

Yetişkinlerde Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığının Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Bir Derleme Çalışması

KLN. PSK. ZEYNEP ÖZCAN

ORCID: 0009-0004-3851-3589

pskzeynepozcan@gmail.com

PROF. DR. ITIR TARI CÖMERT

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, İstanbul-Türkiye

ORCID: 0000-0002-6032-4416

itcomert@fsm.edu.tr

Öz

Psikolojik iyi oluş, yaşamdan tam tatmin alacak biçimde yaşamı devam ettirebilmek demektir. Aynı zamanda bireyin tüm olumsuzluklarına rağmen kendisini sevmesi ve kendisiyle barışık olması, diğer bireylerle güvenli bağlanma sağlaması, çevresini kendi değer yargılarına göre oluşturabilmesi, yaşamdan doyum alması, yaşam hedeflerinin olması ve kişisel ilerleme gösterebilmesidir. Bağımlılık ise Latince'den türemiş ve dilimize geçmiş bir kelimedir. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ise psikolojik, sosyal, ekonomik gibi çeşitli sebeplerle internet aracılığıyla yapılan sorunlu, tutarsız ve kontrol dışı alışveriş yapma eğilimi şeklinde tanımlanmıştır. Bu çalışmada yetişkinlerde çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini incelemesi ve daha önce yapılmış olan çalışmaların sonuçlarının neler olduğu temel amaç olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada geleneksel derleme yöntemi kullanılmış olup, "Google Scholar", "Dergi Park" ve "YÖK Tez Merkezi" veri tabanları kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara dayanarak, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş üzerinde belirli faktörlerin etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Anahtar Sözcükler: "Bağımlılık", "Çevrimiçi Alışveriş", "Psikolojik İyi Oluş" ve "Kompulsif Satın Alma"

The Effect of Online Shopping Addiction on Psychological Well-Being in Adults: A Review Study

Abstract

Psychological well-being means being able to continue life in a way that provides full satisfaction with life. At the same time, it is the individual's ability to love and be at peace with himself despite all the negativities, to establish a secure attachment with other individuals, to create his environment according to his own value judgments, to be satisfied with life, to have life goals and to make personal progress. Addiction is a word derived from Latin and passed into our language. Online shopping addiction is defined as the tendency to make problematic, inconsistent and uncontrolled purchases via the internet due to various reasons such as psychological, social and economic. The main purpose of this study was to examine the effect of online shopping addiction on psychological well-being in adults and to determine the results of previous studies. In this study, the traditional compilation method was used and databases such as "Google Scholar", "Dergi Park", "YÖK Thesis Center" were used. Based on the results obtained, we can say that certain factors are effective on online shopping addiction and psychological well-being.

Key words: "Addiction", "Online shopping", "Psychological well-being" and "Compulsive buying"

GİRİŞ

Psikolojik iyi oluş kavramı, yalnızca rahatsızlıkların olmaması değil; bireyin yaşamında anlam, gelişme, sağlam sosyal ilişkiler ve öz-farkındalık düzeyleri gibi boyutların bütüncül bir şekilde var olmasıdır. Günümüzde psikolojik iyi oluş kavramı yaşamdan zevk alacak ve farkındalık becerileri yüksek bir biçimde yaşamı devam ettirebilmek olarak kullanılmaktadır. Psikolojik iyi oluş yaşamda var olan tüm olumsuzluklara rağmen bireyin yaşamı ve kendini sevmesi, kendisiyle barışık olması, diğer bireylerle güvenli bir bağlanma geliştirmesi, çevresini kendi değer yargılarına göre oluşturabilmesi, yaşamdan doyum alması, yaşam hedeflerinin olması ve kişisel ilerleme gösterebilmesidir (Deci ve Ryan, 2008). Bu kavram aynı zamanda bireyin yaşam boyu karşılaşılan zorluklara göğüs gerebilmesi ve kriz anlarını yönetebilmesi olumlu ve olumsuz duygular arasındaki dengeyi sağlayabilmesini de ifade etmektedir (Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002).

