

doi number: 10.14686/201321981

Çocuklar İçin Maddi Değerler Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirliği

Doç. Dr. Ahmet AKIN
Sakarya Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
aakin@sakarya.edu.tr

Uzm. Mahir GÜLŞEN
Millî Eğitim Bakanlığı
mahirgulsen@yandex.com

Uzm. Serap KARA
Millî Eğitim Bakanlığı
serapasut@gmail.com

Banu YILDIZ
Sakarya Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
banuyildizpdr@gmail.com

Özet: Son yıllarda yaşamda mutlu ve başarılı olabilmek, sosyal kabulü sağlamak için maddi nesnelere alma ve onlara sahip olma gerekliliği düşüncesi, sık karşılaşılan bir durumdur. Materyalizm, ihtiyacı olmadığı halde aşırı satın alma istekliliği ya da lüks tüketim mallarını elde etme arzusu, maddi mallara aşırı düşkünlük olarak tanımlanabilmektedir. Aşırı materyalistleşmiş toplumun etkisiyle, ticari baskı altında kalan günümüz çocuklarının, bu durumdan ne düzeyde etkilendiğinin tespit edilmesi önemlidir. Bu çalışmanın amacı Çocuklar İçin Maddi Değerler Ölçeği'ni (Opre, Buijzen, Reijmersdal, & Valkenburg, 2011) Türkçeye uyarlamak ve ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Ölçeğin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik analizleri 2012–2013 eğitim öğretim yılında İstanbul ve İzmit'te bulunan yaşları 8 ile 11 arasında değişen 225'i kız, 235'i erkek ilk ve ortaokul öğrencisinden elde edilen (N=460) veriler üzerinde yürütülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinde elde edilen iyi uyum indeksleri sonucuna göre ($\chi^2= 349.20$, $sd= 128$, $RMSEA= .061$, $NFI= .92$, $IFI= .95$, $CFI= .95$, $GFI= .92$, $SRMR= .062$) ölçeğin iyi uyum verdiği görülmüştür. ÇMDÖ'nün iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı .91 olarak bulunmuştur ve ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayılarının .46 ile .68 arasında sıralandığı görülmüştür. Ölçeğin test- tekrar test güvenilirlik katsayısı ölçeğin bütünü için .77, Materyal Merkeziliği alt boyutu için .71, Materyal Mutluluğu alt boyutu için .70 ve Materyal Başarı alt boyutu için .64 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, Çocuklar İçin Maddi Değerler Ölçeği'nin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabileceğini göstermektedir.

Anhtar Sözcükler: Materyalizm, Geçerlik, Güvenirlik, Doğrulayıcı faktör analizi

The Validity and reliability of the Turkish Version of the Material Values Scale for Children (MVS-C)

Abstract: The aim of this study is to examine validity and reliability of the Turkish version of the Material Values Scale for Children (MVS-C; Opre, Buijzen, Reijmersdal & Valkenburg, 2011). The sample of the study consisted of 460 primary school students whose age are between 8-14. The results of confirmatory factor analysis demonstrated that the eighteen items loaded on three factors (material centrality, material happiness, and material success). The results of confirmatory factor analysis indicated that the model was well fit ($\chi^2= 349.20$, $df= 128$, $RMSEA= .061$, $NFI= .92$, $IFI= .95$, $CFI= .95$, $GFI= .92$, $SRMR= .062$). The internal consistency coefficient of the scale was .91 and the corrected item total correlations ranged from .46 to .68. At the end of the 4 week two applications, the reliability of test-retest was found as .77 for the whole scale, .71 for material centrality, .70 for material happiness, and .64 for material success. Overall findings demonstrated that this scale had high validity and reliability scores.

