

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

ВАЛИДАЦИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ СОЦИУМЕ БЕРГЕНСКОЙ ШКАЛЫ ШОПОГОЛИЗМА

©2025 г. В.А. Карпиевич*

*Кандидат исторических наук, доцент, кафедра философии и права, Белорусский государственный технологический университет, 220006, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова, 13а; e-mail: karpievich68@yandex.by

DOI: 10.38098/ipran.sep_2025_40_4_08

Поступила в редакцию 27 июля 2025 г.

Аннотация. В настоящее время существует немного методик, способных изучить зависимость человека от покупок, хотя шоппоголизм становится все более распространенной проблемой в современном обществе. *Целью* данной статьи была адаптация Бергенской шкалы шоппоголизма на русскоязычной выборке. Валидизируемая шкала была разработана в 2015 г. исследователями норвежского университета г. Бергена совместно с коллегами из Великобритании и США. Также в исследовании были использованы Ричмондская шкала компульсивного покупательского поведения (адаптация О.С. Посыпановой), Опросник «Импульсивность I7» Айзенка (адаптация Т.В. Корниловой, А.А. Долныковой), русскоязычная версия Госпитальной шкалы депрессии и тревоги (адаптация М.А. Морозова и др.) и шкала одиночества UCLA Д. Рассела, Л. Пепло и М. Фергюсона (адаптация И.Н. Ишмухаметова). В исследовании приняли участие 1810 респондентов в возрасте от 17 до 70 лет ($M=23,5$ года, $SD=9,8$), среди них 686 мужчин и 1124 женщины. Бергенская шкала шоппоголизма имеет высокую внутреннюю согласованность (α Кронбаха=0,755), хорошую конструктивную валидность (корреляция с тестом «Ричмондская шкала компульсивного покупательского поведения» $r=0,443$ при $p \leq 0,001$, $N=1810$); корреляция утверждений шкалы друг с другом, высокую ретестовую надежность (в интервале через месяц $r=0,750$ при $p \leq 0,001$). Корреляция Бергенской шкалы шоппоголизма выявила положительную значимую связь с импульсивностью, тревожностью, депрессией и одиночеством, а также полом испытуемых, что соответствуем различным зарубежным исследованиям. Валидизированная шкала поможет специалистам разных сфер общественной жизни проводить скрининговые исследования, которые помогут лучше понимать причины поведения покупателей, выявлять их зависимость от покупок, помогать в разработке различных программ по формированию экономического самосознания граждан.

Ключевые слова: потребительское поведение, шопинг, шоппоголизм, Бергенская шкала шоппоголизма, русскоязычный социум, валидность, экспресс-диагностика, импульсивность, тревожность, одиночество, адаптация, русскоязычный социум, валидность, экспресс-диагностика.

Рост материального производства и повышение покупательской способности привели к тому, что люди совершают покупки не только для удовлетворения своих повседневных потребностей. Заметный рост материального благосостояния и сформировавшейся в следствие этого у людей привычки свободно совершать покупки повлияли в некоторой степени на формирование у населения зависимости от покупок. Большое количество торговых центров, регулярных и выездных ярмарок и базаров, магазинов и прочих торговых объектов заполнены покупателями. Кроме того, наблюдается увеличение интернет-площадок для продажи разнообразного товара. О проблемах общества массового потребления говорят уже много лет. В то же время не до конца исследованным остается вопрос: почему люди так часто совершают покупки и что влияет на их такое поведение? За последнее десятилетие в мире был проведен ряд исследований, посвященный изучению причин шопоголизма и стали разрабатываться соответствующие методики (Andreassen et al., 2015; Koh et al., 2020; Uzarska et al., 2023; González-Fuente, Moral-Jiménez, 2024; Rachubińska et al., 2024; Villalba-García et al., 2025; Mendini, Furchheim, 2025).

Результаты исследования авторов Бергенской шкалы шопоголизма выявили его положительную связь с тревогой, депрессией и низкой самооценкой и отрицательную – с возрастом. Также у женщины показатели по этой шкале были выше, чем у мужчин (Andreassen et al., 2015).

Исследователи из Гданьского университета (Польша), проводя валидизацию Бергенской шкалы, установили, что зависимость от покупок связана с более высокой экстраверсией, воспринимаемым нарциссизмом и тревожностью, а также с более низкой покладистостью. Более высокие показатели по шкале шопоголизма были у женщин и у представителей старшего возраста (Uzarska et al., 2023).

