

Bireylerin Gönüllü Sade Yaşam Tarzları ve Yaşam Doyumlarının, Geleneksellik Değeri Açısından Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği

Murat Bayat¹
Düzce Üniversitesi

Abdulaziz Sezer²
Düzce Üniversitesi

Öz

Bu çalışmanın amacı, bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının, geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesine yöneliktir. Bu amaçla ahlaki değerler ölçeği içinde yer alan geleneksellik değeri ölçeği ile yaşam doyumu ölçeği ve gönüllü sade yaşam tarzı ölçeği kullanılarak Düzce Üniversitesinde, çoğunluğu akademik ve idari personelden oluşmakla birlikte öğrencilerin de dâhil edildiği 203 kişi ile basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle anket yapılarak birincil veriler toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi SPSS 23.0 paket programıyla sağlanmıştır. Araştırmada öncelikle geleneksellik değeri değişkeni için içsel geleneksellik değeri faktörü ve dışsal geleneksellik değeri faktörü; yaşam doyumu değişkeni için yaşam doyumu faktörü; gönüllü sade yaşam tarzı değişkeni için ise planlı alışveriş, kendine yeterlilik ve maddi olmayan hayat faktörleri belirlenmiştir. Ardından geleneksellik değerinin alt boyutları ile gönüllü sade yaşam tarzının alt boyutları ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin varlığı, yapılan korelasyon analizi ile saptanmaya çalışılmıştır. Söz konusu analizler sonucunda bireylerin içsel ve dışsal geleneksellik değeri ile gönüllü sade yaşam tarzlarının alt boyutları olan planlı alışveriş, kendine yeterlilik ve maddi olmayan hayat arasında ilişki olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca bireylerin yaşam doyumu ile içsel geleneksellik değeri ve kendine yeterlilik düzeyleri arasında manidar bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Ahlaki değerler • Geleneksellik • Gönüllü sade yaşam tarzı • Yaşam doyumu

1 Yetkilendirilmiş yazar: Murat Bayat (Dr. Öğr. Üyesi), Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Konuralp Yerleşkesi, Merkez 81620 Düzce. Eposta: muratbayat@duzce.edu.tr

2 Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Bölümü, Konuralp Yerleşkesi, Merkez 81620 Düzce. Eposta: abdulazizsezer@duzce.edu.tr

Atf: Bayat, M. ve Sezer, A. (2018). Bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının, geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi örneği. *İş Ahlakı Dergisi*, 11, 69–87. <http://dx.doi.org/10.12711/tjbe.2018.11.1.0009>

XX. yüzyılın sonlarına doğru piyasalarda ortaya çıkan ürün zenginliği ve çeşitliliğiyle birlikte şekillenmeye başlayan tüketim kültürü, bireylerin sadelikten uzaklaşmasına yol açtığı gibi hedonik (hazcı) davranışları üzerinde de uyarıcı bir etkiye neden olmaktadır. Fonksiyonel ihtiyaçların üründe farklılaşmayı daraltan özelliğinden ötürü işletmelerin hazcı gereksinimleri temel alarak üretim faaliyetlerinde bulunmaları, tüketimin artmasını da beraberinde getirmektedir. Bireylerin toplumdaki yerlerini, statülerini ve en önemlisi sahip oldukları değerleri tüketimleri ile gösterme çabası içinde olmalarının ve kendilerinin tüketimleri ölçüsünde değerli görüleceği inancının, insanlığı hem toplum hem de çevre bakımından pek çok boyutuyla tehlikeli olabilecek bir süreç taşıyacağı aşikârdır. Bununla birlikte yaşamın her alanında sadelik ve basitliği teşvik edip destek veren gönüllü sade yaşam tarzı (GSYT), tüketimdeki artışın ciddi boyutlara ulaşmaya başlamasıyla yeniden gündeme gelmiştir. Bireyin iç dünyasında yani manen zenginliği, dış dünyasında yani madden ise sadeliği savunan ve neticede bireyin yaşam doyumunu düzeyini yükselten bu akımın, tüketim toplumu için bir alternatif olabileceğine ilişkin görüşler bulunmaktadır (Elgin, 1993).

Uluslararası literatür son zamanlarda farklı sosyal-ekonomik özelliklere, yaşam tarzlarına, tüketim tutum ve davranışlarına sahip gönüllü sadecileri (Voluntary Simplifiers) incelemeye başladı. Gönüllü sadeciler, çevreye etkisi daha az olan ürünlerin tercih edildiği ve kaynakların iktisatlı kullanıldığı bir yaşam biçimini özgürce ve gönüllülük esasına göre seçen bireylerdir (McDonald, Caroline, William ve Kumju, 2006, s. 515–534). Gregg'e (1936) göre gönüllü sadelik hem iç (manevi) hem de dış (maddi) durumu kapsar. Bununla birlikte gönüllü sadelik; gereksiz birçok malın varlık edinilmesiyle oluşan dış karmaşadan kaçınmanın yanı sıra, amaçta kararlılık, samimiyet ve dürüstlük olarak tanımlanmaktadır. Bu bir yandan enerjimizin ve arzularımızın düzenlenmesi ve yönlendirilmesi anlamına gelirken diğer yandan daha uzun yaşamayı sağlamak için hayattaki bazı hususlarda kısıtlamaya gitmeyi işaret etmektedir. Kısaca belirtmek gerekirse gönüllü sadelik; bir amaç için hayatın planlı olarak organize edilmesidir. GSYT, yeni bir kavram olmayıp Hz. Muhammed (S.A.V.), Hz. İsa ve Hz. Musa tarafından da desteklenerek tavsiye edilmiştir (Bengamra-Zinelabidine, 2012; Elgin ve Mitchell, 1977; Gregg, 1936).

