

Tüketimin Çocuk Hali

Tuğba KILIÇER

Elif BOYRAZ



Dr. Tuğba KILIÇER - Dr. Elif BOYRAZ

TÜKETİMİN ÇOCUK HALİ

ISBN 978-605-241-599-3

DOI 10.14527/9786052415993

Kitap içeriğinin tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

© 2019, PEGEM AKADEMİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Tic. AŞ'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri, kapak tasarımı; mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ya da başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Bu kitap T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır. Okuyucularımızın bandrolü olmayan kitaplar hakkında yayınevimize bilgi vermesini ve bandrolsüz yayınları satın almamasını diliyoruz.

Pegem Akademi Yayıncılık, 1998 yılından bugüne uluslararası düzeyde düzenli faaliyet yürüten **uluslararası akademik bir yayinevi**dir. Yayımladığı kitaplar; Yükseköğretim Kurulunca tanınan yükseköğretim kurumlarının kataloglarında yer almaktadır. Dünyadaki en büyük çevrimiçi kamu erişim kataloğu olan **WorldCat** ve ayrıca Türkiye'de kurulan **Turcademy.com** ve **Pegemindeks.net** tarafından yayınları taranmaktadır, indekslenmektedir. Aynı alanda farklı yazarlara ait 1000'in üzerinde yayını bulunmaktadır. Pegem Akademi Yayınları ile ilgili detaylı bilgilere <http://pegem.net> adresinden ulaşılabilir.

I. Baskı: Şubat 2019, Ankara

Yayın-Proje: I. Tual Şekercigil
Dizgi-Grafik Tasarım: Ayşe Nur Yıldırım
Kapak Tasarım: Pegem Akademi

Ay-bay Kırtasiye İnşaat Gıda Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi
Çetinemeç Bulvarı 1314.Cadde No:37A-B
0312 472 58 55

Yayıncı Sertifika No: 36306
Matbaa Sertifika No: 33365

İletişim

Karanfil 2 Sokak No: 45 Kızılay / ANKARA
Yayınevi: 0312 430 67 50 - 430 67 51
Dağıtım: 0312 434 54 24 - 434 54 08
Hazırlık Kursları: 0312 419 05 60
İnternet: www.pegem.net
E-ileti: pegem@pegem.net
WhatsApp Hattı: 0538 594 92 40

Gldrrken dřndren küçük adamım Erdem'e
ılgın kelebeğim Zeynep'e (T.K.)
aldığım her dakikanın zryle kızlarım Umay ve Ayzıt'a...(E.B.)

Dr. Tuğba KILIÇER

1977 yılında Sivas'ta doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Sivas'ta tamamladı. 2000 yılında Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi İşletme Muhasebe ve Ticaret Eğitimi Bölümü'nden lisans derecesini aldı. Aynı yıl öğretmen olarak Ankara ili Beypazarı ilçesine atandı. 2003 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak göreve başladı. 2004 yılında Araştırma Görevlisi olarak atandı. Aynı yıl 35. Madde kapsamında yüksek lisans ve doktora öğrenimi için Anadolu Üniversitesi'ne görevlendirildi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı'nda 2006 yılında yüksek lisans öğrenimini, 2011 yılında doktora öğrenimini tamamladı. 2011 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'ne geri döndü. 2013 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı'na öğretim üyesi olarak atandı. Halen bu anabilim dalında Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapan Tuğba Kılıçer'in tüketici davranışı ve stratejik pazarlama alanlarında çalışmaları bulunmaktadır. Evli ve iki çocuk annesidir.

Dr. Elif BOYRAZ

1982 yılında Tokat'ta doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Tokat'ta tamamladı. 2003 yılında Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden lisans derecesini aldı. 2004 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'ne Araştırma Görevlisi olarak atandı. 2006 yılında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrenimini tamamladı. 2012 yılında Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda doktorasını tamamladı. Aynı yıl Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı'na öğretim üyesi olarak atandı. Halen bu anabilim dalında Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapan Elif Boyraz; evli ve iki çocuk annesidir.

