



## ÇOCUKLARIN ÇEVRE BİLİNÇLİ TÜKETİCİ OLARAK SOSYALLEŞMESİNDE ANNELERİN ÇOCUK YETİŞTİRME TUTUMLARININ ROLÜ<sup>1</sup>

**Doç. Dr. Sezen BOZYİĞİT**

Mersin Üniversitesi TUTİYO  
*sbozyigit@mersin.edu.tr*

**Prof. Dr. Canan MADRAN**

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi  
*canan.madran@deu.edu.tr*

### Öz

Günümüzde insanlar refah düzeyini yükseltmek, daha fazla gelişebilmek uğruna doğal kaynakları kayıtsızca kullanarak, üretim ve tüketim düzeyini .evre dengesinin bozulması pahasına da olsa artırmaktadır. Bu nedenle, çevreyi düşünerek tüketim yapan çocuklar yetiştirmek eskisinden daha fazla önem kazanmıştır. Bu araştırma, annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere tasarlanmıştır. Araştırmanın amacı, farklı çocuk yetiştirme tutumlarına sahip annelerin, çocuklarının tüketim davranışını nasıl şekillendirdiğini ortaya çıkartmaktır. Araştırma, Adana ilinde ikamet eden, çocuğu 4-6 yaşında olan ve okul öncesi kurumlara devam eden anneler ve bu annelerin çocukları üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonucunda, ağaç dikimi ve çiçek ekimi, çevreye zararlı ürün kullanmama, kâğıtları ayırma, bilinçli tüketim, alınacak ürünlerde dikkat edilen özellikler, tüketici olarak hakkını bilme, ürün alırken çocuğun fikrini sorma gibi konularda annelerin çocuk yetiştirme tutumları arasında anlamlı farklar olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici Sosyalleşmesi, Okul Öncesi Eğitim, Çocuk Yetiştirme Tutumu, PARI, Çevreci Tüketim.

### THE ROLE OF CHILD REARING ATTITUDES OF MATERNAL ON THE SOCIALIZATION AS AN ENVIRONMENT CONSCIOUS CONSUMER OF CHILDREN

#### Abstract

People also increase the production and consumption level to raise their welfare and further development at the risk of deterioration of the ecological balance by using the natural resources inattentively. That's why; to bring up children who are aware of the environment when consuming is more important than before. This study has been designed to reveal the relations between the maternal child-rearing attitudes and the socialization of the children as consumers. The purpose of the practice is to find out how the mothers with different child-rearing attitudes influence the consumption behaviors of children. The study is applied to the mothers whose 4-6 year-old children that go to preschool in Adana. According to the results, there were significant differences among the child-rearing attitudes of the mothers in tree and flower planting, not using environmentally hazardous products, paper separation, conscious consumption, the specifications to be considered for the products to be purchased, being aware of her/his rights as a consumer, asking for the opinion of the child when purchasing a product.

<sup>1</sup> "Çocukların Çevre Bilinçli Tüketici Olarak Sosyalleşmesinde Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Rolü" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

**Keywords:** The Consumer Socialization, Preschool Education, Child-Rearing Attitudes, PARI, Environment-Friendly Consumption.

## 1. Giriş

İnsan, doğduğu andan itibaren kendisini bir toplumun içerisinde bulmuş olsa da, insanın toplumun aktif bir üyesi olması kendiliğinden gerçekleşen bir olay değildir. Çünkü insan, içinde yaşadığı toplumun kültürünü özümseyerek davranışlarına yön vermektedir. Hayat boyu süren ve hayatın her aşamasını etkileyen bu sürece sosyalleşme adı verilmektedir. Sosyalleşme süreci, tüketicinin öğrenilmesinde de önemli rollere sahiptir. Sosyalleşme, hayat boyu sürmesine rağmen, bu süreçte çocukluk ve ergenlik dönemlerinin çok önemli olduğu düşünülmektedir (Moore ve Bowman, 2006, s.536). Çocukların sosyalleşmelerinde de ailelerin rolü yadsınamaz bir gerçektir. Ünal (2013:91), aile eğitiminin geciktirilmeyen ve kesintiye uğramayan bir süreç olduğunu belirtmektedir. Aileler gerek kendi davranışlarıyla gerekse çocuklarının davranışlarına müdahalede bulunmalarıyla çocuklarının tüketici olarak sosyalleşme sürecine katkıda bulunmaktadırlar. Aile içerisinde çocuğa toplumla ilgili sosyal ve ahlaki kuralları ilk öğreten kişilerden birisi annedir. Anne, çocuğun yaşamının her alanında bir etkiye sahiptir. Sharma (2011,s.163) da, sosyalleşme araçları arasında, annelerin çok önemli bir role sahip olduklarından bahsetmektedir.

Günümüzde insanlar sosyalleşirken, refah düzeylerini yükseltmek, daha fazla gelişebilmek uğruna doğal kaynakları kayıtsızca kullanarak, üretim ve tüketim düzeylerini doğanın kısıt kaynaklarına rağmen arttırmaktadırlar. Nüfusun artmasıyla beraber, toplam tüketim hızlı bir şekilde artmaya devam etmektedir. Bu yüzden günümüzde çevreyi düşünerek tüketim yapan çocuklar yetiştirmek önem kazanmıştır. Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesiyle ilgili alan yazında çok sayıda çalışma (Gronhoj, 2006; Lueg ve Finney, 2007; Chaplin ve John, 2007; Ateşoğlu ve Türkkahraman, 2009; Fan ve Li, 2010) yapılmasına rağmen, çocukların tüketici olma sürecinde ailenin çocuk yetiştirme tutumlarına odaklanan az sayıda çalışma (Carlson,1985; Rose,1995) mevcuttur. Yapılan bu çalışmalarda da çevreci tüketim konusunun ihmal edildiği görülmüştür. Bu nedenle bu araştırmanın amacı, çocukların özellikle çevre bilinçli bir tüketici olarak sosyalleşmelerinde, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolününün tespit edilmesidir.

Araştırmanın ilk bölümünde, tüketicinin sosyalleşme süreci, annelerin çocuk yetiştirme tutumları ve tüketicinin sosyalleşme sürecinde önemli olan konular teorik olarak açıklanmıştır. Alan araştırması bölümünde ise, araştırmanın örnekleme, veri toplama yöntemi, geçerlik-güvenirlilik bilgileri ve bulguları ele alınmış, son olarak ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

## 2. Alanyazın Taraması

### 2.1. Tüketici Olarak Sosyalleşme Süreci ve Çocuk Yetiştirme Tutumları

Sosyalleşme, bireyin toplum kültürü içerisine dâhil edilmesi ve kültürün birey tarafından özümsemesi sürecidir ve sosyal hayatta sosyalleşme süreci olmaksızın herhangi bir toplumun veya kurumun varlığını sürdürmesi mümkün değildir (Ateşoğlu ve Türkkahraman, 2009, s.215). Tüketicinin sosyalleşmesi ise, gençlerin pazarda tüketici olarak sahip oldukları bilgi, beceri ve tutumların ortaya çıkma süreci olarak tanımlanabilmektedir (Ward, 1974, s.2). Birey tüketici olarak sosyalleşirken çeşitli sosyalleşme araçlarının etkisinde kalmaktadır. Aile, okul, medya, akranlar tüketicinin sosyalleşmesinde önemli rolleri olan sosyalleşme araçlarıdır.

Çocuğun tüketiciliği öğrenmesini sağlayan sosyalleşme araçları arasında aile, en iyi öğretme aracıdır ve ailede kazanılan tutum ve davranışların etkisi yetişkinlikte de devam etmektedir (Fan ve Li, 2010, s.4). Carlson, Grossbart ve Walsh da (1990), tüketici sosyalleşme sürecini etkileyen çevresel faktörlerden en önemlisi ve en yaygın olanının aile, aile içinde de anne etkisi olduğunu belirtmektedir. Çünkü anne, babaya oranla, doğumdan itibaren çocukla daha yoğun bir ilişki kurmaktadır. Yaşamın ilk yıllarında çocukların ebeveynleri özellikle de anneleri ile olumlu etkileşim kurmaları, onların çok yönlü gelişiminin temellerini oluşturmaktadır (Yılmaz ve Ülker,2018:48). Annelerin çocuklarla kurdukları iletişim, çocuk yetiştirirken takındıkları tutum ve davranış şekilleri, çocukların tüketim davranışlarını etkilemektedir. Zaten önceki çalışmalarda da, anneler çocukların yetişkinlik dönemlerindeki tüketim tercihlerinin belirleyicisi olarak tanımlanmaktadır (Carlson ve diğerleri, 1990, s.28).

Arat (2008), anne-babanın 0-6 yaş çocuklarına yetersiz ya da yanlış yetiştirme ile kazandıramadıkları temel özelliklerin, birey tarafından yaşamının ilerleyen evrelerinde kazanılmak zorunda olduğunu, çocukların büyüdükçe nasıl davranmaları gerektiğini öğrenseler de, çocuklara bunu nasıl başaracaklarını adım adım yıllar boyunca öğreten ve pekiştiren unsurun annelerin örnek davranışları olduğunu vurgulamaktadır. Bu yüzden annelerin çocuk yetiştirirken gösterdikleri tutumlar çok önemlidir.

