

## Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Çocukların Tüketim Davranışına Yansıması<sup>1</sup>

Hatice AYDIN<sup>2</sup>  
Didem AYHAN<sup>3</sup>



Geliş Tarihi/ Received  
18.01.2021

Kabul Tarihi/ Accepted  
27.04.2021

Yayın Tarihi/ Published  
15.07.2021

**Citation/Atıf:** Aydın, H. ve Ayhan, D., (2021), Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Çocukların Tüketim Davranışına Yansıması, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 35(3): Sayfa: 977-995, <https://doi.org/10.16951/atauniibd.863623>

**Öz:** Anne-çocuk ilişkisinin niteliği güçlü olduğunda ve anne çocuğuna karşı olumlu tutum sergilediğinde çocuklarının gelişimi ve sosyalleşmesi mümkün olabilmektedir. Özellikle, annenin tutumlarının şekli çocuğun sosyal ya da materyalist tüketim davranışı sergilemesinde de etkili olabilmektedir. Bu araştırmanın konusu, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının çocukların tüketim davranışlarına etkisinin materyalist ve sosyal tüketim açısından tespit edilmesidir. Araştırma, Balıkesir'in Bandırma ilçesinde ikamet eden ve okul öncesi çağda çocuğu olan annelerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Sosyo-demografik veri toplama formu, Aile Hayatı ve Çocuk Yetiştirme Tutumu Ölçeği (PARI), Sosyal tüketim ölçeği ve Materyalizm Ölçeği kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; baskıcı ve eğitici annelik tutumunun doğru satın alma kararına ve bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik olan sosyal tüketim davranışı üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi bulunmaktadır. Reddedici annelik tutumunun ise sosyal tüketim üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi vardır. Ayrıca baskıcı ve reddedici annelik tutumunun materyalist tüketim üzerinde pozitif yönde anlamlı etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. **Anahtar Kelimeler:** Annelik Tutumları, Çocuk Tüketim Davranışı, Çocuk Yetiştirme, Sosyal Tüketim, Materyalist Tüketim

### Reflection of Mothers' Child Rearing Attitudes to Child Consumption Behavior

**Abstract:** When the quality of the mother-child relationship is strong and the mother has a positive attitude, their children can develop and socialize. In particular, the mother's attitudes shape can also be effective in the socialization of the child or the display of materialist consumption behavior. The subject of this study is to determine the effects of mothers' child-rearing attitudes on children's consumption behavior in terms of materialist and social consumption. The research was carried out by making with mothers who live in the district of Bandırma in Balıkesir and have children in preschool age. Socio-demographic data collection form, Parental Attitude Research Instrument, Social Consumption Scale and Materialism Scale were used in the study. As a result of the analysis; oppressive and educational maternity attitude has a positive effect on social consumption aimed at teaching the right purchase decision and conscious consumption. Refusing motherhood attitudes have a negative effect on social consumption. In addition, it was observed that oppressive and rejecting motherhood attitudes had a positive effect on materialist consumption.

**Keywords:** Maternity Attitudes, Child Consumption Behavior, Child Rearing, Social Consumption, Materialist Consumption

**Jel Codes:** M30, M31, D91, I12

<sup>1</sup>Bu araştırma, Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Koordinatörlüğü'nce kabul edilen BAP-19-1003-012 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

<sup>2</sup>Doç. Dr., Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, <https://orcid.org/0000-0002-5581-7216>, [haydin@bandirma.edu.tr](mailto:haydin@bandirma.edu.tr)

<sup>3</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, Ruh Sağlığı ve Psikiyatri ABD, <https://orcid.org/0000-0001-6687-6564>, [dayhan@bandirma.edu.tr](mailto:dayhan@bandirma.edu.tr)

## **EXTENDED SUMMARY**

### **Background**

Adult parents who are modeled by children and meet the needs of the child are the people who affect children the most. While learning about life, children get their first knowledge especially from their mother, who is their primary caregiver. Therefore, the role of the mother continues in childhood as well as in infancy. Especially maternal attitudes provide information about the development of the child. Mothers' attitudes towards their preschool children can significantly affect their children's development.

### **Purpose**

This research was conducted to reveal the effect of mothers' attitudes on children being social and materialistic consumers.

### **Method**

A total of 282 mothers with children aged 5-6 and living in the Bandırma district of Balıkesir were reached within the scope of the research which was designed in relational type analytical. Research data started to be collected in the second half of the education period -in February 2020, after the work permits were obtained and were finished in April. Socio-demographic data collection form, Family Life, and Child Rearing Attitude Scale, Child Socialization Scale, Materialism, and Communication Scale were used in the study.

Hypotheses in line with the method of the research are as follows:

H<sub>1</sub>: Mothers' attitudes affect socializing consumption.

H<sub>2</sub>: Mothers' attitudes have an impact on their materialistic consumption.

### **Findings**

In the research, 48.6% of the mothers are between the ages of 32-38, 96.8% of participants are married, 49.6% of participants are undergraduate and/or graduate education, 47.5% of participants are housewives, and 38.3% of individuals with an income of 2001-3000 TL. Most of the children (40.4%) attend the central kindergarten. The gender distribution of the children is almost the same. The majority of mothers (54.6%) have 2-3 children. It was found that 81.9% of the mothers were against giving pocket money to their children. Besides, it was found that their children (44%) mostly engaged in domestic activities in their home. When the regression findings revealed that the effect of maternal attitudes on social consumption towards the purchasing decision was 26% (R<sup>2</sup>) and was statistically significant. The effect of maternal attitudes on social consumption towards conscious consumption was found 22% (R<sup>2</sup>) and significant. The effect of maternal attitudes on materialistic consumption was found 11% (R<sup>2</sup>). Besides, this effect was found to be statistically significant.

### **Conclusions**

According to the results of the research, it was found that rejecting mother attitude has an effect on social consumption towards the right purchasing decision, educative motherhood attitude has an effect on social consumption towards purchasing, educative motherhood attitude has an effect on social

consumption to teach conscious consumption, oppressive motherhood attitude on materialist consumption and the rejecting motherhood attitude is effective on materialist consumption.

### 1. Giriş

2030 yılında, 5 - 14 yaş arası nüfusun, 800 milyonu bulacağı tahmin edilmektedir (McDougall ve Chantrey 2004: 8). 5-6 yaş grubundaki çocukların, demografik olarak dünya nüfusu içinde önemli bir gücü temsil edeceği düşünülmektedir. Önemli bir gücü temsil eden bu yaş grubundaki çocuklar, doğduğu andan itibaren ailesi aracılığıyla sosyalleşmeye başlamakta ve ailesinin toplumsal ve kültürel özelliklerinden etkilenmektedir. Çünkü aile, sahip olduğu değerleri çocuğa öğretmeye çalışmaktadır. Ailenin öğretmeye çalıştığı bu değerler arasında tüketim alışkanlıkları da yer almaktadır (Dal ve Veysel, 2015: 376). Başka bir deyişle, çocuğun sosyalleşmeye başlaması, ona tüketici kimliği de kazandırmaktadır. Çocuk, tüketici rolüne sahip olduğu toplumda birtakım değişimler yaşamaktadır. Bu değişim; algısal, analitik ve yansıtıcı aşamalar şeklindedir (Clark vd., 2001: 29). 5-6 yaş grubunu da kapsayan algısal aşamada çocuklar markaları tanımakta, ancak bu markalara nadiren anlam yükleyebilmektedir. Küçük miktardaki harçlığı ile satın alma işlemini gerçekleştiren çocuk, bu davranışı ile tüketici olmaya da ilk adımı atmaktadır (Monna ve Gauthier, 2008: 640).

