



## Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması

### *Adaptation of Spending as Social and Affective Coping Scale to Turkish*

Dr. Öğr. Üyesi Demet VURAL YÜZBAŞI<sup>1</sup>, Pakize Nur OKTAY<sup>2</sup>, Mehdiye TURAN<sup>3</sup>

#### Öz

Bu çalışmanın amacı, Rice, Garrison ve Liu (2019) tarafından geliştirilen *Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği*'nin Türkçeye uyarlanması ve ölçeğin psikometrik özelliklerinin belirlenmesidir. Ölçek, bireylerin sosyal ve duygusal deneyimleri karşısında harcama davranışını hangi ölçüde bir baş etme stratejisi olarak kullandıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın örneklemini, yaş ortalaması 21.1 olan 337 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Gerekli izinlerin alınmasının ardından öncelikle ölçek çeviri-tekrar çeviri yöntemi ile Türkçeye çevrilmiştir. Katılımcılara ölçeğin Türkçe formu (SDBOHÖ) ile birlikte Hedonik Tüketim Ölçeği, Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği, Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği Kısa Formu ve UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği uygulanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliliği açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile belirlenmiştir. Yapılan açımlayıcı faktör analizinde ölçeğin orijinal ölçeğe paralel olarak 19 madde ve üç faktörden oluştuğu görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen değerler CFI = .97, NNFI = .96, GFI = .89, AGFI = .86, IFI = .97, SRMR = .06 ve RMSEA = .07 şeklindedir ve ölçeğin yapısını doğrulamaktadır. Ölçeğin ölçüt bağımlı geçerliliği ise ölçeğin diğer ölçüm araçları ile arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanarak belirlenmiştir. Ölçeğin, diğer ölçüm araçlarıyla alanyazına paralel yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı ise .90 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin Türkçe formunun üniversite öğrencileri için geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu gösterir niteliktedir.

**Anahtar Kelimeler:** Başa çıkma, tüketim, stres

**Makale Türü:** Araştırma

#### Abstract

The aim of this study is to adapt the *Spending as Social and Emotional Coping Scale* developed by Rice, Garrison and Liu (2019) to Turkish. The scale aims to determine to what extent individuals use spending behavior as a coping strategy against their social and emotional experiences. The sample of the study consists of 337 university students with an average age of 21.1. After translation of the scale, Hedonic Consumption Scale, Ways of Coping Inventory, Difficulties in Emotion Regulation Scale - Brief Form, UPPS Impulsive Behavior Scale were administered to the participants along with the Turkish version of the scale. Explanatory factor analysis revealed that the scale consisted of 19 items and three factors. The values obtained in confirmatory factor analysis were CFI = .97, NNFI = .96, GFI = .89, AGFI = .86, IFI = .97, SRMR = .06, RMSEA = .07 and confirmed the structure of the scale. The criterion-related validity was determined by calculating the correlation coefficients between the scale and other measurement tools. The scale was found to be significantly correlated with other instruments. Lastly, the internal consistency coefficient of the scale was calculated as .90. These results indicate that the Turkish form of the Spending as Social and Emotional Coping Scale is a valid and reliable measurement tool for university students.

**Keywords:** Coping, consumption, stress

**Paper Type:** Research

<sup>1</sup> İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Psikoloji Bölümü, demet.vural.yuzbasi@ikcu.edu.tr.

<sup>2</sup> Bağımsız araştırmacı, Psikolog, pakizenuroktay@gmail.com.

<sup>3</sup> Bağımsız araştırmacı, Psikolog, mehdiyeturan1996@gmail.com.

**Atf için (to cite):** Vural Yüzbaşı, D., Oktay, P. N. ve Turan, M. (2021). Sosyal ve duygusal baş etme olarak harcama ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 791-804.

## Giriş

Bireyler, yaşamları boyunca kendilerini zorlayan pek çok durum ve problem ile karşı karşıya kalmaktadır. Yaşamda karşılaşılan stres kaynaklarının tamamen ortadan kaldırılması mümkün olmamakla birlikte, bireylerin stresin dengeyi bozucu etkisini en aza indirmek amacıyla çeşitli bilişsel ve davranışsal baş etme mekanizmaları geliştirdikleri görülmektedir (Lazarus ve Folkman, 1984). Folkman ve Lazarus (1980) tarafından ortaya atılan ve stres modelleri arasında güncelliğini koruyan Transaksiyonel Stres ve Stresle Baş Etme Modeli'ne göre, stresle baş etmenin temel amacı problem çözme ve duyguları düzenlemedir. Problem odaklı baş etme, tehdit edici olayın etkisini azaltmak veya ortadan kaldırmak amacıyla stres faktörüne yönelik farkındalık, çözüm üretme gibi bilişsel ve davranışsal süreçleri kapsamaktadır. Pasif bir baş etme şekli olarak duygu odaklı baş etmede ise kişi, problemden ziyade problemin kendisinde yarattığı duygu ve düşüncelere odaklanmaktadır (Folkman ve Lazarus, 1980; Lazarus ve Folkman, 1984). Baş etme stratejilerinin hangisinin kullanılacağı ve işlevselliği ise duruma, koşullara ve stres düzeyine göre farklılık gösterebilmektedir (örn. Baker ve Berenbaum, 2007; Folkman, Lazarus, Gruen ve DeLongis, 1986; Matheson ve Anisman, 2003; McCrea ve Costa, 1986).

Baş çıkma stratejilerini değerlendirmek için geliştirilen ve yaygın olarak kullanılan ölçeklerin önemli bir kısmı, başa çıkma ile ilişkili davranışları kapsamakla birlikte bu davranışları temsil eden daha geniş kavramsal yapıları (örn. destek arama, problem çözme) ölçmeye odaklanmaktadır (Rice, Garrison ve Liu, 2019). Bu ölçeklerden, *Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği (SBTÖ)*, Folkman ve Lazarus (1985) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, stresli durumlar karşısında bireylerin başvurduğu bilişsel ve davranışsal başa çıkma yollarını incelemektedir. Ölçekte, problem odaklı başa çıkma ve duygu odaklı başa çıkma boyutlarında olmak üzere toplam sekiz alt ölçek bulunmaktadır. SBTÖ, ilk kez Siva (1988) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Şahin ve Durak (1995), SBTÖ'yü yeniden Türkçeye uyarlamış ve 30 maddelik kısa bir form elde etmiştir. Benzer bir biçimde, Moos'un (1993) geliştirdiği *Stresle Başa Çıkma Yöntemleri Ölçeği*, yaklaşma ve kaçınma olmak üzere iki alt boyut ve sekiz alt ölçekten oluştuğu görülmektedir. Bu ölçek de Ballı ve Kılıç (2016) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Endler ve Parker'ın (1990) geliştirdiği *Stresli Durumlarla Başa Çıkma Envanteri (SDBÇE)*'nin Türkçeye uyarlanması ve kısa formunun oluşturulması ise Boysan (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. SDBÇE-21'in çözüme dönük başa çıkma, duygusal başa çıkma ve kaçınmacı başa çıkma olmak üzere üç alt ölçeği bulunmaktadır. Türküm (2002) tarafından ülkemizde geliştirilen *Stresle Başa Çıkma Ölçeği* de sosyal destek arama, soruna yönelme ve sorunla uğraşmaktan kaçınma olarak isimlendirilen üç faktörden oluşmaktadır.