В другом исследовании, проведенном среди польских женщин, было выявлено, что депрессия является посредником между чувством одиночества и степенью зависимости от шоппинга (Rachubińska et al., 2022).

Установлено, что тревожность и депрессия положительно влияют на зависимость от онлайн-покупок (Erzincanli et al., 2024).

Показано, что компульсивное покупательское расстройство связано с риском умеренной депрессивности, невротизма и когнитивного ограничения еды и является поведенческой зависимостью, которая является следствием неэффективного совладания и неудовлетворенности своей социальной жизнью (Rachubińska et al., 2024).

Исследование, проведенное в США, Китае и Южной Корее показало, что самооффективность и симптомы депрессии частично опосредуют связь жизненного стресса и компульсивных покупок, причем жизненный стресс оказывал как прямое, так и косвенное влияние на компульсивные покупки (Koh et al., 2020).

Выявлена значимая связь между патологической склонностью к покупкам, психологическим дистрессом и импульсивностью (Mishra et al., 2023).

Исследование на российской выборке показало, что больше подвержены компульсивным покупкам люди, переживающие стресс, тревогу и находящиеся в состоянии депрессии, а также лица с высокой чувствительностью к тревоге. Также выявлена связь между склонностью к навязчивым покупкам и возрастом и полом респондентов (Максименко и др., 2024).

Показано, что невротизм, импульсивность и низкая самооценка связаны с большей уязвимостью к зависимости от шоппинга, в свою очередь, зависимость от шоппинга может привести к социальной изоляции, конфликтам в отношениях и повышенной социальной тревожности (Villalba-García et al., 2025).

Выявлена связь между зависимостью от покупок и одиночеством (Park, 2024). Результаты показывают сильную прямую связь между одиночеством, чувствительностью к отвержению и шопоголизмом, а также обратную связь с устойчивостью, самооффективностью и удовлетворенностью отношениями (Cassidy, Adair, 2021). Одиночество значительно усиливает материалистические тенденции, усиливая эскапизм от шопинга и импульсивное потребительское поведение (Mendini, Furchheim, 2025).

Проведенный обобщенный анализ публикаций, посвященных проблеме зависимостей от покупок, позволяет сделать вывод о том, что в зарубежных исследованиях уделяется значительное внимание проблеме шопоголизма, а также тому, как шопоголизм может быть связан с личностными качествами покупателей. Также можно констатировать, что данные исследования будут весьма актуальными и для русскоязычного социума.

Целью данной статьи являются адаптация Бергенской шкалы шопоголизма на русскоязычной выборке.

МЕТОДИКА

В исследовании, которое проводилось с помощью гугл-формы, приняли участие 1810 респондентов в возрасте от 17 до 70 лет ($M=23,5$ года, $SD=9,8$), среди них 686 мужчин и 1124 женщин. 65,8% опрошенных составили студенты, 31% – работающие и 3,2% – пенсионеры. Была соблюдена полная анонимность и возможность ответить на вопросы без давления, чем контролировалась социальная желательность ответов.

В исследовании для доказательства валидности Бергенской шкалы шопоголизма были использованы следующие методики: Ричмондская шкала компульсивного покупательского поведения в адаптации (Посыпанова, 2024), Опросник «Импульсивность I7» Айзенка (Корнилова, Долныкова, 1995),

русскоязычная версия Госпитальной шкалы депрессии и тревоги в адаптации (Морозова и др., 2023) и шкала одиночества UCLA Д. Рассела, Л. Пепло и М. Фергюсона в адаптации (Ишмухаметов, 2006).

Также для валидизации и проверки надежности шкалы через месяц был проведен ретест ($N=107$).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Оригинальный опросник Бергенской шкалы шоппоголизма (The Bergen Shopping Addiction Scale) был разработан исследователями норвежского университета г. Бергена совместно с коллегами из Великобритании и США (Andreassen et al., 2015). В первоначальном варианте опросник состоял из 28 вопросов, которые оценивали покупательское поведение опрашиваемых. Опрашиваемым предлагались варианты ответов на утверждения: «совершенно не согласен» (0), «не согласен» (1), «ни возражаю, и ни соглашаюсь» (2), «согласен» (3) и «полностью согласен» (4). После анализа полученных данных были выбраны 7 вопросов, статистические значения которых указывали на более высокий уровень покупательской зависимости (Andreassen et al., 2015, с. 4). Данная шкала имеет свою валидизированную версию на английском языке (используется в США, Австралии), также была успешно адаптирована в Польше, Саудовской Аравии, Пакистане, Южной Корее.