Key Words: Materialism, Validity, Reliability, Confirmatory Factor Analysis

1. GİRİŞ

Materyalist eğilimler bireyin yaşamına yön veren önemli davranış kalıplarıdır. Bireyin edindiği veya edinmek istediği materyalleri, yaşamında amaç veya araç olarak görmesi önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Materyalizm, gösteriş ve statü düşkünlüğü, kıskançlık, etrafına ve sosyal konulara karşı duyarsızlık, bencillik, prensip yoksunluğu, güvensizlik, sahip olma arzusu ve ayrımcılık gibi özellikleri içermektedir (Fournier & Richins, 1991). Materyalizmin bireyler ve ekonomiler üzerinde olumlu etkisi olmasına rağmen, genellikle memnuniyetsizlik, kırgınlık, satın alma takıntısı ve borçlanma gibi kötü sonuçlar doğurabilmektedir (Otero-López, Pol, Bolaño, & Mariño, 2010; Roberts & Clement, 2007).

Ergenler arasında arkadaşlar ve medya figürleri ile sosyal karşılaştırmalar nedeniyle materyalizm önemli bir çalışma konusu haline gelmektedir. Bireyler psikolojik ihtiyaçları karşılanmadığı zaman, ortaya çıkan güvensiz hissetmenin üzücü etkisini azaltmak için bir tür telafi stratejisi olarak materyalizme yönelme eğilimindedir. Bireyler aynı zamanda, materyalistik değerleri televizyon programlarının materyalist ve ticari mesajlarından, aile üyeleri ve akran gruplarından sosyal öğrenme yoluyla edinmektedirler (Kasser, Ryan, Couchman, & Sheldon, 2004).

Kasser, Ryan, Couchman ve Sheldon (2004) materyalistik değer yönelimi ve sosyal karşılaştırmayı içeren bir model geliştirmişlerdir. Kasser ve diğerleri tarafından geliştirilen modele göre tüketiciler (ergenleri içeren) güvensiz hissettikleri yaşam deneyimleri sonucunda materyalistik değer eğilimleri geliştirmiş ve materyalistik modeller ve değerler ortaya koymuşlardır.

Micken ve Roberts (1999) materyalist davranışların bir tercih olduğunu ve materyalistlerin objelere hem etiket hem de statü aracı olarak güvendiklerini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşımda, maddi varlıklar ile mal ve mülkün, temel fiziksel ihtiyaçları karşılamada gerekli olduğu ancak varlık sahibi ve zengin olma isteğinin aslında mutluluğu arama ve ruhsal boşluğu giderme amacını taşıdığı vurgulanmıştır. Burroughs ve Rindfleisch (2002) yaptıkları çalışmada, materyalizmin toplumsal değerler ile bireysel değerler arasında bir çatışma yarattığını ve sonucunun ruhsal gerilime yol açtığını saptamışlardır. Diğer taraftan iktisadi yaklaşımda materyalizm, genellikle kişinin maddi çıkarlarının peşinden koştuğu bir değer olarak görülmektedir.

Richins ve Dawson (1992) materyal değeri; kalıcı bir inanç, özel nesne ve durumlar karşısında davranışlara, tutumlara, yargılara ve karşılaştırmalara yol gösterici olarak tanımlamaktadırlar. Diğer açıdan materyalizm, maddi konfor ve fiziksel güvenlik için daha alt düzeydeki ihtiyaçların daha üst düzeydeki ihtiyaçların önüne geçmesi olarak tanımlanmaktadır (Inglehart, 1993).

Richins ve Dawson'a (1992) göre, materyalizmin mevcut bulguları materyalizmin yansımaları olan aşağıdaki fikirlerden en az birini içermektedir ve bugün hem psikolojik, hem de sosyolojik bir olgu olduğu genel kabul gören materyalizmi açıklamaya yönelik kuramların bu üç ortak noktası dikkat çekmektedir (Odabaşı, 1999; Richins ve Dawson, 1992).

- a) Mülk ve mülk elde etmenin kişinin yaşamının merkezinde oluş derecesi (materyal merkezlilik)
- b) İnsanların mutluluk ve yaşam doyumunu mülkiyetle elde edeceklerine yönelik inançlarının derecesi (materyal mutluluğu)
- c) Mülkiyetin başarının göstergesi olduğuna yönelik inanç (materyal başarısı)

Sahip olma odaklı materyalizm; materyalist eğilimli bireyler, sahip oldukları ya da sahip olmayı istedikleri mal ve mülkleri yaşam amaçları haline getirmektedirler. Materyalizm bir yaşam tarzıdır ve bu yaşamda yüksek düzeyde maddi tüketimler araçtan öte amaçtır. Böylece materyalizm, gündelik faaliyetlerdeki amaçlardan, yaşamın anlamını oluşturacak kadar geniş bir alanda kendini göstermekte ve tüketim adeta bir tutku haline gelmektedir.