Bağımlılık bireyin bir maddeye, etkinliğe ya da davranışa yönelik **denetim kaybı, ısrarlı kullanım ve olumsuz sonuçlara rağmen sürdürme** davranışı göstermesiyle tanımlanır. Bağımlılık kavramı akla ilk olarak alkol, tütün, uyuşturucu ve uyarıcı maddeleri getirmektedir. Ancak bunun dışında fiziksel temele dayanmayan bağımlılıklarda mevcuttur ve günümüzde davranışsal bağımlılık kavramı ile ifade edilmektedirler. Davranışsal bağımlılıklara eme-içme bağımlılığı, seks bağımlılığı, telefon bağımlılığı, oyun bağımlılığı, internet bağımlılığı, kumar bağımlılığı gibi davranışları örnek verebiliriz (Günüç ve Kayri, 2010; Bozkurt ve Minaz, 2017; Markle, 2012).

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı; psikolojik, sosyal, ekonomik gib çeşitli sebeplerle internet aracılığıyla yapılan sorunlu, tutarsız ve kontrol dışı alışveriş yapma eğilimi şeklinde tanımlanmıştır (Zhao, Tian ve Xin, 2017). Patolojik internet kullanımı, spesifik internet kullanımı bağımlılığı ve genel internet kullanımı bağımlılığı şeklinde iki farklı kategoriye ayrılmıştır. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, bu iki kategoriden spesifik internet kullanımı bağımlılığına dahil edilmiştir (Davis, 2001).

Kompulsif satın alma davranışı ile çevrimiçi alışveriş bağımlılığı birbirine çok benzeyen iki kavramdır. Ancak aralarında farklar bulunmaktadır. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığını sadece internet aracılığı ile gerçekleştirilirken, kompulsif satın alma sadece internet aracılığı ile değil farklı yöntemlerle de yapılan alışverişlerdir (Zhao ve ark., 2017).

Birey, doğumundan ölümüne kadar geçen yaşam süreci boyunca psikolojik iyi oluş ile bütüncül bir yapı içerisindedir (Tay & Kuykendall, 2013). Psikolojik iyi oluş; yalnızca olumlu ya da olumsuz duygulanımlar ve yaşam doyumundan ibaret olmayıp, bireyin yaşam tutumlarını ve genel işlevselliğini yansıtan çok boyutlu bir yapıdır. Bireylerin ekonomik durumları, aile ilişkileri, evlilikleri, ebeveynlik rolleri, iş yaşamları ve hatta beslenme biçimleri, psikolojik iyi oluş üzerinde etkili olan temel faktörlerden yalnızca birkaçıdır.

Bununla birlikte, günümüz yaşamında önemli bir yer tutan **teknoloji kullanımı** da psikolojik iyi oluşun belirleyicileri arasında yer almaktadır. Günün belirli zaman dilimlerinde, bireyler gerek ihtiyaç dâhilinde gerekse ihtiyaç dışı biçimde çevrimiçi ortamda satın alma davranışları sergilemektedir. Ancak bu davranış, **bağımlılık düzeyine ulaştığında**, bireyin psikolojik iyi oluşunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Bu bağlamda, **çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisinin incelenmesi**, hem akademik hem de toplumsal açıdan önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, yetişkinlerde çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceleyerek alanyazına katkı sağlamak ve bu konuda farkındalık yaratmaktır. Araştırmanın sonuçlarının, çevrimiçi alışveriş ve psikolojik iyi oluş alanında yapılacak gelecekteki çalışmalara, politika geliştirme süreçlerine ve çevrimiçi satış uygulamalarının etik çerçevede düzenlenmesine rehberlik etmesi beklenmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, **geleneksel derleme yöntemi** kullanılarak yetişkinlerde **çevrimiçi alışveriş bağımlılığını etkileyen faktörleri** belirlemektir. Bu doğrultuda araştırmanın temel problemi, **“Yetişkinlerde çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?”** sorusuna yanıt aramaktır.