Tutumlar ile ilgili yapılan çalışmalar (Yavuzer, 1993; Sertelin, 2003; Özyürek, 2004; Tabak, 2007; Yeter, 2010) incelendiğinde bu tutumların altı başlık altında toplandığı görülmektedir. Demokratik tutum, hem kontrolün hem de kabul ve ilginin yüksek olduğu, anne ve babaların çocuğun da hakları olduğunu kabul ettikleri bir tutumdur. Otoriter tutum, kontrolün yüksek, kabul ve ilginin düşük olduğu, kuralların çocuğa açıklanmadan konulduğu ve çocuktan bu kurallara sıkı sıkıya uymasının beklendiği bir tutumken, aşırı korumacı tutum ise çocukların hep düşman bir çevre içindeymiş gibi davranıldığı veya çocuklarının kendi başına bir şeyler beceremeyeceği düşüncesinden dolayı çocuğun yapabileceklerini onun yerine yapan ebeveynlerin

gösterdiği tutumdur. Hem kontrolün hem de kabul ve ilginin düşük olduğu, çocuğun sadece beslenme, giyinme gibi en temel gereksinimlerini karşılayan, çocuklarına yeteri kadar zaman ayırmayan ebeveynlerin tutumu ise ilgisiz tutumdur. Konulan kuralları ve onların sonuçlarını takip etmemek anlamına gelen, ebeveynlerin birbirleriyle veya kendileriyle tutarlı olmayan davranışlarda bulunması şeklinde de görülen tutum tutarsız tutumken, kontrolün düşük kabul ve ilginin yüksek olduğu, çocuk merkezli bir tutum ise izin verici tutumdur.

## 2.2. Çevreci Tüketim Davranışı Açısından Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşmeleri

Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi bir süreçten meydana gelmektedir. Bu süreçte önemli olan nokta, çocukların sürekli ve gereksiz yere tüketen bireyler olmaları değil, neyi, ne kadar tükettiğini, tüketiminin çevreye verdiği zararları bilen bilinçli bireyler haline gelmeleridir. Bu noktada çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmeleri önem kazanmaktadır. Çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmeleri sürecinde de, çevreci tüketim, tüketim konusunda anne-çocuk iletişimi, materyalist tüketim, bilinçli tüketim konularının önemli olduğu düşünülmektedir.

**Çevreci Tüketim:** Bilim dünyasında yaşanan gelişmeler, bir yandan insanoğlunun hayatını kolaylaştırırken, bir yandan da gelecek nesillerle ilgili endişelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Brown (2004), gelinen noktada, nüfus artışı, küresel ısının yükselmesi, yer altı su düzeylerinin alçalması, kişi başına düşen tarım alanlarının azalması, daralan ormanlar, gıda güvenliğinin yok olması, bitki, hayvan türleri ve deniz canlılarının azalması gibi temel küresel sorunların, insanlığın geleceğini riske sokan boyutlara ulaştığını vurgulamaktadır. İnsanoğlu çevreyle ilgili endişeler taşımaktadır. Dünya gelirinin %70'nin dünya nüfusunun %30'unun kullanımında olması nedeni ile çoğu araştırmacı tarafından çevre kirliliğinin esas nedeni tüketim artışı olarak gösterilmektedir (Keleş, 2007, s.9). Çocukların tutum ve alışkanlıkları, yaşamın ilk yıllarında geliştiğinden dolayı, çocuklarda çevre ile ilgili algılar da erken yaşlarda oluşmaktadır. Bu noktada da aileye önemli görevler düşmektedir. Gronhoj (2006) çalışmasında, aile içerisindeki tüketimin çok önemli olduğunu, ailenin tüm fertlerinin çevreci tüketimle eşit derecede ilgili olmasalar bile, çevreci tüketimle en çok ilgili olan eşin diğerlerinin davranışlarını değiştirebileceğini, çevreci tüketim konusunda anne-baba ile çocuk arasındaki en büyük tartışmanın su ve enerji tasarrufu konusunda olduğunu vurgulamaktadır.

**Tüketim Konusunda Anne-Çocuk İletişimi:** Bir mal veya hizmet satın alırken aile ve çocuğun, bilgi, düşünce ve duygularını paylaşması tüketim konusunda iletişim kurmadır. Çocuğun tüketici olarak sosyalleşmesini araştıran birçok araştırma için, aile içindeki iletişim türü çok önemli ve ihmal edilmemesi gereken bir konudur, çünkü aile iletişimi çocuğun satın

alma davranışını etkilemektedir ( Lueg ve Finney, 2007; Carlson, Laczniak ve Wertley, 2011). Aile iletişim türü çocuğun ailenin tüketim kararlarına katılmasını, reklâmlara karşı tutumunu ve ürün bilgisinin artmasını etkilemektedir (Lueg ve Finney, 2007, s.27). Yan ve Xu (2010) yaptıkları çalışmada, yeşil ürün ve geri dönüşümlü ürün satın alma konusunda aile ile çocuk arasında iyi bir iletişim olduğu takdirde, çocukların ailelerinin fikirlerinden çok daha fazla oranda etkilendiğini ortaya çıkartmıştır. Ayrıca Yan ve Xu (2010), aile yeşil ürün satın alma konusunda kendi fikirlerini çocukla paylaştıkça, yeşil satın alma davranışının çocuk gelişiminin erken aşamalarında kazanılabileceğini vurgulamaktadır.

**Materyalist Tüketim ve Çocuk:** Tüketim yönlü olarak bakıldığında materyalizmin, tüketicinin maddi anlamda sahip olma isteği ve bağlılığıyla ilgili bir kavram olduğu görülmektedir (Ger ve Belk, 1996, s.57). Çocuk yetiştirirken, çocukların istenilen davranışları yapmaları için aileler ödül olarak yiyecek, oyuncak gibi materyaller vereceklerini vaad etmektedirler. Ödül olarak bu tüketim araçlarını kullanmak materyalist davranışları teşvik etmektedir. Bu konuda Kırmızı (2012) da, çocukların altı yaşından başlayarak materyalizmin etkisi altına girdiğini, bu etkinin orta ve geç ergenlikte devam ettiğini ve materyalist anne-babaların varlığı, verimsiz anne-baba-çocuk iletişimi ve akran iletişimi gibi birtakım etkenlerin, çocuğun materyalist olması üzerinde önemli rol oynadığını belirtmektedir. Chaplin ve John (2007) da, materyalist aileye sahip genç insanlarda materyalizmin yüksek seviyede olduğunu, ayrıca kendine güveni yüksek olan yetişkinlerde ve çocuklarda materyalizm seviyesinin düşük olduğunu söylemektedir.

**Bilinçli Tüketim ve Çocuk:** Bilinçli tüketim, tüketicinin, haklarının farkında olarak çevreye ve topluma karşı sorumluluk duygusu hissederek, savurganlık ve israftan uzak bir şekilde yaptığı tüketim olarak tanımlanabilmektedir (Özbölük, 2010, s.5). Bu tüketim biçiminde tüketici, gerçek gereksinimlerini göz önünde tutarak, piyasa araştırması yaparak, mevcut ürünleri kalite, fiyat, güvenilirlik yönleriyle karşılaştırarak planlı ve dikkatli bir şekilde satın alma davranışında bulunmaktadır. Tüketicinin sahip olduğu hakları bilmesi ve bu hakları kullanması da bilinçli tüketimi gerçekleştirmesinde son derece önemlidir (Hayta, 2006, s.239). Güven (2010), annelerin çocuklarına para kullanımına ilişkin deneyimlerini, kaliteli ürünleri satın almayı ve fiyat-kalite ilişkilerini öğretmeleri gerektiğini söylemektedir. Bu öğretimin etkili olabilmesi için de çocukların verdikleri kararların sonuçlarının (olumlu veya olumsuz olsun) mutlaka çocuklarla nedenleriyle beraber tartışılması gerekmektedir. Dündar (2017) ise ebeveynleri bilinçli tüketici olan çocukların bilinçli tüketicilik düzeylerinin yüksek olduğunu, ayrıca ebeveynlerin bilinçli tüketicilik konusunda çocukları ile kurdukları iyi iletişimin çocukların bilinçli tüketici olma durumlarını pozitif yönde doğrudan etkilediğini belirtmektedir.

### **2.3. Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumları ve Tüketicinin Sosyalleşmesi ile İlgili Yapılan Çalışmalar**

Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ve tüketicinin sosyalleşmesi ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Carlson (1985), çocuğu anaokuluna giden 499 anne ile yaptığı çalışmasında, farklı tutumlara sahip annelerin reklâma bakış açısı, tüketimi kısıtlama, tüketim amaçları, çocuklarla iletişim konusunda birbirlerinden farklı oldukları ama çocukların tüketim özerklikleri konusunda birbirlerine benzer olduklarını tespit etmiştir.

Carlson ve diğerleri (1990), annelerin çocuğun tüketim gelişimiyle ilgili amaçlarının, tüketicinin sosyalleşme sürecini etkilediğinden bahsetmektedirler. 451 anne ile yaptıkları çalışmada, demokratik ve uzlaşmacı tutuma sahip annelerin korumacı ve ihmalcı tutuma sahip annelere oranla, çocuklarıyla ilgili daha fazla tüketim amacına sahip oldukları, çocuklarıyla televizyon reklâmlarını daha sık tartıştıkları, çocuklarıyla televizyon karşısında daha çok zaman geçirdikleri, aile satın alma kararıyla ilgili olarak çocuklarına daha çok söz verdikleri, çocuklarının alışveriş yapma durumlarıyla yakından ilgilendikleri, çocuklarının fikirlerine önem verdikleri, çocuklarının bağımsız bir şekilde tüketim yapmasını destekledikleri ortaya çıkmıştır.

Rose (1995), üç ve sekiz yaş arası çocuğa sahip, 237 Japon ve 389 Amerikalı anneyle yaptığı çalışmasında, en çok demokratik anne tutumuna, ikinci olarak da hoşgörülü anne tutumuna rastlanılmıştır. Her ikisi de çocuklarıyla iyi iletişim kuran, onlara özgürlük tanıyan anne tutumları olmasına rağmen, demokratik anneler hoşgörülü annelere oranla çocukların tüketimlerini daha fazla sınırlamaktadırlar. Demokratik annelerde, ılımlı bir sınırlama söz konusudur. Otoriter anneler ise çocuklarını dış etkilerden uzak tutmakta ve tüketim konusunda onlarla daha az iletişim kurmaktadır.