Çocukların tüketim davranışları, bilindiği gibi okul öncesi dönemde başlamaktadır. Çocuklar tüketimi özellikle ebeveynlerin tutumlarını pekiştirerek öğrenmektedir (İkinci, 2011: 68). Bu dönemde, ebeveyn olarak annenin etkisi, yoğun bir şekilde hissedilmektedir. Buradan yola çıkıldığında anne tutumlarının tüketici olan çocukların tüketim davranışları üzerinde etkiye sahip olduğu söylenebilir. Anne, farklı tutumlar sergileyerek çocuklarının tüketici olarak sosyalleşmesinde olumlu ya da olumsuz role sahip olabilmekte ya da materyalist tüketiciler yetişmesine yol açabilmektedir. Başka bir deyişle, çocukları ödüllendiren bireyler ya sosyal tüketime ya da materyalizme yol açmaktadır. Dikkatli davranılmadığında çocukların nesnelere bağımlı hale gelmesi ve azla yetinmeyi bilmemesi, günümüzün önemli sorunlarından birisi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Türkiye’de aile tutumlarının tüketime yansımaları ile ilgili çok sayıda çalışmanın olmadığı (Bozyiğit ve Karaca, 2014; Sayraç, 2016; Şerife ve Poyraz, 2017; Bozyiğit ve Madran, 2018) ve bu konunun araştırılması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada, annelerin çocuklarını yetiştirme ile ilgili tutumlarının çocukların sosyal ve materyalist tüketim davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda literatüre, ebeveynlere ve işletmelere yönelik öneriler sunulmuştur.

### 2. Genel Bilgiler

Çocukların model aldığı, çocuğun ihtiyaçlarını karşılayan ve yetişkin bireyler olan ebeveynler, çocukları en çok etkileyen kişilerdir. Rol modelin davranışları, fiziksel, duygusal, psikolojik ve sosyal değişimleri sürekli olan

çocukların davranışlarını da yönlendirmektedir (Bernstein, 1997; Bilaç vd., 2020). Çocuklar, hayatı öğrenirken ilk bilgilerini özellikle temel bakım vericisi olan annesinden edinmektedir. Dolayısıyla anne rolü, bebeklikte olduğu gibi çocuklukta da devam etmektedir. Anne, çocuğun ilk öğreticisi olup çocuğun olumlu tutum sergilemesinde etkin bir role sahiptir. Özellikle anne tutumları, çocuğun gelişimi hakkında bilgi vermektedir. Annelerin okul öncesi dönemde olan çocuklarına karşı tutumları, çocuklarının gelişimlerini önemli derecede etkileyebilir. Özellikle çevreyi anlamlandırma ve benliği fark etme yılları olan 0-6 yaş döneminde çocuklar yetişkinleri kendilerine model alırlar. Buradan yola çıkıldığında annelerin çocuk yetiştirirken sergiledikleri tutumları, çocuklarının sadece kişisel gelişiminde değil; tüketim kalıplarında da etkilere yol açmaktadır. Bu tutumlardan en önemli olduğu düşünülenleri eğitici, koruyucu, baskıcı ve red edici anne tutumlarıdır. Bu tutumlar literatürde PARI-Aile Hayatı ve Çocuk Yetiştirme Tutumu olarak ifade edilmektedir. Bu ölçek ilgili yaş grubundaki çocuklarda uygulandığında dört boyutta tutum ortaya çıkmıştır. Bu tutumlardan reddetme boyutu; çocuklarla bir arada uzun süre kalmaktan hoşlanmamak, başkalarına bağımlılığını desteklemek, bebeğin bakımından ürkmek ve sinirlilik gibi tutumları kapsamaktadır. Baskıcı boyut, daha çok olumsuz çocuk yetiştirme tutumunu ifade etmekte, saldırganlığı bastırma ve sıkı disipline sahip bir tutumla hareket etme halini yansıtmaktadır. Koruyucu boyut, çocuğunun her yaptığını hoş karşılama ve ona çok fazla özgürlük tanıma tutumunu içermektedir. Eğitici boyutta ise anneler, sürekli olarak çocuklarının başarılı olmasını ister ve eğitimleri ile ilgilenirler (Schaefer ve Bell, 1958; Demir ve Şendil, 2008: 19-20).

Yapılan çalışmalar da annelerin çocuklarına ve onları yetiştirmede sergiledikleri tutumların tüketime etkisini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bozyiğit ve Karaca (2014); aile iletişimi, demografik özellikler ve çocukların materyalist tutumları arasındaki ilişkiyi incelemek amacı ile yaptıkları araştırmaya göre kavram yönelimli iletişim ile materyalizm arasında; yaş, gelir ve sosyal ve kavram yönelimli iletişim arasında ilişki bulunmuştur. Ayrıca sosyal yönelimli ebeveynlerin çocuğun harçlığını nasıl harcadığını ve televizyonda hangi programı izlediğini de denetledikleri tespit edilmiştir. Can (2016) çalışmasında, çocukların tüketiminin şekillenmesinde aile tarzlarının rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla 18 yaş ve üzerinde olan ve 5-6 yaş aralığında en az bir çocuğa sahip ebeveynlere ulaşılmıştır. Müsaadeci, ihmalkâr, baskıcı ve disiplinli olmak üzere dört tip aile tarzının reklam farkındalığı, çocukla iletişim, çocuğun davranışlarını sınırlandırma, istekleri karşılama ve yiyecek düzenlemelerine karşı algı farklılıkları belirlenmeye çalışılmış ve bu aile tarzları arasında farkın olduğu tespit edilmiştir. Atabey (2017), anasınıfı çağında çocuğu olan annelerinin anne tutumlarını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucuna göre annenin “Demokratik” tutumunda çocuğun cinsiyeti etkilidir. Çocuğun okul öncesi eğitime devam etme süresinin, annenin geliri ve çalışma durumunun ise “Aşırı koruyucu” tutumda etkili olduğu tespit edilmiştir. Bozyiğit ve Madran (2018), çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesi ile annelerin çocuk

yetiştirme tutumları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda; annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile çocuğun ağaç dikimi, kâğıtları ayırma, bilinçli tüketim, çevreye zararlı ürün kullanmama, tüketici olarak hakkını bilme, ürün alırken dikkat edilen özellikler ve çocuğun fikrini sorma gibi konular arasında anlamlı farklar olduğu ortaya çıkmıştır.

