

# PARENTS' VIEWS ON CONSCIOUS CONSUMERISM DISPOSITIONS OF PUPILS TAUGHT SOCIAL STUDIES COURSES

(EBEVEYN GÖRÜŞLERİNE GÖRE HAYAT BİLGİSİ EĞİTİMİNİ ALMIŞ  
ÇOCUKLARININ BİLİNÇLİ TÜKETİCİ OLMA DURUMLARI)

Hüseyin POLAT<sup>1</sup>  
Ali ÜNİŞEN<sup>2</sup>

## Abstract

Present study aims to explore parents views on pupils' conscious consumerism dispositions after the pupils were taught social studies courses through 1-3 grades of primary education. The participants of the study consisted of 208 pupils, -120 female and 88 males, attending 4<sup>th</sup> grades of primary school in Adıyaman during 2013-2014 academic year. The participants were chosen from seven primary schools randomly. The study was carried out in a descriptive survey model. The data for the study were collected using "conscious consumerism questionnaire" developed by the researchers. The questionnaire was developed from the attainments prescribed in "dispositions of conscious consumer" of the skill entitled "effective benefaction from sources". The participants scored 120,61 average conscious consumerism disposition points out of maximum 150. The participants scored relatively lower averages in defining and practicing distinguishing characteristics of conscious consumer, reflecting on the relation between commercials and consumers' rights and awareness how commercials manipulated their opinions respectively. The higher academic achievement they had in previous grades, social science courses and current class, the higher averages they were found to obtain. Parents' perception of the schools' general performance had a significant relation with conscious consumerism disposition as well. The variables such as number of children in the family, average income of the family, participant students' gender were found not to be significant in determining characteristics of conscious consumer. The perception of one of the parents his/her partner as a conscious consumer was found to be a significant variable in grading pupils as conscious consumer. Certain suggestions were made in the light of the findings.

**Keywords:** Conscious consumerism disposition, social science program, conscious consumer.

## ÖZET

Bu araştırmanın amacı Hayat Bilgisi dersi programı yoluyla öğrencilerin, ilköğretim 1 -3. sınıf eğitimleri sonunda bilinçli tüketici olma ile ilgili edinmeleri gereken kazanımları öğrencilerin ebeveynlerinin görüşlerine göre ortaya koymaktır. Araştırmanın çalışma grubunu 2013-2014 eğitim öğretim yılında Adıyaman Merkez ilçedeki öğrenim gören 120'si kız, 88'i erkek olmak üzere toplam 208 ilköğretim öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma, 7 ilköğretimde rastgele belirlenmiş örneklem ile betimleyici tarama modelinde yürütülmüştür. Araştırmanın verilerini toplamak için, araştırmacılar tarafından geliştirilen, 2009 hayat Bilgisi dersi programının, kaynakları etkili kullanma becerisinin bilinçli tüketici olma boyutundaki kazanımları dikkate alan "bilinçli tüketici olma" anket formu kullanılmıştır. Bulgulara göre, öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları 150 üzerinden 120,61 bulunmuştur. Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları en çok bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama boyutunda ile reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma, reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma boyutlarında göreceli olarak daha düşük çıkmıştır. Öğrencilerin sınıf, hayat bilgisi dersi, genel okul başarısı ile velinin okulu başarılı olarak algılaması arttıkça bilinçli tüketici olma puanları da artmıştır. Ebeveynlerin sahip oldukları çocuk sayısı, ailenin ekonomik geliri, öğrencilerin cinsiyeti ile öğrencilerin bilinçli tüketici olma düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak ebeveynlerden birinin diğerini bilinçli tüketici olarak tanımlaması, ebeveynin çocuklarının okullarını başarılı algılaması çocukların bilinçli tüketici olmalarında anlamlı bir farklılığa yol açtığı görülmüştür. Bulgular ışığında bazı öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bilinçli tüketici olma, Hayat Bilgisi dersi programı, bilinçli tüketici.

<sup>1</sup> Adıyaman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, [hpolat@adiyaman.edu.tr](mailto:hpolat@adiyaman.edu.tr)

<sup>2</sup> Adıyaman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, [aliunisen@hotmail.com](mailto:aliunisen@hotmail.com)

## Summary

### Introduction

Humanity experienced hunting, industrial and information ages which can be described as nomadic life, settled, modern and post-modern as well. The way in meeting the basic requirements, which began with bartering, is thought to have significant effect on their consuming behaviors.

Rapid population growth starting from the 19<sup>th</sup> century inspired the human that the resources were not unlimited either on country basis or globally. That compelled the countries to develop policies to preserve the local and global environment and resources through training conscious consumers. The policies developed were integrated into school curriculum through various subjects mainly in context of citizenry education. Conscious consumer education is defined as gaining skills and knowledge needed by an individual in a consumer society efficiently enough to benefit from the opportunities presented in the market (OECD, 2009:8). Consumer rights are under the insurance of law, as is the case in Turkey as well. The constitution (article.179) requires protecting and informing the consumers besides Consumer Protection Law introduced in 2013. The mentioned law prescribes the activities to be carried in learning environments in coordination with the Ministry of Education, too.

With the enforcement of the laws related, consumer education starts at primary level in Turkey within social studies lesson. The curriculum of the 1-3 grades social sciences lesson covers effective use of resources, using time, money and materials, being conscious consumers, developing environmental consciousness, planning and productions skills. Being conscious consumers is described in terms of namely;

- Using electric and water resources etc. prudentially
- Being aware of their rights as consumers
- Being aware of how to enjoy their rights and where to apply when infringed
- Constructing the relation between commercials and consumers' rights
- Being aware of how the consumers are manipulated through commercials
- Prioritizing the essentials while shopping according to their budgets
- Knowing and applying the characteristics of conscious consumers
- Determining their requirements in advance and listing them according their priority
- Keeping the items purchased clean , neatly and well
- Being prudent
- Making weekly, monthly budget with their pocket money
- Avoiding wasting money
- Caring their food and beverages
- Avoiding buying food unconcealed
- Preferring milk, ayran and natural juices rather than fizzy beverages
- Avoiding junk food as much as possible
- Having their lunch bag prepared at home (MEB, 2009).

The presents study aims to examine the consciousness levels of primary school pupils as consumers following their attendance to 1-3 according to their parents. The study was carried out in survey model.

The population of the study comprised of 4<sup>th</sup> grade pupils attending primary school in Adiyaman provincial district in 2013-14 academic year, and seven randomly determined 4<sup>th</sup> grades of seven primary schools, which also were determined randomly, made the sampling group. The sampling included 120 female and 88 male pupils, totaling 208.

Data for the study was collected with “Conscious Consumer Questionnaire”, which was developed by the researchers through examination of the social science curriculum and literature related. In the light of the examinations the questionnaire was designed as having 30 items, comprised of five dimensions. The parents assessed their children as conscious consumers such as “Always (5), Usually (4), Sometimes (3), Rarely (2), Never (1)” based on their personal observations. All the points a given pupil assessed by was his/her parent was summed up as “conscious consumer total point”.

The data was analyzed in Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). *t*-tests were conducted for whether the questioner was filled in by father or mother and the pupils’ gender, and ANOVA tests were conducted for the variables such as pupils’ previous academic achievement, their academic achievement in social science lesson, their current achievement, number of the children in the family, economical situation of the family and how the parents describe each other as a conscious consumer.

The pupils scored 120,61 out of 150 as conscious consumers according to their parents views. Conscious consuming is evaluated under five dimensions in social science lesson curriculum. This average constituted of 25,25/30 from “Using electric and water resources prudentially”; 8,16/10 from “being aware of their rights as consumers and know where to apply in case of infringement”; 18,92/25 from “Constructing the relation between commercials and consumers’ rights and being aware of how the consumers are manipulated through commercials”; 4,15/5 from “prioritizing their essential requirement while planning their budget”; and 64,13/80 from “Knowing and applying the characteristics of conscious consumers”.

According to their parents’ views, gender was not observed to be a significant variable on pupils’ consuming consciousness. The higher grade, the higher achievement in academic achievement in social science lesson, current and previous general achievement, the higher total average points the pupil received. No significant relations were found between the conscious consuming and familial monthly incomes, whether the questionnaires were filled in by father or mother and number of the children the family had.