### **3. Araştırmanın Yöntemi**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Çocuğun içine doğduğu aile ortamı, çocuğun gelişimini belirlemede önemli bir role sahiptir. Ersoy ve Şahin (1999), çocuğun, kalıtımla getirdiği özelliklerin ne kadar gelişeceğinin, nasıl biçimleneceğinin ve daha sonraki yılları ne derece etkileyeceğinin; ailenin sosyo ekonomik ve sosyo kültürel niteliği, çocuklarına sağladıkları uyarılar, aile bireylerinin birbirleriyle ve çocukları ile olan ilişkileri, çocuk yetiştirme tutumları gibi aile ortamı ile ilgili pek çok değişkene bağlı olduğunu söylemektedir.

Araştırma, aileler arasındaki bu davranış farklılıklarının ailelerin özellikle de annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile ilişkisinin olup olmadığı ve varsa da nasıl bir ilişkinin olduğu

sorusundan hareket ederek tasarlanmıştır. Bugüne kadar bu konuda yapılan çalışmalar (Carlson, 1985; Rose, 1995) annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi arasında bir ilişki olduğunu tespit etmiş, ama bu ilişkilerin neler olduğunu, bu ilişkilerin arkasında yatan asıl nedenleri ve annelerin tüketim konusundaki davranışlarının çocuklarına nasıl yansıdığını tespit etmede yetersiz kalmıştır. Ayrıca mevcut çalışmalarda, annelerin çocukların tüketim özerkliği, alışveriş sırasında aile çocuk iletişimi, tüketimin kısıtlanması, materyalizm, reklâmlara karşı tutum gibi düşüncelerine yer verilmiş olup günümüzde gittikçe önem kazanan bilinçli tüketim ve çevreci tüketim konuları ihmal edilmiştir. Çocukların tüketici olarak sosyalleşme süreçlerinde ve bunun önemli bir alt alanı olarak bilinçli ve çevreci tüketici olarak yetişmelerinde, annelerin tutumların etkisinin çok önemli olduğu varsayılmaktadır. Bu yüzden bu araştırmanın amacı; çocukların tüketici olarak sosyalleşme sürecinde, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının çocukların, özellikle çevreci tüketim konusunda, tüketici olarak sosyalleşmesi sürecinde nasıl ve ne ölçüde etkili olduğunun tespit edilmesidir.

Annelerin çevre bilinci, tüketici davranışları, tüketim değerleri ve bunları nasıl kullandıkları ile çocuk yetiştirme tutumları arasındaki ilişkiyi inceleyen bu araştırmanın, ailenin özellikle annenin çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi sürecindeki rolünün daha iyi anlaşılmasını sağlayacağı umulmaktadır. Araştırmada çevre ve tüketim bilinci konuları da araştırıldığı için çocuğun çevre bilinçli bir tüketici olarak sosyalleşmesinde hangi annelik tutumunun daha çok etkisinin olduğunun ortaya konmasının alanyazındaki boşluğu da dolduracağı tahmin edilmektedir. Ayrıca araştırmanın, çocukların çevreci tüketici olarak sosyalleşmelerini incelemesi bakımından pazarlama, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarını incelemesi bakımından ise eğitim bilimleri alanlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### 3.2.Araştırma Soruları

Araştırmada, annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesine nasıl etkide bulunduğu odaklanıldığından dolayı, bu etkileşimlerin neler olduğunu, nasıl şekillendiğini ve annelerin davranışlarının altında yatan nedenlerin neler olduğunu belirleyebilmek için araştırma soruları sorulmuştur.

**Soru 1:** Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile annelerin ve çocukların çevreci tüketim davranışları arasında nasıl bir ilişki vardır?

**Soru 2:** Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile annelerin ve çocukların bilinçli tüketici olması arasında nasıl bir ilişki vardır?

**Soru 3:** Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile annelerin ve çocukların materyalist tüketim davranışları arasında nasıl bir ilişki vardır?

**Soru 4:** Annelerin çocuk yetiştirme tutumları ile tüketim konusunda anne-çocuk iletişim biçimleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

### 3.3. Örneklem

Araştırmanın ana kütesini, dört-altı yaşındaki çocukları, Adana ili merkez ilçelerinde bulunan resmi ilköğretim okullarına bağlı anasınıfları veya özel-resmi anaokullarına giden anneler ve bu annelerin bu yaşlardaki çocukları oluşturmaktadır. Araştırma için sadece annelerin seçilme nedeni, Carlson'ın (1985,s.52) çalışmasında belirttiği gibi, çocukların sosyalleşme sürecinde annelerin baskın bir konuma sahip olmalarıdır. Araştırmada, çocuğu dört-altı yaşında olan annelerin seçilmesi ise, üç nedene dayanmaktadır (Rose, 1995, s.74). İlk olarak, çocuğun tüketici olarak sosyalleşmesinin, sosyal yeteneklerini kazanmasının ve kişilik oluşumunun çoğu okul öncesi (anaokulu-anasınıfı) döneminde oluşmaktadır ki, bu dönem çocuk üzerindeki aile etkisinin de en üst noktada olduğu dönemdir. İkinci olarak, bilinçli tüketim eğitiminin erken çocukluk döneminde verilmesi daha etkilidir. Bu nedenle araştırmayı bu dönemdeki çocuklarla yapmak önemlidir. Üçüncü olarak da, okul öncesi dönemde başlayan aile çocuk iletişimi daha sonraki çocukluk dönemine de taşınmaktadır.

Adana ili merkez ilçelerindeki özel ve devlet okullarına bağlı anasınıfı veya anaokuluna giden toplam öğrenci sayısının, Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü Okul Öncesi Hizmetleri Şubesi'nden alınan bilgiler doğrultusunda 21.172 kişi olduğu öğrenilmiştir (N. Eriş ile kişisel iletişim, 21 Haziran 2012). Araştırma yapılan anasınıfı ve anaokullarında, öğretmenlerin yardımıyla 550 anneye anket formu dağıtılmış, dağıtılan anket formlarından 377 tanesi doldurulmuş olarak geri dönmüştür. Geri dönen 377 anket formundan 23 tanesi de eksik doldurulduğu için geçersiz sayılmış ve analizler 354 anket formu üzerinden yapılmıştır. Anket formlarının dağıtılması ve toplanması işlemi 14 Nisan-1 Haziran 2012 tarihleri arasında yapılmıştır. Her bir okuldaki öğrenciler ve bu öğrencilerin anneleri kolayda örnekleme yoluyla seçilmiştir.

### 3.4. Veri Toplama

Araştırmada, anket ve derinlemesine görüşme olmak üzere iki ayrı veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Esas itibarıyla derinlemesine görüşme yapılacak annelerin ve çocukların belirlenmesi için, annelere öncelikle Aile Hayatı Çocuk Yetiştirme Tutum Ölçeğinin (PARI) de içinde yer aldığı bir anket uygulanmıştır. PARI, 1978'den günümüze pek çok araştırmada ( Ayyıldız, 2005; Belsky ve diğerleri,2005; Durmuş, 2006; Nimsi, 2006;



Şanlı, 2007; Tabak, 2007; Yalçın ve Türnüklü, 2011) kullanılmış, geçerliliği ve güvenilirliği kabul edilebilir düzeyde bir ölçme aracı olması nedeniyle bu çalışmada da annelerin çocuk yetiştirme tutumlarını ölçme amacıyla kullanılmıştır. PARI'da Aşırı Koruyuculuk, Demokratik Tutum ve Eşitlik Tanıma, Reddetme, Karı-Koca Geçimsizliği ve Otoriterlik olmak üzere beş alt faktör bulunmaktadır.

Ankette on soru bulunmaktadır. Sorulardan ilkinin 60 maddelik PARI ölçeği oluşturmaktadır. Diğer sorular demografik özelliklerle ilgilidir. Anket ilk olarak 50 anneye uygulanmış, bu annelerden alınan geribildirimler sonucu anket formuna saha araştırması öncesi son hali verilmiştir. Araştırmada sorulacak sorular belirlendikten sonra, derinlemesine görüşme için kaç annenin ve hangi annelerin seçileceği sorusu gündeme gelmiştir. Anneler yapılan faktör analizi sonucu aldıkları faktör skorlarına göre seçilmişlerdir. Derinlemesine görüşme yapmak için, faktör skorlarına göre sahip olduğu tutum diğer dört tutumdan bariz derecede daha yüksek puana sahip anneler seçilmiştir.

Derinlemesine görüşmelerde kaç anne ile görüşme yapılacağına kararı başlangıçta değil süreç içerisinde kesinlik kazanmıştır. Cevapların birbirini tekrar ettiği nokta, yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılan nokta olarak değerlendirilmiştir. Buna benzer çalışmalarda, kaç kişi ile görüşme yapıldığından daha önemlisi, araştırmanın içerik ve beklentilerine göre kimlerle görüşme yapıldığı ve ilgili görüşme ya da gözlemlerde aranan sonuçlara ulaşıp ulaşılamadığıdır (Bülbül ve diğerleri, 2008, s.20). Bu nedenle cevapların birbirini tekrar etmeye başladığı 20. kişiden itibaren örneklem seçimine son verilmiştir.

Çocuk yetiştirme tutumları PARI ölçeği ile saptanan annelerin, çocuklarının çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşme sürecinde nasıl davrandıklarını tespit edebilmek için yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerde annelere çevreci tüketim, bilinçli tüketim, materyalizm ve tüketim hakkında çocuklarla iletişim konularında sorular yöneltilmiştir. Sorular oluşturulurken daha önce bu konuda yapılan çalışmalardan (Carlson,1985; Rose,1995; Carruth ve Skinner, 2001; Warren, 2002) yararlanılmıştır. Ayrıca, çocukların çevreci tüketim, tüketim özerkliği ve tüketimin kısıtlanması konusunda nasıl sosyalleştiklerini ölçmek amacıyla, çocuklara bu konularla ilgili resimler gösterilmiş ve öncelikle resimde ne gördükleri, bu hareketin kendilerine göre doğru bir hareket olup olmadığı, kendilerinin o konuda nasıl davrandıkları, son olarak da niye böyle davrandıkları ve bu davranışı nereden öğrendikleri sorulmuştur. Okul öncesi çocuklarla çalışıldığı ve bu çocukların soyuttan çok somut algıları geliştiği için öğretmenlerin tavsiyesi doğrultusunda derinlemesine görüşmelerde doğrudan soru sormak yerine resim göstererek soru sorma tercih edilmiştir.

