

## Ölüm Kaygısı ve Gösterişçi Tüketim Eğilimi

İBRAHİM ÇİNAR

Öğr. Gör. | Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu

**Öz:** Bu araştırma ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma 25 Mayıs-12 Haziran 2013 tarihleri arasında Balıkesir İlinde bir siyasi partinin merkez ilçe teşkilatında katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Araştırmaya 31 kadın ve 50 erkek olmak üzere 81 kişi katılmıştır. Araştırmada Demografik Veriler Anketi, Thorson-Powel Ölüm Kaygısı Ölçeği ve Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların %63'ü erkek, %40,7'si 44- 56 yaş grubunda, %58,0'nın geliri giderine denk, %59,3'ü dini inancını orta düzeyde görüyor, %88,9'u ailesiyle birlikte yaşıyor, %43,2'si yaşamda bulunduğu konumdan memnun, %75,3'ü hayatının büyük kısmını il merkezinde geçirmiş ve %86,4'ü kendisini orta sınıf olarak hissettiğini ifade etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Ölüm Kaygısı Ölçeği puan ortalaması 51,01 ve Gösterişçi Tüketim Eğilimi puan ortalaması 32,19 olarak bulunmuştur. Araştırmada Gösterişçi Tüketim Eğilimi ile Yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır ( $F= 3,033$ ;  $p<0,05$ ). Araştırma sonuçlarına göre ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim eğilimi arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ölüm, kaygı, gösterişçi tüketim, ilişki, eğilim.

## Death Anxiety and Conspicuous Consumption Tendency

İBRAHİM ÇİNAR

Katip Çelebi University, Health Services Vocational School

**Abstract:** This research aim is determined to relationship of death anxiety and conspicuous consumption tendency. It has implemented that interviewing with participant as a face to face political party central town organisation in Balıkesir between 25 may 2013 and 12 june 2013. Research sample consist of 31 female and 50 male. As a Research instruments are used Demographic Data Questionnaire, Death Anxiety of Thorson-Powell Scale and Conspicuous Consumption Tendency Scale. Participants demographical characteristics are male 63 %, 44- 56 age group 40,7 %, income outcome equal people 58%, religious belief middle level 59,3%, together living family 88,9%, glad to life situation 43,2%, long time living big city 75,3% and feeling middle economical level 86,4%. Death Anxiety Scale Mean Point 51,01 and Conspicuous Consumption Tendency Scale Mean Point 32,19 are found. As a research consequences that have not been relation among death anxiety and conspicuous consumption tendency.

**Keywords:** Death, anxiety, conspicuous consumption, correlation, tendency.

## Giriş

Ölüm tüm canlıların başına gelen ya da eninde sonunda gelecek olan hayatın bir gerçeği olarak kabul edilmektedir. Ölüm ile birlikte insanlar alışkanlıklarından vazgeçmekte, bilinmeyen ve bilmeleri şu an için olanaksız olan bir yaşama, yok oluşa belki de bir yeniden doğuşa doğru yol almaktadırlar.

Ayten, ölüm kaygısı ile ilgili ilahiyat öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırmada öğrencilerin ölüm kaygılarının yüksek olduğunu bildirmektedir. Bunun nedeni olarak da öğrencilerin sürekli din eğitimi almaları gösterilmiştir. Aynı araştırmada kızların ölüm kaygısının erkeklerden daha yüksek olduğu, son ergenlerin ölüm kaygısı düzeyinin ilk yetişkinlerden yüksek olduğu, dindarlık düzeyini iyi görenlerin ölüm kaygısının, dindarlık düzeyini zayıf görenlerden az olduğu bildirilmiştir. Bununla birlikte Sosyo ekonomik durum ve sosyal çevre gibi değişkenlerle ölüm kaygısı arasında ilişki olmadığı bildirilmiştir.<sup>1</sup>

Şimdiki yaşamda elde edilen artı değerlerin gelecek yaşamda kaybedilme korkusu, günümüz iktisat terimlerinden olan gösterişçi tüketimle ilgilidir. Gösterişçi tüketim, bireylerin başkalarının bakış açısıyla kendilerini güçlü hissetmelerini ve toplum içerisinde belli bir statüde olabilmelerini sürdürmeyi amaçlayan tüketimdir. Bu tüketim tercihi insan varolduğundan bu yana olmasına rağmen ilk defa Veblen tarafından belirtilmiştir. Yapılan tüketim yalnızca kullanım amaçlı değil aynı zamanda imaj için değer satın alma amaçlıdır.<sup>2</sup> Gösterişçi tüketimde özellikle çevreye karşı abartılı görünme çabası vardır. Tüketilen ürünün değerini başkalarının üründen çok Hoşlanmaları ve ürüne hayranlık göstermeleri belirlemektedir.<sup>3</sup> Bu amaçlar toplumun tüm tabakalarında kendini gös-