Görüldüğü gibi başa çıkma yöntemlerini ele alan ve hem ülkemiz hem de dünya literatüründe kullanılan ölçekler, belirli davranışlara yönelik olmaktan ziyade daha geniş boyutlara yer vermektedir. Bununla birlikte, bireyler, stres yaratan durumlar karşısında bazı özgün davranışlar aracılığıyla da çeşitli baş etme çabaları göstermektedir. Bu davranışların önemli bir kısmı (örn. aşırı yemek yeme, sosyal medyanın aşırı kullanımı) işlevsel baş etme stratejileri olmamasına karşın bireyler tarafından sürdürülen ve bireyleri tatmin eden davranışlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Arnold, Kenardy ve Agras, 1995; Folkman ve Moskowitz, 2004; Seepersad, 2004). Dolayısıyla, alanyazında, duygusal yeme (Arnold, Kenardy ve Agras, 1995), alkol tüketimi (Martin, Macdonald, Pakula ve Basia, 2014) gibi başa çıkma davranışlarını ölçümlemeye yönelik özel ölçeklerin geliştirildiği de görülmektedir. Duygusal ve sosyal sıkıntıyla başa çıkmak için gösterilen diğer bir davranış ise harcama davranışıdır (Donnelly, Ksendzova, Howell, Vohs ve Baumeister, 2016; Kellert ve Bolton, 2009; Zhou ve Gao, 2008). Bireyler, olumlu duygularını artırmak, olumsuz durumlarla başa çıkmak, sosyal bağlantı duygusu bulmak gibi kimi nedenlerle para harcama eğilimi gösterebilmektedir (Carver, Scheier ve Weintraub, 1989; Dittmar, 2005). Ancak harcama davranışı, her zaman işlevsel bir baş etme yöntemi olarak karşımıza çıkmamaktadır. Nitekim yapılan araştırmalarda, harcama davranışının, hayal kırıklığı, pişmanlık gibi istenmeyen duygular (Baumeister, 2002), maddi

yük (Pirog ve Roberts, 2007) ve kompulsif satın alma gibi daha ciddi psikolojik problemler (Faber ve O'Guinn, 1992; O'Guinn ve Faber, 1989) ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla, harcama davranışının başa çıkma stratejisi olarak nasıl ve ne sıklıkla kullanıldığı, harcama davranışları ile sosyal ve duygusal deneyimler arasındaki ne tür bağlantılar olduğuna yönelik araştırmaların gerçekleştirilmesi oldukça önemlidir (Rice, Garrison ve Liu, 2019).

Literatüre bakıldığında, harcama davranışına yönelik geliştirilen ölçüm araçlarının harcama davranışını, olumsuz duygulanım veya sosyal ihtiyaçlara yönelik oluşturulan bir tepkiden çok, dürtüsel ve/veya kompulsif harcama olarak sınıflandırma eğilimde olduğu görülmektedir (Müller, Mitchell ve De Zwaan, 2015). *Yale-Brown Obsesif-Kompulsif Ölçeği-Aalışveriş Versiyonu* (Leite, Filomensky, Black ve Silva, 2014), *Kompulsif Satın Alma Ölçeği* (Faber ve O'Guinn, 1992), *Edwards Kompulsif Satın Alma Ölçeği* (Edwards, 1993) ve *Richmond Kompulsif Satın Alma Ölçeği* (Ridgway, Kukar-Kinney ve Monroe, 2008) gibi ölçekler bu tür ölçüm araçlarına örnek olarak gösterilebilir. Bununla birlikte, *Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği* (Verplanken ve Herabadi, 2001) ve *Kendini-ödüllendirici Tüketici Davranışı Ölçeği* (Mortimer, Bougoure ve Fazal-E-Hasan, 2015) gibi ölçekler ise duygu ile ilişkili harcamaları ölçümlemeye yöneliktir.

Ülkemiz alanyazınına bakıldığında ise harcama davranışına ilişkin kullanılan ölçeklerden birinin *Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçeği* olduğu görülmektedir (Valence, D'Astous ve Fortier, 1988). Türkçeye çevrilerek geçerlik ve güvenilirlik analizleri (Arslan, 2015; Arslan ve Abdullah, 2016) yapılan ölçek, dürtüsel satın alma davranışına etki eden çevre, sosyal hayat, biyolojik yatkınlık ve kaygı durumlarını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır. Benzer şekilde dürtüsel satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik geliştirilen *Bergen Aalışveriş Bağımlılığı Ölçeği* de (Andreassen, Griffiths ve Pallesen, 2015), Türkçeye çevrilmiş ve internet tabanlı dürtüsel satın alma davranışlarına uyarlanarak *Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği* olarak isimlendirilmiştir (Bozdağ ve Alkar, 2018). Ayrıca Arnold ve Reynold (2003) tarafından geliştirilen ve hazzaya dayalı tüketim davranışını ölçmeyi amaçlayan *Hedonik Tüketim Ölçeği* de ülkemizdeki harcama araştırmalarında kullanılmaktadır (Karataş, 2011). Görüldüğü üzere, alanyazında kompulsif ve dürtüsel satın alma davranışlarına dair pek çok araştırma (örn. Sneath, Lacey, Kennett-Hensel, 2009; Sun, Wu ve Youn, 2004; Tokgöz, 2019) ve ölçüm aracı bulunmakla birlikte duygusal ve sosyal baş etme mekanizması olarak harcama davranışıyla ilgili çalışma ise oldukça kısıtlı sayıdadır. Dolayısıyla, ülkemizde de bu konuya ilişkin ölçeklerin uyarlanmasına veya geliştirilmesine de ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, *Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği - SDBOHÖ (Spending as Social and Affective Coping Scale - SSAC)*'nin Türkçeye uyarlanarak, geçerlik ve güvenilirlik analizlerinin yapılmasıdır. Rice, Garrison ve Liu (2019) tarafından geliştirilen ölçek, bireylerin sosyal ve duygusal deneyimleri karşısında bir baş etme stratejisi olarak harcama davranışını ne şekilde kullandıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca SDBOHÖ zorlantılı ve dürtüsel harcama kriterlerine uymayan ancak baş etme olarak harcama davranışı gösteren bireyleri anlamaya da yardımcı olmaktadır. Ölçeğin, alanyazında yer alan baş etme ölçeklerinden önemli ölçüde ayrıştığı görülmektedir. Dolayısıyla, bu ölçeğin Türkçeye uyarlanmasının ülkemiz alanyazını açısından önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu ölçeğin uyarlanması ile birlikte harcama davranışının farklı bir perspektif ile çeşitli disiplinler tarafından incelenebileceği öngörülmektedir.