### Şekil 1. Çocuklara Gösterilen Resimler



**Resim 1. Çevre Kirliliği**



**Resim 2. Elektrik Kullanımı**



**Resim 3. Su Kullanımı**



**Resim 4. Tüketim Davranışı**

Katılımcılarla ve çocuklarıyla olan görüşmeler 01 Kasım- 30 Kasım 2012 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan alınan randevular doğrultusunda görüşmelerin beşi katılımcıların evlerinde, biri iş yerinde, diğerleri de çocukların gittikleri okullarda, katılımcılarla yüz yüze yapılmıştır.

#### 4. Araştırmanın Bulguları

##### 4.1. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırmada tek bir ölçekten, PARI ölçeği, yararlanılmıştır. PARI 60 maddeden oluşan bir ölçek olmasına rağmen, yapılan güvenilirlik ve faktör analizi sonucunda araştırmada uygun 22 madde kullanılmıştır. Bu ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Ölçeğin hem 60 maddeli haline, hem de faktör analizi sonucu araştırmada kullanılan 22 maddeli haline güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca, ölçek rastgele ikiye bölünerek de güvenilirlik analizi uygulanmıştır.. Ölçeğin 60 maddeli halinin güvenilirliği 0,911 iken, 22 maddeli halinin güvenilirliği 0,848'dir. Ölçek rastgele ikiye bölündüğünde çıkan alfa değerleri de 0,70'in üzerinde bulunmuştur. Tüm bu değerler, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2004, s.633).

Araştırmanın içerik geçerliğini test etmek için, alanında uzman üç akademisyene hem hazırlanan anket hem de görüşme formu gösterilmiş ve onların önerileri doğrultusunda ankette ve görüşme formunda değişiklikler yapılmıştır. Anket için 50, derinlemesine görüşme için ise beş kişi ile ön test yapılmış, kişilerden gelen geri bildirimler sonucu anlaşılmayan sorular düzeltilmiş ve ankete son hali verilerek kapsam geçerliği sağlanmıştır. Son olarak da, yapı geçerliğini sağlamak için, faktör analizinden yararlanılmıştır. Tüm bu yapılanlar sonucu, araştırmanın geçerlik koşullarını sağladığı düşünülmektedir.

#### 4.2. Araştırmadan Elde Edilen Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan annelerin demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmaya Katılan Annelerin Demografik Özellikleri

Özellikler	Sayı	Yüzde(%)	Özellikler	Sayı	Yüzde(%)	Özellikler	Sayı	Yüzde(%)
<b>Yaş</b>			<b>Medeni Durum</b>			<b>Çocuk Cinsiyeti</b>		
22-29	70	19,8				Erkek		53,4
30-37	209	59,0	Evli	341	96,3	Kız	189	35,0
38 ve Üstü	75	21,2	Boşanmış	10	2,8	Kız ve Erkek	124	2,0
Toplam	354	100	Diğer	3	0,9	Belirtmeyen	7	9,6
			Toplam	354	100	Toplam	34	100
							354	
<b>Gelir Düzeyi</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>	<b>Meslek</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>	<b>Eğitim</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
1000 TL ve Altı	121	34,2	Memur	10	2,8	Okur Yazar	17	4,8
1001-2500 TL	60	16,9	Öğretmen	54	15,3	İlköğretim	112	31,6
2501-4000 TL	45	12,7	Doktor	13	3,7	Lise	72	20,3
4001-5500 TL	37	10,5	Eczacı	8	2,3	Ön Lisans	21	5,9
5501-7000 TL	24	6,8	Mühendis	13	3,7	Lisans	108	30,5
7001-8500 TL	12	3,4	Ev Hanımı	177	50,0	Lisansüstü	22	6,2
8501-10000 TL	12	3,4	Tekniker	7	2,0	Belirtmeyen	2	0,6
10001 TL ve Üstü	9	2,5	Bankacı	9	2,5	Toplam	354	100
Belirtmeyen	34	9,6	Serbest	31	8,8			
Toplam	354	100,0	Diğer	10	2,8	<b>Çocuk Sayısı</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
			Mimar	3	,8	1		32,5
			Avukat	1	,3	2	115	47,7
			İşçi	5	1,4	3 ve üstü	169	19,6
			Belirtmeyen	13	3,7	Belirtmeyen	69	0,3
			Toplam	354	100	Toplam	1	100
							354	

Tablo 1’den, katılımcıların çoğunluğunun 30-37 yaş aralığında, evli, 2 çocuğa sahip, ev hanımı, 1000 TL ve altında hane halkı gelirine sahip, ilköğretim veya lisans mezunu oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 2 :Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları**

	Yükü	Eş kökenlilik	Öz değeri	A. varyans	Ortalama	Alfa
<b>I-AŞIRI KORUMACI TUTUM (8 madde)</b>			<b>3,587</b>	<b>16,306</b>	<b>2,742</b>	<b>,838</b>
11. Bir anne çocuğunun mutluluğu için kendi mutluluğunu feda edebilmelidir.	,730	,555			2,8547	
4. Bir anne çocuğunun düş kırıklığına uğramaması için elinden geleni yapmalıdır.	,719	,525			2,8539	
3. Çocuk boşa geçen dakikaların bir daha hiç geri gelmeyeceğini ne kadar çabuk öğrenirse, kendisi için o kadar iyi olur.	,654	,451			2,9487	
14. Çocuğun düşündüğü her şeyi tahmin edebilmek, bir annenin görevidir.	,649	,526			2,5625	
51. Anne babalar çocuklarına hayatta ilerleyebilmeleri için hep bir şeyler yapmaları ve boşa zaman geçirmemeleri gerektiğini öğretmelidirler.	,586	,456			2,9915	
28. Çocuklar, anne babalarının kendileri için neler feda ettiklerinin farkına varmalıdırlar.	,558	,562			2,9231	
46. Anneleri kendileri yüzünden zorluk çektiği için çocuklar, annelerine karşı daha anlayışlı olmadırlar.	,532	,598			2,6371	
57. Çocuklar cesaretlerini kırabilecek tüm zor işlerden uzak tutulmalıdır.	,501	,471			2,1681	
<b>II-OTORİTER TUTUM (3 madde )</b>			<b>2,464</b>	<b>11,200</b>	<b>2,209</b>	<b>,740</b>
30. Sağlam ve iyi bir karakter sıkı disiplin ile olur.	,782	,671			2,2343	
24. Çocuğu sıkı terbiye edersiniz sonra size teşekkür eder.	,753	,669			2,4377	
10. Sıkı kurallarla yetiştirilen çocuklar çok daha iyi yetişkin olurlar.	,697	,537			1,9544	
<b>III-KARI-KOCA GEÇİMSİZLİĞİ TUTUMU (4 madde )</b>			<b>2,291</b>	<b>10,416</b>	<b>2,634</b>	<b>,705</b>
33. Babalar daha az bencil olsalardı kendilerine düşen görevi yaparlardı.	,778	,637			2,5369	
19. Eğer anneler dileklerinin kabul edileceğini bilselerdi, babaların daha anlayışlı olmalarını dilerlerdi.	,745	,584			2,7681	
8. Babalar, biraz daha şefkatli olsalar, anneler çocuklarıyla ilgili görevlerini daha iyi yaparlar.	,678	,507			2,6459	
48. Eğer bir anne çocuklarıyla ilgili görevlerini iyi bir şekilde yapamıyorsa belki de bu, babanın evde kendine düşen görevi iyi yapmamasından ileri geliyordur.	,605	,467			2,5852	
<b>IV-REDDETME TUTUMU (3 madde )</b>			<b>1,877</b>	<b>8,531</b>	<b>2,582</b>	<b>,630</b>
49. Genç bir anne için ilk bebeğin bakımı sırasında yalnız kalmaktan kötü bir şey olamaz.	,809	,692			2,6080	
42. Hiçbir kadından yeni doğmuş bir bebeğe tek başına bakması beklenmemelidir.	,709	,532			2,6553	
52. Akıllı bir kadın yeni bir bebeğin doğumundan önce ve sonra yalnız kalmamak için elinden geleni yapar.	,588	,554			2,4842	
<b>V-DEMOKRATİK TUTUM (4 madde )</b>			<b>1,836</b>	<b>8,347</b>	<b>3,292</b>	<b>,602</b>
18. Anne ve babalar her zaman çocuklarının kendilerine uymasını beklememeli, birazda kendileri çocuklarına uymalıdır.	,774	,603			3,3239	
22. Eğer çocuklar ailedeki kuralları uygun bulmuyorlarsa, bunu söylemeleri için anne baba tarafından teşvik edilmelidirler.	,718	,544			3,2137	
45. Eğer anne babalar çocukları ile şakalaşp beraber eğlenirlerse, çocuklar onların öğütlerini dinlemeye daha çok istekli olurlar.	,542	,461			3,3983	
13. Büyükler çocukların şakalarına güler, onlara eğlendirici öyküler anlatırsa aralarındaki ilişki daha olumlu olur.	,536	,454			3,2308	

Araştırmada, annelerin hangi çocuk yetiştirme tutumuna sahip olduğunu tespit etmek için, 60 maddeden oluşan PARI ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmada, KMO örneklem yeterliliği oranı 0,885 olarak tespit edilmiştir. Bu oran maddelerin faktör analizine uygunluğunun mükemmel seviyede olduğunu göstermektedir (Durmuş ve diğerleri, 2006, s.79). 60 maddeden oluşan ölçeğin faktör desenini ortaya koymak amacıyla faktörleştirme yöntemi olarak temel bileşenler analizi, döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden maksimum değişkenlik yöntemi (varimax) seçilmiştir. Maddeler, ilgili ölçekle olan korelasyonları, binişik olma durumları, eş kökenlilik değerleri ve madde silindiği zaman ölçeğin alacağı alfa değeri açısından incelenmiştir. İnceleme sonucunda 2, 6, 20, 37, 41, 43, 53 nolu maddeler silindikleri zaman ölçeğin alacağı alfa değeri arttığı için; 53, 1, 5, 38, 9, 51, 36, 50, 23, 35, 59, 31, 7, 47, 27, 39, 21, 60, 26, 15, 32, 25, 29 nolu maddeler yer aldıkları faktördeki yük değerleri 0,45'in altında kaldığı için; 40, 34, 44, 17, 16, 56, 58, 54, 12 nolu maddeler de birden çok faktör altında toplandıkları için ölçekten çıkartılmıştır Böylece, geriye kalan 22 madde tekrar faktör analizine tabi tutulmuş ve 22 maddenin beş faktörde toplandığı ve bu faktörlerin, toplam varyansın %54,79'unu açıkladığı görülmüştür.