Elgin ve Mitchell (1977, s. 5), GSYT'nin temelinde yer alan beş ana değeri şu şekilde belirtmiştir:

- ❖ *Maddi Sadelik* (tüketmeme odaklı tüketim modeli)
- ❖ *Öz Kontrol* (kişisel hayat ve tercihler üzerinde daha fazla kontrole sahip olma arzusu)
- ❖ *Ekolojik Farkındalık* (insanların ve kaynakların birbirine bağımlılığının bilinci)
- ❖ *İnsan Ölçeği* (küçük ölçekli kurum ve teknolojilere yönelme)
- ❖ *Kişisel Gelişim* (iç yaşamı, maneviyatı keşfetme ve geliştirme isteği)

Araştırmacılar, gönüllü sadecilerin ağırlıklı kesimini eğitilmiş, yüksek gelirli insanların oluşturduğunu, stres kaynağı koşullar altında çalıştıklarını ve yalnızca maddi değerler yerine manevi değerlerle de motive olduklarını vurgulamaktadır. Ayrıca özgür, bağımsız ve gönüllülük esasıyla yaptıkları tercihleri, onları, mecburiyet tahtında sade yaşama yönelmiş olan fakir ve yoksul insanlardan ayırmaktadır (Craig-Lees ve Hill, 2002; Mitchell, 1983). Nitekim bazı araştırmaların sonuçları, bu yaşam tarzına yönelenlerin profiline bakıldığında, önde gelen belirleyici faktörün yüksek öğrenim olduğunu ve bu bağlamda sahip olunan mesleki becerilerin de rol aldığını ortaya koymaktadır (Craig-Lees ve Hill, 2002; Etzioni, 1998; Zavestoski, 2002). Konu ile ilgili diğer bir çalışma ise, yalın yaklaşımın benimsenmesi ve hayata tatbik edilmesinde en önemli engellerden biri sayılan israf eğiliminin nedenleri arasında eğitim eksikliğinin olduğunu göstermektedir (Erol, 2012). Bir başka deyişle eğitim düzeyi arttıkça israf azalmakta, dolayısıyla yalın yaklaşımın hayata geçirilmesi de kolaylaşmaktadır. Umur, Topuz ve Velioğlu (2015), yaptıkları nitel bir çalışmada çevre kirliliği ile gönüllü sade yaşam tarzının önemli prensiplerinden olan çevreyi koruma ve geri dönüşümlü ürünlerin kullanımına yönelik algıları incelemişler; sonuçta gelir ve eğitim düzeyi ile geri dönüştürülen atık miktarının pozitif ilişkili olduğunu saptamışlardır. Görüldüğü üzere eğitim düzeyinin yükselmesiyle geri dönüşümlü ürünlerin kullanımı artarak gönüllü sade hayat tarzı edimselleştirilmektedir. Karaca (2013), çalışmada yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek değişkenlerinin çevre dostu tüketime olan eğilimi etkilediğini, ancak bu eğilime gelir düzeyinin manidar bir etkisinin olmadığını tespit etmiştir. Ergen (2014) ise, işletme ve tüketicilerin kendi ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri konusunda duyarlı olma ve diğerlerinin menfaatlerini koruma ve güçlendirme ifadesiyle tanımladıkları sürdürülebilir tüketim davranışının boyutları olarak maddi değerler, gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre bilincini ele almıştır. Bu araştırmanın bulgularına göre sürdürülebilir tüketime eğilim düzeyinin yüksek oluşuna göre sırasıyla “orta gelire sahip, iktisat meyilli tüketiciler”, “eğitilmiş, gelir düzeyi yüksek, çevre dostu tüketiciler” ve “eğitim ve gelir seviyesi düşük yeşil tüketiciler” olmak üzere üç grup tüketici olduğu görülmektedir. Karapınar (2013), Türkiye’de gönüllü sade yaşam tarzının benimsenmesini konu aldığı yüksek lisans tezi çalışmasının bulgularında gönüllü sadecilerin; bilinçli çevre koruyucuları, materyalistler, acemi sadeciler, zorunlu sadeciler ve bıkkınlar olarak sınıflanabileceğini raporlamıştır. İlaveten bu grupların demografik değişkenlerden yaş, medeni hâl, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi açısından önemli farklılıklar gösterdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Gönüllü sadecilerin temel kaygılarının çevre (Craig-Lees ve Hill, 2002; Ottman, 1995), sağlık, din (Craig-Lees ve Hill, 2002) veya ahlaki tüketim tercihleri gibi değerler olduğu bilinmektedir (Bekin, Carrigan ve Szmigin, 2005; Shaw ve Newholm, 2002). Toplumun bir kısmı, maddi değerlerin stres, mutsuzluk ve amaç eksikliğini gideremediğinin farkına varmakta ve manevi ihtiyaçlar ile benlik saygısının tüketim yoluyla karşılanamayacağını itiraf etmektedirler (Zavestoski, 2002).