## 1. Yöntem

### 1.1. Katılımcılar

Araştırmanın örneklemini, 18-28 yaş aralığındaki ( $Ort. = 21.1$ ,  $SS = 1.69$ ) 337 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklemin %75'ini kadın ( $N = 253$ ), %25'ini ise erkek ( $N = 83$ ) bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların hepsi İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nde lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrencilerdir. Öğrenciler, Psikoloji (%67.4;  $N = 227$ ), Sosyoloji (% 15.1;  $N = 51$ ), Felsefe (% 10.4;  $N = 35$ ) ve diğer bölümlerde (%7.1,  $N = 24$ )

öğrenim gördüklerini bildirmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeyi incelendiğinde ise katılımcıların %21'inin ( $N = 72$ ) birinci sınıf, %28'inin ( $N = 94$ ) ikinci sınıf, %26'sının ( $N = 88$ ) 3. sınıf ve %20'sinin ( $N = 66$ ) dördüncü sınıfta okudukları belirlenmiştir. Ailelerin maddi durumlarını değerlendirmeleri istendiğinde ise katılımcıların %73'ünün ( $N = 246$ ) orta, %13'ünün ( $N = 45$ ) ortanın üstü, %10'unun ( $N = 34$ ) düşük ve %3'ünün ( $N = 10$ ) yüksek gelir seviyesini beyan ettikleri görülmüştür. Katılımcılara uygun örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır.

## 1.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında katılımcıların yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi, sosyoekonomik durumları gibi soruları içeren demografik bilgi formunun yanı sıra, beş ölçekten oluşan veri toplama seti uygulanmıştır.

### 1.2.1. Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği - SDBOHÖ (Spending as Social and Affective Coping Scale - SSAC)

Rice, Garrison ve Liu (2019) tarafından geliştirilen ölçek, bireylerin harcama davranışını hangi ölçüde baş etme stratejisi olarak kullandıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Ölçek 19 maddeden ve 3 alt ölçekten oluşmaktadır. Maddeler 5'li Likert tipi bir ölçek üzerinde değerlendirme gerektirmektedir. "Duygusal baş etme" alt ölçeği incinme, üzüme gibi olumsuz duygularla baş etme sürecindeki harcama davranışlarını tanımlayan 7 maddeden oluşmaktadır. "Sosyal baş etme" alt ölçeği ise uyum sağlama, iyi karşılanma arzusu gibi sosyal öğelere ilişkin harcama davranışlarını yansıtan 8 maddeden oluşmaktadır. Son alt ölçek olan "harcama dürtüsü" ise planlanmış ve dürtüsellik içermeyen satın alma davranışlarına yönelik 4 olumlu ifadeden oluşmaktadır ve bu maddeler ölçekte yer alan ters maddeler olarak bildirilmiştir. Ölçeğe verilecek cevaplar "kesinlikle katılmıyorum" ile "kesinlikle katılıyorum" arasında değişmektedir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizinde hesaplanmış olan değerler RMSEA = .04, CFI = .97 ve SRMR = .039. olarak bildirilmiştir. Farklı örneklemlerle yapılan çalışmalarda alt ölçeklere ilişkin iç tutarlık katsayılarının "duygusal baş etme" için .93 ile .94; "sosyal baş etme" için .86 ile .87 ve "harcama dürtüsü" için .74 ile .77 arasında değiştiği bildirilmiştir. Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin bu araştırma kapsamında Türkçeye uyarlanması planlanmıştır.

### 1.2.2. Hedonik Tüketim Ölçeği (Hedonic Consumption Scale)

Arnold ve Reynold (2003) tarafından geliştirilen ölçek, hazzaya dayalı tüketim davranışını ölçmeyi amaçlamaktadır. Orijinal ölçek 18 madde ve 6 faktörden oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin doğrulayıcı faktör analizi değerleri GFI = .88; AGFI = .83; CFI = .94; NNFI = .92; SRMR = .048; RMSEA = .073 şeklinde raporlanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayılarının ise alt ölçekler için .77 ve .87 aralığında bildirilmiştir. Ölçek, Karataş (2011) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçeğin Türkçe formu da 18 madde ve 6 faktörden ("maceracı alışveriş", "memnuniyet alışverişi", "rol alışverişi", "sosyal alışveriş", "değer alışverişi" ve "fikir alışverişi") oluşmaktadır. Maddeler 5'li Likert tipi bir ölçek üzerinde değerlendirilmektedir ve ölçeğe verilecek cevaplar "kesinlikle katılmıyorum" ile "kesinlikle katılıyorum" arasında değişmektedir. Türkçe forma ilişkin doğrulayıcı faktör analizi değerleri RMSEA = .062; CFI = .96 ve GFI = .90 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach iç tutarlılık katsayısı ise .86 olarak bildirilmiştir. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .89; alt ölçeklere ilişkin katsayılar ise "maceracı alışveriş" için .83, "memnuniyet alışverişi" için .86, "rol alışverişi" için .84, "sosyal alışveriş" için .76, "değer alışverişi" için .69 ve "fikir alışverişi" için .87 olarak hesaplanmıştır.

### 1.2.3. Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği - SBTÖ (Ways of Coping Inventory)

Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği (SBTÖ), stres karşısında başvurulan bilişsel ve davranışsal başa çıkma yollarını belirlemek üzere geliştirilmiştir (Folkman ve Lazarus, 1985). 8 alt ölçekten oluşan orijinal ölçek 66 maddeden oluşmaktadır ve ölçekte "problem odaklı başa çıkma" ve "duygusal odaklı başa çıkma" olmak üzere iki boyut yer almaktadır. Ölçeğin Türkçeye

uyarlanması aşamasında, ölçeğe kadercilik ve batıl inançlarla ilgili 8 madde daha eklenmiştir (Siva, 1988). Şahin ve Durak (1995) ise SBTÖ'yü yeniden Türkçeye uyarlayarak, 2 alt boyut ve 5 alt ölçekten oluşan 30 maddelik kısa bir form oluşturmuştur. Duygu odaklı başa çıkma boyutu, çaresiz yaklaşım ve boyun eğici yaklaşım; problem odaklı başa çıkma boyutu ise kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım ve sosyal desteğe başvurma alt ölçeklerinden oluşmaktadır. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı .68 olarak belirlenmiştir ve alt ölçeklerin iç tutarlıkları .45 ile .80 arasındadır. Ölçekte iki boyuta ilişkin ayrı toplam puan elde edilmektedir ve alınan puanların yükselmesi bireyin o yaklaşımı daha çok benimsediğine işaret etmektedir. Ölçek, hiç uygun değil = 0 puan, biraz uygun = 1 puan, oldukça uygun = 2 puan, çok uygun = 3 puan şeklinde puanlanmaktadır. Bu çalışma kapsamında, Şahin ve Durak (1995) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır ve ölçeğin iç tutarlılığı "problem odaklı baş etme" boyutu için .81, "duygu odaklı baş etme" boyutu için ise .80 olarak hesaplanmıştır.