**Tablo 3.** Annelerin Çevre ve Çevreci Tüketim Konusundaki Görüşleri

Katılımcı	Turumu	Gelir	Eğitim	Temizlik	Ağaç-Çiçek dikimi	Zararlı ürün	Pil	Enerji Tasarrufu	Ekimini Getir	Ank	Kağıt	Ekli Kıyafet
Katılımcı 9	Geçimsizlik	10000 TL Üsm	Lisans	+	-	+	+	+	-	Pil	Çöpe Atıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 10	Geçimsizlik	5501 TL-10000 TL	Lisans	+	-	-	-	-	-	-	Çöpe Atıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 11	Geçimsizlik	1000 TL Aht	Orta Okul	+	-	-	-	+	-	Kağıt	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 12	Geçimsizlik	1000 TL Aht	İlköğül	-	-	-	-	+	-	Kağıt-Plastik	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 17	A. Koruma	10000 TL Üsm	Lisans	-	+	+	-	+	-	-	Ayrılmam Gerektiğini Düşünüyor Ama Ayarlamıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 18	A. Koruma	5501 TL-10000 TL	Lisans	+	-	+	-	+	-	-	Ayrılmam Gerektiğini Düşünüyor Ama Ayarlamıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 20	A. Koruma	1000 TL Aht	Lise	+	+	-	-	+	-	Kağıt-Plastik	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 19	A. Koruma	1000 TL Aht	Orta Okul	+	+	-	-	+	+	Kağıt-Plastik	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 2	Demokratik	5501 TL-7000 TL	Lisans	+	+	+	+	+	-	Yag-Kağıt-Şişe-Kapak	Ayarıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 1	Demokratik	10000 TL Üsm	Lise	+	-	+	+	+	-	Yag-Kağıt-Şişe-Kapak	Ayarıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.

Annelerin çocuk yetiştirme tutumları yapılan anket ile belirlendikten sonra, önce annelerle sonra da bu annelerin çocukları ile çevreci tüketim, bilinçli tüketim, materyalizm, tüketim konusunda çocukla iletişim gibi konularda derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yapılan bu görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler de tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 3'ün devamı**

Katılımcı	Tutum	Gelir	Eğitim	Temizlik	Ağaç-Çiçek dikimi	Zararlı ürün	Pil	Enerji Tasarrufu	Eskisini Getir	Atık	Kağıt	Eski Kıyafet
Katılımcı 3	Demokratik	1000 TL Añ	İlkokul	-	+	-	-	+	-	Kağıt - Plastik	Ayırıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 4	Demokratik	1000 TL Añ	Lise	-	+	+	+	+	+	Kağıt - Plastik - Pil	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 13	Otoriter	5501 TL-10000 TL	Lisans Üstü	-	-	+	-	-	-	-	Çöpe Atıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 14	Otoriter	2501 TL-4000 TL	Ortaokul	+	+	-	-	+	-	Kağıt - Plastik	Ayırıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 15	Otoriter	1001 TL-2500 TL	İlkokul	+	-	-	-	+	-	Kağıt	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 16	Otoriter	1000 TL Añ	İlkokul	+	+	-	-	+	-	Kağıt - Plastik	Ayırıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 6	Reddeden	5500 TL-10000 TL	Lise	-	-	+	-	-	-	-	Çöpe Atıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 5	Reddeden	4001 TL-5500 TL	Lisans	+	+	-	-	+	-	Pil - Şişe Kapağı	Çöpe Atıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 7	Reddeden	1000 TL Añ	Lise	+	-	-	-	+	-	Kağıt	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.
Katılımcı 8	Reddeden	1000 TL Añ	İlkokul	+	-	-	-	-	-	Kağıt - Plastik	Yakıyor	İhtiyaç Sahiplerine Veriyor.

Not: (+) katılımcının o konudan bahsettiğini veya o konuya uyguladığını, (-) ise o konudan bahsetmediğini veya o konuya uygulamadığını göstermektedir.

Tablo 3'e göre doğanın korunması denildiği zaman, farklı tutumlara sahip annelerin büyük çoğunluğu çevrenin temiz tutulmasına, çevreye çöp atılmamasına önem vermektedir. Doğanın korunmasına ağaç dikerek katkıda bulunulması konusunda, özellikle aşırı korumacı ve demokratik annelerin diğer tutuma sahip annelerden daha duyarlı olduğu görülmektedir. Çevreye zarar veren ürünleri kullanmama, pilleri çöpe atmayıp biriktirme konusuna ise demokratik tutuma sahip anneler diğer tutumlara sahip annelerden daha fazla önem vermektedirler. Reddeden tutuma sahip annelerin daha az önem vermesine rağmen, tüm anneler enerji tasarrufunun önemli bir konu olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca annelerin hemen hemen hiçbiri "eskisini getir yenisini götür" kampanyalarına sıcak bakmamaktadır.

Araştırmaya katılan annelerin hepsi, eski kıyafetlerini ihtiyaç sahiplerine vermektedirler. Kağıtların nasıl atıldığı konusunda ise dikkat çeken en önemli nokta, hangi annelik tutumuna



sahip olursa olsun gelir düzeyi düşük olan annelerin kağıtları sobada yakarak imha etmesidir. Diğer konulardaki farklar gelir veya eğitim seviyelerinden değil de tutumlardan kaynaklanırken, sadece kağıtların yakılması konusunda, gelirden kaynaklanan bir farkın olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca, demokratik tutuma sahip anneler dışında diğer tutumlara sahip annelerden en az birinin kağıtları ayırmadan çöpe attıkları görülmektedir.

**Tablo 4.** Annelerin Bilinçli Tüketimle İlgili Tutumları

Katılımcı	Tutum	Bilinç düzeyi	Önemsemediği konular	Problemi türünü ne yaptığı	Tüketici olarak haldenme bilmesi	Çocuğu nasıl bir tüketici olsun
Katılımcı 9	Geçimsizlik	Bilinçli Değil	İçerik- Tarih	İade-Şikâyet	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 10	Geçimsizlik	Bilinçli Değil	Yok	Şikâyet	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 11	Geçimsizlik	Bilinçli Değil	Fiyat	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 12	Geçimsizlik	Bilinçli Değil	Yok	İade-Şikâyet	Bilmiyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 17	A. Koruma	Bilinçli ama Kıyafete Dayanmıyor	Fiyat-İçerik- Tarih	İade	Biliyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 18	A. Koruma	Bilinçli ama Gıda Ürünlerinde Dayanmıyor	İçerik	İade	Biliyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 20	A. Koruma	Bilinçli	Fiyat-İçerik- Tarih	İade	Biliyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 19	A. Koruma	Bilinçli ama Kıyafete Dayanmıyor	İçerik	İade-Şikâyet	Biliyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 2	Demokratik	Bilinçli	Ürün- Fiyat	İade- Tüketici Msh.	Biliyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 1	Demokratik	Bilinçli	Fiyat-Doğal Ürün- Tarih	İade	Biliyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 3	Demokratik	Bilinçli	Ürün- Fiyat	Şikâyet	Biliyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 4	Demokratik	Bilinçli	Ürün- Fiyat	İade	Biliyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 13	Otoriter	Yarı Bilinçli	Fiyat	Pahalıya İade	Biliyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 14	Otoriter	Bilinçli Değil	Yok	Pahalıya İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 15	Otoriter	Bilinçli	Doğal Ürün	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 16	Otoriter	Bilinçli	Fiyat	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 6	Reddeden	Bilinçli Değil	Yok	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 5	Reddeden	Bilinçli Değil	Yok	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun
Katılımcı 7	Reddeden	Yarı Bilinçli	İçerik	İade	Bilmiyor	Yarı Bilinçli
Katılımcı 8	Reddeden	Yarı Bilinçli	Fiyat	İade	Bilmiyor	Bilinçli Olsun

Tablo 4'e göre sadece demokratik tutuma sahip annelerin hepsinin daha bilinçli tüketici gibi hareket ettikleri görülmektedir. Aşırı korumacı anneler kendilerini bilinçli tüketici olarak tanımlasalar da kıyafet veya gıda söz konusu olduğunda tam olarak bilinçli bir şekilde davranmamaktadırlar. Annelerin alacakları ürünlerde dikkat ettikleri hususlar

konusunda ise aşırı korumacı annelerin özellikle alınacak ürünün içeriğine, demokratik annelerin hepsinin ise ürünün kendisine ve fiyatına önem verdikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan annelerin çoğunluğu, problemlü ürünü kesinlikle iade ettiğini belirtmektedir. Aşırı korumacı ve demokratik tutuma sahip annelerin hepsi tüketici olarak haklarını tam olarak bildiklerini söylerken, diğler tutumlara sahip anneler bu konuda yeterince bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmektedirler. Farklı tutumlara sahip anneler kendilerini ister bilinçli, ister bilinçsiz tüketici olarak tanımlasınlar, hemen hemen hepsi çocuklarının bilinçli bir tüketici olmasını istediklerini söylemişlerdir. Burada en dikkat çeken nokta, aşırı korumacı tutuma sahip annelerin hepsinin hem çocuklarının bilinçli olmasını hem de gözlerinde bir şeylerin kalmamasını istemeleridir.