Çalışmaya dâhil edilme kriterleri; alışveriş bağımlılığı veya internet bağımlılığı davranış örüntüleri sergileyen yetişkin bireyleri kapsayan araştırmalar, psikolojik iyi oluş düzeylerini inceleyen çalışmalar, **1995–2023 yılları** arasında gerçekleştirilmiş araştırmalar, **nicel ve nitel yöntemlerle** yürütülmüş ve **Türkçe veya İngilizce** yayımlanmış çalışmalar olarak belirlenmiştir. Buna karşın, **1995 yılı öncesinde yapılmış çalışmalar ve psikometrik ölçek geliştirme ya da geçerlik–güvenirlik odaklı araştırmalar** kapsam dışı bırakılmıştır. Literatür taramasında **“bağımlılık”, “çevrimiçi alışveriş”, “psikolojik iyi oluş”** ve **“kompulsif satın alma”** anahtar kelimeleri kullanılmış; **Google Scholar, YÖK Tez Merkezi ve DergiPark** veri tabanları incelenmiştir. Bu veri tabanları, erişim kolaylığı ve kapsamlı tarama olanağı sağlamaları nedeniyle tercih edilmiştir. Tarama sürecinde, belirlenen anahtar kelimelerin yer aldığı **başlıklar, özetler ve anahtar sözcük bölümleri** detaylı biçimde incelenmiştir. Ayrıca, bu kelimelerle ulaşılamayan ancak konu kapsamında değerlendirilebilecek çalışmaların belirlenebilmesi amacıyla, dâhil edilen araştırmaların **kaynakçalarından ek taramalar** yapılmıştır.

Sonuç olarak, elde edilen veriler arasından **çevrimiçi alışveriş bağımlılığı** ve **psikolojik iyi oluş** değişkenlerini ele alan araştırmaların **bulgularına, kullanılan ölçme araçlarına, yöntemsel özelliklerine ve katılımcı profillerine** bu derleme çalışmasında yer verilmiştir.

Bu derlemeye toplam 13 çalışma dâhil edilmiştir. Dâhil edilen çalışmaların 7'si Türkçe eserlerden oluşurken 6'sı İngilizce eserlerden oluşmaktadır. Çalışmada 6 Türkçe ve 5 İngilizce olmak üzere toplamda 11 makale bulunurken; 1 Türkçe ve 1 İngilizce olmak üzere toplamda 2 tez çalışması bulunmaktadır. Bu çalışmalardan 11'i niceliksel çalışmalardan oluşurken 2'si niteliksel çalışmalardan oluşmaktadır. İncelenen çalışmalar 1995-2023 tarihleri arasında yayımlanmıştır. Bunun dışında, Türkiye'de yapılan çalışma sayısı 8 iken Türkiye dışında yapılan çalışma sayısının 5 olduğu görülmektedir. Türkiye dışında yapılan çalışmaların ise Amerika Birleşik Devletleri ve Vietnam'da olduğu görülmektedir. Ayrıca, çalışmaların 6'ü çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile ilgili yapılan çalışmalardan oluşurken; 7'si psikolojik iyi oluş ile ilgili çalışmalardan oluşmaktadır. Çalışmalarda kullanılan ölçeklere bakıldığında ise; "İçsel Dini Yönelim Ölçeği", "Psikolojik İyi Olma Ölçeği", "Sosyal Kaygı Ölçeği", "Affedicilik Ölçeği", "Psikolojik İyi Oluş Ölçeği", "Öfke İfade Tarzı Ölçeği", "Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği" gibi çeşitli ölçekler ve sıklıkla demografik bilgiler elde etmek için çeşitli "Kişisel Bilgi Formları" kullanılmıştır.

Tablo 1: Derlemeye dahil edilen çalışmaların özellikleri

Makale Yazarı	Makale Yılı	Çalışmanın Yapıldığı Ülke	Çalışmanın Konusu
Aslan	2023	Türkiye	Benlik saygısı ve kontrolsüz kredi kartı kullanımının çevrimiçi alışveriş bağımlılığı üzerine etkisi
Ayden ve Demir	2011	Türkiye	Tüketici davranış ve tercihleri
Cho ve ark.	2011	Amerika	Fiziksel sağlık ve psikolojik iyi oluş ilişkisi
Demirel ve Tapan	2023	Türkiye	Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve kompulsif çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişki

Duong ve Liaw	2022	Vietnam	Çevrimiçi alışveriş için günlük harcanan sürenin ve günlük çevrimiçi alışveriş sıklığının çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile ilişkisi
Göcen	2012	Türkiye	Şükür ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki
Kermen ve ark.	2016	Türkiye	Yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki
Keyes ve ark.	2002	Amerika	Psikolojik iyi oluşu optimize etmek
Koç ve ark.	2016	Türkiye	Affedicilik ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki
Moe	2012	Amerika	Kadınların psikolojik iyi oluşunu etkileyen faktörler
Ryff ve ark.	1995	Amerika	Psikolojik iyi oluşun yapısı
Saydan	2008	Türkiye	Çevrimiçi alışverişe yönelik risk ve fayda algılamaları
Turan	2011	Türkiye	İnternet alışverişi tüketici davranışını belirleyen etmenler

Tablo 2: Derlemeye konu çalışmalardaki katılımcıların özellikleri

Makale Yazarı	Makale Yılı	Katılımcı Sayısı	Kadın	Erkek	Katılımcıların Yaşları
Aslan	2023	388	213	175	-
Ayden ve Demir	2011	155	-	-	18-56+
Cho ve ark.	2011	306	243	63	80-100
Demirel ve Tapan	2023	413	235	178	18-24
Duong ve Liaw	2022	250	153	97	-
Göcen	2012	611	327	284	17-65
Kermen ve ark.	2016	300	150	150	14-18
Keyes ve ark.	2002	3032	1455	1577	25-74
Koç ve ark.	2016	912	478	434	-
Moe	2012	2746	2746	0	18-65
Ryff ve ark.	1995	1108	653	455	25-65
Saydan	2008	336	102	234	20-50
Turan	2011	335	156	179	-

TARTIŞMA

Bu çalışma, **çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerini** incelemek amacıyla gerçekleştirilmiş olup, literatürde yer alan araştırmalardan elde edilen bulgular bu ilişkiye dair önemli kanıtlar sunmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, çevrimiçi alışveriş bağımlılığının bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyini etkileyen çok yönlü bir olgu olduğunu göstermektedir.

Ayden ve Demir'in (2011) yürüttüğü araştırma, bireylerin çevrimiçi alışverişini tercih etme nedenlerinin geleneksel alışverişe kıyasla **daha fazla ürün çeşitliliği, zaman tasarrufu ve konfor** gibi etkenler olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşın çevrimiçi alışveriş yapmayan bireylerin temel endişesinin **güvenlik sorunları** olduğu belirlenmiştir. Benzer biçimde Demirel ve Tapan'ın (2023) çalışmasında, üniversite öğrencilerinde **sosyal**

medya kullanımı ile çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiş; cinsiyet, alışveriş sıklığı ve indirim takibi gibi değişkenlerin bağımlılık düzeyini etkilediği bulunmuştur. Araştırma, genel inanın aksine, erkek katılımcıların çevrimiçi alışveriş bağımlılığının kadınlardan daha yüksek olabileceğini, bunun da sosyal medya kullanım düzeylerindeki farklılıklardan kaynaklanabileceğini öne sürmüştür.

Aslan'ın (2023) çalışması, **benlik saygısı** ve **kontROLSÜZ kredi kartı kullanımı** gibi faktörlerin çevrimiçi alışveriş bağımlılığı açısından **risk oluşturduğunu** göstermektedir. Duong ve Liaw'ın (2022) Vietnamlı üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırma ise **günlük çevrimiçi alışveriş süresi** ve **alışveriş sıklığının** bağımlılığın güçlü yordayıcıları olduğunu, buna karşın **yaş, cinsiyet ve medeni durumun** anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Saydan'ın (2008) çalışması da çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin genellikle **yüksek eğitim düzeyine sahip genç yetişkinler** olduğunu, buna rağmen **güvenlik endişelerinin** hâlâ önemli bir engel oluşturduğunu vurgulamıştır.

Turan'ın (2011) çalışmasında, çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin yaklaşık üçte birini oluşturduğu belirlenmiş; en çok tercih edilen ürün gruplarının **elektronik cihazlar, kitaplar, rezervasyon ve bilet hizmetleri** olduğu saptanmıştır. Bu bulgular, modern çağda bireylerin **pratiklik ve kolaylık arayışına** öncelik verdiğini, ancak güven unsurunun hâlen belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir.