Перевод на русский язык Бергенской шкалы шоппоголизма осуществлялся с помощью специалистов в области английского языка, в том числе владеющими экономической лексикой (см. Приложение). Перевод был выполнен прямым и обратным методом.

Надежность шкалы (внутренняя согласованность ее пунктов) оценивалась с помощью коэффициента α Кронбаха, который оказался равен 0,755 ($p \leq 0,001$), что свидетельствует об однородности проверяемой шкалы. Использование факторного анализа позволило подтвердить надежность проверяемого

опросника. Объясненные по модели доли дисперсии пунктов опросника находятся в диапазоне от 7,9 до 40,5, что значительно превышает порог в 0,2.

Адекватность модели проверена по критерию Бартлетта и Кайзера-Мейера-Олкина. Мера выборочной адекватности Кайзера-Мейера-Олкина составила 0,825, что соответствует высокой адекватности. С помощью коэффициента Бартлетта было получено: Хи-квадрат равен 2375, Df – 21 при $p \leq 0,001$. Таким образом данная модель имеет хорошие показатели надежности и совместности.

Дискриминативность пунктов шкалы была проверена по величине корреляций пунктов шкалы с ее общим показателем (см. табл. 1).

1.

Таблица 1.

Коэффициенты корреляции τ -Кендалла пунктов Бергенской шкалы шоппоголизма с ее общим показателем (N=1810).

Корреляции		Пункты шкалы						
		1	2	3	4	5	6	7
Кендалла	τ	0,421**	0,440**	0,528**	0,575**	0,551**	0,522**	0,542**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Примечание: ** – $p \leq 0,001$.

Все корреляции оказались статистически значимыми и находящимися в пределах от $\tau=0,421$, $p \leq 0,001$ до $\tau=0,575$, $p \leq 0,001$ (табл. 1). Корреляции, показанные в таблице 1, свидетельствуют о высокой дискриминативности всех пунктов опросника Бергенской шкалы.

Конструктная валидность опросника проверялась посредством корреляции его утверждений по отношению с другими (см. табл. 2), а также с Ричмондской шкалой компульсивного покупательского поведения (см. табл. 3).

Таблица 2.

Коэффициенты корреляции τ -Кендалла пунктов Бергенской шкалы шоппоголизма друг с другом (N=1810).

В.А. Карпиевич

Валидация в русскоязычном социуме Бергенской шкалы шоппоголизма

Утверждение	1	2	3	4	5	6	7
1. Я все время думаю о покупках/шоппинге.	1	0,322**	0,149**	0,239**	0,159**	0,198**	0,161**
2. Я хожу по магазинам/покупаю вещи, чтобы изменить свое настроение.	0,322**	1	0,127**	0,250**	0,191**	0,223**	0,182**
3. Я так много хожу по магазинам/покупаю, что это отрицательно влияет на мои повседневные обязанности (например, учебу и работу).	0,149**	0,127**	1	0,375**	0,387**	0,287**	0,394**
4. Я чувствую, что мне приходится покупать все больше и больше, чтобы получить то же удовлетворение, что и раньше.	0,239**	0,250**	0,375**	1	0,379**	0,328**	0,344**
5. Я решил меньше ходить по магазинам/покупать, но не смог этого сделать.	0,159**	0,191**	0,387**	0,379**	1	0,306**	0,387**
6. Я чувствую себя плохо, если какие-то причины не позволяют мне совершать покупки/покупать вещи.	0,198**	0,223**	0,287**	0,328**	0,306**	1	0,318**
7. Я делаю так много покупок, что это ухудшает мое благосостояние	0,161**	0,182**	0,394**	0,344**	0,387**	0,318**	1

Примечание: ** – $p \leq 0,001$.

Данные таблицы 2 свидетельствуют о наличии значимых положительных связей между утверждениями опросника и подтверждают внутреннюю согласованность (конструктивную валидность) анализируемой шкалы опросника.

