

Kadınlarda Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Dürtüsellik İlişkisi

Relationship Between Online Compulsive Shopping and Impulsivity in Females

✉ Zeynep NAMLI¹, ✉ Lut TAMAM¹, ✉ Mehmet Emin DEMİRKOL¹, ✉ Mahmut Onur KARAYTUĞ¹, ✉ Aynur ÖZBAY¹

¹Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Adana, Türkiye

Öz

Amaç: Son yıllarda geleneksel alışveriş yöntemleri yerini çevrimiçi alışverişe bırakmıştır. Dürtü kontrol bozukluğu ya da davranışsal bağımlılık olarak nitelendirilen kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yönelik sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Çalışmamızda kadınlarda çevrimiçi satın alma davranışı ile sosyodemografik özellikler ve dürtüsellik arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmaya psikiyatrik görüşme sonucunda ruhsal hastalık tanısı saptanmayan 132 kadın dahil edildi. Katılımcılara sosyodemografik veri formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA-Ö), Wender-Utah Derecelendirme Ölçeği (WUDÖ) ve UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği uygulandı.

Bulgular: Katılımcıların 77'sinin (%58,3) çevrimiçi satın alma davranışı olduğu belirlendi. Çevrimiçi satın alma davranışı olan grubun olmayan gruba göre eğitim düzeyi anlamlı olarak yüksekti. Çevrimiçi satın alma davranışı olan grubun olmayan gruba göre WUDÖ ve UPPS heyecan arayışı alt ölçeği ortalama puanları anlamlı düzeyde yüksekti ($20,7 \pm 15,7$ & $15,4 \pm 13,0$, $23,9 \pm 8,7$ & $20,3 \pm 9,4$, sırasıyla). Çevrimiçi satın alma davranışı olan katılımcıların, KÇSA-Ö puanı ile WUDÖ ve UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği alt ölçek puanları arasında anlamlı korelasyon yoktu.

Sonuç: Mevcut bulgular kadınlarda çevrimiçi satın alma davranışının sosyodemografik özelliklerden ziyade dürtüsellik gibi kişilik özellikleriyle ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Geniş örnekleimde diğer kişilik özelliklerinin de değerlendirildiği gelecek çalışmalar kompulsif satın alma davranışının tanınal olarak sınıflandırılmasına katkıda bulunabilir.

Anahtar kelimeler: Kompulsif satın alma, çevrimiçi, dürtüsellik, kadın

Abstract

Objective: Traditional shopping methods have been replaced by online shopping recently. There is limited research on online compulsive shopping, characterized as impulse control disorder or behavioral addiction. Our study aimed to investigate the relationship between online shopping behavior, sociodemographic characteristics, and impulsivity in women.

Methods: We included 132 women who were not diagnosed with mental disorders due to the psychiatric interview. A sociodemographic data form, Compulsive Online Shopping Scale (COSS), Wender-Utah Rating Scale (WURS), and UPPS Impulsive Behavior Scale, were administered to the participants.

Results: 77 (58.3%) participants had online shopping behavior. The education level of the group with online shopping behavior was significantly higher than the group without the behavior. WURS and UPPS sensation-seeking subscale mean scores were significantly higher in the group with online shopping behavior than in the group without (20.7 ± 15.7 & 15.4 ± 13.0 , 23.9 ± 8.7 & 20.3 ± 9.4 , respectively). There was no significant correlation between the COSS scores and the WURS and UPPS Impulsive Behavior Scale subscale scores of participants with online shopping behavior.

Conclusion: These findings suggest that online shopping behavior in women is related to personality traits such as impulsivity rather than sociodemographic characteristics. Future studies evaluating other personality traits in a large sample may contribute to the diagnostic classification of compulsive shopping.

Keywords: Compulsive shopping, online, impulsivity, women



Yazışma Adresi/Address for Correspondence: Zeynep NAMLI, Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Balcalı Hastanesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Adana, Türkiye
E-posta: zeynepnamli@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-8954-5901

Geliş Tarihi/Received: 07.05.2022
Kabul Tarihi/Accepted: 26.07.2022

Giriş

Kompulsif satın alma davranışı, olumsuz olay ya da duyguların tetiklediği, zararlı sonuçlara yol açan, tekrarlayan ve aşırı düzeyde alışveriş yapma şeklinde problemli bir davranış örüntüsü olarak tanımlanmıştır (1). Kompulsif satın alma bozukluğuna son yıllarda artan bir ilgi olmasına rağmen Kraepelin tarafından neredeyse yüz yıl önce ‘oniomania’ olarak isimlendirilmiştir. Kraepelin ve Bleuler, kompulsif satın almayı kleptomani ve piromani ile birlikte “dürtüsel delilikler”den biri olarak sınıflandırmıştır (2).