Başarı göstergesi olarak materyalizm; materyalist eğilimli bireylerin pek çoğu, kendilerinin ya da başkalarının başarılarını, sahip oldukları mal ve paraya göre değerlendirmektedirler. Arzulanan imajı yansıtan ürünlere sahip oldukça kendilerini başarılı addeden bu bireyler için sahip olduklarının maliyeti, sağladıkları tatminden daha önemlidir. Dahası, maddi varlık sahipliği başarının en önemli göstergesi iken doğru düşünmenin de ispatı olarak görülmektedir.

Mutluğa erişmek odaklı materyalizm; materyalist bireyler için kendilerini tatmin etme ve daha iyi hissetmenin vazgeçilmez yolu; mal, mülk ve paraya sahip olmaktan geçer. Pek çok insan mutluluğu, kişisel ilişkiler, deneyimler ve başarılarla bulabilirken, bu bireyler için bütün bunlar yeteri ölçüde önem arz etmez. Onlara göre herkesin yaşam tatmini sahip oldukları varlıklarla yakından ilişkilidir.

Çocuklarda materyalizmin gelişimi, maddi malların soyut anlamını, diğer bir ifade ile sosyal-sembolik değerini anlamaya başladıkları andan itibaren yaşla birlikte artmaktadır. Bu nedenle çocukların ve ergenlerin sosyal-bilişsel kavrama düzeyleri yaşlarına bağlı olarak sürekli değiştiği için materyalizmin onlardaki gelişimini incelemek, yetişkinlere göre daha zor olmaktadır (Nguyen, 2003; Chaplin & John, 2007; John, 1999).

John'un çocuğun gelişimi süresince mülkiyet değerini algılama değişikliklerini ortaya koyduğu tüketici sosyalleşme modeline (1999) göre 3-7 yaş aralığındaki algısal süreçte çocuklar, dünyalarını hemen ve kolayca gözlenebilen özelliklerle algılama eğiliminde olmaktadır. Mülkiyet değeri bazı özelliklerden daha büyük ve daha çok olana sahip olmaya dayanmaktadır. 7-11 yaş aralığındaki analitik evrede, çocuklar bir takım tüketici bilgi ve becerilerinde uzmanlaşmaktadır ve ürün kategorileri ya da fiyatlarını işlevlerine ya da temel boyutlarına göre kavramsallaştırmaktadırlar. Çocuklar, mülkiyet değerinin sosyal anlam ve önemine odaklanmaya başlamaktadırlar. 11-16 yaş aralığındaki yansıtma evresine girdiklerinde, marka ve fiyatlandırma gibi piyasa kavramları hakkında kapsamlı bilgi geliştirmektedirler. Mülkiyet değerini tamamen sosyal anlam, sosyal önem de kıtlık bakımından algılamaktadırlar.

John (1999) modelinde aynı zamanda, gelişimsel süreç boyunca marka bilgisindeki değişiklikler tanımlanmaktadır. Algısal evrede, çocuklar marka adlarını fark etmeye ve onları ürün kategorileriyle ilişkilendirmeye başlamaktadırlar. Analitik evrede, marka farkındalığını özellikle çocuklara ilişkin ürün kategorilerinde, belirgin şekilde arttırmaktadırlar. Yansıtma evresine girdiklerinde, yetişkin ve çocuğa yönelik ürün kategorileri için marka farkındalığı geliştirmektedirler ve markaların tüketim sembollerini anlama karmaşık hale gelmektedir.