<sup>1</sup> Ali Ayten, "Üniversite Öğrencilerinde Ölüm Kaygısı: Türk ve Ürdünlü Öğrenciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma", *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9 (4), 2009, ss. 85-108.

<sup>2</sup> Müberra Babaoğul & Esna Betül Buğday, "Gösteriş Tüketimine Karşı Gönüllü Sadelik", *Tüketici Yazıları III*, ed. Müberra Babaoğul & Arzu Şenel & Esna Betül Buğday, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Tezet ve Eğitim Merkezi Yayınları, 2012, s. 79.

<sup>3</sup> Joseph Chen & May Aung & Liangxi Zhou & Vinay Kanetkar, "Chinese Ethnic Identification and Conspicuous Consumption", *Journal of International Consumer*

terebilmektedir. Çınar ve Çubukçu'nun araştırmasında, katılımcıların tüketimi bir statü sembolü olarak görmeleri, aldıkların ürünün kazandıracağı imaja değer vermeleri bu durumu desteklemektedir. Statü sembolü olarak düşünme gelir durumu azaldıkça artarken, kadınların tüketimlerinde kendilerine kazandıracağı imaja erkeklere göre daha çok önem verdiği bildirilmektedir.<sup>4</sup> Benzer sonuçlar Kaya ve Oğuz'un araştırmasında da bildirilmiştir.<sup>5</sup> Aynı şekilde Chen ve arkadaşları, Kanada'da yaşayan Çinlilerin de duruma uyum sağlayan ürünleri tercih ettiklerini ve gösterişçi tüketime önem verdiklerini belirtmektedir.<sup>6</sup> Aslay ve arkadaşları yaş, eğitim durumu ve gelir arttıkça gösterişçi tüketimin arttığını bildirmişlerdir. Ayrıca kadınların, gençlerin ve düşük gelirlilerin daha fazla sade yaşam eğilimi gösterdiğini bildirmektedirler. Ayrıca materyalist eğilimleri olanların da gösterişçi tüketime daha eğilimli oldukları sonucunu bildirmişlerdir.<sup>7</sup> Hız, araştırmasında bireyin bulunduğu toplumsal sınıfla gösterişçi tüketim eğilimi arasında ilişki olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bireyler satın alma kararları verirken isteklerinin ihtiyaçlarının önüne geçtiğini belirtmektedir.<sup>8</sup> Aslay ve arkadaşlarının bize bildirdiği başka bir bulgu ise orta sınıfta olan bireylerin gösterişçi tüketime daha fazla önem verdikleri sonucudur. Bireyler kendilerini orta ve üst statüde gördüklerinde gösterişçi tüketimleri artmaktadır. Ayrıca gösterişçi tüketim ile gelir düzeyi ve toplumsal konum arasında ilişki olduğunu bildirmektedir. Kahraman ve Arıkan, öğretim üyelerinde sosyal sınıf algısı yükseldikçe ve öğretim üyelerinin önceki yaşamlarıyla şimdiki yaşamları arasında fark varsa gösterişçi tüketim eğilimlerinin arttığını bildirmekte-

---

*Marketing*, 17 (2-3), 2005, ss. 117-136.

<sup>4</sup> Recai Çınar & İhsan Çubukçu, "Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları: Karşılaştırmalı Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1), 2009, ss. 277-300.

<sup>5</sup> Kamil Kaya & Zekavet Nuran Oğuz, "Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü", *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 2010, ss. 147-164.

<sup>6</sup> Chen vd., "Chinese Ethnic Identification and Conspicuous Consumption", s. 125.

<sup>7</sup> Fulya Aslay & Sevtap Ünal & Özlem Akbulut, "Materyalizmin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27 (2), 2013, ss. 43-62.