Sertoğlu, Bozoklu ve Korkmaz (2016) tarafından yapılan araştırma neticesinde, gönüllü sadecilerin öz kontrol değerine daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Araştırma modelimiz kapsamında test edeceğimiz hipotezlerimiz göz önüne alındığında, geleneksellik değerinin alt değerleri olan dinî değerlere ve geleneklere bağlılık, kadere razı olmak, ılımlı olmak ve hayatta karşılaşılanları kabullenmek bireylerin kendilerini kontrol edebilme yetileriyle doğrudan ilişki içerisinde olduğundan, bireylerin geleneksellik değeri ile GSYT arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığının ortaya konması, bu konuya ilişkin bahsi geçen çalışmayı desteklemesi açısından da önem arz etmektedir.

Şüphesiz çoğu insanın hayat gayeleri içinde en mühimlerinden biri “mutlu” bir hayat kurabilmektir. Bu bağlamda mutluluk; psikoloji, bilhassa pozitif psikolojinin çalışma alanları arasında yer almaktadır. Pozitif psikoloji, mutluluk için kişinin hayatta karşılaştığı olumsuzlukları düzeltmenin yetersiz kaldığını ve bireyin olumlu özelliklerinin (muhabbet, sorumluluk bilinci, özgünlük vb.) desteklenip geliştirilmesinin de ciddi bir işlevi olduğunu savunmaktadır (Seligman, 2002).

Pozitif psikoloji alanında “mutluluk” kavramına karşılık olarak genelde “öznel iyi oluş” kavramının kullanıldığı görülmektedir. Öznel iyi oluş, olumlu ve olumsuz duygulanım ve yaşam doyumunu olmak üzere birbiriyle ilişkili üç kavramın bütünüdür. Olumlu ve olumsuz duygulanım, bireyin hoşlandığı ve hoşlanmadığı hislerden oluşurken yaşam doyumunu kişinin hayatına yönelik bilişsel değerlendirmesidir. Olumlu duygulanım ve kişinin algıladığı yaşam doyumunu düzeyinin yüksek oluşu, öznel iyi oluş düzeyinin de yüksek olduğunu göstermektedir (Diener ve Suh, 1997).

Yaşam doyumunu, öznel iyi oluşun ve hayat kalitesinin başat belirleyicilerinden olup kişinin kapsam ve sınırlarını kendisinin belirlediği hayat kalitesi ve iyilik hâlini yansıtmaktadır (Ash ve Huebner, 2001; Şahin, 1997). Yaşam doyumunu, bireyin tüm hayatını ve bu hayatın farklı boyutlarını içinde barındırırken cinsiyet, yaş, sağlık durumu, iş hayatı, gelir düzeyi, eğitim durumu, inanç, medeni hâl, sosyal kabul görme ve çevre şartları gibi birçok faktörden de etkilendiği görülmektedir (Arkar, Sarı ve Fidaner, 2004; Matheny ve ark., 2002; Yetim, 1985). Öznel bir niteliğe sahip olan yaşam doyumunu değerlerinin oluşumunda, kişinin kendi mevcut durumu ile ulaşmak istediği örnek bir durumu kıyaslaması etkili olmaktadır (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985).

Literatürde yaşam doyumunu etkileyen faktörler hakkında yapılmış çalışmalar incelendiğinde bu faktörlerin genel itibarıyla dört grupta ele alındığı görülmektedir (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007, s. 8):

- ❖ *Kişisel ve Demografik Faktörler*; kişinin geliri, yaşı, cinsiyeti, evlilik ve ailevi durumu, eğitim düzeyi ve inancı gibi faktörleri kapsar.
- ❖ *İş ile ilgili Faktörler*; bireyin çalıştığı kurumdaki işinin niteliği, sorumluluk düzeyi, kariyer ve terfi imkânı, verilen maaş, mevcut statüsü gibi faktörleri içerir.

- ❖ *Çevresel Faktörler*; bireyin arkadaşlık ilişkileri, kişisel hak ve özgürlükleri, bulunduğu ülkenin ekonomik refahı ve ikamet ortamı gibi faktörler bu grupta yer alır.
- ❖ *Toplumsal Faktörler*; kişinin sahip olduğu sosyal ilişki ağları, katıldığı sosyal aktiviteler, hemşehrlik ve üyesi olduğu toplumun kültürel değerleri gibi faktörleri kapsar.

