

## MATERYALİST EĞİLİMLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE FARKLILAŞMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Serap YÜCEL DOĞAN\*

### Özet

Bu araştırmanın amacı, materyalist eğilimlerin demografik özellikler itibari ile farklılıklarını değerlendirmektir. Balıkesir il merkezinde, toplamda 308 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırmanın en önemli sınırlılığı, katılımcıların kendilerini kurgulamış olma ihtimalidir. Elde edilen bulgulara göre medeni durum başta olmak üzere yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi itibari ile pek çok ifadede anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarının, literatüre katkı sağlaması ve mevcut durum hakkında pazarlama akademisyenleri ile yöneticilerine fikir vermesi umulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Materyalist Eğilimler, Demografik Özellikler

### A Research on Differentiation of Materialist Tendencies According to Demographic Characteristics

#### Abstract

The aim of this study is to evaluate differentiation of materialist tendencies with respect to demographic characteristics. The survey is applied to 308 participants in Balıkesir province center. Most important constraint on the study is the probability of being self monitoring considering the participants. According to evidences, meaningful differentiations are observed in many statements such as age, gender, education level, income level and marital status being at the top. With the results of the study, it is expected to contribute to the literature and give new ideas to the academicians of marketing science and marketing managers.

**Key Words:** Materialist Tendencies, Demographic Characteristics

### GİRİŞ

Materyalist eğilimler, kişilerin yaşam felsefesine yön veren önemli etkenlerdendir. Pek çok birey, edindiği ya da edinmek istediği materyalleri yaşamlarının odak noktasına koyarlarken, daha kanaatkâr bireyler içinse sadece yaşamlarını idame ettirmek için gerekli araçlar olarak görülür. Sahip olunan

---

\* Dr., yucelserap@hotmail.com

demografik özellikler ise bu iki ayrı uçtaki farklı bakış açılarını ortaya koyan önemli bir etken olarak varsayılmaktadır.

Materyalist eğilimler; marka bilinci, lüks ve konfor arayışı, sembolik tüketim vb. davranışların temelini oluşturarak karar verme ve satın almaları önemli ölçüde yön vermektedir. Geçmiş yaşamdan, içinde bulunduğu sosyokültürel çevreye, medya ve reklamlardan dini değerlere kadar pek çok unsurun bu tür eğilimlere etkisi olduğu yapılan pek çok araştırmayla tespit edilmiştir. Ancak bireylerin maddi varlıkları önemseme düzeyleri, yaş, eğitim, gelir, medeni durum ve cinsiyete bağlı olarak da farklılıklar gösterebilmektedir. Bu durum sosyal bilimcilerin ve pazarlama akademisyenlerinin ilgisini çekebilirken, özellikle nihai tüketim pazarına yönelik işletme yöneticilerinin de, hangi özelliklere sahip bireylerin, hangi düzeyde materyalist eğilimlere sahip olduğunu bilmelerinde fayda vardır.

## I. MATERYALİZM

İçeriği pek çok disiplince, geniş ölçüde incelenip tartışılmasına rağmen, pek çok sosyal olgu gibi materyalizmin de kesin ve ortak bir tanımı yapılamamıştır. Kavram ile ilgili ilk araştırmaları yapan Wackman ve Ward materyalizmi, “bireylerin para ve materyalleri kişisel mutluluk ve sosyal ilerleyişlerine giden bir yol olarak görmesi” (Parker vd.,2009) olarak tanımlamaktadır. Konunun otoritelerinden Belk ise kavramı, “kişinin maddi varlıklara duyduğu büyük bir bağlılık” olarak ifade etmektedir. Belk’e göre yüksek materyalist değerlere sahip kişiler, sahip olduğu ya da olamadığı maddi varlıkları yaşamlarının merkezinde konumlandıklarılarından, yaşamlarındaki tatmin ya da tatminsizliğin en büyük nedeni olarak da yine bu varlıkları göstermektedirler (Parker vd., 2009; Christopher vd., 2004:463).

