

# EDİTÖRE MEKTUP

## Letter To The Editor

Serap Yücel DOĞAN\*

Editöre  
Mektup

222

Sayın Editör,

Derginizi uzun bir dönemdir ilgi ile takip etmekteyim. Yayın ilkeleriniz gereği özellikle uygulamaya dönük çalışmalara yer vermeniz ve yayınlardaki seçiciliğiniz, pek çok araştırmacı ve akademisyene olduğu gibi bana da rehber olmaktadır. Bu vesile ile başta derginin yayınlanma sorumluluğunu üstlenen siz değerli hocalarıma, yayın ve hakem kurulunda yer alan saygıdeğer hocalarıma ve eserleri ile emeği geçen tüm akademisyen arkadaş ve hocalarıma teşekkür eder, saygılar sunarım.

Sayın hocam, hepimizin farkında olduğu gibi gerek fen gerek sosyal bilimlerde olsun, herhangi bir araştırma sonucu elde edilen bulguların ya da herhangi bir olgunun tartışmaya sunulması, bulunduğu disipline ve ilgili araştırmacılara önemli faydalar sağlamaktadır. Ancak özellikle sosyal bilim alanındaki akademik dergiler, bu tür tartışmalar için nadiren tercih edilir bir platform olarak görülmektedir. Bu sebeple öncelikle bu mektubun, sosyal bilim dergilerinin daha etkin bir tartışma platformu oluşturmasına katkıda bulunmasını diliyorum. Bu vesile ile de özellikle pozitivist ve yorumsayıcı yaklaşımların her ikisinin de kullanıldığı sosyal bilim araştırmacıları için önemli olabilecek bir konuyu, değerli hocalarıma ve akademisyen arkadaşlarıma ilgisine sunmak istiyorum.

Bilindiği gibi nicel araştırmalar, pozitivist bir mantığın gereği olarak, bir olgunun tanımlanması veya kısmen açıklanmasına ilişkin verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması esasına dayanmaktadır (Torlak ve Altunışık, 2009:24). Bu kapsamda en yaygın kullanılan veri toplama yönteminin anket olduğu görülmektedir. Faydalarını kesinlikle yadsıyamayacağımız bu yöntem, literatürde bahsi geçen bazı sakıncalarına rağmen sıklıkla tercih edilmektedir. Söz konusu bu sakıncaların pek çoğu araştırmacıdan kaynaklandığı için bertaraf edilebildiği gibi, bertaraf edilemeyen, başka deyişle araştırmacıdan bağımsız sakıncaları da bulunmaktadır. Bu gibi durumlarda pozitivist (nicel) yaklaşımlarda ısrar edilmesi doğru mudur?

Tüketici davranışları ile yakından ilgilenen bir Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD akademisyeni olarak beni bu sorulara iten en önemli husus, 2009 Eylül-Kasım döneminde yaptığım “Tüketicilerin Materyalist Eğilimlerinin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı” na yönelik uygulamalı bir çalışma olmuştur\*\*. Çalışmanın anketörlüğünü de ayrıca üstlendiğimden, katılımcıları ve ifadelere cevap verme yaklaşımlarını daha yakından gözlemlene fırsatı edindim. Böylece katılımcılara anket formu yöneltilecek yapılan ve bertaraf edemediğim şu sınırlılıkları tespit ettim:

\* yucelserap@hotmail.com

\*\* Richins ve Dawson (1992)'in “A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation” adlı makalesindeki 18 ifadeli ölçeğin uyarlanarak kullanıldığı araştırma, Balıkesir il merkezinde 308 kişiye uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan soru formunun toplamda yeterli güvenilirliği sağladığı tespit edilmiştir (Cronbach  $\alpha = 0.776$ ). Sonuç olarak demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar bulunsa da yüksek materyalist eğilimlere nadiren rastlanmıştır.

1. Araştırmaya dahil olan katılımcıların bazıları, kendilerine olumsuz değerler atfedileceği hissine kapıldıklarından kendilerini tutarlı bir biçimde kurgulama yoluna gidebilmektedir. Karşılarındaki anketörü daha önce hiç görmemiş veya tanımıyor olmaları da bu durumu fazla etkilememektedir. Zira kimi katılımcılar, kendileri ile ilgili olumsuz çağrışım yapabilecek inanç, tutum ve davranışlarını farkında olmadan kendilerine dahi itiraf etmekten kaçınabilmektedir. Örneğin “Diğer insanların sahip oldukları maddi varlıklara dikkat etmem” ifadesine cevaplayıcıların sadece % 8’i katılmadıklarını, %3’ü de kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir.