KİTABIN ÖYKÜSÜ

Annelik bir kadının yaşayabileceği en ilginç ve heyecanlı serüvenlerden biri. Bir anne bebeğini dünyaya getirdiğinde mutluluğun, heyecanın ve endişenin eşlik ettiği bilinmez bir serüvene çıkıyor aslında. Bu serüvendeki yeni ve bilinmez durumlar pek de bitmiyor. Bu nedenle annelik halleri, rolleri saymakla bitmez gibi geliyor bana. Anne olunca biz kadınlar öğrenen, öğreten, sorgulayan, en iyiyi bulmaya çalışan, strateji geliştiren, karşı tarafın ikna girişimlerini yönetmeye çalışan farklı rollerde buluyoruz kendimizi. Minik bedenlerden beklenmeyen bir sorunun, sorular silsilesine dönüşmemesi için tatmin edici cevapların peşinde debelenip duruyoruz. Rol model olmak adına kimi zaman rol yapıyoruz. Koruyup kollamak ve ideal anne olabilmek için her şeyi göze alıyoruz. Bunun için kimi zaman büyüklerimizle çatışırken buluyoruz kendimizi. Çocuklarımızla olan mutlu anları doyasıya yaşamak için gaza basarken, kızgınlığımızı dindirirken fren yapmayı ihmal etmiyoruz. Kafa dinlemeyi istemekle ideal anne olma arasında gidip gelen, vicdanını rahatlatma girişimleri bir türlü bitmeyen, kafası karışık bireylere dönüşüyoruz adeta. Bu vaziyetleri çocuğun yaşamındaki hemen her olayda, durumda yaşıyoruz. Tüketim ve satın almayla bağlantılı durumlar kuşkusuz bu serüvenin önemli bir bölümünü oluşturuyor. Çocuklar daha anne karnındayken birer tüketiciler aslında. Doğduktan sonra bu durum artarak devam ediyor. Çocuklar bir tüketici olarak önce ağırlıklı olarak biz ebeveynlerle ve büyükleriyle, sonrasında akranlarıyla ve medya ile sosyalleşerek tüketici olmayı öğreniyorlar. Bu süreçte tüketim davranışları ve tercihleriyle, söyledikleriyle bizleri kimi zaman şaşırtıyor, kimi zaman hoşumuza gidecek tercihlerde bulunuyor, kimi zaman ise kızdırabiliyorlar. Ebeveynlerin, akranların ve medyanın rolü ise durumdan duruma, yaştan yaşa fark gösteriyor. Örneğin, oğlum Erdem dünyaya geldiğinde bir sosyalleşme aktörü olarak güç elbette ki bendeydi. İlk kez çocuk sahibi olmanın heyecanıla sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazandırmak için büyük gayret sarf ettim. Öyle ki Erdem'e bir yaşında karnabahar yemeğini sevdirmeyi başaran bir anneydim. Uzunca bir süre abur cubur yedirmedim. Yaşı biraz ilerledikçe 'sağlıklı' atıştırma-lıklar alarak orta yolu bulmaya çalıştım. Oyuncak, giyim ve kullanılan diğer eşyaların seçiminde titiz davrandım. Kullandığı her şeyi satın alırken içeriğini dikkatle inceliyordum. İzlediği çizgi filmler onun yaşına uygun filmlerdi. Aldığım ürünlerde cinsiyetçi seçimler yapmamaya gayret gösteriyordum. Aldığım oyuncaklar lego, puzzle, deney setleri gibi daha çok eğitici oyuncaklardı. 2,5 yaşında kreşe başladığında bir arkadaşı elinde oyuncak silahla okula geldiğinde ebeveynlerini çok ayıplamıştım. Kendi başarımın haklı gururunu yaşıyordum ☺. Erdem ilerleyen yaşlarda ileri teknoloji ürünleriyle tanışınca, akranlarıyla sosyalleşince, televizyona ve animasyon filmlere olan ilgisi artınca atık daha farklı bir tüketici vardı