Watson’a (2003:724) göre ise gelişmiş ülkelerdeki modern yaşam koşulları materyalist yaşam biçimini dayatmaktadır. Modern kültürün tüketim metotları, ihtiyaçlarımızın çoğunun tüketim yoluyla karşılanmasını adeta dikte etmektedir. Nitekim endüstrileşmeyle birlikte maddi varlık sahibi olmak, ün ve itibarın geleneksel temeli olarak önemli ölçüde geçerlilik kazanmıştır (Veblen, 2005: 135). Bugün, bazı maddi varlıklar ya da para, sadece hayati ihtiyaçlarımızı karşılamak için değil, onların bize sağladığı güç ve prestijle birlikte gelen sosyal bir konum için de gereklidir. Ancak Watson (2003:724)’a göre bunun kendine duyulan saygının azalması olarak istenmeyen bir bedeli de vardır. Öyle ki mal sahibi olmak genel itibarın temeli oldukça, varlık sahipleri de en az isimlerinin birlikte anıldığı kişiler kadar fazla mala sahip olma güdüsüne kapılmaktadır. Bulduğu konumu yeni artışlar için hareket noktası olarak kabul eden bu kişiler, maddi itibar mücadelesinde, hiçbir zaman gönül rahatlığıyla kendilerini rakiplerinden üstün görememekte ve bitmeyen bir yarışa dahil olmaktadırlar (Veblen, 2005:36-37). Nitekim, Buijzen ve Valkenburg (2003) yaptıkları araştırmada materyalizmin yetişkinler için mutsuzluk nedeni olduğunu tespit ederlerken; Kasser ve Ahuvia (2002), Richins ve Dawson (1992) gibi araştırmacılar da çalışmalarında yüksek

materyalist değerlere sahip bireylerin ruh sağlıklarının, düşük materyalist değerlere sahip bireyler kadar iyi olmadıklarını gösteren bulgular ortaya koymuşlardır. Oysa ironik bir biçimde pek çok birey, maddi varlık peşinde olmasının nedeni olarak, kendini güvence altına alma kaygısını ve iyi hissetme arzusunu göstermektedir (Christopher vd.,2004:463).

Materyalizmin çeşitli davranış kalıplarıyla da ilişkisi olduğu düşünülmüş ve pek çok disipline çeşitli araştırmalara konu edilmiştir. Örneğin Watson (2003), bireylerin sahip oldukları materyalist değer düzeylerinin; harcama, borçlanma ve tasarruf etme ile yakından ilişkili olduğunu tespit ederek pazarlamacılar ve makro ekonomistler için önemli bir bulgu sağlamıştır. Buna göre, yüksek materyalist değerlere sahip bireyler, düşük materyalist değerlere sahip bireylere nispeten daha çok borçlanma eğilimi göstermekte ve tasarruf planlarını daha sık ertelemektedirler.

Materyalizmin, çevreye karşı sorumlu davranışlarla ilişkisini inceleyen Kilbourne ve Pickett (2007) ise, artan materyalist yaşam tarzının çevre sorunlarına duyulan kaygıyı azalttığını belirlerken, Türkiye'den Torlak ve Tiltay (2009:74), materyalist eğilim ile bireylerin ahlâkının olumsuz sayılabilecek eylemleri arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını ortaya koymuşlardır. İçinde bulunduğumuz çağın önemli sorunlarından biri olarak tartışılan bu durumu, büyük ölçüde medya ve reklâmlara bağlayan otoriteler mevcuttur. Nitekim ticari iletişim yoluyla aktarılan, daha iyi yaşamın daha fazla tüketmekten geçtiği mesajları, insanları daha çok satın alma olanağı yaratacak paranın, daha fazla biçimde ele geçirilmesi doğrultusunda güdülemektedir (Odabaşı, 1999:106).

Bugün hem psikolojik, hem de sosyolojik bir olgu olduğu genel kabul gören materyalizmi açıklamaya yönelik kuramların üç ortak noktası dikkat çekmektedir (Odabaşı, 1999:97; Richins and Dawson, 1992:309):

**Başarı Göstergesi Olarak Materyalizm:** Materyalist eğilimli bireylerin pek çoğu, kendilerinin ya da başkalarının başarılarını, sahip oldukları mal ve paraya göre değerlendirmektedirler. Arzulanan imajı yansıtan ürünlere sahip oldukça kendilerini başarılı addeden bu bireyler için sahip olduklarının maliyeti, sağladıkları tatminden daha önemlidir. Dahası, maddi varlık sahipliği başarının en önemli göstergesi iken doğru düşünmenin de ispatı olarak görülmektedir.