Kompulsif satın alma, satın alma konusunda zorlayıcı ve kontrol edilmez bir ihtiyaç ve alışverişle ilgili aşırı endişe ile karakterizedir. İşlevsellik kaybı, finansal sorunlar gibi olumsuz sonuçlarına rağmen devam eder, kişinin önemli yaşam alanlarına zarar verir (3) ve satın almayı kontrol etmeye yönelik girişimler sıklıkla başarısızlıkla sonuçlanır (4). Bu davranış örüntüsü Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabının beşinci baskısında (DSM-5) ‘Madde ile ilişkili Bozukluklar ve Bağımlılık Bozuklukları’ başlığına dahil edilmemiş (5) olmasına rağmen, literatürde davranışsal bağımlılıklardan biri olarak kabul edilip, araştırılmıştır (6).

Kompulsif satın almanın yaygınlık oranları dünya genelinde %1 ile %8 arasında değişmektedir ve çoğu çalışma, kadınlarda erkeklerden daha yaygın olduğunu bildirmektedir (6). Geçmiş araştırmalar kompulsif satın alma davranışının depresyon (7), obsesif kompulsif bozukluk (8), yeme bozuklukları (9), anksiyete bozuklukları (10), alkol (11) ve nikotin bağımlılığı (12) gibi ruhsal hastalıklarla ilişkili olduğunu göstermiştir.

Dürtüsellik, olası olumsuz sonuçları düşünmeden içsel ya da dışsal uyaranlara hızlı, plansız tepki verme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (13). Kişilik özelliği olarak dürtüsellik, sıkıksık, tasarlama eksikliği, sebat gösterememe ve heyecan arayışı gibi bileşenlere sahiptir (6). Dürtüsellik kontrolsüz satın almayı artırmaktadır ve kompulsif satın almanın dürtü kontrol bozukluklarıyla ilişkili olduğunu bildiren çalışmalar bulunmaktadır. Black ve ark. kompulsif satın alma davranışı olan kişilerin, yaşam boyu daha sık dürtü kontrol bozuklukları tanısı aldıklarını ve sağlıklı kontrollerle karşılaştırıldığında daha yüksek dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu semptomları, dürtüsellik ve yenilik arayışı bildirdiklerini göstermiştir (14). Lejoyeux ve ark. piromani, aralıklı patlayıcı bozukluk gibi dürtü kontrol bozuklukları eşlik eden depresif hastaların yarısında kompulsif satın alma davranışı olduğunu belirlemiştir (15).

Teknolojiye erişimin artması ve internetin yaygınlaşması kompulsif satın alma bozukluğunun dijital platformda da ortaya çıkmasına neden olmuştur (16). Çevrimiçi ve çevrimdışı satın alma alışkanlığının ortak kriterleri olmasına rağmen, dijital ortam,

risk altındaki bireylere sorunlu davranışları tetikleyebilecek ve bağımlılık ihtimalini artıracabilecek fırsatlar sunmaktadır (17). Daha geniş ve çeşitli ürün yelpazesine rahatlıkla ulaşma olasılığı (16), kullanım kolaylığı, herhangi bir yerde ya da zamanda hızla alışveriş yapma imkanı, fiziksel olarak ürün taşıma zorunluluğun olmaması (18), önceki incelemelere dayalı kişiselleştirilmiş teklifler, bildirimler gibi dinamik yapı tekrarlayan uyaranlar oluşturarak bilişsel aşırı yüklenmeye ve daha az öz kontrole yol açmaktadır (3,17). Bu nedenlerle, çevrimiçi satın almanın çevrimdışıya kıyasla sorunlu satın alma davranışlarının ortaya çıkmasını daha fazla tetiklediği düşünülmektedir (3). Günümüzde çevrimiçi satın alma alışkanlığının geleneksel alışverişin yerini alması ve olumsuz sonuçlara yol açabilmesi nedeniyle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışa yönelik araştırmalar artmıştır (19).

Çalışmamızda klinik düzeyde ruhsal hastalığı olmayan kadınlarda çevrimiçi satın alma davranışı ile sosyodemografik özellikler ve dürtüsellik arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır. Hipotezimiz, çevrimiçi satın alma davranışı olan kadınların heyecan arayışı ve/veya sıkıksık dürtüsellik özelliklerinin ve dikkat eksikliği hiperaktivite semptom şiddetinin yüksek olacağıdır. Çalışmadan elde edilen sonuçların kompulsif çevrimiçi satın alma alışkanlığının risk faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olacağı ve çok sayıda araştırma bulunmayan bu alanda literatüre katkı sağlayarak bozukluğun tanısal sınıflandırılmasına yol gösterebileceği düşünülmektedir.

Yöntem

Örneklem

Çalışmaya Çukurova Üniversitesi Balcalı Hastanesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı polikliniklerine ayaktan başvuru yapan ya da diğer kliniklerden konsültasyon ile yönlendirilen, DSM-5 kriterlerine dayalı yapılan psikiyatrik görüşme sonucunda klinik düzeyde ruhsal hastalık tanısı saptanmayan, okur-yazar 140 kadın dahil edilmiştir. Kompulsif satın alma davranışını ya da dürtüsellik düzeylerini etkileyeceği için ruhsal hastalık tanısı saptanan, Hamilton Depresyon Derecelendirme Ölçeği’nden (HAM-D) 8 ve üzeri, Hamilton Anksiyete Değerlendirme Ölçeği’nden (HAM-A) 18 ve üzeri puan alan (20) bireyler çalışmaya dahil edilmemiştir.