karşımda. Taktik geliştirerek beni ikna etmeye çalışıyordu. Eskisi kadar güçlü bir aktör değildim ☹. Market alışverişlerinde benim gittiğim markete gitmek istemiyordu örneğin. Neymiş o girişi labirent gibi olan A 101'in girişini daha çok seviyormuş. Sağlıklı yiyeceklerin yanında abur cubur yemek o kadarda kötü bir şey değildi artık. Akranların etkisiyle kendi cinsiyet kimliğiyle uyuşan ürünleri tercih etmesi gerektiğini düşünüyordu. 7 yaşında sitedeki tüm arkadaşlarında olduğunu söyleyerek Nerf aldırdı. Birkaç defa eline aldı bu oyuncacı ama olsun aldırma-yı başarmıştı. 'Oyuncak Hikayesi' filmini izler izlemez hemen 'Buzz' karakterine sahip olmayı istedi. Oğlum onu Tokat'ta bulamayız dedim. Tabi ki ikna olmadı. Bana internetten nasıl sipariş vereceğimizi anlatmaya kalktı. Central Park'ı, Eyfel Kulesi'ni, Madagaskar Adası'nı, Big Ben Kulesi'ni, Louvre Müzesi'ni görmek; donut, macaron yemek; milkshake içmek istiyordu. Sivas'taki Arkeoloji Müzesi'ne gitmeyi istedi, götürdüğümüzde hayal kırıklığına uğradığını söyledi mesela. Neymiş Newyork'daki Doğal Tarih Müzesi'nde olduğu gibi bir dinazor iskeletinin onu karşılamasını bekliyormuş. Yine izlediği çizgi filmlerin etkisiyle kullanmadığımız eşyaları evimizin önünde satmanın İngilizce 'garage sale' olarak ifade edildiğinden, dünyada 'ortak tüketim' diye yeni bir akımın varlığından bahsediyor, bizim eşyalarımızı satmamamızdan ve bazı ürünleri ortak tüketemememizden hayıflanıyordu. Boyuna bakmadan benim alanımla ilgili ahkam kesmeye başlamıştı bile. Velhasıl çocuk olabilirdi ama bu durum aktif bir küresel tüketici olmasının önünde engel değildi. Kızım Zeynep'e gelince... Erdem'de yaşadığım haklı gururu o kadar yoğun yaşamadığımı itiraf ediyorum. Çünkü o beslenme konusunda abisi kadar itaatkar değildi, sunduğum sağlıklı yemeklere meydan okumayı ihmal etmedi. Pirinç pilavı yanında sebze olmadan tek başına yiyebileceği bir yemekti. Atıştırmalıklar illaki 'sağlıklı' olmak zorunda değildi ☺. Ekmeği biraz abartmak o kadar da abartılacak bir şey değildi. Zeynep'in bakımında bize yardım eden ve onun bu taleplerini olumlu karşılayan, destekleyen Türkan teyzesi daha sosyalleşilesi bir aktördü ☺. Diğer konularda ise bizden daha güçlü bir sosyalleşme aktörü vardı rol model aldığı. Abisi Erdem. Kendinden dört yaş büyük bir abiyle aynı evi paylaşmanın ve karakterinin de etkisiyle kendi cinsiyet kimliğine hayli mesafeli bir çocuk vardı karşımda. Bu durumdan şikayetçi değilim ama vitrinlerdeki cıvıl cıvıl elbiseleri alamamaktan dolayı içimin biraz buruk olduğunu söylemeden geçemem. Giyimde öncelikli tercihi eşofman. Toka takmayı gereksiz bir eylem olarak görüyor. Batman ve Spiderman temalı giysiler sevdiği lisanslı ürünler. Okuldaki gösterilerinde etek, elbise giyilecekse geriliyoruz. İkna etmek bazen hiç kolay olmuyor. Hiç bebekle oynamadı Zeynep. Online oyunlar içinde favorisi Minecraft. Tıpkı abisi gibi bir Lego tutkunu. Oyunlarında illaki bir karakter olacaksa bu karakterler lego, transformers karakterleri. En sevdiği renk mavi. Futbol oynamayı ve izlemeyi seviyor.

‘Sağlamsa Lassa’ sloganını mırıldanarak Hot Wheels arabalarını yarıştırmaktan büyük zevk alıyor. Şu aralar boks eldiveni ve Transformers oyuncakları aldırma girişiminde bulunuyor. Abisindeki küresel tüketici eğilimleri onda da var.

