

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

Üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ve materyalist eğilimleri ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi

Eda PURUTÇUOĞLU

EV EKONOMİSİ (AİLE VE TÜKETİCİ BİLİMLERİ) ANABİLİM DALI

ANKARA
2008

Her hakkı saklıdır

Prof. Dr. Meltem BAYRAKTAR danışmanlığında, Eda PURUTÇUOĞLU tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ve Materyalist Eğilimler

ile Çevreye Yönelik Tutum ve Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı tez çalışması 07/03/2008 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi (Aile ve Tüketici Bilimleri) Anabilim Dalı’nda **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Meltem BAYRAKTAR
(Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu)

Üye : Prof. Dr. Özlen ÖZGEN
(Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi)

Üye : Prof. Dr. Velittin KALINKARA
(Pamukkale Üniversitesi Denizli Meslek Yüksekokulu)

Üye : Doç. Dr. Yasemin ÖZKAN
(Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu)

Üye : Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY
(Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi)

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Prof. Dr. Orhan ATAOL

Enstitü Müdürü

ÖZET

Doktora tezi

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ VE MATERYALİST EĞİLİMLERİ İLE ÇEVREYE YÖNELİK TUTUM VE DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Eda PURUTÇUOĞLU

Ankara Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Ev Ekonomisi (Aile ve Tüketici Bilimleri) Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Meltem BAYRAKTAR

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerini, materyalist eğilimlerini, çevreye yönelik tutum ve davranışlarını, demografik özelliklerinin materyalist eğilimler ile çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini ve ayrıca materyalist eğilimler ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Ankara’da belirlenen vakıf ve devlet üniversitelerinde okuyan birinci ve dördüncü sınıf öğrenciler arasından eşit dağıtım yöntemi ile seçilen toplam 480 öğrenci (240 kız, 240 erkek) araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırma materyalinin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Materyalist eğilimler Richins ve Dawson (1992) tarafında geliştirilen 5’li Likert tipi skala ile; çevre sorunlarına yönelik görüşler Banerjee and McKeage (1994) tarafından geliştirilen ve diğer bazı kaynaklardan (örn. Paraskevopoulos et.al. 2003, Iwata 2001, Schwegler and Cornwell 1991, Roberts 1995) alınan Likert tipi cümleler ile; çevre sorumlu davranışlar ise Iwata (1997, 2001) ve Mohr and Webb (2005) tarafından geliştirilen 5’li Likert tipi skala ile ölçülmüştür. Anket formunda yer alan soruların materyalist eğilimleri, çevre sorunlarına yönelik görüşleri ve çevre sorumlu davranışları ölçüp ölçmediği yapı geçerliliği için bir faktör analizi tekniği olan “Döndürülmüş (Varimax) Temel Bileşenler Analizi” uygulanmış, formun güvenilirliği iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” ile hesaplanmıştır. Üniversite tipi ve cinsiyet bağımsız değişkenler olarak belirlenmiş olup öğrencilere ilişkin genel bilgiler bölümü üniversite tipi değişkenine göre önemlilik testi (khi-kare) kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada, öğrencilerin materyalist eğilimleri, çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile çevre sorumlu davranışlarına ilişkin olarak üniversite tipi ve cinsiyete bağlı farklılığın belirlenebilmesi için t-testi yapılmıştır. Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile yordayıcı değişkenler (materyalist eğilimler ve çevre sorumlu davranış) arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile Doğrusal Regresyon Analizi uygulanmıştır. Materyalist değerler, çevre sorunlarına yönelik görüşler ile çevre sorumlu davranış ölçekleri arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi için Pearson Korelasyon Katsayısı hesaplanmıştır.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin başarı ($p<0.05$) ve mutluluk değerleri ($p<0.001$), sınırlı tüketim ($p<0.05$) ve çevreci uygulamaları destekleme ($p<0.001$) üzerinde üniversite tipinin, merkeziyetçilik değeri ($p<0.001$, $p<0.01$), tüketim ürünlerinin bedeli ($p<0.05$, $p<0.001$), çevre duyarlılığı ($p<0.001$, $p<0.001$), çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ($p<0.05$, $p<0.05$), enerji tasarrufu ($p<0.05$, $p<0.05$) üzerinde üniversite tipi ve cinsiyetin etkili olduğu saptanmıştır. Regresyon analizi sonuçları öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile yordayıcı değişkenler arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($R=0.539$, $R^2=0.291$, $p<0.001$).

Mart 2008, 219 sayfa

Anahtar kelimeler: Materyalizm, çevreye yönelik tutum ve davranış, üniversite öğrencileri

ABSTRACT

Ph. D. Thesis

Investigating the relationship between demographic characteristics and materialistic orientations of undergraduate students and their attitudes and behaviors toward environment

Eda PURUTÇUOĞLU

University of Ankara
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Home Economics (Family and Consumer Sciences)

Supervisor: Prof. Dr. Meltem BAYRAKTAR

This research was planned and conducted to investigate the relationship between demographic characteristics and materialistic orientations of undergraduate students and their attitudes and behaviors toward environment. A total sample of 480 respondents (240 female, 240 male) were selected by a simple random sampling method from among the university students attending at first and fourth level in central Ankara with respect to state and private university.

In gathering the research materials were used to questionnaire technique. Materialistic orientations were measured using a five-point Likert scale developed by Richins and Dawson (1992), opinions toward environmental problems were measured using a five-point Likert scale developed by Banerjee and McKeage (1994) and different researches (eg. Paraskevopoulos et.al. 2003, Iwata 2001, Schwepker and Cornwell 1991, Roberts 1995), environmentally responsible behaviors were measured using five-point Likert scale developed by Iwata (1997, 2001) and Mohr and Webb (2005) were scored whether the students agreed with the statements. “Varimax Analysis Technique” were used for validity whether they measured the questions relating to the materialistic orientations, opinions towards environmental problems and environmentally responsible behaviors. Cronbach’s alpha coefficient was used to determine the internal consistency reliability of each scale. University type and gender were chosen as predictor variables and the chi-square test was used for further analysis as appropriate in demographic characteristics. The t-test analysis was performed for determining the differences by university type and gender among students’ materialistic orientations, opinions toward environmental problems and environmentally responsible behavior. Besides, Linear Regression Analysis were also used to analyze the relationships between students’ opinions towards environmental problems and other explanatory variables. Pearson Correlation was calculated to find out the relationships among three-scales.

It was found that university type had a significant relationship with success ($p<0.05$), happiness ($p<0.001$), limited consumption ($p<0.05$) and support the environmental practices ($p<0.001$). Statistical analysis was also showed that centrality ($p<0.001$, $p<0.01$), consideration of consumer goods ($p<0.05$, $p<0.001$), perception of environmental problems ($p<0.001$, $p<0.001$) and concepts of environment, relationship between human and environment and individual concern to environmental problems had a significant relationship to university type and gender. Results of Regression Analysis showed that there was a medium and statistically meaningful relationship between students’ opinions toward environmental problems and explanatory variables ($R=0.539$, $R^2=0.291$, $p<0.001$).

March 2008, 219 pages

Key Words: Materialism, environmental attitudes, environmental behaviors, undergraduate students

TEŞEKKÜR

Araştırmalarımın her aşamasında sabırlı, sevgi dolu yaklaşımları ve engin bilgileriyle beni yönlendiren, emeğini ve desteğini hiçbir zaman esirgemen, bana inanıp güvenen, akademik hayatını örnek aldığım ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum ve kendimi bu konuda şanslı gördüğüm çok değerli danışman hocam Prof. Dr. Sayın Meltem BAYRAKTAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisansüstü eğitimim boyunca birlikte çalışma ve öğrencisi olma şansına sahip olduğum, değerli zamanını, bilgilerini ve emeğini esirgemeyerek her zaman beni yönlendiren ve destek olan çok değerli hocam Prof. Dr. Sayın Özlen ÖZGEN'e, tüm içtenliği ve anlayışlı yaklaşımları ile değerli bilgi, görüş ve önerilerini paylaşan ve yakın ilgisini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili hocam Doç. Dr. Sayın Yasemin ÖZKAN'a, çalışmama değerli bilgileri ile katkıda bulunan Tez İzleme Komitesi üyesi hocam Prof. Dr. Sayın Velittin KALINKARA'ya ve jüri üyesi hocam Prof. Dr. Sayın Ali Fuat ERSOY'a teşekkürü bir borç bilirim.

Yurt dışında bulunduğum süre boyunca birlikte çalışma fırsatını bulduğum ve doktora çalışma konum ile ilgili değerli bilgilerini ve zamanlarını esirgemeyerek benimle yakından ilgilenen, farklı bakış açılarıyla akademik gelişmeye önemli katkılarda bulunan Glasgow Üniversitesi Sosyoloji, Antropoloji ve Uygulamalı Bilimler Fakültesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Sayın Gerda REITH'e ve Durham Üniversitesi Coğrafya Bölümü öğretim üyesi Yard. Doç. Dr. Sayın Kathrin HÖRSCHELMANN'a teşekkür ederim.

Çalışma konumu Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı (BİDEP) 2214-Yurt Dışı Araştırma Burs Programı ile destekleyerek bu programdan yararlanmama imkan tanıyan TÜBİTAK Bilim İnsanı Yetiştirme Daire Başkanlığı Bilim Kurulu üyesi değerli hocalarıma ve resmi işlemler esnasında ve sonrasında yardımlarını gördüğüm uzman Sayın Vuslat SABAH'a teşekkür ederim.

Çalışmam süresince bana sabır ve anlayış göstererek desteklerini esirgemeyen bölüm hocalarım Prof. Dr. Sayın Emine GÖNEN'e, Prof. Dr. Sayın Şengül HABLEMİTOĞLU'na, Doç. Dr. Sayın Emine ÖZMETE'ye ve çalışma arkadaşlarım Dr. Sayın Ayşe Sezen TAŞ'a ve Uzm. Araş. Gör. Sayın Müdriye YILDIZ BIÇAKÇI'ya teşekkür ederim.

Hayattaki duruşlarını örnek aldığım, bugünlere gelmemizi sağlayan, kardeşimi ve beni en iyi şekilde yetiştirmek için gösterdikleri özveri, anlayış, sabır ve destekleri ile daima yanımda olan canım annem Yurdağül PURUTÇUOĞLU'na ve canım babam Ahmet Turan PURUTÇUOĞLU'na emekleri için şükranlarımı sunarım.

Can dostum, meslektaşım, canım kardeşim Dr. Vilda PURUTÇUOĞLU'na her ihtiyacım olduğunda daima yanımda olduğu, güzel sözleri ile umut ve güç verdiği, akademik bilgisi ile her zaman beni desteklediği ve aynı amaç uğruna mücadele ettiğimiz yurt dışında geçirdiğim zamanları anlamlı kıldığı için çok teşekkür ederim.

Çalışmam süresince beni anlayışla karşılayan ve ilgilerini hiç eksik etmeyen sevgili dostlarıma yanımda oldukları için teşekkür ederim.

Eda PURUTÇUOĞLU
Ankara, Mart 2008

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL TEMELLER.....	4
2.1 Modern Tüketicinin Doğuşu	4
2.2 Materyalizm	7
2.2.1 Materyalizm kavramı	7
2.2.2 Materyalizmin ölçümü	14
2.2.3 Değer olarak materyalizm	18
2.2.4 Materyalist değerlerin gelişimi.....	19
2.3 Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutum Ve Davranışları	22
2.3.1 Çevreye yönelik davranış	22
2.3.2 Çevreye yönelik tutum	23
2.3.3 Çevre duyarlılığı	24
2.3.4 Çevre sorumlu davranış modelleri	26
2.3.5 Materyalizm-çevre ilişkisi	29
2.4 Araştırmanın Amacı	31
2.5 Araştırmanın Sınırlılıkları	32
3. KAYNAK ÖZETLERİ	33
3.1 Ülke Dışında Yapılan Araştırmalar.....	33
3.2 Türkiye İçinde Yapılan Araştırmalar.....	48
4. MATERİYAL VE YÖNTEM.....	53
4.1 Örneklem Yöntemi ve Örnek Seçimi.....	53
4.2 Veri Toplama Yöntem ve Araçları	55
4.2.1 Anket formunun hazırlanması.....	55
4.2.2 Anket formunun uygulanması	57
4.2.3 Anket formuna geçerlik ve güvenirlik testinin uygulanması	58
4.3 Verilerin Değerlendirilmesi.....	67
5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA.....	70
5.1 Araştırma Kapsamına Alınan Öğrencileri Tanıtıcı Bilgiler	70
5.1.1 Öğrencilere ilişkin genel bilgiler	70
5.1.2 Annenin eğitim düzeyi ve meslek durumu	71
5.1.3 Babanın eğitim düzeyi ve meslek durumu	72
5.1.4 Öğrencilerin yaşadıkları yer	73
5.1.5 Ailelerin konut mülkiyet durumu	74
5.1.6 Ailelerin aylık toplam geliri	74
5.1.7 Öğrencilerin gelir kaynağı	76
5.1.8 Öğrencilerin aylık harçlık miktarı	77
5.1.9 Öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları	77
5.2 Araştırma Kapsamına Alınan Öğrencilerin Tüketim Alışkanlıkları	78
5.2.1 Öğrencilerin alışveriş yapma sıklıkları	79
5.2.1.1 Öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları	79

5.2.1.2 Öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları	83
5.2.1.3 Öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları	87
5.2.1.4 Öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları	89
5.2.2 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlar	92
5.2.2.1 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı	92
5.2.2.2 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri	94
5.2.3 Öğrencilerin boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları	98
5.2.3.1 Öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları	98
5.2.3.2 Öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları ..	103
5.2.3.3 Öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları	108
5.2.4 Öğrencilerin tatil anlayışları	111
5.3 Materyalist Değerler	113
5.3.1 Öğrencilerin başarıya ilişkin değerleri	114
5.3.2 Öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerleri	121
5.3.3 Öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerleri	126
5.4 Çevre Sorunlarına Yönelik Görüşler	132
5.4.1 Çevre sorunlarının önemini kavrama	133
5.4.2 Tüketim ürünlerinin bedeli	139
5.4.3 Çevre duyarlılığı	144
5.4.4 Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	151
5.5 Çevre Sorumlu Davranış	159
5.5.1 Sınırlı tüketim	159
5.5.2 Enerji tasarrufu	166
5.5.3 Çevreci eylemlere katılım	169
5.5.4 Çevreci uygulamaları destekleme	175
5.5.5 Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri ve çevre sorumlu davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi	178
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	185
KAYNAKLAR	193
EK 1 Anket Formu	205
ÖZGEÇMİŞ.....	218

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1 Materyalizmin kavramsal şeması	11
Şekil 2.2 Çevreye yönelik davranışı tahmin etme modeli	28
Şekil 2.3 Ekolojik davranış modeli	29

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 2.1 Çalışmalarda geliştirilen materyalizm ölçekleri	16
Çizelge 2.2 Materyalizmin birçok faaliyetler açısından değerlendirilmesi	21
Çizelge 4.1 Araştırmanın yürütüldüğü üniversiteler ile araştırma kapsamına alınan öğrencilerin dağılımları	54
Çizelge 4.2 Öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirme biçimleri ve sıklıklarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları	59
Çizelge 4.3 Öğrencilerin alışveriş yapma sıklıklarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları	60
Çizelge 4.4 Öğrencilerin materyalizm değerlerine ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları	62
Çizelge 4.5 Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşlerine ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları	64
Çizelge 4.6 Öğrencilerin çevre sorumlu davranışlarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları	66
Çizelge 5.1 Annenin eğitim düzeyi ve meslek durumu	71
Çizelge 5.2 Babanın eğitim düzeyi ve meslek durumu	72
Çizelge 5.3 Öğrencilerin yaşadıkları yer	73
Çizelge 5.4 Ailelerin konut mülkiyet durumları	74
Çizelge 5.5 Ailelerin aylık toplam geliri	75
Çizelge 5.6 Öğrencilerin gelir kaynağı	76
Çizelge 5.7 Öğrencilerin aylık harçlık miktarı	77
Çizelge 5.8 Öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları	78
Çizelge 5.9 Üniversite tipine göre öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	81
Çizelge 5.10 Cinsiyete göre öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	82
Çizelge 5.11 Üniversite tipine ve cinsiyete göre moda merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	83
Çizelge 5.12 Üniversite tipine göre öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	85
Çizelge 5.13 Cinsiyete göre öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	85
Çizelge 5.14 Üniversite tipine ve cinsiyete göre spor ve hobi merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	86
Çizelge 5.15 Üniversite tipine göre öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	88
Çizelge 5.16 Cinsiyet göre öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	88
Çizelge 5.17 Üniversite tipine ve cinsiyete göre ev geliştirme merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	89
Çizelge 5.18 Üniversite tipine göre öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	90
Çizelge 5.19 Cinsiyete göre öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları	90

Çizelge 5.20 Üniversite tipine ve cinsiyete göre eğlence merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	91
Çizelge 5.21 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı	93
Çizelge 5.22 Üniversite tipine göre öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri	95
Çizelge 5.23 Cinsiyete göre öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri.....	96
Çizelge 5.24 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	100
Çizelge 5.25 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	101
Çizelge 5.26 Üniversite tipine ve cinsiyete göre sosyal faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	102
Çizelge 5.27 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	105
Çizelge 5.28 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	106
Çizelge 5.29 Üniversite tipine ve cinsiyete göre kültürel faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	107
Çizelge 5.30 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	109
Çizelge 5.31 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları	109
Çizelge 5.32 Üniversite tipine ve cinsiyete göre aile içi faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	111
Çizelge 5.33 Öğrencilerin tatil anlayışları	112
Çizelge 5.34 Üniversite tipine göre öğrencilerin başarıya ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	118
Çizelge 5.35 Cinsiyete göre öğrencilerin başarıya ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	119
Çizelge 5.36 Üniversite tipine ve cinsiyete göre başarı alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	120
Çizelge 5.37 Üniversite tipi göre öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	124
Çizelge 5.38 Cinsiyete göre öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	125
Çizelge 5.39 Üniversite tipine ve cinsiyete göre merkeziyetçilik alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	126
Çizelge 5.40 Üniversite tipine göre öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	129
Çizelge 5.41 Cinsiyete göre öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları	130
Çizelge 5.42 Üniversite tipine ve cinsiyete göre mutluluk alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	131
Çizelge 5.43 Üniversite tipine göre çevre sorunlarının önemi ve t-testi sonuçları	136
Çizelge 5.44 Cinsiyete göre çevre sorunlarının önemi ve t-testi sonuçları	137
Çizelge 5.45 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevre sorunlarının önemini kavrama alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	138

Çizelge 5.46 Üniversite tipine göre tüketim ürünlerinin bedeli ve t-testi sonuçları	142
Çizelge 5.47 Cinsiyete göre tüketim ürünlerinin bedeli ve t-testi sonuçları	143
Çizelge 5.48 Üniversite tipine ve cinsiyete göre tüketim ürünlerinin bedeli alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	144
Çizelge 5.49 Üniversite tipine göre çevre duyarlılığı ve t-testi sonuçları.....	148
Çizelge 5.50 Cinsiyete göre çevre duyarlılığı ve t-testi sonuçları	149
Çizelge 5.51 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevre duyarlılığı alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	150
Çizelge 5.52 Üniversite tipine göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ve t-testi sonuçları.....	156
Çizelge 5.53 Cinsiyete göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ve t-testi sonuçları.....	157
Çizelge 5.54 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	158
Çizelge 5.55 Üniversite tipine göre sınırlı tüketim ve t-testi sonuçları	163
Çizelge 5.56 Cinsiyete göre sınırlı tüketim ve t-testi sonuçları	164
Çizelge 5.57 Üniversite tipine ve cinsiyete göre sınırlı tüketim alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	165
Çizelge 5.58 Üniversite tipine göre enerji tasarrufu ve t-testi sonuçları.....	168
Çizelge 5.59 Cinsiyete göre enerji tasarrufu ve t-testi sonuçları	168
Çizelge 5.60 Üniversite tipine ve cinsiyete göre enerji tasarrufu alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	169
Çizelge 5.61 Üniversite tipine göre çevreci eylemlere katılım ve t-testi sonuçları	172
Çizelge 5.62 Cinsiyete göre çevreci eylemlere katılım ve t-testi sonuçları	173
Çizelge 5.63 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevreci eylemlere katılım alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	174
Çizelge 5.64 Üniversite tipine göre çevreci uygulamaları destekleme ve t-testi sonuçları	177
Çizelge 5.65 Cinsiyete göre çevreci uygulamaları destekleme ve t-testi sonuçları	177
Çizelge 5.66 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevreci uygulamaları destekleme alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları	178
Çizelge 5.67 Çevre sorunlarına yönelik görüşler ile yordayıcı değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları.....	179
Çizelge 5.68 Çevre sorumlu davranış ile yordayıcı değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları	180
Çizelge 5.69 Çevre sorunlarına yönelik görüşler ile materyalist değerler arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları	183
Çizelge 5.70 Materyalist değerler ve çevre sorunlarına yönelik görüşler ile çevre sorumlu davranış arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları	184

1. GİRİŞ

Bugünkü yaşamımız çevremizi saran materyal nesnelerin ya da neden oldukları problemlerin ve olayların etkisi altındadır. Nereye gidersek gidelim çevremiz daha fazlasını satın almamıza özendiren materyal iletilerle doludur (Ahuvia and Wong 2002, Kasser *et al.* 2005). Dolayısıyla tüketim, sadece fizyolojik ihtiyaçları gidermeye yönelik bir aktivite olmaktan çıkmış, sembollerin ve imajların olduğu sosyal ve kültürel süreçleri de yansıtan, bireylerin toplumsal sınıf ve konumunun belirleyici bir göstergesi haline gelmiştir (Canpolat 2005). Myers (1997) tüketimi, madde ve enerjinin insansal dönüşümü olarak tanımlar. Tüketim, madde ve enerji gelecekteki kullanımlar için yetersiz olduğunda, insanın sağlığını, refahını ve değer verdiği diğer şeyleri tehdit ettiğinde bir problem olarak görülür. Diğer bir deyişle, alışveriş çılgınlığı, lüks tüketim, kullan-at ürünler, enerjinin yoğun kullanımı gibi aşırılıklar tüketim sorununu yaratmakta ve satın alma isteğine neden olan ahlaki çöküşü hızlandırmaktadır (Prince 1999).

Tüketicinin çevre üzerindeki etkisi bireyin ve hane halkının gelir düzeyinden, harcama modellerinden ve kişisel tercihlerini etkileyen değerlerden kaynaklanır. Bu nedenle ürün ve hizmetlerin seçimi, kullanımı ve tasarrufu ile sosyal ve çevresel faydayı sağlayacak sürdürülebilir tüketim modellerini kullanan tüketicilerin daha fazla çevre dostu davranış göstermesi beklenir (Haron *et al.* 2005). Araştırmalar, çevresel duyarlılığın ve davranışların belirli demografik özelliklere, değerlere, kişiliğe ve tutumlara bağlı olarak değiştiğini göstermektedir (Balderjahn 1988).

Endüstrileşmiş kapitalist kültürlerde bireysel ekonomik başarılar değer verilmesi finansal amaçların, maddi varlıkların ve sosyal hayattaki popüleriteyi içeren materyalist eğilimlerin artmasına neden olmuştur (Chang and Arkin 2002). Materyalizm, tüketim aracılığıyla sürekli “iyi yaşam” peşinde koşma, dünyevi varlıklara önem verme ya da bu varlıklara sahip olma isteği ile yaşamda, ekonomik değerlere öncelik vermeye dayalı tüketim yönelimi olarak tanımlanmaktadır (Inglehart 1981, Richins and Dawson 1992). Özgün tanımıyla materyalizm, madde ve maddenin hareketleri dışında hiçbir şeyin var

olmadığına dair felsefi bir teoriyi ve inanç sistemini içerir. Buna göre var olan veya gerçek olan sadece maddedir (Ahuvia and Wong 2002).

Materyalist yaşam biçimlerinin küresel bir olgu haline gelmesiyle sosyal ve felsefi bir kavram olan materyalizm, giderek çevresel konuların içerisinde de yer almaya başlamıştır (Kilbourne and Pickett 2007). Ancak doğal kaynakların gereksiz kullanımı, çevre kirliliğinin artması, habitat ve türlerin yok olması gibi dünya kaynakları üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle sık sık eleştirilmektedir. Bu nedenle, son yıllarda, materyalizm ve çevre arasındaki etkileşime ilişkin kaygılarda artış görülmüştür (Richins and Rudmin 1994).

Günümüzde insanoğlu, materyal problem olarak ciddi çevre sorunlarıyla karşı karşıyadır. Çünkü çevresel problemler insanların doğal sistem üzerindeki etkilerinden kaynaklanmaktadır. Atık kontrollerinin yapılmaması, gelecek için yetersiz kaynaklar, ormansızlaşma, hava olaylarını kontrol eden küresel fiziksel parametrelere yapılan baskı materyal ihtiyaç ve isteklerimizle oluşturulan materyal dengesizliklerin bir bölümüdür. Nitekim tüketim güdüsünün hakimiyeti, tüketim maddelerinin artması sebebiyle “kullan-at” toplumlarının oluşmasına neden olmuştur. Açıkçası, çevresel problemler zenginlerin aşırı materyal tüketimlerinden kaynaklanmaktadır. Zira, tüketim toplumunun en belirgin özelliği, sürekli artan tüketimin nüfusun önemli bir bölümü için bir amaç haline gelmesi ve bunun kimlik göstergesi ile boş zamanı değerlendirme faaliyeti olarak algılanmasıdır (McCracken 1990).

Yaşamın güçlüklerinin, sorunların ve bireysel özlemlerin, beklentilerin materyalist bir çözümle, yani bir ürün ve hizmeti satın alma ve sahip olmayla, tüketmeyle giderileceği mesajlarla topluma aktarılmakta daha iyi yaşamın, daha fazla tüketmekten geçtiği önerisi, insanlara daha çok satın alma olanağı yaratmaktadır. Dolayısıyla pazarın evrensel olarak üstünlük kazandığı, sosyal örgütler için modellerin çoğaldığı, reklamların daha yaygın hale geldiği ve çocukların ve gençlerin tüketici rolünü giderek daha çok üstlendikleri günümüzde materyalist eğilimler güçlenmektedir. Yalnızca birkaç kuşak içinde insanlar otomobil kullanıcıları, televizyon izleyicileri, alışveriş

merkezi bağımlıları ve reklamların etkisiyle sürekli satın alan bireyler haline gelmişlerdir. Bu değişimin trajik boyutu, tüketim toplumunun tarihsel gelişimi içinde bireylerin çevreye zarar vermede oldukça etkili, buna karşın başarılı ya da tatmin edici bir yaşam sürememiş olmaları ile açıklanabilir. Soruna dönüşen dış etmenler karşısında bireyin veya toplumun tepki göstermesi, çevre sorunlarına karşı gösterilen duyarlılıkla ifade edilmektedir. Bu doğrultuda çevreye duyarlılık yöresel, ulusal ve küresel çevre sorunlarının farkında olma, bunlara karşı sorumluluk duyma, çevreyi koruma ve geliştirme için istekli olma şeklinde özetlenebilir. Çevresel kaygıların artması modern toplumların, tüketim modellerini değiştirmesine, dengesizlikleri ve kişisel tatminsizlikleri gidermek amacıyla tüketime ilişkin ekolojik yaklaşımları benimsemesine ve materyalist olmayan davranışlar geliştirmesine neden olmaktadır.

2. KURAMSAL TEMELLER

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesini Modern Tüketime Doğuşu, Materyalizm, Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutum ve Davranışları konuları oluşturmaktadır.

2.1 Modern Tüketime Doğuşu

Modern tüketim, tarihsel bir oluşumdur. Batı'nın büyük değişimi olarak da tanımlanan bu süreç, sanayi devriminin yanısıra zevklerde, tercihlerde ve satın alma alışkanlıklarında değişimi içeren tüketim devrimini de kapsar. McKendrick *et.al*'a (1982) göre tüketim devriminin 18.yy İngiltere'sinde, Williams'a (1982) göre 19.yy Fransa'sında ve Mukerji'ye (1983) göre ise 15. ve 16. yy İngiltere'sinde meydana geldiği iddia edilmektedir.

a) 16. yy İngiltere'sinde tüketim

16.yy'ın son çeyreğinde ciddi bir tüketim patlaması yaşanmış ve Batı'nın tüketim şekli, alışkanlıkları ve ürün çeşidi çarpıcı bir biçimde değişmiştir. Bu dönemde tüketim, Elizabeth yönetiminin bir aracı olmaktan ziyade politik varlığın teatral bir biçimi olarak görülmüştür. Oldukça pahalıya mal olan bu yönetim şekli yüzünden Elizabeth, asaletin devamlılığını sağlamak için sarayda verilen davetlerin hesabının bir kısmını asillere ödetmiştir. Hem prestijlerini kurtarma ve hem de saraya yakın olma istekleri yüzünden verilen davetlere katılmak zorunda kalan asiller, taktıkları takıdan giydikleri giysiye, verdikleri hediyeye ve hatta oturdukları konuta kadar her türlü harcamalarını arttırmak zorunda kalmışlar ve geleceklerini de riske atarak yüklü ödemelerde bulunmuşlardır. Soyluların yaptıkları bu harcamalar tüketim tarihinin gelişim sürecini önemli ölçüde etkilemiştir. Elizabeth soyluları arasında yaşanan bu sosyal rekabet, 16.yy'daki tüketim patlamasının nedenlerinden biri olarak görülmektedir. McCracken (1990) soyluların günümüzde eskiye göre az da olsa hala toplumların tüketim biçimini etkilediklerini belirtmiştir (Corrigan 1997).

b) 18.yy'da tüketim

Günümüzde ürünlerin taşıdığı sembolik anlamlar bu dönemde ortaya çıkmış olup kendi içinde bir tüketim patlaması yaşamıştır. McKendrick *et al.* (1982) bu dönemdeki kadın tüketicilerin kendi gelirini kazanması ve dolayısıyla ailenin toplam gelirinin artması nedeniyle giysi, perde, yatak takımı, çatal-bıçak takımı, mobilya, aksesuar vb. ürünlere artan bir ilgi ve istek duyduklarını belirtmişlerdir. Bu dönemde ürünün moda değeri kullanım değerinden daha önemli hale gelmiş ve bu durum daha fazla sosyal sınıfı ve ürünü etkilemeye başlamıştır. Simmel (1904), Veblen (1912) ve McKendrick *et al.* (1982) sosyal rekabetin bu devrimin hareket gücü olduğunu belirtmişlerdir. Elizabeth döneminde tüketim daha çok soylular arasında yapılırken 18.yy'da diğer sosyal sınıflar da tüketim devrimine katılmış ve bu katılım batı geleneğinde ilk toptan tüketim dönemini başlatmıştır.

c) 19. yy'da tüketim

Yeni tüketici yaşam biçimlerinin ve bireyler ile nesneler arasındaki etkileşimin değişik şekillerde görüldüğü bir dönemdir. Bu dönemde tüketim patlaması yaşanmamasına rağmen tüketici ile sosyal değişimler arasında sürekli ve kalıcı dinamik bir ilişki yaratılmıştır. Departmanlı mağazalar, tüketim yapılan yerlerin görünüşünü, tüketilen ürünleri, tüketim için gerekli olan bilgiyi ve yaşam biçimini değiştirmiştir. Bu dönemde ürünlerin sembolik ve kültürel özelliklerinin kullanıldığı farklı pazarlama teknikleri planlanmış ve tüketim ürünlerine daha çok sosyal anlamlar yüklenmiştir. Kısacası, 19. yy günümüz tüketimini niteleyen özelliklerin olduğu bir dönem olarak görülmektedir (McCracken 1990).

Batı toplumlarında modern anlamda tüketim, sanayi devrimi ile başlamış, bir önceki çağa öncülük eden sosyal temalar ve düzenlemelerle alt toplumsal tabakalara doğru yayılmıştır. 1920'ler zenginlik ideolojisinin benimsendiği, ilk tüketicilik hareketinin görüldüğü dönemler olarak bilinmektedir. Bu dönemde kitle üretimi ve sosyal devlet anlayışı sonucunda 19.yy'dan sonraki döneme hakim olan demir, çelik, kimyasal

ürünler gibi ağır sanayi ürünlerinin yanısıra tüketim maddelerinin de üretildiği görülmüştür (Slater 1997, Zorlu 2003).

1940 ve 1950’ler kişilerarası güçlü sosyal ilişkilerin yaşandığı, çarşı esnafının ve müşterilerin birbirlerini isimleriyle tanıdığı, müşterilerin satılan ürünlerle ilgili bilgi sahibi olduğu yıllardır. 1950’lerin sonlarına doğru gelindiğinde ise yerel/mahalli dükkanlardan kompleks mağazacılık ve kapalı çarşı modeline geçilmiş ve “zengin toplum” kavramı oluşturulmuştur. Bu dönem sanayi, işletme, reklamlar ve hükümet politikalarında Amerikan rüyasının gözlendiği yıllar olarak bilinmektedir.

1970’lerin sonu 1980’lerin başlarına gelindiğinde gelişmiş kapitalist ekonomiler yeniden yapılanmaya başlamıştır. Tüketimciliğin yeniden keşfedildiği bu yıllar, tüketicinin dönemin kahramanı olarak görüldüğü, pazarlamada tüketimin üretimin önüne geçtiği, dizayn, ticaret, reklam ve ürün kavramlarının güç kazandığı, bireyin kimliğini belirleyen, anlam ileten ve sembolik tüketimin zafer olarak yansıtıldığı bir dönemdir (Slater 1997, Lee 2000).

Tüketim toplumuna ilişkin çalışmalar, 1980’lerdeki muhafazakar ve cumhuriyetçi hükümetlerin tüketimciliğe önem vermesiyle ve Guy Debarde ve Jean Baudrillard gibi bilim adamlarının tüketim toplumuna yönelik eleştirileriyle hız kazanmıştır (Daunton and Hilton 2001). Modern dünyada tüketim kültürü, sosyal uygulamalar ve kültürel değerler, düşünceler, amaçlar ve kimliklerle tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, günlük yaşamımız batı modernizmini temsil eden materyal eğilimlerle, kültürel formlarla ve ahlaki yargılarla şekillenmiştir (Burroughs and Rindfleisch 2002). Endüstrileşme ile ortaya çıkan yeni yaşam biçimi, dünya mallarına önem vermeyi, başarı ve ödülü de bununla ölçmeyi zorunlu kılmıştır. Hatta maddi nesnelere sahip olma ve onların sembolik anlatımları bir taraftan insanlar arasında farklılıklar yaratabildiği gibi tüketimin ve sahip olmanın artması ve yaygınlaşması sonucu tüketilenlerin benzeşmesiyle de farklılıkların ortadan kalkmaya başladığı ileri sürülmektedir (Odabaşı 1999). Bu açıdan bakıldığında toplum değerleri yalnızca tüketim uygulamaları aracılığıyla düzenlenmemekte aynı zamanda bunlardan elde edilen tatminlerle de

sağlanmaktadır. Dolayısıyla çağdaş toplumlar materyalist, “sahip olma” arzusunda olan, hedonist, narsist, tüketici egemen toplumlar olarak tanımlanabilir.

2.2 Materyalizm

Ekonomi, psikoloji ve tüketici araştırmalarında çoğunlukla materyalizm, tüketicinin dünyevi varlıklara verdiği önem veya kişisel mutluluk ve sosyal ilerlemeler için önemli olarak görülen maddiyata ve paraya eğilim şeklinde tanımlanmaktadır. Ancak materyalizm, kişisel tüketim amaçları ile çevrenin korunması gibi daha çok sosyal amaçlar arasında rekabet ortamı yaratan ve çok boyutlu incelenmesi gereken karmaşık bir olgudur.

2.2.1 Materyalizm kavramı

Yapılan çalışmalar, tüketerek mutlu olma anlayışının ilk defa 15. ve 16.yy. Avrupa’ında ortaya çıktığını, 16.yy İngiltere’inde, 19.yy Fransa’ında ve 19. ve 20. yy Amerika’ında ağırlık kazandığını göstermiştir. Tarihçiler, modern tüketimin tarihçesi ile ilgili anlaşmazlığa düşseler de endüstri ve endüstri sonrası dönemlerde yükselen bir değer olduğu konusunda hemfikirdirler (Belk 1985). Endüstrileşme sonucunda oluşan ekonomik gelişme ve kitle tüketim mallarındaki artış, dünya mallarına önem veren, başarı ve ödülününle ölçmeyi zorunlu kılan, tüketime dayalı materyalist yaşam biçimlerinin benimsenmesine neden olmuştur (Odabaşı 1999).

Popüler kültürde materyalizm, materyal ihtiyaçlara ve isteklere bağlılık, maneviyatı ihmal etme ve tamamıyla maddi ilgilere dayalı bir eğilim, düşünce ya da yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır (Anonymous 1989). 1950’li yılların sonundan itibaren materyalizm kavramı, tüketici araştırmalarında ilgi çekici bir konu olmaya başlamış ancak; araştırmacılar tarafından farklı şekillerde yorumlanmıştır (Kamineni 2005). Ward and Wackman’a (1971) göre materyalizm, bireysel mutluluğa erişmek ve sosyal kabulü sağlamak için parayı ve maddi varlıkları amaç olarak gören bir yönelimdir. Mukerji (1983), materyalizmi, sosyal amaçlara hizmet etmeyen, materyal ilgilerin ve

kişisel çıkarların üstün olduğu bir kültür sistemi olarak tanımlar. Rassuli and Hollander'a (1986) göre ise materyalizm, sahip olmaya ve harcamaya dayalı bir düşünce grubudur.

Psikolojik yaklaşımda, Micken and Roberts (1999) materyalist davranışların bir tercih olduğunu ve materyalistlerin objelere hem etiket hem de statü aracı olarak güvendiklerini ileri sürmüşlerdir. Browne and Kaldenberg (1997) ise materyalizmi, varlıklara odaklanan özellikler ve değerler kümesi şeklinde nitelendirmişlerdir. Bu yaklaşımda, maddi varlıklar ile mal ve mülkün, temel fiziksel ihtiyaçları karşılamada gerekli olduğu ancak varlık sahibi ve zengin olma isteğinin aslında mutluluğu arama ve ruhsal boşluğu giderme amacını taşıdığı vurgulanmıştır. Burroughs and Rindfleisch (2002) yaptıkları çalışmada, materyalizmin toplumsal değerler ile bireysel değerler arasında bir çatışma yarattığını ve sonucunun ruhsal gerilime yol açtığını saptamışlardır. Diğer taraftan iktisadi yaklaşımda materyalizm, genellikle kişinin maddi çıkarlarının peşinden koştuğu bir değer olarak görülmektedir (Flouri 1999). Materyalizmin popüler tanımı gösteriş ve statü düşkünlüğü, kıskançlık, etrafına ve sosyal konulara karşı duyarsızlık, bencillik, prensip yoksunluğu, güvensizlik, sahip olma arzusu ve ayrımcılık gibi özellikleri içermektedir (Fournier and Richins 1991). Tüm bu tanımlarda ortak payda bireyin objelerle kurduğu ilişkiyi ve bunları nasıl tükettiğini anlatmasıdır (Kilbourne *et al.* 2005).

Tüketim ile ilgili çalışmalarda materyalizmi ölçmek amacıyla çoğunlukla Belk (1985) ile Richins and Dawson'un (1992) geliştirdikleri ölçekler kullanılmaktadır. Belk (1985) materyalizmi, tüketicilerin dünyevi varlıklara verdiği önem şeklinde tanımlamış ve üç kişilik özelliği olan sahip olma, cimrilik ve özenmenin bir bileşimi olarak görmüştür.

Sahip olma

Sahip olma kavramı materyalizm olgusuyla yakından ilişkilidir. Belk (1985) sahip olma kavramını, kişinin varlıkları üzerinde kontrol sağlama ihtiyacı ya da isteği olarak tanımlamıştır. Sahip olmayı çoğunlukla belirli yaşantıları (örneğin; geçen sene tatilde

“oradaydım, bunu yaptım” gibi.), serveti (para, arsa, gayrimenkuller gibi) ve hatta diğer kişileri (çalışanım, arkadaşım, çocuğum gibi kişilerin varlığı üzerindeki kontrolünün olduğu durumlar) içeren somut varlıklar olarak görmektedir. Sahip olma ve elde etmeye odaklı faaliyetler materyalistler için bir başarı göstergesi ve mutluluk kaynağıdır (Kamineneni 2005).

Cimrilik

Belk’e (1985) göre cimrilik, kişinin sahip olduklarını başkalarıyla paylaşmaya isteksiz davranmasıdır. Richins and Dawson (1992) kişinin elde ettiklerine ve sahip olduklarına ilişkin kaygı duymasını paylaşımcı olma anlayışıyla uyuşmadığını vurgulamışlardır. Yapılan çalışmalar sahip olmaya odaklı eğilim ve cimrilik ile paylaşma davranışı arasındaki ilişkinin olumsuz olduğunu göstermektedir (Graham 1999). Richins and Dawson (1992) materyalistlerin kendi kullanımları için kaynaklarını ellerinde bulundurmaya tercih ettiklerini ve sahip olduklarını başkalarıyla paylaşmada isteksiz davrandıklarını saptamışlardır. Ayrıca, yüksek düzeyde materyalist kişilerin, daha az bağış yaptıklarını ve düşük düzeydeki materyalistlere göre parayı aile ve arkadaşları için harcama yerine kendileri için kullanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Özenme

Özenme, Schoeck (1966) tarafından başkasının mutluluğunu, başarısını, saygınlığını ya da sahip olduğu herhangi bir varlığı arzulama olarak tanımlanmıştır. Çoğunlukla kıskançlık kavramıyla karıştırılsa da özenme, başkasının sahip olup da kendisinin olamadığı varlıklara duyulan arzuyu içerir. Kıskançlık ise kişinin kendisinin sahip olduklarıyla ilgilenmektedir (Belk 1985). Richins and Dawson (1992) yaptıkları çalışmada, tüketicilerin özenme tutumları ile materyalizm ölçeğinden almış oldukları puanları arasında güçlü ve olumlu bir ilişkinin bulunduğunu belirlemişlerdir. Richins (1992) özenmenin kökenini sosyal karşılaştırma teorisiyle açıklamaktadır. Buna göre, sosyal bir karşılaştırmada öncelikli kriter olarak maddi varlıkları kullanan yüksek düzeydeki materyalist kişiler, düşük düzeydeki materyalistlere göre kendilerini ve başkalarını daha fazla yargılama eğilimindedirler (Graham 1999).

Richins and Dawson (1992) ise materyalizmi, maddi varlıklara önem veren bireysel bir değer olarak tanımlamış ve merkeziyetçilik (varlıkların yaşamda merkezi bir rol oynaması), mutluluk (varlıkların refahla ilintili olması) ve başarı (varlıkların başarı kriteri olarak görülmesi) ana başlıkları altında üç bölümde incelemişlerdir.

Merkeziyetçilik

Daun (1983) materyalist yaşam biçimini, yüksek düzeyde materyal tüketim faaliyetlerini amaç edinme olarak tanımlamıştır. Bu durum, günlük uğraşlar için bir amaç oluşturur, yaşama anlam katarak bir tutku haline gelir ve tüm potansiyel enerjiyi tüketir. Richins and Dawson (1992) bu yönelimi, bireyin sahip olduğu varlıklar ile mal ve mülklerini yaşamının merkezine koyma eğilimi olarak açıklamaktadırlar.

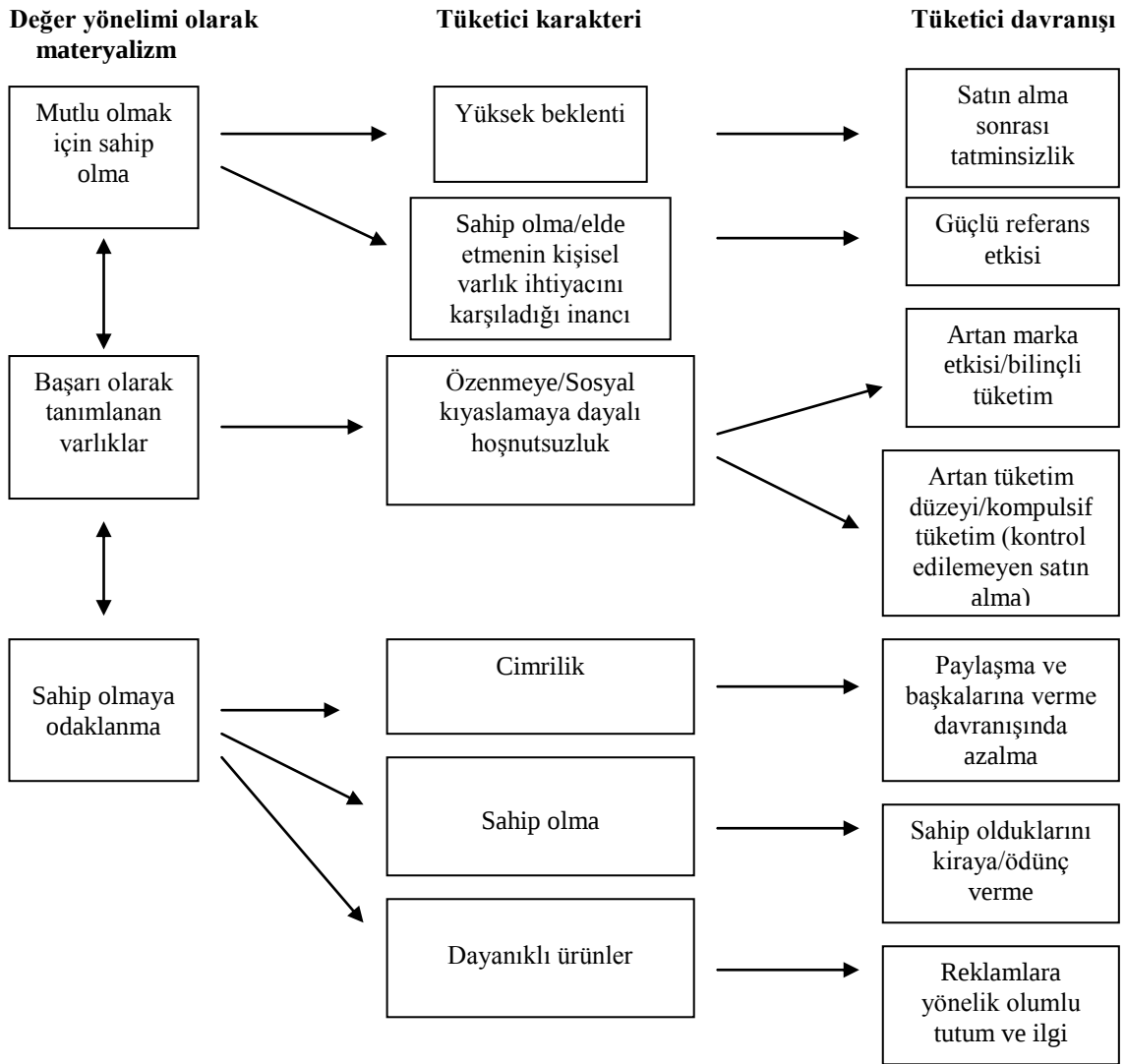
Mutluluk

Materyalistlere göre mutluluk, refaha erişmek için doğru varlıklara sahip olma inancıdır. Bu inanca göre daha iyi ve daha güzele sahip olan kişi daha mutlu olur (Ahuvia and Wong 2002). Aşırı tüketim yapılarak memnun ya da tatmin olma amaçlanır. Dolayısıyla materyal varlıklar, yüksek düzeyde materyalistler arasında yaşamlarında ve tatminlerinde hayati bir öneme sahiptir (Richins and Dawson 1992). Belk (1984) materyalistlerin mal ve mülkleri ve bunlara sahip olmayı, mutluluğun ve tatmin olmanın kaynağı olarak gördüklerini ve buna inandıklarını belirtmiştir.

Başarı

Materyalistler, sahip oldukları varlıkların kalitesi ve sayısı ile kendilerinin ve başkalarının başarısını yargılama eğilimindedirler. Yüksek düzeyde materyalist kişiler, diğer tüketicilere göre daha fazla statü bilicine sahiptirler. Hunt *et.al.* (1996) yaptıkları çalışmada, materyalistlerin mal ve mülklerini zenginlik göstergesi, başarının belirtisi, doğru düşünmenin ispatı olarak gördüklerini, Dittmar and Pepper (1994) ise yüksek düzeyde materyalist kişilerin düşük düzeydeki materyalistlere göre sayı ve kalite

açısından sahip oldukları varlıklarla kendilerini ve başkalarını kıyasladıklarını belirtmişlerdir. Rassuli and Hollander (1986) yaşam biçimleriyle kendilerini ve başkalarını karşılaştıran kişilerin, sahip olduğu varlıklara sağladıkları tatmin yerine ödedikleri para kadar değer verdiklerini saptamışlardır. Materyalistler, istenen ve istedikleri imajı yansıtan ürünlere sahip oldukları için kendilerini başarılı bulurlar (Odabaşı 1999). Richins and Dawson'a (1992) göre materyal değerler, özgüven eksikliğine, yaşamdaki tatminsizliğe ve yüksek gelire sahip olma arzusuna bağlı olarak değişmektedir. Bu yüzden materyalistler kişisel ilişkilerinde yetersiz ve başarısız olduklarında onların yerine maddi varlıklara önem vererek kendilerini başarılı sayarlar.



Şekil 2.1 Materyalizmin kavramsal şeması (Graham 1999)

Şekil 2.1’de materyalizm Richins and Dawson (1992)’ın tanımladığı üç değere bağlı olarak kavramsallaştırılmıştır. Şekilde birinci ve ikinci sütun arasındaki oklar, kişisel özellik, inanç yapısı ve sosyal algılama biçimi gibi tüketici karakteri ile materyalizmin değer yönelimleri arasındaki bağı tasvir etmektedir. İkinci ve üçüncü sütunda görülen oklar ise bu belirtilen tüketici karakterleri ile belirli tüketici davranışları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Şekilde, tüketici değerlerinin belirli tüketici karakterlerini yönlendirdiği vurgulanmaktadır. Buna göre belirli özellikler, belirli ve ölçülebilir tüketici davranışlarını şekillendirir (Graham 1999).

Bu tür yaklaşımlarla materyalizm, kişinin yaşamında objelere sahip olmanın ve onları elde etmenin önemine ilişkin tutumları ya da düşünce biçimlerini açıklar. Materyalistler için maddi varlıklar ve bunların elde edilmesi yaşam tarzını belirleyen bireysel amaçlardır (Hunt *et al.* 1996).

Mal canlılığı, mal ve mülkü tek gerçek değer kabul edip mutluluğu arama anlayışı, gerçekte tüketim kültürünün temelini oluşturur. Materyalizmin bir tüketim biçimi olduğunu ve tüketicilerin tüketim objelerinde bulunan değeri kendi algıları sonucunda belirginleştirdiğini gösteren çeşitli araştırmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmalarda tüketicinin nasıl tüketim yaptığını gösteren dört yaklaşımdan söz edilebilir:

- (i) *Deneyim olarak tüketim.* Tüketicinin, tüketim objelerine olan öznel, duygusal tepkileridir. Deneyimler nadiren tüketiciler tarafından oluşturulur. Tüketicilerin objeleri nasıl denedikleri onları yorumlayıcı biçimde bir çerçeve içinde gerçekleşir.
- (ii) *Bütünleşme olarak tüketim.* Tüketiciler tarafından kullanılan yöntemlerdir ve algılamayı zenginleştirir. Değerlendirilen tüketim objesi, tüketicinin kimliğinin ya da benliğinin unsurudur. Yani deneyim olarak tüketmenin aksine, objenin sembolik kullanımını oluşturmaya yönelik araçsal bir eylemdir. “Genişletilmiş benlik” ve “sembolik tüketim” konuları bu alanda bizlere geniş açıklamalar getirebilmektedir.
- (iii) *Oyun olarak tüketim.* Tüketme, sadece tüketim objeleri ile ilgilenmeye bağlı değildir. Aynı zamanda, tüketim objelerinin diğer tanıdık tüketiciler ile

etkileşmesinde de kaynak görevi görür. Başkalarınca beğenilme telaşı önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir.

- (iv) *Sınıfsal olarak tüketim*. Tüketicinin diğer uygun bireylerle ilişkili olarak kendilerini sınıflandırmada tüketim objelerini kullanma yollarıdır. Sınıflandırma uygulamaları, yakınlaşmak ya da farklılığı korumak ve zenginleştirmek için kullanılır. Örneğin; üst sınıfın üyeleri orta sınıfın bireylerince taklit edildiklerinde söz konusu olan ürünlerden hemen vazgeçerler.

Bu tüketim benzetmeleri, materyalizmin açıklanmasına katkıda bulunur. Materyalistler, tüketim öğelerine daha çok önem verirler ve herşeyin maddi varlıklara sahip olmayla gerçekleşeceğine inanırlar ve yaşamlarındaki ilk hedef bu olur. “Herkesin ve herşeyin bir fiyatı vardır” sözü onlar için vazgeçilmez bir düsturdur (Odabaşı 1999).

Çalışmalarda, materyalist bireylerin temel özellikleri şu şekilde sıralanmıştır:

1. Materyalistler, mal-mülk ile varlık sahibi olmaya ve bunların anlamlarına düşük düzeydeki materyalistlere göre daha fazla değer verirler. Ayrıca mal-mülk elde etme yaşamlarındaki diğer amaçlardan ve diğer insanlarla olan ilişkilerinden çok daha önemlidir (Richins and Dawson 1992).
2. Materyalistler ben merkezcidirler ve objeye verdikleri önem onları bencil yapar. Paylaşma ve başkalarına verme duyguları oldukça düşüktür (Odabaşı 1999). Wachtel (1983) mal ve mülk ile servetin vurgulandığı ortamlarda, toplumsal amaçlar yerine bencilliğin ve yalnızlığı aramanın hakim olduğunu ileri sürmüştür.
3. Materyalistler gönüllü sadelik yerine karmaşık bir hayata sahip olmayı tercih ederler. Çoğunlukla ekonomik büyümeye ve problemleri çözmek için teknolojiye güven duymakta, doğaya ya da çevreye karşı ilgisiz kalmaktadırlar.
4. Diğer insanlara göre sahip oldukları varlıklarla yaşamlarından daha az tatmin duyarlar ve bu durum kaçınılmaz bir şekilde hoşnutsuzluğu ve memnuniyetsizliği beraberinde getirir (Richins and Dawson 1992)

2.2.2 Materyalizmin ölçümü

1980'lerin ortasına kadar materyalizmle ilgili çok az çalışmanın yapılmış olması, uygun ölçüm tekniklerinin belirlenmesini engellemiştir (Richins and Rudmin 1994). Ancak tüketicinin sosyalizasyonu sürecinde materyalizmin öneminin anlaşılması ölçeklerin oluşturulmasında önemli bir etken olmuştur. Materyalizm ölçekleri, kişinin mutluluk da dahil olmak üzere arzu edilen hedeflere ulaşmak için varlıklara ve bunların elde edilmesine verdiği önemi saptamak amacıyla geliştirilmiştir (Griffin *et al.* 2004). Bireysel ve sosyal olabildiği gibi yararlı ve zararlı, yerel ve uluslararası özelliklere de sahip olan materyalizm, çok yönlü ve karmaşık bir olgudur. Materyalizm ölçekleri bireysel ya da mikro açıdan değerlendirildiğinde, kişisel özellikler, değerler ve etik konularını içerirken sosyal ya da makro açıdan değerlendirildiğinde; olumlu ve olumsuz yönleriyle birlikte ele alınmaktadır (Kilbourne *et al.* 2005). Materyalizm ölçümü, araştırmanın amacına ve içeriğine bağlı olarak iki farklı görüş ile incelenebilir: (i) Bireysel düzeyde materyalizm analizi ve (ii) Kültürel düzeyde materyalizm analizi.

Bireysel düzeyde materyalizm analizi

Birçok çalışma, bireysel farklılıklara göre materyalizm kavramını incelemeye çalışmıştır. Bireylerin materyalizm düzeyleri ile harcama alışkanlıkları, iş motivasyonları arasındaki ilişkinin araştırılması bu çalışmalara örnektir. Bireysel analiz çalışmalarında farklı ölçüm teknikleri kullanılmasına karşın sadece iki çalışma psikometrik temellere dayandırılmıştır:

- Belk (1985) geliştirdiği üç kişisel özelliğe dayalı materyalizm ölçeğinde “sahip olma” (Başkalarının eşyalarını kullanmasından rahatsızlık duyarım), “cimrilik” (Yakın arkadaşlarımdan dışında eşyalarını ödünç vermekten hoşlanmam) ve “özenme” (Arkadaşlarım bir şeye sahip olduğunda bu durumun canımı sıkmasına katlanamam) alt ölçeklerini kullanmıştır.
- Richins and Dawson (1992) geliştirdikleri ölçekte, materyalizmi kişisel özellikler yerine tüketici değeri olarak incelemişler ve “merkeziyetçilik” (Fonksiyonel olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım), “mutluluk” (Sahip olmadığım şeylere sahip olsaydım daha mutlu olurum) ve “başarı” (İnsanları

- etkileyen şeylere sahip olmayı severim) olarak tanımlanan üç alt ölçekle doğrudan materyalizmi ölçmüşlerdir.

Kültürel düzeyde materyalizm analizi

Bir kültür içinde materyalizm düzeyini araştırma ya da kültürlerarası karşılaştırma yapma amacı ile değerlendirilen ikinci görüş, kültürel düzeyde materyalizm analizidir. Bu konuda iki farklı yaklaşım kullanılmıştır. Bunlardan birincisi, Inglehart (1990)'ın materyal varlıklar yerine, ait olma ve kendini ifade etme gibi değerleri vurguladığı ve post-materyalist toplumları belirlemek amacıyla Avrupa'da gerçekleştirdiği kapsamlı çalışmadır. Araştırmada 12 amaç listelenmiş ve katılımcılar önemli buldukları amaçları sahip oldukları materyalist ve post-materyalist değerlere göre sınıflandırmışlardır. İkinci yaklaşım ise kültürel düzeyde memnuniyet analizidir. Belk and Pollay (1985)'ın 1900 ve 1980 yılları arasında ABD'de basılı reklamlarda işlenen materyalizmi incelemek amacıyla yürüttükleri çalışma, Tse *et al.* (1989)'ın Hong Kong, Çin ve Tayvan'da reklamlardaki tüketici değerini karşılaştırdıkları araştırma, Ger and Belk (1999)'ın Romanya, Türkiye, ABD ve Batı Avrupa'daki materyalist eğilimleri belirlemek üzere yaptıkları çalışma memnuniyet analizi için örnek olarak verilebilir.

Hem bireysel ve hem de kültürel düzeylerde yapılan analizlerin temel amaçlarından biri, sahip olunan maddi varlıkların sayısına ve kalitesine göre kişinin kendisinin ve başkasının başarısını ve refahını değerlendirmesini sağlamaktır. Sosyo-kültürel açıdan bakıldığında, maddi varlıkların anlamı, kişinin kim olduğuyla ilgili toplumsal görüşün belirlenmesine yardımcı olur. Sahip olunan varlıklar ile kişinin sosyal konumuyla ilgili algının etkileneceği düşünülür (Dittmar and Pepper 1994). Belk (1985)'in çalışması dışındaki ölçüm tekniklerinin hiçbirisi ölçek geliştirmek üzere kabul edilmiş standart bir metoda sahip değildir. Önceki yıllarda yapılan çalışmalarda materyalizmi ölçme yaklaşımları iki gruba ayrılmıştır: (i) İlgili kavramları ölçerek materyalizm düzeyini anlama. (ii) İlgili tutumları ölçerek materyalizm düzeyini anlama. Çizelge 2.1'de çeşitli araştırmacıların geliştirdikleri diğer ölçekler gösterilmektedir.