#### **1.2.4. Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği Kısa Formu - DDGÖ-16 (Difficulties in Emotion Regulation Scale - Brief Form - DERS-16)**

Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği, Gratz ve Roemer (2004) tarafından pek çok boyutta görülen duygu düzenleme güçlüklerinin belirlenmesi amacıyla geliştirilmiştir. Orijinal ölçek, 36 madde ve 6 alt ölçekten oluşmaktadır. Bjureberg ve diğerleri (2016) ise ölçeği kısaltarak 16 madde ve 5 alt ölçekten oluşan formu oluşturmuştur. Ölçekte açıklık, hedefler, dürtü, stratejiler ve kabul etmeme alt ölçekleri bulunmakla birlikte, her bir alt ölçekte o boyuta ilişkin yaşanan güçlüklerle ilişkin maddeler yer almaktadır. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı .92 ve test-tekrar test katsayısı ise .85 olarak bulunmuştur. Ölçek maddeleri 5'li Likert tipi bir ölçek üzerinde değerlendirilmektedir ve ölçeğe verilen cevaplar "Hemen hemen hiç" ile "Hemen hemen her zaman" arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puanların yükselmesi, duygu düzenlemede yaşanan güçlüğü arttırdığına işaret etmektedir. Ölçek, Yiğit ve Yiğit (2017) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen değerler CFI = .95, GFI = .92, TLI = .94, RMSEA = .07 olarak bildirilmiştir. Ölçeğin tamamına ilişkin iç tutarlık katsayısı .92 olarak belirlenirken, alt ölçeklerden açıklık için .84, hedefler için .84, dürtü için .87, stratejiler için .87 ve kabul etmeme için .78 olarak bildirilmiştir. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılığı .94; alt ölçeklerin tutarlılığı ise açıklık için .85, hedefler için .84, dürtü için .85, stratejiler için .89 ve kabul etmeme için .80 olarak hesaplanmıştır.

#### **1.2.5. UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği – Sıkışıklık Alt Ölçeği (UPPS Impulsive Behaviour Scale)**

Whiteside ve Lynam (2001) tarafından geliştirilen UPPS, dürtüsel davranışları ölçmeyi amaçlamaktadır. Orijinal ölçek, 4 faktör ve 45 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin alt faktörleri sıkışıklık, tasarlama eksikliği, sebatsızlık ve heyecan arayışı olarak isimlendirilmiştir. Ölçek, Yargıç, Ersoy ve Oflaz (2011) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçeğin Türkçe formunun iç tutarlılık katsayısı .84 ve test-tekrar test katsayısı .80 olarak belirtilmiştir. Ölçekte yer alan maddeler 4'lü Likert tip bir ölçek üzerinde değerlendirilmektedir ve ölçeğe verilen cevaplar "Bana hiç uymuyor" ile "Bana çok uyuyor" ifadeleri arasında değişmektedir. Bu çalışmada, stres ve olumsuz duygulanım yaşandığında sıkıntıdan kurtulmak için dürtüsel davranmaya yönelik eğilimi ölçen ve 11 maddeden oluşan sıkışıklık alt ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmada, sıkışıklık alt ölçeğine ilişkin iç tutarlık katsayısı .88 olarak hesaplanmıştır.

### **1.3. İşlem**

Bu çalışma kapsamında öncelikle Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'ni geliştiren araştırmacılardan ve İKÇÜ Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu'ndan (Tarih: 27.02.2020, Karar no: 2020/ 02-06) gerekli izinler alınmıştır. Ardından orijinal ölçek iki çevirmen tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Süreçte çeviri - tekrar çeviri yöntemi kullanılmıştır. Uzman iki akademisyenin çevrilen ölçeği içerik ve kültürel uyum açısından değerlendirmesinin ardından ölçek İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilere uygulanmıştır. Bu aşamada öğrenciler çalışmanın kapsamı, amacı ve etik hakları konularında bilgilendirilmiş

ve onam formunu imzalayan öğrenciler çalışmaya katılmıştır. Katılımcıların ölçek setini doldurmaları ortalama 15 dakika sürmüştür.

#### 1.4. Analiz

Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin Türkçe formunun faktör desenini ortaya çıkarmak amacıyla öncelikle Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yürütülmüştür. Süreçte, varsayımların test edilmesi amacıyla Kaiser- Meyer-Olkin Testi ve Barlett küresellik testi yapılmış ve faktörleşme tekniği olarak Temel Bileşenler Analizi tercih edilmiştir. AFA ile elde edilen yapının test edilmesi amacıyla ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yürütülmüştür. Analizde elde edilen değerler, alanyazında belirtilen uyum indeksleri dikkate alınarak değerlendirilmiştir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 271-272). Ayrıca, SDBOHÖ ile diğer ölçekler arasındaki korelasyon katsayıları belirlenerek ölçüt bağıntılı geçerliğe ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Son olarak ölçeğe ve alt ölçeklere yönelik güvenilirlik analizleri iç tutarlılık katsayıları (Cronbach alfa) ile hesaplanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizleri için LISREL 8.80 programı, diğer analizler için ise SPSS.22 paket programı kullanılmıştır.

## 2. Bulgular

### 2.1. Geçerlik Bulguları

#### 2.1.1. Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

Ölçeğin yapı geçerliğini test etmek amacıyla öncelikle açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz öncesinde yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi değerinin .90 olduğu görülmüştür. Barlett testi sonuçları incelendiğinde ise Ki kare değerinin  $p < .001$  düzeyinde anlamlı olduğu ( $\chi^2 (171, N = 337) = 3095,61$ ) bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizinde faktörleşme tekniği olarak Temel Bileşenler Analizi kullanılmıştır. Varimax döndürme tekniğinin kullanıldığı AFA sonuçlarına göre, ölçeğin 3 faktörden oluştuğu ve bu faktörlerin toplam varyansın %58.13'ünü açıkladığı görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda, 1. faktörün 7 maddeden (madde 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7), 2. faktörün 8 maddeden (madde 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15), 3.faktörün ise 4 maddeden (madde 16, 17, 18, 19) oluştuğu gözlenmiştir. Açımlayıcı faktör analizinde elde edilen sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır.