**Sahip Olma Odaklı Materyalizm:** Materyalist eğilimli bireyler, sahip oldukları ya da sahip olmayı istedikleri mal ve mülkleri yaşam amaçları haline getirmektedirler. Materyalizm bir yaşam tarzıdır ve bu yaşamda yüksek düzeyde maddi tüketimler araçtan öte amaçtır. Böylece materyalizm, gündelik faaliyetlerdeki amaçlardan, yaşamın anlamını oluşturacak kadar geniş bir alanda kendini göstermekte ve tüketim adeta bir tutku haline gelmektedir.

**Mutluğa Erişmek Odaklı Materyalizm:** Materyalist bireyler için kendilerini tatmin etme ve daha iyi hissetmenin vazgeçilmez yolu; mal, mülk ve paraya sahip olmaktan geçer. Pek çok insan mutluluğu, kişisel ilişkiler, deneyimler ve başarılarda bulabilirken, bu bireyler için bütün bunlar yeteri ölçüde önem arz

etmez. Onlara göre, herkesin yaşam tatmini sahip oldukları varlıklarla yakından ilişkilidir.

## II. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER ve MATERYALİST EĞİLİMLER

Literatürde bireylerin artan materyalist eğilimlerinin, doğrudan ya da dolaylı nedenlerini yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir seviyesi gibi demografik faktörlerle ilişkilendiren pek çok araştırma ve öngörüler yer almaktadır.

Konu ile ilgilenen kimi yazarlara göre (Belk, 1984; Odabaşı, 1999) materyalist eğilimler, bireyin yaşam eğrisindeki yerine bağlı olarak önemli özellikler gösterebilmektedir. Örneğin Odabaşı'na göre (1999:100) materyalist eğilimler, en fazla orta yaş gurubunda görülürken, gençler etkinliklere daha çok, mal ve mülke daha az önem verebilmektedir. Yaşlılar ise yaşamlarının son dönemlerinin bilinci ile daha az bencil olmaktadır ve onların materyalist eğilimleri, daha çok geçmişi sembolik olarak hatırlanabilen eşyalara karşıdır. Orta yaşlarda ise mal düşkünlüğü, cömert olmama ve haset etme en yüksek düzeydedir. Ancak zaman içinde orta yaş için geçerli olan bu durum gençlere doğru kaymakta ve gençler arasında dürüstlüğü bile zenginlikle anlam kazandığı inancı hâkim olmaktadır. Nitekim Lundstrom ve White (1999), Amerika'lı ve Fransız tüketiciler arasında yaptıkları bir araştırmada, aralarında kültürel farklılıklar olmasına rağmen her iki toplumda da genç tüketicilerin daha materyalist değerlere sahip olduğunu ortaya koymuştur. Benzer biçimde Richins ve Dawson (1992) da orta yaş sonrasında materyalist eğilimlerin azalışı gösterdiklerini tespit etmişlerdir.

Diğer yandan özellikle cinsiyetin doğrudan ya da dolaylı olarak materyalist değerler üzerinde etkin olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur. Örneğin Türkiye'de yapılan bir çalışmada (Özdemir ve Yaman, 2007), kadınların erkeklere oranla alışverişten daha fazla zevk aldıkları tespit edilmiştir. Oysa çocuklarla ilgili olarak Buijzen ve Valkenburg (2003) çalışmalarında, erkek çocukların medya ve reklâmların daha çok etkisinde kaldığını ve bu sebeple kız çocuklarına göre ailelerinden daha talepkâr olduklarını tespit etmişlerdir.

Yukarda bahsi geçen araştırmalarla birlikte, bireylerin medeni hallerinin gelir ve eğitim durumlarının materyallere bağlılık ve sahip olma isteğinde etkili olduğu düşünülerek yapılan pek çok çalışma vardır. Ancak kültürler arası farklılıkların ve toplumların refah seviyelerinin, ortaya çıkan bulgulara da yansıdığı görülmektedir. Örneğin; Leelakulthanit ve diğerleri (1991), Tayland gibi az gelişmiş ülkelerde, özellikle düşük gelirliilerin daha materyalist düşünce tarzına sahip oldukları, para ve mal sahipliğine kavuştukça da yaşam tatminlerinin yükseldiğini ortaya çıkarmıştır. Oysa Richins ve Dawson 'ın ABD'de yaptıkları benzer bir araştırmada (1992), materyalist eğilimler ile "yaş" hariç, demografik özelliklerin hiçbiri ile dikkate değer bir ilişki saptanamamıştır.