**Tablo 5.** Annelerin Materyalist Tüketimle İlgili Tutumları

Katılımcı	Tutum	Marke	Niye Marke Akçor	Neyi Marke Akçor	Para Niye Önemli
Katılımcı 9	Geçimsizlik	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı- Kıyafet	Çocukların Geleceği
Katılımcı 10	Geçimsizlik	Önemli	Statü	Ayakkabı- Ev Eyyası- Kıyafet	Garanti
Katılımcı 11	Geçimsizlik	Önemli	Kaliteli	Gıda	İhtiyaç
Katılımcı 12	Geçimsizlik	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı- Kıyafet	Statü
Katılımcı 17	A. Koruma	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı-Saat	Çocukların Geleceği
Katılımcı 18	A. Koruma	Önemli	Kaliteli	Kıyafet-Çanta	Çocukların Geleceği
Katılımcı 20	A. Koruma	Önemli	Sağlık	Ev Eyyası	Sağlık
Katılımcı 19	A. Koruma	Önemli	Sağlık	Gıda	Sağlık
Katılımcı 2	Demokratik	Önemli değil	-	-	Hayatın Devamı
Katılımcı 1	Demokratik	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı-Saat	Garanti
Katılımcı 3	Demokratik	Önemli	Kaliteli	Kıyafet- Ayakkabı	Garanti
Katılımcı 4	Demokratik	Önemli	Sağlık	Gıda	İhtiyaç
Katılımcı 13	Otoriter	Önemli	Kaliteli	Gözlük	Garanti
Katılımcı 14	Otoriter	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı-Çanta	İhtiyaç
Katılımcı 15	Otoriter	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı- Kıyafet	İhtiyaç
Katılımcı 16	Otoriter	Önemli değil	-	-	Hayatın Devamı
Katılımcı 6	Reddeden	Önemli	Statü	Kıyafet-Ev Eyyası	Statü
Katılımcı 5	Reddeden	Önemli	Kaliteli	Ayakkabı	Hayatın Devamı
Katılımcı 7	Reddeden	Önemli	Belirtmemiş	Ayakkabı	Hayatın Devamı
Katılımcı 8	Reddeden	Önemli	Kaliteli	Kıyafet	Hayatın Devamı



Tablo 5'e göre, çocuk yetiştirme tutumları ne olursa olsun iki anne hariç annelerin hepsi için marka önemlidir. Annelerin çoğu markayı kaliteli olduğu için tercih etmektedir. Araştırmaya katılan anneler özellikle ayakkabı ve kıyafeti marka almayı tercih etmektedirler. Materyalist tüketim konusunda annelerin çocuk yetiştirme tutumları arasında bir fark olmadığı görülmektedir. Anneler farklı tutumlara sahip olmalarına rağmen benzer düşüncelere ve davranışlara sahiptirler. Para, araştırmaya katılan tüm anneler, için önemli bir husustur. Anneler, paraya farklı nedenlerle önem vermektedirler. Paranın anneler için önemli olmasının en önemli nedeni, hayatın devam etmesi için gerekli olması, hayatı garanti altına almasıdır. Bu noktada, farklı tutuma sahip anneler fikir birliği içerisindedirler. Sadece aşırı korumacı tutuma sahip anneler diğer annelerden farklı olarak, paranın özellikle çocuklarının geleceği ve sağlık için önemli olduğunu belirtmektedirler.

**Tablo 6.** Annelerin Tüketim Sırasında Çocukla İletişimle İlgili Tutumları

Katılımcı	Tutum	Çocuğun Fikrinin Sorulması	Hangi Konuda	Fikrinin Niye Sorulduğu	Açıklama Yapılıp Yapılmadığı
Katılımcı 9	Geçimsizlik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Yapmaz
Katılımcı 10	Geçimsizlik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	O Da Birey	Kısa Açıklama
Katılımcı 11	Geçimsizlik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Bilmiyor	Geçirtir
Katılımcı 12	Geçimsizlik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Geçirtir
Katılımcı 17	A. Koruma	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Yapar
Katılımcı 18	A. Koruma	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Yoksa Kullanmaz	Yapar
Katılımcı 20	A. Koruma	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Yoksa Kullanmaz	Yapar
Katılımcı 19	A. Koruma	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Gönü Olun	Yapar Bazen Geçirtir
Katılımcı 2	Demokratik	Sorar	Her Konuda	O Da Birey	Yapar
Katılımcı 1	Demokratik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	O Da Birey	Yapar
Katılımcı 3	Demokratik	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Güveni Artırm	Yapar
Katılımcı 4	Demokratik	Sorar	Her Konuda	O Da Birey	Yapar
Katılımcı 13	Otoriter	Önce Kendi Sorar Çocuk	Her Konuda	O Da Birey	Yapar
Katılımcı 14	Otoriter	Önce Kendi Sorar Çocuk	Çocukla İlgili Ürünlerde	O Da Birey	Kısa Açıklama
Katılımcı 15	Otoriter	Önce min fikirle Çocuk	Çocukla İlgili Ürünlerde	O Da Birey	Kısa Açıklama
Katılımcı 16	Otoriter	Önce Kendi Sorar Çocuk	Çocukla İlgili Ürünlerde	Yoksa Kullanmaz	Önce Kısa Açıklama
Katılımcı 6	Reddeden	Sormaz	-	-	Yapmaz
Katılımcı 5	Reddeden	Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Yapar
Katılımcı 7	Reddeden	Bazen Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Yapar
Katılımcı 8	Reddeden	Bazen Sorar	Çocukla İlgili Ürünlerde	Çocuk Kullanacak	Kısa Açıklama

□

Tablo 6'ya göre, otoriter ve reddeden tutuma sahip annelerin dışındaki tüm anneler, alışveriş sırasında doğrudan çocuklarının fikirlerini sormaktadırlar. Otoriter tutuma sahip annelerin hepsi önce kendi fikirlerinin sonra çocuklarının fikirlerinin önemli olduğunu belirtmektedirler. Reddeden tutuma sahip annelerden ikisi çocuklarının bazen fikrini sorarken, biri de hiç sormamaktadır. Anneler genelde çocukla ilgili ürünlerde çocuklarının fikirlerini sormaktadırlar. Anneler, çocukların da bir birey olduğunu ve o ürünü çocukların kullanacağını düşündükleri için çocuklarının fikirlerini sormaktadırlar. Bu konuda tutumlar arasında bir fark bulunmamaktadır. Araştırmaya katılan annelerden demokratik ve aşırı korumacı tutuma sahip annelerin hepsi çocuklarına açıklama yaparken, otoriter tutuma sahip olan annelerden üçü ise çocuklarına kısa açıklamalar yapmaktadırlar.

**Tablo 7. Çocuklarla Yapılan Derinlemesine Görüşme Sonuçları**

Katılımcı	Annenin Tutum	Annenin Tüketimi Kısıtlaması	Anne Neyi Kısıtlıyor	Çocuğun Markette İstedığı	Çocuğa Göre Annenin Her Şeyi Alması	Annenin Enerji Tasarrufu	Elektrik Kullanımı	Su Kullanımı	Kimden Öğrendi	Çöpleri Ne Yapar
Katılımcı 9'un Çocuğu	Geçimsizlik	Bazen	Sağsksız Ürünler	Cips-Kola	Alır	Önemli	Uyurken Kapatır	Kapatmaz	Bilmiyor	Çöpe Atar
Katılımcı 10'un Çocuğu	Geçimsizlik	Kısıtlar	Elektrik-Su	Cips-Kola	Almaz	Kendi Uygulamaz Ama Çocuğu Uyarır	Kapatır	Kapatır	Kendi Biliyor	Çöpe Atar
Katılımcı 11'in Çocuğu	Geçimsizlik	Bazen	Çikolata	Cips-Kola	Alır	Önemli Ama Uygulamıyor	Kapatmaz	Bazen Kapatır	.	Çöpe Atar
Katılımcı 12'nin Çocuğu	Geçimsizlik	Kısıtlamaz	.	Cips-Kola	Alır	Önemli	Kapatır	Kapatır	Televizyon	Çöpe Atar
Katılımcı 17'nin Çocuğu	A. Koruma	Kısıtlar	Sağsksız Ürünler- Elektrik-Su	Süt-Meyve Suyu	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 18'in Çocuğu	A. Koruma	Kısıtlar	Sağsksız Ürünler- Elektrik-Su	Cips	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 20'nin Çocuğu	A. Koruma	Kısıtlar	Sağsksız Ürünler- Su	Çikolata	Almaz	Önemli	Bazen Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 19'un Çocuğu	A. Koruma	Bazen	Sağsksız Ürünler	Cips-Kola	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 2'nin Çocuğu	Demokratik	Kısıtlar	Elektrik-Su	Süt- Yoğurt	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 1'in Çocuğu	Demokratik	Kısıtlar	Sağsksız Ürünler	Kola-Cips Almaz	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar

Tablo 7'nin devamı

Katılımcı 3'ün Çocuğu	Demokratik	Kısıtlar	Sağsksız Ürünler	Bebası Cips Alır	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 4'ün Çocuğu	Demokratik	Bazen	Sağsksız Ürünler	Cips	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 13'ün Çocuğu	Otoriter	Kısıtlar	Elektrik-Su	Cips-Kola-Elma	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 14'ün Çocuğu	Otoriter	Kısıtlar	Elektrik- Kola	Cips-Kola Tüketmez	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne-Baba	Çöpe Atar
Katılımcı 15'in Çocuğu	Otoriter	Kısıtlar	Cips- Kola- Elektrik-Su	Cips Yemez	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 16'nın Çocuğu	Otoriter	Kısıtlar	Elektrik- Su	Kola Almaz	Almaz	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 6'nın Çocuğu	Reddeden	Kısıtlamaz	-	Cips-Kola	Alır	-	Kapatmaz	Kapatır	-	Çöpe Atar
Katılımcı 5'in Çocuğu	Reddeden	Kısıtlamaz	-	Cips-Süt	Alır	Önemli	Kapatır	Kapatır	Sinema Filmi	Çöpe Atar
Katılımcı 7'nin Çocuğu	Reddeden	Bazen	Su Kullanır	Cips-Kola	Bazen Alır	Önemli	Kapatır	Kapatır	Anne	Çöpe Atar
Katılımcı 8'in Çocuğu	Reddeden	Kısıtlamaz	-	Çikolata- Kola	Alır	-	Kapatmaz	Kapatır	Öğretmen	Çöpe Atar