Psikolojik iyi oluş değişkenine ilişkin bulgulara bakıldığında, **fiziksel sağlık ile psikolojik iyi oluş arasında** anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Cho, Martin, Margrett, MacDonald & Poon, 2011). Göcen'in (2012) çalışmasında **şükür duygusunun**, Koç ve arkadaşlarının (2016) çalışmasında ise **bağışlayıcılığın** psikolojik iyi oluşu artıran önemli faktörler olduğu belirlenmiştir. Kermen, Tosun ve Doğan'ın (2016) bulguları, **sosyal kaygının** psikolojik iyi oluş ve yaşam doyumunu olumsuz etkilediğini; erkek öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerinin kadınlardan daha düşük olduğunu göstermektedir.

Moe'nin (2012) kadın örnekleminde yürüttüğü araştırma, **eğitim düzeyi, gelir ve sosyal destek** gibi değişkenlerin psikolojik iyi oluşla pozitif ilişkili olduğunu, **evli kadınların psikolojik iyi oluş düzeylerinin bekar kadınlardan daha yüksek** olduğunu ve stresin bu değişkenle olumsuz yönde ilişkili bulunduğunu göstermiştir. Keyes ve arkadaşlarının (2002)

çalışması da benzer şekilde, **sosyoekonomik düzey** ve **eğitim** ile psikolojik iyi oluş arasında pozitif bir ilişki saptamıştır.

Bireyin **özerklik (otonomi)** düzeyi de psikolojik iyi oluş açısından önemli bir belirleyici olarak öne çıkmaktadır. Ryff ve Keyes'in (1995) modeline göre, özerklik düzeyi yüksek bireyler kendi yaşamlarına ilişkin kararları bağımsız biçimde alabilirken, düşük özerklik düzeyine sahip bireyler çevresel normlara daha fazla uyum gösterir ve sosyal onayı ön planda tutar. Bu durum, özerkliği yüksek bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin daha yüksek olmasına katkı sağlar.

Sonuç olarak, literatürdeki araştırmalar **çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin çok boyutlu** olduğunu göstermektedir. Yaş, cinsiyet, evlilik durumu, sosyoekonomik düzey, sosyal ilişkiler, sağlık, özerklik, şükür ve bağışlayıcılık gibi değişkenlerin bu ilişki üzerinde önemli rolleri olduğu görülmektedir. Çalışmaların büyük çoğunluğu, çevrimiçi alışveriş bağımlılığının bireyin psikolojik iyi oluşunu olumsuz etkilediğine dair **tutarlı ve güçlü bulgular** sunmaktadır. Bu bulgular, modern çağın dijital tüketim alışkanlıklarının psikolojik iyilik hali üzerindeki etkisini anlamada önemli katkılar sağlamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Derleme niteliğindeki bu çalışma, çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluşa etki eden etmenleri inceleyen çalışmalara yol göstermektedir. Yaş, cinsiyet ve sosyoekonomik düzey gibi değişkenler, çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide önemli bir etkiye sahiptir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

1. Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilemektedir.
2. Yüksek sosyoekonomik düzeye sahip bireylerde çevrimiçi alışveriş bağımlılığı daha fazla görülmektedir.
3. Eskiye nazaran kadın cinsiyetine sahip bireylerde daha fazla çevrimiçi satın alma davranışı olduğu görülmektedir.

Bu derleme, sınırlılıkları olmasına rağmen çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve psikolojik iyi oluşa etki eden önemli etmenleri ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluşa

etkisinin göz önünde bulundurulması, psikoloji bilimi ve psikoterapi uygulamaları perspektifinden önem arz etmektedir. Bu anlamda, psikoterapi uygulamaları ve gelecek literatür için bazı öneriler sunulmuştur.