Çizelge 2.1 Çalışmalarda geliştirilen materyalizm ölçekleri (Richins and Dawson 1992)

Çalışma ¹	Örneklem grubu	Ölçüm
I. Materyalizmle ilgili kavramların ölçümü		
Dickins and Ferguson (1957)	7–8 ile 11–12 yaşındaki çocuklar	5 adet açık uçlu soruya verilen yanıtlara ilişkin içerik analizi: “Üç dileğinizin gerçekleşeceğini bilseydiniz neyi dilerdiniz?” gibi.
Justice and Birkman (1972)	Çalışan yetişkinler ve hapisane bulunan kimseler	Birkman’ın mesleki ilgi ve tutum alt-ölçeğinden yararlanarak sosyal algı ve imaja ilişkin doğru-yanlış sorularıyla materyalizmi ölçme.
Bengston and Lovejoy (1973)	Bir ailede üç nesli temsil eden kişiler	Materyalizmin/Humanizmin faktör sonuçlarının 16 değerın sıralanmasına dayalı olması. “finans”, “varlıklar”, “hizmet” gibi.
Bursdal (1975)	Üniversite öğrencileri ve askeri personel	Materialist motivasyonların Cattell’in motivasyon testinden çıkan faktör sonuçları.
Jackson <i>et.al.</i> (1976)	Farklı kültürlerdeki yetişkinler ve üniversite öğrencileri	Likert soru tipini ve sıfat maddelerini içeren 6 boyutlu başarı ölçeğinin elde etme alt-ölçeği.
Inglehart (1981)	Avrupa ve Amerika’daki yetişkinler	Materyalist ve post-materyalist amaçlar. Önem sırasına göre 12 amacın sıralanması: “Şehrimizi daha yaşanabilir hale getirmeye çalışmalıyız”
Belk (1984)	Üniversite öğrencileri ve yetişkinler	İmrenme, cimrilik ve sahip olma başlıklı kişilik özelliklerine ilişkin 24 maddelik Likert tipi ölçek: “İstedığı şeyleri satın alan kişileri gördüğümde canım sıkılır”, “yakın arkadaşlarımda olsa eşyalarımı ödünç vermekten hoşlanmam” gibi.
II. Materyalist tutumların ölçümü		
Campbell (1969)	Üniversite öğrencileri, yetişkinler	Materyalizm; 8 maddeli çoktan seçmeli ölçek: “Nesneler, gramofon ve şampanyaya sahip olan insanlar gibi olsaydı, savaşların modası geçerdi”.
Wackman <i>et.al.</i> (1972)	Adölesanlar	Materyalizm; 5 maddeli Likert tipi ölçek: “Paranın mutluluğu satın aldığı yargısı kesinlikle doğrudur”
Moschis and Churchill (1978)	Adölesanlar	Materyalizm; Wackman <i>et.al</i> (1972) adapte edilen 6 madde
De Young (1986)	Yetişkinler	4 maddeli beş düzeyli materyalist olmayan eğilimler: “Her şeyi parayla ölçmem”, “materyal olmayan şeylerden mutluluk duymaya çalışırım”
Richins (1987)	Yetişkinler	Materyalizm; 6 maddeli 2 alt-ölçekli Likert tipi ölçek: “Güzel şeylere sahip olma, benim için çok önemlidir”.
Heslin <i>et.al.</i> (1989)	Öğrenciler	Savurganlık başlıklı alt-ölçeğe sahip 6 maddeli Likert tipi materyalizm ölçeği
Fournier and Richins (1991)	Yetişkinler	Deneklerin materyalist bireyleri tanımladığı açık uçlu sorular.
Richins and Dawson (1992)	Yetişkinler	Materyalizm; 18 maddeli üç alt-ölçekli Likert tipi ölçek: “Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum”, “Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder” gibi.
Bachmann (1997)	8–16 yaş arası çocuklar	Materyalizm; 5 maddeli, evet-hayır seçenekli ölçek.

¹ Birden fazla çalışmada kullanılan ölçekler

² Araştırmacı tarafından kaynağa ilave edilmiştir.

Çizelge 2.1’de görüldüğü gibi, örneğin; Dickins and Ferguson (1957) çocukların belirttiği dileklerle ve büyüdüklerinde olmak istedikleri mesleklerle materyalizmi değerlendirmiştir. Belk (1984) ise, çalışmasında belirli kişisel özellikler ile materyalizm arasındaki kuramsal ilişkiyi incelemiş ve ölçeğini geliştirmek üzere psikometrik prensipleri kullanmıştır.

Materyalizm ölçümünde en çok desteklenen tekniklerden birisi Inglehart (1981)’ın maddi varlıklar haricinde bireylerin ait olma ve kendini ifade etme gibi değerleri vurguladığı ve post-materyalist toplumları belirlemek amacıyla kullandığı materyalizm ölçeğidir. Avrupa’da yürüttüğü bu çalışmasında, 12 amaç sıralamış ve en fazla değer verilen sosyal amaçlara göre materyalist ve post-materyalist değerlere sahip denekleri sınıflandırmıştır. Ancak tüketici davranışı araştırmaları açısından bakıldığında bu ölçek, çoğu tüketicinin günlük amaçlarından uzak olması ve günlük tüketim tercihlerinde önemli bir etki yaratmaması nedeniyle problem yaratmaktadır. Buna ilaveten bu yaklaşım materyalizmin çok boyutlu ve karmaşık yapısını doğrudan ölçmemekte ve ardışık ölçüm düzeyi nedeniyle materyal değerlerin gücünde bireysel farklılıklar yaratmamaktadır (Richins and Dawson 1992).

Araştırmacılardan bazıları ise doğrudan materyalizmin kendisini değerlendirdikleri tutum ölçeklerini kullanmışlardır. Bu tür ölçekler, “para mutluluk getirir” , “güzel şeylere sahip olma benim için önemlidir” vs. gibi değer ya da amaçlara ilişkin belirli yargıları içeren Likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Doğrudan materyalizmi ölçen bu tür ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilir olduğu ve sosyal bilimlerde materyalizme ilişkin araştırmaların çoğunda kullanıldığı görülmüştür. Araştırmacılar bu tür ölçekleri kullanarak materyalist değerlerin ekonomik ve psikolojik değişkenlerle ne kadar ilgili olduğunu öğrenmeye başlamışlardır (Dean 2005). Örneğin; Christopher and Schlenker (2004) materyalizm düzeyi yüksek kişilerin düşük materyalistlere göre toplumsal imajlarına daha fazla önem verdiklerini saptamışlardır.

2.2.3 Değer olarak materyalizm

Değer kelimesi Latince “valere” kelimesinden gelmiş olup güçlü, layık, yakışır anlamındadır. Oxford İngilizce Sözlüğü (1989)’nde ise bir şeye önem verme, yararlılık ve layık olma ya da uygun bulma olarak belirtilmiştir. Rokeach (1968) değeri belirli durumlara ve acil amaçların ötesinde daha nihai varlıklara karşı olan uygulama ve yargılamalara yol gösteren inançlar şeklinde tanımlamıştır. Değerler, kişinin veya sosyal grubun kabul ettiği ya da yaşamında değerli ve önemli olanı yargıladığı ahlaki standartlar ya da prensiplerdir. Değerler seçenekleri düşünmemize yardım eder ve öncelikler arasında hangisinin tercih edileceğini göstererek davranışı etkiler ve güdüleri şekillendirir. Buna göre değerler tüketim davranışlarına sadece yol gösterir; tüketim koşullarıyla ilgilenmez (Kilbourne *et al.* 2005).

Materyalizmin ürün çeşitleri kadar satın alınan ürünlerin miktarını da etkilediği düşünülürse bireysel başarıyı ve mutluluğu tanımlamada ürünleri kullanır. Bu durumda materyalizmin bir değer yönelimi olduğu düşünülebilir. Yani, materyalizm, insanların çevrelerinde meydana gelen olayları yorumlamak için kullandıkları yapıyı içermektedir. Bu da “kişisel yapı” olarak tanımlanır. Bu alanda ilk gelişmeyi ortaya atan Kelly’e (1955) göre kişisel yapı, insanların çevresindeki olayları ve bireyleri anlamak için kullandığı düşünsel bir boyuttur (Hunt *et al* 1996). Düşünme süreçleri bilişsel planda deneyimlere bağlı olarak gelişir ve gelişen bu yapıyı kişiler, gelecekte karşılaştıkları olayların anlamlarını çıkarmada kullanır (Aydın ve Uşak 2003). Bu sistem olayları mevcut yapılarla uyumluluğuna göre açıklar. İnsanlar deneyimleriyle oluşan olayları önceden fark etmesine, açıklamasına ve kontrol etmesine yardımcı olan bu yapıları araştırır ve geliştirir. Destekleyici nitelikteki bu tür yapılar da değer sistemlerini oluşturur. Materyalistler için eğlence, başarı, kazanç gibi değerler görünürde üstün değerlerdir. Bu yüzden de bilgi süreci yapıları bu değerleri baskı altına alır (Hunt *et.al* 1996). Bu tür süreçlerle, objelerin anlamı, tüketicilerin bireysel değerlerini ve benliklerini sembolize eder (Richins and Rudmin 1994). Richins (1994) yaptığı çalışmada, sahip olma ile bireysel değerler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve sonuçta bireylerin değerlerine bağlı olarak sahip oldukları varlıklara farklı anlamlar yüklediklerini saptamıştır.

Değerin tutum ve davranışları yargılayan ve belirli nesnelere ve durumlara karşı yol gösteren bir özelliği vardır. Dolayısıyla materyalistler arasında varlıklara sahip olma ve bunları edinme isteği ile yaşamlarındaki diğer şeylere karşı mal-mülke öncelik vermeleri materyalizmin bir değer olduğunu gösterir. Materyalizmin bir değer olarak tanımlanması materyalizmin kişinin mutluluğunu da içeren sonsuz isteklere ulaşmada arzu ettiği veya gerekli gördüğü davranışlarla uyumludur (Richins and Dawson 1992).

2.2.4 Materyalist değerlerin gelişimi

Araştırmalar materyalist değerlerin iki şekilde geliştiğini göstermiştir: (a) Güvensizliğin neden olduğu deneyimler, (b) Sosyalleşme ve öğrenme süreçleriyle materyalist değerlerin gelişimini doğrudan etkileyen sosyal modeller (Chan *et al.* 2006).

Güvensizlik, insanların kendi kendini yönetme, yeterlilik ve ilgili olma gibi temel psikolojik ihtiyaçların gerçekleşmesini engelleyen çevreleri ve deneyimleri kapsar. Araştırmalar, bireylerin belirli psikolojik ihtiyaçlarını desteklemeyen çevrelerde yaşadıkları için daha materyalist hale geldiklerini göstermiştir. İnsanların yaşadığı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel çevre materyalist değerlerin gelişmesi ve ihtiyaçların karşılanması için son derece önemlidir.

İnsanlar doğdukları andan itibaren aile değerleri, aile üyelerinin ve akranlarının yaşam biçimleri ve medya gibi popüler kültür kaynakları aracılığı ile paranın ve varlık sahibi olmanın önemli olduğuna ilişkin mesajlar alırlar. Yaşam boyu devam eden öğrenme süreci ile birey, bu mesajları kullanarak kültürel ve sosyal tutum ve davranış düzenlerine uyum sağlamaya çalışır (Kasser *et al.* 2004).

Birçok davranış modeli gibi çocuk ve gençlikte edinilen tüketim kalıpları ve tercihleri adolesan dönemi boyunca şekillenmekte ve değişmektedir. Bireyin yaşlanmaya bağlı olgunlaşmasının bir sonucu olarak da çevreye uyumunu sağlayacak değişimlerin ortaya çıkması beklenmekte, olgunlaşmasının gelecekteki rol beklentilerinin gelişiminde temel bir faktör olduğuna inanılmaktadır (Dursun 1993). 3–7 yaş arası kapsayan algısal

evrede çocuklar pazarın ayırt edici özelliklerinin farkındadırlar. Sahip olmanın değeri, çok şeye sahip olma gibi yüzeysel özelliklere dayandırılır. 7–11 yaşlarını kapsayan analitik evrede, çocuklar bazı tüketici bilgi ve becerilerine hakimdirler. Bu dönemde ürün kategorisi ya da fiyatı gibi kavramları işlevsel ya da dikkate değer faktörler olarak düşünürler (Chan 2003). Kohlberg'e (1987) göre 9 yaşına kadar olan ahlaki gelişim dönemindeki çocuklar için ihtiyaçlar ve istekler önceliklidir. Materyalizm kavramı “bunu istiyorum, onu bana al” gibi elde etmeye yönelik davranışlarla ilişkilidir ve onlara göre para, bütün bu objeleri satın almak için vardır. Bu dönemde materyalizm objeleri satın alma isteğini, gerekli olan parayı ve parayı garantileyen işi kapsar (Goldberg *et al* 2003). 11–16 yaşları arasındaki yansıtma evresi ise adölesanların marka ve fiyat gibi pazar kavramları hakkında geniş bir bilgiye sahip olduğu dönemdir (Chan 2003).

Bireyler davranışsal düzenlemeleri, ailevi ve kültürel değerleri kabul eden eğilimlere sahiptirler. Yapılan çalışmalar çocukların materyalist değerlerinin sosyal çevreleriyle şekillendiğini, kısmen de olsa aile değerlerini taklit ederek geliştiğini göstermiştir. Aynı zamanda çocuklarda bu değerlerin sağlamlaştırılması ve cesaretlendirilmesi ailenin davranışlarına da bağlıdır.

Ailenin yapısındaki değişimler de materyalist değerleri doğrudan etkiler. Çocukluk dönemi boyunca değişikliklerle karşı karşıya kalan genç yetişkinlerin, kendilerini güvensiz hissettiklerinde kontrol edebilecekleri kişi ya da objelere sahip olarak duygularını telkin etmeye çalıştıkları görülmüştür. Ayrıca aileleriyle daha az iletişim içinde olan çocukların daha az arzu edilir tüketim faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ve aileleriyle sık iletişime geçen çocuklara göre daha materyalist oldukları bulunmuştur (Rindfleisch *et al.* 1997).

Zengin aile çocuklarının istedikleri ve arzu ettikleri çoğu şeye sahip olduğu düşünüldüğü gibi çoğu insan zenginlerin daha materyalist olduğuna inanır. Ancak materyalist değerlere ilişkin bulgular bu hipotezle uyumluluk göstermemektedir. Yoksulluk, bireylerin temel fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayamamalarına

ilişkin endişe duydukları koşulları yaratır. Bu ihtiyaçlarını gidermek üzere yaptıkları girişimlerde ise önemli bir kısmı materyalist amaçlara yönelmeye başlar (Kasser 2002).

Materyalist mesaj kaynaklarından birisi de televizyon aracılığıyla temsil edilen popüler kültür ve medyadır. “Tamam mı devam mı?”, “Kim 500 bin ister?”, “Var mısın yok musun?” gibi yarışma programları, TV dizileri ve reklamlarla materyalizm yüceltilmekte/desteklenmekte ve tüketici düşler dünyasında kendi oluşturduğu ya da kendisine empoze edilen fantezileri gerçekleştirme yolunu benimsemektedir. Buna ilaveten metin yazarları, yapımcılar yeni benlik yaratma konusunda büyük çabalar harcar ve bunu gerçekleştirmede işaretlerden, sembollerden yararlanırlar. Bu gibi teknikler ürün ile arzu edilen sonuçlar arasında bir ilişki kurar ve modelleme yoluyla tüketici davranışını öğretir. Ayrıca araştırmalar televizyon izleme ile materyalizm arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu göstermiştir (Odabaşı 1999, Kasser *et al.* 2004).

Yaşam biçimi ve yaşam boyunca meydana gelen değişimler de yüksek ve düşük materyalist değerlere sahip kişiler üzerinde farklı etkiler yaratmaktadır. Çizelge 2.2’de çeşitli faaliyetlerin yüksek ve düşük materyalist değerlere sahip kişiler tarafından değerlendirilmesi gösterilmiştir.

Çizelge 2.2 Materyalizmin birçok faaliyetler açısından değerlendirilmesi (Featherstone 1991)

Aktiviteler/Koşullar	Yüksek materyalist bakış	Düşük materyalist bakış
Restoranda yemek yeme	Özel ve pahalı servis isteği	Memnuniyet
Pahalı araba satın alma	Mutlu olma, yaşamın değerinin artması	Statü olarak zenginlik ve saçmalık
Bahçeli ev	Sahip olma arzusu	Bahçe ile uğraşma isteği
Ek maaş	Öncelik verme	Temkinli olma
Hayırseverlik	Bazen iyi bazen kötü	İyi, cömert
Doğum günü hediyesi	Çocukları mutlu etme, minnettarlık uyandırma	Kullanışlı bir şey olmalı
Diğerlerine yardım etme	Takdir edilmez	İçten gayret gösterme
Hediye	Satın alma	Başkalarıyla paylaşma
Mutluluk kaynağı	Para, başarı	Sağlık

2.3. Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutum Ve Davranışları

Yaşamın var oluşundan bu yana çevresini değiştirerek sürdüren, gelişebilmek için doğanın zenginliklerinden sınırsızca yararlanan insan, kendi eylemleriyle kirlettiği çevre ile yaşamını tehdit eder duruma gelmiştir. Ne yazık ki verdiği zararların kendisini tehdit etmeye başladığını fark ettikten sonra çevre değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak üzere arayışlara girmiştir. Ancak bu ortak sorunla başa çıkabilmenin temel yolu bireyleri bilinçlendirmek ve çevreye yönelik olumlu tutum ve davranış sahibi olmalarını sağlamaktır.

2.3.1 Çevreye yönelik davranış

Çevreye yönelik davranışı belirlemek üzere bireysel ve sosyal faktörler ile politik tutumları içeren farklı bağımsız değişkenlerin kullanıldığı çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bütün bağımsız değişkenler kullanıldığında davranış ile koşullar arasında tutarsız bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu tutarsızlığın nedeni, ölçüm yetersizliğinden ve problemlerin yeteri kadar tanımlanmamasından kaynaklanmaktadır. Stern (2000) çevreye yönelik davranışın tek boyutlu yapıda olmadığını ve bu nedenle bulguların farklı faktörlere bağlı davranışları gösterdiği için ölçüm probleminin yaşandığını ileri sürmüştür. Davranışı sınıflandırmanın tek yolu özel ve genel (alanları) davranışları birbirinden ayırmaktır. Genel davranış, çevre topluluklarına katılma, bunları destekleme, antlaşmaları imzalama gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Bu tür davranışlar, doğrudan ve eylemci davranışlardan farklı olarak kamu politikalarını etkiler ve çevreye fayda sağlar. Özel davranış ise yeşil tüketim, geri dönüşüm, organik gıda tüketimi gibi faaliyetleri içerir. Çevre üzerinde doğrudan etkisi olan bu tür davranışlar herkes aynı şekilde davrandığında daha etkili olur.

Dietze *et.al.* (1998) tüketici davranışı, çevre vatandaşlığı ve politik destek olmak üzere üç türlü çevre sorumlu davranışı tanımlamışlardır. İlk ikisi göreceli olarak özel ve genel davranışlarla ilgili iken üçüncüsü yüksek vergi, pahalı fiyat uygulaması ve az tüketme gibi ekonomik fedakarlıklara istekli olmayı içerir (Kilbourne and Pickett 2007). Ancak tüketicilerin çoğu çevre sorunlarına ilişkin kaygılarını belirtse de çok azı yaşam

biçimlerini değiştirerek kişisel harcamalarında kısıtlama yapmayı kabul etmektedir. Örneğin; tüketicilerin çoğu geri dönüşüm uygulamalarını gerekli görmesine rağmen çevre sorunlarının %30-40'ı hanhalklarının tüketim faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Araştırma sonuçlarından bazıları, çevreye yönelik tutum ve davranış arasında zayıf bir ilişki olduğunu gösterirken bazıları da çevreye yönelik davranış ve niyet arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ileri sürmüştür. Küreselleşen dünyamızda çevre konularına ilişkin bilginin, çevre problemlerine yönelik tutumların ve çevre dostu davranışların kültürle göre değiştiğini gösteren bulgular da bulunmaktadır (Laroche *et al.* 2002).

2.3.2 Çevreye yönelik tutum

Tutum, bireylerin belirli bir kişi, obje ya da durumla ilgili sahip olduğu bilişsel, duygusal ve davranışsal özellikteki olumlu ya da olumsuz eğilimleridir (Anonim 2007, Kollmuss and Agyeman 2002). Çevreye yönelik tutumların çevre davranışı üzerinde çok az etkisinin olduğu bulunmuştur. Diekmann and Preisendoerfer (1992) yaptıkları çalışmada, çevreye duyarlı kişilerin geri dönüşüm gibi çevresel faaliyetlere katıldıklarını, otomobil kullanma ya da uçağa binme gibi daha pahalı ve zahmetli faaliyetlere katılmadıklarını saptamışlardır. Gigliotti (1994) üniversite öğrencilerinin çevreye yönelik davranışta bulunma durumlarını incelediği çalışmasında, teknolojik gelişme sayesinde çevre sorunlarının çözüleceğine inanan gençlerin, yaşam şekillerinde fedakarlık yapmaya isteksiz olduklarını belirlemiştir. Çevreye karşı duyarlı olduğunu belirten tüketicilerin çevre dostu ürünleri satın almayı tercih etmemesi gibi nedenlerden dolayı çevreye yönelik tutum ve davranışlar arasında bir farklılık bulunmaktadır. Rajecki (1982) bu farklılığı dört nedenle tanımlamıştır:

(i) *Dolaylı deneyimlere karşı dolaysız deneyimler*: Dolaylı deneyimler dolaysızlara göre bireylerin davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Başka bir deyişle, okulda çevre sorunları ile ilgili bilgi edinme gibi dolaylı deneyimler, bir nehirde ölmüş balığı görme gibi dolaysız deneyimlerin aksine tutum ve davranışlar arasında zayıf bir ilişkiye neden olacaktır.

(ii) *Kuralcı etkiler*: Sosyal normlar, kültürel ve aileye ilişkin gelenek ve görenekler bireylerin tutumlarını etkiler ve şekillendirir.

(iii) *Geçici bir süre için muhalif olma:* Örneğin; Çernobil kazasından sonra İsviçrelilerin büyük çoğunluğu nükleer enerjiye karşı çıkmıştır. Bu olaydan iki sene sonra İsviçre’de 10 yıl boyunca yeni nükleer reaktörlerin inşa edilmemesi için yapılan referandumdan çok az bir farkla kabul oyu çıkmıştır. Yani, tutum ve faaliyetlere ilişkin veri toplandığında sonuçlarda tutarsızlıklar görülebilir.

(iv) *Tutum-davranış ölçümü:* Tutumların ölçümü davranışlara göre daha kapsamlıdır. “Çevreyi önemsiyor musun?” sorusu tutumu ölçerken, “Geri dönüşümü kullanırmısınız?” sorusu davranışa ilişkindir.

Ajzen and Fishbein (1980) tutum ve davranış arasında yüksek düzeyde bir ilişki bulmayı amaçlayan bir araştırmacının belirli davranışlara yönelik tutumları ölçmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Örneğin; otomobil kullanma ile iklim değişikliğine yönelik tutumlar karşılaştırıldığında genellikle ikisi arasında herhangi bir ilişki görülmez. Hatta iklim değişikliği ile ilgili kaygı duyan bir kimse otomobil kullanma eğilimindedir; çünkü iklim değişikliğine yönelik tutumu otomobil kullanma davranışı ile ilişkili değildir (Kollmuss and Agyeman 2002). Buna göre sosyal ve bireysel normlar gibi davranışa yönelik değişkenleri birleştirip uygun bir şekilde eşleştirmenin yapılması tutum ve davranış arasındaki ilişkiyi güçlendirecektir (Mainieri *et al.* 1997).

2.3.3 Çevre duyarlılığı

İnsanoğlu, başta fizyolojik ihtiyaçları olmak üzere tüm ihtiyaçlarını etkileşim içinde olduğu çevreden karşılar. Ancak eline geçirdiği tüm doğal kaynakları dilediği gibi ve sorumsuzca kullandığı için ciddi çevre sorunlarıyla karşı karşıyadır. Son 200 yıl içinde özellikle Avrupa’da görülen endüstrileşme faaliyetlerinin bugünkü sürecin hızlanmasında önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir.

Endüstrileşme çabaları içinde iktisadi anlamda bir “serbest mal” olarak görülen çevre/doğa günümüze kadar yoğun bir kullanım evresi geçirmiştir. Bu süreç içinde, doğadan alınan kaynakları yenilemek bir yana, bozulan doğal dengelerin onarılması yönünde de önemli sayılabilecek çalışmalar görülmemektedir. Çevre sorunları olarak

yaşanılan bütün olumsuzluklar (kirlenmeler, bozulmalar), aslında birer sorun olmaktan daha çok tüketimin doğal bir sonucudur.

İnsandaki doymazlığın en belirgin ispatı olan ilerleme, mükemmele erişme yolundaki insanoğlunun bir türlü erişemediği düşüdüdür. İnsanlar sahip oldukları statü ve refah düzeylerini daha da yükseltmek için üstün bir çaba içindedir. Yeni statüler elde etmek, yeni araçlar ve eşyalar satın almak ve daha rahat yaşamak için daha fazla kazanmak zorundadırlar. Gelir düzeyinin artması ile birlikte daha fazla tüketimin kapısı açılmıştır. Daha fazla tüketim doğal olarak daha çok üretimi ve daha fazla kaynak kullanımını gerektirir. Dolayısıyla çevredeki bozulmaların temelinde, tüketim olgusu önemli bir yer tutar. Genel anlamı içinde günümüzde yaşanan çevre sorunları, üretimin dolayısıyla tüketimin dışı vurmuş bir sonucu olarak görülebilir (Gökdayı 1997).

Ulusal kaynakların ülke çıkarlarına uygun değerdendirilememesi ve çevre duyarsızlığının, uluslararası alandaki işbirliği ve barışçıl diyalog eksikliği ile birleşmesi; çevre sorunlarının tehlikeli boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda çevreye yönelik bütün sorunlar, bilinçli olmayan insanların kendilerini doğrudan etkilemediğini düşündükleri olaylara karşı duyarsız kalmalarından da kaynaklanmaktadır. Çevreye bir bütün olarak toplumsal ve evrensel olarak sahip çıkılması, sorunların derinlemesine kavranarak, çözümlerinin araştırılması ve dünyanın “insanlığın ortak mirası” ortak görüşüne ağırlık verilmesi 1960’larda konuşılmaya başlanmıştır (Özmen vd. 2005).

Birleşmiş Milletlerin 1987 yılında yayınladığı “Ortak Geleceğimiz” raporu çevre ile ekonomik kalkınmanın birlikte düşünülmesi ve bugünkü ihtiyaçların, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamalarına engel olmayacak şekilde karşılanması gerekliliğini vurgulayarak, çevreci hareketlerin yasal destek kazanmasına ve daha etkili hale gelmesine yol açmıştır (Ay ve Ecevit 2005).

Çağdaş çevrecilik akımı, toplumda her türlü çatışmayı reddeden, uyuma, dengeye ve barış içinde birlikte yaşamaya dayanan bir kavramdır. Çevrecilik hareketi, insanoğlunun

modern teknolojik gelişmelerin ve plansız iktisadi büyümenin bir sonucu olarak canlı hayatının bağlı olduğu ekosistemi hızlı bir şekilde tahrip ettiği varsayımından çıkmıştır (Yalçın 1993).

Tüketiciler için çevrecilik kavramı 1960’larda bir “uyanma zamanı”, 1970’lerde “harekete geçme dönemi”, 1980’lerde “hesaplı olma zamanı” ve 1990’larda “pazardaki güç” olarak tanımlanmıştır. Özellikle bu son dönemde tüketiciler, doğal kaynakları kullanmanın sınırları olduğunu ve düşünüldenden çok daha hassas gerçekleri bulunduğunu fark etmişlerdir (Ay ve Ecevit 2005).

Çevrecilik akımı temeli, toplumsal birlik ve beraberlik gibi insani değerlere sahiptir (Yalçın 1993). İnsanlar genelde değer verdiği objelere ilgi gösterirler. Değer oluşumu, her ne kadar objenin niteliğine ve insanın sosyal konumuna göre farklılık gösterse de sonuçta “değer verilen objeye karşı gösterilmesi, hassasiyet oluşması veya bir takım güzel duyguların duyulması beklenir (Çalışkan 2002). Bugün yaşanan çevre sorunları da evrensel olarak üzerinde herkesin birleşebileceği değerler olarak kabul edilmektedir (Yalçın 1993). Çevreye yönelik değer oluşumu bireyde, çevre sorunlarının farkında olunması, nedenlerinin düşünülmesi ile başlar. Soruna dönüşen dış etmenler karşısında bireyin veya toplumun tepki göstermesi, çevre sorunlarına karşı gösterilen duyarlılıkla ifade edilmektedir. Çevre duyarlılığı, insanın öncelikle yöresel, ulusal ve küresel çevre sorunlarının farkında olması, bunlarla ilgilenmesi, bunlardan sorumluluk duyması, çevreyi korumak ve geliştirmek için bir takım girişimlerde bulunmaya istekli olması şeklinde özetlenebilir (Çalışkan 2002).

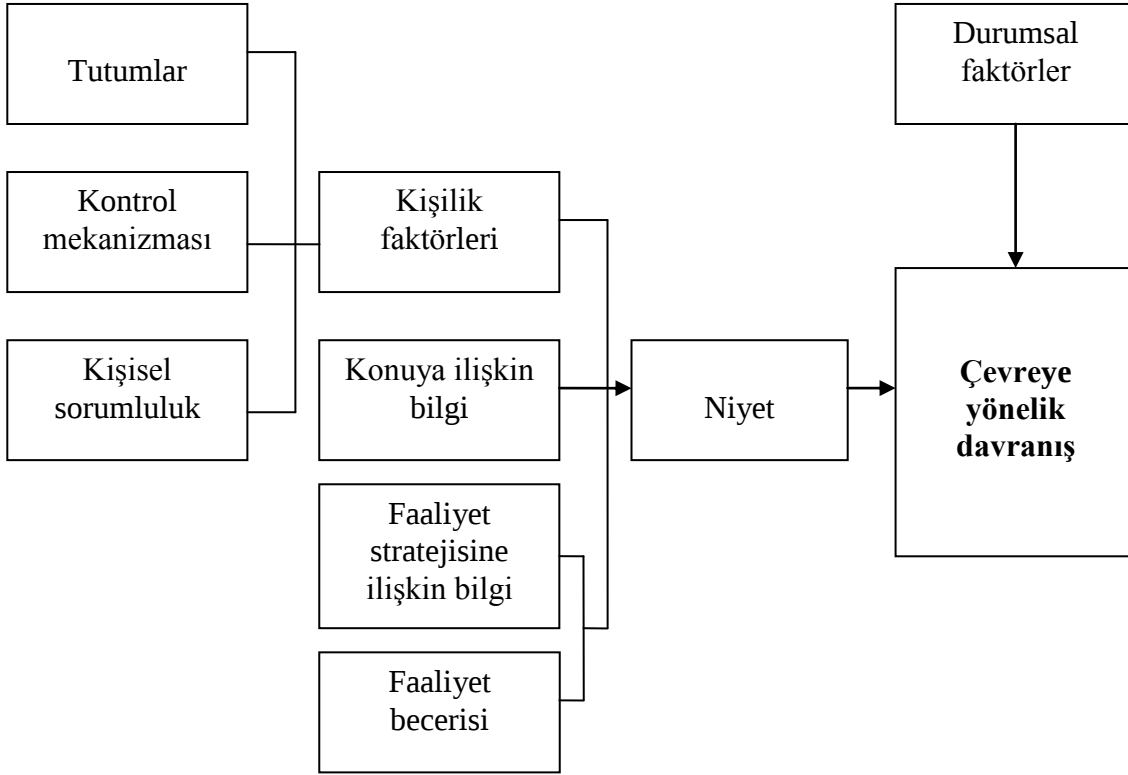
2.3.4 Çevre sorumlu davranış modelleri

Çevrenin tahribi ya da çevrenin kirlenmesi günümüzde önemle ele alınması gereken konulardan biridir. Çevre sorumlu tüketim, pazarlama kavramının bir bütün olarak toplum üzerinde bireysel tüketimin etkisini yok sayan eleştirilerden kaynaklanmaktadır. Webster (1975) sosyal sorumlu tüketiciyi özel tüketimlerinin genel sonuçlarını dikkate alan ya da satın alma gücünü kullanan kişiler olarak tanımlamaktadır. Yani, bireyler

tüketimlerinin toplum üzerindeki etkisini değerlendirerek satın alma kararını verirler. Buna göre çevrenin önemli olduğunu düşünen tüketici, ürün satın alırken ürünün yol açacağı çevresel sonuçları dikkate alacaktır.

Hines *et al.* (1986) “Çevre Sorumlu Davranış Modeli”ni Ajzen and Fishbein (1980)’in “Güdümlü Davranış Teorisi”ne dayanarak geliştirmişlerdir. Bu modeli geliştirmek için 128 çevreye yönelik davranış çalışmasının analizini yaparak sorumlu tüketim davranışıyla ilgili çeşitli değişkenleri saptamışlardır. Bunlar;

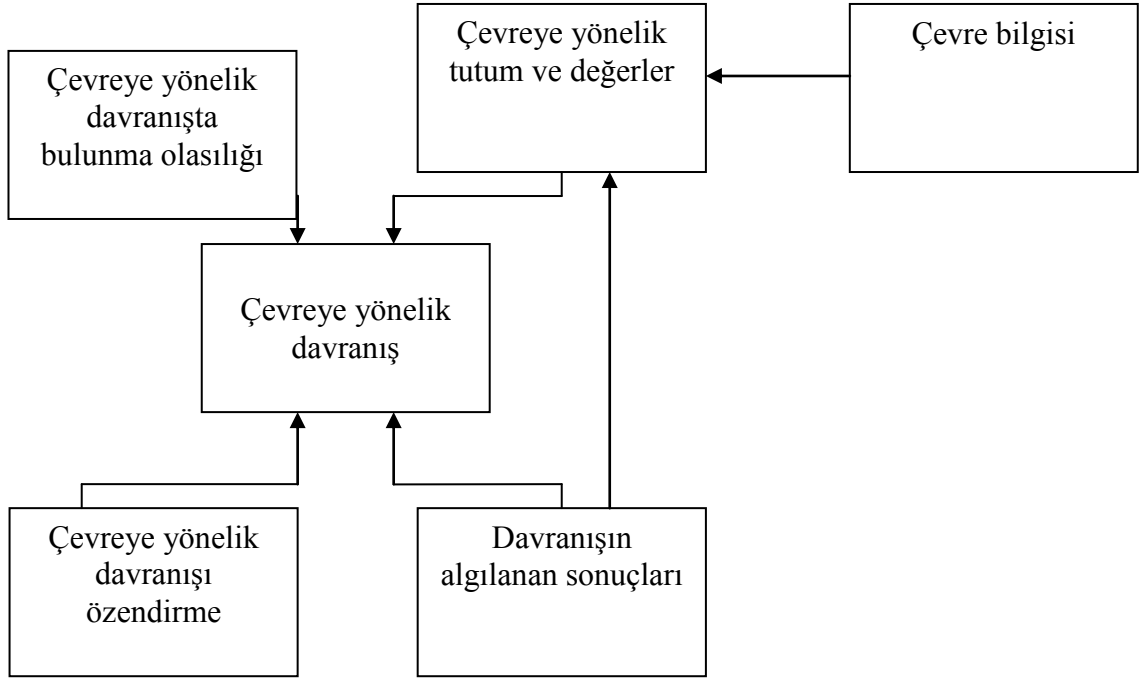
- (i) *Konuya ilişkin bilgi*; birey yol açtığı çevre sorunlarına ilişkin bilgi sahibi olmalı
- (ii) *Faaliyet stratejisine ilişkin bilgi*; birey çevreyi korumak ve geliştirmek için nasıl davranması gerektiğini bilmeli,
- (iii) *Kontrol mekanizması (Locus of control)*; birey davranışlarında değişiklik yapması gerektiğinin farkında olmalı. Kontrol sahibi kişi faaliyetlerinde değişiklik yapması gerektiğini bilir; ancak oto-kontrol sahibi olmayan birey değişikliklerin başkalarının gücüyle yapıldığına inanır.
- (iv) *Tutumlar*; çevreye yönelik güçlü tutumlara sahip bireylerin çevre sorumlu davranışları onayladığı bulunmuştur. Ancak yapılan çalışmalarda tutum ve davranış arasındaki ilişkinin zayıf olduğu saptanmıştır.
- (v) *Sözlü vaat*; faaliyetlere katılmaya istekli olma, bireyin çevreye yönelik davranışlarda bulunma isteğini gösterir.
- (vi) *Kişisel sorumluluk duygusu*; sorumluluk duygusu yüksek bireyler çevre sorumlu davranışta bulunurlar.



Şekil 2.2 Çevreye yönelik davranış tahmin etme modeli (Hines *et al.* 1986)

Genel olarak oluşturulan çerçeve Ajzen and Fishbein'in (1980) teorisine göre daha kapsamlı olmasına karşın belirtilen faktörler çevreye yönelik davranış yeterli şekilde açıklamamaktadır. Bilgi ile tutum, tutum ile niyet ve niyet ile gerçek sorumlu davranış arasındaki ilişki zayıftır. Şekilde çevreye yönelik davranış etkileyen faktörlerin daha fazla olduğu görülmektedir. Hines *et al.* (1986) ekonomik sınırlamaları, sosyal baskıları ve farklı faaliyetleri seçme olanağını içeren bu faktörleri “durumsal faktörler” olarak tanımlamışlardır.

Fietkau and Kessel (1981) geliştirdikleri ekolojik davranış modelinde ise sosyolojik ve psikolojik faktörleri kullanmışlardır. Modelleri çevre sorumlu davranış doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen beş değişkeni kapsamaktadır.



Şekil 2.3 Ekolojik davranış modeli (Fietkau and Kessel 1981)

Bu değişkenler;

- (i) *Tutum ve değerler*
- (ii) *Çevreye yönelik davranışta bulunma olasılığı*; insanların ekolojik davranmasına imkan veren ya da engel olan ekonomik, dış ve alt yapısal faktörlerdir (Kurumsal faktörler, ekonomik faktörler, sosyo-kültürel faktörler) .
- (iii) *Özendirici davranışlar*; ekolojik davranışları destekleyen ve teşvik eden iç faktörlerdir (motivasyon, bilgi, tutum, değer, çevresel bilinç, sorumluluk, sosyal isteklilik, yaşam kalitesi, nakit tasarrufu, vs.).
- (iv) *Ekolojik davranışlarla ilgili geribildirim alma*; kişinin belirli ekolojik davranışları sürdürebilmesi için olumlu destek alma zorunluluğudur.
- (v) *Bilgi*; Fietkau'nun modelinde bilgi, davranışı doğrudan etkilemez; ancak tutum ve davranışların değişmesinde rol oynar (Kollmuss and Agyeman 2002).

2.3.5 Materyalizm-çevre ilişkisi

Materyalist yaşam biçimleri günümüzde küresel bir olgu haline gelmiştir. Bu yaşam biçimini tercih eden bireylerin sayısının artması ve materyalizmin bir tüketim değeri

olarak görülmesi nedeniyle bireysel ve toplumsal olduğu kadar çevre üzerinde de olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Çok az çalışma materyalist davranışların çevre üzerinde olumlu etkisinin olduğunu göstermiştir. Bhagwati (1993) ekonomik büyümenin çevresel problemleri arttırmak yerine çözeceğini iddia ederken Lofdahl (2002) ekonomi ile ilgili tartışmaların ekonomik büyüme üzerinde yanıltıcı etkisinin olduğunu düşünmektedir. Buradaki kaygının nedeni, bireysel tüketim davranışlarının ortak sonuçlarının çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmasıdır (Kilbourne and Pickett 2007) Birçok ülke 1942'den bu yana, reel milli geliri ülke gelişimini göstermek amacıyla kullanmışlardır. Oysa ki, yaşam kalitesini belirlemede tek ölçüt gelir düzeyi değildir. Çevre kalitesi de toplumların refahını etkiler. Bir ülkenin milli geliri hızla artarken, o ülke gerçek zenginliği olan doğa sermayesini kaybederek iflasa gidebilir (Eriş 1998). Bu nedenle tüketicilerin bireysel faaliyetleri tek başına çevre sorunu yaratmazken benzer tüm bireysel faaliyetlerin toplamı ortak çevreye zarar verebilir (Kilbourne and Pickett 2007).

Porritt (1984) pazar ekonomisine dayanan toplumlarda çevresel çöküşün temel nedenlerinden birinin materyalizm olduğunu belirtmiştir. Materyalist değerler, çevreye yönelik olumsuz tutumlarla yüksek düzeyde, çevre ve ekoloji konularıyla ise düşük düzeyde ilişkili olduğu için çevreyi koruma değeriyle çatışır. Aynı zamanda ekolojik konuları içeren sosyal ikilemler/çıkmazlar da açgözlülüğü ve tüketimi artırır (Slater 1997, Kasser and Ahuvia 2002).

Çevreye yönelik konularda materyalizme ilişkin yapılan eleştiriler, kaynakları tüketme, kirlilik ve atık gibi çeşitli problemleri kapsamaktadır. Bu değişkenler problemi çok daha iyi tanımlamaktadır. Belirtiler olumsuz sonuçlara yol açsa da çevresel bozulmaların temel nedenleri incelenmemiş olarak kalacağı için bunları ortadan kaldırarak problemler yok edilemez. Stiglitz (2002) ve Kilbourne (2004) küreselleşme sürecinin, çevresel problemlerin çözümü olarak materyalizmi öneren serbest pazar ekonomisinin yayılmasını hızlandırdığını ve ticaretin gelişmesiyle çevresel bozulmaların da hızlandığını belirtmişlerdir. Bu nedenle materyalizmin çevrenin bozulması üzerindeki etkisinin çok iyi incelenmesi gerekmektedir (Kilbourne and Pickett 2007).

2.4 Araştırmanın Amacı

Batı toplumlarında kalıplaşmış materyalizm kavramı, toplumların etkileşimiyle desteklenmekte ve ödüllendirilmektedir. Bunun sonucunda bireylerin kendilerini ve çevrelerini algılama düzeylerinin de etkilendiği görülmektedir. Çevrecilerin tüketim tercihleri, çevrenin korunmasına önem veren değerler ve inançlarla belirlenirken materyalistler için sahip olma ve tüketim, mutluluk ve başarı sağlayan temel değerler ve tercihlerdir. Bu nedenle materyalizm düzeyi arttıkça çevresel problemleri algılamanın azalacağına ilişkin genel bir kanı vardır. Bu yargı, materyalizm ile çevrecilik arasında olumsuz bir ilişkinin olduğunu gösterir. Nitekim yapılan çalışmalarda hem materyalizmin hem de çevreciliğin tüketici davranışlarını etkilediği ortaya konulmuştur (Kilbourne and Pickett 2007, Banerjee and McKeage 1994).

Materyalizm ve çevre etkileşiminde asıl sorulması gereken soru materyalist değerlerin çevresel problemleri nasıl etkilediğidir. Çevresel problemler batı felsefesinde materyal problemler olarak algılanmaktadır. Çünkü Batı'da materyalizm, baskın bir tüketici değeri olarak kabul görmektedir. Çevresel kaygıların artmasıyla modern toplumlar, tüketim modellerini değiştirmek, dengesizlikleri ve kişisel tatminsizlikleri gidermek amacıyla tüketime ilişkin ekolojik yaklaşımları benimsemekte, materyalist olmayan davranışlar geliştirmektedirler. Bilgi, teknoloji, sosyal kurumlar, değerler ve doğa arasındaki ortak gelişme süreci olarak ilerlemeyi anlama, materyalizmle ilgili bakış açısı kazandırır ve gelecek için alternatif görüşler öneren evrensel bir düzen sağlar.

Türkiye'de genç nüfusun genel nüfusa oranı dikkate alındığında gençlerin pazarın önemli bir bölümünü oluşturduğu bilinmektedir. Gençlikte kazanılan deneyimlerin, değerlerin, tutumların bireyin sonraki yaşam dönemlerini şekillendirdiği dikkate alındığında gençlerin aşırı tüketimden kaçınan bir yaşam biçimini benimsemelerinin ve çevreye duyarlı tutum ve davranışlara sahip olmalarının önemi açıkça görülmektedir.

Bu araştırma üniversite öğrencilerinin,

- demografik özelliklerini,
- materyalist eğilimlerini,
- çevreye yönelik tutum ve davranışlarını,
- demografik özelliklerinin materyalist değerler ve çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini, ve ayrıca
- materyalist eğilimleri ve çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

Demografik özelliklerin ve materyalist eğilimlerin çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerinde etkisi olduğu düşünülerek aşağıda sıralanan hipotezlerin doğruluğu sınanmıştır.

Hipotez 1a. Cinsiyet materyalist eğilimler üzerinde etkilidir. Erkekler kızlardan daha fazla materyalist eğilimlere sahiptir.

Hipotez 1b. Sosyo-ekonomik düzey materyalist eğilimler üzerinde etkilidir. Düşük sosyo-ekonomik düzeydeki öğrenciler diğer gruptakilere göre daha fazla materyalist eğilim gösterir.

Hipotez 2a. Cinsiyet çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerinde etkilidir. Kızlar erkeklere göre çevreye daha duyarlıdır.

Hipotez 2b. Sosyo-ekonomik düzey çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerinde etkilidir. Yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki öğrenciler daha fazla çevre duyarlılığına sahiptir.

Hipotez 3. Materyalist eğilimler ile çevreye yönelik tutum ve davranışlar arasında olumsuz bir ilişki vardır. Materyalist eğilimler arttıkça çevreye duyarlılık azalır.

2.5 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın amacı doğrultusunda; araştırmanın materyali Ankara'da Ankara, Gazi, Bilkent ve Başkent üniversiteleri ile bu üniversitelerde okuyan birinci ve dördüncü sınıf öğrenciler ile sınırlandırılmıştır.

3. KAYNAK ÖZETLERİ

Materyalizm çalışmalarının büyük bir bölümü ABD’de yürütülmüş olup başarı, güvenlik, öz saygı, kararsızlık ve sosyal uyum konularıyla yakından ilişkilidir. Araştırmalar, kültürlerarası materyalizm çalışmalarının çoğunlukla lisans ve lisans üstü öğrencilerle; deneysel çalışmaların ise öncelikli olarak yetişkinlerle yapıldığını gösterirken çok azının adölesanlarla ilgili olduğu saptanmıştır (Gu *et al.* 2005). Çalışmalar içeriklerine ve yaklaşımlarına göre incelendiğinde, materyalizmin kişisel tüketim amaçları ile çevrenin korunması veya daha çok sosyal amaçlar arasında sürekli rekabet ortamı yaratması gibi hem bireysel hem de sosyal açıdan olumsuz etkilerinin olduğunu gösteren sonuçlara rastlanmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde “kuramsal çerçeve”yi oluşturan materyalizm, materyalizm-çevre ilişkisi, çevreye yönelik tutum ve davranışlar ile çevre duyarlılığını inceleyen araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Konu ile bağlantılı olduğu düşünülen çalışmalar ülke dışında ve Türkiye’de yapılan araştırmalar olarak iki ayrı başlık altında incelenmiş ve yıllara göre sıralanmıştır.

3.1 Ülke Dışında Yapılan Araştırmalar

Bu grup altında yer alan araştırmalar materyalizm, kültürlerarası materyalizm, materyalizm-çevre ilişkisi, çevreye yönelik tutum ve davranışlar ile çevre duyarlılığı alt başlıkları altında incelenmiştir.

Materyalizmi konu alan araştırmalar

Materyalizm, çoğu gelişmiş ülkelerde-Kuzey Amerika, Avrupa, Japonya-üstün bir değer olarak kabul edilmiştir. ABD’deki reklamlar, amaçlara ulaşmayı sembolize eden ürünlere odaklanmış ve statü sahibi olmaya değer veren Batı Avrupa ve Japonya’ya göre amaçsal materyalizmin egemen olduğu görülmüştür (Assael 1995). Gelişmiş ülkelerde materyalizmin iki türlü zararlı etkisinden söz edilebilir: Birincisi, zengin ve

yoksulun tüketim düzeyindeki farklılıktan kaynaklanan etki. İkincisi ise televizyon ve buzdolabı gibi lüks tüketim ürünlerini satın almak için gıda ve sağlık gibi zaruri ihtiyaçlardan ödün verme eğilimi.

Csikszentimanyi and Rochberg-Halton (1981), bireylerin yaşamları boyunca meydana gelen materyalizm eğilimlerinde önemli farklılıkların olabileceğine dikkat çekmişlerdir. Çalışmalarında aynı ailenin üç farklı kuşağını temsil eden üyelerine en sevdikleri varlıkların/eşyaların isimlerini sormuşlar ve tercih etme nedenini açıklamalarını istemişlerdir. Sonuçta en genç olanı müzik seti, bilgisayar gibi genellikle kendisinin kullandığı eşyaların ismini vermiş, orta yaştaki birey, yaşadığı hayatı ve başarılarını hatırlatan mobilyadan ödüle kadar birçok nesneyi sıralamış, yaşlı olanı ise çoğunlukla fotoğraf albümü gibi geçmişini sembolik olarak hatırlatan eşyaları veya hatırlanmaya değer söz ya da davranışları tercih etmiştir. Sonuçta gençlerin ve yaşlıların materyalist eğilimlerinin orta yaştakilere göre daha düşük olduğu bulunmuştur.

Materyalizmin anlamında mutluluğun ya da mutsuzluğun başlıca kaynağının maddi varlıklar olduğu inancı vardır. Mutluluk ile maddi varlıkları eşitleyen tüketim ideolojisi nedeniyle, tüketiciler maddi varlıklara sahip olmaları ve yaşamlarını bunları tüketecek şekilde düzenlemeleri için yönlendirilmektedirler. Bu yüzden yapılan eleştirilerde materyalizm, tüketimin “karanlık yüzü” olarak tanımlanmakta ve genellikle olumsuz anlam taşıyan bir kelime ya da özelliği ifade etmektedir. Csikszentimanyi and Rochberg-Halton (1981) yaptıkları çalışmada araç olarak materyalizm (yapmak istediklerimizi gerçekleştirmemize yardım eden objeler) ile mutluluk arasında olumlu; amaç olarak materyalizm (tamamıyla bireysel arzular için kullanılan objeler) ile mutluluk arasında olumsuz bir ilişkinin olduğunu saptamışlardır.

Belk *et al.* (1984) Amerika’da yaptıkları çalışmada gençler kadar çocukların da markaları statü göstergesi olarak algıladıklarını ve tüketici ürünlerine yüksek düzeyde ilgi gösterdiklerini saptamışlardır.

Richins (1987) medya, materyalizm ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik araştırmasında, reklamlara ilgi göstermenin materyalizmle ilişkili olmadığını ancak televizyon seyretme ile yaşam tatmini ve materyalizm arasında olumlu bir ilişkinin bulunduğunu belirlemiştir. Richins'e (1987) göre materyalizm, bireyin yaşam standardını dolayısıyla da yaşamdan duyduğu tatmini etkiler.

Richins and Dawson (1992) materyalist değerleri onaylayan bireylerin tüketim ürünlerinden sağlanan sosyal ve psikolojik faydalarla ilgili gerçekçi olmayan beklentiler içinde olduklarını ve satın alma sonrası bir şeye sahip olma mutluluğunun çabucak unutulup yerini daha fazlasını istemeye bıraktığını ifade etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada yüksek düzeyde materyalist kişilerin “aile güvenliğine”, düşük düzeyde materyalistlerin ise “başkalarıyla sıcak ilişkiler kurma” değerine önem verdiklerini saptamışlardır. Yüksek düzeyde materyalist kişiler için finansal amaçlara ulaşma önemli iken düşük düzeydeki materyalistler için öz-saygı, başkalarıyla sıcak ilişkiler kurma, finansal güvenlik ve başarı duygusu önemlidir. Bununla beraber yüksek düzeyde materyalistler daha çok kendileri için alışveriş yaparken düşük düzeydeki materyalistler yardım kuruluşlarında görev aldıklarını ve daha az seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca materyalizm ile gönüllü sade yaşam arasında anlamlı ancak güçlü olmayan bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Aynı çalışma sonucunda materyalizm ile gelir ve yaşam standardından tatmin olma arasında güçlü, aile hayatından tatmin olma arasında ise zayıf bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Dittmar and Pepper (1994) çalışmalarında İngiliz gençlerin zengin ve yoksul kimseleri sahip oldukları varlıklara göre karşılaştırmalarını istemişlerdir. Sonuçta, alt ve orta sınıftaki gençlerin zenginleri zeki, çalışkan, başarılı ve soğuk kimseler olarak tanımladıklarını, alt sınıftaki gençlerin orta sınıftakilere göre materyalist değerleri onayladığını, tüketim sembolizminden kaynaklanan statü sahibi olmaya önem verdiklerini saptamışlardır. Bununla birlikte 18 yaşındaki gençler arasında “zengin olma” amacına diğer amaçlardan daha fazla değer verilmesinin düşük düzeyde psikolojik tatminle ilişkili olduğu görülmüştür.

Cohen and Cohen (1996) düşük sosyo-ekonomik düzeydeki çocukların materyalist değerleri daha fazla benimsediklerini ve “zengin olma”nın öncelikli amaçları olduğunu saptamışlardır. Bu sonuçlara dayanarak yoksul bir çevrede büyümenin materyalist değerlerin oluşmasında önemli bir etken olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Kasser and Ahuvia (2002) yaptıkları çalışmada kendini kabul ettirmeye, bireylerarası iletişime ve topluma faydalı olmaya önem veren gençlere göre materyalizme değer veren gençlerin çoğunlukla fakir ailelerden geldiklerini bulmuşlardır.

Bachmann-Achenreiner (1997) 8, 12 ve 16 yaş arası değişen çocuk ve adölesanlarla gerçekleştirdiği çalışmada, materyalist tutumların yaşa bağlı olarak değişmediğini, materyalizmin zamana ve koşullara bağlı inançlar olduğunu belirtmiştir. Materyalizm ile etkiye duyarlılık (susceptibility to influence) arasında olumlu bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çevresinden kolayca etkilenen çocukların daha materyalist olduğu ve bu durumun yaşa göre değişmediği; ancak erkeklerin materyalist değerlere ilişkin ortalama puanlarının kızlara göre yüksek olduğu bulunmuştur.

Rindfleisch *et al.* (1997) aile yapısının materyalist tutumların gelişimindeki rolünü araştırmış ve sonuçta boşanmış aileye sahip gençlerin ailesiyle birlikte yaşayanlara göre daha materyalist olduklarını bulmuşlardır. Çocukların materyalist tutumları üzerinde boşanmış ailelerin dolaylı ve dolaysız etkisinden söz edilen çalışmada, tüketim rol ve sorumluluklarının gelişiminde ailenin başlıca sosyalizasyon ajanlarından birisi olduğu ve uygun rol-model görevini üstlenerek çocukların tüketim davranışlarını kazanmalarını sağladığı vurgulanmıştır. Çalışmada ayrıca çocuğun anne ve babanın birlikte olduğu bir ortamdan mahrum kalmasının dolaysız etkiye; daha fazla şeye sahip olma yolu ile bu durumun hafifletilmeye çalışılmasının ise dolaylı etkiye örnek olduğu belirtilmiştir.

Flouri (1999) 246 öğrenciyle gerçekleştirdiği çalışmada, materyalizm ile arkadaşların etkisi arasında olumlu, anneden ve ekonomik sosyalizasyondan tatmin olma durumu arasında ise olumsuz bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. Annenin materyalizm düzeyinin, arkadaşlarla iletişimin ve aile çevresinin adölesanların materyalizm anlayışı üzerinde etkili olduğu, aile yapısının ise etkili olmadığı görülmüştür.

Belk (2001) yaptığı çalışmada özenme ile yaş arasında oldukça düşük düzeyde bir ilişki saptarken cimrilik ile yaş arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu belirlemiştir. Ayrıca mutluluk, tatmin ve sahip olma ile cimrilik ve özenme arasındaki korelasyonun da negatif olduğu saptanmıştır. Buna göre materyalist kişiler mutlu bireyler olma eğilimde değildirler.

Kasser and Ahuvia (2002) materyalist değerler ve refah arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Singapur'da 92 işletme bölümü öğrencisiyle yürüttükleri çalışmada para, statü ve popüleriteye dayanan değerlerin çevredeki uygun destekleyici koşullarla birlikte refahla bir ilişkisinin olup olmadığını belirlemeye çalışmışlardır. Sonuçta güçlü materyalist değerlere sahip öğrencilerin kendini gerçekleştirme, mutluluk ve yaşama bağlılık düzeylerinin düşük; fiziksel rahatsızlıklara yakalanma riskinin yüksek olduğu ayrıca endişeli ve mutsuz oldukları bulunmuştur.

Burroughs and Rindfleisch (2002) materyalizmin yardımseverlik, uyumlu olma ve evrensellik gibi ortak değerlerle olumsuz bir ilişkisinin olduğunu ve bu ilişkinin psikolojik rahatsızlıklardan kaynaklandığını saptamışlardır. Ayrıca stresin, materyalizm ile refah arasındaki ilişkide temel belirleyici olduğunu belirtmişlerdir.

Kasser (2002) materyalist değerlerle refah arasındaki olumsuz ilişkinin güvenlik, öz güven, iletişim gibi psikolojik ihtiyaçların düşük düzeyde tatmin edilmesinden kaynaklandığını ileri sürmüştür. Ayrıca materyalist bireylerin amaçlarını gerçekleştirmede başarısız olmaları nedeniyle refah düzeylerinin düşük olduğunu, materyalist değerlerden biri olan yüksek düzeyde başarı beklentisinin refahla düşük düzeyde bir ilişkisinin olduğunu ve materyalist amaçlara ulaşmanın yüksek düzeyde refahla ilgisinin olmadığını belirtmiştir.

Chang and Arkin (2002) modern yaşamda belirsizliklerle karşı karşıya kalan insanların materyalist eğilimlerini belirlemeye çalıştıkları araştırmada, belirsizliğin ve şüpheciliğin materyalist eğilimleri arttırdığı görülmüştür. Katılımcılar, mal-mülkü ve maddi varlıkları “yaşamda başarılı olmanın göstergesi” olarak görmekte ve materyalizmin

mutluluğu yakalamada hayati bir önem taşıdığını düşünmektedirler. Materyalizm ile yaşam tatmini, yaşamı algılama ve değerlendirme ve özsaygı arasında olumsuz, sosyal endişe ve kendini bilme (self-consciousness) arasında olumlu ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Buna karşın varlık sahibi olma değerinin, sosyal endişe ve psikolojik refahla güçlü bir ilişkisinin olmadığı bulunmuştur. Kronik belirsizlik algısına sahip ve aşırı şüpheli insanların sosyal kuralları kabul edenlere göre daha materyalist oldukları görülmüştür.

Ahuvia and Wong (2002) Richins'in ve Belk'in geliştirdiği materyalizm ölçeklerini karşılaştırmak amacıyla 287 üniversite öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde, “zenginlik duygusunun materyalizmle olumsuz bir ilişkisi vardır” varsayımının Richins'in ölçeğiyle desteklendiği fakat Belk'in ölçeği ile desteklenmediği, bireyin yetiştiği sosyal çevrenin materyalizm düzeyi ile olumlu bir ilişkisi olduğu varsayımının ise her iki ölçekle kabul edildiği görülmüştür. Bununla birlikte “yüksek düzeyde materyalist kişiler basit ihtiyaçlarından tatminsizdiler” varsayımının Richins'in ölçeğiyle desteklendiği ancak Belk'in ölçeğiyle desteklenmediği, “materyalist kişinin yaşam tatmini düşük düzeydeki ihtiyaçlarının karşılanmasına bağlıdır” varsayımının ise Richins'in ölçeğiyle desteklenmediği Belk'in ölçeğiyle kısmen desteklendiği bulunmuştur. Psikolojik olarak huzursuz olma duygusunun etkisinin materyalizm bir değer yerine bir kişilik özelliği olarak düşünüldüğünde etkisinin daha güçlü olacağı varsayımı ise her iki ölçekle kısmen desteklenmiştir.

Goldberg *et al.* (2003) 9-14 yaş arasındaki gençlerle yürüttükleri çalışmada, erkeklerin kızlara göre daha materyalist olduklarını, yaşın materyalist eğilimler üzerinde etkili olmadığını, düşük gelir düzeyindeki gençlerin daha fazla materyalist eğilim gösterdiklerini, yüksek düzeyde materyalist eğilim gösteren gençlerin alışveriş yapma sıklıklarının yüksek, tasarruf yapma eğilimlerinin ise düşük olduğunu, yeni ürünlere ilgi gösterdiklerini, okula gitmekten hoşlanmadıklarını ve okul başarılarının düşük olduğunu, ailelerinin satın alma kararlarında etkili olduklarını ve materyalist aileye sahip gençlerin materyalizm eğilimlerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Christopher *et al.* (2005) materyalizm ile psikolojik refah arasındaki ilişkide sosyal yardımların etkili olup olmadığını belirlemek üzere gerçekleştirdikleri araştırmada, sadece materyalizm ile maddi yardım arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu belirlemişlerdir.

Wilson (2005) Inglehart (1990)'ın post-materyalizm teorisine dayanarak sosyal değerler ile post materyalist değerler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu teoriye göre materyalizm ve post materyalizm, bir kimsenin güvenliği ile temel değerlerini ve ihtiyaçlarını belirleyen isteklerdir. 161 Yeni Zelandalı üniversite öğrencisi üzerinde yürüten araştırma sonucunda, post-materyalizmin kendini yönetme ve evrensellik değerleri ile olumlu, güvenlik değeri ile olumsuz bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna karşın materyalist amaçlar, güvenlik ihtiyacıyla motive edilmektedir.