Psikiyatrik görüşmenin ardından çalışma hakkında bilgilendirme yapılmış ve katılımcılardan aydınlatılmış yazılı onam alınmıştır. Katılımcılara sosyodemografik veri formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği, Wender-Utah Derecelendirme Ölçeği ve UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği uygulanmıştır. Ölçekleri eksik dolduran ya da tamamlamak istemeyen 8 katılımcı çalışmadan çıkartılmıştır. Çalışma 132 kadın katılımcı ile sürdürülmüştür. G Power programı (versiyon 3.1.9.2) ile, orta etki büyüklüğü (Cohen’s $d=0,30$), 0,95 güç ve 0,05 hata ($p = 0,05$) ile gerekli

örneklem büyüklüğü 111 olarak hesaplandı. Bu sonuca göre 132 kişiden oluşan bir örneklemin yeterli güce sahip olduğu sonucuna varıldı.

Çalışma Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır (08.04.2022 tarihli, 121 no'lu toplantı, 78 sayılı karar). Tüm katılımcılar aydınlatılmış onam vermiştir.

Veri Toplama Araçları

Veri Formu

Araştırmacıların oluşturduğu veri formu ile katılımcıların yaşı, eğitim durumu, medeni hali, çalışma durumu, ailede ruhsal hastalık öyküsü, psikiyatrik hastalık öyküsü, kullanılan ilaç tedavileri ve sigara, alkol kullanımı gibi alışkanlıkları hakkında bilgi edinilmektedir. Katılımcıların internet üzerinden alışveriş yapıp yapmadığı veri formuyla sorgulanmıştır. İnternet üzerinden hiç alışveriş yapmayan katılımcılar çevrimiçi satın alma davranışı olmayan, sıklığından bağımsız olarak halen internetten alışveriş yapmaya devam eden katılımcılar çevrimiçi satın alma davranışı olan şeklinde tanımlanmıştır.

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA-Ö)

KÇSA-Ö Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin (21) internet alışverişi için Türkçe'ye uyarlanmış halidir. İnternetten yapılan kompulsif satın alma davranışlarını değerlendiren, beşli likert

tipi ölçüm sağlayan, 28 maddelik bir öz bildirim ölçeğidir. Ölçekten 0 ile 112 aralığında puan alınabilmektedir ve alınan puanın artması kişinin kompulsif çevrimiçi satın alma düzeyinin arttığını göstermektedir. Türkçe'ye uyarlama çalışmasında Cronbach alfa katsayısı 0,95 olarak belirlenmiştir (19).

UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği

Dürtüsellüğün farklı boyutlarını değerlendiren, 45 maddeden oluşan öz bildirim ölçeğidir. Sıkışıklık, tasarlama eksikliği, sebatsızlık ve heyecan arayışı olmak üzere dört alt ölçeği bulunmaktadır. Ölçek 1-4 arasında likert tipi puanlanmaktadır (22). Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışmasında Cronbach alfa katsayısı 0,84 olarak belirlenmiştir (23).

Wender-Utah Derecelendirme Ölçeği (WUDÖ)

WUDÖ çocukluktaki dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu (DEHB) belirtilerini geriye yönelik sorgulamak ve erişkin dönemde DEHB tanısı koyulmasına yardımcı olmak amacıyla geliştirilmiştir. Yirmi beş maddeden oluşan beşli likert tipi skorlanan bir öz bildirim ölçeğidir. Ölçekten 0-100 aralığında puan alınabilmektedir (24). Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışmasında Cronbach alfa katsayısı 0,93 olarak belirlenmiştir (25).

Veri Analizi

Verilerin tanımlayıcı istatistiklerinde ortalama $\pm$ standart sapma,

Tablo 1. Katılımcıların sosyodemografik ve klinik özellikleri

		min-maks			medyan	ort. $\pm$ ss/n%		
Yaş		21,0	-	65,0	36,0	36,5	$\pm$	8,0
Cinsiyet	Kadın					132		100,0 %
Eğitim Durumu	İlköğretim					39		29,5 %
	Lise					50		37,9 %
	Üniversite					43		32,6 %
Medeni Durum	Bekar					48		36,4 %
	Evli					84		63,6 %
Çalışma Durumu	Çalışmıyor					70		53,0 %
	Çalışıyor					62		47,0 %
Ailede Ruhsal Hastalık	Yok					104		78,8 %
	Var					28		21,2 %
Sigara Kullanımı	Yok					90		68,2 %
	Var					42		31,8 %
Alkol Kullanımı	Yok					101		76,5 %
	Var					31		23,5 %
Çevrimiçi Satın Alma Davranışı	Yok					55		41,7 %
	Var					77		58,3 %

min-maks: minimum-maksimum, ort. $\pm$ ss: ortalama standart sapma

medyan en düşük, en yüksek, frekans ve oran değerleri kullanıldı. Değişkenlerin dağılımı Kolmogorov-Smirnov testi ile ölçüldü. Ölçek ortalamalarına göre gruplar arası karşılaştırmalarda sayısal değişkenlerin normal dağılım gösterdiği durumlarda bağımsız örneklem t testi, normal dağılım göstermediği durumlarda Mann-Whitney U testi ve kategorik değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkisinin analizinde ki-kare testi kullanıldı. Ölçek puanları arasındaki korelasyonların analizinde Spearman korelasyon katsayısı kullanıldı. SPSS 28.0 programı kullanıldı ve analizlerde $p < 0,05$ değeri anlamlı olarak kabul edildi.