<sup>8</sup> Gülay Hız, "Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması (Muğla örneği)", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 2011, ss. 117-128.

dir. Geçmişte, şimdiki durumdan daha kötü şartlarda yaşayan öğretim üyeleri, eşya satın alırlarken çevreden beğeni ummaktadırlar. Ayrıca bu araştırmada öğretim üyelerinin kendilerinin sosyal sınıflarının yükseldiğini hissettiklerinde çocuklarını devlet okulu yerine özel okula göndermeyi tercih ettikleri bildirilmektedir.<sup>9</sup>

Araştırmalar gösterişçi tüketimin bireylerin yaşamlarının bir parçası olduğunu göstermektedir. Bireylerin toplumdaki ruhsal yalnızlıklarından toplumun daha fazla tüketmesini arzulayan üreticiler yararlanmak istemektedirler. Bu yararlanma çabası ile artık toplumda yalnızlaşan bireyler kendilerini mutlu edebilmek için daha çok tüketmektedirler. Bu daha çok tüketme arzusu ise hiç bitmemektedir. Bir tüketimi başka bir tüketim takip etmektedir. Artık bireyler mutsuzluklarını gidermek için kendi çevrelerindeki insanlara bakarak tüketimlerini arttırmaktadırlar.

## Gereç ve Yöntem

### *Araştırmanın Amacı*

Ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu nedenle araştırma tanımlayıcı tipte ve ilişkisel bir araştırmadır.

### *Araştırmanın Hipotezleri*

Ho: Ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim arasında ilişki yoktur.

H1: Ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim arasında ilişki vardır.

### *Araştırmanın Örnekleme ve Sınırlılıkları*

Araştırmanın örneklemini 25 Mayıs- 14 Haziran 2013 tarihleri arasında Balıkesir ilinde bulunan bir siyasi partinin merkez ilçe teşkilatına gelen, 18 yaş üzeri, anketi algılayabilecek düzeyde olan ve araştırmanın amacı açıklandıktan sonra araştırmaya katılmayı kabul eden kişiler oluşturmuştur. Araştırmaya katılanların siyasi görüşlerinin benzer olduğu kabul edilmiştir. Araştırmada örneklem seçim yöntemine başvurulmamıştır ve araştırmanın uygulama tarih-

<sup>9</sup> Burak Kahraman & Gülay Arıkan, "Öğretim Üyelerinin Toplumsal Köken Bağlamında Tüketim Alışkanlıkları ile Yaşam Tarzları Arasındaki İlişki", *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 44, 2011, ss. 91-132.

leri arasında partiye gelen bireyler örneklem içerisinde değerlendirilmiştir. Araştırmaya 31 kadın ve 50 erkek olmak üzere 81 kişi katılmıştır.

### ***Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Araçları:***

Araştırma, araştırmacı tarafından, araştırma tarihleri arasında partiye gelen bireylerle yüz yüze görüşülüp, araştırma hakkında ön bilgi verildikten sonra, katılımcıların anketi doldurması şeklinde uygulanmıştır.

### **Araştırmada Kullanılan Ölçek ve Anketler**

#### ***Demografik Veriler Anketi***

Bu anket öğrencilerin demografik verilerini belirleyebilmek amacıyla oluşturulmuştur. Ankette, cinsiyet, yaş, aile gelir durumu, dini inancını değerlendirmesi, kiminle beraber yaşadığı, şu anda bulunduğu konumdan memnun olup olmama durumu, yaşamının büyük bölümünün geçtiği yer ve kendini hangi toplumsal sınıfta görmekte olduğuna ilişkin soruları içermektedir.

#### ***Thorson-Powell Ölüm Kaygısı Ölçeği:***

THorson ve Powell tarafından geliştirilen ve 25 maddeden oluşan “Ölüm Kaygısı Ölçeği”nin 17 maddesi, “Tabutlar beni huzursuz eder” maddesinde olduğu gibi olumlu cümle yapısında<sup>10</sup>, diğer 8 madde ise, “kansere yakalanmaktan özel bir korku duymuyorum” maddesinde olduğu gibi olumsuz cümle yapısındadır.<sup>11</sup> Ölçekte 5 dereceli Likert formatı kullanılarak (*fikrime çok uygun; fikrime uygun; kararsızım; fikrime aykırı; fikrime çok aykırı*), 0’dan 4’e kadar, zayıftan kuvvetliye doğru puanlama yapılmıştır. Ölçeğe olumsuz cümle yapısında yerleştirilen maddeler puanlanırken, 4 ağırlık değerinde olanlar 0’a, 0 ağırlık değerindekiler ise 4’e dönüştürülmüştür. Yani tersine dönmüş ifadelerde 4 değerindeki (*fikrime çok uygun*) cevaplar düşük kaygıyı, 0 değerindeki (*fikrime çok aykırı*) cevaplar yüksek kaygıyı göstermektedir. Böylece ÖKÖ’den en

<sup>10</sup> ÖKÖ’de bulunan olumlu cümle yapısındaki maddeler; 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 24. maddelerdir.