### III. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE YÖNTEMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Bu araştırmanın temel amacı, materyalist eğilimlerin demografik faktörlere göre farklılıklarını değerlendirmektir. Araştırma sonucu elde edilen bulguların pazarlama yönetici ve akademisyenlerine bilgi sağlayabileceği ve sonraki araştırmalara rehber olabileceği düşünülmektedir.

Tanımlayıcı araştırma modelinden yararlanılan bu araştırmada kullanılan ölçek, Richins ve Dawson (1992)'in "A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation" adlı makalesindeki 18 ifadeli ölçeğin (Cronbach  $\alpha$  =0.870) uyarlanması ile oluşturulmuştur.

Araştırma, 2009 yılı Ekim, Kasım ve Aralık aylarında Balıkesir il merkezinde, araştırmacının kendisi tarafından gerçekleştirilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 5'li likert ölçeğinden oluşan 18 ifade ve 5 adet demografik sorudan oluşturulmuştur. Öncesinde farklı demografik özellikte 27 kişiye ön uygulama yapılarak yanlış algılanabilen ifadeler yeniden düzenlenmiştir.

Araştırma evrenini Balıkesir il merkezinde yaşayan, 18 ve 18 yaşından büyük tüm bireyler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayanmayan kolayda örneklem yöntemi benimsenmiş ve toplamda 308 katılımcıya ulaşılmıştır.

Zaman ve maliyetin yanı sıra araştırmanın en önemli sınırlılığını, katılımcıların kendilerini tutarlı biçimde kurgulamış olma ihtimali oluşturmaktadır. Zira kimlik bilgileri istenirse de, kendilerine olumsuz değerler atfedileceği hissine kapılan bazı katılımcılar, kendileri ile ilgili bilgileri hiç tanımadığı anketöre ve hatta kendilerine bile itiraf etmekten kaçınabilmektedir.

Araştırmada kullanılan soru formunun toplamda yeterli güvenilirliği sağladığı tespit edilmiştir (Cronbach  $\alpha$  = 0.776). Ancak, "İnsanların, sahip oldukları maddi varlıkları, başarılarının göstergesi olarak vurgulamasından hoşnut olmam", "Daha hoş ve kıymetli varlıklara sahip olsaydım hiç mutlu olmayabilirdim." ifadelerinin madde güvenilirliğini sağlayamadığı görülmüş ve bu iki ifade analiz dışı bırakılmıştır. Böylece ölçeğin toplam güvenilirlik düzeyinde de artış sağlanmıştır (Cronbach  $\alpha$  = 0.791).

### IV. BULGULAR ve DEĞERLENDİRMELER

#### A. DEMOGRAFİK BULGULAR

Demografik özellikler, özellikle tüketici davranışlarının tespitine yönelik olarak yürütülen araştırmalarda temel bağımsız değişkenler olarak ifade edilmektedir. Bu araştırmada, tüketicilerin materyalist eğilimlerini belirleyen başlıca demografik özelliklerin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir düzeyleri olduğu varsayılmış ve anket formunda bu bilgileri edinmeye yönelik

sorulara yer verilmiştir. Elde edilen verilere göre, katılımcıların %32.8' i 26-35 yaş gurubunda iken, % 24 'ü 18-25, %21.8'i de 36-45 yaş gurubuna aittir. 55 ve üzeri yaş gurubunda yeterli gözlem sayısına ulaşamadığından, bu gurup 46-55 yaş gurubu ile birleştirilmiş ve toplam katılımın %19,5'ini oluşturmuşlardır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş			Eğitim		
18-25	74	24.0	İlk/orta okul	40	13.0
26- 35	101	32.8	Lise	58	18.8
36- 45	67	21.8	Üniversite veya +	209	67.9
46 ve üzeri	60	19.5	Belirtilmeyen	1	0.3
Belirtilmeyen	6	1.9	Gelir		
Cinsiyet			546 TL(Asg. ücret veya altı)	56	21.1
Kadın	133	43.2	547- 1.500 TL.	66	24.9
Erkek	175	56.8	1.501- 3.000 TL.	99	37.4
Medeni Durum			3.001 TL. ve üzeri	44	16.6
Bekâr	147	47.7	Belirtilmeyen	43	14.0
Evli	159	51.6			
Belirtilmeyen	2	0.6			