Gronhoj (2006) çalışmasına göre; aile içinde huzuru sağlayan tutumların organik tüketim gibi bilinçli tüketim davranışlarını da beraberinde getirmektedir. Yang vd, (2014), ailenin tutumlarının çocukların sosyalleşme süreci üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre çocuklarına izin veren ailelerin tüketim konusunda çocuklarını daha fazla serbest kıldıkları söylenebilir. Yapılan çalışmalarda ebeveyn tutumunun çocuk tüketimine mantıklı, eğitici, hedonik ya da materyalist olarak yansıdığı ifade edilmektedir (Clarke, 2008; Clarke & McAuley, 2010; Wisenblit, Priluck, & Pirog, 2013; Ganassali, 2019). Bekâr anneler üzerinde yapılan bir çalışmada, çocukların hem kendilerinin hem de ailelerinin karar alma süreçlerini etkiledikleri, etki mekanizmalarının ve dinamiklerinin ise aile yapısına göre önemli ölçüde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Chaudhury & Hyman, 2019). Ebeveyn-çocuk ilişkileri ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında çoğunlukla anne-çocuk ilişkisi üzerine yoğunlaşmış ve annenin çocuk üzerindeki psikolojik etkileri araştırılmıştır. Bu psikolojik etkilere; iletişim, problem çözme becerisi, uyum, akademik başarı ve davranış biçimleri örnek olarak verilebilir. Davranış biçimleri ise oldukça çeşitli olup çocukların isteklerini ebeveynine yaptırma biçimi olarak da ortaya çıkabilmektedir (Aktürk, 2015; Yalçın, 2016; Cantekin ve Gültekin, 2020).

Literatür bir bütün olarak değerlendirildiğinde, ailenin tüketim davranışında çocukların rolü bilinmesine rağmen, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının çocukların tüketim davranışındaki rolünü araştıran çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır (Bozyiğit ve Karaca, 2014; Sayraç, 2016; Şerife ve Poyraz, 2017; Bozyiğit ve Madran, 2018). Ayrıca söz konusu çalışmaların çoğunda ailelerin çocukların genel tüketim kalıplarının oluşmasında rolü olduğuna vurgu yapılmıştır. Anne tutumlarının hem olumlu (sosyalleşme) hem de olumsuz (materyalistleşme) etkilerini bir arada değerlendiren ve bu etkiyi tüketimle ilişkilendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amaç ve Kapsamı

Bu araştırma anne tutumlarının çocukların sosyal ve materyalist tüketici olmaları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla ilişkisel türde analitik olarak tasarlanmıştır. Araştırma kapsamında, Balıkesir ilinin Bandırma ilçesinde ikamet eden ve 5-6 yaşlarında çocuğu olan annelere ulaşılması hedeflenmiştir. Bandırma ilçe milli eğitim müdürlüğü ile görüşülüp 5-6 yaş grubu çocukların yer aldığı devlet bünyesindeki anaokullarından bandırmayı temsil gücünün en yüksek ve öğrenci sayısının en fazla olduğu üç okul seçilmiştir. Araştırmanın evrenini üç okulda okuyan toplam 680 çocuğun anneleri oluşturmaktadır. Çalışma

kapsamında evrenin tamamına ulaşılması planlanmıştır. Araştırma verileri 2019-2020 yılının ikinci eğitim-öğretim döneminin başında-Şubat 2020’de toplanmaya başlanmış ve Mart ayında pandemi ilan edilmesi ile birlikte örneklem seçimine gidilmesine karar verilmiştir. Evreni belli olan örneklem hesaplaması ile %5’lik hata payı ve %95’lik güven aralığı baz alınarak örneklem sayısı 246 olarak bulunmuştur (Cohen, Manion, & Morrison, 2017). Okulların öğrenci oranları hesaplanarak evrendeki ağırlıklarına göre veri sağlanmıştır. Anket katılımında eksik veri olması ihtimaline karşın %10 ile %20 aralığında fazla örnekleme ulaşılması planlanmıştır. Eğitim-öğretime ara verilmesi ile birlikte Nisan ayında veri toplama sonlandırılmış ve toplam 282 katılımcıya ulaşılmıştır. Böylece örneklemin evreni temsil gücü sağlayan sayı aralığı olan 246 ile 290 arasında katılımcı hedefine ulaşılmıştır. Çalışmaya çocuğu 5-6 yaş grubunda olan annelerin seçilmesinin nedenleri (Rose, 1995, s.74):

- Çocuğun tüketici olarak sosyalleşmesi, sosyal yeteneklerini kazanması ve kişiliğinin oluşması okul öncesi (anaokulu-anasınıfı) dönemde mümkündür. Bu dönemde ailenin çocuk üzerindeki etkisinin de en üst noktada olduğu düşünülmektedir.
- Bilinçli tüketim eğitiminin erken çocukluk döneminde verilmesinin daha etkili olacağı düşünülmektedir.
- Okul öncesi dönemde başlayan aile çocuk iletişiminin daha sonraki çocukluk dönemine de yansıtacağı düşünülmektedir. Okul öncesi çocukların seçilmesinde etkili bazı nedenler aşağıdaki gibidir:
- Bu dönemde çocuklar algısal dönemi yaşamakta olup nesnelere tek boyutunu algılamakta, tüketimin basit tanımını anlamakta, televizyondaki reklamları anlamaya başlamakta, belli markaları, mağazaları, çizgi film karakterlerini tanıyabilmekte ve ilgilerini çeken bir ürün için talepte bulunabilmektedirler. Bu dönemin tutumların etkisini ilk hissedecek dönem olduğu düşünülmektedir.
- Çocuklarda materyalizmin gelişimi, çocukların maddi unsurların ya da malların soyut anlamını öğrenmeye başladıkları andan itibaren gerçekleşmektedir (Ersoy-Quadir, 2012: 35). Bunu anlayan 5-6 yaş grubu çocuklar, isteklerinin madden yerine getirilmesi konusunda ısrarcı davranmaktadırlar.
- Bu dönemde özellikle annelerinin çocuklar üzerindeki baskısı daha yüksek olup okul öncesi dönemi de temsil etmesinden dolayı tercih edilmiştir.

### *3.2. Veri Toplama Araçları*

3.2.1. Sosyo-Demografik Veri Toplama Formu: Anneye ve çocuğuna ilişkin toplam 20 sorudan oluşan form araştırmacılar tarafından literatür doğrultusunda hazırlanmıştır. Veri toplama aşamasına geçilmeden önce 50 annenin formda yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği hakkındaki görüşleri alınmıştır.

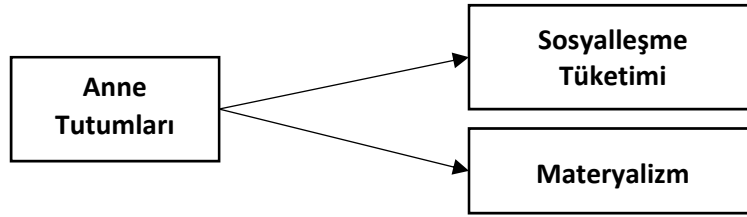
Bu görüşler doğrultusunda açık ve yalın olmayan ifadeler ve tanımlayıcı sorular içeren form yeniden düzenlenerek uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

3.2.2. *Aile Hayatı ve Çocuk Yetiştirme Tutum Ölçeği (PARI)*: Schaefer ve Bell (1958) tarafından geliştirilen ölçek, LeCompte ve Özer (1978) tarafından Türkçeye çevrilerek geçerlilik- güvenilirlik çalışması yapmıştır. Ölçek 4'lü likert tipte olup 60 sorudan oluşmaktadır. Çalışmada Cronbach alfa değeri 0,58 ile 0,88 arasında bulunmuştur. Bu çalışmada ise Cronbach alfa değeri 0,89 çıkmıştır.