Bulgular

93 kişi (% 70,5) lise ve üzeri eğitim düzeyine sahipti, 84 kişi (% 63,6) evli, 62 kişi (% 47,0) düzenli bir işte çalışıyordu ve yaş ortalaması $36,5 \pm 8,0$ idi. Katılımcıların 77'sinin (%58,3) internetten alışveriş yaptığı belirlendi. Örneklemin bazı sosyodemografik ve klinik özellikleri tablo-1'de yer almaktadır.

Çevrimiçi satın alma davranışı olan ($n=77$) ve olmayan ($n=55$) gruplar karşılaştırıldığında, gruplar arasında yaş dağılımı açısından anlamlı farklılık belirlenmedi ($p=0,062$). Çevrimiçi satın alma davranışı olan grubun eğitim düzeyi çevrimiçi satın alma davranışı olmayan gruptan anlamlı olarak yüksekti ($p < 0,001$). Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan gruplar arasında medeni durum, çalışma durumu ve ailede ruhsal

hastalık öyküsü oranları açısından anlamlı farklılık belirlenmedi ($p > 0,05$, her biri için). Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan grupta sigara ve alkol kullanım oranları anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$) (Tablo-2).

Çevrimiçi satın alma davranışı olan grupta WUDÖ ortalama puanı çevrimiçi satın alma davranışı olmayan gruptan anlamlı düzeyde yüksekti ($p=0,041$). Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan gruplarda UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği tasarlama, sıkışıklık, sebat alt ölçek ortalama puanları anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$ her biri için). Çevrimiçi satın alma davranışı olan grupta UPPS heyecan arayışı alt ölçeği ortalama puanı çevrimiçi satın alma davranışı olmayan gruptan anlamlı olarak yüksekti ($p=0,006$). Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan katılımcıların ölçek puanları tablo-3'de yer almaktadır.

Çevrimiçi satın alma davranışı olan katılımcıların, KÇSA-Ö puanı ile WUDÖ ve UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği tasarlama, sıkışıklık, heyecan arayışı, sebat alt ölçek puanları arasında anlamlı korelasyon saptanmadı ($p > 0,05$, her biri için). WUDÖ puanı ile UPPS tasarlama alt ölçeği puanı arasında zıt yönlü, anlamlı ($p=0,008$), UPPS sıkışıklık, heyecan arayışı alt ölçek puanları arasında aynı yönlü, anlamlı ($p < 0,001$, $p=0,004$ sırasıyla) korelasyon saptandı. WUDÖ puanı ile UPPS sebat alt ölçeği puanı arasında anlamlı korelasyon saptanmadı ($p=0,575$). Çevrimiçi satın alma davranışı olan katılımcıların ölçek puanlarının

Tablo 2: Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan katılımcıların sosyodemografik özelliklerinin karşılaştırılması

		Çevrimiçi Satın Alma Davranışı (-)			Çevrimiçi Satın Alma Davranışı (+)			p	
		ort.±ss/n-%			medyan				
Yaş		38,0	±	8,9	36,0	35,4	±	7,1	0,062
Cinsiyet	Kadın	55		100,0 %		77		100,0 %	1,000
Eğitim Durumu	İlköğretim	27		49,1 %		12		15,6 %	<0,001
	Lise	15		27,3 %		35		45,5 %	
	Üniversite	13		23,6 %		30		39,0 %	
Medeni Durum	Bekar	16		29,1 %		32		41,6 %	0,142
	Evli	39		70,9 %		45		58,4 %	
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	31		56,4 %		39		50,6 %	0,517
	Çalışıyor	24		43,6 %		38		49,4 %	
Ailede Ruhsal Hastalık	Yok	44		80,0 %		60		77,9 %	0,773
	Var	11		20,0 %		17		22,1 %	
Sigara Kullanımı	Yok	39		70,9 %		51		66,2 %	0,570
	Var	16		29,1 %		26		33,8 %	
Alkol Kullanımı	Yok	45		81,8 %		56		72,7 %	0,224
	Var	10		18,2 %		21		27,3 %	

[†] Bağımsız örneklem t test, ^{*} Ki-kare test, ort.±ss: ortalama standart sapma

Tablo 3. Çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan katılımcıların ölçek puanlarının karşılaştırılması