Gençlerin materyalist değerlere uyum sağlama yaşamları boyunca yapacakları özel ve genel tercihleri arasındaki dengeyi etkileyecektir. 1970 ve 80'lerde Amerika'da lise öğrencileriyle yapılan çalışmalarda özel materyalizm yaşamın amacı olarak görülmüş kendini gerçekleştirme amacıyla ise ciddi düşüşler yaşanmıştır. Bu bulgulara dayanarak Chan *et al.* (2006) Çinli gençlerin materyalist değerlerini belirlemeye çalışmışlardır. Çinli gençler tüketim konusunda arkadaşlarından çok aileleriyle iletişimi tercih ettiklerini, sosyal ihtiyaçlar yerine bilgi ihtiyaçlarını tatmin etmek için reklamları izlediklerini, başkaları üzerinde etki yaratmak için varlık sahibi olmak istediklerini ve sahip oldukları şeylerin kendileri için çok önemli olduğunu, daha fazla varlığa sahip olduklarında ise daha mutlu olacaklarını belirtmişlerdir. Çalışmada ayrıca yaş arttıkça materyalist eğilimlerin de arttığı, 17-19 yaş arasındaki gençlerin daha materyalist oldukları, maddi varlıklara sahip olmayı başarı ile özdeşleştirdikleri bulunmuştur. Yaş, aile ve arkadaşlarla iletişim, medya ve reklamları izleme gençlerin materyalist değerlerini tahmin etmede oldukça faydalıdır. Bu değişkenler kontrol edildiğinde materyalizm puanlarının cinsiyete göre değişmediği ancak bu puanların reklamları izleyenlerde, tüketim konusunda arkadaşlarıyla daha fazla, aileleriyle daha az iletişim içinde olanlarda ve yaşça büyük gençlerde daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Fitzmaurice and Comegys (2006) materyalizm ile sosyal tüketim motivasyonu ve alışveriş yapma davranışı arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Materyalizm, sosyal tüketim motivasyonu ile yüksek düzeyde, para harcama davranışıyla düşük düzeyde bir korelasyona sahiptir. Sonuçlar materyalistlerin sosyal kabule önem verdiklerini ve ürün ve markalara karşı duyarlı olduklarını, başkalarıyla kendilerini karşılaştırdıklarında daha fazla alışveriş yaptıklarını ve pazarda kendilerini sosyal etkileyiciler olarak gördüklerini göstermektedir.

Kültürlerarası materyalizmi konu alan araştırmalar

Ger and Belk (1990) ABD’de Utah’da, Fransa’da çoğunluğu Fransız, İngiliz ve Alman öğrencilerden oluşan INSEAD- uluslararası bir kurumda ve Türkiye’de çeşitli şehirlerdeki toplam 405 üniversite öğrencisi ile yürüttükleri çalışmada Belk (1985) tarafından geliştirilen materyalizm ölçeğini kullanmışlardır. Ölçeğin güvenilirliği ABD ve Avrupa’da Türkiye’ye göre daha yüksek çıkmıştır. Türkiye’de ise güvenilirlik puanı daha kosmopolit bir yapıya sahip olan İstanbul ve çevresinde diğer yerlere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç, materyalizm kavramının ve ölçümünün Avrupa ve Kuzey Amerika’daki gelişmiş ülkelerden sağlandığı görüşüyle uyumluluk göstermektedir. Her ne kadar materyalist tüketici kültürü gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmışsa da Üçüncü Dünya ülkelerinde yüksek bir oranda taklit edilmektedir. Çalışma sonucunda Türk öğrencilerinin daha materyalist olduğu ve bunu sırasıyla ABD’li ve Avrupalı (INSEAD) öğrencilerin izlediği görülmüştür. INSEAD öğrencileri arasında en düşük düzeyde materyalist grubun Alman öğrenciler olduğu; Türk öğrencilerin ise en özentili, mal canlisi aynı zamanda en cömert grup olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca Türk öğrencilerinin hem bu kadar cömert hem de nasıl bu kadar materyalist oldukları da irdelenmiştir. Türk toplumunun geleneksel ve paylaşımcı yapısının bu sonuçta etkili olduğu düşünülmektedir.

Ger and Belk (1996) 12 ülkeden işletme bölümünde lisans ve lisansüstü eğitim yapan öğrencilerin materyalizm düzeylerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada Romanyalıların en materyalist grup olduğunu bunu sırasıyla Amerikalı, Yeni Zelandalı, Ukraynalı, Alman ve Türk gençlerin izlediğini belirlemişlerdir. Başta İsviçreliler olmak

üzere Fransız, İngiliz, Taylandlı ve İsraili gençlerin ise en az materyalist grubu oluşturdukları bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, sosyal ve ekonomik yönden dinamik bir yapıya sahip ülkelerde materyalizm düzeyinin yüksek olduğu, kültürlerarası post-materyalist değerlerin ekonomik yönden kalkınmış ülkelerde oluşmadığı, materyalist değerlerin az gelişmiş ülkelerde benimsendiği saptanmıştır.

Eastman *et al.* (1997) Meksikalı, Çin ve Amerikalı üniversite öğrencilerinin materyalizm düzeylerini Richins ve Dawson (1992) tarafından geliştirilen materyalist değerler ölçeğini kullanarak karşılaştırdıkları araştırmada, Çinli öğrencilerin yüksek düzeyde, Meksikalı öğrencilerin ise düşük düzeyde materyalist olduklarını saptamışlardır.

Clark and Micken (2002) Avustralya, Fransa, Meksika ve ABD’de 1080 taşra üniversitesi işletme bölümü lisans öğrencileriyle yürüttükleri araştırmada, öğrencileri materyalizm puanlarına göre düşük ve yüksek materyalistler olarak iki gruba ayırmışlar ve bu iki grubun karşılaştırmasını yapmışlardır. Sonuçta dış değerler olarak belirtilen ait olma, saygı görme değerleri, iç değerler olarak belirtilen heyecan ve kendini gerçekleştirme değerleri ile kişilerarası değerler olarak belirtilen zevk ve eğlence değerlerinin yüksek düzeyde materyalistler için çok önemli olduğu bulunmuştur. Çalışma sonuçları ülkelere göre değerlendirildiğinde, yüksek düzeyde materyalist Avustralyalı ve Amerikalılar arasında saygı görme ve güvenlik değerlerinin çok önemli olduğu, Meksikalıların kendini gerçekleştirme, Amerikalıların başarı, Avustralyalıların öz saygı, Fransızların ise zevk ve eğlence değerlerinin en önemli değer olarak gördükleri saptanmıştır. Materyalizm ölçeği puan ortalamaları dikkate alındığında ise Fransız öğrencilerin materyalizm düzeylerinin yüksek, Meksikalı öğrencilerin ise düşük olduğu bulunmuştur. Avustralya ve Meksika gibi düşük düzeyde materyalist toplumlarda ürünün fonksiyonelliğine önem verilirken Fransa ve ABD gibi yüksek düzeyde materyalist toplumlarda ürünün tasarımı, imajı, yüksek fiyatlı ve moda olması önem taşımaktadır.

Schaefer *et al.* (2004) materyalizmin kültürlerarası farklılığını belirlemek üzere ABD, Japonya ve Çin’de 14–17 yaş arası 556 lise öğrencisi ile yürüttükleri çalışmada, yaşın materyalist eğilimler üzerinde etkili olmadığını ancak erkeklerin kızlara göre daha materyalist olduğunu saptamışlardır. Çalışma sonucunda, Çinli gençlerin en az materyalist grup olduğu ve pahalı ürünlere sahip olmak yerine doğru şeyleri satın almayı tercih ettikleri, Japon gençlerin Amerikalılara göre “para mutluluğu satın alır” cümlesine daha fazla inandığı, Amerikalı gençlerin insanların sahip olduklarıyla başkalarını yargılama düşüncesine kuvvetle katıldığı, her üç grupta “doğru şeylere sahip olursam daha fazla sevilirim” cümlesine katılma düzeyinin yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca Amerikalı gençlerin kültürel özelliklerinden dolayı Çinli ve Japon gençlere göre daha bireyselci yapıda ve materyalist oldukları görülmüştür.

Kilbourne *et al.* (2005) materyalizm ile açık fikirlilik, kendini aşma (self-transcendence) ve kendini gerçekleştirme (self-enhancement) değerleriyle ilişkisini incelemek amacıyla Kanada, Almanya ve ABD’de yürüttüğü çalışmada materyalizm ile kendini aşma arasında olumsuz, kendini gerçekleştirme ile olumlu bir ilişkinin olduğunu bulmuşlardır. Kanadalı ve ABD’li öğrencilerin Almanlara göre daha materyalist ve kendini gerçekleştirme değerinin daha yüksek olduğu, Kanadalı öğrencilerin açık fikirli olma puanının (openness) Alman öğrencilere göre anlamlı düzeyde düşük olduğu bulunmuştur. Ayrıca Kanadalı ve ABD’li öğrencilerin Almanlara göre başarıya daha fazla değer verdiği; ancak kendi aralarında bir farklılığın bulunmadığı, mutluluk ve merkeziyetçilik değerlerinin ise her üç ülkede bir farklılık yaratmadığı saptanmıştır.

Materyalizm-çevre ilişkisini konu alan araştırmalar

Araştırmacılar aşırı tüketimin dünyanın ekosistemini ve refahını tehdit eden temel problemlerden biri olduğunu belirtmektedirler. İnsanoğlu, kaynakları kendisini yenilemesine izin vermeden hızlı bir şekilde tüketmekte, “kalkınma” adına hayvan ve bitki türlerini yok etme veya ortadan kalkmasına neden olma ya da türleri yaşadıkları doğal alanlardan ayırma gibi nedenlerle biyoçeşitliliği azaltmaktadır. Dünyanın geleceğini tehdit eden bu güçler büyük ve karmaşık yapıdadır. Dolayısıyla bu denklem içerisinde materyalizmin yerini belirlemek de oldukça dikkat gerektiren bir

konudur. Bazı bulgular materyalist değerlerin çevreye/doğaya zarar verdiğini göstermekle birlikte çevre ve ekoloji konuları ile düşük düzeyde bir ilişki olduğunu gösteren bulgulara da rastlanmaktadır.

Porritt'e (1984) göre materyalizm, çevre problemlerinin temel nedenlerinden biridir. Jones (1987) bu düşünceye katılmakla birlikte materyalizmin endüstriyel toplumların kalıplaşmış yapısına yerleştiğini belirtmiştir. Batı toplumlarında materyalist yaşam biçimi, "iyi yaşam" modelini sunan önemli bir sosyal amaçtır. Jones'a (1987) göre tüketicileri daha az tüketmeleri konusunda uyarma ve tüketimin bireysel, sosyal ve çevresel sonuçları ile ilgili bilgi verme, davranış değişikliğinin gerçekleşmesinde yetersiz kalacaktır.

Richins and Dawson (1992)'un ABD'de 200 yetişkin üzerinde uyguladıkları araştırmada katılımcılara otomobil kullanma yerine bisiklet sürme, yeni ürün satın alma yerine ikinci el ürün kullanma gibi basit faaliyetleri, ekmeği satın alma yerine pişirme, kendi evini kendisinin onarması gibi iradesiyle gerçekleştirdiği faaliyetleri ve çevresel örgütlere katılma ve bu kurumları destekleme ile geri dönüşüm gibi yüksek düzeyde çevre bilincini içeren faaliyetleri gerçekleştirme sıklıklarının sormuşlardır. Sonuçta güçlü materyalist değerlere sahip kişilerin her bir ölçekten düşük puan aldıkları, çevreye yönelik olumsuz tutum sergiledikleri ve çok azının çevre dostu davranışta bulundukları saptanmıştır.

Banerjee and Mckeage (1994) materyalizm ile çevrecilik arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla 309 üniversite öğrencisi üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda, materyalizm ile çevreselcilik arasında olumsuz bir ilişki olduğu bulunmuştur. Literatür çalışmalarını destekleyen bu sonuca göre materyalizmin çoğunlukla tüketim yanlısı bir değer olarak düşünülürken çevreselcilik koruma yönelimli anti-tüketim değerine sahip bir kavramdır. Çevreselciliğin iç (çevresel inanç, tutum, davranış, çevre konularına ilgi, vs.) ve dış (yasaların çevreye etkisi, sanayi ve ekonomi, çevre problemleri, vs.) faktörleri ile materyalizmin başarı, merkezîyetçilik ve mutluluk boyutları arasında olumsuz bir ilişkinin olduğu görülmüştür. En güçlü

korelasyon dış çevreselcilik ile materyalizmin başarı değeri arasındadır. Bu yüzden maddi varlıklara sahip olmayı başarı olarak gören materyalistlerin tüketimin çevresel sonuçları için kaygı duymadığı saptanmıştır. Çevreciliğin iç faktörleri ile materyalizmin merkeziyetçilik değeri arasında da olumsuz bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Başarı değerinin çevreyi koruma düşüncesinde ya da davranışında değişiklik yapmak için önemli bir araç olduğu görülmüştür. Bu nedenle başarılı ve kendini gerçekleştirmiş tüketiciler arasında çevresel kaygıların oluşmasını sağlayarak düşünce yapısında; çevre dostu ürünleri satın alarak da tüketim yapısında değişiklikler yapılabilir.

Sheldon and McGregor (2000) materyalist değerlerin ortak geleceğimize zarar veren ticari ürünler ile çevresel ürünler arasında tercih yapması için bireyleri yönlendirdiğini belirtmişler ve bu görüşü desteklemek amacıyla Rochester Üniversitesi'ne devam eden 150 öğrenci üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Araştırma sonucunda öğrencileri aldıkları puanlara göre düşük ve yüksek düzeyde materyalist olarak sınıflandırmışlar ve ardından (dört materyalist; iki materyalist ve iki materyalist olmayan; dört materyalist olmayan kişiler) üç grup oluşturmuşlardır. Gruplardan bir kereste fabrikasının yöneticisi olduklarını ve diğer üç şirketle birlikte 200 hektarlık bir orman arazisinde iş kurduklarını hayal etmeleri istenmiştir. Her sene her bir şirketin 1000 hektarlık ormanı kesmek zorunda olduğu ve bu yüzden yılda en az 4000 hektardan fazla ormanın yok olacağı belirtilmiştir. Ancak bu işlemleri yaparken her sene kestikleri alanın %10'unu yetiştirme zorunluluğu konulmuştur. Eğer yeterli mahsul alamazlarsa şirketleri iflas edecek ya da çok fazla mahsul toplarlarsa ormanın büyük bir kısmı yok olacaktır. Bu nedenle gruptaki katılımcıların her biri ilk yıl için bir teklif vermek zorundadır. Bir araştırmacı bu teklifleri kaydedecek ve %10'luk büyümeden sonra gelecek seneki teklif için ne kadar hektar kalacağını hesaplayacaktır. Bu girişim/işletme orman yok olana kadar ya da yirmi beş sene boyunca devam etmek zorundadır. Sonuçta yüksek düzeyde materyalistler düşük düzeyde materyalistlere göre kısa vadede bol mahsul aldıkları için orman miktarında hızlı bir düşüş yaşamış ve geri kalan senelerde giderek daha az mahsul almak zorunda kalmışlardır. Düşük düzeydeki materyalistler ise uzun vadede kar amaçladıkları için daha fazla kazanç sağlamışlardır. Ayrıca düşük düzeyde materyalistlerin ormanı yaklaşık yirmi sene boyunca korunurken yüksek düzeyde materyalistlerin ormanı on beş sene içinde yok olmuştur. Araştırma sonucuna göre

materyalist değerler davranışları yönetmeye başladığında refahla birlikte başkalarının ve diğer canlıların sağlığı ve mutluluğu da olumsuz yönde etkilenecektir.

Kasser *et al.* (2004) materyalist değer yöneliminin insanların çevresel konulara daha az ilgi göstermesine ve çevreye zarar veren tutum ve davranışları gerçekleştirmesine neden olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmalarında materyalist değerlerin çevrenin korunması değeri ile çatıştığı ve çevreye ve çevresel sorumlu davranışlara yönelik olumsuz bir tutum sergilediği bulunmuştur.

Kilbourne and Pickett (2007) materyalizm ile çevresel inanç, kaygı ve çevresel sorumlu davranış arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda başarı, mutluluk ve merkezîyetçilik değerlerinin çevresel inançlarla olumsuz bir ilişkiye sahip olduğu, çevresel inançlar arttığında çevresel kaygıların da arttığı, çevresel kaygılar arttığında ise organik ve çevre dostu ürünleri satın alma ile çevre örgütlerine katılma ve bu örgütleri destekleme gibi dolaylı ve dolaysız çevre sorumlu davranışlarda da artış olduğu bulunmuştur.

Çevreye yönelik tutum ve davranışlar ile çevre duyarlılığını konu alan araştırmalar

Chawla (1998) ABD’li ve Norveçli çevrecilerle yürüttüğü çalışmada çevre duyarlılığının tek bir nedene bağlı olmadığını, çocuklukta doğada yaşadığı deneyimlerin, ailenin sahip olduğu çevresel değerlerin, çevre örgütlerinin, rol-modellerin (arkadaş, öğretmen, vs) ve eğitimin etkili olduğunu saptamıştır. Çocukluk döneminde doğada yaşadığı deneyimlerin, adölesan ve ergenlik döneminde eğitim ile arkadaşların, yetişkinlikte ise çevre örgütlerinin daha fazla etkili olduğu görölmüştür.

Kuhlemeier *et al.* (1999) lise öğrencilerinin çevresel bilgi, tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla Danimarka’daki 206 liseden seçilen 9000’in üzerinde öğrenci ile yürüttükleri araştırmada, 9. sınıf öğrencilerinin %57.0’inin çevreye yönelik olumlu tutum gösterdiklerini, %35.0’inin çevre için fazladan para ödemeye veya mali yönden fedakarlık yapmaya hazır olduklarını belirlemiştir. Çevre sorunlarına ilişkin

bilgilerinin de eksik ya da yanlış olduğu görülmüştür. Çalışmada, çevresel bilgi, tutum ve davranış arasındaki ilişkinin zayıf buna karşın çevreye yönelik tutum, fedakarlık yapma isteği ve çevresel sorumlu davranış arasındaki ilişkinin önemli olduğu bulunmuştur. Çevre sorumlu davranışın çevreye yönelik tutum yerine çevre için fedakarlık yapma isteği ile daha güçlü bir ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

Roozen and De Pelsmacker (2000) gerçekleştirdikleri araştırmada tüketicilerin çevre dostu ürünlere ve çevre dostu davranışlara verdikleri önemi belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma Doğu ve Batı Avrupa ülkelerini temsil eden 232 Belçikalı ve 104 Polonyalı üniversite öğrencisi üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, Belçikalı öğrenciler arasında deterjan ve temizlik maddesi gibi sıvı ürünlerin çözünebilirliği en önemli çevre dostu ürün özelliği olarak görülürken Polonyalı öğrenciler arasında ürünün boyutları, geri dönüşümlü ve yeniden kullanılabilir olması önemli bulunmuştur. Çevre dostu ürünü kullanma davranışı açısından ulaşım, enerji tasarrufu ve su kullanımı karşılaştırıldığında Belçikalı öğrenciler “ulaşımı” en önemli kullanım davranışı olarak görürken Polonyalı öğrenciler “su kullanımını” tercih etmişlerdir. Geri dönüşümlü poşet, konserve kutusu, kimyasal atık ve kağıtlara ilişkin tasarruf davranışları irdelendiğinde, her iki grupta geri dönüşümlü kimyasal atıkların en önemli tasarruf davranışı olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca sosyo-ekonomik düzeyin çevre dostu ürün tercihi üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı istatistiksel olarak belirlenmiştir ($p>0.05$).

Çalışmalar batı toplumlarında çevreye yönelik kamuoyu tutumunun politik tutum ve davranışlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Lee and Norris (2000) Doğu Avrupa ülkelerinde çevresel konulara yönelik tutumu ve politik davranışların çevresel kaygı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, Doğu Avrupa ülkelerini temsil eden Macaristan, Doğu Almanya, Slovenya, Bulgaristan ve Çek Cumhuriyetini, Batı Avrupa ülkelerini temsil eden Belçika, İngiltere, Fransa, İtalya, Hollanda ve Batı Almanya'yı örneklem grubuna dahil etmişlerdir. Çalışmada katılımcıların çevrenin korunmasını çözülmesi gereken acil bir problem olarak gördüklerinde ya da çevrenin korunması için daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarında çevresel konuları destekledikleri görülmüştür. Bölgesel farklılıklara göre

değerlendirme yapıldığında ise Batı Avrupa ülkelerinde çevresel kaygı ve değerler arasındaki ilişkinin oldukça güçlü olduğu, post-materyalistlerin, materyalistlere göre daha fazla çevresel kaygı taşıdıkları ve bu kaygının en çok Doğu Almanya, Çek Cumhuriyeti ve Slovenya’da yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, Doğu Avrupa ülkelerinde temel çevresel kaygıların Batı Avrupa’dakilerle benzer düzeyde olduğu, genç, iyi eğitilmiş, politik konularla ilgilenen ve post-materyalist değerlere sahip kişilerin daha fazla çevresel kaygı taşıdığı, Batı Avrupa ülkelerinde “protesto etmek” gibi politik faaliyetler üzerinde çevre kaygısının etkisinin düşük olduğu, Doğu Avrupa’da ise ülke ekonomisinin ve işsizliğin, çevresel kaygılardan daha önemli bulunduğu saptanmıştır.

Said *et al.* (2003) Malezyalı öğretmenlerin çevresel kaygı ve bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla 285 kişi üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda, öğretmenler çevresel bilgi kaynaklarını televizyon, gazete ve radyo olarak sıralamış, Malezya’nın en önemli çevre sorununu kirlilik, atık, ormansızlaşma ve ışık kirliliği olarak belirtmişlerdir. Katılımcıların tamamı genel çevre konularını, çevre problemlerinin nedenlerini ve insan davranışının çevre üzerindeki etkilerini bildiklerini, devletin, özel sektörün ve bireylerin çevrenin korunmasından sorumlu olduklarını belirtmiş olup çevresel kaygı düzeylerinin yüksek olduğu bulunmuştur. İstatistiksel olarak çevresel kaygı ortalamaları karşılaştırıldığında en yüksek kaygının sağlık, en düşük kaygının atıklarla ilgili olduğu görülmüştür. Çevreye yönelik tüketici davranışı ortalamaları karşılaştırıldığında ise en yüksek puanı kaynak kullanımını azaltma ve yeniden kullanma, en düşük puanı ise geri dönüşüm davranışının aldığı bulunmuştur. Çalışmada ayrıca öğretmenlerin bakterilerle ayırışma, organik gıda, organik tarım teknikleri ve çevre dostu ürünlerin etiketlenmesi ve paketlenmesi konularında bilgi düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır.

Iwata (2004) Japonya’da üniversite öğrencilerinin çevreye yönelik davranışlarını belirlemek amacıyla 106 erkek ve 44 kız öğrenci üzerinde yürüttüğü araştırmada, teknoloji ve gelişmeye yönelik olumsuz tutum, gürültüye duyarlılık, sosyal bilinç, duygusal hassasiyet ve davranış özgürlüğü gibi psikolojik değişkenlerin çevreye yönelik davranış üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda teknoloji ve gelişmeye

yönelik olumsuz tutumun ve duygusal hassasiyetin çevre sorumlu davranışla anlamlı, davranış özgürlüğünün ise belli bir düzeye kadar anlamlı olduğu görülmüştür. Gürültüye duyarlılık ile sosyal bilincin ise herhangi bir etkisinin olmadığı saptanmıştır.

Meinhold and Malkus (2005) adölesanların çevreye yönelik davranışlarını belirlemek amacıyla 848 öğrenci üzerinde yürüttükleri araştırmada, çevreye yönelik olumlu tutuma sahip adölesanların yüksek düzeyde çevre sorumlu davranış gösterdikleri saptanmıştır. Kişisel çıkarların çevreye yönelik tutum ve davranış üzerinde ılımlı bir etkisinin olduğu düşünülürse kişisel çıkarlarına öncelik veren adölesanların çevreye yönelik tutum ve davranışları arasında güçlü bir ilişkinin olduğu varsayılır. Ancak çalışmada çevreye yönelik olumlu tutuma sahip ve kişisel çıkarlarına öncelik veren adölesanların her zaman olumlu çevre sorumlu davranış göstermediği ve kişisel çıkarların çevreye yönelik tutum ve davranış arasındaki ilişkide herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Yapılan istatistiksel analizlerle öğrencilerin çevre bilgisi düzeyi ile çevreye yönelik tutumunun çevre sorumlu davranış üzerinde önemli bir etkisinin olduğu; yüksek düzeyde çevre bilgisine ve çevreye yönelik olumlu tutuma sahip adölesanların arzu edilir çevre sorumlu davranış gösterdikleri bulunmuştur ($p<0.001$). Cinsiyet açısından irdelendiğinde, yüksek düzeyde çevre bilgisine sahip erkeklerin kadınlara göre daha çevreye yönelik daha olumlu tutum ve davranış gösterdikleri saptanmıştır.

3.2 Türkiye İçinde Yapılan Araştırmalar

Ülkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde, materyalizmi tüketim ve tüketici davranışları açısından irdeleyen ve doğrudan materyalizm ile çevreye yönelik tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi belirleyen çalışmalara rastlanılmamıştır. Ancak tüketicilerin çevreye yönelik tutum, davranış ve kaygıları ile ilgili araştırmalara ulaşılmıştır.

Topaloğlu (1999) çevreye yönelik tutumlar ile çevre eğitimi ihtiyacını belirlemek amacıyla 200 kişi üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonucunda, ankete katılanların büyük çoğunluğu çevre sorunlarının önemsenmediği fikrini

paylaşmakta, çevre koruma konusunda yasal düzenlemeleri güvenilir bulmakta, %33.0'ı gazete, kitap, dergi, kitle iletişim araçları ve okuldaki eğitimin çevre eğitimi konusunda etkili olabileceğini düşünmektedir. Çalışmada, eğitim düzeyi yükseldikçe çevresel duyarlılığın da arttığı saptanmıştır.

Özkan (2002) tüketicilerin demografik özellikleri ve bireysel tutumlarının sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla 345 aile üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, tüketicilerin çevre ile ilgili tutumları üzerinde öğrenim düzeyinin ve gelirinin yeterli olması bağımsız değişkenlerinin önemli bir etkisinin olmadığı ($p>0.05$, $p>0.05$) ancak tüketimi sınırlamaya yönelik tutumlar üzerinde öğrenim düzeyinin etkili olduğu ($p<0.05$) ve öğrenim düzeyi yüksek bireylerin tüketimlerini daha az sınırladıkları, kimyasal madde içeren ürünleri satın almadıkları, çevresel nedenlerle gönüllü olarak bir dilekçeyi imzaladıkları ya da gösteriye katıldıkları bulunmuştur. Sorumlu tüketici davranışları kapsamında tüketicilerin seçim yapma imkanı olduğunda çevreye daha az zarar verecek ürünleri tercih ettikleri, genel olarak aşırı ambalajlı ürünleri satın almama eğiliminde oldukları ve gelirini yetersiz bulan tüketicilerde bu eğilimin daha fazla olduğu görülmüştür. Araştırmada ayrıca ailelerin tüketim biçimleri, çevreye ilgi duymaları, tüketimlerini sınırlamaları ile sorumlu tüketim davranışları arasında önemli düzeyde ilişkiler saptanmıştır ($p<0.01$).

Beklan-Çetin (2002) Eskişehir'de yaşayan insanların çevre bilgisi, çevreye yönelik tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla 300 kişi üzerinde yaptığı araştırmasında, katılımcıların büyük çoğunluğunun çevre kirliliği, ekosistemin bozulması gibi çevre problemlerinin Türkiye için önemli olmadığını, %66.0'ı geri dönüşümün ekonomik yönden önemli bir yarar sağlamayacağına inandıklarını belirtmiştir. Doğa ile uyum içinde yaşamak isteyenlerin sorumlu tüketici davranışlarına daha çok katıldıkları görülmüştür. Ayrıca az çocuklu, iyi eğitilmiş ve gelir düzeyi yüksek kadınların daha fazla post-materyalist değerlere sahip olduğu görülürken çok çocuklu, yaşlı, az eğitilmiş ve düşük gelir düzeyindeki katılımcıların daha fazla materyalist eğilim gösterdikleri saptanmıştır. Cinsiyetin çevreye yönelik tutumlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ve kadınların erkeklerden daha fazla çevre sorunlarına ve nükleer enerji konusuna duyarlı davrandıkları görülmüştür. Çevre bilgisi düzeyi yüksek kişilerin çevre

konularına daha fazla ilgi gösterdiği, yaşlı katılımcıların geridönüşüm, asit yağmurları, ozon tabakasının yırtılması ve ser'a gazının küresel etkilerine ilişkin bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu ve ekolojik yönden bilinçli yaşamaya yönelik olumlu tutum içinde bulundukları saptanmıştır.

Kavruk (2002) Türkiye’de çevre duyarlılığının arttırılmasında çevre eğitiminin rolü ve önemini belirlemek amacı ile 322 öğrenci üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, öğrencilerin %71.0’ı evlerinde kullanılmış şişe ve kağıtları diğer çöpler gibi birlikte çöpe attığını, %52.8’i ülkemizde çevre konularına önem verilmediğini, %35.’i çevreyi kirleten davranışta bulunduğunu ve bu yüzden uyarı aldığını, %38.8’i televizyonda çevre konulu belgeselleri izlediğini, %58.2’si ülke politikalarının çevresel konular düşünülerek hazırlanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin çoğunluğu okullarında düzenlenecek bir çevre faaliyetine gönüllü olarak katılacaklarını belirtmiş olup bu konuda kızların erkeklere göre daha duyarlı davrandığı görülmüştür.

Purutçuoğlu (2003) “Lise öğrencilerinin tüketici eğitimi ihtiyacının belirlenmesi” konulu 300 öğrenci ile yaptığı araştırmada, öğrencilerin % 40.7’si çevrenin korunmasını “yaşam biçimimizi ve amaçlarımızı değiştirme” olarak gördüklerini, %66.0’sı “çevrenin korunması yararına olan davranışlar çok önemlidir” cümlesine katıldıklarını, %50.3’ü çevre kirliliği yaratan ürünleri satın almanın sorumlu tüketici davranışı olmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin çevrenin korunmasına ilişkin görüşleri açısından sosyo-ekonomik düzeye göre anlamlı bir fark olduğu ($p<0.05$); ancak cinsiyetin önemli bir farklılık yaratmadığı saptanmıştır ($p>0.05$).

Nakıboğlu (2003) çevreci pazarlama anlayışı ve tüketicilerin çevreye yönelik tutumlarının tüketici davranışları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla Adana’da yaşayan ve Adana’daki en büyük organize alışveriş merkezinden alışveriş yapan 362 tüketici üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçlarında tüketicilerin %86.2’si son bir yılda çevre dostu ürün satın aldıklarını, %77.8’i çevre dostu bir ürüne daha fazla ödeme yapmayı kabul edeceğini, %32.7’si cam kumbarasına cam atık

attıklarını, %11.0'ı çevre konusunu dünyanın en önemli sorunu olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Ay ve Ecevit (2005) demografik ve psikografik değişkenlerin çevre bilinçli tüketici davranışı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla 440 öğrencinin katıldığı bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, öğrencilerin %50.1'i "ürünleri boşuna çalışmaması için kapatırım", %49.9'u "kullandığım elektrik miktarını azaltmak için çaba gösteririm" ifadelerine en yüksek yanıt vermişlerdir. Öğrencilerin %61.6'sı "tüketici olarak çevre kirliliği için bir şey yapmak anlamsızdır" ifadesine kesinlikle katılmadıklarını, %59.0'ı doğayla uyum içinde yaşanması gerektiğini belirtmişlerdir. Çevre bilinçli tüketici davranışı ile yaş arasında pozitif; eğitim ve gelir durumu arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu, cinsiyet değişkeninin ise herhangi bir farklılık yaratmadığı saptanmıştır.

Özmen vd. (2005) üniversite öğrencilerinin çevre sorunlarına yönelik tutumlarını ve etkileyen etmenleri saptamak amacıyla 410 öğrenci üzerinde bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin %48.0'ı çevre konusuna ilgi duyduklarını, %65.0'ı çevre ile ilgili konulara duyarlı olduklarını, %84.9'u ise herhangi bir çevre kuruluşunun çevre ile ilgili etkinliklerine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Yaş değişkeninin çevreye yönelik tutum üzerinde etkili olduğu, 20 yaş ve üzeri öğrencilerin "çevreye yönelik tutum ölçeği" puan ortalamalarının 20 yaş ve altı öğrencilerden daha yüksek bulunduğu; çevreye yönelik olumlu tutumların kız öğrenciler arasında daha yaygın olduğu görülmüştür. Öğrencilerin çevresel duyarlılıkları ile çevreye yönelik tutum ölçeğinden almış oldukları puan ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0.05$). Çalışmada ayrıca yaşamları boyunca il merkezinde yaşamış öğrencilerin kırsal bölgede yaşayanlara göre daha olumlu çevreye yönelik tutuma sahip oldukları saptanmıştır.

Özgen ve Taş (2005) üniversite öğrencilerinin paraya yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 300 öğrenci ile gerçekleştirdikleri çalışmada, öğrencilerin ailelerinin ekonomik durumlarını algılamada cinsiyet ve yaş değişkenlerinin etkili olmadığını, erkeklere göre kızların aileleri, büyükanne ve büyükbabaları, kardeşleri ve kendileri için

paranın önemli olduğuna daha çok inandıkları belirlenmiş olup 21 yaş ve üstü gençler, 20 yaş ve altı gençlere göre son 6 ay içinde ailelerinin ekonomik durumundan daha fazla mutluluk duymaktadırlar. Ayrıca çalışmada öğrencilerin gelecek 5 yıl içine ekonomik durumlarına ilişkin beklentilerinin yaşa göre değiştiği ve erkekler ile 20 yaş ve altı gençlerin gelecekte daha umutlu oldukları saptanmıştır. Öğrencilerin %54.3'ü yaşamdan istediklerini elde edememekten, %52.0'ı elde etmeyi istedikleri şeylere sahip olamamaktan, %48.0'ı ise üniversiteden mezun olamamaktan korktuklarını belirtmişlerdir.

Erol ve Gezer (2006) öğretmen adaylarının çevre sorunlarına yönelik tutumlarını belirlemek üzere Denizli'de 225 üniversite öğrencisi ile yürüttükleri çalışmada, cinsiyet, yaş, anne ve babanın meslek ile eğitim durumu, ailedeki birey sayısı, yaşanan konut tipi, ailenin gelir düzeyi ve çevre ile ilgili ders alma durumu bağımsız değişkenleri ile çevreye yönelik tutumlar arasındaki ilişkiyi t-testi ile test etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre cinsiyet, yaş, annenin mesleği, ailedeki birey sayısı ile çevreye yönelik tutumlar arasında anlamlı farklılığın bulunduğu, konut tipinin, babanın meslek durumunun, anne ve babanın eğitim düzeyinin, ailenin gelir düzeyi ile daha önce çevre ile ilgili ders alma durumunun ise herhangi bir farklılık yaratmadığı saptanmıştır.

Tecer (2007) ilköğretim öğrencilerinin çevreye yönelik tutum, bilgi, duyarlılık ve aktif katılım düzeylerinin belirlenmesi üzerine 229 öğrenci ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin %61.0'ı katı atık ve çöpü, %54.8'i hava kirliliğini, %33.0'ı trafik-gürültü kirliliğini en önemli çevre sorunu olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin tamamı doğanın bir miras değil gelecek nesillere aktarılması gereken bir emanet olduğu görüşündedirler. Ayrıca çevre sorunlarının oluşmasında gelişmiş ülkelerin sorumluluğunun daha fazla olduğunu, üretim ve tüketimin bu hızla devam etmesi sonucunda hammadde kıtlığının yaşanacağını düşünmektedirler. Ailenin eğitim düzeyi ile mesleki statüsünün yüksek olması çocukta çevre bilincinin oluşmasına, çevre duyarlılığını kazanmasına ve bunları tutum ve davranışlara dönüştürmesine olumlu katkı yaptığı görülmüştür. Kız öğrencilerin çevre konularına daha duyarlı davrandığı ve kentsel bölgelerde yaşayan çocukların kırsal ya da gecekondu bölgelerinde yaşayan çocuklara göre çevreye yönelik daha olumlu tutum geliştirdikleri saptanmıştır.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerini, materyalist değerlerini, çevreye yönelik tutum ve davranışlarını, demografik özelliklerinin materyalist değerler ile çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini ve materyalist değerler ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla planlanmıştır. Bu bölümde; “Örnekleme yöntemi ve Örnek Seçimi”, “Veri Toplama Yöntem ve Araçları” ile “Verilerin Değerlendirilmesi” konularına yer verilmiştir.

4.1 Örneklem Yöntemi ve Örnek Seçimi

Çevre sorunları batı felsefesinde materyal problemler olarak algılanmaktadır çünkü Batı’da materyalizm, baskın bir tüketici değeri olarak kabul görmektedir. Pazarın evrensel olarak üstünlük kazandığı, sosyal örgütlenme modellerinin çoğaldığı, reklamların daha yaygın hale geldiği ve çocukların ve gençlerin tüketici rolünü giderek daha çok üstlendikleri günümüzde materyalist eğilimler de artmaktadır (Ahuvia and Wong 2002). Tüketici güdüsünün hakimiyeti tüketim maddelerinin artması sebebiyle “kullan-at” toplumlarının oluşmasına neden olmuş, bu durum çevresel kaygıları da beraberinde getirmiştir. Bu yüzden modern toplumlar, tüketim modellerini değiştirmek, dengesizlikleri ve kişisel tatminsizlikleri gidermek amacıyla tüketime ilişkin ekolojik yaklaşımları benimsemekte, materyalist olmayan davranışlar göstermektedirler.

Araştırmalar cinsiyet, yaş, sosyo-ekonomik düzey, eğitim durumu gibi demografik özelliklerin tüketicilerin materyalist değerlerini ve çevre duyarlılıklarını belirlediğini göstermiştir (Dittmar and Pepper 1994, Ger and Belk 1996, Griffin *et al.* 2004, Kilbourne and Pickett 2007). Bu araştırmada cinsiyet ve üniversite tipi değişkenlerinin öğrencilerin materyalist değerleri ve çevreye yönelik tutum ve davranışları ile çevre duyarlılıkları üzerindeki etkileri ve bunlar arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma bölgesi Ankara İl Merkezi olup araştırmanın evrenini vakıf ve devlet üniversitelerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu amaçla vakıf üniversitesi olarak genellikle yüksek gelir grubuna giren öğrencilerin devam ettiği

Bilkent ve Başkent Üniversiteleri; devlet üniversitesi olarak tüm gelir gruplarına giren öğrencilerin devam ettiği Ankara ve Gazi Üniversiteleri araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırma kapsamına alınacak denek sayısının saptanmasında “Tabakalı Örneklem”de kullanılan 3 yöntemden biri olan “Eşit Dağıtım Yöntemi” kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasının nedeni örnek hacminin yüksek olmayışıdır (Özgen 1986). Araştırma örnekleme Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi (Psikoloji Bölümü), Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi, Mühendislik Fakültesi (Endüstri Mühendisliği Bölümü), Bilkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi (Psikoloji Bölümü), Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi, Mühendislik Fakültesi (Endüstri Mühendisliği Bölümü) birinci ve dördüncü sınıflarına devam eden %50 kız, %50 erkek olmak üzere her üniversiteden 120’şer öğrenciden oluşan toplam 480 denek oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin seçilmesinde tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin üniversitelere göre dağılımları Çizelge 4.1’de verilmektedir.

Çizelge 4.1 Araştırmanın yürütüldüğü üniversiteler ile araştırma kapsamına alınan öğrencilerin dağılımları

Üniversite tipi		Kız		Erkek		Toplam
		I.sınıf	IV. sınıf	I.sınıf	IV. sınıf	
Vakıf	Bilkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi	15	15	15	15	60
	Bilkent Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	15	15	15	15	60
	Toplam	30	30	30	30	120
	Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi	15	15	15	15	60
	Başkent Üniversitesi Mühendislik Fakültesi (Endüstri Mühendisliği Bölümü)	15	15	15	15	60
	Toplam	30	30	30	30	120
Devlet	Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi	15	15	15	15	60
	Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi (Psikoloji Bölümü)	15	15	15	15	60
	Toplam	30	30	30	30	120
	Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi	15	15	15	15	60
	Gazi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi (Endüstri Mühendisliği Bölümü)	15	15	15	15	60
Toplam		30	30	30	30	120

4.2 Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Araştırma kapsamına alınan kız ve erkek üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ve materyalist değerleri ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilecek verilerin elde edilmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır.

4.2.1 Anket formunun hazırlanması

Belk (1985) ve Richins and Dawson (1992) tarafından geliştirilen ölçekler materyalizm konusunda kabul edilmiş iki ölçek türüdür. Belk (1985)'in materyalizm ölçeği “özenme,” “sahip olma” ve “cimrilik” başlıkları altında kişisel özellik olarak materyalizmi incelemiştir. Richins and Dawson (1992) ise materyalizmi bireysel değerler sistemi olarak ele almış ve “başarı”, “mutluluk” ve “merkeziyetçilik” grupları altında bireysel tutumları ölçmüştür. Araştırma verilerinin toplanmasında Ek 1'deki anket formu kullanılmıştır. Anket formu hazırlık aşamasından önce tüketicilerin materyalizm kavramına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla farklı yaş gruplarındaki 20 kadın ve erkeğe 16 cümleden oluşan açık uçlu soru formları uygulanmış ve değerlendirilmiştir. Ön deneme çalışmasının sonucuna göre en yaygın kullanımı olan Richins and Dawson (1992) tarafından geliştirilen materyalizm ölçeğinin kullanılması kararlaştırılmıştır. Anket formu soruların yöneltileceği öğrenciler tarafından anlaşılabilir bir şekilde, konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir (Ger and Belk 1990, Banerjee and McKeage 1994, Kuhlemeier *et al.* 1999, Korfiatis *et al.* 2004). Anket formunda materyalist değerleri, çevresel problemlere yönelik görüşleri ve çevre sorumlu davranışları belirlemek amacı ile araştırmalarda çoğunlukla kullanılan 5'li Likert tipi skalalar kullanılmıştır (Tezbaşaran 1997, Arseven 2001, Büyüköztürk 2002, Field 2005).

Anket formu 5 temel bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde araştırma kapsamına alınan öğrencilere ilişkin demografik bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin yaşı, medeni durumu, ailedeki birey sayısı, anne-babanın eğitim düzeyi ve meslek durumları, öğrencilerin yaşadıkları yer, ailelerin konut mülkiyet durumu, ailelerin aylık toplam geliri, öğrencilerin gelir kaynağı ve aylık harçlık miktarı, otomobil sahibi olma durumları saptanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölüm öğrencilerin alışveriş yapma sıklıkları, sahip oldukları elektronik araçlar, boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları ile tatil anlayışlarına ilişkin tüketim alışkanlıklarını kapsayan sorulardan meydana gelmektedir. Öğrencilerin boş zaman faaliyetleri (kitap, gazete okuma, bar/kafeye gitme, alışverişe çıkma, müzik dinleme, VCD/DVD seyretme, televizyon izleme, arkadaşlarla vakit geçirme, aileyle vakit geçirme, müzeye/sergiye gitme, sosyal derneklere gönüllü katılma, sinemaya/tiyatroya gitme, klasik batı müziği konserlerine gitme, ata binme, tenis oynama, kayak, golf, internet kullanma) ile alışveriş yapma (büyük alışveriş merkezileri, giyim mağazaları, butikler, semt pazarları, on-line, spor mağazaları, sağlık ve güzellik, elektronik eşya mağazası, ofis ve kırtasiye, mobilya, ev tekstili, kitapevi (müzik, kitap, film), hediyelik eşya, kuyumcu/bijuteri, süpermarket) biçimleri ve sıklıkları belirlenmeye çalışılmış ve yanıtlar “hiç”, “yılda birkaç kez”, “ayda bir kez”, “ayda birkaç kez”, haftada bir kez”, “haftada 2-3 kez”, “her gün” olmak üzere ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde öğrencilerin materyalist değerlerinin belirlenmesi amacı ile Richins ve Dawson (1992)’ın materyalizm ile ilişkili kavramsal değerleri ölçen “Materyal Değerler Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek “başarı”, “mutluluk” ve “merkeziyetçilik” olmak üzere üç alt başlıkta yer alan 19 Likert tipi cümleden oluşmaktadır. Cümlelere verilen yanıtlar “kesinlikle katılıyorum” (1), “katılıyorum” (2), “kararsızım” (3), “katılmıyorum” (4), “kesinlikle katılmıyorum” (5) şeklinde beş kategoride değerlendirilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümü, öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşlerinin belirlenmesi amacı ile Banerjee ve McKeage (1994)'nin geliştirdiği 14 cümle ile diğer bazı kaynaklardan (Paraskevopoulos *et.al.* 2003, Iwata 2001, Schwepker and Cornwell 1991) alınan 13 cümleden oluşan toplam 27 Likert tipi cümleden oluşmaktadır. Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri dört faktör altında tanımlanmıştır. Bu faktörler (1) çevre sorunlarının önemini kavrama, (2) tüketim ürünlerinin bedeli, (3) çevre duyarlılığı ve (4) çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki ile çevre sorunlarına bireysel ilgi olarak sınıflandırılmıştır. Cümlelere verilen yanıtlar “kesinlikle katılıyorum” (1), “katılıyorum” (2), “kararsızım” (3), “katılmıyorum” (4), “kesinlikle katılmıyorum” (5) şeklinde beş düzeyde irdelenmiştir.

Araştırmanın beşinci ve son bölümünde öğrencilerin çevre sorumlu davranışlarını incelemek amacıyla Iwata tarafından geliştirilen “Gönüllü Sade Yaşam Ölçeği” (1997) ve “Çevre Sorumlu Davranış Ölçeği” (2001) ile Mohr and Webb (2005)'in “Sosyal Sorumlu Satın Alma ve Kullanma Ölçeği” kullanılarak oluşturulan ve 21 soruyu kapsayan ölçek kullanılmıştır. Bu cümlelere verilen yanıtlar “kesinlikle katılıyorum” (1), “katılıyorum” (2), “kararsızım” (3), “katılmıyorum” (4), “kesinlikle katılmıyorum” (5) biçiminde beş kategoride ele alınmıştır.

4.2.2 Anket formunun uygulanması

Hazırlanan anket formu Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi hariç diğer üniversitelerin tüm bölümlerinde Ekim-Kasım 2006 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Bu bölümle ilgili gerekli izin alma işleminin uzamasıyla uygulama ancak Mayıs 2007 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Uygulama için öğrenciler sınıflarda toplanmış, araştırmacı tarafından öncelikle araştırmanın amacı ve anket formunun cevaplandırılması ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Uygulamanın sonunda anket formları kontrol edilerek toplanmıştır. Geçerlik ve güvenirlik analizi için 65'i kız 65'i erkek olan 130 öğrencinin anket formu değerlendirilmiş, analiz sonuçları dikkate alınarak anket formunda gereken düzeltmeler yapılmış ve işleyen cümleler ile araştırmaya devam edilmiştir. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin çalışmaya katılmaya istekli olmaları nedeniyle verilerin toplanması aşamasında herhangi bir güçlüklerle karşılaşılmamıştır.

4.2.3 Anket formuna geçerlik ve güvenirlik testinin uygulanması

Anket formunun yapı geçerliliği için bir faktör analizi tekniği olan “Döndürülmüş (varimax) Temel Bileşenler Analizi” uygulanmıştır. Faktör analizi ile anket formunda yer alan soruların materyalist değerleri, çevre sorunlarına yönelik görüşleri ve çevre sorumlu davranışları ölçüp ölçmediği yapı geçerliliği analizi ile test edilmiştir. Analiz sonucunda görüşme formunda aynı ve farklı yapıyı ölçen sorular belirlenmiş, soruların bir yapı altında yer alıp almadıkları ise madde faktör yük değerleri ile incelenmiştir.

Faktör analizinde yük değerinin .45 ve üstü olması önerilmekle birlikte pratikte .30 yük değerinin alt sınır olarak alınabildiğine rastlanmaktadır. Bu çalışmada da bir maddenin faktör yük değerinin .30 ve üstü olması yeterli kabul edilmiştir. Bu değer üstünde olan sorular seçilerek bu değer altında kalanlar görüşme formunun dışında bırakılmıştır (Kerlinger 1973, Tabachnick and Fidell 1989)

Anket formunun güvenirliği için iç tutarlılık katsayısı “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ayrıca anket formunda yer alan cümlelerin olumlu ve olumsuz tutumları ayırt etme gücü madde analizi yapılarak incelenmiştir. Bu amaç ile madde puanları arasındaki korelasyonlar da bulunmuştur.

Çizelge 4.2 Öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirme biçimleri ve sıklıklarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları

Sosyal faaliyetler	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
Arkadaşlarla vakit geçirme	0.69	0.40
Müzik dinleme	0.66	0.38
İnternet kullanma	0.56	0.43
Bar/Kafeye gitme	0.56	0.44
VCD/DVD seyretme	0.55	0.39
Gazete okuma	0.44	0.32
Özdeğer: 2.25 Açıklanan varyans: %37.6 Alpha: 0.65		
Kültürel faaliyetler		
Klasik batı müziği konserlerine gitme	0.75	0.44
Müze/Sergiye gitme	0.66	0.39
Ata binme, tenis oynama, kayak, golf	0.62	0.40
Sinemaya/Tiyatroya gitme	0.55	0.40
Özdeğer: 1.89 Açıklanan varyans: %47.2 Alpha: 0.62		
Aile içi faaliyetler		
Aileyle vakit geçirme	0.81	0.28
Televizyon izleme	0.72	0.28
Özdeğer:1.27 Açıklanan varyans: % 63.8 Alpha: 0.40		

Araştırmanın genel bilgiler bölümüne yer alan “Boş zamanı değerlendirme” ölçeği faktör analizi ve madde analizi sonuçları incelendiğinde ölçekte yer alan 15 maddeden ikisi (kitap okuma, sosyal derneklere gönüllü katılma) faktör yük değerinin 0.30’un altında olması nedeni ile biri de (alışverişe çıkma) iki faktörde görece olarak yüksek yük değerine sahip olması nedeni ile ölçekten çıkarılmıştır. Tekrarlanan analiz sonucunda kalan 12 madde “sosyal faaliyetler”, kültürel faaliyetler” ve “aile içi faaliyetler” olmak üzere üç faktörde incelenmiştir.

İlk faktörde yer alan altı madde “sosyal faaliyetler” başlığı altında ele alınmıştır. Bu maddelerin faktör yük değerleri 0.44-0.69, madde toplam korelasyon değerleri ise 0.32-0.44 arasında değişmektedir. Ölçeğin güvenilirliği için hesaplanan alpha değeri 0.65, açıklanan varyans %37.6’dır.

Boş zaman faaliyetleri ölçeğinde yer alan “kültürel faaliyetler” alt ölçeğinde yer alan dört maddenin faktör yük değerleri 0.55-0.75 arasında değişmekte olup, madde toplam korelasyonları 0.39-0.44 arasındadır. Yapılan güvenirlik analizinde ise ölçeğin alpha değeri 0.62, açıklanan varyansı ise %47.2 olarak saptanmıştır.

Son faktörde yer alan maddeler “aile içi faaliyetler” başlığı altında ele alınmıştır. Bu maddelerin faktör yük değerleri 0.72-0.81, madde toplam korelasyon değerleri ise birbirine eşit olup 0.28’dir. Ölçeğin güvenirliği için hesaplanan alpha değeri 0.40, açıklanan varyans %63.8 olarak belirlenmiştir (Çizelge 4.2) Üç faktörün korelasyon katsayılarının tümü istatistiksel açıdan $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Çizelge 4.3 Öğrencilerin alışveriş yapma sıklıklarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları

Moda merkezli	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
Giyim mağazası	0.81	0.73
Butikler	0.74	0.61
Kuyumcu/Bijuteri	0.73	0.59
Sağlık ve güzellik	0.69	0.60
Büyük alışveriş merkezleri	0.63	0.53
Özdeğer: 2.91 Açıklanan varyans: %58.3 Alpha: 0.82		
Spor ve hobi merkezli		
Elektronik eşya mağazası	0.72	0.42
Spor mağazaları	0.66	0.45
On-line	0.62	0.36
Özdeğer: 1.67 Açıklanan varyans: %55.8 Alpha: 0.60		
Ev geliştirme merkezli		
Ev tekstili	0.87	0.76
Mobilya	0.84	0.76
Özdeğer: 1.75 Açıklanan varyans: %87.8 Alpha: 0.86		
Eğlence merkezli		
Kitapevi (müzik, kitap, film)	0.79	0.43
Ofis ve kırtasiye	0.72	0.36
Hediyelik eşya	0.60	0.40
Özdeğer: 1.64 Açıklanan varyans: % 54.9 Alpha: 0.58		

Genel bilgiler bölümünün son ölçeği olan “Alışveriş yapma” sıklıklarına ilişkin ölçeğin faktör ve madde analizi sonuçlarına göre; ölçekte yer alan 15 maddenin 2’sinin (semt

pazarları ve süpermarket) faktör yük değeri 0.30'un altında olduğu belirlenmiştir. Bu maddeler dahil edilmeden yenilenen faktör ve madde analizi sonucunda ölçeğin dört faktörden oluştuğu ortaya çıkmıştır.

“Moda merkezli” başlığı altında incelenen birinci faktördeki maddelerin faktör yük değerleri 0.63-0.81 arasında değişmektedir. Madde toplam korelasyon değerleri ise 0.53-0.73 arasında bulunmuştur. Ölçeğin güvenirliği için hesaplanan alpha değeri 0.82, açıklanan varyans ise %58.3'tür.

“Spor ve hobi merkezli” olarak belirtilen ikinci faktörün, faktör yük değerlerinin 0.62-0.72, madde toplam korelasyonun 0.36-0.42 arasında değiştiği saptanmıştır. Bu faktöre ilişkin alpha değeri 0.60, açıklanan varyans ise %55.8 olarak bulunmuştur.

Üçüncü faktör “ev geliştirme merkezli” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörde yer alan iki maddenin faktör yük değerlerinin 0.84-0.87, her iki maddenin madde toplam korelasyon değerlerinin ise 0.76 olduğu görülmüştür. Güvenirlik için hesaplanan alpha değeri 0.86, açıklanan varyans %87.8'dir.

Dördüncü faktördeki maddeler “eğlence merkezli” başlığı altında irdelenmiştir. Bu maddelerin faktör yük değerleri 0.60-0.79 arasında değişirken, madde toplam korelasyonu değerlerinin 0.36-0.43 arasında olduğu saptanmıştır. Alpha değeri 0.58, açıklanan varyans %54.9'dur. Her dört faktörde yer alan tüm maddeler arasındaki korelasyon katsayıları istatistiksel olarak $p < 0.01$ düzeyinde anlamlı bulunmuştur (Çizelge 4.3)

Çizelge 4.4 Öğrencilerin materyalizm değerlerine ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları

Başarı	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
1. Pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim.	0.62	0.50
2. Yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır.	0.70	0.56
4. Sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir.	0.67	0.52
5. İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim.	0.67	0.53
18. Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurdum.	0.71	0.55
19. İstedğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder.	0.55	0.37
Özdeğer: 2.75 Açıklanan varyans: %46.0 Alpha: 0.76		
Merkeziyetçilik	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
7. Sadece ihtiyacım olanları alırım.	0.60	0.47
8. Sade bir yaşam biçimini tercih ederim.	0.53	0.47
10. Kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım.	0.71	0.41
11. Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder.	0.62	0.40
12. Yaşamımda çok lüks şeyleri severim.	0.64	0.51
Özdeğer: 2.27 Açıklanan varyans: %45.3 Alpha: 0.70		
Mutluluk		
3. Başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem.	0.65	0.30
6. İnsanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem.	0.70	0.36
9. Sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir.	0.62	0.30
Özdeğer: 1.49 Açıklanan varyans: %50.0 Alpha: 0.48		

Araştırmanın ikinci bölümde yer alan “Materyalizm” ölçeğine yapı geçerliliği için yapılan faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 19 cümleinin 5’i (13,14,15,16,17 no’lu maddeler) faktör yük değerleri .30’un altında olduğu için anket formunda çıkartılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Analiz sonucunda kalan 14 madde “başarı”, “merkeziyetçilik” ve “mutluluk” olmak üzere üç faktöre ayrılmıştır.

“Başarı” başlığı altında incelenen birinci faktörde yer alan cümlelerin faktör yük değerleri 0.55-0.71, madde toplam korelasyonları ise 0.37-0.56 arasında değişmektedir. Yapılan güvenirlik analizinde alpha 0.76, açıklanan varyans %46.0 olarak belirlenmiştir.

“Merkeziyetçilik” olarak belirtilen ikinci faktörün, faktör yük değerlerinin 0.53-0.71, madde toplam korelasyonlarının 0.40-0.51 arasında olduğu görülmüştür. Güvenirlik için hesaplanan alpha 0.70, açıklanan varyans %45.3’dür.

Materyalizm ölçeğinde yer alan üçüncü faktör “Mutluluk” başlığı altında ele alınmıştır. Bu faktörde yer alan üç cümlelerin faktör yük değerleri 0.62-0.70 arasında olup, madde toplam korelasyonları 0.30-0.36 arasında değişmektedir. Yapılan güvenirlik analizinde ise ölçeğin alpha değeri 0.48, açıklanan varyansı ise %50.0 olarak bulunmuştur (Çizelge 4.4). Her üç faktörün korelasyon katsayılarının tümü istatistiksel açıdan anlamlıdır ($p<0.01$).

Çizelge 4.5 Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşlerine ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları

Çevre sorunlarının önemini kavrama	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
1. Su kirliliği	0.80	0.70
2. Hava kirliliği	0.87	0.80
3. Ozon tabakasındaki incelme	0.84	0.79
4. Ormansızlaşma	0.81	0.76
5. Yabanıl yaşamın yok olması	0.60	0.60
6. Küresel ısınma	0.78	0.73
Özdeğer: 4.031 Açıklanan varyans: % 67.2	Alpha: 0.90	
Tüketim ürünlerinin bedeli		
7. Hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir.	0.82	0.64
8. Kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır.	0.84	0.69
9. Gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir.	0.71	0.60
10. Modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir.	0.51	0.46
Özdeğer: 2.432 Açıklanan varyans: %60.8	Alpha: 0.79	
Çevre duyarlılığı		
11. Ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar.	0.61	0.58
12. Brezilya'daki yağmur ormanlarının yok edilişinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam.	0.61	0.54
13. Çevre kirliliği haberleri söylendiği kadar doğru değildir.	0.66	0.60
14. Her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir.	0.69	0.60
16. Çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır.	0.69	0.42
Özdeğer: 2.648 Açıklanan varyans: %53.0	Alpha: 0.77	
Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi		
20. Sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm	0.75	0.59
21. Bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir.	0.79	0.67
22. Çevreyi merak eden bir yapıya sahibim	0.74	0.66
23. Çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam.	0.56	0.54
24. Kendimi çevreci sayarım.	0.74	0.60
25. Kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum	0.72	0.61
26. Çevresel konularla ilgilenmem.	0.48	0.52
27. Çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım.	0.55	0.49
Özdeğer: 3.90 Açıklanan varyans: %48.8	Alpha: 0.85	

Anket formunun üçüncü bölümünde yer alan “Çevre Sorunlarına Yönelik Görüşler” ölçeğinin faktör analizi ve madde analizi sonuçları incelendiğinde ölçekte yer alan 27 cümleden dördü (15,17,18,19 no’lu maddeler) faktör yük değerinin 0.30’un altında olması nedeni ile ölçekten çıkarılarak analiz yenilenmiştir. Analiz sonucuna göre, çevresel problemlere yönelik görüşler ölçeğinde dört faktör ortaya çıkmıştır.

“Çevre sorunlarının önemini kavrama” başlığı altında irdelenen ve altı maddeden oluşan birinci faktörün, faktör yük değerleri 0.65-0.87 arasındadır. Madde toplam korelasyonları ise 0.60-0.80 değerleri arasındadır. Güvenirlik için hesaplanan alpha değeri 0.90, açıklanan varyans değeri %67.2’dir.

İkinci faktörde yer alan dört madde “tüketim ürünlerinin bedeli” başlığı altında isimlendirilmiştir. Bu maddelerin faktör yük değerleri 0.51-0.84, madde toplam korelasyon değerleri ise 0.46-0.69 arasında değişmektedir. Ölçeğin güvenirliği için hesaplanan alpha değeri 0.79, açıklanan varyans %60.8’dir.

Çevre sorunlarına yönelik görüşlerin üçüncü alt bölümünü oluşturan “çevre duyarlılığı” incelendiğinde, yapı geçerliliği için gerçekleştirilen faktör analizi sonuçlarına göre maddelerin faktör yük değerleri 0.61-0.69 arasında değişmektedir. Madde toplam korelasyonu 0.42-0.60 arasında bulunmuştur. Alpha değeri 0.77, açıkladığı varyans değeri %53.0 olarak saptanmıştır.