3.2.3. *Çocuğun Sosyalleşmesi Ölçeği*: Ünal (2019) tarafından geliştirilen ölçek, 11 madde ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. 5'li likert tipte olan ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,69 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise Cronbach alfa değeri 0,88 olarak çıkmıştır.

3.2.4. *Materyalizm Ölçeği*: Goldberg vd. (2003) ve Chakroff (2007) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe geçerlik-güvenirlik çalışması Bozyiğit ve Karaca (2014) tarafından yapılmıştır. Ölçek 6 soru ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa değeri, 0,70 olarak bulunmuş olup bu çalışmada ise Cronbach alfa değeri 0,80 çıkmıştır.

Araştırma yöntemi doğrultusunda ilgili model ve hipotezler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Ebeveyn tutumları, çocukların sosyal (Özbey, 2010: 9), psiko-sosyal (Tocu, 2014: 153) ve davranışsal eğilimlerinde ve gelişiminde çok önemli bir etkindir (Barnett vd. 2010: 43). Davranış eğilimlerinden biri de tüketim davranışıdır. Çocuklar değer, satın alma alışkanlıkları ve marka tercihleri gibi tüketimle ilgili bilişsel ve duygusal davranışları da ailelerinden öğrenirler (Cotte & Wood, 2004: 79). Çocukların alışveriş yaparken tüketici olarak ihtiyaç duydukları tutumları kazanma süreci ise tüketici olarak sosyalleşmedir (Ward, 1974: 2). Tutumlar sadece sosyalleşme yönlü tüketim davranışında değil materyalizm gibi birçok tüketim boyutunda da etkisini göstermektedir (Clarke, 2008; Clarke & McAuley, 2010; Wisenblit, Priluck, & Pirog, 2013; Ganassali, 2019). Buradan yola çıkılarak annelerin tutumlarının sosyalleşme tüketimi ve materyalist tüketim üzerinde etkiye sahip olduğu söylenebilir. İlgili hipotez aşağıdaki gibidir:

H<sub>1</sub>: Annelerin tutumları, sosyalleşme tüketimi üzerinde etkiye sahiptir.

H<sub>2</sub>: Annelerin tutumları, materyalist tüketimi üzerinde etkiye sahiptir.

### 3.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 23.0 paket istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmada tanımlayıcı istatistiklerden, güvenilirlik, açıklayıcı faktör ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmanın yapılabilmesi için Bandırma İlçe Milli Eğitim Müdürlüğünden ve Bandırma Kaymaklığından gerekli izinler ve Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan 20/02/2020 tarihli ve 2020-1 sayılı etik kurul izni alınmıştır. Veriler Helsinki Bildirgesine uygun biçimde gönüllü oluru alınarak toplanmıştır.

## 4. Bulgular

**Tablo 1. Anneye İlişkin Tanımlayıcı Özellikler**

		Sayı (n = 282)	%
Yaş	31 yaş ve altı	103	36,5
	32-38 yaş	137	48,6
	39 ve üstü	42	14,9
Medeni durum	Evli	273	96,8
	Bekâr	9	3,2
Eğitim durumu	İlk öğretim mezunu	40	14,2
	Orta öğretim mezunu	102	36,2
	Lisans ve lisansüstü mezunu	140	49,6
Meslek	Memur	62	22,0
	İşçi	32	11,3
	Serbest	14	5,0
	Diğer	40	14,2
	Ev hanımı (çalışmıyor)	134	47,5
Gelir Durumu	2000 TL ve altı	69	24,4
	2001-3000 TL	108	38,3
	3001-4000 TL	51	18,1
	4001-5000 TL	27	9,6
	5001 TL ve üstü	27	9,6

Annelerle ilişkin özellikler, Tablo 1’de gösterilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü gibi, annelerin %48,6’sı 32-38 yaş aralığında, %96,8’i evli, %49,6’ı lisans ve/veya lisans üstü eğitim mezunu, %47,5’i ev hanımı ve %38,3’ü 2001-3000 TL gelire sahip olan bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 2. Çocuğa İlişkin Tanımlayıcı Özellikler**

		Sayı (n = 282)	%
Yaş	5 yaş	159	56,4
	6 yaş	123	43,6
Gittiği Okul	Merkez Anaokulu	114	40,4
	Şehit Teğmen Doğuş Uran Anaokulu	97	34,4
	Zübeyde Hanım Anaokulu	71	25,2
Cinsiyet	Kadın	142	50,4
	Erkek	140	49,6



**Tablo 3. Çocuğa İlişkin Tanımlayıcı Özellikler**

<b>Kardeş sayısı (kendisi dahil)</b>	Tek	109	38,6
	2-3 kardeş	154	54,6
	4 ve üzeri	19	6,8
<b>Harçlık durumu ve sıklığı</b>	Yok	231	81,9
	Haftada bir ya da birkaç sefer	25	8,8
	Ayda bir ya da daha az	26	9,3
<b>Okul dışı vakitlerini geçirme şekli</b>	Arkadaşlarıyla birlikte	47	16,6
	Evde TV izleyerek	24	8,5
	Telefon ya da tablet ile	87	30,9
	Ev içi aktivite	124	44,0

Çocuklara ilişkin özellikler Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi, çocukların %56,4’ü 5 yaşındadır. Çocukların büyük çoğunluğu (%40,4) merkez anaokuluna gitmektedirler. Çocukların cinsiyetler dağılımları hemen hemen aynıdır. Annelerin büyük çoğunluğu (%54,6), 2-3 çocuğa sahiptirler. Annelerin %81,9’unun çocuğuna harçlık vermeye karşı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çocuklarının daha çok (%44) ev içi aktivite yaptıkları tespit edilmiştir.

**Tablo 3. Anne Tutumlarının Satın Almaya Yönelik Sosyal Tüketim Üzerindeki Etkisi**

Bağımlı değişken: Alma-Sosyal Tüketimi/ Bağımsız değişkenler:	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahminlerin Standart Hatası	
	<b>Annelik Tutumları</b>	,510(a)	,260	,249	,45903
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	SS	Ortalama Kare	F	p
Regresyon	20,506	4	5,127	24,331	<,000
Artıklar	58,366	277	,211		
Toplam	78,872	281			

Çalışmada yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda sosyal tüketim, satın alma kararına yönelik ve bilinçli tüketime yönelik olmak üzere iki boyutta değerlendirilmiştir. Tablo 3’te gösterilen regresyon analizi sonucuna göre anne tutumlarının satın alma kararına yönelik sosyal tüketime etkisinin %26 (R<sup>2</sup>) olduğu tespit edilmiştir. ANOVA testi de bu etkinin  $\alpha = 0,01$  seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4. Modelin Beta Değerleri**

Bağımlı değişken: Alma-Sosyal Tüketimi	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t değerleri	P	Tolerans	VIF
	B	Standart hata	Beta				
Sabit değişken	2,801	,208		13,478	<,000		
Baskıcı	-,066	,043	-,091	-1,539	,125	,769	1,300
Reddedici	-,106	,043	-,133	-2,426	,016	,892	1,121
Eğitici	,448	,047	,516	9,514	,000	,908	1,101
Koruyucu	,017	,037	,025	,448	,655	,861	1,162

Modelde yar alan değişkenlerin Beta değerleri Tablo 4’te gösterilmiştir. Tablo 4’de görüldüğü gibi reddedici tutum (0,016) ve eğitici tutum (0,000) regresyon modeline dahil edilirken baskıcı/otoriter ve koruyucu tutum model dışı kalmıştır. Satın alma kararına yönelik tüketim üzerinde reddedici anne tutumu negatif yönde anlamlı ve eğitici anne tutumu pozitif yönde anlamlı etkiye sahiptir. Belirtilen bu değişkenlerin 0’dan farklılığı testi sonucu anlamlı bulunmuştur.