Bilim adamları materyalizm için çeşitli tanımlamalar ve ölçekler ortaya koymaktadırlar. Bu ölçeklerin çoğu yetişkinlere yönelik kullanılmaktayken; bazıları özellikle çocuklar için geliştirilmiştir. Belk'in (1985) ölçümünde, materyalizm kıskançlık, cimrilik ve mülkiyetçilik olmak üzere üç özellikten oluşmaktadır. Goldberg ve diğerlerinin (2003) geliştirdiği 'Ergenler için Materyalizm Ölçeği' 'daha fazla paraya sahipsen, daha mutlusun' gibi ifadelerden oluşan on maddelik bir ölçektir. Materyalizmi ölçen bu ölçeklerin hepsinin ortak noktası: mülkiyet tutumları; mülkiyet, mutluluk ve başarı arasındaki ilişki ya da mülke sahip olan ya da olmayan insanların algılamalarını ölçmek olmaktadır. Oprea, Buijzen, Reijmersdal ve Valkenburg (2011) tarafından geliştirilen Çocuklar için Maddi Değerler Ölçeği (Material Values for Children Scale)

bu alanda oldukça önemlidir ve bu çalışmanın amacı Çocuklar İçin Maddi Değerler Ölçeği'ni Türkçeye uyarlamak ve ölçeğin geçerlik ve güvenirliliğini incelemektir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Grubu

Ölçeğin Türkçe formunun geçerlik ve güvenirlilik analizleri İstanbul ve İzmit'te bulunan 2 farklı ilköğretim okulundan elde edilen (N=460) veriler üzerinde yürütülmüştür. Yaşları 8 ile 11 arasında değişen öğrencilerin 225'i kız, 235'i erkektir.

2.2. Ölçme Araçları

Çocuklar için Maddi Değerler Ölçeği: Opre, Buijzen, Reijmersdal ve Valkenburg (2011) tarafından geliştirilen Çocuklar için Maddi Değerler Ölçeği (Material Values for Children Scale) 18 maddeden ve üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 7- 11 yaş aralığındaki çocuklara yönelik olarak geliştirilmiştir. Ölçeğin 18 maddelik formunun yanında, her boyuttan ikişer maddenin alınması ile 6 maddelik ve her boyuttan birer maddenin alınmasıyla 3 maddelik ek ölçekler geliştirilmiştir. Ölçeğin alt boyutları; materyal merkeziliği (1, 2, 3, 4, 5, 6), materyal mutluluğu (7, 8, 9, 10, 11, 12) ve materyal başarı (13, 14, 15, 16, 17, 18)'dir. Maddelerde belirtilen düşünceye bireylerden 1- kesinlikle katılmıyorum 4- kesinlikle katılıyorum yanıtına kadar değişkenlik gösteren dördümlü likert tipi bir derecelendirmede görüş bildirmeleri beklenmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları modelin iyi uyum verdiğini göstermektedir ($\chi^2= 883.56$, $sd= 114$, $RMSEA= .08$, $CFI= .92$). Ölçeğin 4-6 hafta aralıklar ile uygulanması sonucu elde edilen test-tekrar test güvenirlilik katsayısı ise 18 maddelik ölçek için .88, 6 maddelik ölçek için .86 ve 3 maddelik ölçek için .85 olarak bulunmuştur.

2.3. İşlem

Ölçeğin Türkçeye uyarlanması sürecinde öncelikle ölçeği geliştiren akademisyenlerden Suzanna J. Opre ile elektronik posta yoluyla iletişim kurulmuş ve ölçeğin uyarlanabileceğine ilişkin gerekli izin alınmıştır. İlk aşamada ölçeğin İngilizce formu iyi düzeyde İngilizce bilen 4 öğretim üyesi tarafından önce Türkçeye çevrilmiş, daha sonra ise Türkçe formlar tekrar İngilizceye çevrilerek iki formun tutarlılığı dil ve gramer açısından incelenmiş ve denemelik Türkçe form elde edilmiştir. Daha sonra ölçeğin denemelik Türkçe formu 16 yüksek lisans öğrencisi tarafından incelenerek, anlaşılmayan veya birden fazla anlam içeren ifadeleri belirlemeleri istenmiştir. Bu uygulama sonucunda katılımcıların düzeltilmesi gerektiğini düşündüğü ifadeler rastlanılmamıştır. Üçüncü aşamada, Türkçe form psikolojik danışmanlık ve

rehberlik ve ölçme değerlendirme anabilim dallarında görev yapan 2 öğretim görevlisi tarafından tartışılmış ve son düzenlemeler yapılarak ölçek uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