Поскольку зависимость от шоппоголизма в значительной степени связана с некоторыми свойствами и состояниями личности, для подтверждения валидности Бергенской шкалы шоппоголизма в русскоязычном социуме проведен корреляционный анализ ее показателей с некоторыми личностными характеристиками. В частности, были выбраны импульсивность, тревожность, депрессия, одиночество, а также возраст, пол и уровень компульсивного поведения. Все полученные выборки были проанализированы с помощью

критерия Колмогорова-Смирнова, показавший, что все изучаемые переменные личностных свойств не соответствуют нормальному распределению. Двухсторонняя асимптотическая значимость оказалась во всех случаях меньше 0,05. Следовательно, для анализа данных ответов респондентов применялась непараметрическая ранговая корреляция Кендалла. Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Корреляция τ -Кендалла Бергенской шкалы шоппоголизма с личностными свойствами и состояниями испытуемых (общая выборка, N=1810).

Корреляции	Возраст	Пол	РШКПП	Импульсивность	Тревожность	Депрессия	Одиночество
τ	0,028	0,080**	0,443**	0,157**	0,277**	0,264**	0,203**
p	0,098	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Примечание: ** – $p \leq 0,001$.

Бергенская шкала шоппоголизма коррелирует с Ричмондской шкалой компульсивного покупательского поведения $\tau=0,443$, $p \leq 0,001$. Похожие результаты были получены и при валидации Ричмондской шкалой компульсивного покупательского поведения: $r=0,259$ при $p \leq 0,01$ (Посыпанова, 2024).

Также выявлены значимые положительные связи у Бергенской шкалы с полом, импульсивностью, тревожностью, депрессией и одиночеством. Связь с возрастом оказалась незначимой.

Данные таблицы 3 наглядно подтверждают валидность исследуемой шкалы. Эти результаты соотносятся с зарубежными и русскоязычными исследованиями. В частности, положительная связь выявлена с импульсивностью (Mishra et al., 2023; Villalba-García et al., 2025), тревожностью (Uzarska et al., 2023; Erzincanli et al., 2024; Максименко и др., 2024; Villalba-García et al., 2025), депрессивностью (Erzincanli et al., 2024; Максименко и др., 2024) и одиночеством (Rachubińska et al., 2022; Park, 2024; Mendini, Furchheim,

2025). Также существует положительная связь и с полом потребителей (Andreassen et al., 2015; Uzarska et al., 2023).

Ретестовая надежность Бергенской шкалы шоппоголизма также была подтверждена проведенным через месяц повторным тестированием части испытуемых ($N=107$). Анализ проводился с помощью критерия r -Пирсона. Показатель корреляции между результатами двух тестирований составил $r=0,750$, $p \leq 0,001$. Полученные результаты подтверждают ретестовую надежность Бергенской шкалы зависимости от покупок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования с помощью Бергенской шкалы шоппоголизма подтвердили ее валидность и надежность. Опросник был проверен на дискриминативность его заданий, внутреннюю согласованность и ретестовую надежность.

Русскоязычная версия Бергенской шкалы шоппоголизма продемонстрировала высокую внутреннюю согласованность и обладает адекватным уровнем конструктивной валидности.

Корреляция Бергенской шкалы шоппоголизма выявила положительную значимую связь с импульсивностью, тревожностью, депрессией и одиночеством, а также полом испытуемых, что соответствует различным зарубежным исследованиям.

Валидизированная шкала поможет специалистам разных сфер общественной жизни проводить скрининговые исследования, которые помогут лучше понимать причины поведения покупателей, выявлять их зависимость от покупок, помогать в разработке различных программ по формированию экономического самосознания граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