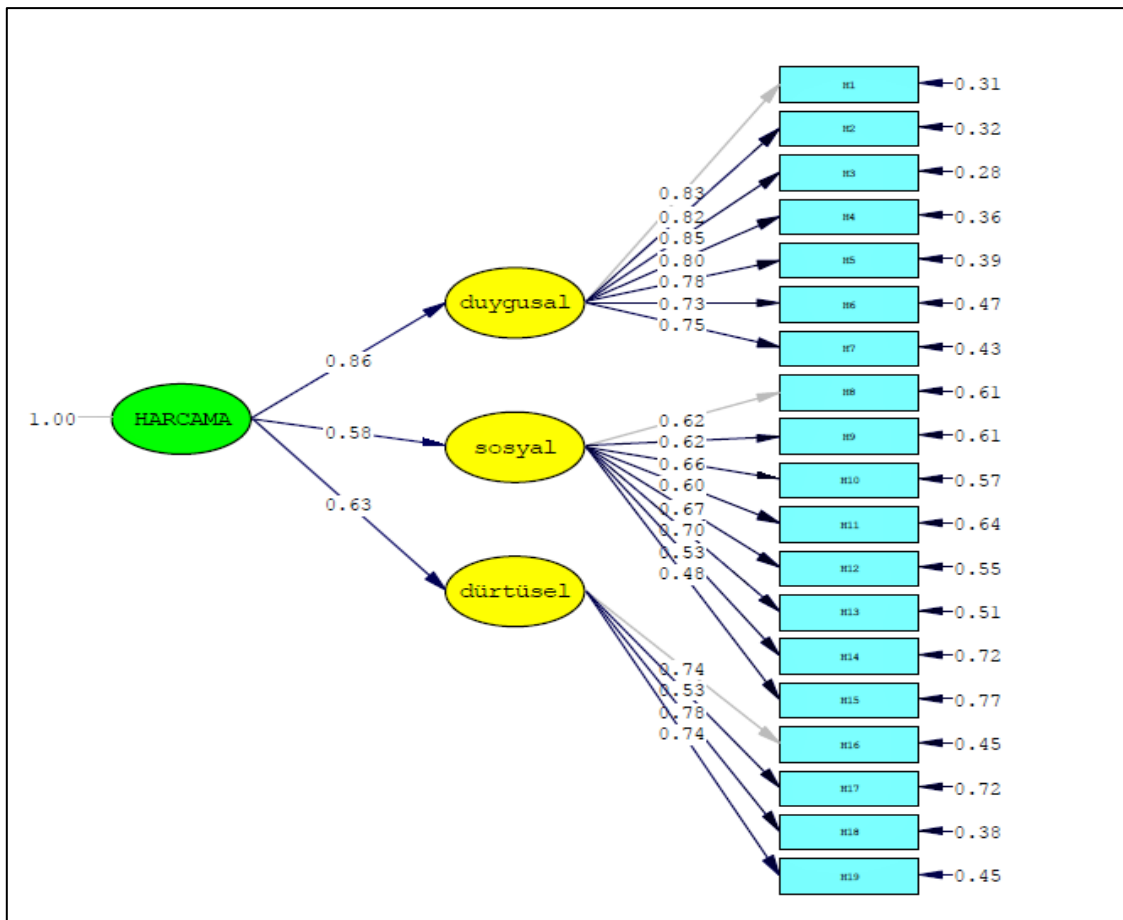
Tablo 1. SDBOHÖ'ye ilişkin açımlayıcı faktör analizi sonuçları

Maddeler	Ort.	SS	Bileşenler		
			1	2	3
1. Kendimi negatif duygulardan uzaklaştırmak için bazen para harcarım.	2.90	1.15	.80		
2.Moralim bozuk olduğunda bir şeyler alma ihtimalim daha yüksektir.	2.84	1.18	.83		
3. İncindiğimde para harcarım.	2.42	1.09	.83		
4. Bunaldığımda daha iyi hissetmek için para harcarım.	3.02	1.14	.81		
5. Olumsuz duygulara tahammül edemediğimde para harcarım.	2.41	1.08	.75		
6. Yalnız hissettiğimde bir şeyler alma ihtimalim daha yüksektir.	2.57	1.17	.74		
7. Para harcamak, problemlerimi düşünmekten kaçınmama yardımcı olur.	2.57	1.19	.75		
8. Eğer iyi şeylere sahip olursam popüler biri olma ihtimalim daha yüksek olur.	2.42	1.14		.73	
9. Uyum sağlamama yardımcı olacak eşyalara sıklıkla para harcarım.	2.73	1.10		.56	
10. Akranlarımla sahip olduğum varlıklara sahip olmak benim için önemlidir.	2.43	1.07		.66	
11. Eğer pahalı şeylere sahip olursam, insanlar bana daha pozitif yaklaşır.	2.05	1.12		.75	
12. Popüler olan şeyleri alma ihtimalim daha yüksektir.	2.60	1.10		.67	
13. Saygın insanların sahip olduğu şeyleri satın alma ihtimalim daha yüksektir.	2.38	1.02		.71	
14. En son moda şeyleri alamıyorsam diğerleri sıkıcı olduğumu düşünebilir.	1.66	.84		.58	
15. Uyum sağlamak için belli başlı deneyimlere para harcarım.	2.88	1.07		.50	
16. Yalnızca gerekli olduğunda alışveriş yaparım.	2.87	1.10			.74
17. İsteddiğim bir şeyi satın almaktan kaçınmak benim için kolaydır.	2.80	1.07			.68
18. Alışverişe gittiğimde sadece planladığım şeyleri alırım.	3.05	1.07			.82
19. Bir şey satın almayı planlamadığım sürece alışveriş yapmam.	3.17	1.16			.75
Özdeğer (eigenvalue)			6.96	2.43	1.69
Varyans (%)			36.64	12.78	8.90

### 2.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin faktör yapısını doğrulamak ve geçerliğini incelemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. DFA sonuçlarına göre Ki-kare anlamlılık değeri 394.54 ve serbestlik derecesi 149 olarak bulunmuştur ( $p < .001$ ). Ki-kare değeri ile serbestlik derecesi oranının kabul edilebilir bir değer olan ( $\chi^2/sd = 2.65$ ) beşin (5) altında olduğu görülmüştür. Analizlerde elde edilen uyum iyiliği değerleri incelendiğinde ise CFI değerinin .97, NNFI değerinin .96, GFI değerinin .89, AGFI değerinin .86 ve IFI değerinin .97 olduğu görülmektedir. Modele ilişkin hata indekslerine bakıldığında ise SRMR değerinin .06 ve RMSEA değerinin .07 olduğu bulunmuştur. Elde edilen uyum iyiliği ve hata indeks değerlerinin, ölçeğin üç faktörlü yapısının modele iyi düzeyde uyum gösterdiğine işaret ettiği belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ait Path Diyagramı standartlaştırılmış katsayılarla Şekil 1'de sunulmuştur.

Şekil 1. SDBOHÖ doğrulayıcı faktör analizi path diyagramı



Not: HARCAMA: Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği; duygusal: Duygusal baş etme alt ölçeği; sosyal: Sosyal baş etme alt ölçeği; dürtüsel: Harcama dürtüsü alt ölçeği

Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği'nin alt faktörleri arasındaki korelasyon katsayıları da incelenmiştir. Bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. SDBOHÖ'nün alt boyutlarının arasında orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, SDBOHÖ ile ölçeğin alt boyutları arasındaki ilişkilerin de anlamlı olduğu bulgulanmıştır. SDBOHÖ ile alt faktörler arasındaki korelasyon katsayıları "duygusal baş etme" için  $r = .86$ ,  $p < .001$ ; "sosyal baş etme" için  $r = .78$ ,  $p < .001$  ve "harcama dürtüsü" için  $r = .66$ ,  $p < .001$  olarak belirlenmiştir.