‘Biz bu kitabı neden yazdık?’ sorusunun cevabını henüz veremediğim farkındayım. ‘Dünya bir gaz ve toz bulutuydu’ misali lafı epeyce uzattım ama kitabın ortaya çıkış öyküsü aslında bütün bu annelik deneyimleri ve gözlemleriyle başladı. Anne olmak daha önce çok dikkatimi çekmeyen çocuk ve tüketim konusuna olan ilgimi, merakımı artırdı. Hemen her gün merak uyandıran bir tüketim eylemiyle karşı karşıyaydım. Tüketim iletişimi ve çocukların etkileme stratejileri konusunda iki araştırma yaptım. Konuya ilgim gün geçtikte artıyordu ki doçentlik için başvuru kriterleri değişti ve artık kitap yazmak durumundaydık. Madem kitap yazmamız gerekiyordu, merak ettiğim bu yeni alan iyi bir seçim olabilir diye düşündüm. Bu düşüncemi Elif ile paylaştım. Kitabı birlikte yazmayı teklif ettim. Elif ile kahve molalarımızın ana konularından biri, çocuklarımızın bizi hayrete düşüren tüketim davranışları üzeri-neydi. Neticede ortada pazarlama bilimine gönül vermiş iki akademisyen anne ve dört çocuk vardı. Elif teklifimi kabul etti ve kaynak taramaya başladık.

Evet Tuğba’nın da söylediği gibi bir kitap yazmamız gerektiğini ilk idrak ettiğimizde –ki bu doçentlik kriterlerinin değişme tarihine tekabül ediyor- en iyi bildiğimiz şeyi yazmanın daha uygun olacağını düşündük. İnsanın en iyi bildiği şey ise başına gelenlerdi. Nitekim pazarlama teorisine hakim olmak ve haftada kırk saatin üstünde pazarlama anlatmak demek, iyi pazarlamacı ya da iyi satışı olmak demek değildi. Başımıza gelenlerden birbirine en çok benzeyen ise anneliğimizdi. Onun bir okulu ya da bir eğitimi yoktu. Herkes gibi biz de düşe kalka öğrenmiştik anneliği. Belki de çocuklarımız bize öğrettiler. Henüz çiçeği burnunda ve bekar bir araştırma görevlisiyken, bugün neden olduğunu hatırlayamadığım bir sebeple yüksek lisans tezi olarak aile satın alma kararlarında çocukların rollerini çalışmak istemiştım. Belki de kendi çocukluk yıllarım geride kaldığı ve henüz çocuk sahibi olmadığım için yazarken çok zorlanmış; çok uzun sürede üstesinden gelebilmişim. Bu sebeple de tez bittikten sonra çocuk ve tüketim konusunu tekrar çalışmadım. Tez bittikten kısa bir süre sonra evlendim ve sonra büyük kızım Umay dünyaya geldi. Daha onu beklerken aslında ailemizin tüketim kararlarını ne kadar etkilemeye başladığı ortadaydı. Hassas tenini incitmeyecek kıyafetleri, cennet kokusunu bastırmayacak kozmetik ürünlerini, onu en çok rahat ettirecek bebek bezini seçmeye çalışırken sanki tüm kararlara müdahale ediyordu. Daha çocuk sahibi olmadan çocuk erkil bir aileye dönüşmüştük ve işin garip tarafı bundan oldukça hoşnuttuk. Odasını süslemek için satın aldığımız bir aksesuarın karşısında dakikalarca oturup, büyüdüğünde beğenip beğenmeyeceğini düşündüğümü hatırlıyorum. Aramıza katılmasıyla beraber tüketici kimliği de belirgin hale