Yapı geçerliliği için yapılan faktör ve madde analizi sonuçlarına göre “çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi” alt bölümünde yer alan 8 cümlelerin faktör yük değerlerinin 0.48-0.79 arasında, madde toplam korelasyonlarının ise 0.49-0.67 arasında değiştiği belirlenmiştir. Güvenirlik analizi için hesaplanan alpha değeri 0.85, açıklanan varyans % 48.8’dir. “Çevre Sorunlarına Yönelik Görüşler” ölçeğinin dört alt bölümüne ilişkin korelasyon değerlerinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu saptanmıştır ($p < 0.01$) (Çizelge 4.5)

Çizelge 4.6 Öğrencilerin çevre sorumlu davranışlarına ilişkin faktör analizi ve madde analizi sonuçları

Sınırlı tüketim	Rotasyon sonrası faktördeki yük değeri	Madde toplam korelasyonu
1. Çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım.	0.63	0.40
2. Mümkün olduğunca az kâğıt harcarım.	0.75	0.55
3. Geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım.	0.60	0.53
18. Gereksiz su tüketmekten kaçınırım.	0.62	0.43
19. Çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım.	0.51	0.50
Özdeğer: 2.373 Açıklanan varyans: %48.0 Alpha: 0.72		
Enerji tasarrufu		
5. Evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım.	0.80	0.35
6. Evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım.	0.78	0.35
Özdeğer: 1.346 Açıklanan varyans: %67.3 Alpha: 0.51		
Çevreci eylemlere katılım		
9. Ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim.	0.64	0.42
10. Görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım.	0.51	0.35
13. Çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım.	0.64	0.46
14. Çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım.	0.76	0.49
15. TV ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim.	0.52	0.45
Özdeğer: 2.205 Açıklanan varyans: %44.1 Alpha: 0.68		
Çevreci uygulamaları destekleme		
20. Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim.	0.82	0.51
21. Çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum.	0.81	0.51
Özdeğer: 1.508 Açıklanan varyans: %75.3 Alpha: 0.67		

Araştırmanın son bölümünde yer alan ve beş bölümden oluşan “Çevre Sorumlu Davranış” ölçeğine yapı geçerliliği için faktör analizi uygulanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde ölçekte yer alan 21 cümleden yedisi (4,7,8,11,12,16,17 no’lu maddeler)

faktör yük değerinin 0.30'un altında olması nedeni ile çıkarılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Analiz sonucunda, ölçekteki cümleler “Sınırlı tüketim”, “Enerji tasarrufu”, “Çevreci eylemlere katılım” ve “Çevreci uygulamaları destekleme” olmak üzere dört bölüme ayrılmıştır.

“Sınırlı tüketim” başlığı altında incelenen birinci faktörde yer alan beş cümlelerin faktör yük değeri 0.51-0.75, madde toplam korelasyonları ise 0.40-0.55 arasında değişmektedir. Yapılan güvenirlik analizinde alpha 0.72, açıklanan varyans % 48.0 olarak belirlenmiştir.

Çevre sorumlu davranış ölçeğinin “Enerji tasarrufu” başlığı altında ele alınan ikinci faktörün faktör yük değerleri 0.78-0.80, madde toplam korelasyon değerleri ise her iki madde için 0.35’dir. Ölçeğin güvenirliği için hesaplanan alpha değeri 0.51, açıklanan varyans %67.3’dür.

Ölçeğin “Çevreci eylemlere katılım” alt bölümüne ilişkin faktör yük değerleri 0.51 - 0.76, madde toplam korelasyonu değerleri 0.35 - 0.49 arasındadır. Ölçeğin güvenirliğine ilişkin alpha değeri 0.68, açıklanan varyans değeri % 44.1’dir.

“Çevre Sorumlu Davranış” ölçeğinde yer alan son faktör “Çevreci uygulamaları destekleme” başlığı altında incelenmiştir. Bu faktörde yer alan cümlelerin faktör yük değerleri 0.81-0.82, her iki cümlelerin madde toplam korelasyonları ise 0.51’dir. Yapılan güvenirlik analizinde ölçeğin alpha değeri 0.67, açıklanan varyansı ise %75.3 olarak saptanmıştır (Çizelge 4.6). Her dört faktörün korelasyon katsayılarının tümünün istatistik açıdan $p < 0.01$ düzeyinde anlamlı olduğu bulunmuştur.

4.3 Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 10.0 paket yazılım programından yararlanılarak oluşturulan veri tabanında toplanmıştır. Bu yazılımın sağladığı aritmetik ve mantıksal işlem yapabilme olanağı ile

bilgilerin sınıflandırılması ve boyutlandırılması gerçekleştirilmiştir. Her soruya ilişkin mutlak ve yüzde değerleri gösteren çizelgeler hazırlanarak gerekli aritmetik ortalamalar hesaplanmıştır.

Materyalist değerler ile çevreye yönelik tutum ve davranışların incelendiği araştırmalarda ağırlıklı olarak cinsiyet, yaş ya da sosyo-ekonomik düzey gibi değişkenlerden yararlanılmıştır. (Belk 1985, Richins ve Dawson 1992, Banerjee and McKeage 1994, Chan 2003). Bu araştırmada açıklayıcı değişken olarak cinsiyet ve üniversite tipi değişkenleri göz önüne alınmıştır.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilere ilişkin genel bilgiler bölümünde frekans dağılımları verilmiş ve gerekli aritmetik ortalamalar hesaplanmıştır. Bu bölümde yer alan öğrencilerin yaşadığı yer, ailenin aylık toplam geliri, otomobil sahibi olma durumu, ailenin konut mülkiyet durumu üniversite tipi değişkenine göre önemlilik testi (khi-kare) kullanılarak değerlendirilmiştir. Öğrencilerin tüketim alışkanlıklarının incelendiği ikinci bölümde “Alışveriş yapma sıklıkları” ile “Boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları”na yönelik ölçeklerde verilen yanıtlar “hiç”, “yılda birkaç kez”, “ayda bir kez”, “ayda birkaç kez”, haftada bir kez”, “haftada 2-3 kez”, “her gün” biçiminde 7 kategoride incelenmiş ve seçeneklere 1-7 puan arasında bir değerlendirme uygulanmıştır. Ölçekleri oluşturan her bir davranışa katılım düzeyleri üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin etkileri değerlendirilmiştir. Ayrıca tüketicilerin “boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları” ile “alışveriş yapma sıklıkları” ölçekler dahilinde incelenmiş ve oluşturulan ölçekler üzerinde üniversite tipi ile cinsiyet değişkenlerinin etkisi t-testi ile araştırılmıştır. Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlar ve bunlara ilişkin görüşleri üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin etkisi önemlilik testi (khi-kare) kullanılarak değerlendirilmiş olup tatil anlayışlarına ilişkin bilgi frekans dağılımıyla verilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde yer alan, öğrencilerin materyalist değerlerini açıklayan ölçekte 3,6,7,8,9 no’lu maddelere ilişkin değerlendirmeleri kesinlikle katılıyorum (5), katılıyorum (4), kararsızım (3), katılmıyorum (2), kesinlikle katılmıyorum (1); bunun dışındaki (1,2,4,5,10,11,12,18,19) maddeler kesinlikle katılıyorum (1), katılıyorum (2),

kararsızım (3), katılmıyorum (4), kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde beş kategoride ele alınmış ve seçenekler “1’den 5’e” ve “5’den 1’e” puanlanarak değerlendirilmiştir. Materyalist değerlere ilişkin her bir tutum cümlesinin bağımsız değişkenlerle olan ilişkisi saptanmış; cinsiyet ve üniversite tipi değişkenlerinin “başarı”, “merkeziyetçilik” ve “mutluluk” alt ölçekleri üzerindeki etkisi ise t-testi ile ölçülmüştür.

“Çevre sorunlarına yönelik görüşlerin” incelendiği dördüncü bölümde yer alan cümlelere verilen yanıtlar “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” biçiminde beş kategoride incelenmiş ve seçeneklere 1-5 arasında puan verilerek değerlendirilmiştir. Ölçekte yer alan olumsuz anlam içeren cümleler (7,8,9,10,11,12,13,14,16,23,26) için ise puanlama 5-1 biçiminde yapılmıştır. Sorulara ilişkin mutlak ve yüzde değerleri gösteren çizelgelere yer verilmiş ve cinsiyet ile üniversite tipi değişkenlerine bağlı farklılığın belirlenebilmesi için t-testi uygulanmıştır. Ölçeği oluşturan dört faktörün her biri üzerinde cinsiyet ve üniversite tipi değişkenlerinin etkisi t-testi ile değerlendirilmiştir.

Öğrencilerin çevre sorumlu davranışlarının incelendiği beşinci bölümde cümlelere verilen yanıtlar beş düzeyde ele alınmıştır (1’den 5’e- Kesinlikle katılıyorum/Kesinlikle katılmıyorum). Bu bölümde de sorulara ilişkin mutlak ve yüzde değerlerini gösteren çizelgeler hazırlanmış ve her bir davranış cümlesinin cinsiyet ile üniversite tipi değişkenine etkisi t-testi ile incelenmiştir. Cinsiyet ve üniversite türü değişkenlerinin çevre sorumlu davranışı oluşturan her bir alt ölçek üzerindeki etkisi ise t-testi ile ölçülmüştür.

Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile yordayıcı değişkenler (materyalist değerler ve çevre sorumlu davranış) ve çevre sorumlu davranışları ile yordayıcı değişkenler (materyalist değerler ve çevre sorunlarına yönelik görüşler) arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile Doğrusal Regresyon Analizi uygulanmıştır. Ayrıca öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve materyalist değerler, çevre sorunlarına yönelik görüşler ile çevre sorumlu davranış ölçekleri arasındaki ilişkilerin saptanabilmesi için Pearson Korelasyon Katsayısı hesaplanmıştır.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular “Öğrencilere İlişkin Bilgiler”, “Öğrencilerin Tüketim Alışkanlıkları”, “Materyalist Değerlere İlişkin Sorular”, Çevre Sorunlarına Yönelik Görüşler” ile “Çevre Sorumlu Davranış” başlıkları altında ele alınmış ve tartışmaları yapılmıştır.

5.1 Araştırma Kapsamına Alınan Öğrencileri Tanıtıcı Bilgiler

Bu bölüm araştırmanın materyalini oluşturan öğrencilerin yaşı, medeni durumu, ailedeki birey sayısı, anne-babanın eğitim düzeyi ile meslek durumları, öğrencilerin yaşadıkları yer, ailelerin konut mülkiyet durumları, ailelerin aylık toplam geliri, öğrencinin gelir kaynağı ve aylık harçlık miktarı, öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları konularını içermektedir.

5.1.1 Öğrencilere ilişkin genel bilgiler

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarıya yakını (%46.5) 20-22; %43.7’si 17-19 yaşlarında olup, ortalama yaş 21.67 ± 0.67 ’dir. Öğrencilerin tamamına yakınının bekar olduğu görülmüştür (%99.6). Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %50.6’sının ailesi 4, % 32.3’ünün ailesi beş ve daha fazla bireyden oluşmaktadır. Öğrencilerin ailelerindeki ortalama birey sayısı 4.13 ± 0.73 ’tür.

5.1.2 Annenin eğitim düzeyi ve meslek durumu

Araştırma materyalini oluşturan öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyleri ve meslek durumları üniversite tipi değişkenine göre Çizelge 5.1’de irdelenmiştir.

Çizelge 5.1 Annenin eğitim düzeyi ve meslek durumu

Anne		Üniversite tipi				Toplam	
		Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi			
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim düzeyi	Okur-yazar değil	1	0.4	9	3.8	10	2.1
	Okur-yazar	3	1.3	11	4.6	14	2.9
	İlkokul	10	4.2	80	33.3	90	18.8
	Ortaokul	11	4.6	18	7.5	29	6.0
	Lise	69	28.8	62	25.8	131	27.3
	Üniversite	112	46.7	58	24.2	170	35.4
	Lisansüstü	34	14.2	2	0.8	36	7.5
Toplam		240	100.0	240	100.0	480	100.0
Meslek durumu	Memur	61	25.4	43	17.9	104	21.6
	Serbest meslek	32	13.3	3	1.3	35	7.3
	İşçi	3	1.3	7	2.9	10	2.1
	Uzman meslekler	36	15.0	8	3.3	44	9.2
	Ev hanımı	83	34.6	153	63.8	236	49.2
	Emekl)	25	10.4	25	10.8	51	10.6
Toplam		240	100.0	240	100.0	480	100.0

Öğrencilerin annelerinin % 35.4’ünün üniversite, % 27.3’ünün ise lise, % 24.8 ile ilköğretim ve % 7.5 ile lisansüstü mezunu oldukları, % 2.9’unun okur-yazar olduğu, %2.1’inin ise okuryazar olmadığı belirlenmiştir. Vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin annelerinin yarıya yakını (%46.7) üniversite mezunu iken devlet üniversitesinde ilkokul mezunu (% 33.3) annelerin oranı daha yüksektir (Çizelge 5.1).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin annelerinin meslek durumlarına bakıldığında, annelerin %49.2’sinin ev hanımı, %21.7’sinin ise memur olduğu görülmektedir. % 9.2’si uzman ve % 7.3’ü serbest meslek sahibi, %2.0’ı işçi olup %10.7’sinin emekli olduğu saptanmıştır. Sonuçlar üniversite tipine göre irdelendiğinde ise, vakıf ve devlet üniversitelerinde okuyan öğrencilerin annelerinin çoğunluğu ev hanımı olup, devlet

üniversitesinde okuyan öğrencilerin annelerinde bu oranın daha yüksek olduğu bulunmuştur (Vakıf üniversitesi %34.6, devlet üniversitesi %63.8) (Çizelge 5.1).

5.1.3 Babanın eğitim düzeyi ve meslek durumu

Öğrencilerin babaların eğitim düzeyleri ve meslek durumlarına göre dağılımları Çizelge 5.2’ de gösterilmiştir.

Çizelge 5.2 Babanın eğitim düzeyi ve meslek durumu

Baba		Üniversite tipi					
		Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi		Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim düzeyi	Okur-yazar değil	1	0.4	2	0.8	3	0.6
	Okur-yazar	1	0.4	2	0.8	3	0.6
	İlkokul	5	2.1	43	17.9	48	10.0
	Ortaokul	10	4.2	25	10.4	35	7.3
	Lise	32	13.3	70	29.2	102	21.3
	Üniversite	147	61.3	88	36.7	235	49.0
	Lisansüstü	44	18.3	10	4.2	54	11.2
Toplam		240	100.0	240	100.0	480	100.0
Meslek durumu	Memur	50	20.8	78	32.5	128	26.7
	Serbest meslek	101	42.1	53	22.1	154	32.1
	İşçi	5	2.1	32	13.3	37	7.7
	Uzman meslekler	53	22.1	10	4.2	63	13.1
	Diğer (Emekli)	31	12.9	67	27.9	98	20.4
Toplam		240	100.0	240	100.0	480	100.0

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin babalarının % 49.0’u üniversite, % 21.3’ü lise, % 17.3’ü ilköğretim ve % 11.3’ü lisansüstü mezunudur. Okuryazar olan ve olmayan babaların oranları ise birbirine eşittir (% 0.6). Üniversite tipine göre incelendiğinde üniversite mezunu babaların oranı her iki grupta da yüksek olup bu oran vakıf üniversitelerinde devlet üniversitelerinin yaklaşık iki katı kadardır (Vakıf üniversitesi % 61.3, devlet üniversitesi %36.7) (Çizelge 5.2).

Babaların meslek durumları ele alındığında % 32.1’inin serbest meslek, %26.7’sinin memur, %20.4’ünün ise emekli olduğu bulunmuştur. Vakıf üniversitesinde serbest

meslek sahibi babaların (%42.1), devlet üniversitesinde ise memur babaların (%32.5) oranı daha yüksektir (Çizelge 5.2).

5.1.4 Öğrencilerin yaşadıkları yer

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaşadıkları yer Çizelge 5.3’de verilmiştir.

Çizelge 5.3 Öğrencilerin yaşadıkları yer

Yaşadıkları yer	Üniversite tipi				Toplam	
	Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Devlet yurdu	1	0.4	30	12.5	31	6.5
Özel yurt	32	13.3	29	12.1	61	12.7
Aile ile birlikte	153	63.8	97	40.4	250	52.1
Arkadaşıyla birlikte evde	23	9.6	64	26.7	87	18.1
Akraba ya da tanıdıklarının yanında	5	2.1	6	2.5	11	2.3
Diğer (Evde tek başına)	26	10.8	14	5.8	40	8.3
Toplam	240	100.0	240	100.0	480	100.0

χ^2 : 62.833 sd:5 $p < 0.001$

Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısı (%52.1) aileleri ile birlikte yaşamaktadır. Bunu sırasıyla arkadaşıyla birlikte evde yaşayanlar (%18.1), özel yurttaki kalanlar (%12.7), evde tek başına yaşayanlar (%8.3) ile devlet yurdunda (%6.5) kalanlar izlemektedir. Akraba ya da tanıdıklarının yanında yaşayanlar ise grubun ancak % 2.3’ünü oluşturmaktadır (Çizelge 5.3). Her iki üniversite tipinde aileleri ile birlikte yaşadığını belirten öğrencilerin oranı daha yüksek olup bu oranlar vakıf üniversitesinde %63.8, devlet üniversitesinde %40.4’tür. Bunu sırasıyla özel yurttaki (%13.3) kaldığını belirten vakıf üniversitesi öğrencileri ile arkadaşı ile evde birlikte kaldığını belirten (%26.7) devlet üniversitesi öğrencilerinin izlediği görülmüştür.

Yapılan khi-kare (χ^2) analizine göre öğrencilerin yaşadıkları yer ile üniversite tipi değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($p < 0.001$).

5.1.5 Ailelerin konut mülkiyet durumları

Bu bölümde öğrencilerin ailelerin konut mülkiyet durumları Çizelge 5.4’de incelenmiştir.

Çizelge 5.4 Ailelerin konut mülkiyet durumları

Konut mülkiyet durumları	Üniversite tipi				Toplam	
	Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ev sahibi	213	88.8	188	78.3	401	83.5
Kiracı	12	5.0	29	12.2	41	8.5
Akrabalara/tanıdıklara ait	2	0.8	8	3.3	10	2.2
Lojman	12	5.0	13	5.4	25	5.2
Diğer	1	0.4	2	0.8	3	0.6
Toplam	240	100.0	240	100.0	480	100.0

χ^2 : 12.581 sd: 4 $p < 0.05$

Çizelge 5.4’de görüldüğü gibi ailelerin büyük çoğunluğu (%83.5) ev sahibi, %8.5’i kiracıdır. Lojmanda oturanlar %5.2 oranındadır. Üniversite tipine göre incelendiğinde, ev sahibi olan vakıf ve devlet üniversitelerindeki öğrencilerin oranları diğer seçeneklerden yüksektir (%88.8, %78.3)

Analiz sonucunda öğrencilerin ailelerinin konut mülkiyet durumları ile üniversite tipi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($p < 0.05$).

5.1.6 Ailelerin aylık toplam geliri

Ailelerin aylık toplam geliri üniversite tipine göre Çizelge 5.5’de verilmiştir.

Çizelge 5.5 Ailelerin aylık toplam geliri

Gelir durumu	Üniversite tipi					
	Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
< 500 YTL	-	-	16	6.7	16	3.3
501-1000 YTL	6	2.5	66	27.5	72	15.0
1001-1500 YTL	9	3.8	58	24.2	67	14.0
1501-2000 YTL	20	8.3	53	22.1	73	15.2
2001-2500 YTL	33	13.8	30	12.5	63	13.1
2501-3000 YTL	36	15.0	10	4.2	46	9.6
3001 > YTL	136	56.7	7	2.9	143	29.8
Toplam	240	100.0	240	100.0	480	100.0

χ^2 : 247.963 sd:6 $p < 0.001$

Çizelgeden de anlaşılacağı gibi genel örnekleme, ailelerin %29.8'inin aylık toplam gelir miktarı 3000 YTL ve üstüdür. Aylık toplam gelir miktarı 501-1000 YTL (%15.0) arasında olanlar ile 1501-2000 YTL (%15.2) arasında olanların oranı birbirine yakın olup bunu % 14.0 oranı ile 1001-1500 YTL arasında olanlar izlemektedir. Üniversite tipi değişkenine göre incelendiğinde; aylık toplam geliri 3000 YTL ve üstü olanların oranının (%56.7) vakıf üniversitesinde, 500-1000 YTL arasında olanların oranının (%27.5) devlet üniversitesinde daha fazla olduğu görülmektedir (Çizelge 5.5).

Yapılan χ^2 analizi ile öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelir durumu ile üniversite tipi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir ($p < 0.001$).

Ersoy vd. (2007) çocukların tüketim davranışlarına anne-babaların etkisine ilişkin çalışmada araştırmaya katılan ailelerin % 36.8'i 800 YTL ve daha az, % 22.1'i 1601 YTL ve daha fazla, % 20.7'si 801-1200 YTL arası, % 20.4'ü 1201-1600 YTL arası toplam aylık gelire sahip olduklarını saptamışlardır.

5.1.7 Öğrencilerin gelir kaynağı

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin gelir kaynağı üniversite tipi değişkenine göre Çizelge 5.6’da gösterilmiştir.

Çizelge 5.6 Öğrencilerin gelir kaynağı

Gelir kaynağı	Üniversite tipi				Toplam	
	Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ailem karşılıyor	232	83.5	210	64.2	442	73.1
Çalışıyorum	5	1.8	15	4.6	20	3.1
Burs alıyorum	22	7.9	15	4.6	68	11.3
Kredi kullanıyorum	16	5.8	49	15.0	65	10.8
Diğer	3	1.1	7	2.1	10	1.7
Toplam	278	100	327	100	605	100

Öğrencilerin gelir kaynağı birden fazla seçenek işaretlenmesinden dolayı cevap sayısı üzerinden hesaplanarak belirlenmiştir. Çizelge 5.5’ten de anlaşılabacağı gibi genel toplamda öğrencilerin %73.1’i aylık gelirlerini ailelerinden almaktadırlar. Burs aldığını belirtenler %11.2, kredi kullananlar ise %10.7 oranındadır. Üniversite tipi dikkate alındığında; her iki üniversite tipinde “ailem karşılıyor” yanıtını verenler çoğunlukta olup vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranı (%83.5) devlet üniversitesindekilerden (%64.2) daha yüksektir. Bunu sırasıyla burs aldığını belirten vakıf üniversitesi öğrencileri (%7.9) ile kredi kullandığını belirten devlet üniversitesi öğrencileri (%15.0) takip etmektedir.

Heşeminia vd. (2002)’nin Ankara’da yüksek öğretim öğrenci yurtlarında kalan öğrencilerin beslenme sorunlarına ilişkin 1768 üniversite öğrencisi üzerinde yürüttükleri araştırmada, öğrencilerin %44.3’ü aylık gelirlerini hem ailelerinden hem de burs ve kredilerden aldıklarını belirtmiş olup %37.5’inin ailelerinden, %8.1’inin burs ve kredilerden, %2.9’unun çalıştıkları işlerden, %2.6’sının ailelerinden, çalıştıkları iş ve burslarından, %2.3’ünün aileleri ve çalıştıkları işten, %2.1’inin çalıştıkları iş, burs ve kredilerden aylık gelir aldıkları saptanmıştır.

5.1.8 Öğrencilerin aylık harçlık miktarı

Öğrencilerin aylık harçlık miktarı Çizelge 5.7’de verilmiştir.

Çizelge 5.7 Öğrencilerin aylık harçlık miktarı

Aylık harçlık miktarı	Sayı	%
Belirtmeyen	49	10.2
- 250 YTL	131	27.3
251-450 YTL	115	24.0
451-650 YTL	94	19.5
651 + YTL	91	19.0
$\bar{x} : 326.00 \pm 3.25$		
Toplam	480	100.0

Açık uçlu olarak sorulan soru için genel örneklemede öğrencilerin %27.3’ü aylık harçlık miktarını 250 YTL ve altı, %24.0’ı 251-450 YTL, %19.5’i 451-650 YTL ve %19.0’ı 651 YTL ve üstü olarak belirtmiştir. Harçlık miktarını belirtmeyen öğrencilerin oranı %10.2 olarak bulunmuştur. Öğrencilerin ortalama aylık harçlık miktarı 326.00 ± 3.25 ’tir (Çizelge 5.7).

5.1.9 Öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları

Bu bölümde öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları üniversite tipi değişkeni göz önüne alınarak Çizelge 5.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.8 Öğrencilerin otomobil sahibi olma durumları

Otomobil varlığı	Üniversite tipi				Toplam	
	Vakıf üniversitesi		Devlet üniversitesi			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Otomobili olmayan	40	16.7	114	47.5	154	32.1
Kendime ait	40	16.7	3	1.3	43	9.0
Aileme ait	141	58.8	121	50.4	262	54.5
Hem kendime hem aileme ait	19	7.8	2	0.8	21	4.4
Toplam	240	100.0	240	100.0	480	100.0

χ^2 : 82.684 sd: 3 p<0.001

Öğrencilerin otomobil varlığı incelendiğinde; %32.1'inin otomobil sahibi olmadıkları görülmüştür. Öğrencilerin %54.5'i ailesine, %9.0'u kendisine ait otomobili olduğunu belirtmiştir. Hem kendisine hem de ailesine ait otomobili sahibi olanlar %4.4 oranındadır. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında; vakıf üniversitesindekilerin %58.8'i, devlet üniversitesindekilerin %50.4'ü ailelerine ait otomobillerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Kendisine ait otomobili olduğunu belirten vakıf ve devlet üniversitesi öğrencilerinin oranı sırasıyla % 16.7, %1.03'dür. Otomobil sahibi olmadıklarını belirten devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranı (%47.5) vakıf üniversitesindeki öğrencilerin iki katından fazladır (%16.7) (Çizelge 5.8).

Öğrencilerin devam ettikleri üniversite ile otomobil sahibi olma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur ($p<0.001$). Bu durum öğrencilerin gelir düzeyleri ile ilişkilendirilebilir.

5.2. Araştırma Kapsamına Alınan Öğrencilerin Tüketim Alışkanlıkları

Bu bölümde araştırma kapsamına alınan öğrencilerin alışveriş yapma sıklıkları, sahip oldukları elektronik araç varlığı ve bunlara ilişkin görüşleri, boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları ile tatil anlayışları konularını içeren sorulardan oluşmaktadır.

5.2.1 Öğrencilerin alışveriş yapma sıklıkları

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin alışveriş yapma sıklıkları yapılan istatistik analiz sonucu moda merkezli, spor ve hobi merkezli, ev geliştirme merkezli ve eğlence merkezli olmak üzere dört faktör altında toplanmış ve her bir faktöre ilişkin dağılımlar üniversite tipi ve cinsiyete göre irdelenmiştir.

5.2.1.1 Öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları

Öğrencilere giyim mağazası, butik, kuyumcu/bijuteri, sağlık ve güzellik merkezi ile büyük alışveriş merkezlerine hangi sıklıkta gittikleri sorulmuş ve yanıtlar üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre Çizelge 5.9 ve Çizelge 5.10'da verilmiştir.

Öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları dikkate alındığında en fazla tercih edilenin “giyim mağazaları” ($\bar{X} = 3.629$) ile “büyük alışveriş merkezleri” ($\bar{X} = 3.577$) olduğu görülmektedir. Daha sonra sırasıyla “butikler” ($\bar{X} = 2.670$), “sağlık/güzellik merkezi” ($\bar{X} = 2.479$) ve “kuyumcu” ($\bar{X} = 2.364$) olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.9 ve Çizelge 5.10).

Moda merkezli alışveriş yapma kapsamında öğrencilerin en sık olarak ayda birkaç kez giyim mağazası ile büyük alışveriş merkezlerine gittikleri belirlenmiş olup bunların birbirine yakın oranlarda olduğu bulunmuştur (%35.8, %31.9). Genel toplamda öğrencilerin %33.5'inin butiklere, %36.7'sinin kuyumcu/bijuteriye, %34.0'ının ise sağlık ve güzellik merkezlerine “hiç” gitmedikleri saptanmıştır. İstatistik analiz sonuçları, giyim mağazasına, kuyumcu/bijuteriye, sağlık ve güzellik merkezleri ile büyük alışveriş merkezlerine ($p < 0.001$) ve butiklere ($p < 0.01$) gitme sıklığının üniversite tipi değişkeni üzerinde etkili olduğunu, vakıf üniversitesi öğrencilerinin bu tür yerlere daha fazla gittiğini göstermektedir (Çizelge 5.9). Giyim mağazasına, butiklere, kuyumcu/bijuteriye ve sağlık ve güzellik merkezlerine gitme sıklığının cinsiyete bağlı olarak değiştiği ($p < 0.001$), kızların daha fazla bu tür merkezlere gittiği, büyük alışveriş

merkezlerine gitme sıklığının ise değişmediği ($p>0.05$) istatistiksel analiz sonucu saptanmıştır (Çizelge 5.10).

Çizelge 5.9 Üniversite tipine göre öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Moda merkezli alışveriş yerleri	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Giyim mağazası	Vakıf	5	2.1	36	15.0	35	14.6	90	37.5	42	17.5	30	12.5	2	0.8	240	100.0	3.941	1.298	5.551**
	Devlet	7	2.9	63	26.3	58	24.1	82	34.2	19	7.9	11	4.6	-	-	240	100.0	3.316	1.164	
Toplam		12	2.6	99	20.6	93	19.4	172	35.8	61	12.7	41	8.5	2	0.4	480	100.0	3.629	1.271	
Butikler	Vakıf	76	31.7	40	16.6	25	10.4	63	26.3	19	7.9	16	6.7	1	0.4	240	100.0	2.837	1.632	2.383*
	Devlet	85	35.4	47	19.6	34	14.2	56	23.3	12	5.0	6	2.5	-	-	240	100.0	2.504	1.426	
Toplam		161	33.5	87	18.1	59	12.3	119	24.8	31	6.5	22	4.6	1	0.2	480	100.0	2.670	1.540	
Kuyumcu/Bijuteri	Vakıf	76	31.7	57	23.8	39	16.2	42	17.5	17	7.1	7	2.9	2	0.8	240	100.0	2.566	1.476	3.199**
	Devlet	100	41.7	63	26.3	29	12.1	38	15.8	7	2.9	2	0.8	1	0.4	240	100.0	2.162	1.285	
Toplam		176	36.7	120	25.0	68	14.2	80	16.7	24	5.0	9	1.9	3	0.5	480	100.0	2.364	1.397	
Sağlık ve güzellik	Vakıf	62	25.7	46	19.2	46	19.2	57	23.8	21	8.8	7	2.9	1	0.4	240	100.0	2.803	1.453	5.310**
	Devlet	101	42.1	57	23.8	41	17.1	30	12.4	8	3.3	3	1.3	-	-	240	100.0	2.150	1.255	
Toplam		163	34.0	103	21.5	87	18.1	87	18.1	29	6.0	10	2.1	1	0.2	480	100.0	2.479	1.396	
Büyük alışveriş merkezileri	Vakıf	3	1.3	21	8.8	43	17.9	93	38.7	51	21.2	23	9.6	6	2.5	240	100.0	4.087	1.208	9.098**
	Devlet	21	8.8	68	28.3	63	26.3	60	25.0	18	7.4	10	4.2	-	-	240	100.0	3.066	1.249	
Toplam		24	5.0	89	18.5	106	22.1	153	31.9	69	14.4	33	6.9	6	1.2	480	100.0	3.577	1.329	

*p<0.01, **p<0.001

Çizelge 5.10 Cinsiyete göre öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Moda merkezli alışveriş yerleri	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Giyim mağazası	Kız	2	0.8	26	10.8	45	18.8	105	43.8	34	14.2	26	10.8	2	0.8	240	100.0	3.954	1.161	5.788*
	Erkek	10	4.2	73	30.3	48	20.0	67	27.9	27	11.3	15	6.3	-	-	240	100.0	3.304	1.295	
Toplam		12	2.6	99	20.6	93	19.4	172	35.8	61	12.7	41	8.5	2	0.4	480	100.0	3.629	1.271	
Butikler	Kız	33	13.8	49	20.4	37	15.4	86	35.8	20	8.3	15	6.3	-	-	240	100.0	3.233	1.400	8.589*
	Erkek	128	53.3	38	15.8	22	9.2	33	13.8	11	4.6	7	2.9	1	0.4	240	100.0	2.108	1.468	
Toplam		161	33.5	87	18.1	59	12.3	119	24.8	31	6.5	22	4.6	1	0.2	480	100.0	2.670	1.540	
Kuyumcu/Bijuteri	Kız	32	13.3	70	29.2	47	19.6	68	28.3	14	5.8	6	2.5	3	1.3	240	100.0	2.966	1.331	10.453*
	Erkek	144	60.0	50	20.8	21	8.7	12	5.0	10	4.2	3	1.3	-	-	240	100.0	1.762	1.188	
Toplam		176	36.7	120	25.0	68	14.2	80	16.7	24	5.0	9	1.9	3	0.5	480	100.0	2.364	1.397	
Sağlık ve güzellik	Kız	35	14.6	61	25.4	58	24.2	57	23.8	21	8.7	7	2.9	1	0.4	240	100.0	2.970	1.326	8.236*
	Erkek	128	53.3	42	17.5	29	12.1	30	12.5	8	3.3	3	1.3	-	-	240	100.0	1.987	1.288	
Toplam		163	34.0	103	21.5	87	18.1	87	18.1	29	6.0	10	2.1	1	0.2	480	100.0	2.479	1.396	
Büyük alışveriş merkezileri	Kız	10	4.2	45	18.8	54	22.5	77	32.1	31	12.9	20	8.2	3	1.3	240	100.0	3.608	1.333	0.514
	Erkek	14	5.8	44	18.3	52	21.7	76	31.7	38	15.8	13	5.4	3	1.3	240	100.0	3.545	1.328	
Toplam		24	5.0	89	18.5	106	22.1	153	31.9	69	14.4	33	6.9	6	1.2	480	100.0	3.577	1.329	

*p<0.001

Öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıkları bir ölçek dahilinde incelenmiş ve bu ölçek ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiler Çizelge 5.11’de açıklanmıştır.

Çizelge 5.11 Üniversite tipine ve cinsiyete göre moda merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Moda merkezli	Üniversite tipi	N	$\overline{X}$	S	Sd	t
	Vakıf	240	16.241	5.394	478	6.580*
	Devlet	240	13.200	4.711		
	Cinsiyet					
	Kız	240	16.733	4.821	478	9.019*
	Erkek	240	12.708	4.954		

*p<0.001

Çizelge 5.11’den de izlenebileceği gibi, t-testi sonuçları, öğrencilerin moda merkezli alışveriş yapma sıklıklarının üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini, vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesindekilerden, kızların ortalama puanlarının ise erkeklerden yüksek olduğunu göstermiştir (p<0.001).

5.2.1.2 Öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları

Öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş faaliyetlerine katılma sıklıkları ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiler Çizelge 5.12 ve Çizelge 5.13’de gösterilmiştir.

Çizelgelerden de görüldüğü gibi en yaygın biçimde tercih edilen mağazalar “spor mağazaları” ($\bar{X}$ =2.714) ile “elektronik eşya mağazaları”($\bar{X}$ =2.647) en az tercih edilen ise “on-line mağazalar” ($\bar{X}$ =1.797) olmuştur (Çizelge 5.12 ve Çizelge 5.13).

Araştırma sonuçları öğrencilerin %42.3'ünün elektronik eşya mağazasına % 29.8'inin spor mağazasına “yılda birkaç kez” gittiklerini, yarıdan fazlasının (%67.3) ise on-line alışveriş yapmadıklarını göstermektedir. Üniversite tipinin elektronik eşya ve spor mağazalarından alışveriş yapma sıklığı üzerinde etkili olduğu ($p<0.001$) ; ancak on-line alışveriş yapmada etkili olmadığı ($p>0.05$) belirlenmiştir. Analiz sonuçlarında, elektronik eşya mağazası ile on-line alışveriş yapma sıklığının cinsiyete göre önemli bir farklılık gösterdiği ($p<0.001$), bu farklılığın erkeklerin internet üzerinden ve elektronik eşya mağazalarından alışveriş yapma eğiliminin daha fazla olmasından kaynaklandığı, spor mağazalarında ise bu farklılığın önemsiz ($p>0.05$) olduğu görülmüştür (Çizelge 5.12 ve Çizelge 5.13).

Çizelge 5.12 Üniversite tipine göre öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Spor ve hobi merkezli alışveriş yerleri	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Elektronik eşya mağazası	Vakıf	20	8.3	98	40.8	49	20.4	52	21.7	15	6.3	6	2.5	-	-	240	100.0	2.841	1.189	3.545*
	Devlet	48	20.0	105	43.7	38	15.8	33	13.8	11	4.6	5	2.1	-	-	240	100.0	2.454	1.205	
Toplam		68	14.2	203	42.3	87	18.1	85	17.7	26	5.4	11	2.3	-	-	480	100.0	2.647	1.211	
Spor mağazaları	Vakıf	36	15.0	64	26.7	53	22.1	60	25.0	19	7.9	7	2.9	1	0.4	240	100.0	2.945	1.329	3.921*
	Devlet	62	25.8	79	32.9	35	14.6	51	21.3	11	4.6	2	0.8	-	-	240	100.0	2.483	1.254	
Toplam		98	20.4	143	29.8	88	18.3	111	23.1	30	6.3	9	1.9	1	0.2	480	100.0	2.714	1.311	
On-line	Vakıf	148	61.6	45	18.8	10	4.2	23	9.6	3	1.2	4	1.7	7	2.9	240	100.0	1.866	1.463	1.039
	Devlet	175	72.9	20	8.3	12	5.0	15	6.3	6	2.5	10	4.2	2	0.8	240	100.0	1.729	1.436	
Toplam		323	67.3	65	13.5	22	4.6	38	7.9	9	1.9	14	2.9	9	1.9	480	100.0	1.797	1.450	

*p<0.001

Çizelge 5.13 Cinsiyete göre öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Spor ve hobi merkezli alışveriş yerleri	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Elektronik eşya mağazası	Kız	37	15.4	117	48.7	41	17.1	31	12.9	9	3.8	5	2.1	-	-	240	100.0	2.470	1.138	3.233*
	Erkek	31	12.9	86	35.8	46	19.2	54	22.5	17	7.1	6	2.5	-	-	240	100.0	2.825	1.258	
Toplam		68	14.2	203	42.3	87	18.1	85	17.7	26	5.4	11	2.3	-	-	480	100.0	2.647	1.211	
Spor mağazaları	Kız	50	20.8	78	32.5	44	18.3	53	22.1	10	4.2	5	2.1	-	-	240	100.0	2.625	1.264	1.498
	Erkek	48	20.0	65	27.1	44	18.3	58	24.2	20	8.3	4	1.7	1	0.4	240	100.0	2.804	1.353	
Toplam		98	20.4	143	29.8	88	18.3	111	23.1	30	6.3	9	1.9	1	0.2	480	100.0	2.714	1.311	
On-line	Kız	178	74.1	30	12.5	12	5.0	11	4.6	1	0.4	4	1.7	4	1.7	240	100.0	1.562	1.229	3.601*
	Erkek	145	60.3	35	14.6	10	4.2	27	11.3	8	3.3	10	4.2	5	2.1	240	100.0	2.033	1.610	
Toplam		323	67.3	65	13.5	22	4.6	38	7.9	9	1.9	14	2.9	9	1.9	480	100.0	1.797	1.450	

*p<0.001

Spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklığı alt ölçeğine ilişkin veriler üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenerek Çizelge 5.14’de verilmiştir.

Çizelge 5.14 Üniversite tipine ve cinsiyete göre spor ve hobi merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Spor ve hobi merkezli	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
	Vakıf	240	7.654	2.933	478	3.695*
	Devlet	240	6.666	2.922		
	Cinsiyet					
	Kız	240	6.658	2.520	478	3.759*
	Erkek	240	7.662	3.282		

*p<0.001

Çizelge 5.14’den de izlenebileceği gibi, t-testi sonuçları, öğrencilerin spor ve hobi merkezli alışveriş yapma sıklıklarının üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini (p<0.001), vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesindekilerden, erkeklerin ortalama puanlarının ise kızlardan yüksek olduğunu göstermiştir. Bu sonuç vakıf üniversitesi öğrencilerin gelirlerinin daha yüksek, erkeklerin ise spora daha ilgili olmasından kaynaklanabilir.

Purutçuoğlu vd. (2007) internet kullanımı ile kişisel değerler arasındaki ilişkinin incelenmesi konulu çalışmada, araştırma kapsamına alınan lisansüstü öğrencilerinin %34.4’ünün on-line ürün ya da hizmet satın aldığını, %17.8’inin on-line yatırım yaptığını, %3.7’sinin ise ürün satarak ya da satın alarak on-line aktivitelere (açık arttırmalara) katıldığını saptamıştır.

Penpece (2006) kültürün tüketici davranışları üzerindeki etkisine ilişkin araştırmasında tüketicilerin %70.8’inin bütün ürünleri rahatlıkla görebilecekleri alışveriş merkezlerini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. %79.7’si internet üzerinden alışveriş yapmadıklarını belirtirken %16.4’ünün internet üzerinden alışveriş yaptıkları, %3.6’sının ise bu konuda kararsız kaldığı saptanmıştır.

5.2.1.3 Öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları

Bu bölümde öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları incelenmiş ve t-testi sonuçlarına yer verilmiştir (Çizelge 5.15 ve Çizelge 5.16).

Ev geliştirme merkezli faaliyetler arasında yer alan “ev tekstili” ($\bar{X}=1.564$) ile “mobilya” ($\bar{X}=1.485$) alışveriş yapma sıklıkları değerlendirildiğinde ortalama puanlarının birbirine yakın olduğu saptanmıştır

Genel toplamda öğrencilerin çoğunluğunun ev tekstili (%62.3) ve mobilya (%67.1) ürünleri için hiç alışveriş yapmadıkları belirlenmiştir. Yılda birkaç kez ev tekstili ve mobilya alışveriş yapanların oranı sırasıyla %26.3 ve %24.2’dir. Üniversite tipinin ev tekstili ve mobilya alışveriş yapma sıklığı üzerinde etkili olduğu ($p<0.01$, $p<0.001$), cinsiyetin ise etkili olmadığı görülmektedir ($p>0.05$) (Çizelge 5.15 ve Çizelge 5.16).

Çizelge 5.15 Üniversite tipine göre öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Ev geliştirme merkezli alışveriş yerleri	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Ev tekstili	Vakıf	133	55.4	73	30.5	14	5.8	17	7.1	2	0.8	1	0.4	-	-	240	100.0	1.687	0.971	3.025*
	Devlet	166	69.2	53	22.1	13	5.4	6	2.5	1	0.4	1	0.4	-	-	240	100.0	1.441	0.800	
Toplam		299	62.3	126	26.3	27	5.6	23	4.8	3	0.6	2	0.4	-	-	480	100.0	1.564	0.897	
Mobilya	Vakıf	139	57.8	7	29.2	13	5.4	11	4.6	4	1.7	3	1.3	-	-	240	100.0	1.666	1.029	4.640**
	Devlet	183	76.3	46	19.2	8	3.3	1	0.4	2	0.8	-	-	-	-	240	100.0	1.304	0.636	
Toplam		322	67.1	116	24.2	21	4.4	12	2.5	6	1.2	3	0.6	-	-	480	100.0	1.448	0.874	

*p<0.01, **p<0.001

88

Çizelge 5.16 Cinsiyet göre öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Ev geliştirme merkezli alışveriş yerleri	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Ev tekstili	Kız	136	56.6	77	32.1	17	7.1	9	3.8	1	0.4	-	-	-	-	240	100.0	1.591	0.813	0.661
	Erkek	163	68.0	49	20.4	10	4.2	14	5.8	2	0.8	2	0.8	-	-	240	100.0	1.537	0.976	
Toplam		299	62.3	126	26.3	27	5.6	23	4.8	3	0.6	2	0.4	-	-	480	100.0	1.564	0.897	
Mobilya	Kız	156	65.0	67	27.9	12	5.0	4	1.7	-	-	1	0.4	-	-	240	100.0	1.450	0.730	0.888
	Erkek	166	69.2	49	20.4	9	3.8	8	3.3	6	2.5	2	0.8	-	-	240	100.0	1.520	0.997	
Toplam		322	67.1	116	24.2	21	4.4	12	2.5	6	1.2	3	0.6	-	-	480	100.0	1.448	0.874	

Ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklığı alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 5.17’de verilmiştir.

Çizelge 5.17 Üniversite tipine ve cinsiyete göre ev geliştirme merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Ev geliştirme merkezli	Vakıf	240	3.354	1.893	478	4.078*
	Devlet	240	2.745	1.324		
	Cinsiyet					
	Kız	240	3.041	1.434	478	0.110
	Erkek	240	3.058	1.862		

*p<0.001

Araştırmaya katılan öğrencilerin ev geliştirme merkezli alışveriş yapma sıklıkları üzerinde üniversite tipinin önemli ölçüde etkili olduğu ($p<0.001$), vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesi öğrencilerinden yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum bu gruptaki öğrencilerin gelirlerinin daha yüksek olması ile açıklanabilir. Cinsiyet değişkeninin etkisinin ise önemsiz olduğu görülmüştür ($p>0.05$) (Çizelge 5.17).

5.2.1.4 Öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları

Araştırma kapsamına dahil edilen öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak Çizelge 5.18 ve Çizelge 5.19’da verilmiştir.

Öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları dikkate alındığında en fazla tercih edilen yerlerin “kitapevi (müzik, kitap, film)” ($\bar{X}=4.062$) ile “ofis ve kırtasiye” ($\bar{X}=3.864$) olduğu; en düşük katılım puanının ise “hediyelik eşya” ($\bar{X}=2.664$) alışverişinin aldığı saptanmıştır.

Çizelge 5.18 Üniversite tipine göre öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Eğlence merkezli alışveriş yerleri	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Kitapevi (müzik, kitap, film)	Vakıf	5	2.1	15	6.3	47	19.6	93	38.7	50	20.7	27	11.3	3	1.3	240	100.0	4.087	1.184	0.431
	Devlet	6	2.5	25	10.4	49	20.4	82	34.2	36	15.0	36	15.0	6	2.5	240	100.0	4.037	1.351	
Toplam		11	2.3	40	8.3	96	20.0	175	36.5	86	17.9	63	13.1	9	1.9	480	100.0	4.062	1.269	
Ofis ve kırtasiye	Vakıf	9	3.8	34	14.2	63	26.3	61	25.3	40	16.7	20	8.3	13	5.4	240	100.0	3.837	1.461	0.405
	Devlet	13	5.4	30	12.5	48	20.0	74	30.8	40	16.7	24	10.0	11	4.6	240	100.0	3.891	1.471	
Toplam		22	4.6	64	13.3	111	23.1	135	28.1	80	16.7	44	9.2	24	5.0	480	100.0	3.864	1.465	
Hediyelik eşya	Vakıf	31	12.9	94	39.2	51	21.3	52	21.7	8	3.3	2	0.8	2	0.8	240	100.0	2.691	1.173	0.502
	Devlet	33	13.8	105	43.8	38	15.8	48	20.0	13	5.4	2	0.8	1	0.4	240	100.0	2.637	1.191	
Toplam		64	13.3	199	41.6	89	18.6	100	20.8	21	4.3	4	0.8	3	0.6	480	100.0	2.664	1.181	

Çizelge 5.19 Cinsiyete göre öğrencilerin eğlence merkezli alışveriş yapma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Eğlence merkezli alışveriş yerleri	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Kitapevi (müzik, kitap, film)	Kız	3	1.3	20	8.3	49	20.4	76	31.6	48	20.0	39	16.3	5	2.1	240	100.0	4.179	1.289	2.020*
	Erkek	8	3.3	20	8.3	47	19.6	99	41.3	38	15.8	24	10.0	4	1.7	240	100.0	3.945	1.241	
Toplam		11	2.3	40	8.3	96	20.0	175	36.5	86	17.9	63	13.1	9	1.9	480	100.0	4.062	1.269	
Ofis ve kırtasiye	Kız	7	2.9	26	10.8	59	24.7	67	27.9	43	17.9	25	10.4	13	5.4	240	100.0	4.000	1.426	2.032*
	Erkek	15	6.3	38	15.8	52	21.7	68	28.3	37	15.4	19	7.9	11	4.6	240	100.0	3.729	1.493	
Toplam		22	4.6	64	13.3	111	23.1	135	28.1	80	16.7	44	9.2	24	5.0	480	100.0	3.864	1.465	
Hediyelik eşya	Kız	20	8.3	85	35.4	56	23.4	62	25.8	13	5.4	1	0.4	3	1.3	240	100.0	2.908	1.182	4.613**
	Erkek	44	18.3	114	47.5	33	13.8	38	15.8	8	3.3	3	1.3	-	-	240	100.0	2.420	1.132	
Toplam		64	13.3	199	41.6	89	18.6	100	20.8	21	4.3	4	0.8	3	0.6	480	100.0	2.664	1.181	

*p<0.05, **p<0.001,

“Eğlence merkezli” olarak belirtilen son faktör incelendiğinde; öğrencilerin %36.5’i kitabevine, %28.1’i ofis ve kırtasiye alışverişine ayda birkaç kez çıktıklarını belirtirken %41.6’sı yılda birkaç kez hediyeelik eşya alışverişini yaptıklarını ifade etmişlerdir. İstatistiksel analizler öğrencilerin eğlence amaçlı alışveriş yapma sıklıkları üzerinde üniversite tipinin önemli bir farklılık yaratmadığını göstermiştir ($p>0.05$) (Çizelge 5.18). Bulgular kitabevi (müzik, kitap, film, vs.), ofis ve kırtasiye ($p<0.05$) ile hediyeelik eşya ($p<0.001$) alışverişini yapma sıklığının cinsiyete göre değiştiğini, kızların ortalama puanlarının erkeklerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Çizelge 5.19).

Eğlence merkezli alışveriş yapma sıklığı alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenerek sonuçlar Çizelge 5.20’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.20 Üniversite tipine ve cinsiyete göre eğlence merkezli alışveriş yapma alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Eğlence merkezli	Vakıf	240	10.616	2.878	478	0.188
	Devlet	240	10.566	2.933		
	Cinsiyet					
	Kız	240	11.087	2.883	478	3.793*
	Erkek	240	10.095	2.843		

* $p<0.001$

Çizelge 5.20’den de izlenebileceği gibi, eğlence merkezli alışveriş yapma sıklığının üniversite tipine göre değişmediği ($p>0.05$), cinsiyete göre ise değiştiği ($p<0.001$); kızların ortalama puanlarının erkeklerden yüksek olduğu uygulanan t-testi sonucunda belirlenmiştir. Bu durum kızların daha fazla hediye seçimi yapmalarından kaynaklanabilir.

5.2.2 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlar

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığına ilişkin veriler üniversite tipi değişkeni dikkate alınarak verilmiş olup bunlara ilişkin görüşleri ise üniversite tipi ile cinsiyet değişkenlerine göre incelenmiştir.

5.2.2.1 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı üniversite tipi değişkenine göre Çizelge 5.21’de verilmiştir.

Çizelge 5.21 Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı

Sahip olunan elektronik araçlar	Üniversite tipi	Var		Yok		Toplam		İstatistik
		S	%	S	%	S	%	
1. Bilgisayar (PC)	Vakıf	204	85.0	36	15.0	240	100.0	$\chi^2=34.442$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	147	61.2	93	38.8	240	100.0	
	Toplam	351	73.1	129	26.9	480	100.0	
2.Dizüstü bilgisayar	Vakıf	168	70.0	72	30.0	240	100.0	$\chi^2 = 132.138$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	43	17.9	197	82.1	240	100.0	
	Toplam	211	44.0	269	56.0	480	100.0	
3. Cep bilgisayar	Vakıf	28	11.7	212	88.3	240	100.0	$\chi^2 = 19.286$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	4	1.7	236	98.3	240	100.0	
	Toplam	32	6.7	448	93.3	480	100.0	
4. Yazıcı	Vakıf	187	77.9	53	22.1	240	100.0	$\chi^2 = 85.040$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	87	36.2	153	63.8	240	100.0	
	Toplam	274	57.1	206	42.9	480	100.0	
5. Mp3 çalar	Vakıf	159	66.2	81	33.8	240	100.0	$\chi^2 = 29.191$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	100	41.7	140	58.3	240	100.0	
	Toplam	259	54.0	221	46.0	480	100.0	
6. CD çalar	Vakıf	155	64.6	85	35.4	240	100.0	$\chi^2 = 45.646$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	81	33.8	159	66.2	240	100.0	
	Toplam	236	49.2	244	50.8	480	100.0	
7. Dijital fotoğraf makinesi	Vakıf	167	69.6	73	30.4	240	100.0	$\chi^2 = 76.805$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	71	29.6	169	70.4	240	100.0	
	Toplam	238	49.6	242	50.4	480	100.0	
8. Cep telefonu	Vakıf	240	100.0	-	-	240	100.0	$\chi^2 = 6.076$ sd: 1 p<0.01
	Devlet	234	97.5	6	2.5	240	100.0	
	Toplam	474	98.8	6	1.2	480	100.0	
9.DVD/VCD oynatıcısı	Vakıf	182	75.8	58	24.2	240	100.0	$\chi^2 = 51.379$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	105	43.8	135	56.2	240	100.0	
	Toplam	287	59.8	193	40.2	480	100.0	
10. Video kamera	Vakıf	120	50.0	120	50.0	240	100.0	$\chi^2 = 58.328$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	41	17.1	199	82.9	240	100.0	
	Toplam	161	33.5	319	66.5	480	100.0	
11.Plazma televizyon	Vakıf	54	22.5	186	77.5	240	100.0	$\chi^2 = 29.160$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	13	5.4	227	64.6	240	100.0	
	Toplam	67	14.0	413	86.0	480	100.0	
12. Faks makinesi	Vakıf	55	22.9	185	77.1	240	100.0	$\chi^2 = 23.595$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	17	7.1	223	92.9	240	100.0	
	Toplam	72	15.0	408	85.0	480	100.0	
13. Ev sinema sistemleri	Vakıf	78	32.5	162	67.5	240	100.0	$\chi^2 = 41.346$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	21	8.7	219	91.3	240	100.0	
	Toplam	99	20.6	381	79.4	480	100.0	
14. Elektronik sözlük	Vakıf	86	35.8	154	64.2	240	100.0	$\chi^2 = 32.767$ sd: 1 p<0.001
	Devlet	32	13.3	208	86.7	240	100.0	
	Toplam	118	24.6	362	75.4	480	100.0	

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sahip oldukları elektronik araç varlığı incelendiğinde; tamamına yakınının cep telefonu (%98.8), çoğunluğunun bilgisayar (%73.1), yarıdan fazlasının DVD/VCD oynatıcısı (%59.8), yazıcı (%57.1), mp3 çalar (%54.0), yarıya yakınının ise dijital fotoğraf makinesi (%49.6), CD çalar (%49.2), diz üstü bilgisayar (%44.0) sahibi oldukları saptanmıştır. Ayrıca yapılan araştırmada öğrencilerde video kamera (%33.5), elektronik sözlük (%24.6), ev sinema sistemi (%20.6), faks makinesi (%15.0), plazma televizyon (%14.0) ve cep bilgisayarı (%6.7) gibi araçların da varlığı belirlenmiştir (Çizelge 5.21).

Yapılan khi-kare analizi sonuçlarına göre; vakıf ve devlet üniversiteleri arasında belirtilen araçlara sahip olma durumları açısından fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.001$). Bu durum öğrencilerin farklı gelir grubuna ait olmalarından kaynaklanabilir (Çizelge 5.21).

5.2.2.2. Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri

Çizelge 5.22 ve Çizelge 5.23’de üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşlerinin dağılımları verilmiştir.

Çizelge 5.22 Üniversite tipine göre öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri

Sahip olunan elektronik araçlar	Üniversite tipi	İhtiyaç		Lüks		Toplam		İstatistik
		S	%	S	%	S	%	
1. Bilgisayar (PC)	Vakıf	235	97.9	5	2.1	240	100.0	$\chi^2 = 8.596$ sd: 1 $p < 0.01$
	Devlet	221	92.1	19	7.9	240	100.0	
	Toplam	456	95.0	24	5.0	480	100.0	
2. Dizüstü bilgisayar	Vakıf	135	56.3	105	43.7	240	100.0	$\chi^2 = 14.737$ sd: 1 $p < 0.001$
	Devlet	93	38.7	147	61.3	240	100.0	
	Toplam	228	47.5	252	52.5	480	100.0	
3. Cep bilgisayarı	Vakıf	29	12.1	211	87.9	240	100.0	$\chi^2 = 4.144$ sd: 1 $p < 0.05$
	Devlet	16	6.7	224	93.3	240	100.0	
	Toplam	45	9.4	45	90.6	480	100.0	
4. Yazıcı	Vakıf	210	87.5	30	12.5	240	100.0	$\chi^2 = 11.600$ sd: 1 $p < 0.001$
	Devlet	181	75.4	59	24.6	240	100.0	
	Toplam	391	81.5	89	18.5	480	100.0	
5. Mp3 çalar	Vakıf	125	52.1	115	47.9	240	100.0	$\chi^2 = 0.675$ sd: 1 $p > 0.05$
	Devlet	116	48.3	124	51.7	240	100.0	
	Toplam	241	50.2	239	49.8	480	100.0	
6. CD çalar	Vakıf	125	52.1	115	47.9	240	100.0	$\chi^2 = 6.106$ sd: 1 $p < 0.01$
	Devlet	98	40.8	142	59.2	240	100.0	
	Toplam	223	46.5	257	53.5	480	100.0	
7. Dijital fotoğraf makinesi	Vakıf	154	64.2	86	35.8	240	100.0	$\chi^2 = 13.517$ sd: 1 $p < 0.01$
	Devlet	114	47.5	126	52.5	240	100.0	
	Toplam	268	55.8	212	44.2	480	100.0	
8. Cep telefonu	Vakıf	232	93.7	8	3.3	240	100.0	$\chi^2 = 2.807$ sd: 1 $p > 0.05$
	Devlet	224	93.3	16	6.7	240	100.0	
	Toplam	456	95.0	24	5.0	480	100.0	
9. DVD/VCD oynatıcısı	Vakıf	110	45.8	130	54.2	240	100.0	$\chi^2 = 0.141$ sd: 1 $p > 0.05$
	Devlet	103	42.9	137	57.1	240	100.0	
	Toplam	213	44.4	267	55.6	480	100.0	
10. Video kamera	Vakıf	93	38.7	147	61.3	240	100.0	$\chi^2 = 11.130$ sd: 1 $p < 0.001$
	Devlet	59	24.6	181	75.4	240	100.0	
	Toplam	152	31.7	328	68.3	480	100.0	
11. Plazma televizyon	Vakıf	23	9.6	217	90.4	240	100.0	$\chi^2 = 5.499$ sd: 1 $p < 0.05$
	Devlet	10	4.2	230	95.8	240	100.0	
	Toplam	33	6.9	447	93.1	480	100.0	
12. Faks makinesi	Vakıf	99	41.4	141	58.6	240	100.0	$\chi^2 = 8.825$ sd: 1 $p < 0.01$
	Devlet	68	28.3	172	71.7	240	100.0	
	Toplam	167	34.8	313	65.2	480	100.0	
13. Ev sinema sistemleri	Vakıf	25	10.4	215	89.6	240	100.0	$\chi^2 = 0.901$ sd: 1 $p > 0.05$
	Devlet	19	7.9	221	92.1	240	100.0	
	Toplam	44	9.2	436	90.8	480	100.0	
14. Elektronik sözlük	Vakıf	93	38.7	147	61.3	240	100.0	$\chi^2 = 1.088$ sd: 1 $p > 0.05$
	Devlet	82	34.2	158	65.8	240	100.0	
	Toplam	175	36.5	305	63.5	480	100.0	

Çizelge 5.23 Cinsiyete göre öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçlara ilişkin görüşleri

Sahip olunan elektronik araçlar	Cinsiyet	İhtiyaç		Lüks		TOPLAM		İstatistik
		S	%	S	%	S	%	
1. Bilgisayar (PC)	Kız	234	97.5	6	2.5	240	100.0	$x^2 = 6.316$ sd: 1 $p < 0.05$
	Erkek	222	92.5	18	7.5	240	100.0	
	Toplam	456	95.0	24	5.0	480	100.0	
2. Dizüstü bilgisayar	Kız	121	50.4	119	49.6	240	100.0	$x^2 = 1.637$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	107	44.6	133	55.4	240	100.0	
	Toplam	228	47.5	252	52.5	480	100.0	
3. Cep bilgisayar	Kız	18	7.5	222	92.5	240	100.0	$x^2 = 1.986$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	27	11.2	213	88.8	240	100.0	
	Toplam	45	9.4	45	90.6	480	100.0	
4. Yazıcı	Kız	203	84.6	37	15.4	240	100.0	$x^2 = 3.104$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	188	78.3	52	21.7	240	100.0	
	Toplam	391	81.5	89	18.5	480	100.0	
5. Mp3 çalar	Kız	114	47.5	126	52.5	240	100.0	$x^2 = 1.408$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	127	52.9	113	47.1	240	100.0	
	Toplam	241	50.2	239	49.8	480	100.0	
6. CD çalar	Kız	114	47.5	126	52.5	240	100.0	$x^2 = 0.209$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	109	45.4	131	54.6	240	100.0	
	Toplam	223	46.5	257	53.5	480	100.0	
7. Dijital fotoğraf makinesi	Kız	143	59.6	97	40.4	240	100.0	$x^2 = 2.737$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	125	52.1	115	47.9	240	100.0	
	Toplam	268	55.8	212	44.2	480	100.0	
8. Cep telefonu	Kız	225	93.8	15	6.2	240	100.0	$x^2 = 1.579$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	231	96.3	9	3.7	240	100.0	
	Toplam	456	95.0	24	5.0	480	100.0	
9. DVD/VCD oynatıcısı	Kız	96	40.0	144	60.0	240	100.0	$x^2 = 3.722$ sd: 1 $p < 0.05$
	Erkek	117	48.8	123	51.2	240	100.0	
	Toplam	213	44.4	267	55.6	480	100.0	
10. Video kamera	Kız	80	33.3	160	66.7	240	100.0	$x^2 = 0.616$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	72	30.0	168	70.0	240	100.0	
	Toplam	152	31.7	328	68.3	480	100.0	
11. Plazma televizyon	Kız	7	2.9	233	97.1	240	100.0	$x^2 = 11.747$ sd: 1 $p < 0.001$
	Erkek	26	10.8	214	89.2	240	100.0	
	Toplam	33	6.9	447	93.1	480	100.0	
12. Faks makinesi	Kız	82	34.2	158	65.8	240	100.0	$x^2 = 1.408$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	85	35.4	155	64.6	240	100.0	
	Toplam	167	34.8	313	65.2	480	100.0	
13. Ev sinema sistemleri	Kız	15	6.2	225	93.8	240	100.0	$x^2 = 4.904$ sd: 1 $p < 0.05$
	Erkek	29	12.1	211	87.9	240	100.0	
	Toplam	44	9.2	436	90.8	480	100.0	
14. Elektronik sözlük	Kız	87	36.3	153	63.7	240	100.0	$x^2 = 0.009$ sd: 1 $p > 0.05$
	Erkek	88	36.7	152	63.3	240	100.0	
	Toplam	175	36.5	305	63.5	480	100.0	

Öğrencilerin elektronik araçlara sahip olmanın bir ihtiyaç mı yoksa lüks mü olduğu konusundaki görüşlerini öğrenmek amacıyla 14 maddeden oluşan bir liste hazırlanmıştır. Bulgular öğrencilerin büyük çoğunluğu bilgisayarı ve cep telefonunu (%95.0, %95.0), %81.5'i yazıcıyı, yarısından fazlası dijital fotoğraf makinesini (%55.8) ve mp3 çaları (%50.2) "ihtiyaç" olarak nitelerken %93.1'inin plazma televizyonu, %90.8'inin ev sinema sistemlerini, %90.6'sının cep bilgisayarını, %68.3'ünün video kamerayı, %65.2'sinin faks makinesini, %63.5'inin elektronik sözlüğü, %55.6'sının DVD/VCD oynatıcısını, %53.5'inin CD çaları ve %52.5'inin diz üstü bilgisayarı "lüks" olarak değerlendirdikleri saptanmıştır (Çizelge 5.22 ve Çizelge 5.23).