Yukarıda yapılan sınıflandırma ve verilen bilgilerden hareketle çalışmada bireylerin yaşam doyumları, gönüllü sade yaşam tarzları ve geleneksellik değerleri incelenecektir.

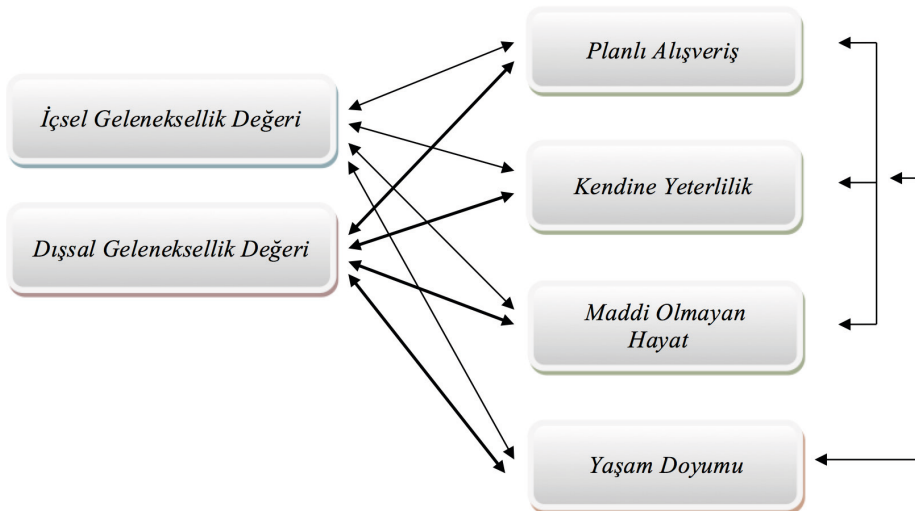
Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı, bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının, geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesine yöneliktir. Çalışmada, bu temel amaçla birlikte bireylerin içsel ve dışsal geleneksellik değerleri ile planlı alışveriş, kendine yeterlilik, maddi olmayan hayat ve yaşam doyumu değişkenleri arasındaki ilişki de ele alınacaktır. Ayrıca bireylerin yaşam doyumları ile planlı alışveriş, kendine yeterlilik ve maddi olmayan hayat arasındaki ilişki analiz edilecektir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada esas olarak nicel araştırma desenlerinden ilişkisel tarama deseni kullanılmıştır. İlişkisel tarama araştırmaları iki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkinin herhangi bir şekilde bu değişkenlere müdahale edilmeden incelendiği araştırmalardır. Bu tür araştırmalarda değişkenler arasındaki birlikte değişimin derecesi



Şekil 1. Araştırma modeli.

de ortaya çıkarılabilmektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2013). Analiz neticesinde ortaya çıkan korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer alır. Korelasyon katsayısının pozitif (+) olması değişkenlerin aynı yönde değiştiğini gösterirken, negatif (-) olması ise iki değişkenin arasında ters yönde bir ilişki olduğunu gösterir. Eğer değişkenlerdeki artış veya azalış birbirine bağlı değilse korelasyon sıfır olur. Bu da değişkenler arasında ilişkinin olmadığı anlamına gelir. Diğer bir ifadeyle ilişkisel araştırma yöntemi, değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklama ve sonuçları tahmin etme fırsatı sunmaktadır (Tekbıyık, 2015).

Araştırma modeli kapsamında test edilecek temel hipotezler;

H_1 : Bireylerin içsel geleneksellik değerleri ile planlı alışveriş arasında anlamlı ilişki vardır.

H_2 : Bireylerin içsel geleneksellik değerleri ile kendine yeterlilik arasında manidar ilişki vardır.

H_3 : Bireylerin içsel geleneksellik değerleri ile maddi olmayan hayat arasında manidar ilişki vardır.

H_4 : Bireylerin dışsal geleneksellik değerleri ile planlı alışveriş arasında manidar ilişki vardır.

H_5 : Bireylerin dışsal geleneksellik değerleri ile kendine yeterlilik arasında manidar ilişki vardır.

H_6 : Bireylerin dışsal geleneksellik değerleri ile maddi olmayan hayat arasında manidar ilişki vardır.

H_7 : Bireylerin içsel geleneksellik değerleri ile yaşam doyumu arasında manidar ilişki vardır.

H_8 : Bireylerin dışsal geleneksellik değerleri ile yaşam doyumu arasında manidar ilişki vardır.

H_9 : Bireylerin yaşam doyumları ile planlı alışveriş arasında manidar ilişki vardır.

H_{10} : Bireylerin yaşam doyumları ile kendine yeterlilik arasında manidar ilişki vardır.

H_{11} : Bireylerin yaşam doyumları ile maddi olmayan hayat arasında manidar ilişki vardır.