In the light of the findings, we can conclude that pupils’ conscious consuming situations were observed to still persist in the 4<sup>th</sup> class following the trainings in 1-3 classes in social sciences lessons.

## GİRİŞ

İnsanlığın avcılık, tarım, sanayi ve bilgi çağları, göçerlik, yerleşik hayat, modern ve post modern çağ olarak da nitelendirilebilir. Bu çağlar arasındaki belirgin farklılık muhtemelen takas ile başlayan temel ihtiyaçların giderilmesine yönelik tüketim anlayışının satın almanın keşfi ile biriktirmeye, estetiğe yönelik hızlı geçiştir.

1000 yılında 310 milyonluk dünya nüfusu, sonraki bin yılda 2 milyar 500 bine sıçrarken, 1950 yılında 6 milyara, izleyen 10 yılda ise 6 milyar 900 milyona ulaşmıştır (<http://www.eba.gov.tr/>). 2050 yılında ise dünya nüfusunun 9 milyar 200 milyon olacağı tahmin edilmektedir (<https://sustainabledevelopment.un.org/>).

Özellikle 19. yy ve sonrasındaki hızlı dünya nüfusu artışı, ülkelerin ve nihayetinde dünyanın sınırsız kaynaklarının olmadığı fikrinin de yükselmesine yol açmıştır. Ülkeler yerel ve küresel düzeyde çevre ve kaynaklarını korumak için politikalara geliştirmek zorunda kalmışlardır.

1987, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun bizim ortak geleceğimiz raporunda; insanlığın bugün ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılamayı tehlikeye sokmadan sürdürülebilir bir kalkınmaya ihtiyacı olduğu ortaya konulmuştur (<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>). Tüketim günümüzde bireyin kendi ihtiyaçlarını gidermekten daha ciddi bir boyutta ve küresel bir ilgi alanı olmuştur. Birey ve toplumların kendileri ve gelecek kuşaklar için sürdürülebilir bir tüketimin ancak bilinçli tüketimle mümkün olacağı ortaya çıkmıştır.

Tüketim kavramını bu denli önemli kılan şey; iş dünyası, devlet yöneticileri, eğitimciler ve bireylerin özne olduklarında bu kavrama yüklenen anlamın değişmesidir. Örneğin; iş dünyası maksimum karlılık için tüketen bireyle, toplumlar ve kurumları arzu ederken, devlet, dış ticaret açığının oluşmaması ve enflasyonun artması ihtimali ile tüketimi dengede tutmak zorundadır. Devlet aynı zamanda elindeki örgün eğitim kanallarıyla bilinçli tüketiciler yetiştirmek istemektedir.

Günümüzde okulların, eğitilmiş bireyler, iyi vatandaş yetiştirme görevlerine bilinçli tüketici yetiştirme amacı da eklenmiş durumdadır. Tüketici eğitimi İktisadi Kalkınma ve İşbirliği örgütüne göre (OECD, 2009:8) günümüz karmaşık pazarında tüketicilere sunulan imkân ve fırsatlardan bireylerin uygun şekilde istifade edebilmeleri için ihtiyaç duydukları beceri, bilgi ve anlayışı edinme süreci olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu tanım daha çok 1940'lı yılların "bireysel ekonomi" ve "ekonomik okuryazarlık" eğitimi yaklaşımları (Spring, 2003:135) üzerine kuruludur. Daha fonksiyonel olarak tüketici eğitimi, bireylere, ürünler üzerinde kritik yapabilen, analiz yeteneklerini kullanabilen (Babaoğlu & Altıok, 2010), tüketim toplumunda yaşamak içine gerekli beceri, tutum, bilgi, anlayış (Knights, 2000), değer ve sosyal sorumluluk kazandırma, tüketici olarak haklarını hatırlatma (Singh, 1991) ürün ve hizmet satın alma hakkında bilinçli kararlar için becerilerini geliştirme (US Department of Education, 1980; akt. Victorian Government, 2003) olarak tanımlanmaktadır.

Ülkemizin 1985 yılından beri taraf olduğu, Birleşmiş Milletler Tüketici Hakları Evrensel Beyanname'si'ne göre, hükümetler; tüketici eğitimini (m.2), ilgili

halkın kültürel geleneklerini de göz önüne alarak, genel tüketici eğilim ve bilinçlendirme programlarının geliştirilmesini sağlama ve teşvik etme (m.31), tüketici eğitimi, müsait olduğunda öğrenim sisteminin temel müfredatının tercihen mevcut konuların bölünmez bir parçası haline getirmelerini (m.32) sağlamalıdır (http://www.tukcev.org.tr/mevzuat/tuketici-mevzuati/birlesmis-milletler-tuketici-haklari-evrensel-bildirgesi).

Anayasamızda, “devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin koruyucu girişimlerin teşvik eder” (m.179) hükmü ve 2013 yılında kabul edilen, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da; tüketicinin bilinçlendirilmesi konusunda; tüketicinin eğitilmesi konusunda örgün ve yaygın eğitim kurumlarının ders programlarına, Bakanlığın görüşü alınarak Milli Eğitim Bakanlığınca gerekli ilaveler yapılır (m.59) denilmektedir. İlgili maddenin ikinci paragrafında da, ülke genelinde yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarının 08.00-22.00 saatleri arasında, ayda on beş dakikadan az olmamak üzere tüketicinin bilinçlendirilmesi amacıyla yayınlar yapmak zorunda olduğu, yapılan yayınların tarih, saat, süre ve içerik bilgileri liste hâlinde her ay düzenli olarak Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna bildirileceği, bu saatler dışında yapılan yayınlar, aylık on beş dakikalık süreye dâhil edilemeyeceği, bu sürelerin de, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından denetlenip ve sonuçlarının Bakanlığa bildirileceği belirtilmektedir (Resmi Gazete, 28/112013, K.No:6502, m.59).

Birleşmiş Milletler Teşkilatı üye ülkelerin 1985’te oy birliğiyle kabul ettiği Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar isimli Deklarasyon ’un başlıklarından biri de “temsil edilme Hakkı’dır. Temsil edilme hakkı “Tüketicilerin hak ve çıkarlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak çeşitli kurum ve kuruluşlarca alınan kararlara örgütleri aracılığı ile demokratik biçimde katılmaları” olarak açıklanmaktadır. Bu hükümler ve Anayasamızın 179. maddesi, ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Kanunu çerçevesinde ülkemizde; Tüketiciyi Koruma Derneği (TÜKODER), Tüketici Hakları Derneği (THD), Tüketiciyi Koruma ve Dayanışma Birliği Derneği (TÜKO-BİR), Tüketiciler Birliği, Tüketicileri Koruma Derneği (TÜKDER), Tüketici Bilincini Geliştirme Derneği (TÜBİDER), Tüketiciler Derneği (TÜDER), Tüm Tüketicileri Koruma Derneği (TTKD), Tüketici Hakları Merkezi (TÜ-MER), Tüketici Eğitimi ve Yardımlaşma Derneği (TÜKEYDER), Tüketiciyi Koruma ve Savunma Derneği (TÜRKSAYDER) gibi 2015 yılı itibarıyla toplam 74 dernek sivil toplum kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir.

Tüketici eğitimi, ilgili kanunların güvencesi ile örgün eğitim sistemimizin zorunlu ilk basamağı olan ilkokul kademesinde Hayat Bilgisi dersi programı ile başlamaktadır. Milli eğitim bakanlığı, program geliştirme çalışmalarının katılımcılık ilkesine dayalı ve hızlı sosyal değişme süreçlerini yaşayan toplumların kendi eğitim sistemlerini küresel rekabete karşı sürekli canlı tutma hedefi açısından bir zorunluluk sonucu olarak Hayat Bilgisi Dersi (1-3. Sınıf) programını değiştirmiştir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB],T.T.K., 14/05/2009, 70 sayılı karar). Yeni program; Dersin programı hakkında bilgilerin verildiği, giriş, programın vizyonu, temel yaklaşımı ve yapısı, öğrenme-öğretme süreci, ölçme ve

değerlendirme alt başlıklarından oluşan ilk bölüm; ilk bölümde açıklanan özelliklere uygun olarak geliştirilen ve 1, 2, ve 3. sınıflarda ortak olan “Okul Heyecanım”, “Benim Eşsiz Yuvam”, “Dün, Bugün, Yarın” temalarının yer aldığı ikinci bölüm ve kaynakçanın yer aldığı üç bölümden oluşmaktadır ( MEB, 2009).