Öğrencilerin elektronik araçlara ilişkin görüşleri ile üniversite tipi arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile yapılan khi-kare analizi sonuçlarına göre; vakıf ve devlet üniversiteleri arasında bilgisayarı ($p<0.01$), dizüstü bilgisayarı ($p<0.001$), cep bilgisayarını ($p<0.05$), yazıcıyı ($p<0.001$), CD çaları ($p<0.01$), dijital fotoğraf makinesini ($p<0.01$), video kamerayı ($p<0.001$), plazma televizyonu ($p<0.05$), faks makinesini ($p<0.01$) ihtiyaç yada lüks olarak görenler arasında fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (Çizelge 5.22). Bu durum satın alma gücündeki farklılıktan kaynaklanabilir.

Öğrencilerin elektronik araçları lüks ya da ihtiyaç olarak değerlendirmeleri ile cinsiyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan khi-kare analizi sonuçlarına göre ise, kız ve erkek öğrenciler arasında bilgisayarı ($p<0.05$), DVD/VCD oynatıcısını ($p<0.05$), plazma televizyonu ($p<0.001$), ev sinema sistemlerini ($p<0.05$) değerlendirmeleri açısından fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (Çizelge 4.13). Bu farklılığın bilgisayarı lüks olarak değerlendiren erkeklerden ve DVD/VCD oynatıcısını, plazma televizyonu ve ev sinema sistemlerini lüks olarak niteleyen kızlardan kaynaklandığı görülmüştür (Çizelge 5.23).

5.2.3 Öğrencilerin boş zamanı değerlendirme biçimleri ve sıklıkları

Boş zamanların değerlendirilmesi, bir deneyim biçimi olmasının yanısıra eğitici ve duyguların boşalmasını sağlayan bir yoldur ve insanın içinde bulunduğu her dönemde önemle ele alınması gereken bir konudur. Ancak bireylerin kişilik gelişimlerinin büyük ölçüde biçimlendiği, yetişkinlik modelinin kurulduğu bir geçiş dönemi olarak görülen üniversite gençliği açısından etkisi daha da önemlidir. Boş zaman aktiviteleri, gençlerin bir önceki gelişimsel eğilimlerini desteklemekle birlikte yeni gelişimleri şekillendirmede de anlamlı bir rol oynar. Bu tür ortamlar, gençler arasında sosyal iletişimi hızlandırır, kendisini ifade etmesini kolaylaştırır, bireylere başarı duygusu, zihinsel yetenekleri kullanma, duygusal doyum, dinlenme ve rahatlama, gibi çeşitli doyumlar sağlar (Süzer 2000, Feinstein *et al.* 2006).

Bu bölümde öğrencilerin arkadaşları ile vakit geçirme, müzik dinleme, internet kullanma, bar/kafeye gitme, VCD/DVD seyretme, gazete okuma, klasik batı müziği konserlerine gitme, müzeye/sergiye gitme, ata binme, tenis ve golf oynama, kayak yapma, sinemaya/tiyatroya gitme, aile ile vakit geçirme ve televizyon izleme gibi boş zaman faaliyetlerine katılma ve gerçekleştirme sıklıkları sosyal, kültürel ve aile içi faaliyetler olmak üzere üç ölçek dahilinde incelenmektedir. Öğrencilerin her bir davranışa katılma sıklıkları ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin bu davranışlar üzerindeki etkisi değerlendirilmiş ve t-testi sonuçlarına yer verilmiştir.

5.2.3.1 Öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiler Çizelge 5.24 ve Çizelge 5.25’de verilmiştir.

Çizelgede de görüldüğü gibi öğrencilerin boş zamanlarında yaygın biçimde gerçekleştirdikleri davranışlar arasında müzik dinleme ($\bar{X}=6.6292$) ilk sırada yer

almaktadır. Bunu sırasıyla internet kullanma ($\bar{X}=6.3792$), arkadaşları ile vakit geçirme ($\bar{X}=6.3750$) ve gazete okuma ($\bar{X}=6.1854$) faaliyetleri izlemektedir. Bar/kafeye gitme ($\bar{X}=4.6479$) ve DVD/VCD seyretme ($\bar{X}=4.5125$) en az gerçekleştirilen davranışlardır (Çizelge 5.24 ve Çizelge 5.25).

Öğrencilerin boş zamanlarında en fazla müzik dinledikleri (%77.5), internet kullandıkları (%62.9), arkadaşları ile vakit geçirdikleri (%61.0) ve yarıya yakınının (%48.8) gazete okudukları görülmektedir. Öğrencilerin %31.9'u haftada 2-3 kez bar/kafeye gittiklerini, %28.3'ü ise ayda birkaç kez VCD/DVD seyrettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 5.24 ve Çizelge 5.25).

Sonuçlar üniversite tipi değişkeni dikkate alınarak incelendiğinde üniversite tipinin öğrencilerin arkadaşları ile vakit geçirme, müzik dinleme, internet kullanma, bar/kafeye gitme, VCD/DVD seyretme ($p<0.001$) ile gazete okuma ($p<0.01$) faaliyetleri üzerinde etkili olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.24). Vakıf üniversitesine devam eden öğrencilerin daha fazla internet kullandıkları, bar/kafeye gittikleri, DVD/VCD izledikleri ve gazete okudukları görülmüştür. Öğrencilerin sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ile cinsiyetleri arasında yapılan t-testi sonuçlarına göre ise; kız ve erkek öğrenciler arasında müzik dinleme ($p<0.05$) ile VCD/DVD seyretme ($p<0.01$) durumları açısından farkın istatistiksel olarak önemli olduğu saptanmıştır. Kız öğrenciler daha fazla müzik dinlerken erkek öğrencilerin daha çok DVD/VCD izlediği belirlenmiştir (Çizelge 5.25).

Çizelge 5.24 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Sosyal faaliyetler	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Arkadaşlarla vakit geçirme	V	1	0.4	1	0.4	1	0.4	6	2.5	12	5.0	57	23.8	162	67.5	240	100.0	6.525	0.872	3.274**
	D	2	0.8	1	0.4	3	1.3	17	7.0	20	8.3	20	8.3	131	54.6	240	100.0	6.225	1.120	
	Toplam	3	0.6	2	0.4	4	0.8	23	4.8	32	6.7	32	6.7	293	61.0	480	100.0	6.375	1.014	
Müzik dinleme	V	-	-	-	-	1	0.4	2	0.8	10	4.2	26	10.8	201	83.8	240	100.0	6.766	0.603	3.516**
	D	2	0.8	2	0.8	1	0.4	14	5.8	4	1.7	46	19.2	171	71.3	240	100.0	6.491	1.051	
	Toplam	2	0.4	2	0.4	2	0.4	16	3.4	14	2.9	72	15.0	372	77.5	480	100.0	6.629	0.866	
İnternet kullanma	V	-	-	-	-	3	1.3	2	0.8	7	2.9	21	8.7	207	86.3	240	100.0	6.779	0.657	9.153**
	D	2	0.8	2	0.8	4	1.7	26	10.8	18	7.5	93	38.8	95	39.6	240	100.0	5.979	1.183	
	Toplam	2	0.4	2	0.4	7	1.5	28	5.8	25	5.2	114	23.8	302	62.9	480	100.0	6.379	1.036	
Bar/Kafeye gitme	V	4	1.7	10	4.2	11	4.5	37	15.4	46	19.2	100	41.7	32	13.3	240	100.0	5.245	1.369	8.483**
	D	29	12.1	22	9.2	29	12.1	53	22.1	48	20.0	53	22.1	6	2.4	240	100.0	4.050	1.700	
	Toplam	33	6.9	32	6.7	40	8.2	90	18.8	94	19.6	153	31.9	38	7.9	480	100.0	4.647	1.654	
VCD/DVD seyretme	V	-	-	9	3.8	23	9.6	67	27.9	73	30.4	49	20.4	19	7.9	240	100.0	4.779	1.215	4.221**
	D	10	4.2	25	10.4	35	14.6	69	28.8	44	18.3	41	17.1	16	6.6	240	100.0	4.245	1.534	
	Toplam	10	2.1	34	7.1	58	12.1	136	28.3	117	24.4	90	18.7	35	7.3	480	100.0	4.512	1.408	
Gazete okuma	V	3	1.3	-	-	3	1.3	11	4.5	15	6.3	68	28.3	140	58.3	240	100.0	6.329	1.072	2.843*
	D	2	0.8	2	0.8	9	3.8	8	3.3	23	9.6	102	42.5	94	39.2	240	100.0	6.041	1.141	
	Toplam	5	1.0	2	0.4	12	2.5	19	4.0	38	7.9	170	35.4	234	48.8	480	100.0	6.185	1.115	

*p<0.01, **p<0.001

Çizelge 5.25 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Sosyal faaliyetler	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Arkadaşlarla vakit geçirme	Kız	1	0.4	1	0.4	2	0.8	10	4.2	16	6.7	60	25.0	150	62.5	240	100.0	6.412	0.968	0.810
	Erkek	2	0.8	1	0.4	2	0.8	13	5.4	16	6.7	63	26.3	143	59.6	240	100.0	6.337	1.058	
	Toplam	3	0.6	2	0.4	4	0.8	23	4.8	32	6.7	32	6.7	293	61.0	480	100.0	6.375	1.014	
Müzik dinleme	Kız	1	0.4	1	0.4	1	0.4	6	2.5	3	1.3	29	12.1	29	12.1	199	82.9	6.716	0.799	2.220**
	Erkek	1	0.4	1	0.4	1	0.4	10	4.2	11	4.6	43	17.9	173	72.1	240	100.0	6.541	0.922	
	Toplam	2	0.4	2	0.4	2	0.4	16	3.4	14	2.9	72	15.0	372	77.5	480	100.0	6.629	0.866	
İnternet kullanma	Kız	1	0.4	2	0.8	3	1.3	17	7.0	9	3.8	54	22.5	154	64.2	240	100.0	6.370	1.086	0.176
	Erkek	1	0.4	-	-	4	1.7	11	4.6	16	6.7	60	25.9	148	61.7	240	100.0	6.387	0.987	
	Toplam	2	0.4	2	0.4	7	1.5	28	5.8	25	5.2	114	23.8	302	62.9	480	100.0	6.379	1.036	
Bar/Kafeye gitme	Kız	10	4.2	17	7.0	19	7.9	52	21.7	46	19.2	78	32.5	18	7.5	240	100.0	4.720	1.547	0.965
	Erkek	23	9.6	15	6.3	21	8.8	38	15.8	48	20.0	75	31.3	20	8.2	240	100.0	4.575	1.755	
	Toplam	33	6.9	32	6.7	40	8.2	90	18.8	94	19.6	153	31.9	38	7.9	480	100.0	4.647	1.654	
VCD/DVD seyretme	Kız	5	2.1	21	8.8	36	15.0	74	30.8	54	22.5	32	13.3	18	7.5	240	100.0	4.329	1.421	2.874*
	Erkek	5	2.1	13	5.4	22	9.2	62	25.8	63	26.3	58	24.2	17	7.0	240	100.0	4.695	1.373	
	Toplam	10	2.1	34	7.1	58	12.1	136	28.3	117	24.4	90	18.7	35	7.3	480	100.0	4.512	1.408	
Gazete okuma	Kız	3	1.3	-	-	5	2.1	13	5.4	18	7.5	89	37.1	112	46.6	240	100.0	6.158	1.112	0.833
	Erkek	2	0.8	2	0.8	7	2.9	6	2.5	20	8.3	81	33.9	122	50.8	240	100.0	6.212	1.120	
	Toplam	5	1.0	2	0.4	12	2.5	19	4.0	38	7.9	170	35.4	234	48.8	480	100.0	6.185	1.115	

*p<0.01, **p<0.05

Öğrencilerin sosyal faaliyetlere katılma sıklıkları üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenmiş ve t-testi sonuçları Çizelge 5.26’da verilmiştir.

Çizelge 5.26 Üniversite tipine ve cinsiyete göre sosyal faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Sosyal faaliyetler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
	Vakıf	240	36.425	3.434	478	9.166*
	Devlet	240	33.033	4.590		
	Cinsiyet					
	Kız	240	34.708	4.164	478	0.104
	Erkek	240	34.750	4.614		

*p<0.001

Çizelge 5.26, öğrencilerin sosyal faaliyetlere katılma sıklıklarının üniversite tipine bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini ($p<0.001$), vakıf üniversitesini öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesindekilerden yüksek olduğunu, cinsiyete bağlı olarak ise değişmediğini göstermektedir ($p>0.05$). Gelir düzeyine bağlı olarak imkanlar çoğaldıkça öğrencilerin sosyal faaliyetlere katılma sıklıklarını da artmaktadır.

Süzer (2006) üniversite öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendirme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik olarak 401 öğrenci ile yaptığı araştırmada; üniversite öğrencilerinin boş zamanlarını pasif faaliyetlerle değerlendirdiklerini ortaya koymuştur. Öğrencilerin birinci sırada kitap okumayı tercih ettikleri (%22.7) görülmüştür. Bunu sırasıyla %22.4 oranı ile müzik dinleme, %10.4 oranı ile sinema, konser ve tiyatroya gitme, %11.2 oranı ile arkadaşları ile beraber oyun, sohbet vb. faaliyetlerde bulunma, %9.2 oranı ile dinlenme takip etmektedir.

5.2.3.2 Öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları

Öğrencilerin “kültürel faaliyetlere” katılma sıklıkları üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak irdelenmiş ve bulgular Çizelge 5.27 ve Çizelge 5.28’de gösterilmiştir.

Öğrencilerin en yaygın biçimde gerçekleştirdiği kültürel faaliyetler arasında sinemaya/tiyatroya gitme” ($\bar{X}=3.5771$) ilk sırada yer almış olup bunu “müze/sergiye gitme” ($\bar{X}=2.0271$) izlemektedir. En az gerçekleştirilen faaliyetler ise “ata binme, tenis ve golf oynama, kayak yapma” ($\bar{X}=1.6917$) ile “klasik batı müziği konserlerine gitme” ($\bar{X}=1.5229$) şeklinde sıralanmıştır.

Çizelge 5.27 ve 28’den de izleneceği gibi kültürel faaliyetler alt ölçeği kapsamında öğrencilerin çoğunluğunun klasik batı müziği konserlerine gitmeyi tercih etmedikleri görülmektedir (%65.4). Klasik batı müziği konserlerine “yılda birkaç kez” gittiğini belirtenlerin oranı genel toplamda %24.0 olup bu oran vakıf üniversitesine devam eden öğrenciler (%31.3) ile kız öğrenciler (27.9) arasında daha yüksektir. İstatistik analiz sonuçları, üniversite tipinin klasik batı müziği konserlerine gitme sıklıkları üzerinde etkili olduğunu ($p<0.001$), vakıf üniversitesi öğrencilerinin daha fazla gittiğini; cinsiyet değişkeninin ise etkili olmadığını ($p>0.05$) göstermiştir.

Öğrencilerin yarıdan fazlası (%54.6) “yılda birkaç kez” müze/sergiye gittiklerini belirtmişlerdir. Müze/sergiye gitmediklerini ifade eden öğrenciler %26.7 oranındadır. Müze/sergiye gitme sıklıkları üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine bağlı olarak değişmemektedir ($p>0.05$).

Klasik batı müziği konserleri ile müze/sergiye gitme etkinliklerinin düşük düzeyde kalması toplumumuzda bu tür kültürel faaliyetlere katılımın henüz bir alışkanlığa dönüşmemesinden kaynaklanabilir.

Araştırma sonuçları öğrencilerin ata binme, tenis, golf ve kayak sporlarıyla ilgilenmeyi tercih etmediklerini göstermektedir (%64.4). Ata binme, tenis, golf ve kayak sporlarıyla yılda birkaç kez ilgilendiklerini belirtenlerin oranı %21.7 olup bu oranın vakıf üniversitesine devam edenler (%29.6) ile kız öğrenciler arasında daha yüksek (%23.8) olduğu saptanmıştır. İstatistik analiz sonuçları ata binme, tenis, golf ve kayak sporlarıyla ilgilenme durumunun cinsiyete göre değişmediğini ($p>0.05$); üniversite tipine göre ise değiştiğini ($p<0.001$), vakıf üniversitesinin ortalama puanının devlet üniversitesinden daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Çizelge 5.27).

Sinemaya/tiyatroya gitme faaliyetlerini öğrencilerin %37.1'inin ayda birkaç kez, %22.5'inin ayda bir kez, %16.3'ünün de yılda birkaç kez ile haftada bir kez gerçekleştirdikleri saptanmıştır (Çizelge 5.27 ve Çizelge 5.28). Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında; ayda birkaç kez yanıtını verenlerin oranının vakıf üniversitesinde (%42.9), ayda bir kez ve yılda birkaç kez yanıtını verenlerin oranının ise devlet üniversitesinde (%26.7, %26.3) daha yüksek olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.27). Cinsiyet değişkenine göre irdelendiğinde ise; kız öğrenciler (%39.6) ile erkek öğrenciler (%34.6) arasında ayda birkaç kez sinemaya/tiyatroya gidenlerin oranı birbirine yakındır (Çizelge 5.28). İstatistik analiz sonucunda, üniversite tipi ile sinemaya/tiyatroya gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişkisinin olduğu ($p<0.001$), cinsiyete göre ise olmadığı bulunmuştur ($p>0.05$).

Çizelge 5.27 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Kültürel faaliyetler	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2-3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Klasik batı müziği konserlerine gitme	V	131	54.6	75	31.3	15	6.3	14	5.8	3	1.2	2	0.8	-	-	240	100.0	1.704	1.002	4.576*
	D	183	76.3	40	16.7	9	3.8	8	3.2	-	-	-	-	-	-	240	100.0	1.341	0.708	
Toplam		314	65.4	115	24.0	24	5.0	22	4.6	3	0.6	2	0.4	-	-	480	100.0	1.522	0.885	
Müze/Sergiye gitme	V	57	23.8	133	55.4	28	11.7	19	7.9	3	1.2	-	-	-	-	240	100.0	2.075	0.883	1.151
	D	71	29.6	129	53.8	22	9.1	12	5.0	5	2.1	-	-	1	0.4	240	100.0	1.979	0.939	
Toplam		128	26.7	262	54.6	50	10.4	31	6.4	8	1.7	-	-	1	0.2	480	100.0	2.027	0.912	
Ata binme, tenis ve golf oynama, kayak yapma	V	111	46.3	71	29.6	13	5.4	18	7.5	14	5.8	13	5.4	-	-	240	100.0	2.133	1.483	8.384*
	D	198	82.5	33	13.8	4	1.6	3	1.3	-	-	2	0.8	-	-	240	100.0	1.250	0.681	
Toplam		309	64.4	104	21.7	17	3.5	21	4.4	14	2.9	15	3.1	-	-	480	100.0	1.691	1.234	
Sinemaya/Tiyatroya gitme	V	3	1.3	15	6.3	44	18.3	103	42.9	63	26.3	11	4.5	1	0.4	240	100.0	4.020	1.016	8.867*
	D	16	6.6	63	26.3	64	26.7	75	31.3	15	6.3	6	2.4	1	0.4	240	100.0	3.133	1.171	
Toplam		19	4.0	78	16.3	108	22.5	178	37.1	78	16.3	17	3.4	2	0.4	480	100.0	3.577	1.181	

*p<0.001

Çizelge 5.28 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Kültürel faaliyetler	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Klasik batı müziği konserlerine gitme	Kız	148	61.7	67	27.9	14	5.8	9	3.8	1	0.4	1	0.4	-	-	240	100.0	1.545	0.852	0.566
	Erkek	166	69.2	48	20.0	10	4.2	13	5.4	2	0.8	1	0.4	-	-	240	100.0	1.500	0.919	
Toplam		314	65.4	115	24.0	24	5.0	22	4.6	3	0.6	2	0.4	-	-	480	100.0	1.522	0.885	
Müze/ Sergiye gitme	Kız	50	20.8	140	58.3	29	12.2	20	8.3	1	0.4	-	-	-	-	240	100.0	2.091	0.833	1.553
	Erkek	78	32.5	122	50.8	21	8.8	11	4.6	7	2.9	-	-	1	0.4	240	100.0	1.962	0.982	
Toplam		128	26.7	262	54.6	50	10.4	31	6.4	8	1.7	-	-	1	0.2	480	100.0	2.027	0.912	
Ata binme, tenis ve golf oynama, kayak yapma	Kız	149	62.1	57	23.7	11	4.6	9	3.8	7	2.9	7	2.9	-	-	240	100.0	1.704	1.210	0.222
	Erkek	160	66.7	47	19.6	6	2.5	12	5.0	7	2.9	8	3.3	-	-	240	100.0	1.679	1.261	
Toplam		309	64.4	104	21.7	17	3.5	21	4.4	14	2.9	15	3.1	-	-	480	100.0	1.691	1.234	
Sinemaya/ Tiyatroya gitme	Kız	8	3.3	39	16.3	55	22.8	95	39.6	39	16.3	4	1.7	-	-	240	100.0	3.541	1.096	0.656
	Erkek	11	4.6	39	16.3	53	22.0	83	34.6	39	16.3	13	5.4	2	0.8	240	100.0	3.612	1.262	
Toplam		19	4.0	78	16.3	108	22.5	178	37.1	78	16.3	17	3.4	2	0.4	480	100.0	3.577	1.181	

Öğrencilerin kültürel faaliyetleri bir ölçek kapsamında ele alınmış ve bu ölçek üzerinde üniversite tipi ile cinsiyet değişkenlerinin etkileri araştırılmıştır (Çizelge 5.29)

Çizelge 5.29 Üniversite tipine ve cinsiyete göre kültürel faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Kültürel faaliyetler	Vakıf	240	9.933	2.861	478	9.104*
	Devlet	240	7.704	2.490		
	Cinsiyet					
	Kız	240	8.883	2.645	478	0.487
	Erkek	240	8.754	3.142		

*p<0.001

Öğrencilerin kültürel faaliyetlere katılmaları üzerinde üniversite tipinin önemli bir belirleyici olduğu yapılan istatistiksel analizlerle de doğrulanmış olup (p<0.001) vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanları devlet üniversitesi öğrencilerinden yüksektir. Gelir düzeyi yükseldikçe öğrencilerin kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları da artmaktadır. Çizelge 5.29’da görüldüğü gibi cinsiyet değişkeninin kültürel faaliyetlere katılma sıklıkları üzerinde önemli bir etkisi yoktur (p>0.05).

Gültekin ve İrgil (2001) Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinin sosyal aktivitelere katılımlarını belirlemek üzere 408 kişi ile yaptıkları çalışmada, öğrencilerin son bir ay içinde sinemaya gitme oranı %56.4, konsere gitme oranı %19.6, tiyatroya gitme oranı %21.0 olarak bulunmuştur.

Özkan (2002) “tüketicilerin demografik özellikleri ve bireysel tutumlarının sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisi” konulu çalışmasında ailelerin yaklaşık yarısının (%49.9) tiyatroya ve sinemaya çok sık olmamakla birlikte gittiklerini ancak opera ve bale izleyenlerin oranının daha düşük olduğunu saptamıştır (%19.1).

5.2.3.3 Öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları

Bu bölümde öğrencilerin aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları üzerinde durulmuş ve t-testi sonuçlarına yer verilmiştir (Çizelge 5.30 ve Çizelge 5.31).

Çizelgede de görüldüğü gibi aile içi faaliyetler kapsamında ilk sırada “televizyon izleme” ($\bar{X}=6.122$), ikinci sırada ise aile ile vakit geçirme” ($\bar{X}=4.964$) gelmektedir.

Çizelge 5.30 Üniversite tipine göre öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Aile içi faaliyetler	Üniversite tipi	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Aile ile vakit geçirme	V	1	0.4	37	15.4	25	10.4	18	7.5	9	3.8	29	12.1	121	50.4	240	100.0	5.366	1.991	4.178*
	D	9	3.8	57	23.8	41	17.0	16	6.6	10	4.2	14	5.8	93	38.8	240	100.0	4.562	2.219	
Toplam		10	2.1	94	19.6	66	13.8	34	7.1	19	4.0	43	9.0	214	44.6	480	100.0	4.964	2.144	
Televizyon izleme	V	1	0.4	-	-	4	1.7	11	4.6	19	7.9	71	29.6	134	55.8	240	100.0	6.316	0.989	3.302*
	D	8	3.3	6	2.4	5	2.1	19	7.9	20	8.3	62	25.8	120	50.0	240	100.0	5.929	1.525	
Toplam		9	1.8	6	1.3	9	1.9	30	6.3	39	8.1	133	27.7	254	52.9	480	100.0	6.122	1.298	

*p<0.001

Çizelge 5.31 Cinsiyete göre öğrencilerin boş zamanlarında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları ve t-testi sonuçları

Aile içi faaliyetler	Cinsiyet	Hiç		Yılda birkaç kez		Ayda bir kez		Ayda birkaç kez		Haftada bir kez		Haftada 2–3 kez		Hergün		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Aile ile vakit geçirme	Kız	1	0.4	42	17.5	24	10.0	20	8.3	11	4.6	21	8.8	121	50.4	240	100.0	5.270	2.042	3.158*
	Erkek	9	3.8	52	21.7	42	17.5	14	5.8	8	3.3	22	9.1	93	38.8	240	100.0	4.658	2.203	
Toplam		10	2.1	94	19.6	66	13.8	34	7.1	19	4.0	43	9.0	214	44.6	480	100.0	4.964	2.144	
Televizyon izleme	Kız	4	1.7	3	1.3	4	1.7	17	7.1	19	7.9	64	26.6	129	53.7	240	100.0	6.133	1.286	0.176
	Erkek	5	2.1	3	1.3	5	2.1	13	5.4	20	8.3	69	28.7	125	52.1	240	100.0	6.112	1.312	
Toplam		9	1.8	6	1.3	9	1.9	30	6.3	39	8.1	133	27.7	254	52.9	480	100.0	6.122	1.298	

*p<0.01

Çizelge 5.30 ve Çizelge 5.31’de görüldüğü gibi, öğrencilerin %44.6’sı hergün, %19.6’sı yılda birkaç kez, %13.8’i ise ayda bir kez aileleri ile vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Hergün aileleri ile vakit geçirenlerin oranı vakıf üniversitesinde ve kız öğrenciler arasında daha yüksek olup bu oran birbirine eşittir (%50.4, %50.4). Yapılan istatistik analizi, öğrencilerin aileleri ile vakit geçirme sıklıklarının üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini ortaya koymaktadır ($p<0.001$, $p<0.01$). Buna göre vakıf üniversitesine devam eden öğrencilerin ortalama puanlarının devlet üniversitesinden, kız öğrencilerin ortalama puanlarının ise erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Devlet üniversitesine devam eden öğrencilerin aileleri ile vakit geçirme ve televizyon izleme sıklıklarının düşük olması çoğunun yurtlarda kalmasından kaynaklanabilir. Kızların aileleri ile vakit geçirme sıklıklarının yüksek olması ise erkeklere oranla daha domestik rollere sahip olmaları ile açıklanabilir.

Araştırma sonuçları genel olarak öğrencilerin boş zamanlarında televizyon izlemeyi tercih ettiklerini (hergün %52.9, haftada birkaç kez %27.7) göstermektedir. Vakıf üniversitesi (%55.8) ile devlet üniversitesine devam eden öğrenciler (%50.0) arasında ve kız (%53.7) ile erkek öğrenciler (%52.1) arasında hergün televizyon izleyenlerin oranları birbirine yakındır. Analiz sonuçları, televizyon izleme sıklığının üniversite tipine göre değiştiğini ($p<0.001$), cinsiyete göre ise değişmediğini göstermiştir ($p>0.05$) (Çizelge 5.30 ve Çizelge 5.31). Vakıf üniversitesi öğrencilerinin televizyon izleme sıklıkları devlet üniversitesindekilerden daha yüksektir. Bu durum çoğunluğunun aileleri ile birlikte yaşamaları ile açıklanabilir.

Öğrencilerin sosyal faaliyetler kapsamında aile içi faaliyetlere katılma sıklıkları alt ölçek dahilinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmiş ve veriler Çizelge 5.32’de verilmiştir.

Çizelge 5.32 Üniversite tipine ve cinsiyete göre aile içi faaliyetler alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Aile içi faaliyetler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
	Vakıf	240	11.683	2.399	478	4.770**
	Devlet	240	10.491	3.036		
	Cinsiyet					
	Kız	240	11.404	2.690	478	2.493*
	Erkek	240	10.770	2.872		

*p<0.05, **p<0.001

Çizelge 5.32’den de izlenebileceği gibi, t-testi sonuçları, öğrencilerin aile içi faaliyetlere katılma sıklıklarının üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini, vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesindekilerden, kızların ortalama puanlarının ise erkeklerden yüksek olduğunu göstermiştir (p<0.001, p<0.05). Bu durum devlet üniversitesi öğrencilerinin çoğunluğunun yurtlarda kalmasından, erkeklerin ise daha çok dışarıda vakit geçirmeyi tercih etmesinden kaynaklanabilir.

Purutçuoğlu (2003) yaptığı çalışmada, araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarıdan fazlasının (%57.0) her gün televizyon izlediğini, sosyo-ekonomik düzey ile televizyon izleme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu (p<0.05), cinsiyete göre ise ilişkinin önemli olmadığını saptamıştır (p>0.05).

5.2.4 Öğrencilerin tatil anlayışları

Öğrencilerin tatil anlayışları üniversite tipi değişkenine göre Çizelge 5.33’de verilmiştir.

Çizelge 5.33 Öğrencilerin tatil anlayışları

Öğrencilerin tatil anlayışları	Üniversite tipi				Toplam	
	Vakıf		Devlet			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Alışveriş yapmak	59	5.6	17	2.2	76	4.1
Arkadaş/Akrabalarla bir arada olmak	133	12.7	100	12.6	233	12.7
Ders çalışmak	9	0.9	10	1.3	19	1.0
Tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmek	110	10.5	107	13.5	217	11.8
Yeni yerler görmek	140	13.4	130	16.4	270	14.7
Sorumluluklardan uzaklaşmak	105	10.0	79	9.9	184	10.0
Yeni insanlarla tanışmak	102	9.7	50	6.3	152	8.3
Spor/ Hobi ile ilgilenmek	95	9.1	73	9.2	168	9.1
Eğlence	187	17.9	143	18.2	330	18.0
Farklı kültürleri tanımak	92	8.8	72	9.1	164	8.9
Diğer	15	1.4	10	1.3	25	1.4
Toplam	1047	100.0	791	100.0	1838	100.0

Genel örnekleme araştırma kapsamına alınan öğrencilerin %18.0'ı eğlence, %14.7'si yeni yerler görme, %12.7'si arkadaş/akrabalarla birlikte olma, %11.8'i tarihi ve turistik yerleri ziyaret etme, %10.0'ı sorumluluklardan uzaklaşma, %9.1'i spor/hobi ile ilgilenme, %8.9'u farklı kültürleri tanıma, %8.3'ü yeni insanlarla tanışma, %4.1'i alışveriş yapma, %1.0'ı ise ders çalışma olarak tatil anlayışlarını belirtmişlerdir (Çizelge 5.33). Her iki üniversite tipinde tatili eğlence olarak değerlendirenlerin oranı diğer seçeneklerden yüksek olup bu oranlar vakıf üniversitesinde %17.9, devlet üniversitesinde %18.2'dir. Bunu sırasıyla vakıf üniversitesinde yeni yerler görme (%13.4), arkadaş/akrabalarla bir arada olma (%12.7) ve tarihi ve turistik yerleri ziyaret etme (%10.5) izlerken devlet üniversitesinde yeni yerler görme (%16.4), tarihi ve turistik yerleri ziyaret etme (%13.5) ve arkadaş/akrabalarla bir arada olma (%12.6) şeklinde sıralanmıştır.

Özgen (1995) farklı sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin tatil kararı verme sürecini incelemek amacıyla 461 çalışan evli kadın üzerinde yürüttüğü çalışmada, ailelerin %82.2'si dinlenme, % 8.7'si eğlenme, %6.7'si çevreden uzaklaşma, %0.9'u sağlık

kazanma, %0.7'si akrabaları ziyaret etme, % 0.4'ü kültürü arttırma, %0.2'si spor yapma ve yine %0.2'si moda uyma amacıyla tatile gittiklerini belirtmişlerdir.

Gram (2005) 1200 Alman ve 800 Danimarkalı ailelerle yaptığı çalışmada, aileler tatilde hem aile üyeleri ile bir arada olmayı hem de çocuklarının eğlenceli vakit geçirmelerini amaçlamaktadır.

Carr (2006) gençlerin ve ailelerinin tatil anlayışı ile tercihlerinin karşılaştırılmasına ilişkin çalışmasında her iki grubun tatil anlayışının “sorumluluklardan uzaklaşma” olduğu görülmüştür. Ailelerin daha çok kültürel, tarih ya da eğitim amaçlı tatil anlayışı içinde oldukları; çocuklarının ise eğlenceyi ve fiziksel aktivitelere katılımı tercih ettikleri saptanmıştır.

5.3 Materyalist Değerler

Son yıllarda “materyalizm” kavramı önemli bir çalışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır ancak çok az çalışma gençler arasındaki materyalist değerleri incelemiştir. Gençlikte kazanılan deneyimlerin, değerlerin, tutumların bireyin sonraki yaşam dönemlerini şekillendirdiği dikkate alındığında gençlerin aşırı tüketimden kaçınan bir yaşam biçimini benimsemelerinin önemi açıkça görülmektedir. Araştırmanın bu bölümü üniversite öğrencilerinin materyalist değerlerini belirlenmek amacıyla planlanmıştır.

Bu bölümde öğrencilerin materyalist değerleri ölçek yardımı ile belirlenmiş ve bu değerler “başarı”, “merkeziyet”, “mutluluk” olmak üzere üç faktör altında ele alınmıştır. Söz konusu faktörlerde yer alan cümlelere ilişkin bulgular üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenmiş, farklılığın belirlenebilmesi için t-testi uygulanmıştır.

5.3.1 Öğrencilerin başarıya ilişkin değerleri

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin “başarı” alt ölçeğinde yer alan değer cümlelerine katılma düzeylerine ilişkin bulgular üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak Çizelge 5.34 ve Çizelge 5.35’de gösterilmiştir.

Öğrencilerin başarıya ilişkin değerleri “pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim”, “yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır”, “sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir”, “insanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim”, “daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum” ve “istediğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder” cümlelerine katılma durumları ile incelenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin başarıya ilişkin değer cümlelerine katılma düzeyleri her bir cümle bazında toplam ortalama puanları açısından değerlendirildiğinde, öğrencilerin en fazla “yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır” ($\bar{X}=3.8771$) ve “pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim” ($\bar{X}=3.8000$) tutumlarına katılmadıkları belirlenmiştir. Ardından sırasıyla “sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir” ($\bar{X}=3.4333$), “daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum” ($\bar{X}=3.1688$), “insanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim” ($\bar{X}=2.8979$) ve “istediğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder” ($\bar{X}=2.6396$) tutumları yer almıştır (Çizelge 5.34 ve Çizelge 5.35).

“Pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim” cümlesine araştırma kapsamına alınan öğrencilerin %42.5’i katılmamakta, %27.7’si kesinlikle katılmamakta, %11.3’ü katılmakta ve %3.3’ü kesinlikle katılmaktadır. Öğrencilerin %15.2’sinin bu konuda kararsız kaldıkları görülmektedir. Üniversite tipi dikkate alındığında; “pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim” cümlesine katılmadıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitelerine devam eden öğrencilerin oranlarının aynı olduğu

bulunmuştur (%42.5, %42.5). Kesinlikle katılmadıklarını belirtenlerin oranı her iki üniversite tipinde birbirine yakın olup (%27.9, %27.5) kararsızların oranı vakıf üniversitesinde yüksektir (%15.8) ($p>0.05$) (Çizelge 5.34). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise; bu konuya katılmayan kız ve erkek öğrencilerin oranlarının (%48.6, %36.2) diğer seçeneklerden yüksek olduğu görülmektedir. Bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını ve kararsız olduklarını belirten erkeklerin (%31.7, %16.7) oranının kızlardan (%23.8, %13.8) daha yüksek olduğu bulunmuştur ($p>0.05$) (Çizelge 5.35).

“Yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır” görüşüne katılıp katılmadıkları sorulduğunda, öğrencilerin çoğunluğu (%74.4) bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını ve katılmadıklarını, % 15.0’ı kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını, %10.6’sı kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçları üniversite tipi açısından irdelendiğinde; “yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır” cümlesine katılmadıklarını belirtenlerin oranı her iki grupta diğer seçeneklerden yüksek olup hemen hemen aynıdır (vakıf %74.6, devlet %74.2) (Çizelge 5.34). Cinsiyet değişkeni göz önüne alındığında ise bu görüşe katılmayan (%45.4) ve kesinlikle katılmayan (%33.7) kızların oranı katılmayan (%40.4) ve kesinlikle katılmayan (%29.1) erkeklerden daha yüksektir (Çizelge 5.35). İstatistik analiz sonuçları, maddi varlıklara sahip olmayı isteğinin cinsiyet değişkenine bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini, kız öğrencilerin ortalama puanlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir ($p<0.001$). Bu durum erkeklerin maddi varlıkları başarı göstergesi olarak gördükleri sonucunu düşündürülebilir.

“Sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir” cümlesine öğrencilerin %42.5’inin katılmadıkları, %14.0’ının kesinlikle katılmadıkları, %19.2’sinin katıldıkları, %4.0’ını kesinlikle katıldıkları bulunmuş olup %20.3’ünün kararsız kaldıkları belirlenmiştir. Üniversite tipi dikkate alındığında bu görüşe kesinlikle katılmayanların ve katılmayanların oranının her iki üniversite tipinde yarıdan fazla olduğu (%55.8, %57.1) görülmektedir ($p>0.05$) (Çizelge 4.34) Cinsiyet değişkenine göre ise kızların %58.7’sinin bu görüşe katılmadıkları belirlenirken bu oran erkeklerde %54.1 düzeyinde kalmıştır. ($p>0.05$) (Çizelge 4.35). Bulgulara göre, sahip olunan şeyler başarı göstergesi olarak algılanmamaktadır.

“İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim” cümlesini öğrencilerin %44.3’ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, %35.2’si kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum şeklinde değerlendirmişler; %20.5’i ise kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, devlet üniversitesindeki öğrencilerin yarısına yakınının (%47.8), vakıf üniversitesindekilerin ise %40.4’ünün insanları etkileyen şeylere sahip olma düşüncesine kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları görülmektedir. Vakıf üniversitesindekilerin %37.1’i, devlet üniversitesindekilerin ise %33.4’ü konu ile ilgili olarak katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum değerlendirmesini yapmışlardır ($p>0.05$) (Çizelge 4.34). Araştırmaya katılan kız öğrencilerin %39.5’i ile erkeklerin %48.7’si “insanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim” cümlesine kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını belirtmiş olup %36.7 oranı ile kızların, %33.8 oranı ile erkeklerin bu cümleye katılmadıkları ve kesinlikle katılmadıkları bulunmuştur. Kararsız kaldıklarını belirten kız öğrencilerin oranı (%23.8) erkeklerden yüksektir (%17.5) ($p>0.05$) (Çizelge 4.35). Bu sonuç erkeklerin toplumda özellikle de kızlar arasında daha fazla dikkat çekme isteği ile açıklanabilir.

“Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum” cümlesine öğrencilerin %36.3’ü katılmadıklarını, %24.8’i katıldıklarını, %20.8’i ise kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, vakıf üniversitesindeki öğrencilerin yarısından fazlasının (%52.5) “daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum” cümlesine katılmadıkları saptanmıştır. Devlet üniversitesindeki öğrencilerin %33.3’ü bu değer cümlesine katılmadıklarını, %7.5’i kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Cinsiyet değişkeni göz önüne alındığında ise bu cümleye katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını ifade eden kız ve erkeklerin oranının birbirine yakın olduğu görülmektedir (%49.6, %43.8). Yapılan istatistiksel analiz sonuçları “daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurum” cümlesine katılma durumunun üniversite tipine bağlı olarak $p<0.01$ düzeyinde değiştiğini, cinsiyete göre ise değişmediğini ($p>0.05$) ortaya koymuştur (Çizelge 4.34 ve Çizelge 4.35). Bu sonuç devlet üniversitesi öğrencilerinin gelir düzeylerinden kaynaklanan mutsuzluklarının olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin “istediğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder” cümlesine yarıdan fazlasının (%52.9) katıldıkları saptanmıştır. Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %19.3’ünün bu görüşe katılmadıkları, %16.5’inin ise kararsız kaldıkları bulunmuştur. Üniversite tipine göre irdelendiğinde, “istediğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder” görüşüne vakıf üniversitesindekilerin %45.0’nın, devlet üniversitesindekilerin %60.8’inin katıldıkları belirlenmişken bu görüşe katılmayan vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranı devlet üniversitesindekilerden daha yüksektir (%23.8, %15.0) (Çizelge 4.34). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında her iki grupta da bu cümleye katıldıklarını belirten kız ve erkek öğrencilerin oranının daha yüksek ve birbirine yakın olduğu saptanmıştır (%55.0, %50.8) (Çizelge 4.35). Analiz sonuçları istediği şeyleri satın alamama durumunun üniversite tipi üzerinde önemli bir farklılık yarattığını ($p<0.001$), ancak bu farklılığın cinsiyet değişkeni için önemli olmadığını göstermiştir ($p>0.05$). Bu durum devlet üniversitesi öğrencilerinin gelirlerini yetersiz bulmalarından kaynaklanabilir.

Çizelge 5.34 Üniversite tipine göre öğrencilerin başarıya ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin başarıya ilişkin değerleri	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim.	Vakıf	8	3.3	25	10.4	38	15.9	102	42.5	67	27.9	240	100.0	3.812	1.060	0.256
	Devlet	8	3.3	29	12.1	35	14.6	102	42.5	66	27.5	240	100.0	3.787	1.078	
	Toplam	16	3.3	54	1.3	73	15.2	204	42.5	133	27.7	480	100.0	3.800	1.068	
2.Yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır.	Vakıf	7	2.9	29	12.1	25	10.4	112	46.7	67	27.9	240	100.0	3.845	1.053	0.634
	Devlet	8	3.3	28	11.7	26	10.8	94	39.2	84	35.0	240	100.0	3.908	1.105	
	Toplam	15	3.1	57	11.9	51	10.6	206	42.9	151	31.5	480	100.0	3.877	1.079	
4. Sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir.	Vakıf	6	2.5	46	19.2	54	22.5	103	42.9	31	12.9	240	100.0	3.445	1.021	0.255
	Devlet	13	5.4	46	19.2	44	18.3	101	42.1	36	15.0	240	100.0	3.420	1.121	
	Toplam	19	4.0	92	19.2	98	20.3	204	42.5	67	14.0	480	100.0	3.433	1.071	
5. İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim.	Vakıf	17	7.1	80	33.3	54	22.5	71	29.6	18	7.5	240	100.0	2.970	1.103	1.439
	Devlet	22	9.1	93	38.7	45	18.8	65	27.1	15	6.3	240	100.0	2.825	1.117	
	Toplam	39	8.2	173	36.1	99	20.5	136	28.3	33	6.9	480	100.0	2.897	1.111	
18. Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurudum.	Vakıf	13	5.4	56	23.3	45	18.8	94	39.2	32	13.3	240	100.0	3.316	1.131	2.853*
	Devlet	24	10.0	63	26.3	55	22.9	80	33.3	18	7.5	240	100.0	3.020	1.140	
	Toplam	37	7.7	119	24.8	100	20.8	174	36.3	50	10.4	480	100.0	3.168	1.144	
19. İstedğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder.	Vakıf	12	5.0	108	45.0	44	18.3	57	23.8	19	7.9	240	100.0	2.845	1.088	4.508**
	Devlet	18	7.5	146	60.8	35	14.6	36	15.0	5	2.1	240	100.0	2.433	0.907	
	Toplam	30	6.3	254	52.9	79	16.5	93	19.3	24	5.0	480	100.0	2.639	1.022	

*p<0.01, **p<0.001

Çizelge 5.35 Cinsiyete göre öğrencilerin başarıya ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin başarıya ilişkin değerleri	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim.	Kız	5	2.1	28	11.7	33	13.8	117	48.6	57	23.8	240	100.0	3.804	0.997	0.085
	Erkek	11	4.6	26	10.8	40	16.7	87	36.2	76	31.7	240	100.0	3.795	1.137	
	Toplam	16	3.3	54	11.3	73	15.2	204	42.5	133	27.7	480	100.0	3.800	1.068	
2. Yaşamımdaki en önemli başarılarından biri maddi varlıklara sahip olmaktır.	Kız	3	1.3	24	10.0	23	9.6	109	45.4	81	33.7	240	100.0	4.004	0.974	2.596*
	Erkek	12	5.0	33	13.8	28	11.7	97	40.4	70	29.1	240	100.0	3.750	1.162	
	Toplam	15	3.1	57	11.9	51	10.6	206	42.9	151	31.5	480	100.0	3.877	1.079	
4. Sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir.	Kız	6	2.5	35	14.6	58	24.2	114	47.4	27	11.3	240	100.0	3.504	0.959	1.450
	Erkek	13	5.4	57	23.8	40	16.7	90	37.4	40	16.7	240	100.0	3.362	1.170	
	Toplam	19	4.0	92	19.2	98	20.3	204	42.5	67	14.0	480	100.0	3.433	1.071	
5. İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim.	Kız	13	5.4	82	34.1	57	23.8	77	32.1	11	4.6	240	100.0	2.962	1.032	1.274
	Erkek	26	10.8	91	37.9	42	17.5	59	24.6	22	9.2	240	100.0	2.833	1.184	
	Toplam	39	8.2	173	36.1	99	20.5	136	28.3	33	6.9	480	100.0	2.897	1.111	
18. Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurudum.	Kız	8	3.3	60	25.0	53	22.1	98	40.8	21	8.8	240	100.0	3.266	1.036	1.879
	Erkek	29	12.1	59	24.6	47	19.5	76	31.7	29	12.1	240	100.0	3.070	1.237	
	Toplam	37	7.7	119	24.8	100	20.8	174	36.3	50	10.4	480	100.0	3.168	1.144	
19. İstedğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder.	Kız	11	4.6	132	55.0	47	19.5	41	17.1	9	3.8	240	100.0	2.604	0.949	0.759
	Erkek	19	7.9	122	50.8	32	13.3	52	21.7	15	6.3	240	100.0	2.675	1.091	
	Toplam	30	6.3	254	52.9	79	16.5	93	19.3	24	5.0	480	100.0	2.639	1.022	

*p<0.01

Materyalist değerler kapsamında incelenen ilk ölçek olan başarı alt ölçeğine ilişkin veriler üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenerek Çizelge 5.36'da verilmiştir.

Çizelge 5.36 Üniversite tipine ve cinsiyete göre başarı alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Materyalizm	Üniversite tipi	N	$\overline{X}$	S	Sd	t
Başarı	Vakıf	240	20.237	4.458	478	2.107*
	Devlet	240	19.395	4.292		
	Cinsiyet					
	Kız	240	20.145	3.696	478	1.645
	Erkek	240	19.487	4.977		

*p<0.05

Çizelge 5.36'dan da izlenebileceği gibi, t-testi sonuçları, öğrencilerin başarıya yönelik değerlerinin üniversite tipine bağlı olarak önemli ölçüde değiştiğini ($p<0.05$), vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesindekilerden yüksek olduğunu göstermiştir. Bu durum bu gruptaki öğrencilerin hayatta başarılı olmakla maddi varlıklar arasında bir bağlantı görmedikleri şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin başarıya yönelik değerleri üzerinde cinsiyetin önemli bir etkisi yoktur. ($p>0.05$).

Dittmar and Pepper (1994) yaptıkları çalışmada yüksek düzeyde materyalist kişilerin düşük materyalist değerlere sahip olanlara göre elde ettikleri maddi varlıkların kalitesi ve sayısıyla kendilerinin ve başkalarının başarısını daha fazla yargıladıklarını saptamışlardır.

Kilbourne *et al.* (2005) ABD, Kanada ve Almanya'da üniversite öğrencileriyle yaptıkları çalışmada, Kanadalı ve Amerikalı öğrencilerin “kendini gerçekleştirme değerine” ilişkin ortalama puanlarının Alman öğrencilerden yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Materyalizmin merkeziyetçilik ve mutluluk boyutları her üç ülkede anlamlı bir farklılık yaratmazken başarı değeri önemli bir farklılık göstermiş olup özellikle Amerikalı ve Kanadalı öğrencilerin Alman öğrencilere göre daha materyalist

tutuma sahip oldukları bulunmuştur. Başarı göstergesi olarak zenginlik, güç ve tüketim en sık kullanılan kavramlar olmasından dolayı başarı, materyalizm modeli içinde en önemli değeri oluşturmaktadır. Çalışmada ayrıca başarı değeri ile materyalizm arasında pozitif; kendini gerçekleştirme değeri ile materyalizm arasında ise negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

5.3.2 Öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerleri

Merkeziyetçilik değeri genellikle servete ve varlıklara önem verme ile ilgilenir (Burroughs and Rindfleisch 2002). Bu bölümde araştırma kapsamına dahil edilen öğrencilerin “merkeziyetçilik” ile ilgili görüşleri üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak Çizelge 5.37 ve Çizelge 5.38’de verilmiştir.

Materyalist değerler kapsamında yer alan ikinci alt ölçek olan merkeziyetçilik ölçeği “sadece ihtiyacım olanları alırım”, “sade bir yaşam biçimini tercih ederim”, “kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım”, “bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder” ve “yaşamımda çok lüks şeyleri severim” şeklinde 5 cümleyi kapsamaktadır.

Merkeziyetçilik ile ilgili değerlere öğrencilerin katılımları dikkate alındığında en düşük katılımın “kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım” ($\bar{X} = 4.0667$) cümlesine olduğu saptanmıştır. Daha sonra sırasıyla “yaşamımda çok lüks şeyleri severim” ($\bar{X} = 3.6500$), “sade bir yaşam biçimini tercih ederim” ($\bar{X} = 3.4083$), “sadece ihtiyacım olanları alırım” ($\bar{X} = 3.3958$) değer cümleleri yer almaktadır. Diğer cümlelere göre en yüksek katılım puanı olan ise “bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder” ($\bar{X} = 2.5750$) cümlesidir. Buna göre öğrenciler bir şeyler satın almaktan mutluluk duymakta ancak kullanışlı olmayan şeylere para harcamamakta ve çok lüks şeyleri tercih etmemektedirler.

“Sadece ihtiyacım olanları alırım” görüşüne araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %37.7’si katıldıklarını, %14.8’i kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşe

ilişkin olarak kararsızlıklarını ve katılmadıklarını ifade eden öğrencilerin oranı hemen hemen aynı olup, %22.5 ve %22.3 olarak bulunmuştur. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, vakıf üniversitesindekilerin %30.8'inin, devlet üniversitesindekilerin ise %44.6'sının “sadece ihtiyacım olanları alırım” görüşüne katıldıkları görülmektedir. Cinsiyet değişkenine göre irdelendiğinde; bu görüşe katıldıklarını belirten erkeklerin oranının (%43.3) kızlardan (%32.1); kararsızlıklarını ve katılmadıklarını ifade eden kızların oranının (%26.3, %25.0) ise erkeklerden (%18.8, %19.6) yüksek olduğu saptanmıştır. Neredeyse kız öğrencilerin ¼'ünün bu konuda kararsız olduğu yani bazen ihtiyacı olmayan şeyleri satın alabildikleri görülmüştür. Yapılan istatistiksel analizler araştırmaya katılan öğrencilerin “sadece ihtiyacım olanları alırım” görüşüne katılma durumları üzerinde üniversite tipi değişkeninin etkili olduğunu ($p<0.001$), cinsiyet değişkeninin ise etkili olmadığı göstermektedir ($p>0.05$) (Çizelge 5.37, 5.38).

“Sade bir yaşam biçimini tercih ederim” cümlesine katılıp katılmadıkları sorulduğunda, öğrencilerin yarısından fazlasının (%55.2) bu görüşe kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları bulunmuştur. Öğrencilerin %19.2'si kararsızlıklarını dile getirirken, %25.6'sı bu görüşe katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Üniversite tipine göre irdelendiğinde; “sade bir yaşam biçimini tercih ederim” görüşüne kesinlikle katılan ve katılanların oranı vakıf üniversitesi öğrencileri için %50.9 ve devlet üniversitesi öğrencileri için %59.6'dır (Çizelge 5.37). Cinsiyet açısından ele alındığında, bu görüşe kesinlikle katılan ve katılan kızların ve erkeklerin oranları birbirine yakın olup, %54.1 ve %56.3 olarak saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.38).

“Kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım” görüşüne katılma durumları sorulduğunda; her iki üniversite tipi ile cinsiyet grubunda bu görüşe katılmayanların oranının diğer seçeneklerden yüksek olduğu görülmektedir (katılmayan %47.5, kesinlikle katılmayanlar %33.5). Araştırma sonuçları incelendiğinde çoğunluğun kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanmadığı saptanmıştır. Araştırma kapsamına alınan öğrenciler arasında bu görüşe katılmayan ve kesinlikle katılmayan devlet üniversitesi öğrencilerinin oranının (%83.8) vakıf üniversitesinden (%78.4) yüksek olduğu bulunmuştur. Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise “kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım” cümlesine katılmayan ve

kesinlikle katılmayan erkeklerin oranı %84.6 iken kızlar %77.5 oranındadır. Analiz sonuçları da üniversite tipi ile cinsiyet değişkenlerinin kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanma konusunda anlamlı bir farklılık yarattığını göstermiştir ($p<0.05$, $p<0.05$). (Çizelge 5.37 ve Çizelge 5.38).

“Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder” görüşüne öğrencilerin %40.2’si katılmakta, %15.6’sı kesinlikle katılmakta, %16.0’ı katılmamakta, , %6.5’i kesinlikle katılmamaktadır. Öğrencilerin %21.7’sinin bu konuda kararsız oldukları bulunmuştur. Konu üniversite tipi değişkenine göre ele alındığında, vakıf (kesinlikle katılan %21.3, katılan %42.1) ve devlet (kesinlikle katılan %10.0, katılan %38.3) üniversitelerinde “bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder” görüşünden yana oldukları görülmüştür. Cinsiyet göz önüne alındığında, kız ve erkek öğrencilerin bu görüşe kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları saptanmıştır (%66.2, %45.4). Uygulanan t-testi sonuçları, üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin bu değer üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir ($p<0.001$, $p<0.001$) (Çizelge 5.37 ve Çizelge 5.38).

Çizelge 5.37 ve Çizelge 5.38’de öğrencilerin “yaşamımda çok lüks şeyleri severim” cümlesiyle ilgili görüşlerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Genel örneklem dikkate alındığında öğrencilerin %36.0’ının bu görüşe katılmadıkları, %26.5’inin kesinlikle katılmadıkları görülmektedir. Bu görüşe kesinlikle katılanlar ve katılanlar ile kararsız kaldıklarını belirtenlerin oranlarının birbirine yakın olduğu bulunmuştur (%19.2, %18.3). Öğrencilerin üniversite tipine göre yaşamında çok lüks şeyleri sevme durumları ele alındığında, bu cümleye katılmadıklarını belirten devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranlarının (%71.6) vakıf üniversitesinden (%53.4) yüksek olduğu görülmüştür. Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise bu görüşe katılmadığını belirten kız ve erkek öğrencilerin oranları hemen hemen aynıdır (%61.2, %63.7). Bulgular, üniversite tipi değişkeninin öğrencilerin “yaşamımda çok lüks şeyleri severim” görüşüne ilişkin değerlerinde önemli bir farklılık yarattığını ($p<0.001$), cinsiyete göre ise bu farklılığın önemli olmadığını göstermektedir ($p>0.05$).

Çizelge 5.37 Üniversite tipi göre öğrencilerin merkezîyetçiliğe ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin merkezîyetçiliğe ilişkin değerleri	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
7. Sadece ihtiyacım olanları alırım.	Vakıf	28	11.7	74	30.8	64	26.7	66	27.5	8	3.3	240	100.0	3.200	1.071	4.073**
	Devlet	43	17.9	107	44.6	44	18.3	41	17.1	5	2.1	240	100.0	3.591	1.034	
	Toplam	71	14.8	181	37.7	108	22.5	107	22.3	13	2.7	480	100.0	3.395	1.070	
8. Sade bir yaşam biçimini tercih ederim.	Vakıf	28	11.7	94	39.2	55	22.8	51	21.3	12	5.0	240	100.0	3.312	1.085	1.868
	Devlet	49	20.4	94	39.2	37	15.4	49	20.4	11	4.6	240	100.0	3.504	1.160	
	Toplam	77	16.0	188	39.2	92	19.2	100	20.8	23	4.8	480	100.0	3.408	1.126	
10. Kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım.	Vakıf	4	1.7	14	5.8	34	14.1	117	48.8	71	29.6	240	100.0	3.987	0.907	1.953*
	Devlet	4	1.7	8	3.3	27	11.2	111	46.3	90	37.5	240	100.0	4.145	0.867	
	Toplam	8	1.7	22	4.6	61	12.7	228	47.5	161	33.5	480	100.0	4.066	0.890	
11. Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder.	Vakıf	51	21.3	101	42.1	41	17.1	37	15.3	10	4.2	240	100.0	2.391	1.107	3.612**
	Devlet	24	10.0	92	38.3	63	26.2	40	16.7	21	8.8	240	100.0	2.758	1.116	
	Toplam	75	15.6	193	40.2	104	21.7	77	16.0	31	6.5	480	100.0	2.575	1.126	
12. Yaşamımda çok lüks şeyleri severim.	Vakıf	13	5.4	37	15.4	62	25.8	87	36.3	41	17.1	240	100.0	3.441	1.107	4.013**
	Devlet	10	4.2	32	13.2	26	10.8	86	35.8	86	35.8	240	100.0	3.858	1.166	
	Toplam	23	4.8	69	14.4	88	18.3	173	36.0	127	26.5	480	100.0	3.650	1.155	

*p<0.05, **p<0.001

Çizelge 5.38 Cinsiyete göre öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin merkeziyetçiliğe ilişkin değerleri	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
7. Sadece ihtiyacım olanları alırım.	Kız	35	14.6	77	32.1	63	26.3	60	25.0	5	2.0	240	100.0	3.320	1.067	1.537
	Erkek	36	15.0	104	43.3	45	18.8	47	19.6	8	3.3	240	100.0	3.470	1.070	
	Toplam	71	14.8	181	37.7	108	22.5	107	22.3	13	2.7	480	100.0	3.395	1.070	
8. Sade bir yaşam biçimini tercih ederim.	Kız	38	15.7	92	38.3	56	23.3	50	20.8	4	1.7	240	100.0	3.458	1.042	0.972
	Erkek	39	16.3	96	40.0	36	15.0	50	20.8	19	7.9	240	100.0	3.358	1.205	
	Toplam	77	16.0	188	39.2	92	19.2	100	20.8	23	4.8	480	100.0	3.408	1.126	
10. Kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım.	Kız	2	0.8	15	6.3	37	15.4	119	49.6	67	27.9	240	100.0	3.975	0.872	2.265 *
	Erkek	6	2.5	7	2.9	24	10.0	109	45.4	94	39.2	240	100.0	4.158	0.900	
	Toplam	8	1.7	22	4.6	61	12.7	228	47.5	161	33.5	480	100.0	4.066	0.890	
11. Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder.	Kız	44	18.3	115	47.9	52	21.7	22	9.2	7	2.9	240	100.0	2.304	0.969	5.424**
	Erkek	31	12.9	78	32.5	52	21.7	55	22.9	24	10.0	240	100.0	2.845	1.205	
	Toplam	75	15.6	193	40.2	104	21.7	77	16.0	31	6.5	480	100.0	2.575	1.126	
12. Yaşamımda çok lüks şeyleri severim.	Kız	9	3.8	36	15.0	48	20.0	88	36.6	59	24.6	240	100.0	3.633	1.119	0.316
	Erkek	14	5.8	33	13.8	40	16.7	85	35.4	68	28.3	240	100.0	3.666	1.191	
	Toplam	23	4.8	69	14.4	88	18.3	173	36.0	127	26.5	480	100.0	3.650	1.155	

*p<0.05, **p<0.001

Materyalizm kapsamında yer alan ikinci alt ölçek olan merkeziyetçilik alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak incelenmiş, elde edilen bulgular Çizelge 5.39’da özetlenmiştir.