<sup>11</sup> ÖKÖ’de bulunan olumsuz cümle yapısındaki maddeler; 4, 10, 11, 13, 17, 21, 23, 25. maddelerdir.

düşük o, en yüksek 100 puan alınabilmekte olup, puanların yüksek olması, kaygı düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Ölçeğin Cronbach's alpha katsayısı  $\alpha = .84$  olarak bulunmuştur. Korelasyon katsayısı .73 ve ölçeğin Karaca tarafından yürütülen çalışmada, test-tekrar test güvenilirlik katsayısının .90 olduğu belirtilmektedir.<sup>12</sup> Çalışmamızda ölçeğin Cronbach's Alfa katsayısı 0,797 tespit edilmiştir. Ölçeğin araştırmada kullanılabilmesi için gerekli izin ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini yapan araştırmacıardan alınmıştır.

### ***Gösterişçi Tüketim Eğilimi Anketi***

Anket gösterişçi tüketim eğilimini belirlemek amacıyla Hız (2011) tarafından geliştirilmiştir. Ankette 13 soru yer almaktadır. Sorular (1) Hiç katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne katılıyorum, ne katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum şeklinde cevapları olan 5'li Likert tipi bir ankettir. Anketin Cronbach Alpha değeri 0.904 olarak belirtilmiştir (Hız, 2011). Araştırmamızda ise Cronbach's Alfa katsayısı 0,749 olarak tespit edilmiştir.

### ***Verilerin Analizi***

Veriler Spss 15 For Windows paket çözümleme programı ile çözümlenmiştir. Çözümlemede, sayı ve yüzde, one way anova, t-testi ve korelasyon analizleri kullanılmıştır.

### **Bulgular**

***Tablo 1: Araştırmaya Katılanların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Dağılımı***

Tanıtıcı Özellikler	Sayı (n)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	30	37,0
Erkek	51	63,0
<b>Yaş</b>		
18- 30	19	23,5
31- 43	6	7,4
44- 56	33	40,7

<sup>12</sup> Faruk Karaca & Murat Yıldız, "Thorson-Powell Ölüm Kaygısı Ölçeği'nin Türkçe Çevirisinin Normal Populasyonda Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Tabula Rasa*, 1, 2001, ss. 43-55.

57 ve üstü	23	28,4
<b>Gelir Durumu</b>		
Gelir giderden az	20	24,7
Gelir gidere denk	47	58,0
Gelir giderden fazla	14	17,3
<b>Dini inancı</b>		
Az	11	13,6
Orta	48	59,3
Güçlü	21	25,9
Diğer	1	1,2
<b>Yaşam Biçimi</b>		
Ailesiyle	72	88,9
Yalnız	4	4,9
Diğer	5	6,1
<b>Yaşamda Bulunulan Ko- numdan Memnuniyet</b>		
Evet	22	27,2
Kısmen	35	43,2
Hayır	24	29,6
<b>En Fazla Yaşanılan Yer</b>		
Köy	11	13,6
İlçe	9	11,1
İl	61	75,3
<b>Kendisini Hissettiği Sosyal Sınıf</b>		
Alt	8	9,9
Orta	70	86,4
Üst	3	3,7
<b>Toplam</b>	81	100,0

Araştırmaya katılanların %63,0'ünün erkek, %40,7'sinin 44- 56 yaş aralığında, %58'inin gelirinin giderine denk olduğu, %59,3'ünün dini inancını orta olarak değerlendirdiği, %88,9'unun ailesiyle beraber yaşadığı, %43,2'sinin yaşamından kısmen memnun olduğu, %75,3'ünün yaşamının büyük bölümünü il merkezinde geçirdiği, %86,4'ünün kendisini orta sınıfta hissettiği saptanmıştır (Tablo 1).



**Tablo 2: Ölüm Kaygısı ve Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçekleri Puan Ortalaması Dağılımı**

Ölçekler	Ortalama	Min	Max	Puan Aralığı
Ölüm Kaygısı Ölçeği	51,01	14,00	85,04	0- 100
Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçeği	32,19	16,08	57,38	13- 65

Araştırmada Ölüm Kaygısı Ölçeği puan ortalaması 51,01, Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçeği puan ortalaması 32,19 olarak bulunmuştur.