2. İfadelere katılma derecelerini belirten ölçek aralıklarının orijinalinde olduğu gibi 7 değil, 5’te tutulmasına rağmen, katılımcıların bazıları soruları yanıtlarken sıklıkla karar değiştirmekte ya da tek bir davranış veya tutumlarından yola çıkarak genellemeye varabilmektedirler. Örneğin “Fonksiyonel olmayan şeyler için de para harcamak hoşuma gider” ifadesi için kimi katılımcılar, sadece son aldıkları fonksiyonel olmayan bir nesneyi satın alırken yaşadığı duyguyu ele alarak cevaplama eğilimi göstermişlerdir. Başka deyişle bir kısım katılımcı, konu ile ilgili kendi duygu, davranış ve tutumlarını yeterince tanımlayamamaktadır.

Literatürde bu sınırlılıklara çözüm ararken, sadece ilk sınırlılık için Torlak ve Altunışık’ın güzel bir tesadüf sonucu aynı konunun örnek verildiği ve pek çok araştırmacının da başvurduğu şu çözüm önerisi ile karşılaştım (2009:28-29):

“...Ölçeklerde sorunun ifade şekli de tüketici davranışı araştırmalarında bulguların farklılaşmasına yol açabilir. Materyalist eğilimleri ölçmeyi amaçlayan bir ölçekte yer alan; “Çevremdeki insanlara sahip oldukları eşyalara göre değer veririm” ifadesi başka bir araştırmacı tarafından “Çevremdeki insanlar sahip oldukları eşyalar kadar değer görürler” ifadesine dönüştüğünde, ifadedeki vurgu deneğin kişisel bakış açısından (ben), değerlendirme yapılan çevredeki insanlara doğru değişimiyle birlikte cevaplarda önemli farklılıklar ortaya çıkarabilir.” Ancak bu çözüm önerisinin araştırmanın konusunu ve boyutunu da değiştirdiğini yine aynı yazarlar şöyle ifade etmektedir:

“...Birinci ifadede deneğin materyalist eğilimlere ilişkin olarak kişisel bakış açısı ve değer yargılarına vurgu yapılırken, ikinci ifadede kişisel değer yargılarından ziyade insanların nasıl algılandığına ilişkin genel değerlendirmeye vurgu yapılmakta olup, kişinin söz konusu görüşü paylaşıp paylaşmadığı konusunda kesin bir çıkarım yapmak zor olacaktır.”

Dolayısıyla “Bireylerin Materyalist Eğilimleri”ni konu alan araştırmada, bahsi geçen ifadeler kullanıldığında araştırma konusunun “Bireylerin Materyalist Eğilimler Hakkındaki Algılamaları” olarak değiştirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, insan ve toplulukları anlamaya yönelik yapılan bu tür nicel araştırmaların, bulgularının tutarlılık göstermesine ve ölçeğin yeterli güvenilirlik düzeyinde olmasına rağmen, her zaman doğru ve yerinde bir yöntem olmadığı görülmektedir. Bu sebeple uygulamaya dönük çalışmalarda, kalitatif araştırmalara daha sık başvurulması gerekliliğine yönelik düşüncemi paylaşmak isterim. Ancak, özellikle ülkemiz literatüründe bu tür araştırmaların nadirliği, yapılanların niteliksizliği yönündeki eleştirilerin sıklığı (Ger, 2009: 2) pek çok akademisyen arkadaşımızı bu konuda çekingen kılmaktadır. Bu sebeple siz değerli hocalarımızın rehberliği ve teşviki ile birlikte, nitelikli yorumsayıcı araştırmaların sosyal bilim dergilerinde daha sık yer almasının, biz sosyal bilim araştırmacılarına yol göstermesi bakımından son derece önemli faydalar sağlayacağını ifade etmek isterim.

Saygılarımla

## KAYNAKÇA

- Ger, G. (2009). Tüketici araştırmalarında nitel yöntemler kullanmanın incelikleri ve zorlukları, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1, 1, 1-19.
- Richins, L. M., Dawson, S. (1992). Consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. 1992 by *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.
- Torlak, Ö., Altunışık, R. (2009). tüketici davranışı araştırmalarında ölçek ve soru formları tasarımının araştırma bulguları üzerine etkileri, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1, 1, 1-19.

Editöre  
Mektup

### Serap Yücel DOĞAN

12 Ağustos 1976'da Kayseri'de doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Kayseri'de yaptı. 1999 yılında Erciyes Üniversitesi İİBF İşletme Bölümünde lisans, 2003 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Ana Bilim Dalında yüksek lisans eğitimini tamamladı. 2000-2005 yıllarında Erciyes Üniversitesinde araştırma görevlisi olarak çalışan Yücel Doğan, 2009 yılında da aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı doktora programını tamamladı. Serap Doğan evli ve bir çocuk annesidir.