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ve psikolojik iyi oluşu etkileyen etmenlerin tespitine yönelik yapılan çalışmalar, psikoloji biliminde pek çok öneriler sunmaktadır. Bu öneriler;

- **Bireysel Faktörler:** çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini anlamak için bireylerin kişisel özelliklerine, geçmiş yaşantılarına ve geçmiş ya da mevcut psikopatolojilerine dikkat edilmelidir.
- **Çevresel Etkenler:** Çalışmalar, çevresel etkenlerin çevrimiçi alışveriş bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerinde etkili olabileceğini gözler önüne sermektedir. Aile içi ilişkiler, kültürel faktörler ve sosyal çevre gibi etmenlere araştırmalarda daha çok yer verilmesi önemlidir.
- **Aile Bilinçlendirme Eğitimleri:** özellikle çevrimiçi alışveriş bağımlılığı konusunda farkındalığın artırılması için eğitim ve bilgilendirme çalışmaları oldukça önemlidir. Hem koruyucu faktörlerin hem de risk faktörlerin bilinçlendirme amacıyla aktarılması oldukça önem arz etmektedir.
- **Sosyal Destek:** Çevrimiçi alışveriş davranışında sıklıkla bulunan bireylere çevreleri tarafından yargılayıcı ve suçlayıcı tavırlar yerine daha empatik ve anlayışlı tavırlar sergilenmesi bu davranış kalıbının sağlıklı bir durumdan çıkabilmesi için ve bireyin psikolojik iyi oluşuna katkı sağlayabilmek açısından oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

Aslan M. (2023). Benlik saygısı ve kontrolsüz kredi kartı kullanımının çevrimiçi alışveriş bağımlılığı üzerine etkisi. *Bağımlılık Dergisi* 24 (1), 1-11.

Ayden, C., Demir, Ö. (2011). Elektronik ticaret; tüketici davranış ve tercihleri üzerine bir çalışma. *Fırat üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 21(2), 149-161.

Bozkurt Ö., Minaz A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(21), 268-86.

Cho, J., Martin, P., Margrett, J., MacDonald, M., ve Poon, L. W. (2011). The Relationship Between Physical Health and Psychological Well-Being Among Oldest-Old Adults. *Journal of Aging Research*. 605041.

Demirel A.C., Tapan M.G. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve kompulsif çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 12 (1): 60-78.

Duong X.L., Liaw S.Y. (2022). Determinants of online shopping addiction among Vietnamese university students. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*. 32 (3): 402-414.

Davis R. (2001). A Cognitive-Behavioral Model of Pathological Internet Use. *Elsevier*. 17(2):187-95.

Deci, E.L., ve Ryan, R.M. (2008). Hedonia, Eudaimonia, And Well-Being: An Introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 1-11.

Göcen, G. (2012). Şükür ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişki Üzerine Bir Alan Araştırması. (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.

Günüç S, Kayri M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 39(39).

Keyes, C. L., Shmotkin, D., ve Ryff, C. D. (2002). Optimizing Well-Being: The Empirical Encounter Of Two Traditions. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 82(6), 1007.

Kermen, U., Tosun, N. İ., ve Doğan, U. (2016). Yaşam Doyumu ve

Psikolojik İyi Oluşun Yordayıcısı Olarak Sosyal Kaygı. Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi, 2(1), 20- 29.

Koç, M., İskender, M., Çolak, T.S. ve Düşünceli, B. (2016). Affedicilik ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkiye Belirsizliğe Tahammülsüzlük ve Öfke Kontrolünün Aracılık Etkisi. Sakarya University Journal of Education, 6(3), 201-209.

Markle H. (2012). The D.S.M. Gets Addiction Right. New York Times

Moe, K. (2012). Factors İnfluencing Women's Psychological Well-Being Within A Positive Functioning Framework. College of Education, University of Kentucky.

Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. Journal of personality and social psychology, 69(4), 719.

Saydan, R. (2008). Tüketicilerin online alışverişe yönelik risk ve fayda algılamaları: geleneksel ve online tüketicilerin karşılaştırılması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(23), 386-402.

Tay, L., & Kuykendall, L. (2013). Promoting happiness: The malleability of individual and societal subjective wellbeing. International Journal of Psychology, 48(3), 159-176.

Turan, A. H. (2011). İnternet alışverişi tüketici davranışını belirleyen etmenler: planlı davranış teorisi ile ampirik bir test. Doğu Üniversitesi Dergisi, 12(1), 128- 143.

Zhao H, Tian W, Xin T. (2017). The Development and Validation of the Online Shopping Addiction Scale. Frontiers in Psychology. 8,735