gelmeye başlamıştı. Onun için seçtiğimiz ürün ve markaların bazılarında hoşnut olduğumu, bazılarını beğenmediğini çocukça yöntemlerle anlattı bize. Onların yerine yenilerini almak zorunda kaldık. Daha önce deneyimlemediğim bir yaşantıyı deneyimlemeye başladığım için ideal anne olmaya çalışıyordum. Ne zaman ve ne kadar besleneceği, hangi besinleri tüketeceği, sağlıklı yiyeceklerle ne zaman karşılaşacağı, televizyona maruz kalmaya ne zaman başlayacağı hep kontrolüm altındaydı. Naif bir çocuktü ve kararlarımı uyum sağlamayı başardı. Bilinçli bir tüketici yetiştiriyor olmanın mutluluğunu yaşıyordum. Umay yaşatlarından daha sağlıklı besleniyor, gerekçe belirtildiği müddetçe hiçbir satın alma isteğinde ısrar etmiyor, hiçbir şeyin fazlasını talep etmiyor, kısacası beni hiç yormuyordu. Elbette bu sosyalizasyon sürecinde en büyük takdiri, ben isteyken bakımını üstlenen anneannesi hak ediyordu. Annelik çok da zor değilmiş diye düşünmeye başlamıştım ki, kreş çağı geldi. Henüz üç yaşındayken yaklaşık beş kilometre uzakta bir kreşe servisle gidiyor, bizden önce evden çıkıp, bizden sonra giriyordu. Bu durum beni gururlandırıyor. Çok erken yaşta kendi başına ürün ve hizmet tüketebilir hale gelmişti. Akran çevresiyle etkileşime girmeye başladığında onların tüketim alışkanlıklarıyla kendisinininkilerin farklı olduğunu anlamaya başladı. Artık evde çizgi film karakterlerinden, onların lisanslı kıyafet ve oyuncaklarından, oyuncak gününde arkadaşlarının getirdikleri oyuncaklardan bahsetmeye başlamıştı. Ayrıca zaten baskın olan cinsiyet kimliği rolü daha da belirgin hale geldi. Artık süslenmek, güzel görünmek, sık olmak ve takdir edilmek istiyordu. Akranlarla bir iktidar mücadelesine girdim ve kazanmasam da uzlaşmayı başardık. Hala kararında ama artık kendi istediği gibi tüketiyordu.

Derken kardeşi Ayzıt dünyaya geldi. Onu beklerken hazırlıklarda çok daha usta ve çok daha kontrollüydüm. Çünkü ikinci çocuğumuz da kızdı ve ablasının kullanıp eskitemediği pek çok şeyi kullanabilirdi ☺. Kendimizi kara geçmiş hissediyorduk. Ama beklediğimiz gibi olmadı ve o bize çocuğun tüketici olarak sosyalizasyonuna dair ne biliyorsak unutturdu. Kendi seçtiği yiyecekleri yedi, diğerlerine kendini kapattı. Dolabının ilk rafına yetişebilecek kadar boyu uzadığında ne giyeceğine kendisi karar vermeye başladı. Ablasının olan her şeyin aslında onun olduğuna inanıyor ve fütursuzca kullanıyordu. Yiyeceği fazladan bir çikolatanın onu daha mutlu bir çocuk yapacağına inanıyordu. Barbie'nin sanki bizim evde ikamet ediyormuş gibi çok eşyası olmalıydı. Bırakın televizyonu, tablet ve bilgisayarla bile çok erken yaşta tanıştı ve kısa sürede kitabın sayfasını değiştirmek için parmağını kaydıran çocuklardan oldu. Her market ziyaretinde kriz çıkardı ve sanki hiçbir şeye sahip değilmiş gibi duygu sömürsü yapıp, her seferinde ağlayarak eve döndü. İzlediği sosyal medya fenomenlerinin sahip olduğu herşeye sahip olmak istedi. Bu çoklu kaynaklardan aldığı mesajlar onu küresel bir tüketiciye dönüştürdü. Yaz

tatilinde izlediği Disney çizgi filmlerindeki destinasyonlara gitmek istediğini belirtiyor, Akdeniz ve Ege sahilleri onu kesmiyordu. Materyalist bir çocuk olacağına dair endişelerimiz her geçen gün artıyordu. Şu anda beş yaşında ve annesi kitabı bitirdiğinde gideceği oyun parkında deneyimleyeceği oyuncakların, sinemada izleyeceği filmin, filminden sonra yiyeceği yemeğin hesabını yapmakla meşgul... Tatil hayalini ise hatıram için ikinci karneden sonraya erteledi ☺.