Hayat Bilgisi Dersi programında, ilkokul 1-3. sınıf öğrencilerinin kazanmasını beklediği beceriler; Eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, araştırma, iletişim, problem çözme, bilgi teknolojilerini kullanma, girişimcilik, Türkçeyi doğru etkili ve güzel kullanma, karar verme, kaynakları etkili kullanma, güvenlik ve korunmayı sağlama, öz yönetim, bilimin temel kavramlarını tanıma ve temalarla ilgili temel kavramları tanıma olarak belirtilmiştir (MEB, 2009).

Öğrencilerin kaynakları etkili kullanma becerisi ile; zaman, para ve materyal kullanma, bilinçli tüketici olma, çevre bilinci geliştirme ve çevredeki kaynakları etkili kullanma, planlama ve üretim becerileri edinmesi hedeflenmektedir. Öğrencilerin bilinçli tüketici olma ile ilgili beceriler ise;

- Elektrik, su vb. kaynakları tutumlu kullanma
- Tüketici olarak belli haklara sahip olduğunu kavrama
- Haklarını nasıl kullanacağını ve hakları ihlâl edildiğinde kime/nereye başvurabileceğini açıklama
- Reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma
- Reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma
- Tüketim yaparken bütçesine göre ihtiyaçlarına öncelik verme
- Bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama
  - İhtiyaçlarını önceden tespit etme ve önem sırasına göre sıralayarak liste yapma
  - Satın alınan ürünleri temiz, düzgün kullanma ve iyi saklama
  - Tutumlu olma
  - Verilen harçlıklarla haftalık, aylık bütçeler yapma
  - Gereksiz yere para harcamama
  - Yiyecek ve içecekler özen gösterme
  - Açıkta satılan yiyeceklerden uzak durma
  - Gazlı içecekler yerine mümkün olduğu kadar süt, ayran ve doğal meyve sularını tercih etme
  - Çok fazla abur-cubur tüketmeme
  - Beslenme çantasına evde hazırlanmış doğal gıdalar ve taze meyve koyma, olarak belirlenmiştir ( MEB,2009).

**Tablo 1. Kaynakları Etkili Kullanma Becerisi Kazanımları**

Sınıf	Tema		
	Okul Heyecanım	Benim Eşsiz Yuvam	Dün, Bugün, Yarın
1	A.1.38.Okuldaki kaynakların neden bilinçli tüketilmesi gerektiğini açıklar.		
2	A.2.27.Okuldaki kaynakları bilinçli tüketmenin önemini açıklar.	B.2.28.Sınıfta, insanların niçin tasarruf yaptıklarını araştırır ve yeterli para biriktirinceye kadar isteklerini erteler.	
3	B.3.16.Kişisel bakımını yaparken kaynakları tutumlu kullanır. *	B.2.31.Evdeki kaynakları bilinçli olarak tüketir. B.3.25.Kaynakları bilinçli olarak tüketmenin aile bütçesine katkısını açıklayan çeşitli etkinliklerde bulunur.*	
		B.3.27.İnsanların nelerden ve nasıl tasarruf edebildiklerini araştırır.*	

\*MEB, Talim ve Terbiye Kurulu, 27.01.2014 tarih ve sayı:7 ile 2014-2015 öğretim yılından itibaren uygulanmak üzere programdan çıkarılmıştır.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, Hayat Bilgisi dersi programında bilinçli tüketici olma becerisi ile ilgili kazanımlar; Okuldaki kaynakların neden bilinçli tüketilmesi gerektiğini açıklar, Okuldaki kaynakları bilinçli tüketmenin önemini açıklar, insanların niçin tasarruf yaptıklarını araştırır ve yeterli para biriktirinceye kadar isteklerini erteler ve evdeki kaynakları bilinçli olarak tüketir şeklinde yer almaktadır. 3. Sınıf kazanımları olan, kişisel bakımını yaparken kaynakları tutumlu kullanır, kaynakları bilinçli olarak tüketmenin aile bütçesine katkısını açıklayan çeşitli etkinliklerde bulunur ve insanların nelerden ve nasıl tasarruf edebildiklerini araştırır kazanımları ise programdan çıkarılmıştır.

Hayat bilgisi öğretimi ders programını ve kazanımlarını göz önüne aldığımızda bilinçli tüketici öğrenci; “tüketici olarak haklarını ve haklarının ihlalinde ne yapacağını bilen, ihtiyaçlarını bütçesine göre, öncelik ve önem sırasına koyabilen, reklamlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olan, yiyecek ve içeceklerin seçiminde sağlıklı ve doğal beslenmeye özen gösteren, aldığı ürünleri ve kaynaklarını tutumlu kullanan” olarak tanımlanabilir.

Bilinçli tüketim ve tüketici konu merkezli olmak üzere son yıllarda; tüketici hakları (Durgun, 2007; Karagöz, 2009; Kayalı, 2008; Öziyici, 2002; Şengül 2011; Üçöz, 2012, tüketim, tüketici ile reklam ilişkisi üzerine (Akbulut, 2006; Akbülbul, 2002; Aydoğan, 2014; Koçoğlu, 2014; Sürgüç, 2006; Temizer, 2002; Vardarlı, 2014; Yapıcıoğlu, 2014; Zeylan, 2011), tüketim alışkanlığı (Övünç, 2004; Tutumlu, 2011), tüketici davranışları (Ertop, 2008; Karabaş, 2011; Poyraz, 2014; Seyidov, 2013; Telci, 2010) çalışmaları yapılmıştır.

Örgün eğitimin çeşitli kademelerinde ise, bilinçli tüketim konusunda; ders kitaplarında yer alan tüketici hakları, tüketim ve reklam ilişkisi, çocuk tüketicilerin

marka simgelerini algılama durumları, öğrencilerin tüketim alışkanlıkları, tüketici davranışları, öğrencilerin bilinçli tüketicilik düzeyi, sağlıklı beslenme ve tüketim, tüketimi etkileyen faktörler, çevre bilinçli tüketici, çocukların tüketici olarak sosyalleşme süreci (Akbülbul, 2012; Altıok, 2010; Arslan, 2010; Bozyiğit, 2013; Çakır, 2013; Ay, 2006; Ersoy, Demirci, Ersoy-Quadir & Sariabdullahoğlu, 2009; Kepenekçi & Ökdem, 2013; Madran & Bozyiğit, 2013; Malbeleği & Sağlam, 2013; Sağlam, 2010; Sert, 2002) çalışmaları görülmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Hayat Bilgisi dersi programı yoluyla öğrencilerin, ilkökul 1 -3. sınıf eğitimleri sonunda bilinçli tüketici olma ile ilgili edinmeleri gereken kazanımları öğrenci ebeveynlerinin görüşlerine göre ortaya koymaktır.

Bu çalışmanın yapıldığı dönemde, hayat bilgisi 3. Sınıf ders programda yer bilinçli tüketici ile ilgili kazanımlar daha sonra programdan çıkarılmıştır. Bu kazanımlar ile ilgili elimizdeki veriler kazanımların çıkarılma nedeni ile ilgili bir fikir oluşturması açısından da önem arz edebilir.

## YÖNTEM

İlkokul öğrencilerinin bilinçli tüketicilik durumlarının belirlenmesine yönelik bu araştırma betimleyici tarama modelinde yürütülmüştür. Bu modelde belli bir zaman diliminde var olan durumu tasvir, halihazırdaki durumu kıyaslayacak standartları belirlemek veya yaşanan spesifik durumlar arasındaki ilişkileri tespit etmek amaçlanır (Cohen, Manion, & Morrison, 2007, p. 205). Araştırma konusu olay, birey ya da nesne, kendi şartlarında ve olduğu gibi tanımlanır; herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Karasar, 2000:77).

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Adıyaman Merkez ilçedeki ilkökul 4.sınıf öğrencileri, örneklemine ise rastgele örneklemle seçilmiş 7 ilkökuldan, yine rastgele belirlenmiş birer 4. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemde 120'si kız, 88'i erkek olmak üzere toplam 208 ilkökul 4. Sınıf öğrencisi bulunmaktadır.

### Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada ilkökul 1-3. sınıfı başarı ile bitiren öğrencilerin kademedeki aldıkları hayat bilgisi dersinin bilinçli tüketici olma becerisi ile ilgili kazanımlarının gerçekleşme düzeyini, bu öğrencilerin ebeveynlerinin görüşlerine başvurarak belirlemeye çalışılmıştır.

2009 Hayat bilgisi dersi programında “kaynakları etkili kullanma” becerisinin boyutlarından biri olarak “bilinçli tüketici olma” becerisi için yedi boyut yer almaktadır. Araştırmacılar tarafından program ve literatür taramasına dayanarak bu yedi alt boyut, bazı boyutlar birleştirilerek beş alt boyut olarak 30 maddeden oluşan bir “bilinçli tüketici olma” anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formunun alt boyutları ve maddelerin dağılımı şu şekilde olmuştur:



**Tablo 2. Bilinçli Tüketici Olma Boyutları**

Bilinçli Tüketici Olma Boyutları	Madde Sayısı
1.Elektrik, su vb. kaynakları tutumlu kullanma	6 madde
2.Tüketici olarak belli haklara sahip olduğunu kavrama Haklarını nasıl kullanacağını ve hakları ihlâl edildiğinde kime/nereye başvurabileceğini açıklama	2 madde
3.Reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma Reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma	5 madde
4.Tüketim yaparken bütçesine göre ihtiyaçlarına öncelik verme	1 madde
5.Bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama	16 madde

Ebeveynlerin çocuklarını tanıması, tüketici davranışlarını gözleme fırsatlarının öğretmenlerden daha fazla olması ve öğrencilerin de bilinçli tüketicilik ile ilgili sorulara önceki sınıflarda aldığı bu konudaki bilgilerini kullanarak olması gereken cevabı vermeye çalışacakları varsayımı ile bu çalışmamızda öğrencilerin bilinçli tüketicilik düzeyleri ebeveynlerinin görüşlerine göre ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Öğrenciler örgün eğitimde, ilkokulun ilk üç sınıfında hayat bilgisi dersinde kaynakları etkili kullanma becerisinin bir alt boyutunda bir beceri alanı olarak bilinçli tüketici olma ile ilgili kazanımlar edinmeye çalışıyorlar. Nihayetinde ilkokulun ilk üç sınıfını ve hayat bilgisi dersini başarı ile bitirdiklerinde öğrencilerin bilinçli tüketici olma ile ilgili kazanımları da edinmiş olmaları beklenir.

Ebeveynler Tablo 2'deki bilinçli tüketici olma ile ilgili beş boyut ile ilgili hazırlanan 30 maddelik "bilinçli tüketici olma" anket formundaki her maddeyi, çocuklarının tüketici davranışları gözlemlerine göre en yüksek olumlu düzeyde "her zaman (5)", "genellikle (4)", "ara sıra (3)", "pek az (2)", "hiçbir zaman (1)" olmak üzere değerlendirmeleri istendi.

"Bilinçli tüketici olma" anket formundaki, tüketici olarak belli haklara sahip olduğunu kavrama, haklarını nasıl kullanacağını ve hakları ihlâl edildiğinde kime/nereye başvurabileceğini açıklama boyutunda yer alan "Çocuğum satın alınan bir mal bozuk ya da hatalı ise fişi ile birlikte iade edileceğini bilir" ve "çocuğum bozuk ya da hatalı malı almak istemeyen satıcıyı tüketici haklarını koruyan kuruluşa şikâyet edeceğini bilir" maddesinde; "evet" cevabı 5, "hayır" cevabı 0, "bilmiyorum" cevabı ise 3 puan ile değerlendirilmiştir.

Ebeveynlerin çocuklarının bilinçli tüketici olma ile ilgili görüşlerine göre, öğrencilerin beş boyuttaki bilinçli tüketici olma puanları toplanarak, "bilinçli tüketici olma puanı elde edilmiştir.

**Tablo 3. Bilinçli Tüketici Olma Puanı**

<i>Bilinçli Tüketici Olma Puanı</i>					
	n	Min.	Mak.	x	sd
1.Elektrik, su vb. kaynakları tutumlu kullanma	208	10	30	25,25	4,51
2.Tüketici olarak belli haklara sahip olduğunu kavrama Haklarını nasıl kullanacağını ve hakları ihlâl edildiğinde kime/nereye başvurabileceğini açıklama	208	0	10	8,16	2,71
3.Reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma Reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma	208	8	25	18,92	4,23
4.Tüketim yaparken bütçesine göre ihtiyaçlarına öncelik verme	208	1	5	4,15	1,07
5.Bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama	208	30	80	64,13	11,14
<b>Bilinçli Tüketici Olma Puanı</b>	<b>208</b>	<b>49</b>	<b>150</b>	<b>120,61</b>	

Veri toplama aracının pilot uygulaması 33 maddelik aday anketle ve 90 katılımcı ile yapılmış, uygulama sonucunda aracın güvenirliği (Cronbach's  $\alpha$ ) ,87 bulunmuştur.

Araştırma verilerini toplamada kullanılan araç aday ölçekte yapılan değişikliklerle 30 maddeye düşürülmüş ve örneklemdaki 208 katılımcıya uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan aracın güvenirliği (Cronbach's  $\alpha$ ) ,91 olarak tespit edilmiştir.

### Verilerin Analizi

Ebeveynlerin görüşlerine göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları bulunmuştur. Öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanlarının, değerlendirmeyi yapan ebeveynin anne ya da baba olma ve çocuğun cinsiyeti değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek için bağımsız gruplar t-Testi, öğrencilerin daha önceki sınıf (1-3.) başarısı, hayat bilgisi dersi başarısı, okullarının başarısı, okullarının başarısını tanımlama, şimdiki okul başarısı, ailedeki çocuk sayısı, ailenin ekonomik geliri ve ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini tanımlama değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Veriler Sosyal Bilimler İstatistik yazılımı (SPSS v.21) ile analiz edilmiştir.

## BULGULAR

**Tablo 4. Ebeveyn ve Hakkında Görüş Belirtilen Öğrencisinin Cinsiyeti Değişkenleri için Frekans ve Yüzde Değerleri**

		f	%
Ebeveyn	Anne	124	59,6
	Baba	84	40,4
	<b>Toplam</b>	<b>208</b>	<b>100</b>
Ebeveynin Çocuğu/Öğrencisinin Cinsiyeti	Kız	120	57,7
	Erkek	88	42,3
	<b>Toplam</b>	<b>208</b>	<b>100</b>

Tablo 4’de görüldüğü gibi, örneklem grubumuzu oluşturan 124 ebeveynin % 59,6’sı (n=124) annelerden; %40,4’ü ise babalardan oluşmaktadır. Ebeveynlerin bilinçli tüketici durumları hakkında görüş belirttikleri çocukların/öğrencilerin %57,7’si kızlardan ve %42,3’ü ise erkeklerden oluşmaktadır.

**Tablo 5: Ebeveyn Görüşlerine göre Çocuğunun Sınıf (1-3.) Başarısı, Hayat Bilgisi Dersi Başarı, Okullarının Başarısı ve Okullarını Tanımı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

	Öğrencilerin Sınıf (1-3.) Başarısı		Öğrencilerin (1-3. Sınıf) Hayat Bilgisi Dersi Başarısı		Ebeveynlerin Çocuklarının (1-3. Sınıf) Okullarını Tanımı		Ebeveynlerin Çocuklarının Şimdiki Okul Başarısı	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Kötü</b>	3	1,4					4	1,9
<b>Normal</b>	17	8,2	18	8,7	27	13	23	11,1
<b>İyi</b>	60	28,8	51	24,5	75	36,1	81	38,9
<b>Çok İyi</b>	128	61,5	139	66,8	106	51	100	48,1
<b>Toplam</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>208</b>	<b>100</b>

Tablo 5’te görüldüğü gibi, ebeveynler çocuklarının/öğrencilerinin, sınıf (1-3.) başarılarını; %61,5’i çok iyi, %28,8’i iyi, %8,2’si normal ve % 1,4’ü ise kötü olduğunu belirtmişlerdir. Çocuklarının/öğrencilerinin (1-3. sınıf) hayat bilgisi dersi başarılarını; %66,8’i çok iyi, %24,5’i iyi ve %8,7’si normal olduğunu belirtmişlerdir. Ebeveynler çocuklarının (1-3. Sınıf) okullarını; %51’i çok iyi, %36,1’i iyi ve %13’ü normal olarak tanımlamışlardır. Ebeveynlerin görüşlerine göre, çocuklarının/öğrencilerinin hayat bilgisi dersi başarıları, sınıf (1-3.) başarılarından daha yüksek olmasına rağmen çocuklarının/öğrencilerinin okullarını da daha düşük düzeyde olumlu tanımlamışlardır. Ebeveynler, çocuklarının şimdiki okul başarılarını; %48,1’i çok iyi, %38,9’u iyi, %11,1 ise kötü olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5’te de görüleceği gibi ebeveynler çocuklarının/öğrencilerinin sınıf (1-3.) ve hayat bilgisi dersi başarılarını (1-3.sınıf) okulun genel başarılarından daha olumlu tanımlamışlardır. Öğrencilerinin/çocuklarının şimdiki okul başarılarını da önceki (1-3.sınıf) okul başarılarından daha düşük olduğunu belirtmişlerdir.