Araştırmanın Evreni ve Katılımcılar

Araştırmanın evrenini oluşturan Düzce Üniversitesi idari ve akademik personeli ile öğrencilerinden mürekkep 203 kişi ile basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle

anket yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü belirlenirken ilişki katsayıları, eğer küçük örneklemelerden alındıysa güvenilirliği düşme eğilimindedir. Bu yüzden örneklem büyüklüğünün ilişkilerin güvenilir şekilde analiz edilmesini sağlayacak oranda olması önem taşımaktadır. Literatürde, özellikle faktörler güçlü ve belirginken değişken sayısı fazla büyük olmadığında, örneklem büyüklüğünün 100 ile 200 arasında seçilmesinin yeterli geleceği ifade edilmektedir. Örneklem büyüklüğünün gözlenen değişken sayısının en az beş katı olması gerektiği ise genel bir kural olarak kabul görmektedir (Büyüköztürk, 2002). Bununla beraber Tabachnick ve Fidell'e (2001) göre, eğer güçlü, güvenilir ilişkiler ve az sayıda belirgin faktör varsa, örneklem büyüklüğü değişken sayısından fazla olması koşuluyla- 50 olarak belirlenebilir. Diğer bir görüş çerçevesinde Kline (1994), güvenilir faktörler çıkartmak için 200 kişilik örneklem genellikle yeterli olacağını, faktör yapısının açık ve az sayıda olduğu durumlarda bu sayının 100'e kadar indirilebileceğini, fakat daha iyi sonuçlar için daha büyük örneklemle çalışmanın da daha doğru olacağını dile getirmektedir. Kline, örneklem büyüklüğü için dikkate alınacak denek değişken (madde) oranının ise 10:1 seviyesinde tutulmasını önermekle birlikte, bu oranın düşürülebileceğini, ancak 2:1 seviyesinden az olmaması gerektiğini de vurgulamaktadır. Nitekim bu çalışmanın araştırma sürecinde de Kline'in belirtmiş olduğu madde sayısının 10 katı kadar örneklem ile çalışılması görüşü dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda en fazla madde (ifade) içeren (toplam madde sayısı 20) gönüllü sade yaşam tarzı ölçeği esas alınarak örneklem büyüklüğünün en az 200 olması gerektiği hesaplanmış ve çalışma 203 kişiyle uygulanmıştır.

Araştırmamız örnekleminde yer alan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler, Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1
Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım

Cinsiyet	Frekans	%	Medeni Hâliniz	Frekans	%
Kadın	84	41,4	Evli	77	37,9
Erkek	119	58,6	Bekâr	126	62,1
Toplam	203	100,0	Toplam	203	100,0
Aylık Geliriniz	Eğitim Durumunuz				
1000 TL ve altı	60	29,6	İlköğretim	3	1,5
1001-2000	28	13,8	Lise	85	41,9
2001-3000	63	31,0	Lisans	81	39,9
3001 TL ve üzeri	52	25,6	Lisansüstü	34	16,7
Toplam	203	100,0	Toplam	203	100,0

Tablo 1'de görüldüğü gibi araştırmamıza katılanların %41,4'ü kadın, %58,6'sı erkektir. Katılımcıların %62,1'inin bekâr olduğu, %41,9'unun lise mezunu, %39,9'unun ise lisans mezunu olduğu, kümülatif olarak %56,6'sının "2001 TL ve üzeri" aylık gelire sahip olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Anket genel tanımı ile “cevaplandırıncıların daha önce belirlenmiş bir sıralama ve yapıda oluşturulmuş soru setini yanıtlamasıyla veri elde etme yöntemi”dir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007, s. 68). Anket tekniğinin tercih edilme sebebi, diğer veri toplama tekniklerine kıyasla farklı bölgelerden çok daha büyük gruplara hızla uygulama olanağı tanınması ile maliyetinin düşük olmasıdır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012, s. 124).

Çalışmada bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının, geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla literatürde ahlaki değerler, insani değerler ve bireysel değerler olarak adlandırılan değerler ölçeği boyutlarından olan geleneksellik değerini ölçmek için “Schwartz Değerler Ölçeği (Schwartz, 1992)”; yaşam doyumunu düzeyleri için Diener ve arkadaşlarının (1985) geliştirdiği ve Yetim’in (1991) Türkçeye uyarladığı “Yaşam Doyumu Ölçeği” (YDÖ/ Life Satisfaction Scale); gönüllü sade yaşam tarzının ölçümü için ise Özgül’ün (2008) Iwata (1997) tarafından geliştirilen gönüllü sade yaşam ölçeğinden yararlanarak oluşturduğu “Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği” kullanılmıştır.