*H<sub>1a</sub>: Reddedici annelik tutumunun doğru satın alma kararına yönelik sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*H<sub>1c</sub>: Eğitici annelik tutumunun doğru satın alma yönündeki sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*Hipotezleri kabul edilirken,*

*H<sub>1b</sub>: Baskıcı annelik tutumunun doğru satın alma yönündeki sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*H<sub>1d</sub>: Koruyucu annelik tutumunun doğru satın alma yönündeki sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*Hipotezleri reddedilmiştir.*

Anneliği reddetme tutumu satın alma kararına yönelik (bilinçli) sosyal tüketimi üzerinde negatif etkiye sahiptir. Ancak eğitici annelik tutumunun satın alma kararına yönelik sosyal tüketim üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

**Tablo 5. Anne Tutumlarının Bilinçli-Sosyal Tüketim Üzerindeki Etkisi**

Bağımlı değişken: Bilinçli-Sosyal Tüketim Bağımsız değişkenler: Annelik Tutumları	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahminlerin Standart Hatası	
		,474	,225	,214	,56360
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	SS	Ortalama Kare	F	p
Regresyon	25,556	4	6,389	20,114	<,000
Artıklar	87,986	277	,318		
Toplam	113,542	281			

Tablo 5 incelendiğinde regresyon analizi sonucu anne tutumlarının bilinçli tüketime yönelik sosyal tüketim üzerindeki etkisinin %22 (R<sup>2</sup>) olduğu tespit edilmiştir. ANOVA testi de bu etkinin  $\alpha = 0,01$  seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 6: Modelin Beta Değerleri**

Bağımlı değişken: Bilinçli-Sosyal Tüketimi	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t değerleri	p	Tolerans	VIF
	B	Standart hata	Beta				
Sabit değişken	1,914	,255		7,502	<,000		
Baskıcı	,037	,052	,043	,708	,480	,769	1,300
Reddedici	-,090	,053	-,094	-1,679	,094	,892	1,121
Eğitici	,470	,058	,451	8,134	<,000	,908	1,101
Koruyucu	,045	,045	,056	,983	,326	,861	1,162

Tablo 6’da görüldüğü gibi sadece eğitici tutum (0,000) regresyon modeline dahil edilirken reddedici, baskıcı ve koruyucu tutum model dışı kalmıştır. Belirtilen bu değişkenlerin 0’dan farklılığı testi sonucu anlamlı bulunmuştur.

$H_{1cc}$ : Eğitici annelik tutumunun bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,

Hipotezi kabul edilirken

$H_{1aa}$ : Reddedici annelik tutumunun bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,

$H_{1bb}$ : Baskıcı annelik tutumunun bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,

$H_{1dd}$ : Koruyucu annelik tutumunun bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik sosyal tüketim üzerinde etkisi vardır,

Hipotezleri reddedilmiştir.

Hipotez sonuçları dikkate alındığında sadece eğitici annelik tutumunun çocukların bilinçli tüketimi öğrenmeleri yönünde sosyal tüketimlerine etki ettiği görülmektedir.

**Tablo 7. Anne Tutumlarının Materyalist Tüketime Etkisi**

Bağımlı değişken: Materyalist Tüketim	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahminlerin Standart Hatası	
	Bağımsız değişkenler: Annelik Tutumları	,324	,105	,092	,80295
ANOVA Değerleri	Kareler Toplamı	SS	Ortalama Kare	F	p
Regresyon	20,947	4	5,237	8,122	<,000
Artıklar	178,590	277	,645		
Toplam	199,538	281			

Tablo 7 incelendiğinde regresyon analizi sonucu, anne tutumlarının materyalist tüketime etkisinin %11 (R<sup>2</sup>) olduğu tespit edilmiştir. ANOVA testi de bu etkinin  $\alpha = 0,01$  seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 8. Modelin Beta Değerleri**

Bağımlı değişken: Materyalist Tüketim	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t değerleri	p	Tolerans	VIF
	B	Standart hata	Beta				
Sabit değişken	1,307	,364		3,596	<,000		
Baskıcı	,189	,075	,164	2,530	,012	,769	1,300
Reddedici	,288	,076	,227	3,780	<,000	,892	1,121
Eğitici	,064	,082	,046	,774	,440	,908	1,101
Koruyucu	-,092	,065	-,087	-1,427	,155	,861	1,162

Tablo 8’de görüldüğü gibi baskıcı (0,012) ve reddedici tutum (0,000) regresyon modeline dahil edilirken eğitici ve koruyucu tutum model dışı

kalmıştır. Baskıcı ve reddedici anne tutumu materyalist tüketim üzerinde pozitif yönde anlamlı etkiye sahiptir. Belirtilen bu değişkenlerin 0'dan farklılığı testi sonucu anlamlı bulunmuştur.

*H<sub>2a</sub>: Baskıcı annelik tutumunun materyalist tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*H<sub>2b</sub>: Reddedici annelik tutumunun materyalist tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*Hipotezleri kabul edilirken*

*H<sub>2c</sub>: Eğitici annelik tutumunun materyalist tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*H<sub>2d</sub>: Koruyucu annelik tutumunun materyalist tüketim üzerinde etkisi vardır,*

*Hipotezleri reddedilmiştir.*

Baskıcı ve anneliği reddetme tutumu sergileyen annelerin çocuklarının materyalist tüketiminin arttığı söylenebilmektedirler. Ancak eğitici ya da koruyucu olan tutumların materyalist tüketim üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı gözlenmiştir.