**Tablo 6: Ebeveynlerin Ekonomik Gelirlerini Tanımı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri**

	f	%
<b>Kötü</b>	24	11,5
<b>Normal</b>	120	57,7
<b>İyi</b>	58	27,9
<b>Çok İyi</b>	6	2,9
<b>Toplam</b>	<b>208</b>	<b>100,0</b>

Tablo 6’da görüleceği gibi, ebeveynler ekonomik gelirlerini sırasıyla en çok; %57,7’i normal, %27,9 iyi, %11,5 kötü ve %2,9 çok iyi olarak tanımlamışlardır. Buna göre araştırmamıza katılan ebeveynlerin çoğunluğu ekonomik gelirlerini normal tanımlamışlardır.

**Tablo 7. Eşlerin Diğerinin Bilinçli Tüketici Olarak Tanımı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri**

	f	%
Kötü	5	2,4
Normal	27	13,0
İyi	63	30,3
Çok İyi	113	54,3
Toplam	208	100,0

Tablo 7'ye göre, ebeveynlerden biri diğerinin bilinçli tüketici düzeyini sırasıyla en çok; %54,3 çok iyi, %30,3 iyi, %13 normal ve %2,4 kötü olarak tanımlamıştır. Buna göre araştırmamıza katılan ebeveynler, eşlerinin bilinçli tüketici düzeyini çok iyi ve iyi olarak tanımlamışlardır. Bu durumda ebeveynler çocukları için bilinçli tüketiciler olarak rol model olma ihtimali yüksektir.

**Tablo 8. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ebeveynin Anne veya Baba Olması Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t testi Sonuçları**

Ebeveyn	n	$\bar{X}$	ss	Sh	t Testi		
					t	Sd	p
Anne	124	123,048	17,495	1,571	2,11	206	,036
Baba	84	117,619	19,207	2,096			

Tablo 8'de görüldüğü gibi, ebeveynin çocuklarının/öğrencilerinin bilinçli tüketici olma durumunun ebeveynin anne ya da baba olma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t-testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=2,11$ ;  $p<.05$ ). Söz konusu farklılık annelerin lehine gerçekleşmiştir. Buna göre anneler babalara göre çocuklarının daha yüksek düzeyde bilinçli tüketici olduklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 9. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencinin Cinsiyetine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t testi Sonuçları**

Çocuk	n	$\bar{X}$	ss	Sh	t Testi		
					t	Sd	p
Kız	120	122,942	18,531	1,692	1,93	206	,055
Erkek	88	118,011	17,825	1,900			

Tablo 9'da görüldüğü gibi, ebeveynin çocuklarının/öğrencilerinin bilinçli tüketici olma durumlarının, öğrencinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t-testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır ( $t=1,93$ ;  $p>.05$ ). Buna göre çocukların kız ya da erkek olması bilinçli tüketici puanlarında anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır. Öğrenci cinsiyetinin bilinçli tüketici olmada bir faktör olmadığı söylenebilir.

**Tablo 10a. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Önceki Sınıf (1-3.) Başarısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kötü	3	96,66	19,55	G.Arası	7778,427	3	2592,809		
Normal	17	105,00	21,22	G.İçi	61963,246	204	303,741		
İyi	60	119,10	17,96	Toplam		207		8,536	,000
Çok İyi	128	124,35	16,59						
Toplam	208	120,86	18,36						

(LF=,801;05)

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanlarının öğrencilerin önceki sınıf (1-3.) başarısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, görüldüğü gibi (Tablo 10a) öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=8,536$ ;  $p<,05$ ). Belirlenen anlamlı farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir.

Yapılan Levene's testi ile grup dağılımları varyanslarının homojen olduğu saptanmıştır (LF=,801;  $p<,05$ ). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir.

**Tablo 10b. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Önceki Sınıf (1-3.) Başarısı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonrası post-Hoc Scheffe Testi Sonuçları**

(I) Başarı	(J) Başarı	Ort. Far.			Scheffe
		(I-J)	<i>Sh</i>	<i>p</i>	
Kötü	Normal	-8,333	10,914	,900	Normal-İyi*
	İyi	-22,433	10,314	,196	Normal-Çok İyi*
	Çok İyi	-27,685	10,179	,063	
Normal	Kötü	8,333	10,914	,900	
	İyi	-14,100*	4,789	,037	
	Çok İyi	-19,352*	4,499	,000	
İyi	Kötü	22,433	10,311	,196	
	Normal	14,100*	4,789	,037	
	Çok İyi	-5,252	2,727	,298	
Çok İyi	Kötü	27,685	10,179	,063	
	Normal	19,352*	4,499	,000	
	İyi	5,252	2,727	,298	

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun öğrencilerin önceki sınıf (1-3.) başarısı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc Scheffe testi sonucunda önceki sınıf (1-3.) başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “iyi” olarak tanımlayan grup arasında “iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak ( $p<0,05$ ) düzeyinde; önceki sınıf (1-3.) başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “çok iyi” tanımlayan grup arasında “çok iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak ( $p<,01$ ) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, önceki sınıf (1-3.) başarısı iyi ve çok iyi olanların, önceki sınıf (1-3.) başarısı normal olanlardan daha fazla

çocuklarının bilinçli tüketici olma durumunu ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile öğrencilerin sınıf başarıları ile bilinçli tüketici olma arasında olumlu bir ilişki vardır.

**Tablo 11a. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Önceki Sınıf (1-3.) Hayat Bilgisi Dersi Başarısı Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	n	$\bar{X}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p
Normal	18	104,33	21,95	G.Arası	6149,149	2	3074,574		
İyi	51	119,09	19,20	G.İçi	63592,524	205	310,207	9,911	,000
Çok İyi	139	123,64	16,36	Toplam	69741,673	207			
Toplam	208	120,85	18,35						

(LF=,117;05)

Tablo 11a’da görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun öğrencilerin önceki sınıf (1-3.) hayat bilgisi dersi başarısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (F=9,911; p<,05). Belirlenen anlamlı farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir.

Yapılan Levene’s testi ile grup dağılımları varyanslarının homojen olduğu saptanmıştır (LF=,117;05). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir.

**Tablo 11b. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Önceki Sınıf (1-3.) Hayat Bilgisi Dersi Başarısı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonrası post-Hoc Scheffe Testi Sonuçları**

(I) H.Başarı	(J) H.Başarı	Ort.Far. (I-J)	Sh	p	Scheffe
Normal	İyi	-14,764*	4,828	,010	Normal-İyi*
	Çok İyi	-19,306*	4,411	,000	Normal-Çok İyi*
İyi	Normal	14,764*	4,828	,010	
	Çok İyi	-4,542	2,883	,291	
Çok İyi	Normal	19,306*	4,411	,000	
	İyi	4,542	2,883	,291	

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun öğrencilerin önceki sınıf (1-3.) Hayat bilgisi dersi başarısı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc Scheffe testi sonucunda önceki sınıf (1-3.) hayat bilgisi dersi başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “iyi” olarak tanımlayan grup arasında “iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak (p<0.05) düzeyinde; önceki sınıf (1-3.) hayat bilgisi dersi başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “çok iyi” tanımlayan grup arasında “çok iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak (p<,01) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, önceki sınıf (1-3.) hayat bilgisi dersi başarısı iyi ve çok iyi

olanların, önceki sınıf (1-3.) hayat bilgisi dersi başarısı normal olanlardan daha fazla çocuklarının bilinçli tüketici olma durumunu ortaya koymaktadır. Buna göre hayat bilgisi dersi başarısının yüksek olması ile bilinçli tüketici olma arasında pozitif bir ilişki vardır.