В.А. Карпиевич

Валидация в русскоязычном социуме Бергенской шкалы шоппоголизма

- Ишимухаметов И.Н.* Психометрические характеристики шкалы одиночества UCLA (версия 3): Изучение студентов ВУЗа // *Computer Modelling and New Technologies*. 2006. Вып. 10. № 3. С. 89-95.
- Корнилова Т.В., Долныкова А.А.* Диагностика импульсивности и склонности к риску // *Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология*. 1995. № 3. С. 46-56.
- Максименко А.А., Дейнека О.С., Юринова Д.В., Чарушина Е.И., Бояркин К.Е.* Связь компульсивных покупок с тревожностью и депрессией у россиян // *Экономическая социология*. 2024. Т. 25. №. 1. С. 58-84. DOI: 10.17323/1726-3247-2024-1-58-84.
- Морозова М.А., Потанин С.С., Бениашивили А.Г., Бурминский Д.С., Лепилкина Т.А., Рупчев Г.Е., Кибитов А.А.* Валидация русскоязычной версии Госпитальной шкалы тревоги и депрессии в общей популяции // *Профилактическая медицина*. 2023. Т. 26. № 4. С. 7-14. DOI: 10.17116/profmed2023260417.
- Посыпанова О.С.* Русскоязычная версия экспресс-опросника «Ричмондская шкала компульсивного покупательского поведения» // *Психолого-педагогический поиск*. 2024. С. 39-47. DOI: 10.37724/RSU.2024.71.3.005.
- Andreassen C.S., Griffiths M.D., Pallesen S., Bilder R.M., Torsheim T., Aboujaoude E.* The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test // *Frontiers in Psychology*. 2015. V. 6. P. 1-5. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.01374.
- Cassidy T., Adair Z.* Psychological aspects of shopping addiction: initial test of a stress and coping model // *International Journal of Psychological and Brain Sciences*. 2021. V. 6. №. 2. P. 29-35. DOI: 10.11648/j.ijpbs.20210602.12.
- Erzincanli Y., Akbulut G., Çubukcu B.B., Taş H.G.* Role of self-control, financial attitude, depression, anxiety, and stress in predicting consumers' online shopping addiction // *Frontiers in Public Health*. 2024. V. 12. P. 1382910. DOI: 10.3389/fpubh.2024.1382910.
- González-Fuente B., Moral-Jiménez M.L.V.* Online and offline shopping addiction and its relationship with state-trait anxiety and impulsivity // *Behavioral Psychology= Psicología Conductual*. 2024. V. 32. №. 2. P. 249-267. DOI:10.51668/bp.8324202n.
- Koh Y., Tang C., Gan Y., Kwon J.* Depressive symptoms and self-efficacy as mediators between life stress and compulsive buying: A cross-cultural comparison // *Journal of Addict. Recovery*. 2020. V. 3. P. 1017.
- Mendini M., Furchheim P.* Escaping loneliness through shopping: the role of materialism, impulse buying and escapism // *Journal of Consumer Marketing*. 2025. V. 42. №. 3. P. 257-271. DOI: 10.1108/JCM-12-2023-6481.
- Mishra S., Singh A., Kar S.K., Ganesan S.* Compulsive buying behavior and its association with emotional distress, depression, and impulsivity in general population: an online survey // *CNS spectrums*. 2023. V. 28. №. 5. P. 592-596. DOI: 10.1017/S1092852922001109.

В.А. Карпневич

Валидация в русскоязычном социуме Бергенской шкалы шоппоголизма

- Park H.* Correlation Analysis of Loneliness and Addiction to Shopping Using Online Media // Journal of Fashion business. 2024. V. 28. № 6. P. 162-174. DOI: 10.12940/JFB.2024.28.6.162.
- Rachubińska K., Cybulska A.M., Kupcewicz E., Jurewicz A., Panczyk M., Cymbaluk-Płoska A., Jurczak J., Grochans E.* Loneliness and the degree of addiction to shopping and work among Polish women: the mediating role of depression // Journal of Clinical Medicine. 2022. V. 11. №. 21. P. 6288. DOI: 10.3390/jcm11216288.
- Rachubińska K., Cybulska A.M., Szylińska A., Kupcewicz E., 'Cwiek D., Walaszek I., Grochans E.* Psychosocial Functioning of Individuals at Risk of Developing Compulsive Buying Disorder // Journal of Clinical Medicine. 2024. V. 13. P. 1339. DOI: 10.3390/jcm13051339.
- Uzarska A., Czerwiński S.K., Atroszko P.A.* Measurement of shopping addiction and its relationship with personality traits and well-being among Polish undergraduate students // Current Psychology. 2023. V. 42. №. 5. P. 3794-3810. DOI: 10.1007/s12144-021-01712-9.
- Villalba-García C., Griffiths M.D., Demetrovics Z., Czakó A.* The relationship between loot box buying, gambling, internet gaming, and mental health: Investigating the moderating effect of impulsivity, depression, anxiety, and stress // Computers in Human Behavior. 2025. V. 166. P. 108579. DOI: 10.22271/allresearch.2025.v11.i5f.12599.