	Çevrimiçi Satın Alma Davranışı (-)		Çevrimiçi Satın Alma Davranışı (+)		p
	ort±ss	medyan	ort±ss	medyan	
WUDÖ	15,4 ± 13,0	12,0	20,7 ± 15,7	19,0	0,041
UPPS					
Tasarlama	35,5 ± 6,4	35,0	35,7 ± 6,0	37,0	0,769
Sıkışıklık	22,8 ± 8,4	20,0	22,8 ± 8,0	21,0	0,850
Heyecan Arayışı	20,3 ± 9,4	16,0	23,9 ± 8,7	23,0	0,006
Sebat	31,0 ± 7,3	32,0	31,8 ± 5,8	32,0	0,850

Mann-Whitney U testi
WUDÖ: Wender-Utah Derecelendirme Ölçeği, UPPS: UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği, ort.±ss: ortalama standart sapma

Tablo 4. Çevrimiçi satın alma davranışı olan katılımcıların ölçek puanlarının korelasyonları

		WUDÖ	UPPS Tasarlama	UPPS Sıkışıklık	UPPS Heyecan Arayışı	UPPS Sebat
KÇSA-Ö	r	0,066	0,006	0,213	-0,018	0,039
	p	0,568	0,956	0,063	0,878	0,737
WUDÖ	r		-0,300	0,499	0,323	-0,065
	p		0,008	<0,001	0,004	0,575

Spearman Korelasyon
WUDÖ: Wender-Utah Derecelendirme Ölçeği, UPPS: UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği, KÇSA-Ö: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği

korelasyonları Tablo-4'de yer almaktadır.

Tartışma

Kompulsif satın almayı konu alan araştırmaların çoğu geleneksel alışveriş yöntemlerine odaklanmıştır. Ancak son yıllarda özellikle yeni koronavirüs pandemisiyle birlikte çevrimiçi satın alma ön plana çıktığından (26), kompulsif çevrimiçi satın almaya yönelik araştırma yapmak daha önemli hale gelmiştir. Artan çevrimiçi satın alma, finansal, yasal ve psikolojik sorunlar gibi sayısız zorluğa (27) yol açabileceği gibi kompulsif bir satın alma biçimine de neden olabilir (28). Çevrimiçi satın almayla ilişkili faktörlerin belirlenmesi kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğuna yönelik önlemlerin alınmasına ve tedavi planlanmasına yardımcı olacaktır. Çalışmamızda ruhsal hastalığı olmayan kadınlarda çevrimiçi satın alma davranışı ile sosyodemografik özelliklerden sadece eğitim düzeyi, klinik özelliklerden dikkat eksikliği hiperaktivite semptomları ve heyecan arayışı ilişkili bulunmuştur.

Kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin yoğun satın alma dürtüsü ve harcamalar üzerinde tekrarlayan kontrol kayıpları yaşamaları, alışveriş sırasındaki coşkulu duygularının alışveriş yapamayınca olumsuz duygularla değişmesi, satın alma davranışlarıyla çok meşgul olması ve davranışlarını azaltmaya yönelik girişimlerin başarısızlıkla sonuçlanması nedeniyle kompulsif satın almanın davranışsal bağımlılık

tanımına uyduğu düşünülmektedir (29-30). Aynı zamanda kompulsif satın alma bireyin kontrolünün ötesinde karşı konulmaz satın alma dürtüsüyle karakterize edildiğinden dürtü kontrol bozukluğu olarak da tanımlanmıştır (31). Kompulsif satın alma davranışlarında dürtüsellik önemi destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin dürtüsellik düzeylerinin sağlıklı kontrollerden yüksek olduğu belirlenmiştir (29,32). Hague ve arkadaşları davranışsal deneylerden yap/yapma testinde kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin kontrollerden daha dürtüsel olduğunu göstermiştir (33). Richardson ve arkadaşları bipolar bozukluk tanılı katılımcılarda dürtüsellik ile kompulsif satın alma arasında anlamlı bir ilişki belirlemiştir (34). Yakın geçmişte yapılan bir araştırmada, Brunelle ve Grossman kompulsif çevrimiçi satın almanın en güçlü kişilik yordayıcısının dürtüsellik olduğunu göstermiştir (28). Dürtüsel bireylerin içsel veya dışsal uyarılara yeterince dikkat etmeyip, satın alma ile ilişkili potansiyel kısa vadeli ödüllere aşırı derecede odaklanma eğilimi kompulsif satın alma davranışı ile dürtüsellik ilişkisini açıklamaktadır (28). Dürtüsellik genellikle disinhibisyonun bir yönü olarak kavramsallaştırılmaktadır (32). Dürtüsellik yüksek olan bireylerin özellikle çevrimiçi ortama karşı savunmasız olması “çevrimiçi disinhibisyon etkisi” veya bireylerin normalde yapmayacakları davranışları çevrimiçi olarak yapma olasılığı ile açıklanabilmektedir (35).