**Tablo 12a: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ebeveynlerin Çocuklarının Okullarının (1-3. Sınıf) Başarısını Tanımlama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	n	$\bar{X}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p
Normal	27	110,074	18,871	G.Arası	5351,278	2	2675,639		
İyi	75	118,773	18,492	G.İçi	64390,395	205	314,099	8,518	,000
Çok İyi	106	125,075	16,853	Toplam	69741,673	207			
Toplam	208	120,855	18,355						

(LF=,489;05)

Tablo 12a’da görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanlarının ebeveynlerin çocukların okullarının (1-3.sınıf) başarısını tanımlama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi( ANOVA) sonucunda öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (F=8,518; p<,05). Belirlenen anlamlı farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir.

Yapılan Levene’s testi ile grup dağılımları varyanslarının homojen olduğu saptanmıştır (LF=,489;05). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir.

**Tablo 12b. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ebeveynlerin Çocuklarının Okullarının (1-3. Sınıf) Başarısını Tanımlama Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek için Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonrası post-Hoc Scheffe Testi Sonuçları**

(I) Okul T.	(J) Okul T.	Ort.Fark (I-J)	Sh	p	Scheffe
Normal	İyi	-8,69926	3,97760	,094	Normal-Çok İyi*
	Çok İyi	-15,00140*	3,82054	,001	
İyi	Normal	8,69926	3,97760	,094	
	Çok İyi	-6,30214	2,67417	,065	
Çok İyi	Normal	15,00140*	3,82054	,001	
	İyi	6,30214	2,67417	,065	

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun ebeveynlerin çocuklarının okullarının (1-3. Sınıf) başarısını tanımlama değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc Scheffe testi sonucunda çocuklarının okullarının (1-3. sınıf) başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “ çok iyi” olarak tanımlayan grup arasında “çok iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak (p<0.01) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum ebeveyn görüşlerine göre başarılı okul ile bu

okullarda eğitim alan öğrencilerin bilinçli tüketici olması arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

**Tablo 13a. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Şimdiki Okul Başarısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	n	$\bar{X}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p
Kötü	4	122,750	8,139	G.Arası	6728,792	3	2242,931		
Normal	23	106,000	21,460	G.İçi	63012,881	204	308,887		
İyi	81	120,061	18,296	Toplam	69741,673	207		7,261	,000
Çok İyi	100	124,840	16,175						
Toplam	208	120,855	18,355						

(LF=,054;05)

Tablo 13a’da görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanlarının öğrencilerin şimdiki okul başarısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi( ANOVA) sonucunda öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (F=7,261; p<,05). Belirlenen anlamlı farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir.

Yapılan Levene’s testi ile grup dağılımları varyanslarının homojen olduğu saptanmıştır (LF=,054;05). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir.

**Tablo 13b. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Öğrencilerin Şimdiki Okul Başarısı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)**

**Sonrası post-Hoc Scheffe Testi Sonuçları**

(I) Ş.O.B.	(J) Ş.O.B.	Ort. Fark (I-J)	Sh	p.	Scheffe
	Normal	16,750	9,521	0,380	Normal-İyi*
Kötü	İyi	2,688	9,001	0,993	Normal-Çok İyi*
	Çok İyi	-2,090	8,961	0,997	
	Kötü	-16,750	9,521	0,380	
Normal	İyi	-14,061*	4,152	0,011	
	Çok İyi	-18,840*	4,064	0,000	
	Kötü	-2,688	9,001	0,993	
İyi	Normal	14,061*	4,152	0,011	
	Çok İyi	-4,778	2,627	0,349	
	Kötü	2,090	8,961	0,997	
Çok İyi	Normal	18,840*	4,064	0,000	
	İyi	4,778	2,627	0,349	

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun öğrencilerin şimdiki okul başarısı değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc Scheffe testi sonucunda öğrencilerin şimdiki okul başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile



“iyi” olarak tanımlayan grup arasında “iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak ( $p < 0.05$ ) düzeyinde; öğrencilerin şimdiki okul başarısını “normal” olarak tanımlayan grup ile “çok iyi” tanımlayan grup arasında “çok iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak ( $p < 0.01$ ) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, öğrencilerin şimdiki okul başarısını iyi ve çok iyi olarak tanımlayan ebeveynlerin çocuklarının, öğrencilerin şimdiki okul başarısını normal olarak tanımlayan ebeveynlerin çocuklarından daha fazla çocuklarının bilinçli tüketici olma durumunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 14: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ailedeki Çocuk Sayısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>ss</i>	Var.K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1	7	122,714	14,103	G.Arası	2100,490	5	420,098		
2	51	122,960	20,170	G.İçi	67641,183	202	334,857		
3	85	117,458	16,793	Toplam	69741,673	207			
4	33	125,757	16,167					1,255	,285
5	20	122,250	22,863						
6+	12	119,083	19,355						
Toplam	208	120,855	18,355						

Tablo 14’de görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun ailedeki çocuk sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ailedeki çocuk sayısı aritmetik ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $F=1,555$ ;  $p > ,05$ ).

**Tablo 15: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ailenin Ekonomik Gelir Durumu Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>ss</i>	Var.K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Kötü	24	112,875	20,541	G.Arası	2208,357	3	736,119		
Normal	120	120,733	17,571	G.İçi	67533,316	204	331,046		
İyi	58	123,931	17,103	Toplam	69741,673	207		2,224	,087
Çok İyi	6	125,500	29,703						
Toplam	208	120,855	18,355						

T

Tablo 15’de görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun ailenin ekonomik gelir durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ailenin ekonomik gelir durumu aritmetik ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $F=2,224$ ;  $p > ,05$ ).

**Tablo 16 a. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ebeveynlerden Birinin Diğerinin Bilinçli Tüketici Olma Düzeyini Tanımlama Değişkenine Göre Farklaşım Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup	n	$\bar{X}$	ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	p
Kötü	5	109,600	16,272	G.Arası	5214,188	3	1738,063		
Normal	27	112,111	15,075	G.İçi	64527,485	204	316,311		
İyi	63	117,968	17,626	Toplam	69741,673	207		5,495	,001
Çok İyi	113	125,053	18,491						
Toplam	208	120,855	18,355						

(LF=,713;05)

Tablo 16a’da görüldüğü gibi, öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanlarının ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini tanımlama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (F=5,495; p<,05). Belirlenen anlamlı farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir.

Yapılan Levene’s testi ile grup dağılımları varyanslarının homojen olduğu saptanmıştır (LF=,713;05). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir.

**Tablo 16b. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Olma Durumunun Ebeveynlerden Birinin Diğerinin Bilinçli Tüketici Olma Düzeyini Tanımlama Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklaştığını Belirlemek İçin Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonrası post-Hoc Scheffe Testi Sonuçları**

(I) E.B.T.	(J) E.B.T.	Ort. Fark (I-J)	Sh	p.	Scheffe
Kötü	Normal	-2,511	8,658	,994	Normal-Çok İyi*
	İyi	-8,368	8,263	,795	
	Çok İyi	-15,453	8,127	,309	
Normal	Kötü	2,511	8,658	,994	
	İyi	-5,857	4,090	,563	
	Çok İyi	-12,941*	3,809	,010	
İyi	Kötü	8,368	8,263	,795	
	Normal	5,857	4,090	,563	
	Çok İyi	-7,084	2,796	,096	
Çok İyi	Kötü	15,453	8,127	,309	
	Normal	12,941*	3,809	,010	
	İyi	7,084	2,796	,096	

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunun ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini tanımlama değişkenine göre hangi alt gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc Scheffe testi sonucunda ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini “normal” olarak tanımlayan grup ile “çok iyi” olarak

tanımlayan grup arasında “çok iyi” olanlar lehine istatistiksel olarak ( $p<0.05$ ) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini çok iyi olarak tanımlayan ebeveynlerin çocuklarının, ebeveynlerden birinin diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini normal olarak tanımlayan ebeveynlerin çocuklarından daha fazla çocuklarının bilinçli tüketici olma durumunu ortaya koymaktadır.

### SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu araştırmadaki katılımcıların çoğunluğu annelerden oluşmaktadır (tablo 4). Ebeveynlerin bilinçli tüketici olma düzeyleri hakkında bilgi verdikleri öğrenciler de çoğunlukla kız çocukları olmuştur (tablo 4). Buna göre çalışmaya en fazla katılan anneler en çok da kız çocuklarının bilinçli tüketici olma düzeyleri hakkında bilgi vermişlerdir. Ancak öğrencilerin cinsiyeti ile bilinçli tüketici olma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (tablo 9). Buna göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları cinsiyet faktörüne göre değişmemektedir. Altok’un (2010) çalışmasında da kız ve erkek öğrencilerin bilinçli tüketici davranışları tutum ölçeğinde aldıkları puan ortalamaları birbirine yakın düzeyde çıkmıştır.

Araştırmamızda ebeveynler, çocuklarının ilk üç sınıf başarılarını sırasıyla en çok, çok iyi, iyi, normal ve kötü olarak belirtmişlerdir. Ebeveynler, çocuklarının ilk üç sınıfta yer alan hayat bilgisi dersini ve okullarının genel başarısını sırasıyla en çok, çok iyi, iyi ve normal olarak belirtmişlerdir. Ebeveynler çocuklarının şimdiki okul başarılarını da sırasıyla en çok çok iyi, iyi, normal ve kötü olarak belirtmişlerdir (tablo 5).

Ebeveynlerin çocuklarının okul başarıları ile ilgili görüşlerine göre, çocukların ilk üç sınıftaki hayat bilgisi dersi başarısı ilk üç sınıfın ve okulun başarısından daha yüksektir. Diğer bir ifade ile çocuklar hayat bilgisi dersinde özellikle başarılı olmuşlardır. Ancak çocukların şimdiki okul başarıları göreceli olarak ilk üç sınıftan daha az başarılıdır. Bu 4. ve 5. sınıfın akademik olarak daha zor olmasına da yorumlanabilir.

Araştırmamızda, ebeveynlerin görüşlerine göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları (düzeyi) 150 üzerinden 120,61 bulunmuştur. Hayat bilgisi dersi öğretim programına göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları beş boyutta değerlendirilmektedir. Bunu dikkate aldığımızda öğrenciler; elektrik, su vb. kaynakları tutumlu kullanma boyutunda 30 puan üzerinden 25,25 puan, tüketici olarak belli haklara sahip olduğunu kavrama, haklarını nasıl kullanacağını ve hakları ihlâl edildiğinde kime/nereye başvurabileceğini açıklama boyutunda 10 puan üzerinden 8,16 puan, reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma, reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma boyutunda 25 puan üzerinden 18,92 puan, tüketim yaparken bütçesine göre ihtiyaçlarına öncelik verme boyutunda 5 puan üzerinden 4,15 ve bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama boyutunda 80 puan üzerinden 64,13 puan almışlardır (tablo 3).

Malbeği ve Sağlam (2010)’ın yaptıkları çalışmada 4. Sınıf öğrencilerinin, bilinçli tüketicinin olması gereken özellikleri hakkında bilgi sahibi oldukları

sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgu araştırmamızın ilkökul 1-3. Sınıfı başarı ile bitiren öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları bulguları ile örtüşmektedir (tablo 3).

Ebeveynlerini görüşlerine göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları en çok bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama boyutunda ile reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma, reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma boyutlarında göreceli olarak daha düşük çıkmıştır (tablo 3). Çalışmamızın verilerini çocukların tüketim alışkanlığı üzerinde reklamların olumsuz etkisinin olduğunu gösteren bazı çalışmaların bulguları da desteklemektedir (Arslan, 2010; Badur, 2007; Karaca, Pekyaman & Güney, 2007).

Araştırmamızdaki öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumlarının, bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama boyutundaki verileri Altıok (2010)'un çalışmasının bulguları ile örtüşmektedir.

Ebeveynlere göre öğrencilerin sınıf, hayat bilgisi dersi, okul ve şimdiki okul başarıları arttıkça bilinçli tüketici olma puanları da artmaktadır (tablo 10a-b, Tablo 11a-b, tablo 12a-b, tablo 13a-b). Buna göre öğrencinin başarı faktörü nerden kaynaklanırsa kaynaklansın, başarılı öğrenci aynı zamanda bilinçli tüketici de olmaktadır.

Ebeveynlerden biri diğerinin bilinçli tüketici olma düzeyini yüksek olarak tanımlaması ile öğrencilerin bilinçli tüketici olma puanları arasında pozitif bir ilişki görülmektedir (tablo 16a-b). Eşlerden biri diğer eşi bilinçli tüketici olarak gördüğü oranda çocukların bilinçli tüketici olma düzeyleri de artmaktadır. Bu da bize bilinçli tüketici ebeveynin bu konuda çocuklarına rol model olma ihtimalinin de yüksek olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumlarının, aldıkları eğitimin başarılı olması ve ebeveynlerden birinin bilinçli tüketici olma düzeylerinden etkilendiği görülmektedir.

Araştırmamızda ebeveynler ekonomik gelirlerini sırasıyla en çok, normal, iyi, kötü ve çok iyi olduklarını belirtmişlerdir (tablo 6). Ancak ekonomik gelir ile çocukların bilinçli tüketicilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Buna göre öğrencilerin bilinçli tüketici düzeyleri ailelerinin ekonomik gelir durumu ile ilgili değildir. Bu bulgular Altıok (2010)'un çalışmasının bulguları ile de örtüşmektedir.

Bazı çalışmalarda aile geliri yüksek olan çocukların marka farkındalık düzeyleri aile geliri düşük çocuklardan daha yüksek bulunmuştur (Badur, 2007; Ersoy ve ark, 2009). Bir başka çalışmada da öğrenim durumu yüksek olan annelerin çocuklarının marka farkındalıkları daha yüksek bulunmuştur (Arslan, 2010). Çocuklar çeşitli faktörlerden dolayı popüler markalı ürünleri daha fazla tanıyabilmektedirler. Ancak çalışmamızda ailelerin ekonomik gelirleri ile çocuklarının bilinçli tüketim puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Ebeveynlerin sahip oldukları çocuk sayısı ile öğrencilerin bilinçli tüketici olma düzeyleri arasında da anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Araştırmamıza göre, ebeveynlerin sahip oldukları çocuk sayısı ve ailenin ekonomik geliri çocuklarının bilinçli tüketicilik düzeylerinde anlamlı bir farklılığa yol açmıyorken, ebeveynlerden birinin bilinçli tüketici olması çocukların bilinçli

tüketici olmaları lehinde anlamlı bir farklılığa yol açmaktadır (tablo 14, tablo 15, tablo 16a-b). Çocukların özellikle tüketim ile ilgili davranışlarında rol modellerinin ebeveynleri ve varsa kardeşleri olduğu ile ilgili çalışmalar da mevcuttur (Scaglioni, Arrizza, Vecchi, & Tedeschi, 2011).

Sonuç olarak, ebeveynlere göre çocuklarının bilinçli tüketici olma düzeyleri 150 puan üzerinden 120,61 bulunmuştur. Göreceli olarak öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumları, bilinçli tüketicinin ayırt edici özelliklerini belirleme ve uygulama boyutunda ile reklâmlarla tüketici hakları arasında ilişki kurma, reklâmlar yoluyla isteklerinin nasıl yönlendirildiğinin farkında olma boyutlarında düşük çıkmıştır.

Öğrencilerin hayat bilgisi dersi, sınıf (1-3.) ve şimdiki okul başarıları artıkça bilinçli tüketici olma durumları da artmıştır.