Tablo 2
Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Faktör ve Güvenilirlik Analizi

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Planlı Alışveriş		
▪ Param olsa bile, plansız alışveriş yapmak benim ilkelilerimle uyuşmaz	,763	0,23
▪ Sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışırım	,726	
▪ Seyahate çıktığım zamanlar hariç, boş zamanlarımı çok fazla para harcamadan geçiririm	,713	
▪ Alışveriş yaparken bir ürünün benim için gerçekten gerekli olup olmadığına bakar, ona göre karar veririm	,708	
▪ Gösterişli olmaktansa sade bir hayat sürmeyi tercih ederim	,628	
▪ Karmaşık, çok fonksiyonlu ürünlerdense sade ve işimi gören ürünleri tercih ederim	,617	
Kendine Yeterlilik		
▪ Satın aldığım ürünleri mümkün oldukça uzun süreli kullanmaya çalışırım	,825	0,21
▪ Bir ürünü olabildiğince uzun süre kullanmayı tercih ederim	,781	
▪ Gelecekte, kendime yetebileceğim bir yaşam sürmek isterim	,734	
▪ Gelir harcama dengesi açısından, insanın kendine yetebilmesi istenilen bir durumdur	,701	
▪ Alışveriş yaparken uzun süre sıkılmaksızın kullanabileceğim ürünleri satın almaya çalışırım	,634	
Maddi Olmayan Hayat		
▪ Maddi zenginlik benim için önemli değildir	,807	0,10
▪ Maddi zenginliktense zihinsel gelişim ve başarıya önem veririm	,807	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: 0,54; KMO Örnekleme Yeterliliği: %60; $p = 0,000 < 0,001$; Cronbach Alfa Değeri: 0,58

Yapı Geçerliliği: Açımlayıcı Faktör Analizi

Araştırmamızda gönüllü sade yaşam tarzı, geleneksellik değeri ve yaşam doyumu değişkenleri için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi, değişkenler arası ilişkilerden hareketle faktör bulmaya ve teori üretmeye yönelik yapılan bir analiz türüdür (Büyüköztürk, 2002, s. 470–483).

Yapılan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği katsayısı ,600 ve Barlett's küresellik testi ,000 düzeyinde manidar bulunmuştur. Bu verilere istinaden örneklem büyüklüğünün bu değişkenin ölçümünde ve kullanılmasında yeterli, veri yapısının da faktör çıkarmaya uygun olduğu yorumu yapılmıştır. İlgili değişkene yönelik faktör ve güvenilirlik analizi sonuçlarına ait veriler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Yapılan faktör analizinde gönüllü sade yaşam tarzı değişkeninin alt boyutlarından olan “planlı alışveriş” ve “kendine yeterlilik” boyutları için faktör yükü düşük olduğu gerekçesiyle ikişer ifade, “maddi olmayan hayat” boyutu için üç ifade çıkartılmıştır. Netice itibarıyla Tablo 2'de de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların gönüllü sade yaşam tarzını üç boyutta algıladıkları tespit edilmiştir.

Çalışmamızda diğer bir değişken olan geleneksellik ahlaki değeri için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği katsayısı ,780 ve Barlett's küresellik testi ,000 düzeyinde manidar bulunmuştur. Bu verilere istinaden örneklem büyüklüğünün bu değişkenin ölçümünde ve kullanılmasında yeterli, veri yapısının da faktör çıkarmaya uygun olduğu yorumu yapılmıştır. İlgili değişkene yönelik faktör ve güvenilirlik analizi sonuçlarına ait veriler Tablo 3'te gösterilmiştir. Tablo 3'te de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların geleneksellik değerini 2 boyutta algıladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3
Geleneksellik Ahlaki Değeri Faktör ve Güvenilirlik Analizi

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
İçsel Geleneksellik		
▪ Dindarlık (dinî inançlara ve imana bağlılık)	,860	0,33
▪ Manevi Bir Hayat (maddi değerlerden çok maneviyata önem vermek)	,735	
▪ Hayatın Bana Verdiklerini Kabullenmek (hayatın getirdiklerine, kadere razı olmak, hayattaki yerini kabul etmek)	,607	
▪ Mahremiyet (özel hayatın gizliliği)	,601	
▪ Geleneklere Saygı (atalarımızdan miras kalan gelenek-görenekleri korumak)	,581	
Dışsal Geleneksellik		
▪ İlimli Olmak (aşırı duygu ve davranışlardan kaçınmak, aşırılıktan kaçınmak)	,831	0,24
▪ Alçak Gönüllü Olmak (mütevazı olmak, kendini öne çıkarmamak)	,826	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: 0,57; KMO Örneklem Yeterliği: %78; $p = 0,000 < 0,001$; Cronbach Alfa Değeri: 0,58

Son değişkenimiz olan yaşam doyumu için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği katsayısı ,850 ve Barlett's küresellik testi ,000 düzeyinde manidar bulunmuştur. Bu verilere istinaden örneklem büyüklüğünün bu değişkenin ölçümünde ve kullanılmasında yeterli, veri yapısının da faktör çıkarmaya uygun olduğu yorumu yapılmıştır. İlgili değişkene yönelik faktör ve güvenilirlik analizi sonuçlarına ait veriler Tablo 4'te gösterilmiştir. Tablo 4'te de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların yaşam doyumunu tek boyutta algıladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4
Yaşam Doyumu Faktör ve Güvenilirlik Analizi