Çizelge 5.39 Üniversite tipine ve cinsiyete göre merkeziyetçilik alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Materyalizm	Üniversite tipi	N	$\overline{X}$	S	Sd	t
Merkeziyetçilik	Vakıf	240	16.333	3.472	478	4.715**
	Devlet	240	17.858	3.612		
	Cinsiyet					
	Kız	240	16.691	3.382	478	2.458*
	Erkek	240	17.500	3.808		

*p<0.01, **p<0.001

Yapılan istatistiksel analiz sonucunda, öğrencilerin merkeziyetçilik ile ilgili değerlendirmeleri üzerinde üniversite tipi ve cinsiyetin önemli bir etkisinin olduğu bulunmuştur (p<0.001, p<0.01). Bulgular, devlet üniversitesi öğrencileri ile erkeklerin ortalama puanlarının vakıf üniversitesi öğrencileri ile kızlara oranla daha yüksek olduğunu göstermektedir (Çizelge 5.39). Yani devlet üniversitesi öğrencileri ile erkeklerin daha az merkeziyetçi bir yapıya sahip oldukları görülmüştür.

5.3.3 Öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerleri

İnsanların mal-mülk sahibi olabilmek için çaba göstermesi doyumsuzluk olarak düşünülmektedir. Arzu edilen mal-mülke sahip olduktan sonra duyulan tatmin hemen yok olmakta ve yerini yeni isteklere bırakmaktadır. Bu durum da genel bir tatminsizlik duygusu oluşturur. (Antonides and Raaij 1998).

Materyalizmle mutluluk arasında negatif bir ilişki olmakla birlikte bu ilişki oldukça karmaşık bir yapıdadır. Yapılan çalışmalar, gerçekçi isteklere sahip insanların ulaşılmaz isteklere sahip insanlara göre daha fazla tatmin olduklarını göstermiştir. Temel

ihtiyaçlar karşılanmadığında, kişinin sahip olduğu para miktarı mutluluğun önemli bir göstergesi haline gelir. Yaşamsal amaçları doğrultusunda harcama yapan kişilerin tamamıyla maddi amaçları için harcama yapanlara göre çok daha mutlu oldukları görülmüştür (Vargas and Yoon 2006).

Bu bölümde, öğrencilerin mutluluk ile ilgili değer cümlelerine katılma durumları üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenerek Çizelge 5.40 ve Çizelge 5.41’de gösterilmiştir.

Materyalizmin diğer bir alt ölçeğini oluşturan öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerleri, “başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem”, “insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem” ve “sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir” şeklinde üç cümle ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Mutluluğa ilişkin değerler arasında öğrenciler, “başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem” ($\bar{X}=3.8833$) ve “insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem” ($\bar{X}=3.8083$) cümlelerine hemen hemen aynı düzeyde katılmış olup bunu “sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir” ($\bar{X}=2.6875$) görüşü izlemiştir.

“Başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem” görüşüne öğrencilerin büyük çoğunluğu (katılıyorum %44.0, kesinlikle katılıyorum %31.5) katıldıklarını belirtmişlerdir. Her iki üniversite tipinde de bu görüşe katılanların oranının yüksek olduğu görülmektedir (vakıf %71.7, devlet %79.2). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında “başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem” cümlesine katılmadığını belirten kızların (%50.4) oranının erkeklerden (%37.5), kesinlikle katılmadığını belirten erkeklerin (%34.6) oranının ise kızlardan (%28.3) yüksek olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.40 ve Çizelge 5.41). Analiz sonuçları üniversite tipinin değişkeninin “başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem”

cümlesi üzerinde anlamlı bir farklılık yarattığını ($p<0.05$), devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının daha yüksek olduğunu, cinsiyete bağlı olarak ise herhangi bir farklılık yaratmadığını göstermiştir ($p>0.05$).

Öğrencilerin %58.1'i "insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem" cümlesine katıldıklarını, %17.7'si kesinlikle katıldıklarını belirtmiş olup %13.1'i bu konuda kararsız kalmışlardır. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında; vakıf üniversitesindekilerin %56.3'ünün, devlet üniversitesindekilerin %60.0'ının "insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem" görüşüne katıldıkları görülmektedir. Cinsiyet değişkeni göz önüne alındığında, hem kız hem de erkek öğrencilerin yarıdan fazlasının (%62.1, %54.2) insanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmedikleri belirlenmiştir. Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı istatistiksel olarak da saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.40 ve Çizelge 5.41).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin %40.6'sı "sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir" görüşüne katılmadıklarını, %12.5'i kesinlikle katılmadıklarını, %27.5'i kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını, %19.4'ü ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 5.40 ve Çizelge 5.41). Bu görüşe katılmadıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitesi öğrencileri (%44.2, %37.1) ile kız ve erkeklerin oranlarının (%42.1, %39.2) diğer seçeneklerden yüksek olduğu görülmüştür. İstatistik analiz sonuçları "sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir" görüşüne katılma durumunun üniversite tipine bağlı olarak değiştiğini ($p<0.001$), vakıf üniversitesi öğrencilerinin sahip oldukları şeylere daha çok önem verdiklerini göstermektedir (Çizelge 5.40).

Çizelge 5.40 Üniversite tipine göre öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerleri	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
3. Başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem.	Vakıf	67	27.9	105	43.8	25	10.4	30	12.5	13	5.4	240	100.0	3.762	1.148	2.449*
	Devlet	84	35.0	106	44.2	22	9.2	23	9.6	5	2.0	240	100.0	4.004	1.008	
	Toplam	151	31.5	211	44.0	47	9.7	53	11.0	18	3.8	480	100.0	3.883	1.086	
6. İnsanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem.	Vakıf	40	16.7	135	56.3	37	15.4	23	9.6	5	2.0	240	100.0	3.758	0.914	1.227
	Devlet	45	18.8	144	60.0	26	10.8	22	9.2	3	1.2	240	100.0	3.858	0.870	
	Toplam	85	17.7	279	58.1	63	13.1	45	9.4	8	1.7	480	100.0	3.808	0.893	
9. Sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir.	Vakıf	16	6.7	35	14.6	45	18.8	106	44.2	38	15.7	240	100.0	2.520	1.123	3.244**
	Devlet	17	7.1	64	26.6	48	20.0	89	37.1	22	9.2	240	100.0	2.854	1.127	
	Toplam	33	6.9	99	20.6	93	19.4	195	40.6	60	12.5	480	100.0	2.687	1.136	

*p<0.05, **p<0.001

Çizelge 5.41 Cinsiyete göre öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerlere katılma durumları ve t-testi sonuçları

Öğrencilerin mutluluğa ilişkin değerleri	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
3.Başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem.	Kız	68	28.3	121	50.4	20	8.3	22	9.2	9	3.8	240	100.0	3.904	1.032	0.420
	Erkek	83	34.6	90	37.5	27	11.3	31	12.9	9	3.8	240	100.0	3.862	1.139	
	Toplam	151	31.5	211	44.0	47	9.7	53	11.0	18	3.8	480	100.0	3.883	1.086	
6. İnsanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem.	Kız	40	16.7	149	62.1	29	12.1	19	7.9	3	1.2	240	100.0	3.850	0.834	1.022
	Erkek	45	18.8	130	54.2	34	14.2	26	10.8	5	2.0	240	100.0	3.766	0.948	
	Toplam	85	17.7	279	58.1	63	13.1	45	9.4	8	1.7	480	100.0	3.808	0.893	
9. Sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir.	Kız	16	6.7	47	19.6	53	22.0	101	42.1	23	9.6	240	100.0	2.716	1.091	0.562
	Erkek	17	7.1	52	21.6	40	16.7	94	39.2	37	15.4	240	100.0	2.658	1.182	
	Toplam	33	6.9	99	20.6	93	19.4	195	40.6	60	12.5	480	100.0	2.687	1.136	

Mutluluk alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenmiş ve sonuçlar Çizelge 5.42’de verilmiştir.

Çizelge 5.42 Üniversite tipine ve cinsiyete göre mutluluk alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Materyalizm	Üniversite tipi	N	$\overline{X}$	S	Sd	t
Mutluluk	Vakıf	240	10.041	2.103	478	3.411*
	Devlet	240	10.716	2.230		
	Cinsiyet					
	Kız	240	10.470	2.041	478	0.916
	Erkek	240	10.287	2.333		

*p<0.001

Araştırmaya katılan öğrencilerin mutluluğa yönelik görüşleri üzerinde üniversite tipinin etkili olduğu ($p<0.001$), devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesi öğrencilerinden yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum satın alma gücü arttıkça duyulan tatminin azalmasından kaynaklanabilir. Cinsiyet değişkeninin etkisinin ise önemsiz olduğu saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.42).

Belk (1984) yaptığı çalışmada özenme, cimrilik ve sahip olma ile yaşamdan mutluluk duyma ve tatmin olma durumları arasında negatif bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Richins and Dawson (1992) yüksek düzeyde materyalist bireyler arasında refah içinde yaşamak ve tatmin olmak için maddi varlıklara sahip olmanın bir tür inanç olduğunu belirtmişlerdir. Yaptıkları çalışmada, materyalizmin aileyi, arkadaşları, eğlenceyi, geliri ve bir bütün olarak hayatı içine alan birden çok yaşam tatmini alanı ile negatif bir korelasyona sahip olduğunu saptamışlardır.

Diener and Seligman (2002) öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmada “sosyal refah ölçeği”nden aldıkları puanlara göre mutlu ve mutsuz çocukları karşılaştırmış, mutlu çocukların mutsuz olanlara göre zamanlarını daha sosyal geçirdiklerini, diğerleriyle iyi

ilişkiler kurduklarını ve daha dışa dönük yapıya sahip olduklarını saptamışlardır. Çalışmadaki en önemli bulgu, mutlu ve mutsuz insanların öncelikle sosyal ilişkiler boyutunda farklılıklar göstermiş olmalarıdır.

Solberg *et al.* (2003) materyalistlerin zayıf sosyal ilişkileri ve materyalist amaçlarına ulaştıran zevksiz ve yorucu iş hayatları nedeniyle kendilerini mutsuz görme eğiliminde olduklarını saptamışlardır.

5.4 Çevre Sorunlarına Yönelik Görüşler

Toplumların doğanın fiziksel unsurlarını ve doğal kaynakları istismarı arttıkça, yani insanın “doğaya egemen olma” faaliyetleri genişledikçe, doğal çevreye ilişkin sorunlar da artmaktadır (Ertürk 1996). Hava, su ve toprağın zamanla niteliğinin bozularak özelliklerini kaybetmesi, yaşam ortamları değiştiği ya da insan gereksinimleri uğruna aşırı tüketildiği için bitki ve hayvan topluluklarının yok olmaya yüz tutması, insanın ortak kültür mirasının bir parçası olan tarihi çevreyi oluşturan öğelerin feda edilmesi, çevresel değerlerin yitirilmesinin göstergesi olmakta, dolayısıyla çevre sorunlarının ağırlığı toplumlarda duyulmaya başlamaktadır (Keleş ve Hamamcı 1998). Son 50 yılda özellikle 1960’lardan sonra başta sanayisi gelişmiş ülkelerde önemli boyutlara ulaşan çevre kirliliği, türlerin yok olması, kaynakların tükenmesi, Üçüncü Dünya ülkelerinde açlık ve Batılı ülkeler için de yaşamın zorlaşmasıyla eş anlamlı hale gelmiştir. Özellikle son yıllarda ekolojik dengeyi süratle bozarak çevre sorunları yaratan insan, bu sorunların kendisine dönmesi ve sağlığını olumsuz yönde etkilemesi üzerine çevre bilincine varabilmiş ve bu kavramı kabul etmiştir (Anonim 1991).

Bu bölümde, öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri “çevre sorunlarının önemini kavrama”, “tüketim ürünlerinin bedeli”, “çevre duyarlılığı” ve “çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi” olmak üzere dört bölümden oluşan bir ölçek kullanılarak belirlenmeye çalışılmış, öğrencilerin çevre sorunlarına ilişkin görüşleri üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenmiş ve t-testi sonuçlarına yer verilmiştir.

5.4.1 Çevre sorunlarının önemini kavrama

Bu bölümde, öğrencilerin “çevre sorunlarının önemini kavrama” alt ölçeğinde yer alan cümlelere katılıp katılmadığına ilişkin bulgular üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak Çizelge 5.43 ve Çizelge 5.44’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.43 ve Çizelge 5.44’den de izlenebileceği gibi, çevre sorunlarının önemini kavramaya ilişkin tutumlar ile ilgili olarak araştırmaya dahil edilen öğrencilerin “su kirliliği problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır”, “hava kirliliği problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır”, ozon tabakasındaki incelme problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır”, ormansızlaşma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır”, “yabanıl yaşamın yok olması problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” ve “ küresel ısınma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” cümlelerine katılma durumları incelenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin çevre sorunlarının önemini kavramaya ilişkin tutum cümlelerine katılma düzeyleri her bir tutum bazında toplam ortalama puanları açısından değerlendirildiğinde, tutumlar arasında öğrenciler “ormansızlaşma” yı ($\bar{X}=4.7063$) ve “hava kirliliği” ni bir an önce ele alınması gereken problemler olarak ($\bar{X}=4.6646$) görmektedirler. Ardından sırasıyla “küresel ısınma” ($\bar{X}=4.6313$), “ozon tabakasında incelme” ($\bar{X}=4.5979$), “su kirliliği” ($\bar{X}=4.5833$) ve “yabanıl yaşamın yok olması” ($\bar{X}=4.4375$) tutumları yer almaktadır (Çizelge 4.43 ve Çizelge 4.44).

“Su kirliliği problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne öğrencilerin tamamına yakını (%96.2) kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını belirtmişlerdir. Her iki üniversite tipinde de bu görüşe kesinlikle katılan ve katılan öğrencilerin oranları birbirine yakın olup hemen hemen tamamıdır (vakıf %95.9, devlet %96.3). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında su kirliliği probleminin oldukça ciddi olduğuna ve bir an önce ele alınması gerektiğine kesinlikle katıldığını belirten kız (%63.8) ve erkek öğrencilerin (%62.9) oranlarının hemen hemen aynı olduğu

görülmektedir. Katıldıklarını belirtenlerin oranı ise kızlarda %33.8, erkeklerde ise %31.7'dir ($p>0.05$) (Çizelge 5.43 ve Çizelge 5.44).

“Hava kirliliği problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne katılıp katılmadıkları sorulduğunda, öğrencilerin tamamına yakını (%96.9) bu görüşe kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçları, bu görüşe kesinlikle katıldıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranları (%69.6, %70.9) ile katıldıklarını belirtenlerin oranlarının (%27.9, %25.4) birbirine oldukça yakın olduğunu göstermektedir ($p>0.05$). (Çizelge 5.43). Kızların %69.6'sı erkeklerin %70.8'i hava kirliliği probleminin oldukça ciddi olduğu ve bir an önce ele alınması gerektiği konusuna kesinlikle katılmakta, %28.7'si ve %24.6'sı ise katılmaktadırlar ($p>0.05$). (Çizelge 5.44).

“Ozon tabakasındaki incelme problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” tutum cümlesine öğrencilerin yarısından fazlası (%66.3) kesinlikle katıldıklarını, %27.9'u ise katıldıklarını ifade etmişlerdir. Vakıf (%65.9) ve devlet (%66.7) üniversitelerindeki öğrencilerin çoğunluğu bu tutum cümlesine kesinlikle katıldıklarını belirtirken katıldıklarını ifade edenlerin eşit oranda olduğu görülmektedir (%27.9, %27.9) ($p>0.05$) (Çizelge 5.43). “Ozon tabakasındaki incelme oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” cümlesine kesinlikle katıldığını belirten kızların (%70.0) oranının erkeklerden (%62.5), katıldığını belirten erkeklerin (%29.6) oranının ise kızlardan (%26.2) daha yüksek olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.44). Araştırmaya katılan öğrencilerin “ozon tabakasındaki incelme oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” cümlesine yönelik tutumları üzerinde cinsiyet değişkeninin önemli bir etkiye sahip olduğu yapılan istatistiksel analiz sonucunda belirlenmiştir ($p<0.05$). Bu cümleye ilişkin olarak kızların ortalama puanlarının erkeklerden daha yüksek olduğu, dolayısıyla kızların daha duyarlı davrandıkları görülmektedir.

“Ormansızlaşma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” cümlesine araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun (%96.3) kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları belirlenmiştir. Üniversite tipi dikkate alındığında; “ormansızlaşma problemi

oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne kesinlikle katıldıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitelerindeki öğrencilerin oranları birbirine yakındır (%75.0, %74.6). Vakıf üniversitesindekilerin %21.3’ünün, devlet üniversitesindekilerin %21.6’sının bu görüşe katıldıkları saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.43). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise her iki grupta bu cümleye kesinlikle katıldıklarını belirtenlerin oranının diğer seçeneklerden yüksek olduğu görülmüştür (Kızlar %77.1, erkekler %72.5) ($p>0.05$) (Çizelge 5.44).

Öğrencilerin %55.6’sı yabancı yaşamın yok olmasının oldukça ciddi bir problem olduğuna ve bir an önce ele alınması gerektiğine kesinlikle katılmaktadırlar. Öğrenciler arasında bu cümleye katıldığını belirtenler %35.2, kararsız olduğunu ifade edenler %7.1 oranında bulunmuştur. Araştırma kapsamına alınan vakıf ve devlet üniversiteleri arasında bu görüşe kesinlikle katılan ve katılan öğrencilerin oranlarının birbirine yakın olduğu saptanmıştır (%90.4, %91.2) ($p>0.05$) (Çizelge 5.43). Araştırma bulguları, “yabancı yaşamın yok olması problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne kesinlikle katılan erkeklerin oranının (%58.8) kızlardan (%52.5), katıldığını ifade eden kızların oranının (%39.6) ise erkeklerden (%30.8) daha yüksek olduğunu göstermektedir ($p>0.05$) (Çizelge 5.44).

“Küresel ısınma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne öğrencilerin çoğunluğu (kesinlikle katılanlar %68.3, katılanlar %27.3) katıldıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin üniversite tipine göre “küresel ısınma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne ilişkin tutumları incelendiğinde, bu görüşe katılanların oranının her iki üniversite tipinde de birbirine yakın olduğu saptanmıştır (vakıf %96.7, devlet %94.6) ($p>0.05$). Konu, cinsiyet değişkenine göre ele alındığında; kızların %95.8’inin, erkeklerin %95.5’inin “küresel ısınma problemi oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır” görüşüne kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları belirlenmiştir ($p>0.05$) (Çizelge 5.44).

Çizelge 5.43 Üniversite tipine göre çevre sorunlarının önemi ve t-testi sonuçları

Çevre sorunlarının önemini kavrama	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Su kirliliği	Vakıf	149	62.1	81	33.8	7	2.9	3	1.2	-	-	240	100.0	4.566	0.616	0.601
	Devlet	155	64.6	76	31.7	8	3.3	-	-	1	0.4	240	100.0	4.600	0.598	
	Toplam	304	63.4	157	32.8	15	3.0	3	0.6	1	0.2	480	100.0	4.583	0.607	
2. Hava kirliliği	Vakıf	167	69.6	67	27.9	4	1.7	2	0.8	-	-	240	100.0	4.662	0.555	0.082
	Devlet	170	70.9	61	25.4	8	3.3	1	0.4	-	-	240	100.0	4.666	0.561	
	Toplam	337	70.2	128	26.7	12	2.5	3	0.6	-	-	480	100.0	4.664	0.557	
3.Ozon tabakasındaki incelme	Vakıf	158	65.9	67	27.9	13	5.4	2	0.8	-	-	240	100.0	4.587	0.634	0.368
	Devlet	160	66.7	67	27.9	12	5.0	1	0.4	-	-	240	100.0	4.608	0.604	
	Toplam	318	66.3	134	27.9	25	5.2	3	0.6	-	-	480	100.0	4.597	0.618	
4. Ormansızlaşma	Vakıf	180	75.0	51	21.3	7	2.9	2	0.8	-	-	240	100.0	4.704	0.563	0.083
	Devlet	179	74.6	52	21.6	9	3.8	-	-	-	-	240	100.0	4.708	0.531	
	Toplam	359	74.8	103	21.5	16	3.3	2	0.4	-	-	480	100.0	4.706	0.547	
5. Yabani yaşamın yok olması	Vakıf	131	54.6	86	35.8	18	7.6	3	1.2	2	0.8	240	100.0	4.420	0.755	0.491
	Devlet	136	56.6	83	34.6	16	6.7	4	1.7	1	0.4	240	100.0	4.454	0.730	
	Toplam	267	55.6	169	35.2	34	7.1	7	1.5	3	0.6	480	100.0	4.437	0.742	
6. Küresel ısınma	Vakıf	163	68.0	69	28.7	5	2.1	2	0.8	1	0.4	240	100.0	4.629	0.613	0.076
	Devlet	165	68.8	62	25.8	13	5.4	-	-	-	-	240	100.0	4.633	0.584	
	Toplam	328	68.3	131	27.3	18	3.8	2	0.4	1	0.2	480	100.0	4.631	0.598	

Çizelge 5.44 Cinsiyete göre çevre sorunlarının önemi ve t-testi sonuçları

Çevre sorunlarının önemini kavrama	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Su kirliliği	Kız	153	63.7	81	33.8	6	2.5	-	-	-	-	240	100.0	4.612	0.537	1.052
	Erkek	151	62.9	76	31.7	9	3.8	3	1.2	1	0.4	240	100.0	4.554	0.670	
	Toplam	304	63.4	157	32.8	15	3.0	3	0.6	1	0.2	480	100.0	4.583	0.607	
2. Hava kirliliği	Kız	167	69.6	69	28.7	3	1.3	1	0.4	-	-	240	100.0	4.675	0.520	0.409
	Erkek	170	70.8	59	24.6	9	3.8	2	0.8	-	-	240	100.0	4.654	0.593	
	Toplam	337	70.2	128	26.7	12	2.5	3	0.6	-	-	480	100.0	4.664	0.557	
3. Ozon tabakasındaki incelme	Kız	168	70.0	63	26.2	9	3.8	-	-	-	-	240	100.0	4.662	0.547	2.297*
	Erkek	150	62.5	70	29.6	16	6.7	3	1.2	-	-	240	100.0	4.533	0.677	
	Toplam	318	66.3	134	27.9	25	5.2	3	0.6	-	-	480	100.0	4.597	0.618	
4. Ormansızlaşma	Kız	185	77.1	50	20.8	5	2.1	-	-	-	-	240	100.0	4.750	0.479	1.755
	Erkek	174	72.5	53	22.1	11	4.6	2	0.8	-	-	240	100.0	4.662	0.605	
	Toplam	359	74.8	103	21.5	16	3.3	2	0.4	-	-	480	100.0	4.706	0.547	
5. Yabani yaşamın yok olması	Kız	126	52.5	95	39.6	16	6.7	1	0.4	2	0.8	240	100.0	4.425	0.710	0.368
	Erkek	141	58.8	74	30.8	18	7.6	6	2.4	1	0.4	240	100.0	4.450	0.774	
	Toplam	267	55.6	169	35.2	34	7.1	7	1.5	3	0.6	480	100.0	4.437	0.742	
6. Küresel ısınma	Kız	170	70.8	60	25.0	10	4.2	-	-	-	-	240	100.0	4.666	0.553	1.297
	Erkek	158	65.8	71	29.7	8	3.3	2	0.8	1	0.4	240	100.0	4.595	0.639	
	Toplam	328	68.3	131	27.3	18	3.8	2	0.4	1	0.2	480	100.0	4.631	0.598	

*p<0.05

Çevre sorunlarının önemini kavrama alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre ele alınmış, elde edilen bilgiler Çizelge 5.45’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.45 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevre sorunlarının önemini kavrama alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorunlarına yönelik görüşler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Çevre sorunlarının önemini kavrama	Vakıf	240	27.570	2.978	478	0.366
	Devlet	240	27.670	3.008		
	Cinsiyet					
	Kız	240	27.791	2.741	478	1.252
	Erkek	240	27.450	3.218		

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin çevre sorunlarının önemini kavrama alt ölçeğine ilişkin değerlendirmeleri üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin istatistiksel açıdan etkili olmadığı belirlenmiştir ($p > 0.05$) (Çizelge 5.45).

Schahn and Hozer (1990) insanların çevre bilincini belirlemede cinsiyetin önemli bir faktör olduğunu ve kadınların erkeklere göre daha fazla çevresel kaygı taşıdıklarını belirtirken Chanda (1999) iyi eğitim ile yüksek gelirin çevresel kaygının en önemli faktörleri olduğunu ve cinsiyet ile yaşın bireylerin çevresel kaygıları üzerinde herhangi bir etki yaratmadığını ileri sürmüştür.

Kavruk (2002) çevre eğitiminin rolünü ve önemini belirlemek amacıyla Ankara’da yaptığı bir araştırmada, öğrencilerin %51.6’sı yeşilliğin yok olmasını, %28.3’ü hava kirliliğini, %14.9’u gürültü kirliliğini en önemli çevre sorunu olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

5.4.2 Tüketim ürünlerinin bedeli

Bu bölümde öğrencilerin “tüketim ürünlerinin bedeli” alt ölçeğini oluşturan her bir görüş cümlesine katılım düzeyleri ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiş ve bulgular Çizelge 5.46 ve Çizelge 5.47’de gösterilmiştir.

Çevre sorunlarına yönelik görüşler kapsamında yer alan ikinci alt ölçek olan tüketim ürünlerinin bedeli ölçeği “hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir”, “kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır”, “gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir”, “modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir” şeklinde 4 cümleyi kapsamaktadır.

Tüketim ürünlerinin bedeli ile ilgili tutumlara öğrencilerin katılımları dikkate alındığında en az katılımın “gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir.” ($\bar{X} = 3.9917$) cümlesine olduğu saptanmıştır. Daha sonra sırasıyla “modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir” ($\bar{X} = 3.8583$), “kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır.” ($\bar{X} = 3.8313$). “hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir.” ($\bar{X} = 3.8146$) tutum cümleleri yer almaktadır. Öğrenciler çevrenin korunmasında bugün onu kullananların sorumlu olduğunu düşünmektedirler ve çevrenin öneminin farkındadırlar.

“Hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir” görüşüne ilişkin olarak katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını ifade eden öğrencilerin oranları birbirine yakın olup %38.3 ve %36.9 olarak bulunmuştur. Kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtını verenler %19.6, kararsızlar ise %5.2 oranındadır. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, “hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir” cümlesine vakıf üniversitesi öğrencilerinin %38.8’inin katılmadığı, devlet üniversitesindekilerin %41.6’sının ise kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Kesinlikle katılmadıklarını ifade

eden vakıf üniversitesi ile katılmadıklarını belirten devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranlarının eşit olduğu görülmektedir (%35.0, %35.0) ($p>0.05$) (Çizelge 5.46). Cinsiyet değişkenine göre irdelendiğinde; kızların %39.6'sı, erkeklerin %37.1'i bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını ifade etmişlerdir ($p>0.05$). Katılmadıklarını belirten kızların oranı (%39.2) erkeklerden daha yüksektir (%34.6) ($p>0.05$) (Çizelge 5.47).

Öğrencilerin %42.5'i "kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır" görüşüne kesinlikle katılmadıklarını, %29.0'ı katılmadıklarını, %20.2'si katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını belirtmiş olup kararsızların oranı %8.3'tür. Bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını ifade eden devlet üniversitesi öğrencilerinin oranı (%46.6) vakıf üniversitesindekilerden daha yüksektir (%38.3). Her iki grupta da bu görüşe katılmayan öğrencilerin oranlarının birbirine yakın olduğu belirlenmiştir (vakıf %30.4, devlet %27.5). Konu cinsiyet değişkenine göre ele alındığında, kızların (kesinlikle katılmayan %44.4, katılmayan %31.2) ve erkeklerin (kesinlikle katılmayan %40.4, katılmayan %26.7) "kirlilik kontrolü ölçümleri sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır" cümlesine katılmadıkları saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.46 ve Çizelge 5.47).

"Gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir" görüşüne öğrencilerin çoğunluğu (katılmayan %34.0, kesinlikle katılmayan %44.0) katılmadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin üniversite tipine ve cinsiyete göre "gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir" görüşüne ilişkin tutumları incelendiğinde, bu görüşe katılmayan devlet üniversitesi öğrencilerinin oranının (%80.0) vakıf üniversitesinden (%75.8); kızların oranının (%80.0) erkeklerden yüksek olduğu bulunmuştur (%75.9). İstatistiksel olarak üniversite tipi ve cinsiyetin öğrencilerin görüşleri üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.46 ve Çizelge 5.47).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin "modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir" görüşüne

%40.4'ünün katılmadıkları, %30.4'ünün ise kesinlikle katılmadıkları saptanmıştır. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, bu görüşe katılmadıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitesindekilerin oranları birbirine oldukça yakın olup diğer kategorilerden yüksektir (%41.7, %39.2). Bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını belirten vakıf üniversitesi öğrencileri %26.7, devlet üniversitesi öğrencileri ise %34.2 oranındadır. Yapılan istatistiksel analizlerde üniversite tipinin öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde etkili olduğu, vakıf üniversitesi öğrencilerinin bu görüşe ilişkin daha olumsuz bir tutum gösterdikleri saptanmıştır ($p<0.05$) (Çizelge 5.46). Cinsiyet değişkenine göre, kızların %45.0'ı erkeklerin %35.8'i "modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir" görüşüne katılmadıkları görülmüştür. Bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını belirten kız ve erkeklerin oranları hemen hemen aynıdır (%30.8, %30.1). "Modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir" tutum cümlesine katılma durumları açısından kız ve erkekler arasında istatistiksel olarak farklılık belirlenmiş olup ($p<0.05$), kızların ortalama puanlarının erkeklerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (Çizelge 5.47).

Çizelge 5.46 Üniversite tipine göre tüketim ürünlerinin bedeli ve t-testi sonuçları

Tüketim ürünlerinin bedeli	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
7. Hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir.	Vakıf	33	13.7	17	7.1	13	5.4	93	38.8	84	35.0	240	100.0	3.741	1.366	1.187
	Devlet	27	11.3	17	7.1	12	5.0	84	35.0	100	41.6	240	100.0	3.887	1.325	
	Toplam	60	12.5	34	7.1	25	5.2	177	36.9	184	38.3	480	100.0	3.814	1.346	
8. Kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır.	Vakıf	27	11.3	24	10.0	24	10.0	73	30.4	92	38.3	240	100.0	3.745	1.356	1.387
	Devlet	24	10.0	22	9.2	16	6.7	66	27.5	112	46.7	240	100.0	3.916	1.341	
	Toplam	51	10.6	46	9.6	40	8.3	139	29.0	204	42.5	480	100.0	3.831	1.350	
9. Gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir.	Vakıf	21	8.8	23	9.6	14	5.8	79	32.9	103	42.9	240	100.0	3.916	1.287	1.353
	Devlet	11	4.6	22	9.2	15	6.2	84	35.0	108	45.0	240	100.0	4.066	1.136	
	Toplam	32	6.6	45	9.4	29	6.0	163	34.0	211	44.0	480	100.0	3.991	1.215	
10. Modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir	Vakıf	13	5.4	23	9.6	40	16.7	100	41.6	64	26.7	240	100.0	3.745	1.115	2.340*
	Devlet	6	2.4	13	5.4	45	18.8	94	39.2	82	34.2	240	100.0	3.970	0.986	
	Toplam	19	4.0	36	7.5	85	17.7	194	40.4	146	30.4	480	100.0	3.858	1.058	

*p<0.05

Çizelge 5.47 Cinsiyete göre tüketim ürünlerinin bedeli ve t-testi sonuçları

Tüketim ürünlerinin bedeli	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
7. Hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir.	Kız	30	12.5	14	5.8	7	2.9	94	39.2	95	39.6	240	100.0	3.875	1.332	0.983
	Erkek	30	12.5	20	8.3	18	7.5	83	34.6	89	37.1	240	100.0	3.754	1.360	
	Toplam	60	12.5	34	7.1	25	5.2	177	36.9	184	38.3	480	100.0	3.814	1.346	
8. Kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır.	Kız	22	9.2	18	7.6	18	7.6	75	31.2	107	44.4	240	100.0	3.945	1.284	1.864
	Erkek	29	12.1	28	11.7	22	9.2	64	26.6	97	40.4	240	100.0	3.716	1.406	
	Toplam	51	10.6	46	9.6	40	8.3	139	29.0	204	42.5	480	100.0	3.831	1.350	
9. Gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir.	Kız	12	5.0	21	8.8	15	6.2	82	34.2	110	45.8	240	100.0	4.070	1.149	1.428
	Erkek	20	8.3	24	10.0	14	5.8	81	33.8	101	42.1	240	100.0	3.912	1.276	
	Toplam	32	6.6	45	9.4	29	6.0	163	34.0	211	44.0	480	100.0	3.991	1.215	
10. Modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir	Kız	5	2.1	16	6.7	37	15.4	108	45.0	74	30.8	240	100.0	3.958	0.958	2.078*
	Erkek	14	5.8	20	8.3	48	20.0	86	35.8	72	30.1	240	100.0	3.758	1.142	
	Toplam	19	4.0	36	7.5	85	17.7	194	40.4	146	30.4	480	100.0	3.991	1.215	

*p<0.05

Tüketim ürünlerinin bedeli alt ölçeği ile üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiler Çizelge 5.48’de açıklanmıştır.

Çizelge 5.48 Üniversite tipine ve cinsiyete göre tüketim ürünlerinin bedeli alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorunlarına yönelik görüşler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Tüketim ürünlerinin bedeli	Vakıf	240	28.450	4.981	478	2.094*
	Devlet	240	29.433	5.302		
	Cinsiyet					
	Kız	240	29.750	4.814	478	3.469**
	Erkek	240	28.133	5.379		

*p<0.05, **p<0.001

Öğrencilerin tüketim ürünlerinin bedeline yönelik görüşlerinin üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine bağlı olarak farklılık gösterdiği yapılan istatistiksel analizlerle de doğrulanmıştır (p<0.05, p<0.001). Devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesinden, kızların ortalama puanlarının ise erkeklerden yüksek olduğu görülmüştür (Çizelge 5.48).

5.4.3 Çevre duyarlılığı

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşlerini incelemek amacı ile kullanılan üçüncü alt ölçek olan “çevre duyarlılığı” ölçeğine ilişkin bulgular üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre ele alınarak Çizelge 5.49 ve Çizelge 5.50’de verilmiştir.

Çizelgeden de izlenebileceği gibi, çevre duyarlılığına ilişkin olarak araştırmaya dahil edilen öğrencilerin “ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar”, “Brezilya’daki yağmur ormanlarının yok edilmesinin

günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam”, “çevre kirliliği haberleri söylendiği kadar doğru değildir”, “her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir” ve “çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır” cümlelerine katılma durumları incelenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin çevre duyarlılığına ilişkin tutum cümlelerine katılma düzeyleri her bir tutum bazında toplam ortalama puanları açısından değerlendirildiğinde, tutumlar arasında öğrencilerin en fazla “her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir” ($\bar{X}=4.1208$), “çevre kirlilik haberleri söylendiği kadar doğru değildir” ($\bar{X}=3.9688$) ve “ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar” ($\bar{X}=3.9146$) cümlelerine katılmadıkları belirlenmiştir. Ardından sırasıyla “çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır” ($\bar{X}=3.8729$) ve “Brezilya’daki yağmur ormanlarının yok edilmesinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam” ($\bar{X}=3.6542$) tutumları yer almıştır (Çizelge 5.49 ve Çizelge 5.50).

“Ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar” cümlesine araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun (%74.2) katılmadıkları ve kesinlikle katılmadıkları saptanmıştır. Konu üniversite tipi değişkenine göre irdelendiğinde, “ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar” görüşüne katılmayanların oranını vakıf ve devlet üniversitelerinde birbirine yakın olduğu (%42.5, %43.3) bulunmuştur. Bu görüşe kesinlikle katılmayanların oranı ise devlet üniversitesinde (%34.2) vakıf üniversitesinden (%28.3) yüksektir. Öğrencilerin bu tutumları cinsiyete göre incelendiğinde, kızların yarıya yakını (%47.6) bu görüşe katılmadıklarını, %32.9’u kesinlikle katılmadıklarını, erkeklerin ise %38.3’ü katılmadıklarını, %29.7’si kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. İstatistiksel analiz sonuçları, “ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar” görüşünün üniversite tipine ($p<0.05$) ve cinsiyete ($p<0.01$) göre farklılık yarattığını göstermektedir (Çizelge 5.49 ve Çizelge 5.50).

“Brezilya’daki yağmur ormanlarının yok edilişinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam” cümlesine öğrencilerin %63.8’inin katılmadıkları ve kesinlikle katılmadıkları, %20.2’sinin katıldıkları ve kesinlikle katıldıkları, %16.0’ının ise bu konuda kararsız kaldıkları belirlenmiştir. Üniversite tipine göre incelendiğinde; “Brezilya’daki yağmur ormanlarının yok edilişinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam” görüşüne katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını belirten devlet üniversitesi öğrencilerinin oranının (%68.8) vakıf üniversitesi öğrencilerinden (%58.7); katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını belirten vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranının (%25.5) ise devlet üniversitesi öğrencilerinden (%14.9) yüksek olduğu saptanmıştır (Çizelge 5.49). Konu cinsiyet değişkenine göre irdelendiğinde ise, bu görüşe kesinlikle katılmadıklarını ve katılmadıklarını belirten kızların oranı (%69.2) erkeklerden (%58.4), kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını belirten erkeklerin oranı (%24.1) ise kızlardan (%16.2) daha fazladır (Çizelge 5.50). Araştırmaya katılan öğrencilerin “Brezilya’daki yağmur ormanlarının yok edilişinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam” cümlesine yönelik tutumları üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkelerinin önemli bir etkiye sahip olduğu yapılan istatistik analizler sonucunda belirlenmiştir ($p<0.01$, $p<0.05$). Bu cümleye ilişkin olarak devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesinden; kızların ortalama puanlarının ise erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

“Çevre kirlilik haberleri söylendiği kadar doğru değildir” görüşüne öğrencilerin yarıya yakını (%46.3) katılmadıklarını, %30.6’sı kesinlikle katılmadıklarını %15.0’ı bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını ifade edenlerin oranı %8.1’dir. Öğrencilerin “Çevre kirlilik haberleri söylendiği kadar doğru değildir” görüşüne katılıp katılmadıkları üniversite tipine göre incelendiğinde; katılmadıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranları (%45.8, %46.7) diğer seçeneklerden daha yüksektir ($p>0.05$). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise, katılmadıklarını belirten kız ve erkek öğrencilerin oranlarının birbirine yakın olduğu (%48.6, %43.8), kesinlikle katılmadıklarını belirten kızların oranının (%33.8) ise erkeklerden (%27.5) yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$) (Çizelge 5.49 ve Çizelge 5.50).

Öğrencilerin her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirip ilgilendirmedigine ilişkin tutumları araştırıldığında katılmayan ve kesinlikle katılmayanların oranlarının birbirine yakın olduğu bulunmuştur (%40.6, %42.2). (Çizelge 5.49 ve Çizelge 5.50). “Her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir” görüşüne katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını belirten devlet üniversitesi öğrencilerinin oranı (%86.3) vakıf üniversitesinden (%79.2) daha yüksektir. Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise, katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını ifade eden kız öğrencilerin oranı (%41.7, %45.0) ile katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını ifade eden erkek öğrencilerin oranı (%39.1, %39.6) birbirine yakındır. Analiz sonuçları, “her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir” görüşünün üniversite tipine ($p<0.001$) ve cinsiyete göre değiştiğini ($p<0.05$), devlet üniversitesi öğrencileri ile kızların ortalama puanlarının yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, çevre sorunları konusunda küresel düşünmenin önemine bu grupların daha fazla inandığı söylenebilir.

Öğrencilerin %46.3’ü “çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır” cümlesine katılmadıklarını, %29.8’si kesinlikle katılmadıklarını belirtmişler, %9.4’ü ise bu konuda kararsız kalmışlardır. Katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını belirtenlerin oranı ise %14.5’dir. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında; vakıf üniversitesindekilerin %72.5’inin, devlet üniversitesindekilerin %79.6’sının “çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır” görüşüne katılmadıkları görülmektedir. Öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde üniversite tipi değişkeninin etkili olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.49). Cinsiyet değişkeni göz önüne alındığında, bu görüşe katılmayan kız öğrencilerin oranı (%52.5) erkeklerden yüksek olup (%40.0) kesinlikle katılmadıklarını ifade eden kız ve erkeklerin oranlarının birbirine yakın olduğu saptanmıştır (%28.3, %31.3) (Çizelge 5.50). İstatistik analiz sonuçları, “çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır” görüşünün cinsiyete bağlı olarak değiştiğini ($p<0.05$), kızların ortalama puanlarının erkeklerden yüksek olduğunu göstermektedir (Çizelge 5.50). Buna göre, kızların çevre sorunlarını araştırma ve eğitim için kaynak ayırma konusunda erkeklere göre daha duyarlı ve istekli oldukları sonucuna varılabilir.

Çizelge 5.49 Üniversite tipine göre çevre duyarlılığı ve t-testi sonuçları

Çevre duyarlılığı	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
11. Ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar.	Vakıf	7	2.9	29	12.1	34	14.2	102	42.5	68	28.3	240	100.0	3.812	1.067	2.217*
	Devlet	3	1.2	18	7.5	33	13.8	104	43.3	82	34.2	240	100.0	4.016	0.946	
	Toplam	10	2.1	47	9.7	67	14.0	206	42.9	150	31.3	480	100.0	3.914	1.013	
12. Brezilya'daki yağmur ormanlarının yok edilişinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam.	Vakıf	16	6.7	45	18.8	38	15.8	91	37.9	50	20.8	240	100.0	3.475	1.202	3.438**
	Devlet	5	2.0	31	12.9	39	16.3	89	37.1	76	31.7	240	100.0	3.833	1.077	
	Toplam	21	4.4	76	15.8	77	16.0	180	37.5	126	26.3	480	100.0	3.654	1.154	
13. Çevre kirlilik haberleri söylendiği kadar doğru değildir.	Vakıf	7	2.9	17	7.1	36	15.0	110	45.8	70	29.2	240	100.0	3.912	0.991	1.295
	Devlet	5	2.0	10	4.2	36	15.0	112	46.7	77	32.1	240	100.0	4.025	0.909	
	Toplam	12	2.5	27	5.6	72	15.0	222	46.3	147	30.6	480	100.0	3.968	0.952	
14. Her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir.	Vakıf	11	4.6	25	10.4	14	5.8	100	41.7	90	37.5	240	100.0	3.970	1.125	3.272**
	Devlet	5	2.0	4	1.7	24	10.0	95	39.6	112	46.7	240	100.0	4.270	0.866	
	Toplam	16	3.3	29	6.0	38	7.9	195	40.6	202	42.2	480	100.0	4.120	1.014	
16. Çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır.	Vakıf	11	4.6	29	12.1	26	10.8	103	42.9	71	29.6	240	100.0	3.808	1.126	1.315
	Devlet	8	3.3	22	9.2	19	7.9	119	49.6	72	30.0	240	100.0	3.937	1.022	
	Toplam	19	4.0	51	10.5	45	9.4	222	46.3	143	29.8	480	100.0	3.872	1.076	

*p<0.05, **p<0.001

Çizelge 5.50 Cinsiyete göre çevre duyarlılığı ve t-testi sonuçları

Çevre duyarlılığı	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
11. Ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar.	Kız	3	1.2	13	5.4	31	12.9	114	47.6	79	32.9	240	100.0	4.054	0.887	3.045**
	Erkek	7	2.9	34	14.1	36	15.0	92	38.3	71	29.7	240	100.0	3.775	1.108	
	Toplam	10	2.1	47	9.7	67	14.0	206	42.9	150	31.3	480	100.0	3.914	1.013	
12. Brezilya'daki yağmur ormanlarının yok edilmesinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam.	Kız	7	2.9	32	13.3	35	14.6	97	40.4	69	28.8	240	100.0	3.787	1.090	2.544**
	Erkek	14	5.8	44	18.3	42	17.5	83	34.6	57	23.8	240	100.0	3.520	1.203	
	Toplam	21	4.4	76	15.8	77	16.0	180	37.5	126	26.3	480	100.0	3.654	1.154	
13. Çevre kirlilik haberleri söylendiği kadar doğru değildir.	Kız	4	1.7	10	4.2	28	11.7	117	48.6	81	33.8	240	100.0	4.087	0.875	2.750**
	Erkek	8	3.3	17	7.1	44	18.3	105	43.8	66	27.5	240	100.0	3.850	1.011	
	Toplam	12	2.5	27	5.6	72	15.0	222	46.3	147	30.6	480	100.0	3.968	0.952	
14. Her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir.	Kız	7	2.9	13	5.4	12	5.0	100	41.7	108	45.0	240	100.0	4.208	0.958	1.895*
	Erkek	9	3.8	16	6.7	26	10.8	95	39.6	94	39.1	240	100.0	4.033	1.062	
	Toplam	16	3.3	29	6.0	38	7.9	195	40.6	202	42.2	480	100.0	4.120	1.014	
16. Çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır.	Kız	6	2.4	18	7.5	22	9.2	126	52.6	68	28.3	240	100.0	3.966	0.950	1.913*
	Erkek	13	5.4	33	13.7	23	9.6	96	40.0	75	31.3	240	100.0	3.779	1.184	
	Toplam	19	4.0	51	10.5	45	9.4	222	46.3	143	29.8	480	100.0	3.872	1.076	

*p<0.05, **p<0.01

Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak çevre duyarlılığı alt ölçeği incelenmiş ve elde edilen bulgular Çizelge 5.51’de özetlenmiştir.

Çizelge 5.51 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevre duyarlılığı alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorunlarına yönelik görüşler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Çevre duyarlılığı	Vakıf	240	18.979	4.115	478	3.235*
	Devlet	240	20.083	3.318		
	Cinsiyet					
	Kız	240	20.104	3.487	478	3.360*
	Erkek	240	18.958	3.968		

*p<0.001

Üniversite tipi açıklayıcı değişkenine göre öğrencilerin çevre duyarlılığı alt ölçeğine yönelik bireysel tutumlarının üniversite tipi ortalama puanları üzerinde önemli bir etkisinin bulunduğu, devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesinden yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum bu gruptaki öğrencilerin çevresel sorunları daha fazla algılamalarından kaynaklanabilir (p<0.001) Çizelge 5.51, çevre duyarlılığının cinsiyette bağlı olarak değiştiğini, kızların ortalama puanlarının erkeklerden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur (p<0.001)

Topaloğlu (1999) yaptığı çalışmada katılımcıların %61.0’ı sanayileşmenin çevre sağlığını olumsuz yönde etkileyebileceğini ve bu nedenle çevre sağlığına zarar vermeyecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini, %53.0’ı sanayi kuruluşlarının çevre kirliliğine karşı almış oldukları önlemleri “yasal zorunluluk” olarak değerlendirdiklerini, %63.0’ı alınan önlemlerin sanayileşmeyi ve kalkınmayı kesinlikle etkilemeyeceğini belirtmişlerdir.

Kavruk (2002) ilköğretim ve lise öğrencileriyle yaptığı çalışmada, öğrencilerin yarısı çevre konularını araştırarak ve eğitim yapacak kadar zengin ve gelişmiş bir ülke olmadığımızı düşünmektedir. Yeşilin yok olmasını kentsel çevre sorunu olarak

görenlerin ülke kalkınma politikalarının çevreye saygılı bir şekilde yürütülmesi konusunda hassas olduğu bulunmuştur.

5.4.4 Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi

Araştırmaya katılan öğrencilerin “çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi”ye ilişkin tutum cümleleri ile ilgili değerlendirmeleri üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenerek Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53’de verilmiştir.

Çevre sorunlarına yönelik görüşlerin diğer bir alt ölçeğini oluşturan öğrencilerin çevrecilik kavramına, insan-doğa arasındaki ilişki ile çevre sorunlarına bireysel ilgilerine ilişkin tutumları, “sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm”, “bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir”, “çevreyi merak eden bir yapıya sahibim”, “çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam”, “kendimi çevreci sayarım”, “kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum”, “çevresel konularla ilgilenmem” ve “çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım” şeklinde sekiz cümle ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Çevre sorunlarına yönelik görüşlere ilişkin katılımları dikkate alındığında en fazla katılımın “çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım” ($\bar{X} = 4.0188$) ile “çevresel konularla ilgilenmem” ($\bar{X} = 3.8500$) cümlelerine olduğu saptanmıştır. Daha sonra sırasıyla “kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum” ($\bar{X} = 3.6896$), “bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir” ($\bar{X} = 3.6688$), “çevreyi merak eden bir yapıya sahibim” ($\bar{X} = 3.6667$), “kendimi çevreci sayarım” ($\bar{X} = 3.4875$) görüş cümleleri yer almaktadır. Diğer cümlelere göre daha düşük katılım puanı olanlar ise “sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm” ($\bar{X} = 3.3125$) ve “çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam” ($\bar{X} = 3.2479$) cümleleridir.

Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53’den de izlenebileceği gibi, öğrencilerin %42.7’si “sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm” görüşüne katıldıklarını, %27.7’si ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, bu konuya katıldıklarını ifade eden devlet üniversitesi öğrencilerinin oranının (%50.0) vakıf üniversitesindekilerden (%35.4) yüksek olduğu görülmektedir. Kararsız olan vakıf üniversitesindekiler %32.9, devlet üniversitesindekiler ise %22.5 oranındadır. “Sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm” görüşüne katılanların ve kararsız olanların oranı kızlarda %47.9 ile %26.3, erkeklerde %37.5 ile %29.2’dir. Uygulanan t-testi sonuçları da sık sık çevreye verilen zararı düşünmeyi kesinlikle katılıyorum-kesinlikle katılmıyorum biçiminde algılama durumunun üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak $p<0.01$ düzeyinde değiştiğini, devlet üniversitesi öğrencileri ile kızların daha duyarlı olduklarını ortaya koymuştur. Bu konuda kararsız kalanların yeterli çevresel bilgiye sahip olmamaları ve çevresel problemlerin önemini yeteri kadar algılamamaları ile açıklanabilir.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarıdan biraz fazlasının (%51.5) “bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir” görüşüne katıldıkları saptanmıştır. Vakıf ve devlet üniversitesi öğrencilerinin yaklaşık yarısının bu görüşe katıldıkları (%50.8, %52.0), %25.4’ü ile %22.1’inin ise kararsız oldukları belirlenmiştir ($p>0.05$) (Çizelge 5.52). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında; bu görüşe hem kız ve hem erkek öğrencilerin çoğunluğu katıldıklarını belirtmiş olup kızların oranı erkeklerden yüksektir (%56.7, %46.3) (Çizelge 5.53). Yapılan istatistik analizler, “bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir” görüşü ile cinsiyet arasında önemli bir ilişkinin olduğunu doğrulamıştır ($p<0.05$).

“Çevreyi merak eden bir yapıya sahibim” görüşüne genel örnekleme yer alan öğrencilerin %50.8’inin katıldığı, %16.1’inin ise kesinlikle katıldığı belirlenmiştir. Sonuçlar üniversite tipine göre incelendiğinde, vakıf üniversitesi öğrencilerinin %50.0’ı katıldıklarını, %14.2’si kesinlikle katıldıklarını; devlet üniversitesi öğrencilerinin ise %51.7’si katıldıklarını, %17.9’u kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir ($p>0.05$). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında; “çevreyi merak eden bir yapıya sahibim” cümlesine katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını belirten kızların oranının (%70.4)

erkeklerden (%63.4) daha yüksek olduğu saptanmıştır ($p>0.05$) (Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53). Yapılan analizler öğrencilerin çoğunun çevreyi merak eden bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir.

Öğrencilerin “çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam” cümlesine katılma düzeyleri incelendiğinde, genel örnekleme bu görüşe katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını belirtenler %47.9 oranında olup katılıyorum ve kararsızım yanıtını verenlerin oranlarının aynı olduğu saptanmıştır (%24.2, %24.2). Bu görüşe kesinlikle katılıyorum yanıtını verenler ise %3.7 oranındadır (Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53). Konu üniversite tipine göre incelendiğinde, vakıf ve devlet üniversitesinde okuyanların bu görüşe katılmadıkları (%36.7, %42.1), kararsız kalanların her iki grupta benzer oranlarda olduğu (%22.5, %25.8) saptanmıştır. “Çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam” cümlesine kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını belirten vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranı devlet üniversitesindekilerden yüksektir (%32.5, %23.4) ($p>0.05$) (Çizelge 5.52). Cinsiyete göre bu görüşe katılmayanların oranının hem kız hem de erkek öğrenciler arasında diğer seçeneklerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir (%48.3, %30.4). Kararsız erkekler ile katılıyorum seçeneğini işaretleyen erkeklerin oranı (%27.1, %26.2) kararsız kızlar ile katılıyorum yanıtını veren kızların oranından fazladır (%21.3, %22.1). Bu durum öğrencilerin çevresel konulara fazla ilgi göstermemelerinden kaynaklanabilir. “Çevreyi düşünmeye çok zaman harcamam” görüşüne ilişkin tutumlarda cinsiyetin önemli bir farklılık yarattığı istatistiksel analizlerle de belirlenmiş ($p<0.01$) olup kızların ortalama puanlarının erkeklerden yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre kızların çevreye yönelik daha olumlu tutuma ve duyarlılığa sahip oldukları düşünülebilir (Çizelge 5.53).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarısından fazlası (%53.1) kendisini çevreci sayarken, % 12.3’ü “kendimi çevreci sayarım” cümlesine katılmadıklarını ve kesinlikle katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda kararsız kalanların oranı %34.6’dır. “Kendimi çevreci sayarım” görüşüne katıldıklarını belirten vakıf ve devlet üniversitesindeki öğrencilerin oranlarının birbirine yakın olduğu (%41.7, %45.4), kararsızım yanıtını verenlerin oranlarının ise aynı olduğu saptanmıştır (vakıf %34.6, devlet %34.6). Bu durum cinsiyete göre irdelendiğinde, kızların %56.2’si, erkeklerin

%50.0'ı kendisini çevreci saymaktadır. Bu konuda kararsız olduklarını belirten kız ve erkeklerin oranları birbirine yakın olup %35.0 ve %34.2'dir. Yapılan istatistiksel analizlerde cinsiyet değişkeninin öğrencilerin “kendimi çevreci sayarım” görüşü üzerinde önemli bir etki yarattığını saptanmıştır ($p<0.05$) (Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53)

Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53'den de izlenebileceği gibi öğrencilerin %67.7'si kendisi ve ailesi için kirliliğin etkilerinden endişe duyduklarını, %12.7'si endişe duymadıklarını, %19.6'sı ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. “Kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum” görüşüne üniversite tipinin etkisi incelendiğinde, bu görüşe katıldıklarını belirtenler çoğunlukta olup devlet üniversitesi öğrencilerinin oranı (%55.0) vakıf üniversitesinden yüksektir (%49.2). Vakıf üniversitesi öğrencilerinin %22.1'i bu konuda kararsız kalırken kararsızım ile kesinlikle katılıyorum seçeneğini işaretleyen devlet üniversitesi öğrencilerinin oranlarının aynı olduğu belirlenmiştir (%17.1, %17.1) (Çizelge 5.52). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında, katılıyorum yanıtını veren kızların oranının (%58.4) erkeklerden (%45.8), kararsızım yanıtını veren erkeklerin oranının (%24.2) ise kızlardan daha yüksek olduğu bulunmuştur (%15.0). Çizelgeden de anlaşılabileceği gibi kızlar çevre kirliliğinin etkileri konusunda daha fazla endişe içindedirler. Analiz sonuçları öğrencilerin cinsiyetlerinin çevre kirliliğine ilişkin endişeleri konusunda önemli bir etki yarattığını göstermiştir ($p<0.05$) (Çizelge 5.53).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin büyük çoğunluğunun “çevresel konularla ilgilenmem” cümlesine katılmadıkları (kesinlikle katılmayanlar %22.3, katılmayanlar (%51.5) yani çevresel konularla ilgilendikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin üniversite tipine göre “çevresel konularla ilgilenmem” görüşüne ilişkin tutumları incelendiğinde, bu görüşe katılmayanların oranlarının her iki grupta da birbirine yakın olduğu saptanmıştır (vakıf % 70.3, devlet %77.1) ($p>0.05$). Konu cinsiyet değişkenine göre ele alındığında, katılmıyorum yanıtını veren kızların oranının (%58.8) erkeklerden daha yüksek olduğu belirlenirken kararsız erkekler ile kesinlikle katılmıyorum seçeneğini işaretleyen kız ve erkeklerin oranlarının birbirine yakın olduğu saptanmıştır (%21.3, %22.5, %22.1). Cinsiyet değişkeni öğrencilerin çevresel konularla ilgilenmelerine

ilişkin tutumları üzerinde önemli bir farklılık yaratmıştır ($p<0.01$) (Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53).

Çizelge 5.52 ve Çizelge 5.53'ten de anlaşılacağı gibi “çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım” görüşüne yarısına yakınının (%49.2) katıldıkları, %30.8'inin ise kesinlikle katıldıkları saptanmıştır. Öğrencilerin “çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım” görüşüne ilişkin tutumları üniversite tipine göre değerlendirildiğinde, vakıf ve devlet üniversitesindeki öğrencilerin de bu görüşe ilişkin olumlu tutum içerisinde oldukları bulunmuştur (vakıf %81.6, devlet %78.5) ($p>0.05$). Öğrencilerin “çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna inanırım” cümlesine ilişkin görüşleri cinsiyete göre incelendiğinde, her iki grupta da çoğunluk bu görüşe katıldıklarını belirtmiş olup kızların oranının (%85.1) erkeklerden yüksek olduğu görülmektedir (%75.1). Yapılan istatistiksel analizlerde cinsiyet değişkeninin bu tutum üzerinde etkili olduğu ($p<0.05$), kızların ortalama puanlarının erkeklerden yüksek olduğu saptanmıştır. Kızların erkeklere göre çevre politikalarını daha fazla desteklemeleri çevresel konulara daha duyarlı olmalarından kaynaklanabilir.