Dürtüsellik boyutlarından biri olan heyecan arayışı, riskli,

heyecan veren ve tehlikeli deneyimlerden keyif alma ve yeni deneyimlere açık olma şeklinde tanımlanmaktadır (23,36). Heyecan arayışının madde/alkol kullanım bozuklukları ve patolojik kumar oynama gibi davranışsal bağımlılıklarla ilişkili olabileceği öne sürülmüştür (23,37). Kompulsif satın alma davranışı ile heyecan arayışı arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıda araştırma bulunmaktadır ve çalışma sonuçları farklılıklar göstermektedir. Williams ve Grisham, heyecan arayışı ile kompulsif satın alma arasında anlamlı bir ilişki belirlememişken (38) Maraz ve arkadaşları kompulsif satın alma davranışı olanların olmayanlara göre heyecan arayışının yüksek olduğunu saptamıştır (29). Sonuçlarımız kadınlarda heyecan arayışının, şiddetini etkilemese de çevrimiçi satın alma davranışıyla ilişkili olduğunu düşündürmektedir.

Dürtüselliğin sıkışıklık, sebatsızlık, tasarlama eksikliği ve heyecan arayışı dört boyutu, DEHB ile ilişkili olabilecek riskli davranışlar ve klinik semptomlarla ilişkilidir. Lopez ve ark. DEHB tanılı erişkinlerde daha yüksek sıkışıklık, daha düşük tasarlama ve sebat olduğunu belirlemiştir (36). Çalışmamızda çevrimiçi satın alma davranışı olan kadınlarda, dürtüselliğin doğasıyla uyumlu olarak dikkat eksikliği hiperaktivite semptomlarının şiddetinin artmasıyla sıkışıklık ve heyecan arayışının arttığı, tasarlamanın azaldığı gösterilmiştir. DEHB ile kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırma bulunmamaktadır (39). Kesitsel bir çalışmada Black ve ark., kompulsif satın alma bozukluğu olan hastaların kendi bildirdiği DEHB semptom şiddetinin kontrol grubuna kıyasla daha yüksek olduğunu göstermiştir (14). Brook ve ark. yaklaşık otuz yıllık boylamsal bir çalışmada, geçmiş DEHB belirtilerinin kompulsif satın alma bozukluğunun bağımsız öncülerinden biri olduğunu belirlemiştir (40). Çalışmalarla uyumlu olarak çevrimiçi satın alma davranışı olan kadınlarda DEHB belirti şiddetinin yüksek olması sonucumuz, DEHB semptomları olan bireylerin para yönetiminde zorluk yaşaması, arkadaşlarından ve medyadan daha fazla etkilenmesiyle ilişkili olabilir (41). Ancak kompulsif satın alma ile DEHB ilişkisine yönelik çalışmaların sayısının kesin sonuçlara varmak için yeterli olmadığı ve daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Maraz ve arkadaşlarının sağlıklı popülasyonda kompulsif satın almayı inceleyen çok sayıda çalışmayı derlemesi sonucunda %0,4 ila % 57,6 geniş aralığında yaygınlık oranları belirlenmiştir (42-43). Ekonomik olarak gelişmiş ülkelerde ve finansal bağımsızlığı olan bireylerde kompulsif satın alma yaygınlık oranları önemli ölçüde yüksektir (6,44). Kadınlar ve gençlerin kompulsif satın alma eğilimi daha yüksektir ve kadın cinsiyet risk faktörü olarak kabul edilmektedir (6,45). Ortalama başlangıç yaşı 30 olarak bildirilmiş ve Faber ve O'Guinn kompulsif satın alma davranışı olanların ortalama yaşının 39 olduğunu belirlemiştir (6,46). Kompulsif satın alma eğilimi olan popülasyonla uyumlu yaş ortalamasındaki kadınların değerlendirildiği çalışmamızda,

çevrimiçi satın alma davranışı olan ve olmayan gruplar arasında sadece eğitim düzeyi farklılık göstermektedir. Çevrimiçi satın alma davranışı olan kadınların yüksek eğitim düzeyine sahip olması, internet ve teknolojiyi eğitim düzeyi yüksek olan kişilerin daha rahat kullanmasıyla ilişkili olabilir. Kompulsif satın alma davranışı ile sosyodemografik özelliklerin ilişkisine dair farklı çalışma sonuçları, toplumların farklı kültürel özellikleri ve ekonomik durumlarıyla ilişkilendirilmektedir (6,47).

Çalışmamızın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Sadece kadın katılımcıların değerlendirilmesi çalışma sonuçlarını genellemeyi engellemektedir. Cinsiyet açısından dengeli bir örneklem olması, her iki cinsiyetin de benzer risk faktörlerine sahip olup olmadığını belirlemeye yardımcı olabilir. Tanısal klinik görüşme yerine öz bildirim anketi ile değerlendirme yapılması bozukluk düzeyinde tanı konulamamasına neden olmuştur. Ancak gün geçtikçe yaygınlaşan ve henüz yeterince araştırılmamış olan çevrimiçi satın alma davranışının ruhsal hastalığı olmayan ve potansiyel risk taşıyan yaş ortalamasındaki bir örneklemde incelenmesi çalışmamızın güçlü yönleridir. Kültürel çeşitliliğin etkisini de inceleyebilmek amacıyla toplumlar arası geniş bir örneklemde, her iki cinsiyetin de dahil edildiği, tanısal yapılandırılmış görüşmelere dayalı gelecek çalışmalar kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğu hakkında ayrıntılı veri sağlayacaktır.