BIBLIOGRAFICHESKIJ SPISOK

- Ishmuhametov I.N.* Psihometricheskie harakteristiki shkaly odinochestva UCLA (versiya 3): Izuchenie studentov VUZa // Computer Modelling and New Technologies. 2006. Vyp. 10. № 3. S. 89-95.
- Kornilova T.V., Dolnykova A.A.* Diagnostika impul'sivnosti i sklonnosti k risku // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 14. Psihologiya. 1995. № 3. S. 46-56.
- Maksimenko A.A., Dejneka O.S., YUrinova D.V., CHarushina E.I., Boyarkin K.E.* Svyaz' kompul'sivnyh pokupok s trevozhnost'yu i depressiej u rossiyan // Ekonomicheskaya sociologiya. 2024. T. 25. №. 1. S. 58-84. DOI: 10.17323/1726-3247-2024-1-58-84.
- Morozova M.A., Potanin S.S., Beniashvili A.G., Burminskij D.S., Lepilkina T.A., Rupchev G.E., Kibitov A.A.* Validaciya russkoyazychnoj versii Gospital'noj shkaly trevogi i depressii v obshchej populyacii // Profilakticheskaya medicina. 2023. T. 26. № 4. S. 7-14. DOI: 10.17116/profmed2023260417.
- Posypanova O.S.* Russkoyazychnaya versiya ekspress-oprosnika «Richmondskaya shkala kompul'sivnogo pokupatel'skogo povedeniya» // Psihologo-pedagogicheskij poisk. 2024. S. 39-47. DOI: 10.37724/RSU.2024.71.3.005.
- Andreassen C.S., Griffiths M.D., Pallesen S., Bilder R.M., Torsheim T., Aboujaoude E.* The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test // Frontiers in Psychology. 2015. V. 6. R. 1-5. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.01374.

В.А. Карпиевич

Валидация в русскоязычном социуме Бергенской шкалы шопоголизма

- Cassidy T., Adair Z. Psychological aspects of shopping addiction: initial test of a stress and coping model // *International Journal of Psychological and Brain Sciences*. 2021. V. 6. №. 2. R. 29-35. DOI: 10.11648/j.ijpbs.20210602.12.
- Erzincanli Y., Akbulut G., Çubukcu B.B., Taş H.G. Role of self-control, financial attitude, depression, anxiety, and stress in predicting consumers' online shopping addiction // *Frontiers in Public Health*. 2024. V. 12. R. 1382910. DOI: 10.3389/fpubh.2024.1382910.
- González-Fuente B., Moral-Jiménez M.L.V. Online and offline shopping addiction and its relationship with state-trait anxiety and impulsivity // *Behavioral Psychology= Psicología Conductual*. 2024. V. 32. №. 2. R. 249-267. DOI:10.51668/bp.8324202n.
- Koh Y., Tang C., Gan Y., Kwon J. Depressive symptoms and self-efficacy as mediators between life stress and compulsive buying: A cross-cultural comparison // *Journal of Addict. Recovery*. 2020. V. 3. R. 1017.
- Mendini M., Furchheim P. Escaping loneliness through shopping: the role of materialism, impulse buying and escapism // *Journal of Consumer Marketing*. 2025. V. 42. №. 3. R. 257-271. DOI: 10.1108/JCM-12-2023-6481.
- Mishra S., Singh A., Kar S.K., Ganesan S. Compulsive buying behavior and its association with emotional distress, depression, and impulsivity in general population: an online survey // *CNS spectrums*. 2023. V. 28. №. 5. R. 592-596. DOI: 10.1017/S1092852922001109.
- Park H. Correlation Analysis of Loneliness and Addiction to Shopping Using Online Media // *Journal of Fashion business*. 2024. V. 28. №. 6. R. 162-174. DOI: 10.12940/JFB.2024.28.6.162.
- Rachubińska K., Cybulska A.M., Kupcewicz E., Jurewicz A., Panczyk M., Cymbaluk-Płoska A., Jurczak J., Grochans E. Loneliness and the degree of addiction to shopping and work among Polish women: the mediating role of depression // *Journal of Clinical Medicine*. 2022. V. 11. №. 21. R. 6288. DOI: 10.3390/jcm11216288.
- Rachubińska K., Cybulska A.M., Szylińska A., Kupcewicz E., 'Cwiek D., Walaszek I., Grochans E. Psychosocial Functioning of Individuals at Risk of Developing Compulsive Buying Disorder // *Journal of Clinical Medicine*. 2024. V. 13. R. 1339. DOI: 10.3390/jcm13051339.
- Uzarska A., Czerwiński S.K., Atroszko P.A. Measurement of shopping addiction and its relationship with personality traits and well-being among Polish undergraduate students // *Current Psychology*. 2023. V. 42. №. 5. R. 3794-3810. DOI: 10.1007/s12144-021-01712-9.
- Villalba-García C., Griffiths M.D., Demetrovics Z., Czako A. The relationship between loot box buying, gambling, internet gaming, and mental health: Investigating the moderating effect of impulsivity, depression, anxiety, and stress // *Computers in Human Behavior*. 2025. V. 166. R. 108579. DOI: 10.22271/allresearch.2025.v11.i5f.12599.