Çocuklar için Maddi Değerler Ölçeği'nin geçerlik çalışması olarak, yapı geçerliğinin incelenmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. ÇMDÖ'nün güvenirligi iç tutarlık yöntemiyle, madde analizi ise düzeltilmiş madde-toplam korelasyonu ile incelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlilik analizleri için SPSS 13,0 ve LISREL 8.54 (Jöreskog & Sorbom, 1996) programları kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Madde Analizi ve Güvenirlilik

ÇMDÖ'nün maddelerinin ayırt etme gücünü belirlemek amacıyla madde analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon kat sayılarının .46 ile .68 arasında sıralandığı görülmüştür. Madde analizi sonucunda ölçeğin tüm maddelerinin madde-toplam korelasyon kat sayılarının .30 ölçütünü (Özdamar, 2004) karşıladığı görülmüştür. Bulgular Tablo 1'de görülmektedir.

ÇMDÖ'nün iç tutarlılık güvenirlilik katsayısı .91 olarak bulunmuştur. Ayrıca, ölçeğin dört hafta arayla elde edilen test- tekrar test güvenirlilik katsayıları ise ölçeğin bütünü için .77, üç alt ölçek için ise sırasıyla .71, .70 ve .64 olarak bulunmuştur.

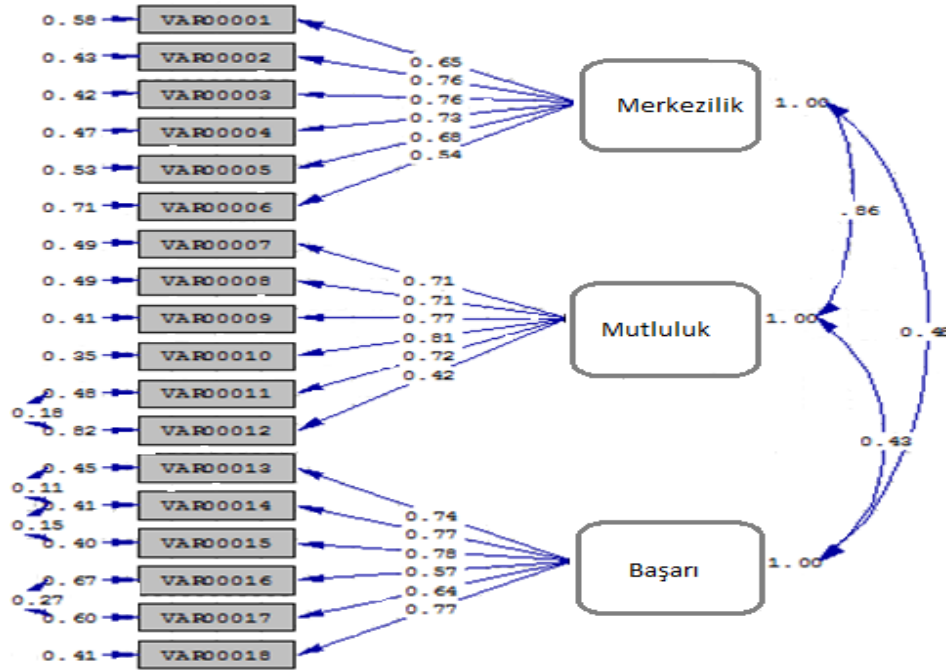
Tablo 1: ÇMDÖ Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyon Katsayıları

Madde No	r _{jx}	Madde No	r _{jx}
1	.524	10	.670
2	.639	11	.655
3	.680	12	.459
4	.616	13	.540
5	.608	14	.509
6	.554	15	.471
7	.597	16	.508
8	.590	17	.581
9	.648	18	.509

3.2. Yapı Geçerliliği

ÇMDÖ'nün yapı geçerliliği için ölçeğin orijinal formunda bulunan faktörlerin doğrulanması amacıyla DFA uygulanmıştır. Elde edilen uyum indeksleri ($\chi^2=349.20$, $sd=128$, $RMSEA=.061$, $NFI=.92$, $IFI=.95$, $CFI=.95$, $GFI=.92$, $SRMR=.062$) tek boyutlu ÇMDÖ'nün iyi

uyum verdiğini ortaya koymuştur. Doğrulatory faktör analizine ait faktör yükleri Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Çocuklar İçin Maddi Değerler Ölçeği'ne İlişkin Path Diagramı ve Faktör Yükleri