Araştırmada katılımcıların medeni durumları “evli” ve “bekâr” olarak kategorize edilmiş, dul ya da boşanmış olan katılımcılar da “bekâr” olarak değerlendirmeye alınmıştır. % 56.8’si erkeklerden oluşan katılımcıların %51.6’sı evli olduğunu belirtmiştir. Çoğunluğu üniversite veya üstü eğitim seviyesine (% 67.9) sahip katılımcıların %13’ü de ilk/ ortaokul, %18.8’i de lise mezunu olduklarını ifade etmişlerdir. Gelir düzeyi ile ilgili olarak ise, büyük çoğunluğu %37.4 ile 1.501-3.000 TL. gelir seviyesindekiler oluştururken, %21.1’i asgari ücret ve altı, %24.9’u 547-1.500 TL., %16.6’sı da 3.001 ve üzeri aylık gelire sahip olanlar oluşturmaktadırlar.

## B. MATERYALİST EĞİLİM DÜZEYLERİNE GENEL BİR BAKIŞ

Anket formunda yeterli düzeyde güvenilirliği sağlayıp analize dahil edilen ölçek ifadeleri ve katılımcıların bu ifadelere ilişkin görüşlerinin ortalama ve standart sapmaları ise Tablo. 2’de görüldüğü gibidir.

**Tablo 2.** Materyalist Eğilim Ölçek İfadelerinin Ortalama ve Standart Sapmaları

	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sapma</b>
Pahalı ev, araba, kıyafetlere sahip olanları (arkasında kazanılmış bir başarının olduğunu düşünerek) takdir ederim.	2.82	1.191
Hayattaki en önemli başarılarından biri de maddi varlıkların (ev, araba, para vs..) kazanımıdır.	2.79	1.226
Sahip olduğum maddi varlıklar, hayatta ne kadar iyi şeyler yaptığımı anlatır.	2.41	1.097
İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider.	<b>3.24</b>	1.164
*Diğer insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem.	2.22	1.052
*Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	2.13	1.059
*Mümkün olduğunca mal mülk kaygısından uzak olacak kadar basit yaşamaya çalışıyorum.	2.60	1.109
*Sahip olduğum maddi varlıklar benim için önemli değildirler.	2.41	1.097
Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider.	2.45	1.140
Maddi varlıklara sahip olma (satın alma) duygusu beni çok mutlu eder.	2.95	1.112
Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider.	<b>3.11</b>	1.201
*Tandığım diğer pek çok insana kıyasla maddi varlıklara daha az önem verdiğimi düşünüyorum.	2.19	.989
*Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim.	2.33	1.163
Sahip olmadığım bazı şeylere (maddi varlık, para vs.) sahip olsaydım daha iyi bir yaşamım olabilirdi.	<b>3.02</b>	1.286
Daha çok maddi varlığı satın almaya gücüm yetseydi, daha mutlu olabilirdim.	2.64	1.086
Sevdiğim şeyleri satın almaya gücüm yetmediği bazı zamanlar, kısa süreli de olsa canım çok sıkılabiliyor.	<b>3.34</b>	1.177

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum,2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum)

Buna göre katılımcıların sırasıyla, “Sevdiğim şeyleri satın almaya gücüm yetmediği zaman kısa süreli de olsa canım çok sıkılabiliyor”, “İnsanları etkileyen

şeylere sahip olmak hoşuma gider”, “Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider”, “Sahip olmadığım bazı şeylere (maddi varlık, para vs.) sahip olsaydım daha iyi bir yaşamım olabilirdi.” ifadelerine çok daha materyalist eğilimli yanıtlar verdikleri tespit edilmiştir.

### C. CİNSİYET İTİBARI İLE FARKLILIKLAR

Cinsiyet faktörüne göre materyalist eğilimlerin farklılık gösterip göstermediğine ilişkin, bağımsız gruplar arası t testi yapılmıştır. Tablo 3.’te de görüldüğü üzere, anlamlı düzeyde farklılık gösteren 4 ifade tespit edilmiştir. Buna göre ,“Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım” ve “Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider” ifadelerine kadın katılımcılar, erkeklere kıyasla daha materyalist eğilimli yanıtlar vermişlerdir. Erkek katılımcılar ise “Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim.” ve “Sahip olmadığım bazı şeylere (maddi varlık, para vs.) sahip olsaydım daha iyi bir yaşamım olabilirdi.” ifadelerine, kadın katılımcılara oranla daha materyalist eğilimli yanıtlar vermişlerdir.

