır I. Ölçek uyarlamasındaki sorunlar ve bazı çözüm yolları. *Türk Psikoloji Dergisi* 1994; 9: 27-32.
45. Gorsuch RL. Exploratory factor analysis: Its role in item analysis. *Journal of Personality Assessment* 1997; 68: 532-560.
46. DeVellis RF. *Scale development: Theory and applications*. 26. Baskı, Sage Publications, 2016: 170-230.
47. Tabachnick BG, Fideli LS. *Using Multivariate Statistics*. 4. Baskı, Boston: Ally And Bacon, 2001.
48. Kaiser HF. The application of electronic computers to factor analysis. *Educational and Psychological Measurement* 1960; 20: 141-151.
49. Cattell RB. The screen test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research* 1966; 1: 245-276.

50. Toprak LS, Şentürk FK, Kılıç G. Yöneticilerin çatışma yönetme yöntemleri ile yöneticiye duyulan güven arasındaki ilişki: Afyonkarahisar'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Journal of Business* 2017; 5: 105-133.
51. Young KS. Internet addiction: A new clinical phenomenon veits consequences. *American Behavioral Scientist* 2004; 48: 402-415.
52. d'Astous A. An inquiry into the compulsive side of "normal" consumers. *Journal of Consumer Policy* 1990; 13: 15-31.
53. Desarbo WS, Edwards EA. Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology* 1996; 5: 231-262.
54. Dittmar H, Beattie J, Friese S. Objects, decision considerations and self-image in men's ve women's impulse purchases. *Acta Psychologica* 1996; 93: 187-206.
55. Mowen JC, Spears N. Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology* 1999; 8: 407-430.
56. Roberts JA, Manolis C, Tanner Jr, JF. Family structure, materialism, and compulsive buying: A reinquiry and extension. *Journal of the Academy of Marketing Science* 2003; 31: 300-311.
57. Yurchisin J, Johnson KK. Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem and apparel-product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal* 2004; 32: 291- 314.
58. Dittmar H. Compulsive buying—a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology* 2005; 96: 467-491.
59. Johnson T, Attmann J. Compulsive buying in a product specific context: Clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 2009; 13: 394-405.
60. Ger G, Belk RW. Cross-cultural differences in materialism. *Journal of Economic Psychology* 1996; 17: 55-77.
61. Watson JJ. The relationship of materialism to spending tendencies, saving and debt. *Journal of Economic Psychology* 2003; 24: 723-739.

## KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA ÖLÇEĞİ (KÇSA)

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

Her cümlemin karşısında bulunan;

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

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