Sonuç olarak; kompulsif çevrimiçi satın almaya yönelik yeterli araştırma olmaması, ismindeki 'kompulsif' teriminin kafa karışıklığına yol açması ve obsesif-kompulsif bozukluk (48), dürtü kontrol bozukluğu (49) veya davranışsal bağımlılık (29) olarak sınıflandırılmasına ilişkin tartışmalar nedeniyle, kompulsif satın alma henüz bir ruhsal bozukluk olarak tanımlanmamıştır (5). Dürtüsellik, kompulsif satın alma davranışının merkezi bir özelliği olmasına rağmen, kompulsif satın almanın bir dürtü kontrol bozukluğu olarak sınıflandırılması, dürtüselliğin tek kişilik risk faktörü ve tedavi hedefi olabileceğini düşündürmektedir (50). Çalışmamızda çevrimiçi satın alma davranışının dürtüselliğin özellikle heyecan arayışı boyutuyla ilişkili olduğu gösterilmiştir. Diğer kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırıldığı çalışmaların artırılması, kompulsif satın almanın tanımlanması ve sınıflandırılmasındaki belirsizlikleri azaltabilir.

Kaynaklar

1. Sharif SP, Khanekharab J. Identity confusion and materialism mediate the relationship between excessive social network site usage and online compulsive buying. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 2017; 20(8): 494–500.
2. Black DW. Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs* 2001; 15(1): 17–27.
3. Gori A, Topino E, Casale S. Assessment of online compulsive buying: psychometric properties of the Italian compulsive online shopping scale (COSS). *Addict Behav* 2022; 129: 107274.
4. Clark M, Calleja K. Shopping addiction: a preliminary investigation among Maltese university students. *Addict Res Theory* 2008; 16(6): 633–649.