**Tablo 3: Ölüm Kaygısı ile Gösterişçi Tüketim Eğilimi Arasında İlişki**

Ölüm Kaygısı	Gösterişçi Tüketim Eğilimi		
	n	r	p
	80	0,004	0,972

Araştırmada ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim eğilimi arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır ( $r=0,004$ ,  $p>0,05$ ).

**Tablo 4: Ölüm Kaygısı Ölçeği Puan Ortalamasının Tanıtıcı Özelliklere Göre Dağılımı**

Tanıtıcı Özellikler	n	Ort.	Ss	F/t	p
<b>Cinsiyet</b>					
Kadın	30	48,98	14,08	-0,994	0,323
Erkek	50	52,22	14,14		
<b>Yaş</b>				0,950	0,421
18- 30	18	49,30	17,84		
31- 43	6	42,94	18,20		
44- 56	33	52,00	11,74		
57 ve üstü	23	53,02	12,97		
<b>Gelir Durumu</b>				0,062	0,940
Gelir giderden az	20	51,90	14,05		
Gelir gidere denk	47	50,56	14,63		
Gelir giderden fazla	14	51,19	13,42		

<b>Dini inancı</b>					
Az	11	60,30	14,11	3,024	0,054
Orta	48	49,90	12,65		
Güçlü	21	48,32	16,13		
Diğer	1				
<b>Yaşam Biçimi</b>					
Ailesiyle	72	51,50	14,21	0,835	0,479
Yalnız	4	42,37	8,73		
Arkadaş	3	54,78	18,29		
<b>Yaşamda Bulunulan Konumdan Memnuniyet</b>					
Evet	22	49,99	15,37	1,349	0,265
Kısmen	35	48,92	13,27		
Hayır	24	54,89	13,89		
<b>En Fazla Yaşanılan Yer</b>					
Köy	11	50,61	13,88	0,160	0,853
İlçe	9	53,54	11,10		
İl	61	50,70	14,71		
<b>Kendisini Hissettiği Sosyal Sınıf</b>					
Alt	8	52,61	19,57	0,204	0,816
Orta	70	51,02	13,81		
Üst	3	46,45	2,07		

Araştırmaya katılanların, cinsiyetleri ( $t=-0,994$ ,  $p>0,05$ ), yaşları ( $F=0,950$ ,  $p>0,05$ ), gelir durumları ( $F=0,062$ ,  $p>0,05$ ), dini inançları ( $F=3,024$ ,  $p>0,05$ ), yaşam biçimleri ( $F=0,835$ ,  $p>0,05$ ), yaşamda buldukları konumdan memnuniyetleri ( $F=1,349$ ,  $p>0,05$ ), en fazla yaşadıkları yer ( $F=0,160$ ,  $p>0,05$ ) ve kendisini hissettiği sosyal sınıf ( $F=0,204$ ,  $p>0,05$ ) ile ölüm kaygısı ölçeği puan ortalaması arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

**Tablo 5: Gösterişçi Tüketim Eğilimi Puan Ortalamalarının Tanıtıcı Özelliklere Göre Dağılımı**

Tanıtıcı Özellikler	n	Ort.	Ss	F/t	p
<b>Cinsiyet</b>					
Kadın	30	30,44	8,26	-1,539	0,128
Erkek	50	33,22	7,57		
<b>Yaş</b>					
18- 30	18	30,76	8,67	3,033	<b>0,034</b>
31- 43	6	37,71	4,02		
44- 56	33	34,03	7,93		
57 ve üstü	23	29,29	6,78		
<b>Gelir Durumu</b>					
Gelir giderden az	20	31,84	8,71	1,910	0,149
Gelir gidere denk	47	31,24	7,10		
Gelir giderden fazla	14	35,90	8,70		
<b>Dini inancı</b>					
Az	11	30,23	10,31	1,262	0,289
Orta	48	33,35	7,83		
Güçlü	21	30,62	6,64		
<b>Yaşam Biçimi</b>					
Ailesiyle	72	32,48	7,88	0,637	0,593
Yalnız	4	31,42	5,99		
Arkadaş	4	30,26	10,76		
<b>Yaşamda Bulunulan Konumdan Memnuniyet</b>					
Evet	22	31,53	10,06	0,849	0,432
Kısmen	35	31,40	6,83		
Hayır	24	33,95	7,12		
<b>En Fazla Yaşanılan Yer</b>					
Köy	11	31,79	8,67	2,534	0,086
İlçe	9	26,84	6,12		
İl	61	33,05	7,78		
<b>Kendisini Hissettiği Sosyal Sınıf</b>					