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Yaşam Doyumu		
▪ Pek çok yönden idealimdeki hayata yakın bir yaşamım var	,723	
▪ Hayat şartlarım mükemmeldir	,617	0,62
▪ Hayatımdan memnunum	,605	
▪ Şimdiye kadar, hayatta istediğim önemli şeyleri elde ettim	,589	
▪ Hayatımı yeniden yaşama şansım olsaydı, hemen hiçbir şeyi değiştirmedim	,564	
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Toplam Açıklanan Varyans: 0,62; KMO Örneklem Yeterliği: %85; $p = 0,000 < 0,001$; Cronbach Alfa Değeri: 0,846		

Verilerin Analizi

Çalışmamız ilişkiisel araştırma modeline girmektedir. İlişkiisel araştırmalar, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek ve neden-sonuç ile ilgili ipuçları elde etmek amacıyla yapılan bir araştırma türüdür (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2013). Araştırmada korelasyon ve faktör analizleri yapılmıştır. Gerçekleştirilen faktör analizleri sonucunda bireylerin yaşam doyumunu tek boyutta, geleneksellik değerini iki boyutta ve gönüllü sade yaşam tarzını üç boyutta algıladığı tespit edilmiştir.

Bulgular

Gönüllü Sade Yaşam Tarzı, Yaşam Doyumu ve Geleneksellik Değeri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Dönük Analizler

Araştırmaya katılan bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumları ile geleneksellik ahlaki değerleri arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirleyebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi, iki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkiyi değişkenler manipüle edilmeden incelemeye yönelik bir analiz türüdür. Bu analizde değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısı hesaplanır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değişen bir değer alır. Korelasyon katsayısının ± 1 olması mükemmel bir ilişkiyi, 0 olması ise ilişki olmadığını gösterir (Büyüköztürk ve ark., 2012, s. 236).

Korelasyon analizi öncesinde verilerin normal dağılıp dağılmadığını saptamak için normallik testi uygulanmış ve test sonucu Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5

Değişkenlere Ait Verilerin Normal Dağılım Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan Kolmogorov-Smirnov Testi Sonuçları

	N	p
Yaşam Doyumu	203	,057
Dışsal Geleneksellik	203	,000
İçsel Geleneksellik	203	,000
Planlı Alışveriş	203	,005
Kendine Yeterlilik	203	,000
Maddi Olmayan Hayat	203	,000

Yapılan normallik test sonuçlarına göre verilerin normal dağılım göstermediği ($p < 0,05$) tespit edilmiştir. Yaşam Doyumu değişkeni için ortaya çıkan p değeri ($,057$), çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayıları ile birlikte değerlendirildiğinde normal dağılım göstermediği sonucuna varılmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkinin gücünün/şiddetinin ölçümünde yaygın olarak kullanılan korelasyon testleri verilerin normal dağılım gösterip göstermemesi durumuna göre çeşitli türlerde uygulanabilir. Eğer veriler normal dağılım gösteriyorsa (parametrik) Pearson korelasyon testi, normal dağılmıyorsa (nonparametrik) yani sıralama (rank) seviyesinde ölçümlerde ise Spearman korelasyon testi uygulanmaktadır (Altunışık ve ark., 2007). Verilen bilgilerden hareketle araştırmada Spearman Korelasyon Testi'nin uygulanmasına karar verilmiştir. Yapılan test sonuçlarına ilişkin bilgiler Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6

Gönüllü Sade Yaşam Tarzı, Yaşam Doyumu ve Geleneksellik Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

Spearman's rho		Planlı Alışveriş	Kendine Yeterlilik	Maddi Olmayan Hayat	Yaşam Doyumu
İçsel Geleneksellik Değeri	Korelasyon Katsayısı	0,314*	0,240*	0,251*	0,307*
	<i>p</i>	0,000	0,001	0,000	0,000
Dışsal Geleneksellik Değeri	Korelasyon Katsayısı	0,282*	0,331*	0,158*	0,082*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,025	0,243
Yaşam Doyumu	Korelasyon Katsayısı	0,111*	0,149*	0,082*	-
	<i>p</i>	0,115	0,034	0,244	-

* 0.05 anlamlılık düzeyine göre (2-yönlü)