Tablo 7, genel olarak çocukların annelerinin verdikleri cevapları doğrular nitelikte cevaplar verdiklerini göstermektedir. Araştırmaya katılan çocukların hepsi çöplerin yerlere atılmayacağını bilmektedir. Çocukların büyük çoğunluğu bu bilgiyi kendilerine annelerinin verdiğini söylerken, bazıları da bunu öğretmenlerinin söylediğini belirtmektedir. Enerji tasarrufuna önem veren veya çocuğunun elektrik ve su kullanımını kısıtlayan annelerin çoğunun çocuğu elektrik ve suyun gereksiz yere kullanılmaması gerektiğinin bilincinde olan çocuklardır. Otoriter ve demokratik annelerin çocuklarının hepsi elektrik ve su tasarrufuna dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmada dikkat çeken diğer bir nokta ise çocukların çoğunun cips yemekten hoşlanmalarıdır. Özellikle otoriter annelerin cips veya kola tüketimine diğer annelere oranla daha fazla miktarda kısıtlama getirdikleri görülmektedir. Ayrıca araştırmada, reddeden ve karı-koca geçimsizliği tutumlarına sahip annelerin çevre, tüketim gibi konularda çocukları için iyi bir öğretici olmadıkları ama demokratik, aşırı korumacı ve otoriter tutuma sahip annelerin çocuklarına daha iyi çevre ve tüketim danışmanlığı yaptıkları ortaya çıkmıştır.

## 5. Sonuç

Çocuklukta kazanılan deneyimler, yetişkinlikteki davranışlara yön vermektedir. Bugünün küçüğü olan çocuklar, yarının büyüğü olacaklar ve gelecek nesillerin yetiştirilmesinde de önemli

roller üstleneceklerdir. Bu yüzden, çocuklarının sosyalleşmesi özellikle de tüketici olarak sosyalleşme süreçleri, üzerinde önemle durulması gereken konulardan birisidir. Çocukların tüketici olarak sosyalleşme süreçlerine anneler bilerek veya bilmeyerek önemli etkilerde bulunmakta, davranışlarıyla ve çocuklarına verdikleri tepkilerle çocuklarının davranışlarını etkilemektedirler.

Bu araştırmada, çocuk tüketicilerin çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesi sürecinde, çevreci tüketim, bilinçli tüketim, materyalizm ve tüketim konusunda anne-çocuk iletişimi gibi konularda annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının etkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bazı konularda annelerin çocuk yetiştirme tutumları arasında fark bulunurken bazı konularda da fark bulunamamıştır. Araştırma sonuçları Tablo 8'de özet olarak verilmiştir.

**Tablo 8.** Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumları Arasında Fark Olan ve Olmayan Konular

Tutumlar Arasında Fark Olan Konular	Tutumlar Arasında Fark Olmayan Konular
Ağaç dikimi ve çiçek ekimi	Doğanın temiz tutulması
Çevreye zararlı ürün kullanmama	Enerji tasarrufunun önemi
Kağıtları ayırma	Eski kıyafetlerin ihtiyaç sahiplerine verilmesi
Bilinçli tüketim	Problemlili ürünü iade
Alınacak ürünlerde dikkat edilen özellikler	Çocuğun bilinçli bir tüketici olması isteği
Tüketici olarak hakkını bilme	Materyalist tutum ve marka
Annenin markette davranışı	
Ürün alırken çocuğun fikrini sorma	
Çocuğun tüketimini kısıtlama	

Araştırma sonuçlarına göre, tüm annelerin çevreyi kirletmemeye önem verdikleri, ancak aşırı korumacı ve demokratik annelerin ağaç diktiği, geçimsiz annelerin ise dikmediği, karı-koca geçimsizliği tutumuna sahip annelerin çevreye zararlı ürün kullanırken, demokratik annelerin kullanmadığı, demokratik ve otoriter annelerin genelinin kağıtları ayırdığı ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bu sonuçları Easterling ve diğerlerinin (1995) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Bilinçli tüketim konusunda, demokratik annelerin diğer annelere oranlara daha bilinçli olduğu ama karı-koca geçimsizliği tutumuna sahip annelerin bilinçli olmadığı görülmüştür. Ayrıca, demokratik anneler alınacak ürünlerde ürün-fiyat durumuna, aşırı korumacı anneler ise içeriğe dikkat etmekte, aşırı korumacı ve demokratik anneler ise diğer anneler oranla tüketici olarak haklarını bilmektedirler. Bu konuda anneler arasındaki farkın yapılan diğer çalışmaların (Bulut v.d, 2014; Sak v.d, 2015) aksine sosyo ekonomik durumdan değil de çocuk yetiştirme tutumundan kaynaklandığı görülmektedir. Örneğin hem sosyo ekonomik durumu kötü hem de iyi olan tüm demokratik anneler diğer anneler oranla daha bilinçli çıkmıştır. Ayrıca tüm anneler kendi bilinç düzeyleri ne olursa olsun çocuklarının bilinçli olmasını

istemektedirler. Burada unutulmaması gereken en önemli nokta, çocukların özellikle okul öncesi dönemlerde anneyi gözlemledikleri ve onu rol model aldıklarıdır. Bu nedenle annenin davranışları ve bilinç düzeyi oldukça önemlidir. Anne ne kadar bilinçli olursa çocuk da o kadar bilinçli olacaktır. Anneler tüketim konusunda kendi bilinç düzeylerini geliştirmeli, hem davranışlarıyla çocuklarına örnek olmalı hem de çocuklarla konuşup onları bu konularda bilgi sahibi yapmalıdırlar.

Araştırmaya katılan tüm anneler markaya önem vermektedir. Özellikle kıyafet ve ayakkabı konusunda marka daha da önem kazanmaktadır. Carlson'ın (1985) çalışmasının aksine bu araştırmada tutumlar konusunda çok fazla bir fark bulunamamıştır. Ancak Bozyiğit (2015), aile tüketim konusunda baskıcı davrandıkça çocuğun marka düşkünlüğü ve materyalizm düzeyinin arttığını, Chaplin ve John (2007) ise materyalist aileye sahip çocukların da materyalizm düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmektedir. Günümüzde insanlar refah düzeylerini yükseltmek, daha fazla gelişebilmek uğruna doğal kaynakları kayıtsızca kullanarak, üretim ve tüketim düzeylerini arttırmaktadırlar. Geline nokta, sadece tüketmek için tüketen nesillerin yetiştiği bir toplum düzenidir. Bu noktada da annelere önemli görevler düşmektedir. Anneler öncelikle bu konuda kendileri bilgilenmeli, gereksiz tüketimi bırakmalı, sonra da çocuklarına ihtiyaçlarından fazlasını tüketmemeleri konusunda öğütler vermeli ve bu konunun önemini çocuklarına açıklamalıdırlar.

Tüketim hakkında çocukla iletişim kurma konusunda, otoriter ve reddeden tutuma sahip anneler dışında tüm anneler tüketimle ilgili çocuklarının fikirlerini sormaktadırlar. Aslan, (2005); Hellman (2009). Yang ve diğerleri (2014) ve Wisenblit ve diğerleri (2013) de yaptıkları çalışmalarda, demokratik annelerin otoriter annelere oranla daha fazla tüketim konusunda çocukla iletişim kurduklarını tespit etmişlerdir. Ayrıca, reddeden ve karı-koca geçimsizliği tutumuna sahip anneler çocuklarının her istediğini marketten satın almaktadır. Reddeden anne ürün alırken çocuğunun fikrini sormazken, otoriter anne önce kendi fikrine sonra çocuğunun fikrine önem vermekte ve son olarak aşırı korumacı ve demokratik anneler sağlıksız ürünler ile elektrik-su kullanımı konusunda çocuklarının tüketimlerini kısıtlamaktadırlar. Bu konu da Gronhoj'un (2006), çevreci tüketim konusunda anne-baba ile çocuk arasındaki en büyük tartışmanın su ve enerji tasarrufu konusunda olduğunu vurguladığı çalışması ile paralellik göstermektedir. Burada unutulmaması gereken nokta, çocuğa kısıtlama getirilerek çocuğun davranışının sadece belli bir süreliğine değişeceği. Ama çocuğa niçin kısıtlama getirildiği anlatılırsa çocuğun davranışında ileriki hayatını da etkileyecek davranış değişiklikleri meydana gelecektir. Bu nedenle, tüketim konusunda çocukla kurulan iletişim önem arz etmektedir.



20. yy'da yaşanan çeşitli teknolojik gelişmelerle beraber, iklimlerin değişmesi, küresel ısınma, ozon tabakasının delinmesi, su kaynaklarının azalması, tarım alanlarının zarar görmesi ve çevre kirliliği gibi birçok olumsuzluk insan hayatını etkilemeye başlamıştır. Gelecek nesillerin sağlıklı bir ortamda daha kaliteli bir yaşam sürdürebilmesi insanoğlunun çevre konusunda duyarlı olmasına ve bu duyarlılığı davranışlarına yansıtmasına bağlıdır. Bu araştırmada, ortaya çıkan en önemli sonuçlardan birisi, özellikle dört-altı yaş aralığındaki çocukların annelerinin davranışlarından çok etkilenmeleridir. Annesi çevreye daha duyarlı olan çocukların da çevreye duyarlılık gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda daha temiz, daha güzel bir çevrede yaşamak ve gelecek nesillere böyle bir çevre bırakmak için tüm annelerin çevre konusunda daha hassas olmaları gerekmektedir.