Çizelge 5.52 Üniversite tipine göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ve t-testi sonuçları

Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
20. Sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm	Vakıf	16	6.7	85	35.4	79	32.9	52	21.7	8	3.3	240	100.0	3.204	0.965	2.470*
	Devlet	18	7.5	120	50.0	54	22.5	41	17.1	7	2.9	240	100.0	3.420	0.956	
	Toplam	34	7.1	205	42.7	133	27.7	93	19.4	15	3.1	480	100.0	3.312	0.966	
21. Bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir.	Vakıf	27	11.3	122	50.8	61	25.4	27	11.3	3	1.2	240	100.0	3.595	0.876	1.836
	Devlet	39	16.3	125	52.0	53	22.1	21	8.8	2	0.8	240	100.0	3.741	0.863	
	Toplam	66	13.8	247	51.5	114	23.7	48	10.0	5	1.0	480	100.0	3.668	0.872	
22. Çevreyi merak eden bir yapıya sahibim	Vakıf	34	14.1	120	50.0	46	19.2	36	15.0	4	1.7	240	100.0	3.600	0.962	1.539
	Devlet	43	17.9	124	51.7	43	17.9	26	10.8	4	1.7	240	100.0	3.733	0.935	
	Toplam	77	16.1	244	50.8	89	18.5	62	12.9	8	1.7	480	100.0	3.666	0.950	
23. Çevreyi düşünmeye çok zaman <u>harcamam.</u>	Vakıf	8	3.3	70	29.2	54	22.5	88	36.7	20	8.3	240	100.0	3.175	1.048	1.548
	Devlet	10	4.2	46	19.2	62	25.8	101	42.1	21	8.7	240	100.0	3.320	1.015	
	Toplam	18	3.7	116	24.2	116	24.2	189	39.4	41	8.5	480	100.0	3.247	1.033	
24. Kendimi çevreci sayarım.	Vakıf	25	10.4	100	41.7	83	34.6	27	11.3	5	2.0	240	100.0	3.470	0.900	0.420
	Devlet	21	8.7	109	45.4	83	34.6	24	10.1	3	1.2	240	100.0	3.504	0.838	
	Toplam	46	9.6	209	43.5	166	34.6	51	10.6	8	1.7	480	100.0	3.487	0.869	
25. Kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum	Vakıf	34	14.1	118	49.2	53	22.1	31	12.9	4	1.7	240	100.0	3.612	0.939	1.837
	Devlet	41	17.1	132	55.0	41	17.1	22	9.1	4	1.7	240	100.0	3.766	0.898	
	Toplam	75	15.6	250	52.1	94	19.6	53	11.0	8	1.7	480	100.0	3.689	0.921	
26. Çevresel konularla <u>ilgilenmem.</u>	Vakıf	5	2.0	23	9.6	43	17.9	119	49.5	50	20.8	240	100.0	3.775	0.954	1.813
	Devlet	2	0.8	16	6.7	37	15.4	128	53.3	57	23.8	240	100.0	3.925	0.854	
	Toplam	7	1.5	39	8.1	80	16.6	247	51.5	107	22.3	480	100.0	3.850	0.908	
27. Çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna <u>inanırım.</u>	Vakıf	3	28.3	128	53.3	27	11.3	14	5.9	3	1.2	240	100.0	4.016	0.862	0.051
	Devlet	0	33.4	108	45.1	34	14.1	13	5.4	5	2.1	240	100.0	4.020	0.939	
	Toplam	148	30.8	236	49.2	61	12.7	27	5.6	8	1.7	480	100.0	4.018	0.901	

*p<0.05

Çizelge 5.53 Cinsiyete göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ve t-tesit sonuçları

Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
20. Sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm	Kız	18	7.5	115	47.9	63	26.3	41	17.1	3	1.2	240	100.0	3.433	0.903	2.759**
	Erkek	16	6.7	90	37.5	70	29.2	52	21.7	12	5.0	240	100.0	3.191	1.012	
	Toplam	34	7.1	205	42.7	133	27.7	93	19.4	15	3.1	480	100.0	3.312	0.966	
21. Bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir.	Kız	33	13.8	136	56.7	52	21.6	19	7.9	-	-	240	100.0	3.762	0.785	2.366*
	Erkek	33	13.8	111	46.3	62	25.8	29	12.1	5	2.0	240	100.0	3.575	0.943	
	Toplam	66	13.8	247	51.5	114	23.7	48	10.0	5	1.0	480	100.0	3.668	0.872	
22. Çevreyi merak eden bir yapıya sahibim	Kız	38	15.8	131	54.6	40	16.7	30	12.5	1	0.4	240	100.0	3.729	0.890	1.442
	Erkek	39	16.3	113	47.1	49	20.4	32	13.3	7	2.9	240	100.0	3.604	1.005	
	Toplam	77	16.1	244	50.8	89	18.5	62	12.9	8	1.7	480	100.0	3.666	0.950	
23. Çevreyi düşünmeye çok zaman <u>harcamam.</u>	Kız	2	0.8	53	22.1	51	21.3	116	48.3	18	7.5	240	100.0	3.395	0.940	3.165**
	Erkek	16	6.7	63	26.2	65	27.1	73	30.4	23	9.6	240	100.0	3.100	1.100	
	Toplam	18	3.7	116	24.2	116	24.2	189	39.4	41	8.5	480	100.0	3.247	1.033	
24. Kendimi çevreci sayarım.	Kız	23	9.6	112	46.6	84	35.0	20	8.4	1	0.4	240	100.0	3.566	0.794	2.002*
	Erkek	23	9.6	97	40.4	82	34.2	31	12.9	7	2.9	240	100.0	3.408	0.932	
	Toplam	46	9.6	209	43.5	166	34.6	51	10.6	8	1.7	480	100.0	3.487	0.869	
25. Kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum	Kız	38	15.8	140	58.4	36	15.0	25	10.4	1	0.4	240	100.0	3.787	0.848	2.339*
	Erkek	37	15.4	110	45.8	58	24.2	28	11.7	7	2.9	240	100.0	3.591	0.981	
	Toplam	75	15.6	250	52.1	94	19.6	53	11.0	8	1.7	480	100.0	3.689	0.921	
26. Çevresel konularla <u>ilgilenmem.</u>	Kız	2	0.8	14	5.8	29	12.1	141	58.8	54	22.5	240	100.0	3.962	0.809	2.732**
	Erkek	5	2.1	25	10.4	51	21.3	106	44.2	53	22.1	240	100.0	3.737	0.986	
	Toplam	7	1.5	39	8.1	80	16.6	247	51.5	107	22.3	480	100.0	3.850	0.908	
27. Çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna <u>inanırım.</u>	Kız	76	31.7	128	53.4	26	10.8	7	2.9	3	1.2	240	100.0	4.112	0.802	2.290*
	Erkek	72	30.0	108	45.1	35	14.6	20	8.3	5	2.0	240	100.0	3.925	0.982	
	Toplam	148	30.8	236	49.2	61	12.7	27	5.6	8	1.7	480	100.0	4.018	0.901	

*p<0.05, **p<0.01

Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi alt ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre irdelenmiş ve sonuçlar Çizelge 5.54’de açıklanmıştır.

Çizelge 5.54 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorunlarına yönelik görüşler	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	Vakıf	240	15.150	4.021	478	1.952*
	Devlet	240	15.841	3.737		
	Cinsiyet					
	Kız	240	15.850	3.675	478	1.999*
	Erkek	240	15.141	4.076		

*p<0.05

Çizelge 5.54’ten de izlenebileceği gibi üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi alt ölçeğine yönelik değerlendirmeler üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir (p<0.05).

Yapılan araştırmalara ve tarihsel gelişim süreçlerine bakıldığında tüketicilerin çevresel bilinç düzeylerinin giderek arttığı görülmektedir. Bununla beraber, tüketiciler çevresel ilgilerini çevre dostu tüketici davranışı ile de harekete geçirmektedir. Mandese (1991) yaptığı araştırmada tüketicilerin çevresel ilgileri ile satın aldıkları çevre dostu ürünlerin sayısında bir artış olduğunu saptamıştır.

Othman *et al.* (2004) Malezyalı gençlerle yaptıkları çalışmada, cinsiyetin ve etnik kökenin çevresel bilgi ve tutumlar üzerinde etkili olduğunu saptamışlardır. Özellikle kızların çevresel konulara daha duygusal yaklaştıkları ancak bu konudaki kararlılıklarının erkeklerden daha fazla olmadığı bulunmuştur.

5.5 Çevre Sorumlu Davranış

Çevre sorumlu davranış, bireysel alışkanlıklarla birlikte ortak faaliyetleri içeren bütünlüklü bir özelliğe sahiptir. Bununla birlikte çevre sorumlu davranış demografik özellikler, kurumsal, sosyal, ekonomik ve kültürel faktörler gibi dış etkenler ile motivasyon, çevresel bilgi, değerler, tutumlar, sorumluluklar gibi bireysel etkenlere bağlı olarak da değişir. Günümüzde, çevre sorunlarının nedenlerinin tüketicilerin yaşam biçimleriyle bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle tüketicinin tutum ve davranışlarında temel değişiklikler yapmadan sürdürülebilir yaşam şeklini gerçekleştirmesi beklenemez (Francois-LeCompte and Roberts 2006). Buna tüketiciler sosyal ve çevresel faydayı sağlamak üzere ürün ve hizmetleri elde etme ve kullanmada uyguladıkları yöntemleri değiştirerek daha fazla çevre dostu davranışta bulunabilirler (Haron *et al.* 2005).

Araştırmanın bu bölümünde, öğrencilerin çevre sorumlu davranışları incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çevre sorumlu davranış ölçeğinde yer alan her bir davranış cümlesi üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak açıklanmış, ayrıca t-testi sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bölümdeki çevre sorumlu davranışlar sınırlı tüketim, enerji tasarrufu, çevreci eylemlere katılım ve çevreci uygulamaları destekleme alt ölçekleri olarak dört başlık altında incelenmiştir.

5.5.1 Sınırlı tüketim

Öğrencilerin sınırlı tüketim alt ölçeği kapsamındaki cümlelere katılma durumlarına ilişkin veriler üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak Çizelge 5.55 ve Çizelge 5.56'da verilmiştir.

Çevre sorumlu davranış kapsamında yer alan sınırlı tüketim alt ölçeği “çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım”, “mümkün olduğunca az kâğıt harcarım”, “geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım”, “gereksiz su

tüketmekten kaçınırım”, “çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım” şeklindeki beş cümleye ilişkin görüşleri kapsamaktadır.

Üniversite öğrencilerinin sınırlı tüketime ilişkin davranış cümlelerine katılma düzeyleri her bir cümle bazında toplam ortalama puanları açısından değerlendirildiğinde, davranışlar arasında “çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım” ($\bar{X}=4.277$) görüşü ilk sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla “gereksiz su tüketmekten kaçınırım” ($\bar{X}=3.741$), “çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım.” ($\bar{X}=3.593$), “mümkün olduğunca az kâğıt harcarım” ($\bar{X}=3.475$) ve “geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım” ($\bar{X}=3.354$) cümleleri izlemektedir.

“Çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım” görüşüne öğrencilerin büyük çoğunluğu katıldıklarını belirtmişlerdir (katılıyorum %48.5, kesinlikle katılıyorum %41.9). Öğrencilerin üniversite tipine göre “çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım” cümlesine ilişkin davranışları incelendiğinde, bu görüşe katılanların oranının her iki üniversite tipinde de birbirine yakın olduğu saptanmış (vakıf %88.4, devlet %92.5) olup kesinlikle katılanların oranı devlet üniversitesinde (%45.0) vakıf üniversitesinden (%38.8) daha yüksektir. Konu, cinsiyet değişkenine göre ele alındığında, kız (katılan %50.0, kesinlikle katılan %42.5), ve erkek (katılan %47.1, kesinlikle katılan %41.3,) her iki cinsiyet grubunun da çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inandıkları görülmüştür. Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı istatistiksel analizlerle de saptanmıştır ($p>0.05$). (Çizelge 5.55 ve Çizelge 5.56).

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin “mümkün olduğunca az kâğıt harcarım” tutum cümlesine %36.7’si katıldıklarını, %17.7’si kesinlikle katıldıklarını, %19.7’si katılmadıklarını, %2.5’i kesinlikle katılmadıklarını ifade etmiş olup %23.5’i bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Sonuçlar üniversite tipine göre incelendiğinde, “mümkün olduğunca az kâğıt harcarım” görüşüne katılan ve kesinlikle katılan devlet

üniversitesi öğrencilerinin oranlarının (%60.0) vakıf üniversitesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu bulunmuştur. (%48.7) (Çizelge 5.55). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında “mümkün olduğunca az kağıt harcarım” görüşüne katılan kız ve erkeklerin oranlarının (%53.8, %55.0) birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Bu görüşe katılmayan kızların oranının (%23.2) erkeklerden (%15.9); kararsız kalan erkeklerin oranının (%25.8) ise kızlardan (%21.3) yüksek olduğu görülmüştür (Çizelge 5.56). Yapılan istatistik analiz sonucunda öğrencilerin mümkün olduğunca az kağıt harcama davranışının üniversite tipine göre değiştiği ($p<0.05$) ve devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesinden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, vakıf üniversitesi öğrencilerinin satın alma güçlerinin daha yüksek olmasından dolayı kağıt harcama konusunda daha az duyarlı olduklarını düşündürülebilir.

“Geri dönüşümü olan kağıt ve poşetleri kullanırım” cümlesine öğrencilerin %32.1’i katıldıklarını, %15.6’sı kesinlikle katıldıklarını, %21.7’si katılmadıklarını, %3.1 kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşe kararsız kalanlar ise %27.5 oranındadır. Katılıyorum ve kararsızım seçeneğini işaretleyen vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranları (%30.8, %29.2) birbirine yakın olup devlet üniversitesinde bu görüşe katılanlar %33.4, kararsız kalanlar ise %25.8 oranındadır (Çizelge 5.55). Öğrencilerin cinsiyetlerine göre “geri dönüşümü olan kağıt ve poşetleri kullanırım” cümlesine ilişkin davranışları incelendiğinde, bu görüşe katılan ve kesinlikle katılan kız ile erkeklerin oranlarının (%48.4, %47.1) ve kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum yanıtını veren kız ve erkeklerin oranlarının (%25.8, %23.7) birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Bu konuda kararsız kalan erkeklerin oranı (%29.2) kızlarda yüksektir (%25.8) (Çizelge 5.56). Yapılan istatistiksel analizlerde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin bu tutum üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$).

Araştırmada öğrencilerin sınırlı tüketme ilişkin “gereksiz su tüketmekten kaçınırım” cümlesine yarısına yakınının (%48.5) katıldığı, %22.7’sinin ise kesinlikle katıldığı saptanmıştır. Üniversite tipi dikkate alındığında, her iki grupta öğrencilerin yarısına yakını bu görüşe katıldıklarını belirtirken (vakıf %49.6, devlet %47.5), kesinlikle katıldıklarını ifade edenlerin oranı devlet üniversitesinde (%29.2), katılmadıklarını

belirtenlerin oranı ise vakıf üniversitesinde (%17.9) daha yüksektir (Çizelge 5.55). Öğrenciler arasında gereksiz su tüketmekten kaçınanlar, kızların %75.9'unu, erkeklerin ise %66.7'sini oluşturmaktadır (Çizelge 5.56). Gereksiz su tüketmekten kaçınma davranışının üniversite tipine bağlı olarak değiştiği ($p<0.01$), devlet üniversitesi öğrencilerinin bu konudaki davranışlarının daha olumlu olduğu, cinsiyete bağlı olarak ise değişmediği belirlenmiştir ($p>0.05$).

“Çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım” cümlesine öğrencilerin %60.8'inin kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları saptanmıştır. Bu görüşe kesinlikle katılmayan ve katılmayanlar %13.2 oranında iken kararsız kalanlar %26.1 oranında bulunmuştur. Öğrencilerin “çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım” cümlesine ilişkin görüşleri arasında üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak anlamlı bir fark olmadığı yapılan istatistiksel analizlerle de belirlenmiştir ($p>0.05$, $p>0.05$) (Çizelge 5.55 ve Çizelge 5.56).

Çizelge 5.55 Üniversite tipine göre sınırlı tüketim ve t-testi sonuçları

Sınırlı tüketim	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım	Vakıf	93	38.8	119	49.6	18	7.4	9	3.8	1	0.4	240	100.0	4.225	0.775	1.483
	Devlet	108	45.1	114	47.5	10	4.2	5	2.0	3	1.2	240	100.0	4.329	0.762	
	Toplam	201	41.9	233	48.5	28	5.9	14	2.9	4	0.8	480	100.0	4.277	0.770	
2. Mümkün olduğunca az kâğıt harcarım.	Vakıf	33	13.8	84	35.0	65	27.1	52	21.7	6	2.4	240	100.0	3.358	1.045	2.398*
	Devlet	52	21.7	92	38.3	48	20.0	42	17.5	6	2.4	240	100.0	3.591	1.086	
	Toplam	85	17.7	176	36.7	113	23.5	94	19.7	12	2.4	480	100.0	3.475	1.071	
3. Geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım.	Vakıf	38	15.9	74	30.8	70	29.2	51	21.2	7	2.9	240	100.0	3.354	1.072	0.000
	Devlet	37	15.4	80	33.4	62	25.8	53	22.1	8	3.3	240	100.0	3.354	1.088	
	Toplam	75	15.6	154	32.1	132	27.5	104	21.7	15	3.1	480	100.0	3.354	1.079	
18. Gereksiz su tüketmekten kaçınırım	Vakıf	39	16.3	119	49.6	34	14.2	43	17.9	5	2.0	240	100.0	3.600	1.026	3.010**
	Devlet	70	29.2	114	47.5	18	7.4	34	14.2	4	1.7	240	100.0	3.883	1.036	
	Toplam	109	22.7	233	48.5	52	10.9	77	16.0	9	1.9	480	100.0	3.741	1.039	
19. Çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım.	Vakıf	26	10.8	116	48.4	63	26.3	32	13.3	3	1.2	240	100.0	3.541	0.900	1.266
	Devlet	36	15.0	114	47.5	62	25.8	25	10.5	3	1.2	240	100.0	3.645	0.903	
	Toplam	62	12.9	230	47.9	125	26.1	57	11.9	6	1.2	480	100.0	3.593	0.902	

*p<0.05, **p<0.01

Çizelge 5.56 Cinsiyete göre sınırlı tüketim ve t-testi sonuçları

Sınırlı tüketim	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
1. Çevreyi kirlütenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım	Kız	102	42.5	120	50.0	10	4.2	7	2.9	1	0.4	240	100.0	4.312	0.724	1.007
	Erkek	99	41.3	113	47.1	18	7.5	7	2.9	3	1.2	240	100.0	4.241	0.813	
	Toplam	201	41.9	233	48.5	28	5.9	14	2.9	4	0.8	480	100.0	4.277	0.770	
2. Mümkün olduğunca az kâğıt harcarım.	Kız	39	16.3	90	37.5	51	21.3	56	23.2	4	1.7	240	100.0	3.433	1.069	0.852
	Erkek	46	19.2	86	35.8	62	25.8	38	15.9	8	3.3	240	100.0	3.516	1.075	
	Toplam	85	17.7	176	36.7	113	23.5	94	19.6	12	2.4	480	100.0	3.475	1.071	
3. Geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım.	Kız	38	15.9	78	32.5	62	25.8	60	25.0	2	0.8	240	100.0	3.375	1.051	0.423
	Erkek	37	15.4	76	31.7	70	29.2	44	18.3	13	5.4	240	100.0	3.333	1.107	
	Toplam	75	15.6	154	32.1	132	27.5	104	21.7	15	3.1	480	100.0	3.354	1.079	
18. Gereksiz su tüketmekten kaçınırım	Kız	46	19.2	136	56.7	23	9.6	32	13.3	3	1.2	240	100.0	3.791	0.945	1.054
	Erkek	63	26.3	97	40.4	29	12.1	45	18.8	6	2.4	240	100.0	3.691	1.126	
	Toplam	109	22.7	233	48.5	52	10.9	77	16.0	9	1.9	480	100.0	3.741	1.039	
19. Çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım.	Kız	33	13.8	116	48.3	64	26.6	27	11.3	-	-	240	100.0	3.645	0.855	1.266
	Erkek	29	12.1	114	47.5	61	25.5	30	12.5	6	2.4	240	100.0	3.541	0.945	
	Toplam	62	12.9	230	47.9	125	26.1	57	11.9	6	1.2	480	100.0	3.593	0.902	

Sınırlı tüketim ölçeği üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 5.57’de açıklanmıştır.

Çizelge 4.57 Üniversite tipine ve cinsiyete göre sınırlı tüketim alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorumlu davranış	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Sınırlı tüketim	Vakıf	240	18.079	3.275	478	2.349*
	Devlet	240	18.804	3.484		
	Cinsiyet					
	Kız	240	18.558	3.271	478	0.752
	Erkek	240	18.325	3.522		

*p<0.05

Üniversite tipi açıklayıcı değişkenine göre, öğrencilerin çevre sorumlu davranış ölçeğinin sınırlı tüketim alt ölçeği ortalama puanları üzerinde önemli bir etkisinin olduğu bulunmuştur (p<0.05). Devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının vakıf üniversitesi öğrencilerinden yüksek olduğu belirlenmiş olup bu durum devlet üniversitesi öğrencilerinin daha dikkatli tüketim eğilimi göstermelerinden kaynaklanabilir. Öğrencilerin sınırlı tüketim ölçeği üzerinde cinsiyet değişkeninin etkisi araştırıldığında bu ilişki istatistiksel açıdan önemsiz bulunmuştur (p >0.05) (Çizelge 5.57).

Çevre sorumlu olan ve olmayan ürünleri satın (environmentally responsible and non-responsible product) alma kararı, ürüne ilişkin bireysel ya da çevresel sonuçları bilinçli bir şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Follows and Jobber (2000) çevre sorumlu satın alma davranışına ilişkin çalışmalarında, değerler ile tutum ve davranışlar arasında doğrudan bir ilişki bulamamışlar ancak satın almanın hem çevresel hem de bireysel sonuçlarının bir amaç doğrultusunda davranışlarla bağlantılı olduğunu saptamışlardır.

Schlossberg (1991) ve Winski (1991)'nin çalışmalarında tüketicilerin çevresel konulara ilişkin davranışlarıyla, bu davranışları gerçek satın alma davranışına dönüştürmeleri arasında zayıf bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir.

5.5.2 Enerji tasarrufu

Çevre sorumlu davranışa yönelik kullanılan ikinci alt ölçek olan enerji tasarrufu alt ölçeğine ilişkin bulgular üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre ele alınarak Çizelge 5.58 ve Çizelge 5.59'da verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin enerji tasarrufu alt ölçeğine ilişkin görüşleri “evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım”, “evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım” cümleleri ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Enerji tasarrufuna ilişkin görüşler arasında öğrencilerin “evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım” ($\bar{X}$ =3.520) ve “evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım” ($\bar{X}$ =3.410) cümlelerine katıldıkları saptanmıştır.

Çizelge 5.58 ve Çizelge 5.59'dan da anlaşılacağı gibi öğrencilerin “evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım” görüşüne %55.9'unun katıldıkları (katılıyorum %44.6, kesinlikle katılıyorum %11.3), %21.8'inin katılmadıkları (katılmıyorum %17.6, kesinlikle katılmıyorum %4.2) , %22.3'ünün ise kararsız kaldıkları bulunmuştur. Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin “evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım” cümlesine katılma durumu üzerinde anlamlı farklılığa neden olmadığı yapılan istatistiksel analizlerle de saptanmıştır ($p>0.05$, $p>0.05$).

Araştırma kapsamına alınan öğrenciler arasında “evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım” cümlesine katılanlar %38.8, kesinlikle katılanlar %21.9, katılmayanlar %23.3, kesinlikle katılmayanlar %3.5 oranlarında bulunmuştur.

Kararsız olduğunu belirtenlerin oranı ise %12.5'dir. Konu üniversite tipine göre incelendiğinde, bu görüşe katıldığını ve kesinlikle katıldığını belirten devlet üniversitesi öğrencilerinin oranının (%69.2) vakıf üniversitesinden (%52.1) daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum devlet üniversitesi öğrencilerinin enerji tasarrufu konusunda daha dikkatli olduğunu göstermektedir (Çizelge 5.58). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında ise, her iki grupta “evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım” görüşüne katılanların oranlarının birbirine yakın olduğu (kız %40.0, erkek %37.5) bulunmuştur. Bu görüşe katılmıyorum yanıtını veren kızların oranının (%27.9) erkeklerden (%18.7), kesinlikle katılıyorum yanıtını veren erkeklerin oranının (%25.5) ise kızlardan (%18.3) daha fazla olduğu görülmüştür ($p>0.05$) (Çizelge 5.59). İstatistik analiz sonuçları, öğrencilerin bu görüşe katılma durumlarının üniversite tipi değişkenine bağlı olarak farklılık gösterdiğini ($p<0.001$), devlet üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Vakıf üniversitesi öğrencilerinin bu cümleye katılma düzeylerinin düşük olmasının nedeni daha yüksek bir gelire sahip olmaları ile açıklanabilir.

Çizelge 5.58 Üniversite tipine göre enerji tasarrufu ve t-testi sonuçları

Enerji tasarrufu	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
5.Evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım	Vakıf	30	12.5	108	45.1	52	21.7	43	17.9	7	2.8	240	100.0	3.462	1.018	1.102
	Devlet	24	10.0	106	44.2	55	22.9	42	17.5	13	5.4	240	100.0	3.358	1.053	
	Toplam	54	11.3	214	44.6	107	22.3	85	17.6	20	4.2	480	100.0	3.410	1.036	
6. Evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım	Vakıf	39	16.3	86	35.8	32	13.3	73	30.4	10	4.2	240	100.0	3.295	1.182	4.289*
	Devlet	66	27.5	100	41.7	28	11.7	39	16.3	7	2.8	240	100.0	3.745	1.115	
	Toplam	105	21.9	186	38.8	60	12.5	112	23.3	17	3.5	480	100.0	3.520	1.170	

*p<0.001

Çizelge 5.59 Cinsiyete göre enerji tasarrufu ve t-testi sonuçları

Enerji tasarrufu	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
5.Evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım	Kız	20	8.4	102	42.5	62	25.8	51	21.3	5	2.0	240	100.0	3.337	0.971	1.544
	Erkek	34	14.2	112	46.6	45	18.8	34	14.2	15	6.2	240	100.0	3.483	1.093	
	Toplam	54	11.3	214	44.6	107	22.3	85	17.6	20	4.2	480	100.0	3.410	1.036	
6. Evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım	Kız	44	18.3	96	40.0	25	10.5	67	27.9	8	3.3	240	100.0	3.420	1.172	1.877
	Erkek	61	25.5	90	37.5	35	14.5	45	18.7	9	3.8	240	100.0	3.620	1.161	
	Toplam	105	21.9	186	38.8	60	12.5	112	23.3	17	3.5	480	100.0	3.520	1.170	

Üniversite tipi ve cinsiyete göre enerji tasarrufu alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları Çizelge 5.60’da verilmiştir.

Çizelge 5.60 Üniversite tipine ve cinsiyete göre enerji tasarrufu alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorumlu davranış	Üniversite tipi	N	$\overline{X}$	S	Sd	t
Enerji tasarrufu	Vakıf	240	6.758	1.813	478	2.109*
	Devlet	240	7.104	1.779		
	Cinsiyet					
	Kız	240	6.758	1.649	478	2.109*
	Erkek	240	7.104	1.932		

*p<0.005

Çizelge 5.60’dan da izlenebileceği gibi, t-testi sonuçları öğrencilerin enerji tasarrufu kapsamındaki davranışlarının üniversite tipine ve cinsiyete göre değiştiğini göstermektedir (p<0.05). Vakıf üniversitesi öğrencileri ile kızların enerji tasarrufu konusunda daha duyarlı davrandıkları düşünülebilir.

5.5.3 Çevreci eylemlere katılım

Araştırmaya katılan öğrencilerin çevreci eylemlere katılıma ilişkin cümleler ile ilgili değerlendirmeleri üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre Çizelge 5.61 ve Çizelge 5.62’de incelenmiştir.

Çevre sorumlu davranış kapsamında yer alan üçüncü alt ölçek olan çevreci eylemlere katılım ölçeği “ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim”, “görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım”, “çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım”, “çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım”, “tv ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim” şeklinde beş cümleyi kapsamaktadır.

Öğrencilerin çevresel tüketim davranışı kapsamında çevreci eylemlere katılım düzeyleri değerlendirildiğinde, en fazla “tv ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim” ($\bar{X}=3.431$) ve “görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım” ($\bar{X}=3.362$) ile “çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım” ($\bar{X}=3.352$) davranışlarına katıldıkları belirlenmiştir. Daha sonra sırasıyla “ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim” ($\bar{X}=2.852$) ve “çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım” ($\bar{X}=2.729$) davranışları yer almıştır (Çizelge 5.61 ve Çizelge 5.62).

Öğrencilerin % 36.0’ı “ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim” cümlesine katılmadıklarını, %8.8’i kesinlikle katılmadıklarını, %21.7’si katıldıklarını, %8.5’i kesinlikle katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda kararsız kalanların oranı ise %25.0’dır. Bu sonuçlar öğrencilerin bu konuda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşüncelerinden kaynaklanabilir (Çizelge 5.61). Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde etkili olmadığı yapılan analizlerle de doğrulanmıştır ($p>0.05$, $p>0.05$).

Çizelge 5.61 ve Çizelge 5.62’den de anlaşılabacağı gibi, öğrencilerin %36.7’si “görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım” görüşüne katıldıklarını, %15.2’si kesinlikle katıldıklarını, %20.8’i katılmadıklarını, %5.0’ı kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşe kararsız kalanların oranı %22.3 olarak bulunmuştur. Üniversite tipine göre “görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım” cümlesine her iki grubun katıldığı ve kesinlikle katıldığı bulunmuştur (vakıf %46.2, devlet %57.6) ($p>0.05$). Cinsiyet değişkeni dikkate alındığında; “görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım” cümlesine katıldıklarını belirten kızların oranının (%40.9) erkeklerden (%32.5); kararsız kalan erkeklerin oranının (%24.2) ise kızlardan yüksek olduğu saptanmıştır (%20.5). Bu cümleye katılmadıklarını ifade eden kız ve erkeklerin oranlarının aynı olduğu görülmüştür (%20.8, %20.8) ($p>0.05$).

“Çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım” cümlesine katılıyorum yanıtını verenler ile bu konuda kararsız kalan öğrencilerin oranları hemen hemen aynı olup %35.8 ile %35.2’dir (Çizelge 5.61 ve Çizelge 5.62). Üniversite tipi değişkenine göre “çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım” görüşüne kesinlikle katılan ve katılan öğrencilerin oranları her iki grupta diğer seçeneklerden yüksek olup birbirine yakındır (vakıf %46.3, devlet %45.8) ($p>0.05$). Cinsiyet durumu dikkate alındığında, bu görüşe katılan ve kesinlikle katılan kızların oranının (%52.1) erkeklerden (%40.0), kararsız kaldığını ve katılmadığını belirten erkeklerin oranlarının (%37.0, %19.2) ise kızlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır (%33.3, %13.8) (Çizelge 5.62). Bu konuda kararsızlığın nedeni, öğrencilerin uyarılarının dikkate alınmayacağını ve ters bir tepkiyle karşılaşabileceklerini düşünmelerinden kaynaklanabilir. Yapılan t-testi sonucunda, çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarma davranışının cinsiyet değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği görülmektedir ($p<0.05$). Çizelgeden de anlaşılabacağı gibi kızların çevreyi kirletenleri uyarma konusunda daha duyarlı oldukları; ortalama puanlarının erkeklerden yüksek olduğu bulunmuştur.

Çizelge 5.61 ve 62’den de izleneceği gibi, öğrencilerin yarısına yakınının çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılmadıkları (katılmayan %37.6, kesinlikle katılmayan %10.4), %26.7’sinin bu konuda kararsız kaldıkları, %25.3’ünün ise kesinlikle katıldıkları ve katıldıkları görülmüştür. Öğrencilerin bu konudaki görüşleri üzerinde gerek üniversite tipinin gerekse cinsiyetin önemli bir farklılık yaratmadığı istatistiksel olarak da belirlenmiştir ($p>0.05$).

Öğrencilerin tv ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip etmelerine ilişkin davranışları incelendiğinde, genel örnekleimde öğrencilerin yarıdan fazlasının (%55.6) tv ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ettikleri, %20.6’sının ise takip etmedikleri bulunmuştur. Kararsız kaldığını belirtenler %23.8 oranındadır (Çizelge 5.61 ve Çizelge 5.62). İstatistiksel analizler üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin tv ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip etme davranışları üzerinde etkili olmadığını göstermiştir ($p>0.05$, $p>0.05$).

Çizelge 5.61 Üniversite tipine göre çevreci eylemlere katılım ve t-testi sonuçları

Çevreci eylemlere katılım	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
9.Ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim.	Vakıf	21	8.8	44	18.3	55	22.9	98	40.8	22	9.2	240	100.0	2.766	1.122	1.677
	Devlet	20	8.3	60	25.0	65	27.1	75	31.3	20	8.3	240	100.0	2.937	1.109	
	Toplam	41	8.5	104	21.7	120	25.0	173	36.0	42	8.8	480	100.0	2.852	1.117	
10.Görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım	Vakıf	35	14.6	76	31.7	59	24.6	59	24.6	11	4.6	240	100.0	3.270	1.123	1.797
	Devlet	38	15.8	100	41.7	48	20.0	41	17.1	13	5.4	240	100.0	3.454	1.111	
	Toplam	73	15.2	176	36.7	107	22.3	100	20.8	24	5.0	480	100.0	3.362	1.120	
13. Çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım.	Vakıf	25	10.4	86	35.8	82	34.2	41	17.1	6	2.5	240	100.0	3.345	0.964	0.144
	Devlet	24	10.0	86	35.8	87	36.3	38	15.8	5	2.1	240	100.0	3.358	0.935	
	Toplam	49	10.2	172	35.8	169	35.2	79	16.5	11	2.3	480	100.0	3.352	0.949	
14. Çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım.	Vakıf	15	6.3	48	20.0	62	25.8	89	37.1	26	10.8	240	100.0	2.737	1.091	0.169
	Devlet	15	6.3	43	17.9	66	27.5	92	38.3	24	10.0	240	100.0	2.720	1.067	
	Toplam	30	6.3	91	19.0	128	26.7	181	37.6	50	10.4	480	100.0	2.729	1.078	
15. TV ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim.	Vakıf	23	9.6	97	40.4	70	29.2	45	18.8	5	2.1	240	100.0	3.366	0.963	1.427
	Devlet	29	12.1	118	49.2	44	18.3	41	17.1	8	3.3	240	100.0	3.495	1.019	
	Toplam	52	10.8	215	44.8	114	23.8	86	17.9	13	2.7	480	100.0	3.431	0.992	

Çizelge 5.62 Cinsiyete göre çevreci eylemlere katılım ve t-testi sonuçları

Çevreci eylemlere katılım	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
9. Ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim.	Kız	18	7.5	54	22.5	56	23.3	100	41.7	12	5.0	240	100.0	2.858	1.061	0.122
	Erkek	23	9.6	50	20.8	64	26.7	73	30.4	30	12.5	240	100.0	2.845	1.173	
	Toplam	41	8.5	104	21.7	120	25.0	173	36.0	42	8.8	480	100.0	2.852	1.117	
10. Görünüşü iyi olmasa da doğal sebze ve meyveleri satın alırım	Kız	35	14.6	98	40.8	49	20.4	50	20.8	8	3.3	240	100.0	3.425	1.075	1.223
	Erkek	38	15.8	78	32.5	58	24.2	50	20.8	16	6.7	240	100.0	3.300	1.161	
	Toplam	73	15.2	176	36.7	107	22.3	100	20.8	24	5.0	480	100.0	3.362	1.120	
13. Çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım.	Kız	23	9.6	102	42.5	80	33.3	33	13.8	2	0.8	240	100.0	3.462	0.877	2.564*
	Erkek	26	10.8	70	29.2	89	37.1	46	19.2	9	3.8	240	100.0	3.241	1.006	
	Toplam	49	10.2	172	35.8	169	35.2	79	16.5	11	2.3	480	100.0	3.352	0.949	
14. Çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım.	Kız	13	5.4	53	22.1	59	24.6	99	41.3	16	6.7	240	100.0	2.783	1.036	1.101
	Erkek	17	7.1	38	15.8	69	28.8	82	34.2	34	14.2	240	100.0	2.675	1.118	
	Toplam	30	6.3	91	19.0	128	26.7	181	37.6	50	10.4	480	100.0	2.729	1.078	
15. TV ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim.	Kız	21	8.8	118	49.2	59	24.6	41	17.1	1	0.4	240	100.0	3.487	0.892	1.243
	Erkek	31	12.9	97	40.4	55	22.9	45	18.8	12	5.0	240	100.0	3.375	1.083	
	Toplam	52	10.8	215	44.8	114	23.8	86	17.9	13	2.7	480	100.0	3.431	0.992	

*p<0.05

Çevreci eylemlere katılım ölçeği üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin etkileri araştırılmış ve sonuçlar Çizelge 5.63’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.63 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevreci eylemlere katılım alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorumlu davranış	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Çevreci eylemlere katılım	Vakıf	240	15.487	3.410	478	1.498
	Devlet	240	15.966	3.593		
	Cinsiyet					
	Kız	240	16.016	3.263	478	1.813
	Erkek	240	15.437	3.719		

Çizelge 5.63’te görüldüğü gibi, öğrencilerin çevreci eylemlere katılım düzeyleri üzerinde üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin önemli bir etkisinin olmadığı bulunmuştur ($p>0.05$).

Yeung (1998) Hong Kong’lu ortaokul öğrencilerinin çevresel bilinç düzeylerinin belirlenmesine ilişkin çalışmasında, öğrencilerin %87.7’sinin ağaçlandırma, çevre temizliği ve yeşillendirme çalışmaları gibi çevrenin korunmasına yönelik faaliyetlere aktif katılımı desteklediği, %84.2’sinin çevresel amaçlar için bireysel özgürlüklerinin kısıtlanmasını kabul etmediği, %60.0’ının okul döneminde herhangi bir çevre koruma faaliyetine katılmadığı, %37.5’inin karton ya da plastik kutular yerine geri dönüşümlü kutulardaki içecekleri tercih etme gibi çevre dostu ürünleri satın almaya istekli oldukları, %32.0’ının çevrenin korunması için ailesini ve arkadaşlarını uyardığı saptanmıştır. Çevresel konulara ilgi duyanların çevreye karşı daha fazla sorumluluk hissettikleri görülmüştür.

Topaloğlu (1999) araştırmasında çevreyi kirleten bireylere tepki verdiğini ifade eden kadınların oranının %40.8, erkeklerin ise %59.2 olduğunu saptamıştır. Erkeklerin %83.5’i, kadınların %94.3’ü çevreyi kirletenleri uyarma yönünde tavır sergilediklerini belirtmişlerdir.

5.5.4 Çevreci uygulamaları destekleme

Araştırmanın bu bölümünde, öğrencilerin çevreci uygulamaları destekleme durumları incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çevreci uygulamaları destekleme ölçeğinde yer alan cümleler üniversite tipi ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak açıklanmış, ayrıca t-testi sonuçlarına yer verilmiştir (Çizelge 5.64 ve Çizelge 5.65).

Çizelgeden de anlaşılacağı gibi, öğrencilerin çevreci uygulamaları destekleme davranışları, “çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim” ve “çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum” cümleleri ile incelenmiştir.

Çevreci uygulamaları destekleme davranışları arasında öğrenciler, “çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim” ($\bar{X}=3.183$) ve “çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum” ($\bar{X}=3.137$) cümlelerine aynı düzeyde katılmışlardır.

“Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim” görüşüne araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %36.0’ının katıldıkları, %8.3’ünün kesinlikle katıldıkları, %20.2’sinin katılmadıkları, %7.2’sinin kesinlikle katılmadıkları belirlenmiştir. Bu görüşe ilişkin olarak kararsızlıklarını ifade eden öğrencilerin oranı %28.3’tür. Üniversite tipi değişkeni dikkate alındığında, bu görüşü destekleyen vakıf üniversitesi öğrencilerinin oranlarının (%48.3) devlet üniversitesinden (%40.4); desteklemeyen devlet üniversitesi öğrencilerinin oranlarının (%32.1) ise vakıf üniversitesinden (%22.5) yüksek olduğu görülmüştür. “Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim” görüşüne katılan kızların oranı (%47.1) erkeklerden (%41.6); katılmayan erkeklerin oranı ise (%34.2) kızlardan (%20.4) daha yüksektir. İstatistik analiz sonuçları, bu görüşe katılma durumunun üniversite tipine ($p<0.05$) ve cinsiyete ($p<0.05$) bağlı olarak değiştiğini, ürün fiyatlarındaki artışı devlet üniversitesi öğrencilerinin vakıf üniversitesindekilere ve erkeklerin ise kızlara oranla daha fazla desteklediklerini göstermektedir (Çizelge 5.64 ve Çizelge 5.65).

Çizelge 5.64 ve Çizelge 5.65’den izlenebileceği gibi, “çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum” görüşüne katılan ve kesinlikle katılan öğrencilerin %40.9, katılmayan ve kesinlikle katılmayan öğrencilerin %28.3, kararsız kalanların ise %30.8 oranlarında olduğu bulunmuştur. Vakıf üniversitesi öğrencilerinin %45.8’i çevre vergisinin arttırılmasını desteklerken bu görüşe kararsız kalan ve desteklemeyen devlet üniversitesi öğrencilerinin oranlarının birbirine yakın olduğu saptanmıştır (%30.4, %33.8). Cinsiyete göre irdelendiğinde, “çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum” görüşüne kızların yarısına yakını (%46.2) kesinlikle katıldığını ve katıldığını belirtirken, %32.5’i kararsızlıklarını dile getirmişlerdir. Bu görüşe ilişkin olarak kesinlikle katıldıklarını ve katıldıklarını ifade eden erkekler ile kesinlikle katılmadıklarını ve katılmadıklarını belirten erkeklerin oranlarının ise aynı olduğu bulunmuştur (%35.4, %35.4). Yapılan t-testi sonuçları, çevre vergisinin arttırılmasına karşı ya da destek olma durumunun üniversite tipine ve cinsiyete bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. ($p<0.001$, $p<0.001$). Vakıf üniversitesi öğrencilerinin ortalama puanlarının devlet üniversitesinden; kız öğrencilerin ortalama puanlarının ise erkeklerden yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum gelir farklılığı ile kızların çevresel konulara daha duyarlı olmasından kaynaklanabilir.

Çizelge 5.64 Üniversite tipine göre çevreci uygulamaları destekleme ve t-testi sonuçları

Çevreci uygulamaları destekleme	Üniversite tipi	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
20. Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim.	Vakıf	20	8.3	96	40.0	70	29.2	43	17.9	11	4.6	240	100.0	3.295	1.006	2.311*
	Devlet	20	8.3	77	32.1	66	27.5	54	22.5	23	9.6	240	100.0	3.070	1.123	
	Toplam	40	8.3	173	36.0	136	28.3	97	20.1	34	7.1	480	100.0	3.183	1.071	
21. Çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum.	Vakıf	36	15.0	74	30.8	75	31.3	39	16.3	16	6.7	240	100.0	3.312	1.116	3.366**
	Devlet	19	7.9	67	27.9	73	30.4	48	20.0	33	13.8	240	100.0	2.962	1.161	
	Toplam	55	11.5	141	29.4	148	30.8	87	18.1	49	10.2	480	100.0	3.137	1.151	

*p<0.05, **p<0.001

Çizelge 5.65 Cinsiyete göre çevreci uygulamaları destekleme ve t-testi sonuçları

Çevreci uygulamaları destekleme	Cinsiyet	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	S	t
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
20. Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim.	Kız	14	5.8	99	41.3	78	32.5	43	17.9	6	2.5	240	100.0	3.300	0.916	2.397*
	Erkek	26	10.8	74	30.8	58	24.2	54	22.5	28	11.7	240	100.0	3.066	1.198	
	Toplam	40	8.3	173	36.0	136	28.3	97	20.1	34	7.1	480	100.0	3.183	1.071	
21. Çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum.	Kız	25	10.4	86	35.8	78	32.5	41	17.1	10	4.2	240	100.0	3.312	1.010	3.366**
	Erkek	30	12.5	55	22.9	70	29.2	46	19.2	39	16.3	240	100.0	2.962	1.255	
	Toplam	55	11.5	141	29.4	148	30.8	87	18.1	49	10.2	480	100.0	3.137	1.151	

*p<0.05, **p<0.001

Üniversite tipi ve cinsiyete göre öğrencilerin çevreci uygulamaları desteklemelerine ilişkin t-testi sonuçları Çizelge 5.66’da gösterilmiştir.

Çizelge 5.66 Üniversite tipine ve cinsiyete göre çevreci uygulamaları destekleme alt ölçeğine ilişkin t-testi sonuçları

Çevre sorumlu davranış	Üniversite tipi	N	$\bar{X}$	S	Sd	t
Çevreci uygulamaları destekleme	Vakıf	240	6.608	1.798	478	3.287*
	Devlet	240	6.033	2.026		
	Cinsiyet					
	Kız	240	6.612	1.640	478	3.336*
	Erkek	240	6.029	2.155		

*p<0.001

İstatistik analiz sonuçları çevreci uygulamaları destekleme alt ölçeğinin üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur (p<0.001). Üniversite tipi açısından çevreci uygulamaları destekleme durumu gelir düzeyindeki farklılıklardan kaynaklanabilirken cinsiyet açısından irdelendiğinde ise kızların çevresel konulara daha duyarlı davranışları ile açıklanabilir (Çizelge 5.66).

5.5.5 Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri ve çevre sorumlu davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi

Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri ve çevre sorumlu davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik regresyon analizi sonuçları Çizelge 5.67’de verilmiştir.

Çizelge 5.67 Çevre sorunlarına yönelik görüşler ile yordayıcı değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları

Bağımsız değişken	B	Standart Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	51.190	3.174	-	16.127	0.000	-	-
Başarı	0.423	0.102	0.166	4.150	0.000	0.226	0.187
Sınırlı tüketim	0.597	0.153	0.180	3.912	0.000	0.378	0.177
Enerji tasarrufu	1.234	0.227	0.256	5.423	0.000	0.455	0.241
Çevreci eylemlere katılım	0.554	0.144	0.178	3.854	0.000	0.387	0.174
$R = 0.539$ $R^2 = 0.291$ $F_{(4,475)} = 48.694$, $p = 0.000$							

$$\hat{Y} = 51.190 + 0.423\text{Başarı} + 0.597\text{Sınırlı tüketim} + 1.234\text{Enerji tasarrufu} + 0.554\text{Çevreci eylemlere katılım}$$

Çizelge 5.67’den de izlenebileceği gibi, öğrencilerin çevre sorunlarına ilişkin görüşleri üzerinde başarı, sınırlı tüketim, enerji tasarrufu, çevreci eylemlere katılım değişkenleri arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde; çevre sorunlarına yönelik görüşler ile başarıya ($r = 0.23$), sınırlı tüketime ($r = 0.38$) ve çevreci eylemlere katılıma ($r = 0.39$) ilişkin tutumlar arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde, enerji tasarrufuna ($r = 0.46$) ilişkin tutumlar arasında ise pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde bu değişkenler arasındaki kısmi korelasyonların $r = 0.19$, $r = 0.18$, $r = 0.24$, $r = 0.17$ olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri ve çevre sorumlu davranışları arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki görülmüştür ($R = 0.539$, $R^2 = 0.291$, $p < 0.001$). Bu değişkenler birlikte, öğrencilerin görüşlerindeki toplam varyansın %29.1’ini açıklamaktadır.

Standartize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin çevre sorunlarına yönelik görüşler üzerindeki göreceli önem sırası; enerji tasarrufu, çevreci eylemlere katılım, sınırlı tüketim ve başarıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, enerji tasarrufu ($p<0.001$), başarı ($p<0.001$), sınırlı tüketim ($p<0.001$) ve çevreci eylemlere katılım ($p<0.001$) değişkenlerinin çevre sorunlarına yönelik görüşler üzerinde önemli bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Enerji tasarrufuna, başarıya, sınırlı tüketime ve çevreci eylemlere katılmaya önem veren öğrencilerin çevre sorunları ile daha ilgili olduğu söylenebilir.

Çevre sorumlu davranışlar ile materyalist değerler ve çevre sorunlarına yönelik görüşler arasındaki ilişkilerin incelenmesine ilişkin regresyon analizi sonuçları Çizelge 5.68’de verilmiştir.

Çizelge 5.68 Çevre sorumlu davranış ile yordayıcı değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları

Bağımsız değişken	B	Standart Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	10.122	2.944	-	3.438	0.001	-	-
Mutluluk	0.397	0.135	0.104	2.940	0.003	0.233	0.134
Çevre sorunlarının önemini kavrama	0.410	0.104	0.147	3.961	0.000	0.343	0.179
Tüketim ürünlerinin bedeli	0.945	0.060	0.583	15.640	0.000	0.642	0.583
Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	-0.189	0.076	-0.088	2.475	0.014	0.058	-0.113
R= 0.666 R ² =0.444 F _(4,475) =94.743, p= 0.000							

$$\hat{Y} = 10.122 + 0.397 \text{ Mutluluk} + 0.410 \text{ Çevre sorunlarının önemini kavrama} + 0.945 \text{ Tüketim ürünlerinin bedeli} - 0.189 \text{ Çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi}$$

Çizelge 5.68 incelendiğinde, çevre sorumlu davranışlar üzerinde mutluluk, çevre sorunlarının önemini kavrama, tüketim ürünlerinin bedeli, çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi değişkenleri arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde; çevre sorumlu davranış ile tüketim ürünlerinin bedeli arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0.64$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun $r=0.58$ olarak hesaplandığı görülmektedir. Mutluluk ve çevre sorunlarının önemini kavrama ile çevre sorumlu davranış arasında düşük düzeyde ($r=0.23$, $r=0.34$) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde, bu korelasyonların $r=0.13$ ve $r=0.18$ olarak hesaplandığı bulunmuştur. Öğrencilerin çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ile çevre sorumlu davranışları arasında hesaplanan pozitif ve düşük ikili korelasyonun ($r=0.06$) is diğer değişkenler kontrol edildiğinde, negatif ve düşük düzeyde ($r= -0.11$) olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak öğrencilerin çevre sorumlu davranışları ile materyalist değerleri ve çevreye yönelik görüşleri arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($R=0.67$, $R^2=0.444$, $p<0.001$). Bu dört değişken birlikte ele alındığında, çevre sorumlu davranış ölçeğine ilişkin varyansın %44.4'ünü açıkladığı görülmüştür.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin çevre sorumlu davranış üzerindeki göreceli önem sırası; tüketim ürünlerinin bedeli, çevre sorunlarının önemini kavrama, mutluluk ve çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgidir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, tüketim ürünlerinin bedeli ($p<0.001$), çevre sorunlarının önemini kavrama ($p<0.001$), mutluluk ($p<0.01$) ve çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ($p<0.05$) değişkeninin çevre sorumlu davranış üzerinde önemli bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Çevre sorunlarına yönelik olumlu tutumlar içinde olan öğrencilerin çevre sorumlu tüketim davranışına sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile materyalist değerleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson Korelasyon Katsayısı hesaplanmış, elde edilen sonuçlar Çizelge 5.69’ da verilmiştir.

Çizelge 5.69’den de izlenebileceği gibi, araştırma kapsamına alınan öğrencilerin çevre sorunlarının önemini kavrama ile tüketim ürünlerinin bedeli ($p<0.01$), çevre duyarlılığı ($p<0.01$), çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ($p<0.01$), başarı ($p<0.01$) ve mutluluk ($p<0.05$) arasında pozitif yönlü ve önemli bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Tüketim ürünlerinin bedeli ile çevre duyarlılığı ($p<0.01$), çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ($p<0.01$), merkeziyetçilik ($p<0.05$) ve mutluluk ($p<0.01$) arasında da pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çevre duyarlılığı ile çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgileri ($p<0.01$), başarı ($p<0.01$), merkeziyetçilik ($p<0.01$) ve mutluluk ($p<0.01$) arasında; çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ile başarı ($p<0.01$), merkeziyetçilik ($p<0.01$) ve mutluluk ($p<0.01$) arasında; başarı ile merkeziyetçilik ($p<0.01$) ve mutluluk ($p<0.01$); merkeziyetçilik ile mutluluk ($p<0.01$) arasında da ilişkinin pozitif yönlü ve önemli olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 5.69 Çevre sorunlarına yönelik görüşler ile materyalist değerler arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

	Çevre sorunlarının önemini kavrama	Tüketim ürünlerinin bedeli	Çevre duyarlılığı	Çevrecilik kavramı, insan- doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	Başarı	Merkeziyetçilik	Mutluluk
Çevre sorunlarının önemini kavrama	1.000	0.349**	0.374**	0.209**	0.094**	0.084	0.113*
Tüketim ürünlerinin bedeli	0.349**	1.000	0.363**	0.169**	0.042	0.100*	0.217**
Çevre duyarlılığı	0.374**	0.363**	1.000	0.535**	0.289**	0.225**	0.190**
Çevrecilik kavramı, insan- doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi	0.209**	0.169**	0.535**	1.000	0.243**	0.200**	0.161**
Başarı	0.094**	0.042	0.289**	0.243**	1.000	0.418**	0.311**
Merkeziyetçilik	0.084	0.100*	0.225**	0.200**	0.418**	1.000	0.404**
Mutluluk	0.113*	0.217**	0.190**	0.161**	0.311**	0.404**	1.000

*p<0.05, **p<0.01

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin materyalist değerleri ve çevre sorunlarına yönelik görüşleri ile çevre sorumlu davranışları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Çizelge 5.70 Materyalist değerler ve çevre sorunlarına yönelik görüşler ile çevre sorumlu davranış arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

	Materyalist değerler	Çevre sorunlarına yönelik görüşler	Çevre sorumlu davranış
Materyalist değerler	1.000	0.331*	0.213*
Çevre sorunlarına yönelik görüşler	0.331*	1.000	0.497
Çevre sorumlu davranış	0.213*	0.497*	1.000

* $p<0.01$

Çizelge 5.70 incelendiğinde, öğrencilerin materyalist değerleri ($p<0.01$) ile çevre sorunlarına yönelik görüşleri ($p<0.01$); çevre sorunlarına yönelik görüşleri ($p<0.01$) ile çevre sorumlu davranışları ($p<0.01$); materyalist değerleri ($p<0.01$) ile çevre sorumlu davranışları ($p<0.01$) arasındaki ilişki pozitif yönlü ve istatistik olarak önemlidir. Analiz sonuçları materyalist değerlere sahip öğrencilerin çevre sorunlarına karşı duyarlı ve çevre sorumlu davranışlara sahip olduklarını göstermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerini, materyalist değerlerini, çevreye yönelik tutum ve davranışlarını, materyalist değerleri ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek ve demografik özelliklerinin materyalist değerler ile çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaçla öğrencilerin materyalist değerleri başarı, merkeziyetçilik ve mutluluk başlıkları altında; çevre sorunlarına yönelik görüşleri çevre sorunlarının önemini kavrama, tüketim ürünlerinin bedeli, çevre duyarlılığı, çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi başlıkları altında ve çevre sorumlu davranışları sınırlı tüketim, enerji tasarrufu, çevreci eylemlere katılım ve çevreci uygulamaları destekleme başlıkları altında incelenmiştir.

Öğrencileri tanıtıcı sonuçlar:

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarısına yakınının 20-22 yaşları arasında, tamamına yakınının bekar olduğu, ailelerinin çoğunlukla dört kişiden oluştuğu görülmüştür. Annesi ev hanımı, babası serbest meslek sahibi olan öğrenciler çoğunlukta olup anne ve babası üniversite mezunu olanların oranı yüksektir. Öğrencilerin yarıdan fazlası ailesi ile birlikte yaşamakta, çoğunluğu ailelerinden harçlık almakta ve aylık ortalama harçlıkları 300 YTL'yi bulmakta, otomobil ve ev sahibi olduklarını belirtenler araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yarısını oluşturmaktadır. Öğrencilerin, tatili “eğlence” ve “yeni yerler görmek” olarak değerlendirdikleri bulunmuştur.

Öğrencilerin sahip oldukları elektronik araçların başında sırası ile cep telefonu, bilgisayar, DVD/VCD oynatıcısı, yazıcı ve mp3 çalar gelmektedir. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin büyük çoğunluğu bilgisayarı, cep telefonunu, yazıcıyı ihtiyaç olarak nitelerken plazma televizyonu, ev sinema sistemlerini ve cep bilgisayarını lüks olarak değerlendirmişlerdir. Öğrencilerin elektronik araçları ihtiyaç veya lüks olarak değerlendirmeleri üzerinde üniversite tipinin ve cinsiyetin etkili olduğu saptanmıştır ($p<0.05$, $p<0.05$).

Öğrencilerin boş zamanlarında yaygın biçimde gerçekleştirdikleri davranışlar arasında müzik dinleme ilk sırada gelmektedir. Bunu sırasıyla internet kullanma, arkadaşlarla vakit geçirme ve gazete okuma faaliyetlerinin izlediği görülmüştür. Sosyal faaliyetlere katılım düzeylerinin üniversite tipine göre değiştiği ($p<0.05$), cinsiyete göre ise değişmediği bulunmuştur ($p>0.05$). En fazla gerçekleştirilen kültürel faaliyetin sinema/tiyatroya gitme olduğu görülmüştür. Üniversite tipinin sinemaya/tiyatroya gitme sıklığı üzerinde anlamlı bir ilişkisinin olduğu ($p<0.001$), cinsiyete göre ise bu ilişkinin değişmediği saptanmıştır ($p>0.05$). Öğrencilerin ailesi ile birlikte olduğunda televizyon izlemeyi tercih ettiği bulunmuştur. Bu sonuç üniversite tipine göre anlamlı bir farklılık göstermekle birlikte vakıf üniversitesi öğrencilerinin daha sık televizyon izlediği saptanmıştır. Ancak cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Giyim mağazasına, butiklere, kuyumcu/bijuteri ile sağlık ve güzellik merkezlerine gitme gibi moda merkezli alışveriş yapma sıklığı üzerinde üniversite tipinin ve cinsiyetin önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. Öğrenciler en sık olarak ayda birkaç kez giyim mağazası ile büyük alışveriş merkezlerine gittiklerini belirtmişlerdir. Spor ve hobi merkezli alışverişlerde ise en çok spor mağazaları ile elektronik eşya mağazalarını tercih ettikleri ve yılda birkaç kez bu tür mağazalara uğradıkları saptanmıştır. Öğrencilerin ev geliştirme merkezli faaliyetler kapsamında çoğunluğunun ev tekstili ve mobilya ürünleri için hiç alışveriş yapmadıkları bulunmuştur. Eğlence merkezli alışveriş yapma sıklığının cinsiyete göre değiştiği kızların daha fazla kitabevi, ofis ve kırtasiye ile hediyelik eşya alışveriş yaptıkları görülmüştür.

Öğrencilerin materyalist değerlerine ilişkin sonuçlar:

Öğrencilerin başarıya ilişkin tutumları daha çok şeye sahip olduklarında daha mutlu olacaklarına inandıklarını, istedikleri şeyleri satın alamadıklarında bu durumdan rahatsız olduklarını ve üniversite tipinin bu tutumlar üzerinde etkili olduğunu, farklılığın vakıf üniversitesi öğrencilerden kaynaklandığı görülmüştür. Ayrıca maddi varlıklara sahip olduklarında kendilerini başarılı buldukları ve bu durumun cinsiyete göre anlamlı farklılık yarattığı saptanmıştır. Maddi varlıkları yaşamlarındaki en önemli başarı olarak

görmeleri üzerinde cinsiyetin önemli bir farklılık yarattığı saptanmıştır. Öğrencilerin başarı ile ilgili tutumları ölçek dahilinde bir bütün olarak ele alındığında, bu değerlerin üniversite tipine bağlı olarak önemli ölçüde değiştiği ($p<0.05$) cinsiyetin önemli bir etkisinin olmadığı bulunmuştur ($p>0.05$).

Öğrencilerin merkeziyetçiliğe yönelik tutumları onların en çok bir şeyler satın aldıklarında mutlu olduklarını, kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanmadıkları göstermektedir. Devlet üniversitesi öğrencileri arasında ihtiyacı olanı satın alanlar ve yaşamlarında lüks şeyleri sevenler daha fazladır. Üniversite tipinin bu değerler üzerinde etkisinin olduğu da saptanmıştır ($p<0.001$). Öğrencilerin merkeziyetçilik alt ölçeğine yönelik değerlendirmelerinin üniversite tipine ve cinsiyete göre farklılık gösterdiği, devlet üniversitesi öğrencilerinin katılma düzeylerinin vakıf üniversitesinden, erkeklerin katılma düzeylerinin ise kızlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0.001$, $p<0.01$).

Materyalizm kapsamında yer alan değerlerden bir diğerini, mutluluğa ilişkin değerler oluşturmaktadır. Öğrenciler insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermemekte ve bunlara çok dikkat etmemektedirler. Bu değerler üzerinde üniversite tipinin önemli bir etkisinin olduğu, vakıf üniversitesi öğrencilerinin bu görüşe katılma düzeylerinin devlet üniversitesi öğrencilerinden yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.01$, $p<0.001$). Öğrencilerin mutluluk alt ölçeğine yönelik değerlendirmelerinin üniversite tipine göre değiştiği ($p<0.05$) ancak cinsiyetin önemli bir etkisinin olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$).

Çevreye yönelik görüşler ve çevre sorumlu davranışa ilişkin sonuçlar:

Öğrencilerin büyük çoğunluğu su ve hava kirliliği ile ormansızlaşmanın oldukça ciddi çevre sorunları olduğunu ve bir an önce ele alınması gerektiğini düşünmektedirler. Okudukları üniversite tipinin ve cinsiyet değişkenlerinin çevre sorunlarının önemini kavrama alt ölçeği üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$, $p>0.05$).

Tüketim ürünlerinin bedeli alt ölçeği incelendiğinde, öğrenciler en çok hava, su ve toprak gibi çevre kaynaklarının kendisini sürekli yenilediği için kirlenmesinin ve tükenmesinin mümkün olmadığına inanmaktadırlar. Araştırma sonuçları erkekler öğrencilerin ve vakıf üniversitesi öğrencilerinin modern tüketici ürünlerinin yararlarını neden oldukları kirlilikten daha önemli bulduklarını göstermektedir ($p<0.05$). Öğrencilerin genel olarak tüketim ürünlerinin bedeli konusunda duyarlı oldukları bulunmuş ve üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin bu tutumlar üzerinde bir belirleyici olduğu devlet üniversitesi öğrencilerinin ve kızların çevreye karşı daha duyarlı davrandıkları saptanmıştır ($p<0.05$, $p<0.001$).