Kısacası bu kitap yaşarken öğrendiklerimizin hikayesi. Dört güzel çocuğun her gün verdiği ilhamın bir yansıması. Böyle yazınca çok kolay oluşmuş gibi düşünülebilir ama esasında annelik ve pazarlama akademisyenliği rollerinin sürekli çatıştığı zihinlerin bir ürünü olduğu için öyle olmadı. Hemingway'in dediği gibi "Yazmak öyle çok büyük bir erdem değil. Yapman gereken tek şey daktilonun başına oturup kanamak..."

Bu zorlu süreç bize destek veren, varlıklarıyla yaşamımızı kolaylaştıran ailelerimiz olmadan sonlanamazdı. Eşlerimiz, anne-babalarımız sağolsunlar bize hep destek oldular. Eşlerimiz motivasyon sorunu yaşadığımız anlarda 'Olur olur canını sıkma' girizgahıyla başlayan sohbetlerle bizi rahatlattılar. Artık daha sıkı bir reklam ve film izleyicisiydiler. Buralarda görülen her şey ya akılda tutulmalı, ya not edilmeliydi. Çocuklarımızın tüketimle bağlantılı onayladığımız ve onayladığımız her davranışını 'Bak bunu da kitaba yazın' diyerek bize hatırlattılar. Eve geç gidilen zamanlarda çocukların yemeği yediren, onlarla ilgilenen, ödev yaptıran, uyutan yol arkadaşlarıydılar. Kendilerine bu arkadaşlıkları ve destekleri için çok teşekkür ediyoruz. 'Sen bizi düşünme, işine bak' cümlesi ise annelerimizle yaptığımız telefon konuşmalarının en sık tekrarlanan cümlesi oldu ☺. 'Kitabı bitirdik' dediğimiz gün hepsinin yüzündeki mutluluk görmeye değerdi. Herbirine ayrı ayrı teşekkür ediyoruz. Minik bedenlerinde kocaman bir yürek taşıyan canımızın içi çocuklarımıza ise ne kadar teşekkür etsek az. Büyük bir olgunluk göstererek bizi anlamaya çalıştılar. Gergin olduğumuz zamanlarda kimi zaman verdikleri bir öpücükle bizi cesaretlendirdiler. Kimi zaman yüzümüzde tebessüm oluşturan konuşmalarıyla bizi rahatlattılar.☺. Kitabı onlara ithaf ettiğimizi duyduklarında 'Ne yani, şimdi biz ünlü mü olacağız' diyerek Z kuşağı olduklarını bize bir kez daha hatırlattılar, güldürdüler ☺. Bilgisayar başında oturduğumuzu görünce, biraz buruk bir ses tonuyla 'Acaba yetişkinlere yönelik kitap yazsanız, daha mı çabuk biterdi' diyen naif çocuklar olarak hem güldürdüler, hem hüznlendirdiler. Hatta kimi zaman 'Anne siz burda böyle yazmışsınız ama ben öyle yapmıyorum ki' diyerek eleştirel bir gözle bize yardım etmeyi de ihmal etmediler. Hepsine ayrı ayrı kocamannnnn teşekkür ediyoruz. Kucaklıyoruz.

Söz konusu olan şey çocuk olunca çok hassas davranan, çocuk ve bilişim konularında yaptığı yol gösterici çalışmalarla bize ilham veren Prof.Dr. Ferhan ODABAŞI hocamızın da bu süreçteki desteğini asla unutamayız. Kendisine teşekkürü bir borç biliyoruz. Kitabı bir başka gözle okuma ve biçimsel hataları düzeltme konusunda ise sevgili kardeşimiz ve meslektaşımız Arş. Gör. Eda PAÇ ÇELİK bize yardım etti. Özellikle son bir aylık dönemde o nazik üslubuyla ‘Hocam kitap için yardım edeceğim bir şey varsa yapayım’ diye başlayan sabah buluşmaları bizi çok rahatlatmıştı. Eda’ya desteğinden dolayı çok teşekkür ediyoruz. Başak burcu titizliğiyle ve detaycılığıyla metnin son rütuşlarını yapmak elbette ki Kerem KILIÇER’in işi olmalıydı☺. Öyle de oldu. Kerem’e teşekkür ediyoruz. Kitabın basımını gerçekleştiren Pegem Akademi Yayıncılık’a, titiz ve özverili çalışmalarından dolayı sayın Servet SARIKAYA’ya, Ayşe Nur YILDIRIM’a ve Pegem Akademi çalışanlarına teşekkürü bir borç biliyoruz.