## **5. Tartışma**

Ebeveyn tutumları, çocukların yalnızca psikolojik süreçleri ya da sosyal gelişimleri üzerinde değil aynı zamanda tüketim davranışları üzerinde de etkili olmaktadır (Bozyiğit ve Karaca, 2014; Can, 2016). Ebeveyn tutumunun türü ya da niteliği, çocuğun tüketim davranışlarını olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle olumlu ebeveyn tutumları yararlı tüketim davranışlarına, olumsuz ebeveyn tutumları ise zararlı tüketim davranışlarına sebep olmaktadır (Atabey, 2017). Bu çalışmada da öncelikle, annelerin çocuklarını yetiştirirken gösterdikleri tutumların çocukların tüketim davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve daha sonra tüketim davranışlarının açıklanmasında hangi tutumların öne çıktığının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada, öncelikle, reddedici, baskıcı, eğitici ve koruyucu anne tutumları bağımsız değişken, çocuklarda doğru satın alma kararın yönelik sosyal tüketim, bilinçli tüketimi öğretmeye yönelik sosyal tüketim ve materyalist tüketim de bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Daha sonra anne tutumlarının çocuklarda tüketim davranışlarını yordayıp yordamadığına bakılmıştır. Her bir tüketim davranışı için anne tutumlarının etkisi ayrı ayrı incelenmiştir. İlk olarak reddedici, baskıcı, eğitici ve koruyucu anne tutumlarının doğru satın alma kararına etkileri incelenmiş ve bu dört anne tutumunun doğru satın alma kararını yani sosyal tüketimi %26 oranında açıkladığı belirlenmiştir. Bu tutumlar incelendiğinde ise çocuklarda doğru satın alma kararını yani sosyal tüketimi yordamada, reddedici ve eğitici tutum regresyon modelinde anlamlı bir şekilde yer almaktadır. Baskıcı ve koruyucu tutumların ise modelde anlamlı bir şekilde yer almadığı görülmüştür. Diğer yandan otoritelerini keskin bir şekilde kullanan ebeveynler, çocuklarına karşı duyarlı olmayıp (Terry, 2004: 88) onlara çok fazla sevgi ve şefkat göstermezler (Altay ve Güre 2012: 2700). Bu durum dikkate alındığında baskıcı ve reddedici eğilimleri olan annelerin çocuklarını bilinçli

tüketime yönelik bir sosyal tüketici yapabilecekleri söylenemez. Diğer yandan da aşırı koruyucu davranan annelerin de çocuklarını korumaya çalışırken aslında onları sosyal tüketimden yoksun bırakabildikleri görülmektedir. Ebeveynlerin koruyucu tutumu, çocukların gelişimini sınırlandırabileceğinden (Çağdaş, 2012: 139) tüketim davranışlarında da sınırlandırmaya yol açabilir. Buradan hareketle koruyucu tutumun sosyal tüketime etkisi anlamlı değildir. Bu bağlamda H<sub>1a</sub> ve H<sub>1c</sub> hipotezleri kabul edilirken H<sub>1b</sub> ve H<sub>1d</sub> hipotezleri ise reddedilmiştir. Anneliği reddetme tutumu, sosyalleşme tüketimi üzerinde negatif etkiye sahiptir. Yani anneler anneliği reddettikçe çocuklarının daha az sosyal tüketim yapmalarına neden olurlar. Çocukları ile alışverişe gitme ya da doğru satın alma kararını verme noktasında etkileri azalmaktadır. Ancak anneler ilgili ve eğitici anne oldukça sosyalleşme tüketimi-doğru satın alma noktasında artmakta ve anneler çocukları için en doğru satın alma kararını verme eğilimi sergilemektedirler (Aktürk,2015)

Diğer taraftan, çocuklarda doğru satın alma kararını yordamada eğitici tutumun açıklama katsayısının reddedici tutumun açıklama katsayısından belirgin şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, çocukta doğru satın alma kararını, eğitici ve reddedici anne tutumlarının açıkladığı görülmüştür. Ayrıca doğru satın alma kararında eğitici anne tutumunun olumlu ve reddedici anne tutumunun da olumsuz pekiştireç gibi işlev gördüğü anlaşılmıştır. Buna göre çocuğuyla iyi bir ilişki geliştiren, çocuğuna yol gösteren, iletişimi etkili bir şekilde kullanan, çocuğunu kabullenen annelerin çocuklarının doğru satın alma davranışları pekişmektedir. İlgili yazında, okul öncesi gelişim döneminde olan çocukların tüketim alışkanlıklarının, ebeveynlerinin davranışları doğrultusunda şekillendiği belirtilmektedir (Kaur ve Singh 2006: 3).

Reddedici, baskıcı, eğitici ve koruyucu anne tutumlarının bilinçli tüketime yönelik sosyal tüketim üzerindeki etkilerine de bakılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda anne tutumlarının, bilinçli tüketime yönelik sosyal tüketimi %22,5 oranında açıkladığı belirlenmiştir. Literatürde, anne tutumunun, çocuğun bilinçli tüketim davranışı üzerinde doğrudan bir etkisi olduğuna yönelik bulgulara rastlanmaktadır (Gronhoj, 2006; Bozyiğit, 2013; Wisenblit, Priluck, & Pirog, 2013; Mikeska, Harrison, & Carlson, 2017; Bertol, Broilo, Espartel, & Basso, 2017). Bağımsız değişken olarak alınan anne tutumlarından yalnızca eğitici tutumun modelde anlamlı bir şekilde yer aldığı görülmüştür. Eğitici tutumun açıklama katsayısı, modele dahil olmasalar da diğer tutumların açıklama katsayılarından belirgin şekilde daha yüksektir. Bu sonuçlara göre eğitici tutum, doğru satın alma kararında olduğu gibi bilinçli tüketime yönelik sosyal tüketim üzerinde de pekiştirici bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda; H<sub>1cc</sub> hipotezi kabul edilirken H<sub>1aa</sub>, H<sub>1bb</sub> ve H<sub>1dd</sub> hipotezleri ise reddedilmiştir. Bu sonuçlar da literatürle desteklenmektedir (Şen & Boyraz, 2017; Wisenblit, Priluck, & Pirog, 2013; Mikeska, Harrison, & Carlson, 2017; Lapierre & Rozendaal, 2018). İlgili yazında, bu çalışma bulgularına benzer doğrultuda olan anne-çocuk etkileşimi ve

bunun sonucundaki tüketim alışkanlıklarına yönelik bulgular yer almaktadır (Ersoy vd. 2007; Yücel, 2003).

Çalışmada ayrıca reddedici, baskıcı, eğitici ve koruyucu anne tutumlarının materyalist tüketim üzerindeki etkileri incelenmiştir. Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre anne tutumları, çocukta materyalist tüketimi %10,5 oranında açıklamaktadır. Bu modelde baskıcı ve reddedici tutumlar modelde anlamlı bir şekilde yer almıştır. Reddedici tutum, materyalist tüketimin açıklanmasına daha yüksek katsayılarla katkıda bulunmaktadır. İlgili literatürde de annelerin materyalist tutumu pekiştiren davranışlarına yönelik bulgulara rastlanmaktadır (Clarke, 2008). Bu çalışma bulgularına göre de çocuklarda materyalist tüketimi pekiştiren anne tutumları, baskıcı ve reddedici tutumlar olarak gerçekleşmiştir. Diğer bir ifadeyle, çocuğuna karşı sıkı terbiye kuralları koyan, çocukla ilişkisinde çocuğun değil kendi istekleri ön planda olan, çocuğunu kendi özgürlüğüne engel olarak gören ve çocuk yetiştirmeyi sevmeyen anneler, çocuklarının materyalist tüketim alışkanlığını pekiştirmektedirler. Ayrıca anne tutumları, materyalist tüketimi, diğer tüketim davranışlarına göre daha düşük düzeyde katsayılarla açıklamaktadır. Sonuç olarak, H<sub>2a</sub> ve H<sub>2b</sub> hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuç, literatürle de desteklenmektedir. Bindah ve Othman (2011: 241), ailenin tüketim konusunda baskıcı iletişim tutumu sergilemesi ile gençlerde materyalist eğilimlerin artabileceğini ve gençlerin fikrine önem verildikçe de bu eğilimin azalabileceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte H<sub>2c</sub> ve H<sub>2d</sub> hipotezleri ise red edilmiştir. Bu durumda annelerin materyalist tüketimi azaltmak için çocuklarını sürekli eğitmeleri ya da korumaları yönündeki algılar desteklenememekte, aksine annelerin baskıcı ya da anneliği reddetme tutumu sergilemelerinin materyalizmi tetiklediği söylenebilir. Bu durumda annelerin farklı tutumlarının tüketim yapılarına etkisinin de farklı olduğu düşünülebilir.