Alt	8	28,09	8,50	2,361	0,101
Orta	70	32,36	7,73		
Üst	3	39,23	6,09		

Araştırmaya katılanların, cinsiyetleri ( $t=-1,539$ ,  $p>0,05$ ), gelir durumları ( $F=1,910$ ,  $p>0,05$ ), dini inançları ( $F=1,262$ ,  $p>0,05$ ), yaşam biçimleri ( $F=0,637$ ,  $p>0,05$ ), yaşamda buldukları konumdan memnuniyetleri ( $F=0,849$ ,  $p>0,05$ ), en fazla yaşadıkları yer ( $F=2,534$ ,  $p>0,05$ ) ve kendisini hissettiği sosyal sınıf ( $F=2,361$ ,  $p>0,05$ ) ile gösterişçi tüketim eğilimi puan ortalaması arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Ancak Yaş grupları ( $F=3,033$ ,  $p<0,05$ ) ile gösterişçi tüketim eğilimi ölçeği puan ortalaması arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

### Tartışma ve Sonuç

Araştırma sonuçlarımıza göre Ölüm Kaygısı Ölçeği puan ortalaması (51,01) araştırmaya katılanlarda orta düzeyde bir ölüm kaygısı olduğunu göstermektedir (Tablo 2). Bu bulgu değerlendirilirken araştırmaya katılanların yaş, cinsiyet, dini inanç, gelir durumu ve kendisini hissettiği sosyal sınıf gibi tanıtıcı bilgilerle ilişkisi olduğu unutulmamalıdır (Tablo 1).

Bu değişkenlere baktığımızda, araştırmamıza katılanların %58'inin gelirinin giderine denk olduğunu görmekteyiz. Yapılan araştırmalar bize göstermektedir ki, ölüm kaygısı yaşamda elde edilen ün, uzun uğraşlar sonucu elde edilmiş olan sosyal çevre ve parayı kaybetme ile doğrudan ilişkilidir. Araştırmamıza gelir gider dengesi denk olanların çoğunlukla katılmış olmaları, elde ettikleri gelirlerinin sınırlı olduğunu, sosyal çevre olarak çoğu zaman kendilerine benzer kişilerle beraber oldukları ve ün kaybetme endişesini, daha üst gelir grubunda olanlara göre daha az hissettikleri düşünülrse araştırma sonucunda ölçek puanının ortalama düzeyinde çıkmış olması şartı koyucu değildir.

Yaş ve ölüm kaygısı ilişkisine baktığımızda Ayten (2009), geç ergenlerin, erken yetişkinlere göre daha fazla ölüm kaygısı yaşadığını bildirmiştir. Araştırmaya katılanların % 40,7'sinin 44- 56 yaş aralığında olduğu bulgularımızda görülmektedir (Tablo 1). Bu bulgu

bize ölüm kaygısı ölçek puan ortalamasının neden orta düzeyde çıktığı hakkında ipucu sunmaktadır. Bu ipucunu takip ettiğimizde genelde genç yaşlarda ölüm kaygısının düşük olduğu bilinmektedir. Bu kaygı Skinner'ın söylediği gibi yaş ilerledikçe artmaktadır. Ancak grubumuz daha çok orta yaş insanlardan oluştuğu için bu kaygının orta düzey çıkmış olması şaşırtıcı değildir. Araştırmamızda belirtmek isterim ki, yaş değişkeni ile ölüm kaygısı ölçeği arasında bir ilişki tespit edilememiştir (Tablo 4).

Tanıtıcı bilgilerimizden olan cinsiyet ile ölüm kaygısı arasında da bir bağlantı kurmamız mümkündür. Araştırmamızda cinsiyet ile ölüm kaygısı arasında ilişki bulunmamasına rağmen (Tablo 4), Ayten, kadınların erkeklere göre daha fazla ölüm kaygısı yaşadığını belirtmektedir.<sup>13</sup> Araştırmamıza katılanlara bakıldığında ise %63'ünün erkek katılımcı olduğu görülmektedir (Tablo 1). Bu bulgumuz Ayten'in bildirdiğiyle aynı yönde bir sonuçtur.