### 2.1.3. Ölçüt Bağıntılı Geçerlilik

Ölçüt bağıntılı geçerliliğin belirlenmesi amacıyla SDBOHÖ ve alt boyutlarının çeşitli ölçüm araçlarıyla ilişkisi incelendiğinde ise hedonik tüketim, stresle duygu odaklı baş etme, duygu düzenleme gücü ve dürtüsel davranışa ilişkin değişkenlerle pozitif yönde; stresle problem odaklı baş etme değişkeni ile ise negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. SDBOHÖ ve alt boyutlarının, diğer ölçekler ile arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen korelasyon katsayıları Tablo 2'de yer almaktadır.

*Hedonik Tüketim Ölçeği* ve SDBOHÖ arasındaki ilişki incelendiğinde, hedonik tüketim ve tüm alt ölçeklerinin SDBOHÖ ile pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişkili olduğu tespit edilirken; yalnızca değer alışverişi ile harcama dürtüsü alt ölçekleri arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. SDBOHÖ ile *Stresle Baş Etme Tarzları Ölçeği*'nin duygu odaklı baş etme alt boyutuyla pozitif ve problem odaklı baş etme boyutuyla negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Problem odaklı baş etme ile duygusal baş etme ve sosyal baş etme arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Alt ölçekler arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise yalnızca boyun eğici yaklaşım ile harcama dürtüsü; iyimser yaklaşım ile duygusal baş etme ve sosyal baş etme arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

*Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği* ile SDBOHÖ arasındaki ilişki incelendiğinde, ölçeğin ve tüm alt boyutlarının, SDBOHÖ ile anlamlı düzeyde ve pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Alt ölçekler arasında ise yalnızca açıklık ile harcama dürtüsü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Son olarak *UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği*'nin sıkışıklık boyutu ile hem SDBOHÖ hem de alt ölçekleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Tablo 2. SDBOHÖ'nün alt boyutları ve diğer ölçekler ile olan korelasyon katsayıları ve iç tutarlık katsayıları

	Ort.	SS	SDBOHÖ	Duygusal baş etme	Sosyal baş etme	Harcama dürtüsü
Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği	49.80	12.44	1			
Duygusal baş etme	18.77	6.61	.86**	1		
Sosyal baş etme	19.15	5.71	.78**	.45**	1	
Harcama dürtüsü	11.90	3.45	.66**	.46**	.29**	1
Hedonik Tüketim Ölçeği	52.21	11.78	.62**	.60**	.42**	.38**
Maceracı alışverişi	8.74	2.83	.59**	.56**	.36**	.45**
Zevk alışverişi	8.28	3.06	.67**	.73**	.35**	.47**
Rol alışverişi	10.09	3.19	.28**	.32**	.15**	.16**
Değer alışverişi	10.01	2.64	.16**	.18**	.15**	.00
Sosyal alışverişi	8.97	2.67	.31**	.25**	.28**	.18**
Fikir alışverişi	6.17	2.57	.46**	.33**	.46**	.25**
Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği						
Duygu odaklı baş etme	17.87	6.14	.34**	.29**	.31**	.14**
Çaresiz yaklaşım	11.89	4.34	.35**	.31**	.29**	.17**
Boyun eğici yaklaşım	6.01	2.78	.19**	.15**	.22**	.04
Problem odaklı baş etme	30.24	6.05	-.13*	-.09	-.10	-.11*
Kendine güvenli yaklaşım	14.17	3.23	-.24**	-.20**	-.18**	-.17**
İyimser yaklaşım	8.38	2.78	-.12*	-.08	-.09	-.14**
Sosyal desteğe başvurma	7.65	2.33	.16**	.13*	.11*	.13*
Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği	40.82	14.17	.34**	.29**	.27**	.24**
Açıklık	5.13	1.89	.22**	.23**	.15**	.09
Hedefler	9.90	3.07	.32**	.26**	.23**	.29**
Dürtü	6.91	3.11	.25**	.20**	.21**	.18**
Stratejiler	12.10	5.29	.34**	.30**	.27**	.24**
Kabul etmeme	6.56	3.10	.22**	.16**	.22**	.13*
UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği						
Sıkışıklık	22.11	6.67	.37**	.34**	.25**	.25**
İç tutarlılık (Cronbach alfa)			.898	.923	.826	.789

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$



## 2.2. Güvenirlik Bulguları

SDBOHÖ ve alt boyutlarının iç tutarlılığına ilişkin bilgi Cronbach alfa değeri hesaplanarak elde edilmiştir. Bulgular Tablo 2’de yer almaktadır. Ölçeğin iç tutarlık katsayısı .90 olarak hesaplanmıştır. Alt boyutlara ilişkin katsayılar ise “duygusal baş etme” için .92; “sosyal baş etme” için .83 ve “harcama dürtüsü” için .79 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçeğin tatmin edici düzeyde güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

## Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Stres ve baş etmeye yönelik araştırmalar özellikle son 80 yıldır güncelliğini korumaktadır. Yapılan araştırmalar, bireylerin kendilerine stres veren durumlar karşısında işlevsel olmasa dahi bazı özgül davranışları yineleyen bir biçimde baş etme yöntemi olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır (örn. Arnow, Kenardy ve Agras, 1995; Folkman ve Moskowitz, 2004; Seepersad, 2004). Ne yazık ki işlevsel olmayan bu tür davranışların sürdürülmesi ise bireylerin farklı duygusal, maddi veya sosyal problemler yaşamalarına etki edebilmektedir (Baumeister, 2002; Faber ve O’Guinn, 1992; O’Guinn ve Faber, 1989; Pirog ve Roberts, 2007). Dolayısıyla, baş etme yöntemi olarak benimsenen bu tür davranışların derinlemesine incelenmesi ve gerektiği noktada psikolojik müdahalelerde bulunulması önem arz etmektedir.

Alanyazında harcama davranışının çoğunlukla sosyal ve duygusal deneyimlere bağlı olarak ortaya çıkan bir baş etme davranışı olarak ele alınmadığı görülmektedir (Müller, Mitchell ve De Zwaan, 2015). Nitekim harcama davranışını ölçmeye yönelik geliştirilen ölçüm araçlarının önemli bir kısmı dürtüsel ve/veya kompulsif harcama üzerinde yoğunlaşmaktadır (örn. Faber ve O’Guinn, 1992; Leite, Filomensky, Black ve Silva, 2014; Verplanken ve Herabadi, 2001). Benzer bir eğilim ülkemiz alanyazında da görülmektedir (örn. Arslan, 2015; Arslan ve Abdullah, 2016; Bozdağ ve Alkar, 2018; Karataş, 2011; Tokgöz, 2019). Dolayısıyla, bireylerin sosyal ve duygusal deneyimleri karşısında bir baş etme stratejisi olarak harcama davranışını ele alan çalışmalara ve ölçme araçlarına olan ihtiyaç sürmektedir.