5. American Psychiatric Association. Diagnostic and statistical manual of mental disorders. 5th edition, Washington: American Psychiatric Publishing, 2013.
6. Weinstein A, Maraz A, Griffiths MD, et al. Compulsive buying features and characteristics of addiction. Preedy VR (editor). Neuropathology of drug addictions and substance misuse. Elsevier, 2016: 993–1007.
7. Mueller A, Mitchell JE, Crosby RD, et al. Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Res* 2010; 180(2-3): 137–142.
8. Lejoyeux M, Bailly F, Moula H, et al. Study of compulsive buying in patients presenting obsessive-compulsive disorder. *Compr Psychiatry* 2005; 46(2): 105–110.
9. Fernández-Aranda F, Pinheiro AP, Thornton LM, et al. Impulse control disorders in women with eating disorders. *Psychiatry Res* 2008; 157(1-3): 147–157.
10. Weinstein A, Mezig H, Mizrahi S, Lejoyeux M. A study investigating the association between compulsive buying with measures of anxiety and obsessive-compulsive behavior among internet shoppers. *Compr Psychiatry* 2015; 57: 46–50.
11. Black DW, Repertinger S, Gaffney GR, Gabel J. Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *Am J Psychiatry* 1998; 155(7): 960–963.
12. Lejoyeux M, Kerner L, Thauvin I, Loi S. Study of impulse control disorders among women presenting nicotine dependence. *Int J Psychiatry Clin Pract* 2006; 10(4): 241–246.
13. Benatti B, Dell'Osso B, Arici C, et al. Characterizing impulsivity profile in patients with obsessive-compulsive disorder. *Int J Psychiatry Clin Pract* 2014; 18(3): 156–160.
14. Black DW, Shaw M, McCormick B, et al. Neuropsychological performance, impulsivity, ADHD symptoms, and novelty seeking in compulsive buying disorder. *Psychiatry Res* 2012; 200(2-3): 581–587.
15. Lejoyeux M, Arbaretaz M, McLoughlin M, Adès J. Impulse control disorders and depression. *J Nerv Ment Dis* 2002; 190(5): 310–314.
16. Niedermoser DW, Petitjean S, Schweinfurth N, et al. Shopping addiction: a brief review. *Pract Innov* 2021; 6(3): 199–207.
17. Rose S, Dhandayudham A. Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: the concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *J Behav Addict* 2014; 3(2): 83–89.
18. Kuss DJ, Kanjo E, Crook-Rumsey M, et al. Problematic mobile phone use and addiction across generations: the roles of psychopathological symptoms and smartphone use. *J Technol Behav Sci* 2018; 3(3): 141–149.
19. Bozdağ Y, Alkar ÖY. Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi* 2018; 19(2): 23–34.
20. Taycan SE, Kaya FD, Taycan O. Psikiyatri polikliniğine başvuran bir grup yaşlıda huzurevi ya da aile ile kalmanın depresyon ve anksiyete düzeyine etkisi. *Klinik Psikiyatri Dergisi* 2014; 17: 73–82.
21. Andreassen CS, Griffiths MD, Pallesen S, et al. The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test. *Front Psychol* 2015; 6: 1374.
22. Whiteside SP, Lynam DR, Miller JD, Reynolds SK. Validation of the UPPS impulsive behaviour scale: a four-factor model of impulsivity. *Eur J Pers* 2005; 19(7): 559–574.
23. Yargıç İ, Ersoy E, Oflaz SB. UPPS dürtüsel davranış ölçeği ile psikiyatri hastalarında dürtüsellik ölçümü. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni* 2011; 21(2): 139–146.
24. Ward MF, Wender PH, Reimherr FW. The Wender Utah Rating Scale: an aid in the retrospective diagnosis of childhood attention deficit hyperactivity disorder. *Am J Psychiatry* 1993; 150(6): 885–890.
25. Öncü B, Ölmez Ş, Şentürk V. Wender-Utah derecelendirme ölçeği Türkçe formunun erişkin dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu'nda geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi* 2005; 16(4): 252–259.
26. Bhatia V. Impact of fashion interest, materialism and internet addiction on e-compulsive buying behaviour of apparel. *Journal of Global Fashion Marketing* 2019; 10(1): 66–80.
27. Harvanko A, Lust K, Odlaug BL, et al. Prevalence and characteristics of compulsive buying in college students. *Psychiatry Res* 2013; 210(3): 1079–1085.
28. Brunelle C, Grossman H. Predictors of online compulsive buying: the role of personality and mindfulness. *Pers Individ Dif* 2022; 185: 111237.
29. Maraz A, Van den Brink W, Demetrovics Z. Prevalence and construct validity of compulsive buying disorder in shopping mall visitors. *Psychiatry Res* 2015; 228(3): 918–924.
30. Trotzke P, Starcke K, Müller A, Brand M. Pathological buying online as a specific form of internet addiction: a model-based experimental investigation. *PLoS One* 2015; 10(10): e0140296.
31. Dell'Osso B, Allen A, Altamura AC, et al. Impulsive-compulsive buying disorder: clinical overview. *Aust N Z J Psychiatry* 2008; 42(4): 259–266.
32. Duroy D, Sabbagh O, Baudel A, Lejoyeux M. Compulsive buying in Paris psychology students: assessment of DSM-5 personality trait domains. *Psychiatry Res* 2018; 267: 182–186.
33. Hague B, Kellett S, Sheeran P. Testing the generalizability of impulse control problems in compulsive buying. *J Soc Clin Psychol* 2016; 35(4): 269–288.
34. Richardson T, Jansen M, Fitch C. Financial difficulties in bipolar disorder part 2: psychological correlates and a proposed psychological model. *J Ment Health* 2021; 30(1): 3–11.
35. Suler J. The online disinhibition effect. *Cyberpsychol Behav* 2004; 7(3): 321–326.
36. Lopez R, Dauvilliers Y, Jaussent I, et al. A multidimensional approach of impulsivity in adult attention deficit hyperactivity disorder. *Psychiatry Res* 2015; 227(2-3): 290–295.
37. Whiteside SP, Lynam DR. The five factor model and impulsivity: using a structural model of personality to understand impulsivity. *Pers Individ Dif* 2001; 30(4): 669–689.
38. Williams AD, Grisham JR. Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. *Cognit Ther Res* 2012; 36: 451–457.
39. Karaca S, Saleh A, Canan F, Potenza MN. Comorbidity between behavioral addictions and attention deficit/hyperactivity disorder: a systematic review. *Int J Ment Health Addict* 2017; 15: 701–724.
40. Brook JS, Zhang C, Brook DW, Leukefeld CG. Compulsive buying: earlier illicit drug use, impulse buying, depression, and adult ADHD symptoms. *Psychiatry Res* 2015; 228(3): 312–317.
41. Ercan E, İpci M, İnci SB, et al. The effects of attention deficit hyperactivity disorder on clothing selection and habits among Turkish university students. *Atten Defic Hyperact Disord* 2015; 7(3): 191–198.
42. Maraz A, Eisinger A, Hende B, et al. Measuring compulsive buying behaviour: psychometric validity of three different scales and prevalence in the general population and in shopping centres. *Psychiatry Res* 2015; 225(3): 326–334.
43. Maraz A, Griffiths MD, Demetrovics Z. The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction* 2016; 111(3): 408–419.
44. Neuner M, Raab G, Reisch LA. Compulsive buying in maturing consumer societies: an empirical re-inquiry. *J Econ Psychol* 2005; 26(4): 509–522.

45. Otero-López JM, Villardefrancos E. Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry* 2014; 14: 101.
46. O'Guinn TC, Faber RJ. Compulsive Buying: a phenomenological exploration. *J Consum Res* 1989; 16(2): 147-157.
47. Black DW, Monahan P, Schlosser S, Repertinger S. Compulsive buying severity: an analysis of compulsive buying scale results in 44 subjects. *J Nerv Ment Dis* 2001; 189(2): 123-126.
48. Ridgway NM, Kukar-Kinney M, Monroe KB. An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *J Consum Res* 2008; 35(4): 622-639.
49. Christenson GA, Faber RJ, De Zwaan M, et al. Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *J Clin Psychiatry* 1994; 55(1): 5-11.
50. Alvarez-Moya EM, Jiménez-Murcia S, Aymamí MN, et al. Subtyping study of a pathological gamblers sample. *Can J Psychiatry* 2010; 55(8): 498-506.