4. TARTIŞMA VE YORUM

Bu çalışmada Opre ve diğerleri (2011) tarafından geliştirilen Çocuklar için Maddi Değerler Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması ve Türkçe formun geçerlik ve güvenirliliğinin incelenmesi amaçlanmıştır. ÇMDÖ'nün yapı geçerliği DFA ile incelenmiştir. Faktör analizi olarak DFA için uyum indeksi sınırları göz önüne alındığında, modelin iyi uyum verdiği ($\chi^2= 349.20$, $sd= 128$, $RMSEA= .061$, $NFI= .92$, $IFI= .95$, $CFI= .95$, $GFI= .92$, $SRMR= .062$) söylenebilir (Hu & Bentler, 1999; Byrne, 2011). ÇMDÖ'nün güvenirlilik katsayısı (.91) güvenirliliğin yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir. Araştırmalarda kullanılacak ölçme araçları için öngörülen güvenirlilik düzeyinin .70 olduğu (Sipahi, Yurtkoru, & Çinko, 2008) dikkate alınırsa, ÇÇNÖ'nün güvenirliliğinin sağlandığı söylenebilir. Madde analizi sonucunda diğer tüm madde test korelasyonlarının .30 ölçütünü karşıladığı görülmüştür. Madde test korelasyonunun yorumlanmasında .30 ve daha yüksek olan maddelerin, bireyleri ölçülen özellik bakımından iyi derecede ayırt ettiği (Büyüköztürk, 2007; Özdamar, 2004) göz önüne alındığında, ölçeğin madde test korelasyonları açısından yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

ÇMDÖ' nün geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarından elde edilen bulgulara göre ölçeğin kullanıma hazır olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ölçeğin dilsel eşdeğerlik ve benzer ölçek ile uyumunu inceleyecek araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ölçeğin kullanılacağı araştırmaların yapılması da ölçme gücüne önemli katkılar sağlayacaktır.

Yapılan çalışmalar, tüketerek mutlu olma anlayışının ilk defa 15. ve 16. yy. Avrupa'sında ortaya çıktığını, 16. yy İngiltere'sinde, 19. yy Fransa'sında ve 19. ve 20. yy Amerika'sında ağırlık kazandığını göstermiştir. Tarihçiler, modern tüketimin tarihçesi ile ilgili anlaşmazlığa düşseler de endüstri ve endüstri sonrası dönemlerde yükselen bir değer olduğu konusunda hemfikirdirler (Belk, 1985). Endüstrileşme sonucunda oluşan ekonomik gelişme ve kitle tüketim mallarındaki artış, dünya mallarına önem veren, başarı ve ödülü bununla ölçmeyi zorunlu kılan, tüketime dayalı materyalist yaşam biçimlerinin benimsenmesine neden olmuştur (Odabaşı, 1999).

Popüler kültürde materyalizm, materyal ihtiyaçlara ve isteklere bağlılık, maneviyatı ihmal etme ve tamamıyla maddi ilgilere dayalı bir eğilim, düşünce ya da yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır (Anonymous, 1989). Ward ve Wackman'a (1971) göre materyalizm, bireysel mutluluğa erişmek ve sosyal kabulü sağlamak için, parayı ve maddi varlıkları amaç olarak gören bir yönelimdir. Sosyal ve akademik camia, reklamların çocuklar arasında materyalizme teşvik edici olduğunu iddia etmektedir (Mayo ve Nairn, 2009; Schor, 2005; Strasburger, 2001).