**Tablo 3.** Materyalist Eğilim Ölçeğinin Cinsiyete Göre Farklılık Gösterdiği İfadeler

		N	Ort	Std. Sapma	T	P
*Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	Kadın	133	2.35	1.141	3.059	.002
	Erkek	173	1.94	.946		
Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider.	Kadın	131	2.62	1.167	2.130	.034
	Erkek	175	2.31	1.100		
*Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim.	Kadın	131	2.13	1.060	-2.479	.014
	Erkek	174	2.49	1.225		
Sahip olmadığım bazı şeylere (maddi varlık, para vs.) sahip olsaydım daha iyi bir yaşamım olabilirdi.	Kadın	132	2.84	1.245	-1.973	.048
	Erkek	175	3.16	1.282		

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum).

$\alpha = .05$



**D. MEDENİ DURUM İTİBARI İLE FARKLILIKLAR**

Bağımsız gruplar t testi sonucunda, elde edilen bulgularda pek çok ifade (bkz. Tablo 4.), medeni durum itibari ile farklılıklar tespit edilmiştir. Dikkat çekici nokta ise, bu ifadelerin hepsinde bekâr katılımcıların, evlilere göre daha materyalist cevaplar vermesidir.

**Tablo 4.** Materyalist Eğilim Ölçeğinin Medeni Duruma Göre Farklılık Gösterdiği İfadeler

		N	Ort	Std. Sapma	T	P
İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider.	Bekâr	146	3.47	1.151	2.998	.003
	Evli	158	3.03	1.139		
*Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	Bekâr	146	2.29	1.103	2.313	.022
	Evli	158	1.98	1.003		
*Mümkün olduğunca mal mülk kaygısından uzak olacak kadar basit yaşamaya çalışıyorum.	Bekâr	147	2.83	1.111	3.222	.001
	Evli	157	2.39	1.068		
Maddi varlıklara sahip olma (satın alma) duygusu beni çok mutlu eder.	Bekâr	147	3.10	1.113	2.197	.029
	Evli	158	2.79	1.105		
Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider.	Bekâr	146	3.43	1.152	4.011	.000
	Evli	159	2.84	1.165		
*Tanıdığım diğer pek çok insana kıyasla maddi varlıklara daha az önem verdiğimi düşünüyorum.	Bekâr	147	2.33	1.047	2.041	.042
	Evli	157	2.07	.978		
*Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim.	Bekâr	147	2.56	1.289	3.163	.002
	Evli	159	2.10	1.262		
Daha çok maddi varlığı satın almaya gücüm yetseydi, daha mutlu olabilirdim.	Bekâr	145	2.79	1.100	2.170	.031
	Evli	159	2.49	1.030		

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum).

$\alpha = .05$

### E. YAŞ İTİBARI İLE FARKLILIKLAR

Materyalist eğilim düzeylerinin, yaş itibari ile farklılıklarını tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA analizinde sadece iki ifadeye anlamlı düzeyde farklılık tespit edilmiştir. Scheffe testine göre 18- 25 yaş aralığındaki en genç grup, “Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider” ve “Tanıdığım diğer insanlara kıyasla maddi varlıklara daha az önem verdiğimi düşünüyorum.” ifadeleri için, diğer yaş guruplarına göre daha materyalist cevaplar vermişlerdir. Ayrıca her iki ifade için yaş seviyesi arttıkça ortalamaların düşmekte olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Materyalist Eğilim Ölçeğinin Yaşa Göre Farklılık Gösterdiği İfadeler

	18- 25	26- 35	36- 45	46 ve +	F	P
Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider.	3.50	3.00	2.94	2.75	4.306	.006
*Tanıdığım diğer pek çok insanlara kıyasla maddi varlıklara daha az önem verdiğimi düşünüyorum	2.49	2.12	1.98	1.97	3.733	.012

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum)

$\alpha = .05$

### F. EĞİTİM DÜZEYİ İTİBARI İLE FARKLILIKLAR

Materyalist eğilim düzeylerinin eğitim seviyesi itibari ile pek çok ifadeye farklılıklarını tespit edilmiştir. Tablo 5.’te de görüldüğü üzere bunlar; “Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.”, “Mümkün olduğunca mal mülk kaygısından uzak olacak kadar basit yaşamaya çalışıyorum.”, “Sahip olduğum maddi varlıklar benim için önemli değildir.”, “Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider.” ve “Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider.” ifadeleridir. Bu ifadelerin hepsinde lise mezunları, ilk/ ortaokul ile üniversite ve üstü eğitim seviyesindekilere nazaran daha az materyalist eğilimli yanıtlar vererek, anlamlı düzeyde farklılıklar oluşturmuşlardır.