Rice, Garrison ve Liu (2019) tarafından geliştirilen Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği bu noktada önemli bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Ölçek “duygusal baş etme”, “sosyal baş etme” ve “harcama dürtüsü” alt ölçeklerinden ve toplam 19 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin uyarlanması ülkemiz alanyazınına da katkı sunacağı düşüncesiyle, ölçek araştırmacıların izni alınarak çeviri-geri çeviri yöntemiyle Türkçeye çevrilmiş ve uyarlama çalışmaları yürütülmüştür. Ölçek gönüllü katılımcılara uygulanmış, ardından ölçeğin geçerlik güvenirlilik analizleri yapılmıştır. Yapılan analizlerde ölçeğin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma kapsamında yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, ölçeğin orijinal formuna paralel olarak üç faktörden oluştuğu ve bu faktörlerin toplam varyansın %58.13’ünü açıkladığı görülmüştür. Ayrıca ölçekte yer alan 19 maddenin, orijinal ölçekle paralel faktörlere yük verdiği görülmüştür. Ölçeğin Türkçe formunda yer alan faktörler, “duygusal baş etme”, “sosyal baş etme” ve “harcama dürtüsü” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin, yapı geçerliliği ise Doğrulayıcı Faktör Analizi aracılığıyla incelenmiş ve hesaplanan uyum değerlerinin ölçeğin geçerli bir ölçek olduğuna işaret ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği’nin alt faktörleri arasındaki ilişki incelendiğinde ise orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin ve alt boyutlarına ilişkin iç tutarlık katsayıları ölçeğin tatmin edici düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Hedonik Tüketim Ölçeği ile SDBOHÖ arasındaki ilişki incelendiğinde, hedonik tüketimin SDBOHÖ ve SDBOHÖ’nün alt ölçekleri ile anlamlı düzeyde ve pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Bu bulgu, alanyazın ile paralellik göstermektedir. Arnold ve Reynolds’a (2003) göre hedonik tüketim macera yaşamak, rahatlamak, sosyal ilişkiler kurmak, başkalarını

mutlu etmek gibi çeşitli sosyal ve duygusal nedenler ile ilişkilidir. Benzer biçimde, dürtüsel satın alma ile duygusal durumun ve içsel tetikleyicilerin ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar da alanyazında yer almaktadır (Beatty ve Ferrel, 1998; Rook, 1987; Youn ve Faber, 2000). Hedonik tüketim ile dürtüsel satın alma arasındaki ortak noktaların var olduğu görülmektedir (Verplanken ve Sato, 2011). Dolayısıyla, hedonik tüketimde bulunmaya yatkın olan bireylerin duygusal veya sosyal durumlar karşısında da harcama davranışını bir baş etme yöntemi olarak görmeleri olasılık dâhilindedir.

Stresle Baş Etme Tarzları Ölçeğinin alt boyutu olan duygu odaklı baş etme ile SDBOHÖ ve SDBOHÖ'nün alt ölçekleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Problem odaklı baş etme ile SDBOHÖ ve SDBOHÖ'nin harcama dürtüsü alt ölçeği arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bulgular, problem odaklı stratejilerin baş etme sürecinde daha işlevsel olabileceği ve ruh sağlığı değişkenleri ile olumlu yönde ilişkisi olduğu yönündeki araştırmaları (örn. Folkman, Lazarus, Gruen ve DeLongis, 1986; Matheson ve Anisman, 2003; McCrea ve Costa, 1986) destekler niteliktedir. Öyle ki, bireylerin duygusal veya sosyal zorluklar karşısında harcama davranışı göstermelerinin veya dürtüsel harcama yapmalarının işlevsel bir strateji olmayabileceği ve duruma yeni sorunlar ekleyebileceği alanyazından hareketle öngörülebilmektedir (Baumeister, 2002; Faber ve O'Guinn, 1992; O'Guinn ve Faber, 1989; Pirog ve Roberts, 2007).

Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği ile SDBOHÖ ve alt ölçekleri arasındaki ilişki incelendiğinde, duygu düzenleme güçlüğü'nün anlamlı düzeyde ve pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Bu durum duygu düzenleme konusunda problem yaşama eğilimi gösteren bireylerin, harcama davranışını bir baş etme yöntemi olarak daha sık tercih ettiklerine işaret etmektedir. Kompulsif satın alma davranışı gösteren bireylerle yapılan çalışmalarda (örn. Williams ve Grisham, 2012) da aynı biçimde bir ilişki gözlenmiştir. Benzer olarak, bireyin olumsuz duygulanım esnasında davranışlarını denetleyememe durumunu belirlemeyi amaçlayan UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği'nin sıkışıklık alt boyutu ile SDBOHÖ ve alt ölçekleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki görülmüştür. Dürtüsellüğün kompulsif satın alma davranışı ile ilişkili olduğuna yönelik bulgular alanyazında yer almaktadır (örn. Billieux, Rochat, Rebetez ve Van der Linden, 2008; DeSarbo ve Edwards, 1996; Lejoyeux, Tassian, Solomon ve Andes, 1997; Williams ve Grisham, 2012).

Bu sonuçlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, bu çalışma kapsamında Türkçeye uyarlanan "Sosyal ve Duygusal Baş Etme Olarak Harcama Ölçeği"nin üniversite öğrencileri için geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu görülmektedir. Ölçeğin, farklı disiplinler tarafından da kullanılabilirliği öngörülmektedir. Ancak bu çalışmanın da bazı sınırlılıklarına değinmek gerekmektedir. Öncelikle örneklemin yalnızca üniversite öğrencilerinden oluşması çalışmanın önemli bir sınırlılığıdır. Bu durum, çalışmada elde edilen bulguların diğer yaş gruplarına veya benzer yaş grubunda olsa da üniversite öğrencisi olmayan gruba genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. Benzer bir şekilde, örneklemin önemli bir kısmının kadın olması da bir diğer sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, ölçeğin farklı örneklerde kullanılmadan önce mutlaka psikometrik özelliklerinin incelenmesi önerilmektedir.

## Kaynakça

- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D. ve Pallesen, S. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: Reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-11.
- Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Arnold, B., Kenardy, J. ve Agras, W. S. (1995). The Emotional Eating Scale: The development of a measure to assess coping with negative affect by eating. *International Journal of Eating Disorders*, 18, 79-90.

- Arslan, B. (2015). Kredi kartı kullanımının kompulsif satın almaya etkisi. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 6 (20), 27-40.
- Arslan, B. ve Abdullah, Ö. Z. (2016). Üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerinin kompulsif satın almaları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 341-351.
- Baker, J. P. ve Berenbaum, H. (2007). Emotional approach and problem-focused coping: A comparison of potentially adaptive strategies. *Cognition and Emotion*, 21(1), 95-118.
- Ballı, A. İ. K. ve Kılıç, K. C. (2016). Stresle Başa Çıkma Yöntemleri Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 273-286.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28, 670-676.
- Beatty, S. E. ve Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. M. L. ve Van der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior? *Personality and Individual Differences*, 44(6), 1432-1442.
- Bjureberg, J., Ljótsson, B., Tull, M. T., Hedman, E., Sahlin, H., Lundh, L., Gratz, K. L., Bjärehed, J., DiLillo, D., Messman-Moore, T. L. ve Heliner, C. (2016). Development and validation of a brief version of the difficulties in emotion regulation scale: The DERS-16. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 38(2), 284-296.
- Boysan, M. (2012). Validity of the coping inventory for stressful situations-short form (CISS-21) in a non-clinical Turkish sample. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 25(2), 101-107.
- Bozdağ, Y. ve Yalçınkaya Alkar, Ö. (2018). Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19(2), 23-34.
- Carver, C. S., Scheier, M. F. ve Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: A theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 267-283.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları* (2. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- DeSarbo, W. S. ve Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231-262.
- Dittmar, H. (2005). A new look at "compulsive buying": Self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, 832-859.
- Donnelly, G. E., Ksendzova, M., Howell, R. T., Vohs, K. D. ve Baumeister, R. F. (2016). Buying to blunt negative feelings: Materialistic escape from the self. *Review of General Psychology*, 30, 272-316.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4, 67-85.
- Endler, N. S. ve Parker, J. (1990). *Coping Inventory For Stressful Situations (CISS) Manuel*. Toronto: Multi-Health Systems Incorporated.
- Faber, R. J. ve O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19, 459-469.