В.А. Карпиевич

Валидация в русскоязычном социуме Бергенской шкалы шоппоголизма

VALIDATION OF THE BERGEN SHOPPING AVERSION SCALE IN RUSSIAN-SPEAKING SOCIETY

V.A. Karpievich*

*Ph.D. (history), associate professor, department of philosophy and law, Belarusian State Technological University; 13A, Sverdlova str., Minsk, Belarus, 220006; e-mail: karpievich68@yandex.by

Summary. Currently, there are few methods capable of studying shopping addiction. Shopaholism is becoming an increasingly common problem in modern society. The aim of this article is to test the validity and reliability of the Bergen Shopping Addiction Scale for Russian-speaking society. The validated scale was developed in 2015 by researchers from the Norwegian University of Bergen together with colleagues from the UK and the USA. The study also used the Richmond Compulsive Shopping Scale (adapted by O.S. Posypanova), the Eysenck I7 Impulsivity Questionnaire (adapted by T.V. Kornilova, A.A. Dolnykova), the Russian-language version of the Hospital Depression and Anxiety Scale (adapted by M.A. Morozov et al.) and the UCLA Loneliness Scale by D. Russell, L. Peplow and M. Ferguson (adapted by I.N. Ishmukhametov). The study involved 1810 respondents aged 17 to 70 years ($M=23.5$ years, $SD=9.8$), including 686 men and 1124 women. The Bergen Shopping Addiction Scale has high internal consistency (Cronbach's $\alpha=0.755$), good construct validity (correlation with the Richmond Compulsive Shopping Scale $r=0.443$ at $p\leq 0.001$, $N=1810$; correlation of scale statements with each other), high test-retest reliability (in the interval after one month $r=0.750$ at $p\leq 0.001$). The correlation of the Bergen Shopping Addiction Scale revealed a positive significant relationship with impulsivity, anxiety, depression and loneliness, as well as the gender of the subjects, which is consistent with various foreign studies. The validated scale will help specialists from various areas of public life to conduct screening studies that will help to better understand the reasons for consumer behavior, identify their dependence on purchases, and help in developing various programs to form citizens' economic self-awareness.

Keywords: consumer behavior, shopping, shopaholism, Bergen Shopping Addiction Scale, impulsiveness, anxiety, loneliness adaptation, Russian-speaking society, validity, express diagnostics.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Опросник «Бергенская шкала шоппоголизма»

Инструкция: Внимательно прочитайте утверждение и выберите один из пяти вариантов ответа, который подходит к каждому утверждению: *«совершенно не согласен»* (0), *«не согласен»* (1), *«ни возражаю, и ни соглашаюсь»* (2), *«согласен»* (3) и *«полностью согласен»* (4).

1. Я все время думаю о шоппинге /покупках.
2. Я хожу по магазинам/покупаю вещи, чтобы изменить свое настроение.
3. Я так много хожу по магазинам/покупаю, что это отрицательно влияет на мои повседневные обязанности (например, учебу и работу).
4. Я чувствую, что мне приходится покупать все больше и больше, чтобы получить то же удовлетворение, что и раньше.
5. Я решил(а) меньше ходить по магазинам/покупать, но не смог этого сделать.
6. Я чувствую себя плохо, если какие-то причины не позволяют мне совершать покупки/покупать вещи.
7. Я делаю так много покупок, что это ухудшает мое благосостояние.

Интерпретация: сложите семь полученных цифр. Максимальная сумма баллов для определения зависимости – 28. Если сумма баллов равняется 0-13 – респондент не имеет зависимости, 14-22 – зависимость от покупок выражена в средней степени, 23-28 – диагностируется зависимость от покупок.