Yorucu ve uzun bir çalışmanın sonucu olan bu kitabın akademisyenlere, lisans ve lisansüstü öğrencilerine, uygulayıcılara ve ebeveynlere faydalı olması dileğiyle...

Dr. Tuğba KILIÇER

Dr. Elif BOYRAZ

İÇİNDEKİLER

Kitabın Öyküsü.....	vii
---------------------	-----

1. BÖLÜM

TÜKETİM YÜZYILININ BÜYÜLÜ PAZARI

Gelişen Çocuk Pazarı.....	1
Bugünün Çocuk Tüketicileri: Sabırsız, Derin Duygusal, Çoklu Karar Alma Becerisine Sahip, Teknoloji Tutkunu	5
Çocuklar Tüketici Olmayı Nasıl Öğreniyor?	11
Kaynakça.....	17

2. BÖLÜM

SOSYALLEŞİYORUM, TÜKETMEYİ ÖĞRENİYORUM

Tüketici Sosyalleşmesi Nedir?.....	21
Tüketici Sosyalleşme Süreci	22
Cep Telefonu Almamız İçin Biraz Daha Büyümen Lazım: Sosyalleşmede Ebeveynlerin Etkisi	26
Ben de Abimin Robotundan İstiyorum! Sosyalleşmede Kardeşlerin Etkisi.....	33
Senin Hala Cep Telefonun Yok mu? Sosyalleşmede Akranların Etkisi.....	34
Oyuncak Hikayesi Filmindeki Andy'nin Saatinden İstiyorum: Sosyalleşmede Kitle İletişim Araçlarının Etkisi	38
Süt İçersem Boyum Daha Çabuk Uzar, Öğretmenim Öyle Dedi: Sosyalleşmede Okulun Etkisi	39
KidZania'ya Gidip Markalar Gezegenini Keşfetmek İstiyorum: Sosyalleşmede Eğitici Eğlence Merkezlerinin Etkisi.....	41
Sosyalleşme Sürecinin Çıktıları.....	42
Kaynakça.....	45

3. BÖLÜM

KÜÇÜK ÜYELERDEN BÜYÜK KARARLAR: ÇOCUKLARIN AİLE SATIN ALMA KARARLARINDA ROLLERİ

Aile Satın Alma Kararının Güçlenen Aktörleri Olarak Çocuklar.....	49
Aile Satın Alma Karar Sürecine Bakış	50
Bana mı Alıyoruz Bize mi? Satın Alma Kararının ve Ürünün Türüne Göre Çocukların Değişen Etkileri	53

Her Ailede Aynı mı? Aile Tipi ve Satın Alma Kararlarında Roller	57
Kimin Sözü Geçecek? Ebeveynlik Tutumları ve Çocukların Kararlardaki Rollerini....	60
Çocuğun Demografik Özellikleri Satın Alma Kararlarındaki Rolünü Etkiler mi? ...	61
Abla, Baba, Birlikte İstersek Başarabiliriz! Aile Satın Alma Kararlarında Kardeş ve Ebeveyn Koalisyonları ve Çatışma Yönetimi	62
Kaynakça.....	64