Ebeveynlerin ekonomik gelirleri, sahip oldukları çocuk sayısı, çocuklarının cinsiyeti, ebeveynin anne ya da baba olması değişkenlerine göre çocuklarının bilinçli tüketici olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ebeveynlerden birinin diğerini bilinçli tüketici olarak tanımlaması değişkeni ile çocuklarının bilinçli tüketici olma durumları arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Bu sonuçlara göre ilkökul 1-3. sınıfta hayat bilgisi dersini başarı ile bitiren öğrencilerin bir yıl sonra kaynakları etkili kullanma becerilerinden bilinçli tüketici olma kazanımlarını hala sürdürdükleri söylenebilir.

Çocuğun yakın çevresinden birinin bilinçli tüketici olmasının çocuğun bilinçli tüketici olması üzerinde olumlu bir etkisi olduğundan, okulda öğrencilerin bilinçli tüketici olarak eğitilmesinde yakın çevresinin de kullanılması, ebeveyn eğitim programlarının hazırlanması önerilir.

MEB, Talim ve Terbiye Kurulu, 2014-2015 öğretim yılından itibaren uygulanmak üzere, Hayat bilgisi dersi programı ilkökul 3. sınıftaki “Kişisel bakımını yaparken kaynakları tutumlu kullanır”, 2. sınıftaki “Kaynakları bilinçli olarak tüketmenin aile bütçesine katkısını açıklayan çeşitli etkinliklerde bulunur” ve “İnsanların nelerden ve nasıl tasarruf edebildiklerini araştırır” kazanımlarını çıkarmıştır. Ancak araştırmamızda öğrencilerin bu kazanımları edinmede başarısız olduklarına dair bir bulguya rastlanmamıştır. Söz konusu kazanımlar öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumu ile ilgili olduklarından bunların çıkarılmasının öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumunu nasıl etkilediğine ilişkin karşılaştırmalı çalışmaların yapılması önerilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Akbulut, E. (2006). *Türk toplumunun batılılaşması ekseninde tüketim kültürünün gelişimi ve reklamlar* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum
- Akbülbül, Ö. (2012). *Çocuk ve tüketim: Okulöncesi çocuklarının tüketim alışkanlıklarının bireysel, çevresel (aile) televizyon izleme (reklamlar) etkenleri ile tespiti* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altıok, N. (2010). *İlköğretim programlarının bilinçli tüketici davranışlarını kazandırma düzeyine ilişkin bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arslan, Ş. (2010). *Televizyon reklamlarının okul öncesi dönem çocuklarının tüketici davranışlarına etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ay, N. (2006). *Okul çağı çocuklarında taze sebze ve meyve tüketim durumu ile tüketimi etkileyen etmenlerin saptanması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aydoğan, Z. (2014). *İnternet ortamında reklam ve tüketici davranışları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Babaoğlu, M., & Altıok, N. (2010). Türkiye’de ve AB ülkelerinde tüketici eğitimi. A. Ş. Edt. Müberra Babaoğlu içinde, *Tüketici Yazıları (II)*. Hacettepe Üniversitesi-TÜPADEM, Ankara.
- Badur, F. (2007). *Televizyon reklamlarının çocukların marka farkındalığı üzerindeki etkisi: Yiyecek ve içecek reklamları üzerine bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim toplumunda bireyin ontolojik mottosu: "Tüketiyorum öyleyse varım". *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 43, 221-248.
- Bozyiğit, S. (2013). *Çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesinde annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolü* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. London: Routledge.
- Çakır, M. (2013). *Gösteriş amaçlı tüketim davranışlarının incelenmesi: Kocaeli’ndeki özel okul öğrencileri üzerinde bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Durgun, T. (2007). *Enerji sektöründe tüketici hakları* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Ersoy, A., Demirci, A., Ersoy-Quadir, S., & Sariabdulloğlu, A. (2009). Çocuk tüketicilerin marka simgelerini algılama durumları. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4(4), 181-197.

- Ertop, D. (2008). *Kahverengi eşya dayanıklık tüketim mallarında tüketici davranışları ve tüketici davranışları ve yer seçimi arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Victoria Government. (2003). *Consumer education in schools:Background report*. Victoria: Consumer Affairs.  
[https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/UNDESA\\_Back\\_Common\\_Future\\_En.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/UNDESA_Back_Common_Future_En.pdf)  
<http://www.eba.gov.tr/video/izle/997552a9abb7ce68940528a0e7d130fedbdf32d09c001>  
<http://www.tukcev.org.tr/mevzuat/tuketici-mevzuati/birlesmis-milletler-tuketici-haklari-evrensel-bildirgesi>  
<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>.
- Karabaş, S. (2011). *Organik ürünlerin pazarlamasında üretici-tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Samsun ili örneği)* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karaca, Y., Pekyaman, A., & Güney, H. (2007). Ebeveynlerin televizyon reklam içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini etik açıdan algılamalarına yönelik bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 233-250.
- Karasar, N. (2000). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karagöz, Ö. (2009). *Avrupa Birliği ve Türkiye'de tüketici hakları mevzuatının karşılaştırmalı analizi* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Kayalı, F. (2008). *Tüketicinin korunması ve tüketici hakları konusundaki bilgi düzeyinin tüketicinin korunmasındaki rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kepenekci, Y., & Ökdem, M. (2013). İlköğretim hayat bilgisi ve sosyal bilgiler ders kitaplarında tüketici hakları. *İlköğretim Online*, 12(3),674-686.
- Knights, C. (2000). *Educating tomorrow's consumers today: An introduction to consumer education*. USA: Consumer International Publication.
- Koçoğlu, C. (2014). *İnternet reklamlarının tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Atılım Üniversitesi örneği* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Madran, C., & Bozyiğit, S. (2013). Çocukların tüketici olarak sosyalleşme süreci. *Çağ üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 10(1), 71-95.
- Malbeği, F., & Sağlam, H. (2013). İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketiciliğine ilişkin görüşleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 251-268.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2009). İlköğretim 1, 2 ve 3. sınıflar Hayat Bilgisi Dersi öğretim programı ve kılavuzu.
- OECD, (2009). *Promoting consumer education: Trends, policies and good practices*. OECD Publishing.

- Övünç, H. (2004). *Uludağ Üniversitesi'nde beslenme eğitimi alan ve almayan öğrencilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlığı ile bunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Öziyici, O. (2002). *İslam'da tüketim ve tüketici hakları* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sağlam, H. İ. (2010). İlköğretim öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(4), 2531-2568.
- Scaglioni, S., Arrizza, C., Vecchi, F., & Tedeschi, S. (2011). Determinants of children's eating behavior. *Am J Clin Nutr*, 94(6), 2006-2011.
- Sert, P. (2002). *İlköğretim öğrencilerinin tüketici davranışları*. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Seyidov, İ. (2013). *Tüketici davranışları ve İslami bağlılık* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Singh, B. (1991). About consumer education. F. Anwar, & B. Singh içinde, *Consumer education* (s. 12-16). Malaysia: Boon Beng Compu-Typesetting Co.
- Sürgüç, B. (2006). *Reklamlar bazında medya tüketim ilişkisi konulu kurumsal bir çalışma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Şengül, M. (2011). *İslâm borçlar hukukunda görme muhayyerliği ve tüketici hakları açısından önemi* (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Spring, J. (2003). *Educating the consumer citizen: A history of the marriage of schools, advertising and media*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Telci, E. (2010). *Alışveriş merkezlerinde tüketici davranışları: Faydacıl ve hazcı tüketiciler arasındaki farklar üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Temizer, S. (2002). *Biliçaltına hitap eden reklamlar ve tüketici davranışları üzerindeki etkinliğine ilişkin bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutumlu, Ş. (2011). *10-15 Yaş aralığındaki ilköğretim öğrencilerinde süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlığı, laktöz sindirim güçlüğü ve intoleransı üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Üçöz, E. (2012). *Paket turlarda tüketici hakları ve rehberlere yönelik şikayetlerin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Vardarlı, G. (2014). *Reklamlarda ünlü kullanımının marka imajı ve tüketici satın alma davranışları üzerine etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.



- Yanıklar, C. (2010). Tüketim Kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yapıcıoğlu, Y. (2014). *Global reklamlar aracılığı ile tüketim kültürünün küyerelleşmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Zeylan, U. (2011). *Reklam ahlakı ve reklam düzenlemesi: Tüketici tavır ve davranışları ile kişisel ahlaki ideolojileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.