Çevre sorunlarını algılamaya ilişkin tutum cümleleri değerlendirildiğinde; öğrencilerin çoğunluğu çevre sorunlarını evrensel bir sorun olarak görmekte, çevre kirlilik düzeyinin yüksek olduğuna inanmaktadırlar. Üniversite tipi ve cinsiyet bağımsız değişkenlerinin öğrencilerin çevre duyarlılığı ile ilgili tutumları bir bütün olarak ele alındığında, etkili olduğu saptanmıştır ($p<0.001$).

Öğrencilerin çevrecilik kavramına, insan-doğa arasındaki ilişki ile çevre sorunlarına bireysel ilgilerine ilişkin tutum cümlelerine önemli ölçüde katıldıkları ve tutum cümleleri üzerinde ise cinsiyetin etkili olduğu bulunmuştur ($p<0.05$). Ölçek bir bütün olarak ele alındığında üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi üzerinde etkili olduğu görülmüştür ($p<0.05$).

Araştırma sonuçlarından öğrencilerin çevreyi kirletenleri yetkililere bildirilmesi gerektiğine inandıkları, mümkün olduğunca az kağıt harcadıkları, geri dönüşümlü ürünleri kullandıkları, gereksiz su tüketmekten ve çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçındıkları belirlenmiştir. Sınırlı tüketime yönelik tutumlar üzerinde üniversite tipinin etkili olduğu, devlet üniversitesi öğrencilerinin tüketimlerini daha fazla sınırladıkları bulunmuştur ($p<0.05$).

Öğrencilerin enerji tasarrufu konusuyla ilgili oldukları ve enerji tüketimlerini sınırlamalarında üniversite tipinin ve cinsiyetin önemli bir etkisinin olduğu özellikle vakıf üniversitesi öğrencileri ile kızların enerji tasarrufu yapmaya daha eğilimli oldukları saptanmıştır ($p<0.05$, $p<0.05$).

Öğrencilerin çevreci eylemlere katılımları incelendiğinde, çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılmadıkları ancak çevreyi kirleten birileri olduğunda uyardıkları ve tv ve radyolarda çevre ile ilgili programları izledikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin ürünlerin kimyasal madde içerip içermediğine dikkat ettikleri ve doğal sebze ve meyveleri satın almayı tercih ettikleri bulunmuştur. Çevreci eylemlere katılım alt ölçeği bir bütün olarak ele alındığında, üniversite tipi ile cinsiyetin önemli bir etkisinin olmadığı görülmüştür ($p>0.05$, $p>0.05$).

Öğrenciler, çevrenin korunması amacıyla ürün fiyatlarındaki ve çevre vergisindeki artışı desteklemektedirler. Üniversite tipi ve cinsiyet değişkenlerinin hem tutum cümlelerinin her biri üzerinde hem de çevreci uygulamaları destekleme alt ölçeği üzerinde önemli bir etkisinin olduğu bulunmuştur ($p<0.05$, $p<0.05$).

Materyalist değerler ile çevreye duyarlılık arasındaki ilişkiyi gösteren sonuçlar:

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin materyalist değerleri ile çevre sorunlarına yönelik görüşleri ve çevre sorumlu davranışları arasında önemli düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır ($p<0.01$).

Aşamalı regresyon analizi sonuçlarına göre;

- Öğrencilerin çevre sorunlarına yönelik görüşleri üzerinde enerji tasarrufu ($p<0.001$), başarı ($p<0.001$), sınırlı tüketim ($p<0.001$) ve çevreci eylemlere katılım ($p<0.001$) değişkenlerinin etkisinin önemli olduğu,
- Çevre sorumlu davranışa ilişkin değerlendirmeler üzerinde tüketim ürünlerinin bedeli ($p<0.001$), çevre sorunlarının önemini kavrama ($p<0.001$), mutluluk ($p<0.01$)

ve çevrecilik kavramı, insan-doğa arasındaki ilişki, çevre sorunlarına bireysel ilgi ($p<0.05$) değişkenlerinin önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Vakıf üniversitesi öğrencileri başarı ve merkeziyetçilik değerlerine devlet üniversitesi öğrencileri ise mutluluk değerine önem vermektedirler. Kızlar arasında merkeziyetçiliği, erkekler arasında ise başarı ve mutluluğu içeren materyalist değerlere ilişkin ortalama puanlar daha yüksek bulunmuştur. Çevre sorunlarına yönelik görüşler ölçeğinde devlet üniversitesine devam eden öğrenciler ile kızların çevre sorunlarına daha duyarlı oldukları belirlenmiştir. Çevre sorumlu davranışlara ilişkin tutum cümleleri dikkate alındığında ise sınırlı tüketim ve çevreci eylemlere katılım konusunda devlet üniversitesine devam eden öğrenciler ile kızların daha etkili olduğu ($p<0.05$); ancak enerji tasarrufu konusunda devlet üniversitesi öğrencileri ile erkeklerin, çevreci uygulamaları destekleme durumunda ise vakıf üniversitesi öğrencileri ile kızların daha duyarlı oldukları saptanmıştır ($p<0.05$).

Araştırma sonuçları genel olarak ele alındığında öğrencilerin materyalist değerlerinin sosyo-ekonomik düzeye göre değiştiği görülmüştür. Vakıf üniversitesine devam eden öğrenciler arasında materyalist davranışlar doğal karşılanırken devlet üniversitesine devam eden öğrencilerin materyalist davranışları benimsenmediği ancak “özenme” duygularının yüksek olduğu, kendilerini bu tür davranışlarla daha iyi ifade edeceklerine inandıkları belirlenmiştir. Erkeklerin kızlara göre daha fazla materyalist davranışlar gösterdikleri, mal-mülk ile maddi varlıklara sahip olarak yaşamda başarı ve mutluluk sahibi olacaklarına inandıkları saptanmıştır. Öğrenciler çevre sorunlarının önemli olduğunu düşünmekte ancak bu sorunlara ilgisiz kalmakta ve yeterli çevre sorumlu davranış göstermemektedirler. Ayrıca öğrencilerin çevre ile ilgili konularda bilgi eksikliğinin olduğu da gözlenmiştir. Tüketim ürünleri açısından erkekler daha duyarlı davranırken çevre sorunlarını algılama ve çevre sorumlu davranış göstermede kızların daha aktif olduğu bulunmuştur. Materyalist değerlerin çevreye yönelik tutum ve davranışlar üzerinde etkisinin düşük olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına ilişkin öneriler:

Günümüzde daha iyi yaşamının, daha fazla tüketmekten geçtiği düşüncesi hakimdir. Dolayısıyla üreticilerin tüketicileri etkilemek için yarattığı semboller ve imajlar insanları daha fazlasını satın almaya yönlendirmektedir. Bu bağlamda materyalizm kavramı değerler bütünü içinde ele alınarak kültürlerarası karşılaştırmaları benimseyen çalışmalar yapılmalı ve küreselleşme süreci içinde bir faktör olarak artan materyalizm olgusu anlaşılmaya çalışılmalıdır. Bu nedenle araştırma sonuçları dikkate alınarak geliştirilecek öneriler iki açıdan ele alınabilir. Birincisi bu konuda yapılacak araştırmalar, ikincisi ise bu araştırma sonuçları dikkate alınarak geliştirilecek eğitim programları ile politikalar.

- Bu araştırma üniversitede okuyan öğrencilerin cinsiyetleri ile devam ettikleri üniversite tipinin materyalist değerleri, çevreye yönelik tutum ve davranışları üzerindeki etkisini incelemek amacı ile yapıldığından elde edilen sonuçlar genellenemez. Bu nedenle ileriye yönelik olarak gençlerin materyalist değerleri ile çevreye yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkinin ele alındığı, farklı yaş grubu ve sosyo-ekonomik düzeydeki gençler üzerinde daha geniş ölçekli araştırmaların yapılması genellenebilir sonuçları elde etmek açısından önemlidir.
- Materyalist değerlerin çocuk ve gençlerde nasıl geliştiğini, aile yapısının ve çevre etkisinin materyalist değer gelişimindeki rolünü, pazarlamacıların ürün ve ambalajlama yoluyla tüketicileri çevre dostu tüketime yönlendirebilecekleri örneğin, yeşil tüketimin bir statü ve başarı göstergesi olduğu belirtilen reklamlarda bu temaları işleme gibi çevresel değerlerin vurgulandığı çalışmalar yürütülebilir.
- Bireysel gelişimi ve insanlararası iletişimi arttırmak için kişinin bu yönde değerleri içselleştirmesi desteklenmelidir, çünkü bireysel ve sosyal değer sistemleri baskın hale geldiğinde materyalizm düzeyi düşer ve bireysel refah düzeyi artar.
- Bireyleri daha az veya daha çok materyalist yapan sosyalizasyon sürecinin anlaşılması, çevre duyarlılığı ve çevre sorumlu davranışların geliştirilmesine

yönelik örgün ve yaygın eğitim programlarının hazırlanması oldukça önemlidir. Bunun için de çeşitli düzeylerdeki yönetimleri, sosyal organizasyonları ve medyayı kullanarak kapsamlı bir çevre eğitimi ağı kurulabilir.

- Çevreye zarar veren tüketim davranışlarını değiştirmek üzere tüketim ve çevre politikalarının oluşturulması gerekmektedir. Kendi içinde çevre politikalarına karşı direnç gösteren materyalist değerler bu sayede kontrol altına alınabilir ve hatta sade yaşam gibi yaşam tarzını değiştirmeye yönelik çalışmalar desteklenerek çevre sorumlu davranışların geliştirilmesi sağlanabilir.
- Çevre eğitimi, çevre bilincini ve duyarlılığını geliştirmek, çevre ve insan arasındaki etkileşimi anlamak için hayati bir öneme sahiptir. Bu nedenle çevre eğitimi programları sadece okulları kapsamamalı, toplumun her kesimini kapsayan bir hareket olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Ahuvia, A.C. and Wong, N.Y. 2002 Personality and values based on materialism: Their relationship and origins. *Journal of Consumer Psychology*, 12 (4); 389–402.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 1980. Understanding attitudes and predicting social behavior Englewood Cliffs, Nj, Prentice Hall, UK. “Alınmıştır” (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3); 239–260).
- Anonim. 1991. Ortak geleceğimiz- dünya çevre ve kalkınma komisyonu, Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını, 452 s., Ankara.
- Anonim. 2007. Psikoloji sayfam. Web sitesi. <http://www.psikolojisayfam.com>. Erişim tarihi: 12.12.2007.
- Anonymous. 1989. Oxford English Dictionary, Oxford: Clarendon. “Alınmıştır” (Richins, M. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Antonides, G. and Van Raaij, W.F. 1998 Consumer behaviour-a European perspective. John Wiley and Sons Ltd., England.
- Arseven, A. 2001. Alan araştırma yöntemi. Gündüz eğitim ve yayıncılık, Ankara.
- Assael, H. 1995. Consumer behaviour and marketing action. 5th Edition. South Western College Publishing, pp. 457, USA.
- Ay, C. ve Ecevit Z. 2005. Çevre bilinçli tüketiciler. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10; 238-263.
- Aydın, H. ve Uşak M. 2003. Fen derslerinde alternatif kavramların araştırılmasının önemi:kuramsal bir yaklaşım. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,1(13);121-135.
- Bachmann-Achenreiner, G. 1997. Materialistic values and susceptibility to influence in children. *Advances in Consumer Research*, 24; 82-88.
- Balderjahn, I. 1988. Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17(1); 51-56.
- Banerjee, B. and McKeage, K. 1994. How green is my value: exploring the relationship between environmentalism and materialism. *Advances in Consumer Research*, 21; 147-152.
- Beklan-Çetin, O. 2002. Environmental knowledge, attitudes, and behavior in Eskişehir. Doktora tezi (basılmamış), Ortadoğu Teknik Üniversitesi, 270 s., Ankara.
- Belk, R. 1984. Three scales to measure constructs related to materialism: reliability, validity, and relationships to measures of happiness. *Advances in Consumer Research*, 12 (1); 42–46.
- Belk, R. W., Mayer, R. and Driscoll, A. 1984. Children’s recognition of consumption symbolism in children’s products. *Journal of Consumer Research*, 10; 386-397. “Alınmıştır” (Belk, R. W. 2001. Materialism and you. *Journal of Research for Consumers*,1).

- Belk, R. 1985. Materialism: trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12; 265–280.
- Belk, R.W. and Pollay, R.W. 1985. Images of ourselves: the good life in twentieth century advertising. *Journal of Consumer Research*, 11; 887-897. “Alınmıştır” (Richins, M. and Rudmin, F.W. 1994. Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15; 217-231).
- Belk, R. W. 2001. Materialism and you. *Journal of Research for Consumers*, 1.
- Bengston, V.L. and Lovejoy, M.C. 1973. Values, personality, and social structure. *American Behavioral Scientist*, 16 (July/August); 880-912. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Bhagwati, J. 1993. The case for free trade. *Scientific American*, 269 (November); 42–49.
- “Alınmıştır” (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Browne, B. A. and Kaldenberg, D. O. 1997. Conceptualizing self-monitoring: links to materialism and product involvement. *Journal of Consumer Marketing*, 14(1); 31–44. “Alınmıştır” (Kilbourne, W., Grünhagen, M. and Foley, J. 2005. A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. *Journal of Economic Psychology*, 26; 624-641).
- Burdsal, C. Jr. 1975. An examination of second order motivational factors as found in adults. *Journal of Genetic Psychology*, 127 (September); 83-89. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Burroughs, J.E. and Rindfleisch, A. 2002. Materialism and well-being: a conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29; 348-370.
- Büyüköztürk, Ş. 2002. Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Pagem Yayıncılık, Ankara.
- Campbell, D.T. 1969. Various social attitude scales. In: *Measures of Political Attitudes*. Robinson, J.P., Shaver, P.R. and Arbor, A. (ed.), MI: Survey Research Center, University of Michigan, pp. 648-653, USA. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Canpolat, N. 2005. Tüketim toplumunda kişisel halkla ilişkiler aracı olarak imaj ve kimlik, <http://www.iletsem.anadolu.edu.tr/bildiriler>. Erişim tarihi: 19.11.2007.
- Carr, N. 2006. A comparison of adolescents’ and parents’ holiday motivations and desires. *Tourism and Hospitality Research* 6(2); 129-142.
- Chan, K. 2003. Materialism among chinese children in Hong Kong. *Advertising and Marketing to Children*, 4(4); 47-61.
- Chan, K., Zhang, H. and Wang, I. 2006. Materialism among adolescent in urban China. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 7(2): 64-77

- Chanda, R. 1999. Correlates and dimension of environmental quality concern among residents of an african subtrropical city:Gaborone, Botswana. *The Journal of Environmental Education*, 30(2);31-39. “Alınmıştır” (Beklan Çetin,O. 2002. Environmental knowledge, attitudes, and behavior in Eskişehir. Doktora tezi (basılmamış), Ortadoğu Teknik Üniversitesi, 270 s., Ankara).
- Chang, L.C. and Arkin, R. 2002. Materialism as an attempt to cope with uncertainty. *Psychology and Marketing*, 19(5); 389-406.
- Chawla, L.1998. Significant life experiences revisited: a review of research on sources of pro-environmental sensitivity. *The Journal of Environmental Education*, 29(3);11–21 “Alınmıştır” (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3);239-260).
- Christopher, A. N. and Schlenker, B. R. 2004. Materialism and affect: the role of self-presentational concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23; 260-272. “Alınmıştır” (Dean, L.R. 2005. Marriage, family, and human development. Master of Science Thesis (unpublished), Brigham Young University, 55 p., USA).
- Christopher, A.N., Morgan, R.D., Marek, P., Keller, M. and Drummond, K. 2005. Materialism and self-presentational styles. *Personality and Individual Differences*, 38 ;137-149.
- Clark, I. and Micken, K.S. 2002. An exploratory crosscultural analysis of the values of materialism. *Journal of International Consumer Marketing*, 14;65-86.
- Csikszentmihalyi, M and Rochberg-Halton, E. 1981. *The meaning of things: domestic symbols and the self*. Cambridge, Cambridge University Press. “Alınmıştır” (Belk, R. W. 2001. Materialism and you. *Journal of Research for Consumers*, 1).
- Cohen, P. and Cohen, J. 1996. *Life values and adolescent mental health*. Mahwah, NJ:Erlbaum. “Alınmıştır” (Kasser, T. 2002. *The high price of materialism*. The MIT Press, Cambridge, pp. 149, Massachusetts,USA.)
- Corrigan, P. 1997. *The sociology of consumption*. Sage Publications, UK.
- Çalışkan, M. 2002. Yetişkinlerde çevre duyarlılığını etkileyen etmenler-KKTC Lefke örneği. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 167 s., Ankara.
- Daun, A. 1983. Materialistic life- style: some socio-psychological aspects. *Consumer behaviour and environmental quality*. St. Martin’s, pp. 6-16, New York. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-315.
- Daunton, M. and Hilton, M. 2001. *The politics of consumption*. Berg Publications, UK.
- Dean, L.R. 2005. Marriage, family, and human development. Master of Science Thesis (unpublished), Brigham Young University, 55 p., USA.
- De Young, R. 1986. Encouraging environmetally appropriate behavior : the role of intrinsic motivation. *Journal of Environmental Systems*, 15(4) ; 281-292. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).

- Dickens, D. and Ferguson, V. 1957. Practices and attitudes of rural white children and parents concerning money. Mississippi Agricultural Experiment Station Technical Bulletin 43. "Alınmıştır" (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Diekmann, A. and Preisendoerfer, P. 1992. Persoenliches umweltverhalten: die diskrepanz zwischen anspruch und wirklichkeit. *Koelner Zeitschrift Fuer Soziologie und Sozialpsychologie*, 44; 226-251. "Alınmıştır" (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3); 239-260)
- Diener, E. and Seligman, M.E.P. 2002. Very happy people. *Psychological Sciences*, 13;81-84. "Alınmıştır" (Vargas, P.T. and Yoon, S. 2006. On the psychology of materialism: wanting things, having things, and being happy. *Advertising and Society Review*, <http://muse.jhu.edu/journals/asr>, Erişim tarihi: 26.02.2007).
- Dietz T., Stern P.C. and Guagnano, G.A. 1998. Social structural and social psychological bases of environmental concern. *Environmental Behavior*, 30(4);450-71. "Alınmıştır" (Kilbourne, W., Grünhagen, M. and Foley, J. 2005. A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. *Journal of Economic Psychology*, 26; 624-641;).
- Dittmar, H. and Pepper, L. 1994. To have is to be: materialism and person perception in working-class and middle-class British adolescents. *Journal of Economic Psychology*, 15; 233-251.
- Dursun, Y. 1993. Gençlerin tüketicilik rolünü kazanmaları. Yüksek Lisans Tezi (basılmamış), Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Eastman, J., Fredenberger, B., Campbell, D. and Calvert, S.1997. The relationship between status consumption and materialism: cross-cultural comparison of Chinese, Mexican, and American students. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 5; 52-65. "Alınmıştır" (Schaefer, A., Hermans, C. H. and Parker, R. S. 2004. A cross-cultural exploration of materialism in adolescents. *International Journal of Consumer Studies*,28(4); 399-411).
- Eriş, Y. 1998. Ekonomi ve Çevre. *Çevre ve İnsan*, 40; 60-62.
- Erol, G.H. and Gezer, K. 2006. Sınıf öğretmenliği öğretmen adaylarının çevreye ve çevre sorunlarına yönelik tutumları. *International Journal of Environmental and Science Education*, 1(1); 65-77.
- Ersoy, A.F., Demirci, A. ve Ersoy, S. 2007. Çocukların tüketim davranışlarına anne-babaların etkisi, <http://www.acikarsiv.gazi.edu.tr> , Erişim tarihi: 22.08.2007.
- Ertürk, H. 1996. Çevre bilimine giriş. Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No: 10, 360 s., Bursa.
- Featherstone, M. 1991. From consumer culture and post-modernism. London Sage Publications Ltd, UK. "Alınmıştır" (Lee, M.J. 2000. The consumer society reader. Blackwell Publishing Ltd, USA.
- Feinstein, L., Bynner, J. and Duckworth, K. 2006. Young people's leisure contexts and their relation to adult outcomes. *Journal of Youth Studies*, 9(3); 305-327.
- Field, A. 2005. Discovering statistics using SPSS-introducing statistical methods series. (Second Edition). Sage Publication Ltd, London:UK.

- Fietkau, H.J. and Kessel, H. 1981. Umweltlernen: Veraenderungsmoeglichkeiten des Umweltbewusstseins. Modell-Erfahrungen (Koenigstein, Hain) "Alınmıştır" (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. Environmental Education Research, 8(3):239-260).
- Fitzmaurice, J. and Comegys, C. 2006. Materialism and social consumption. Journal of Marketing Theory and Practice, 14 (4);287-299.
- Flouri, E. 1999. An integrated model of consumer materialism: can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents ?. Journal of Socio-Economics, 28; 707-724.
- Flouri, E. 2007. The relationship between parenting and materialism in British mothers and fathers of secondary school age children. The Journal of Socio-Economics, 36 (2); 167-176
- Follows, S. B. and Jobber, D. 2000. Environmentally responsible purchase behaviour: a test of a consumer model. European Journal of Marketing, 34 (5/6); 723-746.
- Fournier, S. and Richins, M. L. 1991. Some theoretical and popular notions concerning materialism. In: To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. Rudmin F. W.(ed.), Journal of Social Behaviour Personality, 6(6); 403-414. "Alınmıştır" (Flouri, E. 1999. An integrated model of consumer materialism: can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents?. Journal of Socio-Economics, 28; 707-724).
- Francois-Lecompte, A. and Roberts, J.A. 2006. Developing a measure of socially responsible consumption in France. Marketing Management Journal, 16 (2); 50-66.
- Ger, G. and Belk, R. 1990. Measuring and comparing materialism cross-culturally. Advances in Consumer Research, 17; 186-192.
- Ger, G. and Belk, R.W. 1996. Cross-cultural differences in materialism. Journal of Economic Psychology, 17 (1); 55-77.
- Ger, G. and Belk, R. 1999. Accounting for materialism in four cultures. Journal of Material Culture, 4(2); 183-204.
- Gigliotti, L. M. 1994. Environmental issues: cornell students' willingness to take action. The Journal Of Environmental Education, 25(1);34-42. "Alınmıştır" (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. Environmental Education Research, 8(3); 239-260)
- Goldberg, M.E., Gorn, G.J., Peracchio, L.A., and Bamossy, G. 2003. Understanding materialism among youth. Journal of Consumer Psychology, 13(3); 278-288.
- Gökdayı, İ. 1997. Çevrenin geleceği, yaklaşımlar ve politikalar-ortak geleceğimiz. Türkiye Çevre Vakfı Yayınları, 280 s, Ankara.
- Graham, J.F. 1999. Materialism and consumer behaviour: toward a clearer understanding, Journal of Social Behaviour and Personality, 14(2); 225-241).
- Gram, M. 2005. Family holidays: a qualitative analysis of family holiday experiences. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 5(1);1-22.
- Griffin, M., Babin, B.J. and Christensen, F. 2004. A cross-cultural investigation of the materialism construct assessing the Richins and Dawson's materialism scale in Denmark, France, and Russia. Journal of Business Research, 57; 893-900.

- Gu, F.F., Hung, K. and Tse, D.K. 2005. Determinants for consumption materialism among late adolescents in China. *Advances in Consumer Research*, 32; 649-650.
- Gültekin, B.K. ve İrgil, E. 2001. Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinin sosyal aktiviteleri ve sağlıkla ilgili tutum ve davranışları. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 27(1-2-3); 33-37.
- Haron, S., Paim, L. and Yahaya, N. 2005. Towards sustainable consumption: an examination of environmental knowledge among Malaysians. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5); 426-436.
- Heslin, R., Johnson, B.T. and Blake, B.F. 1989. Saver-spender scales. In: *Proceedings of the Society for Consumer Psychology 1988 Annual Convention*. Schumann, D.W. (ed.), Society for Consumer Psychology, pp. 179-185, Washington, DC.
- “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Heşeminia, T., Çalışkan, D. ve Işık, A. 2002. Ankara’da yüksek öğretim öğrenci yurtlarında kalan öğrencilerin beslenme sorunları. *İbn-i Sina Tıp Dergisi*, 7; 155-166.
- Hines, J.M., Hungerford, H.R. and Tomera, A.N. 1986. Analysis and synthesis of research On responsible pro-environmental behavior: a meta-analysis. *The Journal of Environmental Education*, 18(2); 1-8.
- “Alınmıştır” (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?, *Environmental Education Research*, 8(3); 239-260.
- Hunt, J.M., Kernan, J.B. and Mitchell, D.J. 1996. Materialism as social cognition: people, possessions, and perception. *Journal of Consumer Psychology*, 5(1); 65-83.
- Inglehart, R. 1981. Post-materialism in an environment of insecurity. *American Political Science Review*, 75(4); 880-900.
- “Alınmıştır” (Ger, G. and Belk, R. 1999. Accounting for materialism. *Journal of Material Culture*, 4(2); 183-204.)
- Inglehart, R., 1990. *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- “Alınmıştır” (Richins, M. and Rudmin, F.W. 1994. Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15; 217-231).
- Iwata, O. 1997. Attitudinal and behavioural correlates of voluntary simplicity lifestyles. *Social Behavior and Personality*, 25 (3); 233-240.
- Iwata, O. 2001. Attitudinal determinants of environmentally responsible behaviour. *Social Behavior and Personality*, 29(2); 183-190.
- Iwata, O. 2004. Some psychological correlates of environmentally responsible behaviour. *Social Behavior and Personality*, 32 (8); 703-714.
- Jackson, D.N., Ahmed, S.A. and Nelson, A.H. 1976. Is achievement a unitary construct?. *Journal of Research in Personality*, 10 (March); 1-21.
- “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).

- Jones A. 1987. The violence of materialism in advanced industrial society: an ecosociological approach. *Sociology Review*, 35(1);19–47. “Alınmıştır” (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Justice, B. and Birkman, R. 1972. An effort to distinguish the violent from the non-violent. *Southern Medical Journal*, 65(6);703-706. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Kamineneni, R. 2005. Influence of materialism , gender and nationality on consumer brand perceptions. *Journal of Targeting, Measurement, and Analysis of Marketing*, 14(1); 25-32.
- Kasser, T. 2002. The high price of materialism. The MIT Press, Cambridge, pp. 149, Massachusetts, USA
- Kasser, T. and Ahuvia, A. 2002. Materialistic values and well-being in business students. *European Journal of Social Psychology*, 32; 137-146.
- Kasser, T., Ryan, R. M., Couchman, C.E. and Sheldon, K. M. 2004. Materialistic values: Their causes and consequences, In: *Psychology and Consumer Culture-The struggle for a good life in a materialistic world*. Kasser, T. and Kanner, A.D. (eds.), American Psychology Association, pp.11-96, Washington D.C.
- Kasser, T. and Kanner, A.D. 2005. Psychology and consumer culture- the struggle for a good life in a materialistic world. American Psychology Association, pp.297, Washington D.C.
- Kavruk, S.B. 2002. Türkiye’de çevre duyarlılığının artırılmasında çevre eğitiminin rolü ve önemi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Gazi Üniversitesi, 222 s., Ankara.
- Keleş, R. ve Hamamcı, C. 1998. Çevrebilim. İmge Kitabevi, 368 s., Ankara.
- Kelly, G.A. 1955. The psychology of personal constructs. New York: W.W. Norton and Compony. “Alınmıştır” (Hunt, J.M., Kernan, J.B. and Mitchell, D.J. 1996. Materialism as social cognition: people, possessions, and perception. *Journal of Consumer Psychology*, 5(1); 65-83).
- Kerlinger, F.N. 1973. Foundation of behavioural research. (Second edition). Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Kilbourne W. 2004. Globalization and development: an expanded macromarketing view. *Journal of Macromark*, 24 (December);122–135. “Alınmıştır” (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Kilbourne, W., Grünhagen, M. and Foley, J. 2005. A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. *Journal of Economic Psychology*, 26; 624-641.
- Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Kohlberg, L. 1987. Child psychology and childhood education: a cognitive-developmental view. New York: Longman. “Alınmıştır” (Goldberg, M.E., Gorn, G.J., Peracchio, L.A., and Bamossy, G. 2003. Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3);278-288).

- Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3); 239–260.
- Korfiatis, K.J., Hovardas, T. and Panis, J.D. 2004. Determinants of environmental behavior in societies in transition: evidence from five European countries. *Population and Environment*, 25(6);563-584.
- Kuhlemeier, H., Bergh, H. and Lagerweij, N. 1999.Environmental knowledge, attitudes, and behavior in Dutch secondary education. *Journal of Environmental Education*, 30(2); 4-14.
- Laroche, M., Bergeron, J., Tomiuk, M.A., and Forleo, G.B. 2002. Cultural differences in environmental knowledge, attitudes, and behaviours of Canadian consumers. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19 (3); 267-283.
- Lee, M.J. 2000. *The consumer society reader*. Blackwell Publishing Ltd, USA.
- Lee, A. and Norris, J.A. 2000. Attitudes toward environmental issues in Easy Europe. *International Journal of Public Opinion Research*, 12(4); 298-372.
- Lofdahl, C.L. 2002. *Environmental impacts of globalization and trade*. Cambridge, MA: The MIT Press, UK. “Alınmıştır” (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Mainieri, T., Barnett, E.G., Valdero, T.R., Unipan, J.B. and Oskamp, S. 1997. Green buying: the influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*, 137(2); 189-204.
- Mandese, J. 1991. New study finds green confusion. *Advertising Age*, 62(45); 1–56. “Alınmıştır” (Ay, C. ve Ecevit Z. 2005. Çevre bilinçli tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10; 238–263).
- McCracken, G. 1990. *Consumption and culture*. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA.
- McKendrick, N. and Brewer, J. and Plumb, J.H. 1982. *The birth of a consumer society: the commercialization of 18th century England*. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA. “Alınmıştır” (McCracken, G. 1990. *Consumption and culture*. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA).
- Meinhold, J.L. and Malkus, A.J. 2005. Adolescent environmental behaviours: can knowledge, attitudes, and self-efficiency make a difference?, *Environment and Behavior*, 37 (4); 511-532.
- Micken, K. S., and Roberts, S. D. 1999. Desperately seeking certainty: narrowing the materialism construct. In: *Proceedings of the association for consumer research*. Arnould, E. and Scott, L. (eds.), pp.513–518. “Alınmıştır” (Kilbourne, W., Grünhagen, M. and Foley, J. 2005. A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. *Journal of Economic Psychology*, 26; 624-641).
- Mohr, L.A. and Webb, D.J. 2005. The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. *The Journal of Consumer Affairs*, 39 (1); 121-147.
- Moschis, G. P. and Churchill, G. A., Jr. 1978. Consumer socialization: Atheoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15, 599–609. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).

- Mukerji, C. 1983. From graven images: patterns of modern materialism. New York, Colombia University Press, USA. "Alınmıştır" (McCracken, G. 1990. Consumption and culture. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA.)
- Myers, N. 1997. Consumption: Challenge to sustainable development...or Distraction?. Science 276, 53–57. "Alınmıştır" (Princen, T. 1999. Consumption and environment: some conceptual issues. Ecological Economics, 31(3); 347-363).
- Nakıboğlu, M.A.B. 2003. Çevreci pazarlama anlayışı ve tüketicilerin çevreci tutumlarının tüketici davranışları üzerindeki etkisi ile ilgili bir uygulama. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Çukurova Üniversitesi, 136 s., Adana.
- Odabaşı, Y. 1999. Tüketim kültürü. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Othman, M.N., Ong, F.S. and Lim, M.H. 2004. Environmental attitudes and knowledge of teenage consumers. Malaysian Journal of Consumer and Family Economics, 7; 66-79. "Alınmıştır" (Haron, S., Paim, L. and Yahaya, N. 2005. Towards sustainable consumption: an examination of environmental knowledge among Malaysians. International Journal of Consumer Studies, 29(5); 426-436).
- Özgen, Ö. 1986. İlkokul çağındaki çocukların tüketim davranışları üzerinde bir araştırma. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 114 s., Ankara.
- Özgen, Ö. 1995. Farklı sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin tatil kararı verme süreci. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı Yayın No: 1995/1, 76 s., Ankara.
- Özgen, Ö. and Taş, A.S. 2005. Turkish college students' attitudes towards money. International Journal of Consumer Studies, 29(6); 493-501.
- Özkan, Y. 2002. Tüketicilerin demografik özellikleri ve bireysel tutumlarının sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisi. Ankara Üniversitesi Yayınları Yayın No:3, Bilim Serisi: 3, Ankara.
- Özmen, D., Çetinkaya Çakmakçı, A. ve Nehir, S. 2005. Üniversite öğrencilerinin çevre sorunlarına yönelik tutumları. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 4(6); 330-344.
- Paraskevopoulos, S., Korfiatis, K.J. and Pantis, J.D. 2003. Social exclusion as constraint for the development of environmentally friendly attitudes. Society and Natural Resources, 16; 759-774.
- Penpece, D. 2006. Tüketici davranışlarını belirleyen etmenler: kültürün tüketici davranışları üzerindeki etkisi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, 174 s., Kahramanmaraş.
- Porritt J. 1984. Seeing green: the politics of ecology explained. Basil Blackwell, Oxford, UK. "Alınmıştır" (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. Journal of Business Research, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Purutçuoğlu, E. 2003. Lise öğrencilerinin tüketici eğitimi ihtiyacının belirlenmesi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 112 s., Ankara.
- Purutçuoğlu, E., Bayraktar, M. ve Özgen, Ö. 2007. Investigating the relationship between individual values of consumers and their internet usage. Proceeding of the 3rd International Consumer Sciences Research Conference, Ireland.
- Princen, T. 1999. Consumption and environment: some conceptual issues. Ecological Economics, 31(3); 347-363.

- Rajecki, D.W. 1982. Attitudes: themes and advances. Sunderland, MA, Sinauer.
- “Alınmıştır” (Kollmuss, A. and Agyeman, J. 2002. Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3); 239–260)
- Rassuli, K.M. and Hollander, S.C. 1986. Desire-induced, innate, insatiable?. *Journal of Macromarketing*, 6 (fall); 4-24.
- “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-315.)
- Richins, M.L. 1987. Media, materialism, and human happiness. *Advances in Consumer Research*, 14; 52-56.
- Richins, M.L. 1992. Media images, materialism, and what ought to be: the role of social comparison. In: *Meaning, measure, and morality of materialism*. Rudmin, F.W. and Richins, M.L. (eds.), The Association for Consumer Research, pp. 202–206.
- “Alınmıştır” (Graham, J.F. 1999. Materialism and consumer behaviour: toward a clearer understanding, *Journal of Social Behaviour and Personality*, 14(2); 225-241).
- Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316.
- Richins, M.L. 1994. Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research: An Interdisciplinary Quarterly*, 21(3); 522-533.
- Richins, M.L. and Rudmin, F.W. 1994. Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15; 217-231.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J.E. and Denton, F. 1997. Family structure, materialism, and compulsive consumption. *The Journal of Consumer Research*, 23(4); 312-325.
- Rokeach, M. A. 1968. A theory of organization and change within value-attitude systems. *Journal of Social Issues*, 24 (1); 13–33.
- “Alınmıştır” (Burroughs, J.E and Rindfleisch, A. 2002. Materialism and well-being: a conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29; 348–370).
- Roozen, I.T.M. and De Pelsmacker, P. 2000. Polish and Belgian consumers’ perception of environmentally friendly behaviour. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 24(1); 9-21.
- Said, A.M., Ahmadun, F.R., Paim, L.H. and Masud, J. 2003. Environmental concerns, knowledge and practices gap among Malaysian teachers.
- Schaefer, A., Hermans, C. H. and Parker, R. S. 2004. A cross-cultural exploration of materialism in adolescents. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4); 399–411.
- Schahn, J. and Holzer, E. 1990. Studies of individual environmental concern: the role of knowledge, gender and background variables. *Environment and Behavior*, 22(6); 767-786.
- “Alınmıştır” (Beklan Çetin, O. 2002. Environmental knowledge, attitudes, and behavior in Eskişehir. Doktora tezi (basılmamış), Ortadoğu Teknik Üniversitesi, 270 s., Ankara).
- Schoeck, H. 1966. *Envy: a theory of social behavior*. trans. Michael Glennyard and Betty Ross, New York, Harcourt, Brace and World.
- “Alınmıştır” (Belk, R. 1985. Materialism: trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12; 265–280).

- Schlossberg, H. 1991. Green marketing has been planted-now watch it grow. *Marketing News*, 4 (March); 26-30. "Alınmıştır" (Ay, C. ve Ecevit Z. 2005. Çevre bilinçlütüketiciler. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10; 238-263).
- Schwepker Jr, C.H. and Cornwell, T.B. 1991. An examination of ecologically concerned about consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10 (2); 77-101.
- Sheldon, K.M. and McGregor, H. 2000. Extrinsic value orientation and the tragedy of the commons. *Journal of Personality*, 68; 383-411. "Alınmıştır" (Kasser, T. and Kanner, A.D. 2005. Psychology and consumer culture- the struggle for a good life in a materialistic world. American Psychology Association, pp.297, Washington D.C.)
- Simmel, G. 1904. Fashion. *International Quarterly*, 10; 130-155. "Alınmıştır" (McCracken, G. 1990. Consumption and culture. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA.)
- Slater, D. 1997. Consumer culture and modernity. Polity Press, Cambridge, UK.
- Solberg, E.C., Diener, E. and Robinson, M. 2003. Why are materialists less satisfied?. pp.29-48. "Alınmıştır" (Kasser, T. and Kanner, A.D. 2005. Psychology and consumer culture- the struggle for a good life in a materialistic world. American Psychology Association, pp.297, Washington D.C.)
- Stern P.C. 2000. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3);407-24. "Alınmıştır" (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Stiglitz, J.E. 2002. Globalization and its discontents. NY: W. W. Norton and Company, New York. "Alınmıştır" (Kilbourne, W. and Pickett, G. 2007. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2007.09.016. (in press).
- Süzer, M. 2000. Üniversite öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendirme alışkanlıkları. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8 (Özel Sayı), Denizli.
- Tabachnick, B. G. and Fidel, L.S. 1989. Using multivariate statistics. Harper Collins Publishers, USA.
- Tecer, S. 2007. Çevre için eğitim: Balıkesir ili ilköğretim öğrencilerinin çevresel tutum, bilgi, duyarlılık ve aktif katılım düzeylerinin belirlenmesi üzerine bir çalışma. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, 154 s., Zonguldak.
- Tezbaşaran, A.A. 1997. Likert tipi ölçek geliştirme kılavuzu. Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara.
- Topaloğlu, D.D. 1999. Çevreye yönelik tutumlar ve çevre eğitimi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Ege Üniversitesi, 137 s., İzmir.
- Tse, D.K., Belk, R.W. and Zhou, N. 1989. Becoming a consumer society: a longitudinal and cross-cultural content analysis of print ads from Hong Kong, the people's Republic of China, and Taiwan. *Journal of Consumer Research*, 15; 457-472. "Alınmıştır" (Richins, M. and Rudmin, F.W. 1994. Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15; 217-231.

- Vargas, P.T. and Yoon, S. 2006. On the psychology of materialism: wanting things, having things, and being happy. *Advertising and Society Review*, <http://muse.jhu.edu/journals/asr>, Erişim tarihi: 26.02.2007.
- Veblen, T. 1912. *The theory of the leisure class*. MacMillan, New York. “Alınmıştır” (McCracken, G. 1990. *Consumption and culture*. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA.).
- Yalçın, C. 1993. Çevre duyarlılığı ve eğitimi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yeung, S.P.M. 1998. Environmental consciousness among students in senior secondary schools: the case of Hong Kong. *Environmental Education Research*, 4(3), 251–268.
- Wackman, D.B., Reale, G. and Ward, S. 1972. Racial differences in responses to advertising among adolescents. In: *Television in Day-to-Day Life*. Rubenstein, A., Comstock, G.A., and Murray, J.P. (ed.), Rockville, MD:U.S. Department of Health, Education, Welfare, pp.543-551. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Ward, S. and Wackman, D. 1971. Family and media influences on adolescent consumer learning. *American Behavioral Scientist*, 14; 415–427. “Alınmıştır” (Schaefer, A., Hermans, C. H. and Parker, R. S. 2004. A cross-cultural exploration of materialism in adolescents. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4); 399–411.)
- Wachtel, P. L. 1983. *The poverty of affluence: a psychological portrait of the american way of life*. New Yrok:Free Press. “Alınmıştır” (Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19; 303-316).
- Webster, F. 1975. Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of Consumer Research*, 2 (December); 188–196. “Alınmıştır” (Follows, S. B. and Jobber, D. 2000. Environmentally responsible purchase behaviour: a test of a consumer model. *European Journal of Marketing*, 34 (5/6); 723-746).
- Williams, R. 1982. *Dream worlds: mass consumption in late century 19 th France*. Berkeley, CA. “Alınmıştır” (McCracken, G. 1990. *Consumption and culture*. Bloomington, IN: Indiana University Press, USA.)
- Wilson, M.S. 2005. A social-value analysis of postmaterialism. *The Journal of Social Psychology*, 145 (2); 209-224.
- Winski, J.M. 1991. Greenmarketing: big prizes, but no easy answers. *Advertising Age*, 62(46);3. “Alınmıştır” (Ay, C. ve Ecevit Z. 2005. Çevre bilinçli tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi Dergisi*, 10; 238-263).
- Zorlu, A. 2003. Batılı yaşam tarzı olarak tüketim: Türkiye’de tüketim ürünlerinin ve kültürünün tarihi gelişimi. *H.Ü. Sosyolojik Araştırmalar Dergisi*, <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr>. Erişim tarihi: 28.11.2007

EK 1 ANKET FORMU

Dünyada tüketiciler olarak bizler için birçok seçenek bulunmaktadır. Günlük yaşamımızın büyük bir bölümü reklamlardan ve imaj oluşturmada, boş zaman aktivite uygulamalarından, ekonomik politikalardan ve tüketim tarzlarından etkilenmektedir. Bugünkü yaşantımıza olasılıkları ve problemleri içeren materyal objeler hakim olmaktadır. Pazarın evrensel olarak üstünlük kazandığı, sosyal örgütler için modellerin çoğaldığı, reklamların daha yaygın hale geldiği ve çocukların ve gençlerin daha çok tüketici rolünü üstlendikleri günümüzde giderek daha da materyalist hale geldiğimizi fark etmekteyiz. Böyle bir ortamda yaşamın var oluşundan bu yana çevresini değiştirerek sürdüren, gelişebilmek için doğanın zenginliklerinden sınırsızca yararlanan insan kendi eylemleriyle çevreyi de kirleterek tehdit eder duruma gelmiştir.

Çevresel problemler Batı felsefesinde materyal problemler olarak algılanmaktadır. Çünkü Batı'da materyalizm, baskın bir tüketici değeri olarak kabul görmektedir. Çevresel kaygıların artmasıyla modern toplumlar, tüketim modellerini değiştirmek, dengesizlikleri ve kişisel tatminsizlikleri gidermek amacıyla tüketime ilişkin ekolojik yaklaşımları benimsemekte, materyalistik olmayan davranışları geliştirmek amacındadırlar.

Bu araştırma üniversite öğrencilerinin materyalistik eğilimlerini, çevreye duyarlılıklarını ve materyalistik değerleri ile çevresel davranış ve amaçları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla planlanmıştır.

Sizlerden alınan bilgiler, yalnızca bilimsel amaçlarla değerlendirilecek, herhangi bir kişiye ya da kuruma verilmeyecektir. Araştırmanın amacına ulaşması, aşağıdaki ifadeleri size uygun gelen biçimde doğru olarak cevaplamınıza bağlıdır. Araştırma için yapacağınız katkıdan dolayı teşekkür ederim.

Araş.Gör. Eda PURUTÇUOĞLU

Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Y.O.
Aile ve Tüketici Bilimleri Bölümü
Aydınlıkevler/Ankara
Tel. : (0-312) 596 1301
E-mail: epurutcu@yahoo.com

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ VE
MATERYALİSTİK EĞİLİMLERİ İLE ÇEVREYE YÖNELİK TUTUM VE
DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Anket no:

Tarih:

Üniversite türü:

a) Özel üniversite

b) Devlet üniversitesi

Devam edilen sınıf:

a) 1. sınıf

b) 4. sınıf

I. GENEL BİLGİLER

1. Cinsiyeti

1) Kız

2) Erkek

2. Medeni durumu

1) Bekar

2) Evli

3) Boşanmış

4) Diğer...

3. Bitirdiğiniz yaşınız

1) 17–19

2) 20–22

3) 23–25

4) 26 ve yukarısı

4. Siz dahil ailedeki toplam birey sayısı

1) Tek

2) İki

3) Üç

4) Dört

5) Beş ve yukarısı

5. Kardeş sayısı

1) Tek çocuk

2) Bir

3) İki

4) Üç

5) Dört ve yukarısı

6. Anne ve babanın eğitim düzeyi

	Okur-yazar değil	Okur-yazar fakat okul bitirmemiş	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Lisansüstü/ Doktora
Anne							
Baba							

7. Anne ve babanın meslek durumları

	Memur	Serbest meslek	İşçi	Uzman meslekler	Ev hanımı	Diğer
Anne						
Baba						

8. Şu an yaşanılan yer

1) Devlet yurdu

2) Özel yurt

3) Aileyle birlikte

4) Arkadaşıyla evde

birlikte

5) Akraba ya da tanıdıklarının yanında

6) Diğer...

9. Ailenin toplam aylık gelir durumu

1) < 500 YTL

4) 1501–2000 YTL

7) 3001 > YTL

2) 501–1000 YTL

5) 2001–2500 YTL

3) 1001–1500 YTL

6) 2501–3000 YTL

10. Aylık harçlık miktarıYTL.

11. Öğrencinin gelir kaynağı (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- 1) Ailem karşılıyor
- 2) Çalışıyorum
- 3) Burs alıyorum
- 4) Kredi kullanıyorum
- 5) Diğer (belirtiniz).....

12. Kredi ve banka kartınız var mı ve kullandıklarınızın sayısı nedir?

	Var	Yok	Sayı		
			1	2	3 ve yukarısı
Kredi kartı					
Banka kartı					

13. Ödemelerinizi genellikle nasıl yaparsınız? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- 1) Kredi kartı
- 2) Peşin
- 3) Taksit
- 4) Diğer.....

14. Otomobil ve konut sahibi olma durumu

	Var	Yok	Ait olma durumu	
			Kendime ait	Aileme ait
Sahip olunan otomobil sayısı				
Sahip olunan konut sayısı				

15. Otomobil kullanıyor musunuz? (Cevabınız hayır ise 17. soruya geçiniz)

- 1) Evet
- 2) Hayır

16. Cevabınız “evet” ise,

- 1) Kendi otomobilimi kullanıyorum
- 2) Ailemin otomobilini kullanıyorum
- 3) Arkadaş ve/veya tanıdıklarımın otomobilini kullanıyorum
- 4) Diğer.....

17. Ailenin konut mülkiyet durumu

- 1) Ev sahibi
- 2) Kira
- 3) Akrabalara/ tanıdıklara ait
- 4) Lojman
- 5) Diğer.....

18. Ne tip bir konutta oturuyorsunuz?

- 1) Apartman dairesi
- 2) Müstakil ev
- 3) Sosyal konut
- 4) Diğer.....

19. Kulüp üyelikleriniz var mı? (Cevabınız hayır ise 21. soruya geçiniz)

- 1) Evet
- 2) Hayır

20. Cevabınız “evet” ise hangi kulüplere üyesiniz?

- 1) Spor
- 2) Gezi
- 3) Müzik
- 4) Çevre
- 5) Dağcılık
- 6) Dans
- 7) Mesleki kulüpler
- 8) Sosyal hizmet kulübü
- 9) Tiyatro/Sinema
- 10) Fotoğraf
- 11) Diğer.....

II. TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

21. Ne kadar sıklıkta alışveriş yaparsınız? (Her bir yer için yalnız bir seçenek işaretleyiniz).

Alışveriş yerleri	Hiç gitmem	Yılda birkaç kez	Ayda bir kez	Ayda birkaç kez	Haftada bir kez	Haftada 2–3 kez	Hergün
Büyük alışveriş merkezileri							
Giyim mağazaları							
Butikler							
Semt pazarları							
On-line							
Spor mağazaları							
Sağlık ve güzellik							
Elektronik eşya mağazası							
Ofis ve kırtasiye							
Mobilya							
Ev tekstili							
Kitapevi (müzik, kitap, film)							
Hediyelik eşya							
Kuyumcu/Bijuteri							
Süpermarket							

22. Aşağıdaki araçlardan hangilerine sahipsiniz?

	Var	Yok		Var	Yok
1. Bilgisayar (PC)			10. Video kamera		
2. Diz üstü bilgisayar			11. Plazma televizyon		
3. Cep bilgisayar			12. Otomobil		
4. Yazıcı			13. Yazlık ev		
5. Mp3 çalar			14. Faks makinesi		
6. CD çalar			15. Ev sinema sistemleri		
7. Dijital fotoğraf makinesi			16. Elektronik sözlük		
8. Cep telefonu					
9. DVD/VCD oynatıcısı					

23. Aşağıdaki ürünler sizce temel ihtiyaçlar mı yoksa lüks ürünler grubuna mı girmektedir?

	İhtiyaç	Lüks
1. Bilgisayar (PC)		
2. Diz üstü bilgisayar		
3. Cep bilgisayar		
4. Yazıcı		
5. Mp3 çalar		
6. CD çalar		
7. Dijital fotoğraf makinesi		
8. Cep telefonu		
9. DVD/VCD oynatıcısı		
10. Video kamera		
11. Plazma televizyon		
12. Otomobil		
13. Yazlık ev		
14. Faks makinesi		
15. Ev sinema sistemleri		
16. Saç şekillendirici		
17. Elektronik sözlük		

24. Aşağıdaki boş zamanı değerlendirme aktivitelerini hangi sıklıkta yaparsınız?

	Hiç	Yılda birkaç kez	Ayda bir kez	Ayda birkaç kez	Haftada bir kez	Haftada 2–3 kez	Her gün
Kitap okuma							
Gazete okuma							
Bar/Kafeye gitme							
Alışverişe çıkma							
Müzik dinleme							
VCD/DVD seyretme							
Televizyon izleme							
Arkadaşlarla vakit geçirme							
Aileyle vakit geçirme							
Müze/Sergiye gitme							
Sosyal derneklere gönüllü katılma							
Sinemaya/Tiyatroya gitme							
Klasik batı müziği konserlerine gitme							
Ata binme, tenis oynama, kayak, golf							
İnternet kullanma							

25. “Tatil yapmak” cümlesi size ne ifade ediyor? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- 1) Alışveriş yapmak
- 2) Arkadaş/Akrabalarla bir arada olmak
- 3) Ders çalışmak
- 4) Tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmek
- 5) Yeni yerler görmek
- 6) Sorumluluklardan uzaklaşmak
- 7) Yeni insanlarla tanışmak
- 8) Spor/ Hobi ile ilgilenmek
- 9) Eğlence
- 10) Farklı kültürleri tanımak
- 11) Diğer.....

III. MATERİYALİST DEĞERLERE İLİŞKİN SORULAR

26. Aşağıdaki ifadelere katılma düzeyinizi lütfen işaretleyiniz. (Her bir cümle için yalnız bir seçenek işaretleyiniz).

Materiyalizme ilişkin tutumlar	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	<u>Katılmıyorum</u>	<u>Kesinlikle katılmıyorum</u>
1. Pahalı ev, araba ve giysilere sahip insanları takdir ederim.					
2. Yaşamımdaki en önemli başarılardan biri maddi varlıklara sahip olmaktır.					
3. Başarı göstergesi olarak insanların sahip oldukları varlıkların miktarına çok önem vermem.					
4. Sahip olduğum şeyler yaşamımın ne kadar başarılı olduğunu gösterir.					
5. İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim.					
6. İnsanların sahip olduğu maddi varlıklara çok dikkat etmem.					
7. Sadece ihtiyacım olanları alırım.					
8. Sade bir yaşam biçimini tercih ederim.					
9. Sahip olduğum şeyler benim için çok önemli değildir.					
10. Kullanışlı olmayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım.					

Materyalizme ilişkin tutumlar	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
11. Bir şeyler satın almak beni çok mutlu eder.					
12. Yaşamımda çok lüks şeyleri severim.					
13. Maddi varlıklara tanıdığım çoğu insandan daha az önem veririm.					
14. Para mutluluğu satın alır.					
15. Yaşamımı mutlu kılan her şeye sahibim.					
16. Sahip olmadığım bazı şeylere sahip olsaydım yaşamım daha iyi olurdu.					
17. Eğer güzel şeylere sahip olsaydım daha mutlu olamazdım.					
18. Daha çok şey satın almaya gücüm olsaydı daha mutlu olurdum.					
19. İstediğim şeyleri satın alamadığımda bu durum bazen beni rahatsız eder.					

IV. ÇEVRE SORUNLARINA YÖNELİK GÖRÜŞLER

27. Aşağıdaki cümleleri dikkatlice okuyarak her bir cümleyi görüşünüze en uygun olacak şekilde değerlendiriniz. (Her bir cümle için bir seçenek işaretleyiniz)

Maddeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	<u>Katılmıyorum</u>	<u>Kesinlikle katılmıyorum</u>
Aşağıdaki problemler oldukça ciddidir ve bir an önce ele alınmalıdır.					
1. Su kirliliği					
2. Hava kirliliği					
3.Ozon tabakasındaki incelme					
4. Ormansızlaşma					
5. Yabanıl yaşamın yok olması					
6. Küresel ısınma					
7. Hava, su, toprak kendini sürekli yenilediği için kirlenmeleri, tükenmeleri mümkün değildir.					
8. Kirlilik kontrolü ölçümleri, sanayi/endüstri üzerinde haksız bir yük oluşturmaktadır.					
9. Gelecek nesiller kendi problemlerini kendileri çözmelidir.					
10. Modern tüketici ürünlerinin yararları, üretimleri ve kullanımları sonucunda oluşan kirlilikten daha önemlidir.					

Maddeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
11.Ekonomik büyümenin olumlu etkileri, neden olduğu olumsuz çevresel etkileri önemsiz kılar.					
12. Brezilya'daki yağmur ormanlarının yok edilmesinin günlük yaşamımı nasıl etkilediğine bakmam.					
13. Çevre kirliliği haberleri söylendiği kadar doğru değildir.					
14. Her ülkenin çevre sorunları yalnızca o ülkenin vatandaşlarını ilgilendirir.					
15.Çevreyi bozan, kirleten kişi, kurum ya da kuruluşlara verilecek olan cezalar arttırılırsa çevre sorunları çözülür.					
16.Çevre sorunları konusunda araştırma ve eğitim için kaynak ayırmak ülkemiz için bir lüks sayılır.					
17. Devlet çevre sorunlarını çözmek için gerekli kanunları çıkarmakla sorumludur.					

Maddeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	<u>Katılmıyorum</u>	<u>Kesinlikle katılmıyorum</u>
18.Çevrenin korunması yaşadığımız çağın en önemli konusu olmalıdır.					
19. Ekolojistler dünyamızın geleceğiyle ilgilenen tek gruptur.					
20. Sık sık çevremize verdiğimiz zararı düşünürüm					
21. Bütün çevresel problemler benim için çok önemlidir.					
22. Çevreyi merak eden bir yapıya sahibim					
23. Çevreyi düşünmeye çok zaman <u>harcamam.</u>					
24. Kendimi çevreci sayarım.					
25. Kendim ve ailem için kirliliğin etkilerinden endişe duyuyorum					
26. Çevresel konularla <u>ilgilenmem.</u>					
27. Çevre koruma yasasının çok önemli olduğuna <u>inanırım.</u>					

V. ÇEVRE SORUMLU DAVRANIŞ

28. Aşağıdaki cümleleri dikkatlice okuyarak her bir cümleyi görünüşe en uygun olacak şekilde değerlendiriniz (Her bir cümle için yalnız bir seçenek işaretleyiniz).

Maddeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	<u>Katılmıyorum</u>	<u>Kesinlikle katılmıyorum</u>
1.Çevreyi kirletenlerin yetkililere bildirilmesi gerektiğine inanırım.					
2.Mümkün olduğunca az kâğıt harcarım.					
3. Geri dönüşümü olan kâğıt ve poşetleri kullanırım.					
4. Evimde <u>kâğıt havlu kullanırım.</u>					
5.Evimde havalandırmayı ekonomik düzeyde tutarım.					
6.Evde olmadığım zaman kaloriferi, kombiyi ya da sobayı kapatırım.					
7. Okula/İşe giderken toplu taşıma araçlarını tercih ederim.					
8. Bir şeylerle ilgilenirken televizyonu açık tutarım.					
9.Ne zaman bir şeyler satın alsam kimyasal toksinleri içerip içermediğine dikkat ederim.					
10.Görünüşü iyi olmasa da doğal meyve ve sebzeleri satın alırım.					

Maddeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
11.Yemek servislerinde kullan-at ürünleri tercih ederim.					
12. Cam şişedeki içecekleri satın alırım.					
13. Çevreyi kirleten birileri olduğunda mutlaka uyarırım.					
14. Çevreyi korumak amacıyla herhangi bir çevreci grubun çalışmalarına katılırım.					
15. TV ve radyolarda çıkan çevre, çevre sorunları ve doğa ile ilgili programları takip ederim.					
16. Çevre ve doğa ile ilgili süreli yayınları takip ederim.					
17. Sadece acil durumlarda otomobilimi kullanırım.					
18. Gereksiz su tüketmekten kaçınırım.					
19. Çevreye zarar veren ürünlerden özellikle kaçınırım.					
20. Çevre koruma amacıyla ürün fiyatlarındaki artışı desteklerim.					
21. Çevre vergisinin arttırılmasını destekliyorum.					

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Eda PURUTÇUOĞLU

Doğum Yeri: Şişli-İstanbul

Doğum Tarihi: 03.04.1978

Medeni Hali: Bekar

Yabancı Dili: İngilizce (İleri düzey)

Eğitim Durumu (Kurum ve Yıl)

Lise : Yükseliş Koleji (1996)

Lisans : Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi Y.O (2000)

Yüksek Lisans: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi
(Aile ve Tüketici Bilimleri) Anabilim Dalı (2003)

Çalıştığı Kurum/Kurumlar ve Yıl

2002- Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu

Aile ve Tüketici Bilimleri Bölümü Araştırma Görevlisi

Yayınlar

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

1. PURUTÇUOĞLU, E. and BAYRAKTAR, M., 2004. Investigating the need for consumer education among Turkish secondary school students. **International Journal of Consumer Studies**, Vol.28 (5), 443-54.

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Özet Kitabı Basılan Bildiriler

2. PURUTÇUOĞLU, E., ÖZGEN, Ö., AND BAYRAKTAR, M. 2007. Investigating the relationship between individual values of consumers and their internet usage. **Proceeding of the 3rd International Consumer Sciences Research Conference**, Ulster, Northern Ireland.
3. ÖZKAN, Y., ÖZDEMİR, Ö., and PURUTÇUOĞLU, E., 2007. Investigating the environmental needs of primary school students at the low socio-economic level. **Proceeding of the 9th International Conference on Education**, Athens, Greece.

4. BAYRAKTAR, M., ÖZKAN, Y. and **PURUTÇUOĞLU, E.** 2005. An analysis of consumer values and shopping attitudes among selected consumers in Turkey. **Proceeding of the 2nd International Institute of Consumer Sciences**, Liverpool
5. BAYRAKTAR, M., ÖZKAN, Y. and **PURUTÇUOĞLU, E.** 2004. Social values and consumption patterns in Turkey. **Proceeding of the IFHE 20th World Congress**, Kyoto, Japan.

Uluslararası Yayınlarince Yayınlanmış Kitaplarda Bölüm Yazarlığı

6. **PURUTÇUOĞLU, E.** and BAYRAKTAR, M., 2006. New approach to consumer education in secondary schools in Turkey. Chapter in: Research on education. Editors: M.S. Giannakaki, G. Papanikos, Y. Pozios and J.K. Richards. Athens Institute for Education and Research.
7. BAYRAKTAR, M., ÖZKAN, Y. and **PURUTÇUOĞLU, E.** 2005. Knowledge levels of families about energy consumption of electrical household appliances in Turkey. Chapter in: Angewandte Sozialgeographie (e-book) Germany.
www.augsburger-friedensforum.de/handbuch2005/leseprobeNr.4

Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler

8. BAYRAKTAR, M., ÖZKAN, Y. and **PURUTÇUOĞLU, E.** 2003. Ailelerin elektrik enerjisi tüketimine ilişkin bilgi düzeyleri. **Enerji 2003 Ulusal Enerji Verimliliği Kongresi**, Ankara.

ARAŞTIRMA PROJELERİ

9. ÖZGEN, Ö., EMİROĞLU, H., YILDIZ, M., BAYOĞLU, A.S. ve **PURUTÇUOĞLU, E.** 2006. Tüketiciler ve modern bitoteknoloji: Genetiği Değiştirilmiş ürünlerin kabulüne ve tüketicinin korunmasına model yaklaşımları. Ankara Üniversitesi Biyoteknoloji Enstitüsü Yayınları No:1.