Dini inancın ölüm kaygısı üzerine etkili olduğu Koç tarafından bizlere bildirilmiştir. Bu araştırmada sürekli dini eğitim alan ve eğitimin gereği olarak ölümden sürekli bahsedilmesi sonucunda ilahiyat öğrencilerinin ölüm kaygılarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca Sosyal çevrenin de ölüm kaygısı üzerinde etkili olduğu bilinmektedir.<sup>14</sup> Bu sosyal çevre eğer dindar olarak tanımlanan bir gruba ait ise ölüm konusunun sıkça konuşulduğu düşünülebilir. Bu gibi durumlarda ölüm kaygısının yüksek olması beklenir. Ancak araştırmamızda dini inancınızı nasıl değerlendirirsiniz sorusuna katılımcıların %59,3'ü orta düzey olarak yanıt vermişlerdir. Bu bulgular göstergesinde ölçek puan ortalamamızın orta düzeyde çıkması genel eğilimlerle uyumludur diyebiliriz.

Ölüm kaygısını etkilediği düşünülen bir diğer değişkenimiz de gelir durumudur. Bizler geçmiş araştırmalardan biliyoruz ki, insanlar ne kadar çok para ve şöhrete sahiplerse ölümden o derece korkmaktadırlar. Ancak araştırmamızın katılımcılarının %58,0'inin

<sup>13</sup> Ayten, "Üniversite Öğrencilerinde Ölüm Kaygısı: Türk ve Ürdünlü Öğrenciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma", s. 90.

<sup>14</sup> Skinner'dan aktaran Mustafa Koç, "Ölüm Korkusu Üzerine Kuramsal Açından Psikolojik Bir Değerlendirme", *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6, 2002, s. 10.

geliri giderine denktir, %86,4'ü kendisini orta sosyal sınıfta hissetmektedir ve %43, 2'si yaşamda bulunduğu konumdan kısmen memnun olduğunu ifade etmiştir (Tablo 1). Bu bulgu katılımcıların çok ün ve şöhrete sahip olmadıklarını, kendilerinin de belirttiği gibi ortalama bir yaşamlarının olduğunu göstermektedir. Bu şekilde bir yaşam tarzı olduğunu düşündüğümüz bireylerin ölüm kaygısı puanlarının orta düzeyde çıkması beklenebilecek bir sonuçtur.

Araştırmamızın bir diğer ölçüğü olan Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçeği puan ortalamasına (32,19) katılımcıların orta düzeyde puan aldıkları görülmüştür (Tablo 2). Bu durum Aslay ve Hız'ın orta sınıfta olan bireylerin gösterişçi tüketim eğilimlerinin yüksek olduğu bulgusu ile ters yöndedir. Katılımcılarımızın %58'inin gelirin giderine denk ve %86,4'ünün kendisini orta sınıfta hissettiği (Tablo 1) düşünülürse Aslay ve Hız'ın bulgularının aksi yönde olduğu daha da belirginleşecektir. Kahraman ve Arıkan, öğretim üeleriyle yaptıkları araştırmada, öğretim üyelerinin sosyal statüleri ve gelirleri arttıkça gösterişçi tüketim eğilimlerinin arttığı bildirilmektedir. Gelirleri ve statüleri düşük olan bireyler, kendi kimliklerini oluşturabilmek için gerekli olan malları tüketirler ve arzuladıkları imajlarına kimliklerine bu yolla ulaşmaya çalışırlar bilgisiyle de benzerlik gösterir.<sup>15</sup> Ülkemizde orta yaş grubunda olan bireylerin emeklilik şartları gereği emekli olmuş olmaları, çocukları varsa ülkemizde erken evlenmeler nedeniyle yetişkin konuma gelmiş olmaları düşünülürse grubumuzun ölçek puan ortalamasının, yaşamda birçok şeyi tamamlamış ve durgun bir yaşama geçmiş olabilecek kişiler için olabilecek bir sonuç olduğu görülecektir.

Araştırma bulgularımıza göre yaş ile gösterişçi tüketim eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $F=3,033$ ,  $P<0,05$ ). Aslay (2013) yaş arttıkça gösterişçi tüketim eğiliminin arttığını bildirmektedir. Yaşla birlikte ister istemez gelirin arttığı düşünülürse bu bulgu Aslay'ın tespitleriyle uyumlu görülmektedir. Ancak bu farkın hangi yaş grubundan kaynaklı olduğunu tespit etmek amacıyla

<sup>15</sup> Vehbi Bayhan, "Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım", *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 43, 2011, s. 223.

yapmış olduğumuz Post-Hoc analiz sonrasında bu farkın hangi değişkenden kaynaklandığı tespit edilememiştir.