**Tablo 5.** Materyalist Eğilim Ölçeğinin Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Gösterdiği İfadeler

	İlk/Orta okul	Lise	Üniv. ve +	F	P
*Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	2.22	1.37	2.26	12.391	.000
*Mümkün olduğunca mal mülk kaygısından uzak olacak kadar basit yaşamaya çalışıyorum.	2.44	2.03	2.71	6.606	.002
*Sahip olduğum maddi varlıklar benim için önemli değildirler	3.78	2.74	3.07	3.202	.042
Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider.	3.13	2.05	2.50	3.997	.020
Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider	3.22	2.54	3.22	5.455	.005

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum).

$\alpha = .05$

### G. GELİR DÜZEYİ İTİBARI İLE FARKLILIKLAR

Materyalist eğilim düzeylerinin, gelir durumuna göre farklılığını tespit etmeye yönelik yapılan ANOVA analizinde, Tablo. 6'da da görüldüğü gibi 3 ifadeye anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre, "Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider." ifadesi için asgari ücret ve altındakiler 547- 1.500 TL ile 1.501-3.000 TL. gelir gurubundakilere göre anlamlı farklılık gösterecek ölçüde materyalist yanıtlar vermişlerdir.

"Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim" ifadesine 3.001 ve üzerindeki gelir gurubu en yüksek katılımı göstererek, diğer gelir guruplarına göre farklılık gösterirken, "Daha çok maddi varlığı satın almaya gücüm yetseydi, daha mutlu olabilirdim." ifadesi için de asgari ücret ve altındakiler, en yüksek katılımı sağlayan gurup olmuştur.

**Tablo 6.** Materyalist Eğilim Ölçeğinin Gelir Düzeyine Göre Farklılık Gösterdiği İfadeler

	Asgari ücret veya altı	547-1.500 TL	1.501-3.000 TL	3.001 TL ve +	F	P
Mümkün olduğunca lüks ve konforlu bir yaşamım olması hoşuma gider	3.52	2.85	2.96	3.45	4.435	.005
*Mutlu bir yaşam için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim	2.77	2.27	2.19	1.95	3.992	.008
Daha çok maddi varlığı satın almaya gücüm yetseydi, daha mutlu olabilirdim.	2.96	2.60	2.45	2.64	2.649	.050

**Değerlendirme Kategorileri:** 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

**\*Tersten değerlendirilen ifadeler:** (1=Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum).

$\alpha = .05$

## SONUÇ

Materyalist eğilimler bireylerin tüketim davranışlarına ve onların tüketici olarak sosyalleşmesine yön veren psikososyal eğilimlerdenidir. Bu çalışmada, demografik özellikler ekseninde tüketicilerin materyalist eğilimleri karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak pek çok ifadenin cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim ve gelir düzeyi itibari ile anlamlı düzeyde farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, en fazla farklılığın medeni durum itibari ile gerçekleştiği gözlenmektedir. Farklılık gösteren 8 ifadenin her biri için bekâr katılımcılar, evlilere oranla daha materyalist eğilimler göstermiştir. Eğitim düzeyi itibari ile farklılık görülen 5 ifadenin her birinde lise mezunlarının, diğer eğitim düzeyindekilere nazaran daha düşük materyalist eğilimli yanıtlar verdiği görülmektedir.

Gelir durumu itibari ile farklılık görülen ve genel olarak mutluluk odaklı 3 ifade içinse, en düşük gelir gurubunun (asgari ücret ve altı) daha materyalist katılımlar gösterdiği gözlemlenmiştir. Ortaya çıkan bu bulgu, düşük gelirliilerin yaşam tatminini pozitif ve yüksek ölçüde mal ve para sahipliği ile ilişkilendiren Leelakulthanit ve diğerleri (1991)'nin tespitlerini doğrular niteliktedir.

Yaş itibari ile materyalist eğilimlerin farklılık gösterdiği her 2 ifade için en genç gelir guruplarının en yüksek materyalist eğilimli yanıtları verdiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte yaş oranı arttıkça katılımcıların daha düşük

düzye de materyalist eğilimler gösterdikleri gözlemlenmiştir. Nitekim Lundstrom ve White (1999) ile Richins ve Dawson (1992) da çalışmalarında benzer bulgular tespit ederek gençlerin materyalist değerlere daha yatkın oldukları konusunda görüş birliğindedirler.