Genel olarak hem annenin hem de babanın tutum ve davranışlarının çocukların tüketim davranışlarını yordamada etkili olduğu bildirilmektedir (Can, 2016). Ancak çocukların tüketim davranışları üzerinde hangi ebeveyn tutumlarının daha çok etkiye sahip olduğuna veya hangi ebeveyn tutumunun çocuklarda hangi tüketim davranışını yordadığına yönelik literatürde az çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmada ise öncelikle anne tutumlarının çocuklarda tüketim davranışlarını açıkladığı daha sonra da hangi anne tutumun hangi tüketim davranışını açıkladığı belirlenmiştir. Ayrıca belirli bir tüketim davranışını açıklayan anne tutumlarının katkısı karşılaştırılmış ve hangisinin daha belirleyici olduğu açıklanmıştır. Çalışma bulgularına göre çocukta tüketim davranışını açıklamada eğitici anne tutumu, diğer anne tutumlarına göre daha belirgin bir rol üstlenmektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, sosyal ve materyalist tüketim davranışlarının, anne tutumlarıyla yordanması için kurulan üç regresyon modelinde, bağımsız değişkenlerden en az bir tanesinin bağımlı değişkeni

yordadığı belirlenmiştir. Anne tutumları, doğru satın alma kararını, diğer iki tüketim davranışından daha yüksek düzeyde katsayılarla açıklarken en düşük açıklama düzeyini materyalist tüketimde göstermiştir. Diğer taraftan, materyalist tüketimin açıklanmasında reddedici tutum, doğru satın alma kararının ve bilinçli tüketime yönelik sosyal tüketimin açıklanmasında ise eğitici tutum öne çıkmaktadır. Koruyucu tutum ise sosyal ve materyalist tüketici davranışların yordanması için kurulan modellerin hiçbirinde anlamlı olarak yer almamıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, çalışmanın temel amacını karşilar nitelikte gerçekleşmiştir. İlgili literatürde anne tutumlarının, çocuklarda, birçok psiko-sosyal çıktı üzerinde etkileri olduğuna yönelik bulgular yer almaktadır (Yurduşen, Erol, & Gençöz, 2013; Walters, 2015; Kiani & Nami, 2017; Mikeska, Harrison, & Carlson, 2017; Bilbokaitė, Bilbokaitė-Skiauterienė, & Adamovičė, 2020). Bu çalışma bulgularına göre de okul öncesi gelişim çağında olan çocukların tüketim davranışlarının annenin tutumları doğrultusunda şekillendiği belirlenmiştir. Ayrıca anne tutumlarının niteliğinin değişmesi durumunda çocukların da tüketim davranışlarının değiştiği çalışma bulgularına yansımıştır. Çalışma bulguları diğer bir açıdan değerlendirildiğinde, genel olarak çalışmada eğitici ve koruyucu olarak tanımlanan olumlu anne tutumlarının olumlu tüketim davranışlarına, baskıcı ve reddedici olarak tanımlanan olumsuz anne tutumlarının da olumsuz tüketim davranışlarına sebep olduğu görülmüştür.

Çalışmanın sonuçları itibari ile topluma ve işletmelere katkıları aşağıdaki gibidir:

- Bandırma özelinde böylesine bilimsel bir çalışmanın bulunmaması, çalışmayı ilçe tekelinde sonuçları itibari ile önemli kılmaktadır.
- Annelerin çevre bilinçli tüketim, sosyal ve materyalist tüketim konularında çocuklarını bilgilendirmesi noktasında, özellikle milli eğitim kurumuna katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma sonuçları dikkate alınarak annelere farkındalık eğitimleri verilebilir.
- Çalışmanın anaokullarında çeşitli programlarla anneler için bilinçlendirme eğitimlerinin gerçekleştirilmesi ve kamu spotlarıyla bilgi verilmesi konusunda kaynak oluşturması beklenmektedir.

Çalışmanın sonuçları itibari ile literatüre katkıları ise:

- Türkiye'de bugüne kadar bu konuda yapılmış çok fazla çalışmaya rastlanılmadığı için, araştırmanın materyalist eğilimler ve sosyal tüketici alinyasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
- Annelerin çocuklarına yönelik tutumlarının tüketim toplumunun geleceğini temsil eden çocuklara nasıl yansıdığına tespit edilmesinin, bu konuda çalışma yapacak akademisyenlere fikir vermesi beklenmektedir.

Veri toplama aşamasında pandemi ilan edilmesi ve eğitime ara verilmesi ile istenilen örneklem sayısına ulaşılammıştır. Seçilen örneklerin nüfusu iyi temsil etmemesi riski araştırmanın kısıtlarındandır. Çünkü anaokulu yaşı 5

olmasına rağmen bazı aileler 6 yaşında da çocuklarını anaokuluna göndermektedirler. Bu durum dikkate alınarak, elde edilen sonuçlar Bandırma'nın merkezinde ikamet eden ve okul öncesi dönemde çocuğu olan anneleri kapsayacak niteliktedir. Araştırmanın Türkiye'deki tüm annelere genellenmesi mümkün değildir. Bu durum dikkate alındığında araştırma devam edecek bir araştırma niteliğinde olduğu ve farklı yaş grubundaki çocukların annelerini hem anne hem de baba tutumlarını ve farklı bölgelerden anneleri temsil edecek şekilde gelecek araştırmalar için rahatlıkla tekrarlanabileceği düşünülmektedir. Böylece elde edilen verilerin bölgesel rapor halinde sunulması ve okullarda dağıtılması da sağlanabilir. İlgili yaş grubunda tekrar niteliğinde yapılacak çalışmalarla ne yönde değişimler olduğu da araştırılabilir. Çocuklarda tüketim davranışlarının daha iyi anlaşılması ve açıklanması açısından bu çalışma bulguları da gözetilerek diğer anne tutumlarının etkileri de incelenmelidir. Bu doğrultuda çocuklarda tüketim davranışlarının anlaşılmasında anne tutumlarının rolü de belirlenmiş olacaktır.