- Folkman, S. ve Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle aged community sample. *Journal of Health and Social Behavior*, 21, 219- 239.
- Folkman, S. ve Lazarus, R. S. (1985). If it changes it must be a process: study of emotion and coping during three stages of a college examination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(1), 150-170.
- Folkman, S. ve Moskowitz, J. T. (2004). Coping: Pitfalls and promise. *Annual Review of Psychology*, 55, 745–774.
- Folkman, S., Lazarus, R. S., Gruen, R. J. ve DeLongis, A. (1986). Appraisal, coping, health status, and psychological symptoms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 571- 579.
- Folkman, S., ve Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle-aged community sample. *Journal of Health and Social Behavior*, 219-239.
- Gratz, K. L. ve Roemer, L. (2004). Multidimensional assessment of emotion regulation and dysregulation: Development, factor structure, and initial validation of the difficulties in emotion regulation scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26(1), 41–54.
- Karataş, E. (2011). *Hedonik Tüketim Ölçeğinin doğrulanması ve demografik özelliklerin hedonik tüketim üzerine etkisinin incelenmesi ve İzmir ilinde LISREL kullanılarak yapılan bir uygulama* (Yayınlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi: İzmir.
- Kellett, S. ve Bolton, J. V. (2009). Compulsive buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16, 83–99.
- Lazarus, R. ve Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal and Coping*. New York: Springer.
- Leite, P. L., Filomensky, T. Z., Black, D. W. ve Silva, A. C. (2014). Validity and reliability of the Brazilian version of Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale – Shopping Version (YBOCS-SV). *Comprehensive Psychiatry*, 55, 1462–1466.
- Lejoyeux, M., Tassian, V., Solomon, J. ve Andes, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58, 169–173.
- Martin, G., Macdonald, S., Pakula, B. ve Roth, E. A. (2014). A comparison of motivations for use among users of crack cocaine and cocaine powder in a sample of simultaneous cocaine and alcohol users. *Addictive Behaviors*, 39, 699–702.
- Matheson, K. ve Anisman, H. (2003). Systems of coping associated with dysphoria, anxiety and depressive illness: A multivariate profile perspective. *Stress*, 6(3), 223-234.
- McCrae, R. ve Costa, P. T. (1986). Personality, coping and coping effectiveness in an adult sample. *Journal of Personality*, 54, 384–405.
- Moos, R. (1993). *Coping responses inventory: Professional manual (2nd ed.)*. New York: PAR Assessment Resources.
- Mortimer, G., Bougoure, U. S. ve Fazal-E-Hasan, S. (2015). Development and validation of the Self-Gifting Consumer Behaviour Scale. *Journal of Consumer Behaviour*, 14, 165–179.
- Müller, A., Mitchell, J. E. ve De Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *American Journal on Addictions*, 24, 132–137.
- O'Guinn, T. C. ve Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16, 147–157.
- Pirog, S. F. ve Roberts, J. A. (2007). Personality and credit card misuse among college students: The mediating role of impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15, 65–77.

- Rice, A., Garrison, Y. L. ve Liu, W. M. (2020). Spending as Social and Affective Coping (SSAC): Measure development and initial validation. *The Counseling Psychologist*, 48(1), 78-105.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M. ve Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35, 622-639.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199.
- Seepersad, S. (2004). Coping with loneliness: Adolescent online and offline behavior. *Cyber Psychology & Behavior*, 7, 35-39.
- Siva, A. (1988). SBÖ ve KKÖ Faktör Analizi ve güvenilirlik çalışması. Yayımlanmamış veri.
- Sneath, J. Z., Lacey, R. ve Kennet-Hensel, A., (2009). Coping with a natural disaster: Losses, emotions, and impulsive and compulsive buying. *Marketing Letters*, 20(1), 45-60.
- Sun, T., Wu, G. ve Youn, S. (2004). Psychological antecedents of impulsive and compulsive buying: A hierarchical perspective. A. Cheema ve J. Srivastava (Ed.), *Proceedings of the society for consumer psychology 2004 winter conference* içinde (ss. 168-174). San Francisco, CA: Society for Consumer Psychology.
- Şahin, N. H. ve Durak, A. (1995). Stresle başa çıkma tarzları ölçeği: Üniversite öğrencileri için uyarlanması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10(34), 56-73.
- Tokgöz, E. (2019). Hedonik ve faydacı tüketimin dürtüsel ve kompulsif satın alma üzerinde etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 93-108.
- Türküm, A. S. (2002). Stresle başa çıkma ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(18), 25-34.
- Valence, G., D'Astous, A. ve Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.
- Verplanken, B. ve Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), 71-83.
- Verplanken, B. ve Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210.
- Whiteside, S. P. ve Lynam, D. R. (2001). The Factor Model and impulsivity: Using a structural model of personality to understand impulsivity. *Personality and Individual Differences Journal*, 30(4), 669-689.
- Williams, A. ve Grisham, J. (2012). Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. *Cognitive Therapy and Research*, 36(5), 451- 57.
- Yargıç, İ., Ersoy, E. ve Oflaz, S. B. (2011). UPPS Davranış Ölçeği ile psikiyatri hastalarında dürtüsellik ölçümü. *Klinik Psikiyatri Bülteni*, 21(2), 139-146.
- Yiğit, İ. ve Yiğit, M. G. (2019). Psychometric properties of Turkish version of Difficulties in Emotion Regulation Scale-Brief Form (DERS-16). *Current Psychology*, 38(6), 1503-1511.
- Youn, S. ve Faber, R. J. (2000). Impulse buying: Its relation to personality traits and cues, *Advances in Consumer Research*, 27, 179-185.
- Zhou, X. ve Gao, D. G. (2008). Social support and money as pain management mechanisms. *An International Journal for the Advancement of Psychological Theory*, 19(3-4), 127-144.

#### ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: İKÇÜ Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu

Tarih: 27.02.2020

No: 2020/ 02-06

#### ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50

2. yazar katkı oranı : % 25

3. yazar katkı oranı : % 25

Copyright of Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences is the property of Afyon Kocatepe University (AKU) Sosyal Bilimler Enstitüsü and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.