Micken ve Roberts (1999) materyalist davranışların bir tercih olduğunu ve materyalistlerin objelere hem etiket hem de statü aracı olarak güvendiklerini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşımda, maddi varlıklar ile mal ve mülkün, temel fiziksel ihtiyaçları karşılamada gerekli olduğu, ancak varlık sahibi ve zengin olma isteğinin aslında mutluluğu arama ve ruhsal boşluğu giderme amacını taşıdığı vurgulanmıştır. Burroughs ve Rindfleisch (2002) yaptıkları çalışmada, materyalizmin toplumsal değerler ile bireysel değerler arasında bir çatışma yarattığını ve sonucunun ruhsal gerilime yol açtığını saptamışlardır. Buna karşılık birçok okul, öğrenciler arasındaki bireysel, ekonomik ve kültürel farklılıkları ve okullardaki suç ve maddeciliği kontrol altına almak için okul üniforması uygulamasını başlatmıştır. Böylece maddeci değerler genel anlamda düşüş göstermekle birlikte halen çocuklarda maddeci değer ciddi kaygı yaratmaktadır.

Çocuklar ve ergenlerde materyalizm seviyesinin artışına yönelik ebeveynler, eğitimciler ve sosyal bilimciler arasında kaygı yaşanmaktadır. Bu kaygılara rağmen, çocukluk ve ergenlik çağında materyalistik değerlerin nasıl geliştiği hakkında çok az şey bilinmektedir. Bireyin çocukluk döneminden başlayarak toplumdaki yerini, statüsünü, sahip olduğu değerleri

yaptıkları tüketimle açıklamaya başlaması, araştırılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin maddi gücünün, sosyal statü ve kendini ifade etmeyi beraberinde getirdiği inancını, kontrol altında tutmasına yardımcı olacak çalışmalar yapılması, çocukluk döneminden itibaren mal ve hizmetleri, belirli bir gruba dâhil olmak için değil, ihtiyaçlarını karşılamak için satın alma alışkanlığı edinebilmesi açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- Anonymous. (1989). Oxford English Dictionary, Oxford: Clarendon.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12, 265–280.
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2003). The Unintended Effects of Advertising: A Parent-Child Survey. *Communication Research*, 30, 483–503.
- Burroughs, J.E. & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29, 348-370.
- Büyükköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı* (8. Baskı). Ankara: Pegem.
- Byrne, B.M. (2011). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. Second Edi., Mahwah, NJ: LEA, London.
- 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, 480–493.
- Fournier, S., & Richins M. (1991). Some Theoretical and Popular Notions Concerning Materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 403–414.
- Hu, L., & Bentler, P.M. (1999). Cut off Criteira for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modelling*, 6, 1–55.
- Inglehart, R. (1993). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- Goldberg, M.E., Gorn, G.J., Peracchio, L.A., & Bamossy, G. (2003). Understanding Materialism Among Youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 278–288.
- John, D. R. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 26 (December), 183–213.
- Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1996). *Lisrel 8 Reference Guide*. Lincolnwood, IL: Scientific Software International.
- Kasser, T., Ryan, R. M., Couchman, C. E., & Sheldon, K. M. (2004). Materialistic Values: Their Causes and Consequences. In T. Kasser & A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and Consumer Culture*. Washington, DC: American Psychology Association.
- Mayo, E., & Nairn, A. (2009). *Consumer Kids: How Big Business is Grooming Our Children for Profit*. London, UK: Constable & Robinson Ltd.

- Micken, K. S., & Roberts, S. D. (1999). Desperately seeking certainty: Narrowing the materialism construct. In Association for Consumer Research, eds., E. Arnould, and L. Scott, 513-18. Urbana, IL: ACR
- Nguyen, L. T. (2003). Growing up in a material words: in investigation of the development of materialism in children and adolescents. A Dissestation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Minnesota, Doctor of Philosophy.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü*. İstanbul: Sistem.
- Opre, S.J., Buijzen, M., Reijmersdal, E.A., & Valkenburg P.M. (2011). Development and Validation of The Material Values Scale for Children. *Personality and Individual Differences*, 51, 963–968.
- Otero-López, J. M., Pol, E. V., Bolaño, C. C., & Mariño, M. J. S. (2010). Materialism Life Satisfaction and Addictive Buying: Examining The Causal Relationships. *Personality and Individual Differences*, 50, 772- 776.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistik Veri Analizi 1*. Eskişehir: Kaan.
- Richins, M., & Dawson S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303–316.
- Roberts, J. A., & Clement, A. (2007). Materialism and Satisfaction with Over-all Quality of Life and Eight Life Domains. *Social Indicators Research*, 79–92.
- Schor, J. B. (2005). Born to buy. *The Commercialized Child and The New Consumer Culture*. New York, NY: Scribner.
- Sipahi, B. Yurtkoru, E.S. & Çinko, M., (2008) . *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım.
- Strasburger, V. C. (2001). Children and TV Advertising: Nowhere to Run, Nowhere to Hide. *Development and Behavioral Pediatrics*, 22, 185–187.
- Ward, S. & Wackman, D. (1971). Family and Media Influences on Adolescent Consumer Learning. *American Behavioral Scientist*, 14; 415–427.