#### **Kaynaklar**

- Aktürk F.M. (2015). Çocukları okul öncesi eğitime devam eden (5 yaş grubu) ebeveynlerin ana-baba tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Atabey, D. (2017). Anasınıfına devam eden çocukların annelerinin anne tutumlarının incelenmesi (Çorum ili örneği). *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 145-167.
- Barnett, M. A., Shanahan, L., Deng, M., Haskett, M. E., & Cox, M. J. (2010). Independent and interactive contributions of parenting behaviors and beliefs in the prediction of early childhood behavior problems. *Parenting: Science and Practice*, 10: 43-59.
- Bernstein, D.A., Clarke-Stewart, A., Roy, E.J., & Wickens, C.D. (1997). *Psychology* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Bertol, K. E., Broilo, P. L., Espartel, L. B., & Basso, K. (2017). Young children's influence on family consumer behavior. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 20:4, 452-468.
- Bilbokaitė, R., Bilbokaitė-Skiauterienė, I., & Adamovičė, R. (2020). Assessment of pre-school children achievements: aspect of parental attitude. In *Proceedings of ICERI2020 Conference* (Vol. 9, p. 10th).
- Bilaç, Ö., Önder, A., Kavurma, C., Doğan, Y., Uzunoğlu, G., Isıldar, Y., & Sapmaz, Ş. Y. (2020). Okul öncesi dönemde çocuk psikiyatrisi polikliniğine başvuran çocukların annelerinin tutumlarının, yeterliliklerinin ve bağlanma biçimlerinin değerlendirilmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 23, 83-91.
- Bozyiğit, S. (2013). Çocukların Çevre Bilinçli Tüketici Olarak Sosyalleşmesinde Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Rolü. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çukurova Üniversitesi, Adana



- Bozyiğit, S., & Karaca, Y. (2014). Çocukların tüketim hakkındaki aile iletişimleriyle materyalist eğilimleri ve demografik özellikleri arasındaki ilişki. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014 (2), 56-64.
- Bozyiğit, S., & Madran, C. (2018). Çocukların çevre bilinçli tüketicisi olarak sosyalleşmesinde annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 173-196.
- Can, P. (2016). Aile tarzlarının çocukların tüketiminin şekillenmesindeki rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*. (53), 185-198.
- Cantekin, D., & Gültekin Akduman, G. (2020). Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile çocuklarının duygularını yönetme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 21(1).
- Chakroff, J. (2007),” Parental Mediation Of Advertising and Consumer Communication: The Effectiveness Of Parental Intervention On Young Children’ s Materialistic Attitudes”, Unpublished Doctoral Dissertation, University of The Ohio State
- Chaudhury, S. R., & Hyman, M. (2019). Children’s influence on consumption-related decisions in single-mother families: Research review and Agenda. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1622178.
- Clark, P., Martin, C. & Bush, A. (2001). The effect of role model influence on adolescents’ materialism and marketplace knowledge, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9/4, 27-36
- Clarke, P. (2008). Parental communication patterns and children’s christmas requests. *Journal of Consumer Marketing*, 25(6), 350-360.
- Clarke, P., & McAuley, A. (2010). Parental evaluation of popular brand names given as Christmas gifts and sources of information used in these decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 27(6), 534-542.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2017). Research methods in education. routledge.
- Cotte, J., & Wood, S. L. (2004). Families and innovative consumer behavior: A triadic analysis of sibling and parental influence. *Journal Of Consumer Research*, 31(1), 78-86.
- Dal, N. E., & Dal, V. (2015). Çocukların tüketici olarak sosyalleşme sürecinde TV reklamlarının ve ailenin rolü hakkında teorik bir çalışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 371-388.
- Demir, E. K., & Şendil, G. (2008). Ebeveyn tutum ölçeği (ETÖ). *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(21), 15-25.
- Ersoy, A. F., Ersoy, S. & Demirci, A. (2007). Çocukların tüketim davranışlarına anne babaların etkisi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*. 1(42): 86-101
- Ersoy-Quadir, S. (2012). An analysis of some of the factors behind materialism among university students in Turkey. *Journal of Adult Development*, 19(2), 79-87.

- Ganassali, S. (2019). Status of brands in children's consumption: what letters to santa posted on la poste website tell us. *Psychology & Marketing*, 36(1), 5-14
- 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.
- Gronhoj, A. (2006). Communication about consumption: a family process perspective on 'green' consumer practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 5, 491-503.
- Holden, G. W., & Buck, M. J. (2002). Parental attitudes toward childrearing. In M. H. Bornstein (Ed.), *Handbook of parenting: Being and becoming a parent* (p. 537-562). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- İkinci Ö. (2011). Reklamın büyüyen pazarı çocuk tüketiciler. *Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi*, 522, 66-69.
- Kaur P & Singh R (2006) Children in family purchase decision making in India and the west: A review, *Academy of Marketing Science Review*, 2006 (1).
- Kiani, B., & Nami, M. (2017). A comparative analysis on psychological well-being in mothers of autistic, blind, and normal-functioning children. *Psychology & Neuroscience*, 10(1), 83.
- LeCompte, A., & Özer, S. (1978). Üç sosyoekonomik düzeyde Ankaralı annelerin çocuk yetiştirme tutumları: Bir ölçek uyarlaması. *Psikoloji Dergisi*, 1(1), 5-9.
- Lapierre, M. A., & Rozendaal, E. (2018). Cross-national differences in consumer socialization, development, and behavior: a comparison of children in the United States and the Netherlands. *Journal of Children and Media*, 12(4), 388-405.
- McDougall, J. & Chantrey, D. (2004) The making of tomorrow's consumer. *Young Consumers*, 5 (4), 8-18.
- Mikeska, J., Harrison, R. L., & Carlson, L. (2017). A meta-analysis of parental style and consumer socialization of children. *Journal of Consumer Psychology*, 27(2), 245-256.
- Monna, B. & Gauthier, A. (2008). A review of the literature on the social and economic determinants of parental time. *Journal of Family and Economic Issues*, 12/29, 634-653.
- Özbey, S. (2010). Okul öncesi çocuklarda uyum ve davranış problemleriyle başa çıkmada ailenin rolü. *Aile ve Toplum Dergisi*, 21: 9-18.
- Rose, G. M. (1995). Consumer socialization, parental style and developmental timetables in the United States and Japan. Unpublished doctoral dissertation, University of Oregon, Eugene.
- Sayraç, N. (2016). Aile ve bireysel değerlerin sorumlu tüketim bilinci üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Schaefer, E. S., & Bell, R. Q. (1958). Development of a Parental Attitude Research Instrument. *Child Development*, 29, 339-361.

- Şen, Ş. & Boyraz, E. (2017). Annelik rolü ve çocuk için tüketime yansımaları: kadınların ebeveynlik tutumları ve hedonik tüketim eğilimi üzerine bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 347-370.
- Tocu, R. (2014). Study on the parental beliefs and attitudes towards child rearing and education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 137: 153- 157.
- Ünal, Ö. (2019). Anne-baba-çocuk ilişkisinin çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Walters, G. D. (2015). Maternal dysphoria, maternal attitudes toward parenting, and childhood externalizing behavior as predictors of physical aggression. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 24(7), 825-844.
- Ward, S. (1974). Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1-14.
- Wisnblit, J., Priluck, R., & Pirog, S. (2013). The influence of parental styles on children's consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 30, 320– 327.
- Yalçın, V. (2016). Okul öncesi dönem çocuklarının okula uyum süreci ile ebeveynlerinin çocuk yetiştirme tutumları arasındaki ilişki. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yang, Z., Kim, C., Laroche, M., ve Lee, H. (2014). Parental style and consumer socialization among adolescents: A cross-national investigation. *Journal of Business Research*, 67, 228-236.
- Yurduşen, S., Erol, N., & Gençöz, T. (2013). The effects of parental attitudes and mothers' psychological well-being on the emotional and behavioral problems of their preschool children. *Maternal and child health journal*, 17(1), 68-75.
- Yücel, S. (2003). Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi ve bu sosyalleşme sürecinde ailenin rolüne yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.