Gösterişçi tüketim eğilimi puan ortalaması (32,19) (Tablo 2) ile cinsiyet arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ancak Çınar ve Çubukçu ile Kaya ve Oğuz, kadınların gösterişçi tüketime erkeklerden daha çok önem verdiklerini bildirmektedirler. Bunun tersi bir bulgu olarak da Aslay, kadınların gösterişçi tüketim eğiliminin erkeklerden düşük olduğunu bildirmiştir. Araştırmamıza katılanların büyük bir kısmı erkektir (Tablo 1). Bu sonuç bulgular hakkında net bir fikir yürütmemizi zorlaştırmaktadır. Cinsiyet değişkeninin farklı örneklerde incelenmesi sonuçların hangi yönde olacağı konusunda aydınlatıcı bilgiler sağlayabilecektir. Bu sonuçlar çerçevesinde de bireylere yönelik tüketim tutumlarında değişiklikler sağlanabilir.

Araştırmamızda gösterişçi tüketim eğilimi ile dini inanç arasında bir ilişki tespit edilmemiştir. Aslay, materyalist eğilimleri olanların daha fazla gösterişçi tüketim eğilimi olduğunu belirtmektedir. Araştırmamıza katılanların %13,6'sı dini inancının az, %59,3'ü dini inancının orta düzeyde olduğunu belirtmiştir (Tablo 1).

Araştırmamızın hipotezlerini değerlendirmizde ise; ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim eğilimi arasında ilişki tespit edilememiştir. Bunun nedeni olarak örneklem grubumuzun gelir, sınıf, inanç, yaş, yaşamdan memnuniyet gibi durumlarda orta düzeyde olması etkili olmuş olabilir. Sonuç olarak  $H_0$  Hipotezi kabul edilirken,  $H_1$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_0$ : Ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim ilişkisi yoktur. Kabul.

$H_1$ : Ölüm kaygısı ile gösterişçi tüketim ilişkisi vardır. Red.

### Kaynaklar

Aslay, Fulya & Sevtap Ünal & Özlem Akbulut, "Materyalizmin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27 (2), 2013: 43-62.

Ayten, Ali, "Üniversite Öğrencilerinde Ölüm Kaygısı: Türk ve Ürdünlü Öğrenciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma", Din Bilimleri

- Akademik Araştırma Dergisi, 9 (4), 2009: 85-108.
- Babaoğul, Müberra & Esna Betül Buğday, “Gösteriş Tüketimine Karşı Gönüllü Sadelik”, Tüketici Yazıları III, ed. Müberra Babaoğul & Arzu Şenel & Esna Betül Buğday, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Teset ve Eğitim Merkezi Yayınları, 2012.
- Bayhan, Vehbi, “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”, Sosyoloji Konferansları Dergisi, 43, 2011: 221-248.
- Chen, Joseph & May Aung & Liangxi ZHou & Vinay Kanetkar, “Chinese Ethnic Identification and Conspicuous Consumption”, Journal of International Consumer Marketing, 17 (2-3), 2005:117-136.
- Çınar, Recai & İhsan Çubukçu, “Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları: Karşılaştırmalı Bir Uygulama”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (1), 2009: 277-300.
- Hız, Gülay, “Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması (Muğla örneği)”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2), 2011: 117-128.
- Kahraman, Burak & Gülay Arıkan, “Öğretim Üyelerinin Toplumsal Köken Bağlamında Tüketim Alışkanlıkları ile Yaşam Tarzları Arasındaki İlişki”, Sosyoloji Konferansları Dergisi, 44, 2011: 91-132.
- Karaca, Faruk & Murat Yıldız, “Thorson-Powell Ölüm Kaygısı Ölçeği'nin Türkçe Çevirisinin Normal Populasyonda Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, Tabula Rasa, 1, 2001: 43-55.
- Kaya, Kamil & Zekavet Nuran Oğuz, “Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü”, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22, 2010: 147-164.
- Koç, Mustafa “Ölüm Korkusu Üzerine Kuramsal Açından Psikolojik Bir Değerlendirme”, Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 6, 2002: 7-20.