Özetle, anneler çocukların sosyalleşme sürecinde oldukça önemli bir role sahiptirler. Hem bu araştırma hem de yapılan diğer araştırmalar (Carlson,1985; Carlson v.d.,1990; Rose,1995; Sarı 2007) bunu açıkça ortaya koymaktadır. Anneler çocuklarını ne kadar bilinçli yetiştirirlerse, çocukları da kendi çocuklarını o kadar bilinçli yetiştireceklerdir. Bu nedenle annelerin çevre, bilinçli tüketim, materyalizm, çocukla iletişim gibi birçok konuda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bu anaokullarında veli toplantıları sırasında annelere eğitim verilmesi, kamu spotlarıyla bilgi verilmesi veya devlet tarafından anne bilinçlendirme projeleri şeklinde yapılabilir.

Araştırma, anneler ve bu annelerin dört-altı yaş aralığındaki çocukları ile yapılmıştır. Gelecek araştırmalar, farklı yaş grubundaki çocukların tüketici olarak sosyalleşme sürecini inceleyebileceği gibi, sadece babaları veya hem anne hem de baba tutumlarını ve bu tutumların çocuklara yansımalarını inceleyebilir. Araştırmada seçilen annelerin hepsi, tesadüf olarak, evli çıkmıştır. İleride yapılacak olan araştırmalarda, boşanmış veya bekar anneler de araştırmaya katılarak gerçekleştirilebilir. Ayrıca diğer araştırmalar farklı bölgelerden anneleri örneklem olarak seçerek bu annelerin tutumları ile davranışları arasındaki ilişkiyi karşılaştırmalı olarak inceleyebilir.

### **Kaynakça**

- Arat, M. (2008). Çalışma yaşamında bireysel temel yetkinlikler ve kazanılmasında okul öncesi dönemde anne baba yetiştirmesinin önemi. Yayınlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Aslan, S.A. (2005). Ergenlerde ana- baba tutumu, sınav kaygısı, ders çalışma becerilerinin lise giriş sınavını yordama düzeyleri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Ateşoğlu, İ. ve Türkkahraman, M. (2009). Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(3), 215-228.
- Ayyıldız, T. (2005). Zonguldak il merkezinde 0-6 yaş çocuğu olan annelerin çocuk yetiştirme tutumları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak.
- Belsky, J., Jaffee, S. R., Sligo, J., Woodward, L, & Silva, P. A. (2005). Intergenerational transmission of warm-sensitive-stimulating parenting: A prospective study of mothers and fathers of 3-year-olds. Child Development, 76 (2), 384-397
- Bozyiğit, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin tüketim sürecine etki eden sosyalleşme araçlarının öğrencilerin materyalist eğilimi ve marka bilinci üzerindeki etkisine yönelik bir pilot çalışma. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(2), 295-302.

- Brown, L.R. (2004). Dünyayı nasıl tükettik? (Çev: M. F. İmre). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Bulut, Z. A., Tekinbaş F. ve Babacan M. (2014). Okul öncesi yaş grubu çocuklarının pazarlama kavramları farkındalığı, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 27-49.
- Bülbül, K., Özipek, B.B ve Kalın, İ. (2008). Aşk ile nefret arasında Türkiye’de toplumun batı algısı. Ankara: Seta.
- Carlson, L. (1985). Parental style and consumer socialization of children. Unpublished doctoral dissertation, University of Nebreska, Lincoln.
- Carlson, L., Grossbart, S. & Walsh, A. (1990). Mothers' communication orientation and consumer-socialization tendencies. *Journal of Advertising*, 19(3), 27-38.
- Carlson, L., Lacznia, R. N. & Wertley, C. (2011). Parental style: The implications of what we know (and think we know), *Journal of Advertising Research*, 51(2), 427-435.
- Carruth, B. R. & Skinner, J.D. (2001). Consumer goals/skills that mothers want their children to learn, *International Journal of Consumer Studies*, 25(4), 290- 298.
- Chaplin, L. N. & John, D.R. (2007). Growing up in a material world: Age differences in materialism in children and adolescents, *Journal of Consumer Research*, 34(4), 480-493.
- Durmuş, R. (2006). 3-6 yaş arası çocuğu olan ebeveynlerin kişilik özellikleri ile anne- baba tutumlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. ve Çinko, M. (2006). Sosyal bilimlerde SPSS’le veri analizi . İstanbul: Beta.
- Dündar, Ş. (2017), Bilinçli tüketicilik ile ilgili anne-baba rol model davranışlarının, anne-baba iletişiminin ve sosyal bilgiler dersinin çocukların bilinçli tüketiciler olarak sosyalleşmelerindeki etkisi, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2),726-743.
- Easterling, D., Miller, S. & Weinberger, N. (1995). Environmental consumerism: A process of children's socialization and families' resocialization, *Psychology & Marketing*, 12(6), 531-550.
- Ersoy, Ö. ve Şahin, F. (1999). 0-6 yaş döneminde anne-baba eğitiminin önemi. *Mesleki Eğitim Dergisi*, 2, 103-108.
- Fan Y. ve Li, Y. (2010). Children’s buying behaviour in China. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(2),170-187.
- Ger, G. & Belk, R.W. (1996). Cross-cultural differences in materialism. *Journal of Economic Psychology*, 17(1), 55-77.
- Gronhoj, A. (2006). Communication about consumption: A family process perspective on ‘green’ consumer practices, *Journal of Consumer Behaviour*, 5, 491–503.
- Güven, S. (2010). Sürdürülebilir kalkınma açısından aile, tüketim ve çevre. Müberra Babaoğul ve Arzu Şener (Eds). *Tüketici Yazıları II* içinde (s.117-134). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Hayta, A.B. (2006). Tüketici haklarının tüketici eğitimindeki rolü. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(3), 239-250.
- Hellman, L.T. (2009). Gençlerle iletişim. İstanbul: Ekinoks.
- Keleş, C. (2007). Yeşil pazarlama tüketicilerin yeşil ürünleri tüketme davranışları ve yeşil ürünlerin tüketiminde kültürün etkisi ile ilgili bir uygulama. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Kırmızı, M. (2012). Tüketim kültüründe çocuk ve gençlik pazarı. [www.toplumicinsehircilik.org](http://www.toplumicinsehircilik.org) adresinden 22 Ekim 2012 tarihinde edinilmiştir.
- Lueg, J.E. & Finney, R.Z. (2007). Interpersonal communication in the consumer socialization process: Scale development and validation, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 25–39.
- Moore, E. S. & Bowman G. D. (2006). Of friends and family: How do peers affect the development of intergenerational influences? *Advances in Consumer Research*, 33, 536-542.
- Nimsi, E. (2006). İlköğretim ikinci sınıf öğrencilerinin ana-baba tutumları ile okul başarıları ve sınıfi etkinlik düzeylerinin karşılaştırılması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Özbölük, T. (2010). Pazarlamada bilinçli tüketim ve tüketicilerin bilinçli tüketime ilişkin tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.
- Özdamar, K. (2004). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi (5. bs.). Eskişehir: Kaan.
- Özyürek, A. (2004). Kırsal bölge ve şehir merkezinde yaşayan 5-6 yaş grubu çocuğa sahip anne babaların çocuk yetiştirme tutumlarının incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Rose, G. M. (1995). Consumer socialization, parental style and developmental timetables in the United States and Japan. Unpublished doctoral dissertation, University of Oregon, Eugene.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Atli, S., & Şahin, B. K. (2015). Okul öncesi dönem: Anne baba tutumları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3): 972-991.
- Sarı, E. (2007). Anasınıfına devam eden 5-6 yaş grubu çocukların, annelerinin çocuk yetiştirme tutumlarının, çocuğun sosyal uyum ve becerilerine etkisinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Sertelin, Ç. (2003). Ebeveyn tutumlarının sosyo-kültürel yapı ve aile fonksiyonları ile ilişkileri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Sharma, A. (2011). Role of family in consumer socialization of children. *International Refereed Research Journal*, 2(3), 161-167.
- Şanlı, D. (2007). Annelerin çocuk yetiştirme tutumlarını etkileyen etmenlerin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tabak, N. (2007). İlköğretim 1.kademede davranış sorunları olan çocukların anne-baba tutumları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Ünal,A. (2013). Sosyal değerlerin çocuğa aktarılmasında aile ve okul öncesi eğitimin yeri “Kırgızistan örneği”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(3),87-108
- Yalçın, F. ve Tünlüklü, A. (2011). Algılanan ana-baba davranışları ile çocuk yetiştirme tutumları arasındaki ilişki, *E-Journal of New World Sciences Academy Education Sciences*, 6, (1), 717-735.
- Yan, R.N. & Xu, H. (2010). Understanding gren purchase behavior: College students and socialization agents. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 102(2), 27- 32.
- Yang, Z., Kim, C., Laroche, M., ve Lee, H. (2014). Parental style and consumer socialization among adolescents: A cross-national investigation, *Journal of Business Research*, 67, 228-236.
- Yavuzer, H. (1993). Ana- baba ve çocuk (5. bs). İstanbul: Remzi.
- Yeter, S.T. (2010). 5-6 yaş grubu çocuklarda karşılaşılan davranış problemlerinin ve annelerinin çocuk yetiştirme tutumlarının incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Yılmaz,H. ve Ülker, M. (2018), Kadınlarda çocukluk dönemi mutluluk anıları ile ebeveynlik rollerine ilişkin kendilik algısı, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*,7(1),47-57.
- Ward, S. (1974). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*. 1, 1-16.
- Warren, S. L. (2002). Consumer materialism and human’s values orientations. Unpublished doctoral dissertation, The University of Tennessee, Knoxville
- Wisnblit,Z.J., Priluck,R. ve Pirog, S.F. (2013),The influence of parental styles on children's consumption, *Journal of Consumer Marketing*, 30(4), 320 – 327.