Cinsiyet itibari ile farklılık görülen 4 ifade için, özellikle mutluluk odaklı ifadelerde erkek katılımcılar verdikleri daha yüksek materyalist eğilimli yanıtlarla kadınlardan ayrılırken, diğer ifadelere kadınların daha materyalist yanıtlar verdiği gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak materyalist eğilimlerin, araştırmaya konu olan demografik özellikler (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir düzeyi) itibari ile anlamlı düzeyde farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak, örnek kitlenin kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmesi genelleştirme yapmayı mümkün kılmamaktadır. Bu sebeple elde edilen bulguların özellikle kalitatif araştırmalarla doğrulanması yerinde olacaktır. Kalitatif araştırmaların kullanılması, araştırmaya sınırlılık getiren kendini kurgulama ihtimalini daha aza indirgemesi açısından daha faydalı olacaktır.

#### KAYNAKÇA

- BELK, Russell W. (1984), "Three Scales To Measure Constructs Related To Materialism: Reliability, Validity, And Relationships To Measures Of Happiness", *Advances in Consumer Research*, İnternet Adresi: <http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=6260>, Erişim Tarihi: 3 Aralık 2009.
- BUIJZEN, Moniek ve Patti M. VALKENBURG (2003); "The Effects of Television Advertising on Materialism, Parent-Child Conflict, and Unhappiness: A Review of Research", *Applied Developmental Psychology*, Vol. 24, 437-456.
- CHRISTOPHER, Andrew N.; S. Victoria KUO, Kristen M. ABRAHAM, Leonard W. NOEL ve Heather E. LINZ (2004), "Materialism and Affective Well-Being: The Role of Social Support Personality and Individual Differences", Vol. 37, 463-470.
- KASSER, Tim ve Ahuvia, Aaron C. (2002), "Materialistic Values and Well-Being in Business Students", *European Journal of Social Psychology*, 32, 137-146.
- KILBOURNE, William ve Gregory PICKETT (2007), "How Materialism Affects Environmental Beliefs, Concern, and Environmentally Responsible Behavior", *Journal of Business Research*, Vol. 61, 885-893.
- LEELANUTHANIT, Orose; Ralph DAY ve Rockney WALTERS (1991), "Investigating The Relationship Between Marketing and Overall Satisfaction With Life in a Developing Country", *Journal of Macromarketing*, Vol.11, No.1, 3-23.

- LUNDSTROM, William J. ve D. Steven WHITE (1999), "Intergenerational and Cultural Differences in Materialism: An Empirical Investigation of Consumers From France and the U.S.A.," *Journal of Euromarketing*, Vo. 8, Issue 1, pp. 47-65.
- ODABAŞI, Yavuz (1999), *Tüketim Kültürü: Yetinen toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- ÖZDEMİR, Şuayip ve Fikret YAMAN (2007), "Hedonik Alışverişin Cinsiyete Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma", *Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, 81-91.
- PARKER, R. Stephen; Diana HAYTKO ve Charles HERMANS (2009), "The Perception of Materialism in A Global Market: A Comparison of Younger Chinese and United States Consumers", *Journal of International Business and Cultural Studies*, İnternet Adresi: <http://www.aabri.com/jibcs.html>, Erişim Tarihi: 14 Aralık 2009.
- RICHINS, L. Marsha ve Scott DAWSON (1992); *Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation*, 1992 by *Journal of Consumer Research*, Vol. 19, December, 303-316.
- SIRGY, M. Joseph; Dong- Jin LEE; Val LARSEN ve Newell WRIGHT (1998), "Satisfaction With Material Possessions and General Well- Being: The Role of Materialism", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol.11, 104- 118.
- TORLAK, Ömer ve Muhammet Ali TILTAY (2009), "Materyalist Eğilim, Dini Değerler ve Tüketici Ahlakı", 14. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, Bozok Üniversitesi Yayınları, No:1, 61-77.
- VEBLER, Thorstein (2005), *Aylak Sınıfın Teorisi*, Çev.:Zeynep Gültekin ve Cumhur Atay, Babil Yayınları, No:48,İstanbul.
- WATSON, John J. (2003), "The Relationship of Materialism to Spending Tendencies, Saving, and Debt", *Journal of Economic Psychology*, Vol.24, 723-739.