4. BÖLÜM

ANNE! BANA BUNDAN ALAR MISIIIIIN? REKLAM VE ÇOCUK

Reklam İzleyicisi Olarak Çocuk	67
Bana da Reklamdaki Kumbaradan AL, Para Biriktireceğim Anne! Reklamın Çocuklar Üzerindeki Olumlu Etkileri	72
Hipnotize Olmuş Çocukluk: Reklamın Çocuklar Üzerindeki Olumsuz Etkileri	73
Çocuklar Reklamları Nasıl Algıyor ve Reklamlardan Nasıl Etkileniyor?	76
Ben de Lol Bebek İstiyorum: Çocukların Satın Alma Kararlarında Reklamın Etkisi.....	79
Reklamda Sunulan Rol Modeller	80
Ben Bir Peri Kızıyım Anne: Reklamda Cinsiyet Rollerinin Aktarımı.....	81
Ayyy Ne Sevimli! Reklamda Çekicilik Unsuru Olarak Çocuk.....	83
Alternatif Bir Reklam Mecrası Olarak Oyun Reklamlar	85
Kazana Düşsem Ben de Büyür müyüm? Reklam Etiği ve Çocukların Korunması...88	
Kaynakça.....	93

5. BÖLÜM

BANA SATIN ALDIĞIN MARKAYI SÖYLE, SANA KİM OLDUĞUNU SÖYLEYİYİM: MARKA VE ÇOCUK

Çocukların Dünyasında Markanın Anlamı	97
Çocuklarda Marka Sosyalleşmesi.....	100
Anne, Beni ‘Mucize, Uğur Böceği ve Karakedi’ Filmdeki Louvre Müzesi’ne Götürür müsün? Çocuklarda Marka Farkındalığı ve Bağlılığı.....	105
Kaynakça.....	114

6. BÖLÜM

ANNE ANNE! BEN TABLET İSTİYORUM, HAYATIM BOYUNCA HİÇ TABLETİM OLMADI Kİ AMA...: ÇOCUKLARIN YARARLANDIKLARI ETKİLEME STRATEJİLERİ

Çocuklar Ebeveynlerini Etkilemek İçin Hangi Stratejilere Başvurur?	117
Demografik, Kültürel Faktörler ve Aile Tipi Çocukların Seçtiği Stratejiyi Etkiliyor mu?	123
Ders Çalışacağım Diye Hep Annemi Kandırıyorsun! Kardeşlerin Etkileme Stratejilerindeki Rolü	127
Tablet Yerine Legoya Ne Dersin? Ebeveynlerin Çocuklarına Karşılık Verme Biçimleri	128
Bu Konsere Kesin Gitmeliyiz Kanki! Akranların Yararlandıkları Etkileme Stratejileri	132
Kaynakça.....	134

7. BÖLÜM

BU KADAR OYUNCAK BANA YETMEZ Kİ! MATERYALİST DEĞERLER VE ÇOCUK

Materyalizmin Tanımı ve Semptomları.....	137
Çocukluk Dönemi Materyalizmi	140
Çocukluk Dönemi Materyalizminde Yaşın Etkisi	143
Çocukluk Dönemi Materyalizmi ve Cinsiyet.....	144
Bi Tanecik Şemsiye Çikolata Yerse Mutlu Olabilirim! Çocuklarda Psikolojik İyi Oluş ve Materyalizm.....	146
Armut Dibine Düşer! Materyalist Ebeveyn ve Materyalist Çocuk.....	148
Her Şey Evlatlarım İçin! Aile İletişimi ve Materyalizm.....	150
Squishy'm Olmazsa Onlarla Oynayamazmışım! Akran İletişimi ve Materyalizm..	153
Bizim de Böyle Evimiz Olsa! Medyanın Gücü ve Ünlülere Öykünme.....	156
Bireyci Kültüre Karşılık Kolektivist Kültür: Yoksa Yok mu Birbirimizden Farkımız?	159
Kaynakça.....	162

8. BÖLÜM

SELFİE ÇAĞI ÇOCUKLARI: ÇOCUK VE SOSYAL MEDYA

Teknoloji Hayatımıza Ne Kattı, Hayatımızdan Neyi Götürdü?.....	167
Hadi Hemen Instagram'a Koyalım! Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı.....	169
Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımının Zararları.....	175
Anne, Polen'in de Barbie Evi Vaaarr! Sosyal Medyanın Satın Aldırma Gücü	177
Prenses Elif Bugün Ne Yapmış? Çocuk Sosyal Medya Fenomenleri ve Diğerleri.....	182
'Yağ Satarım'dan 'MineCraft'a Oyunun Serüveni: Dijital Oyunlar ve Çocuk	185
Kaynakça.....	189