SUMMARY

Materialist trends are behavior patterns that shape an individual's life. People acquire material values through social learning from the materialistic messages of television programs and family and peer groups. Although materialism may have positive impacts on individuals and economies, it is often criticized for leading to negative outcomes such as dissatisfaction and resentment, and compulsive buying and debt. In addition, materialism includes features such as insecurity, jealousy, insensitivity to social issues and selfishness.

Different theories that try to define Materialism as a psychological and sociological phenomena have three common point such as the degree to which possessions and the acquisition of possessions are central to a person's life (material centrality), the degree to which people believe possessions and their acquisition bring happiness and life satisfaction (material happiness), and the degree to which people assess the success of others in terms of possessions (material success). It can be said that materialism is a second-order construct with material centrality, material happiness and material success as first-order factors.

Researchers conduct several studies to measure materialism. The common point of developed materialism scales is the relationship among ownership attitudes, ownership, happiness and success. Material Values for Children Scale is very important in this area because most of the scales was developed for adults. It is difficult to measure children' materialism values, because the perception levels of children change with their social cognitive development according to their ages.

The aim of the study is to examine validity and reliability of the Turkish version of the Material Values Scale for Children (MVS-C; Oprea, Buijzen, Reijmersdal & Valkenburg, 2011). The sample of the study consisted of 460 primary school students who live in İstanbul and İzmit. The students' ages are between 8-11. Also the scale was administered to the same students for the second time to measure the test-retest reliability. "Material Values Scale for Children" is an assessment of material values of children is based around three dimensions that include such as material centrality, material happiness and material success. Material centrality dimension measure the importance of possessions to children, the items for material happiness measure the satisfaction they get out of having certain possessions and the dimension of material success measure the degree to which they like children with more than the other children. There are 18 items in the Material Values Scale for Children. The scale items, which are prepared in the four point Likert scale are (1) no, not at all, (2) no, not really, (3) yes, a little,(4) yes, very much. Item scores were averaged to create scale scores. There are 6 items (1,2,3,4,5,6) in material centrality dimension, 6 items (7,8,,9,10,11,12) in material happiness dimension and 6 items (13,14,15,16,17,18) in material success dimension.

To determine the structure validity of the Material Values Scale for Children that consist of 18 items, Confirmatory Factor Analysis was done to confirm the factors in the original scale. The results of confirmatory factor analysis demonstrated that the eighteen items loaded on three factors (material centrality, material happiness, and material success). The results of confirmatory factor analysis indicated that the model was well fit according to confirmatory index limits ($\chi^2= 349.20$, $df= 128$, $RMSEA= .061$, $NFI= .92$, $IFI= .95$, $CFI= .95$, $GFI= .92$, $SRMR =.062$).

Within the scope of the studies on the reliability of Material Values Scale for Children, the coefficients of Cronbach Alpha internal consistency and test- retest were calculated. The internal consistency coefficient of the scale was .91 and the corrected item total correlations ranged from .46 to .68. At the end of the 4 week two applications, the reliability of test-retest was found as .77 for the whole scale, .71 for material centrality, .70 for material happiness and .64 for material success. That was the representation of high values in terms of test- retest reliability.

Overall findings demonstrated that this scale had high validity and reliability scores and the Material Values Scale for Children can be used for studies in Turkey. In addition to this study, there is a need to language equivalence study and more studies that examine the compliance of the scale with similar measurement tools. The power of measurement of Material Values for Children Scale will be improved by using in different studies.