Sade hayat tarzının ilkelerine riayet edildiği takdirde insanların hayatlarında mutluluğu yakalayabilme yolunda ciddi mesafe katedebilecekleri öne sürülmektedir (Yıldırım, 2015). Dahası bireyin iç dünyasında yani manen zenginliği, dış dünyasında yani madden ise sadeliği savunan ve neticede bireyin yaşam doyumu düzeyini arttıran bu akımın, tüketim toplumu için bir alternatif olabileceği noktasında da gö-

rüşler bulunmaktadır (Elgin, 1993). Dolayısıyla insanlık için bir gelecek tesisinde bireylerin maddiyata olan eğilimlerini azaltarak, bireylere manevi değerler kazandıran ve nihayet mutluluğa ulaşmalarına yardımcı olan gönüllü sade yaşam tarzı büyük bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmada, söz konusu manevi değerler (içsel ve dışsal geleneksellik değeri), gönüllü sade yaşam tarzı ve mutluluk (yaşam doyumu) arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Katılımcıların GSYT ile ilgili eğilimlerini işaret eden faktörlerden;

- **“Planlı Alışveriş”** ile ilgili Spearman korelasyon değerleri sırasıyla İçsel Geleneksellik Değeri boyutunda $r = 0,314$ (düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon), *Dışsal Geleneksellik Değeri* boyutunda $r = 0,282$ (istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon) çıkmıştır.
- **“Kendine Yeterlilik”** ile ilgili Spearman korelasyon değerleri sırasıyla İçsel Geleneksellik Değeri boyutunda $r = 0,240$ (düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon), *Dışsal Geleneksellik Değeri* boyutunda $r = 0,331$ (istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon) çıkmıştır.
- **“Maddi Olmayan Hayat”** ile ilgili Spearman korelasyon değerleri sırasıyla İçsel Geleneksellik Değeri boyutunda $r = 0,251$ (düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon), *Dışsal Geleneksellik Değeri* boyutunda $r = 0,158$ (istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon) çıkmıştır.
- **“Yaşam Doyumu”** ile ilgili Spearman korelasyon değerleri sırasıyla İçsel Geleneksellik Değeri boyutunda $r = 0,307$ (düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon), *Dışsal Geleneksellik Değeri* boyutunda $r = 0,082$ (istatistiksel olarak manidar bir ilişki bulunmamaktadır) çıkmıştır.
- **“Yaşam Doyumu”** ile ilgili Spearman korelasyon değerleri, Planlı Alışveriş ve Maddi Olmayan Hayat boyutlarında sırasıyla $r = 0,111$ ve $r = 0,082$ (iki boyutta da istatistiksel olarak manidar bir ilişki bulunmamaktadır), Kendine Yeterlilik boyutunda $r = 0,149$ (istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü korelasyon) çıkmıştır.

Tartışma ve Sonuç

20.yy’ın sonlarına doğru ortaya çıkan ürün zenginliği ve çeşitliliği ile birlikte gelişen tüketim kültürü, giderek bireylerin sadelikten uzaklaşmasına ve hedonik (hazcı) davranışları üzerinde uyarıcı bir etkiye neden olmaktadır. Bireylerin toplumdaki yerini, statüsünü ve en önemlisi sahip olduğu değerleri, tüketimleri ile açıklama çabası içinde olmaları, sosyal açıdan eleştiriye açık, çevre yönünden ise tehlikeli bir durum ile bizleri karşı karşıya bırakmaktadır (Elgin, 1993). Bu durum, sade bir hayatın ve çevreye etkisi en az olan ürünlerin tüketiminin teşvik edildiği gönüllü sade yaşam

tarzının gerekliliğini güçlendirmekte ve önemini artırmaktadır. Bu itibarla bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının, geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışmada, öncelikle açılımlı faktör analizi yapılmıştır. Analiz neticesinde katılımcıların gönüllü sade yaşam tarzını üç boyutta (planlı alışveriş, kendine yeterlilik, maddi olmayan hayat), geleneksellik değerini iki boyutta (içsel ve dışsal geleneksellik değeri), yaşam doyumunu ise tek boyutta algıladıkları tespit edilerek aralarındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; gönüllü sade yaşam tarzı değişkeni alt boyutlarından olan “planlı alışveriş”in *içsel geleneksellik değeri* ile istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,314$) ilişkili; *dışsal geleneksellik değeri* ile istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,282$) ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Yani H_1 ve H_4 hipotezlerimiz kabul edilmiştir. Yine gönüllü sade yaşam tarzı alt boyutlarından “kendine yeterlilik”in *içsel geleneksellik değeri* ile düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,240$) ilişkili; *dışsal geleneksellik değeri* ile istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,331$) ilişki içinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani H_2 ve H_5 hipotezlerimiz kabul edilmiştir. Gönüllü sade yaşam tarzının bir diğer alt boyutu olan “maddi olmayan hayat”ın *içsel geleneksellik değeri* ile düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,251$) ilişkili olduğu; *dışsal geleneksellik değeri* ile istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,158$) ilişki içinde olduğu ortaya çıkmıştır. Yani H_3 ve H_6 hipotezlerimiz kabul edilmiştir.

Çalışmada analize tâbi tutulan diğer bir değişken olan “yaşam doyumunun” sırasıyla *içsel geleneksellik değeri* ile düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,307$) ilişkili olduğu görülürken *dışsal geleneksellik değeri* ile istatistiksel olarak manidar bir ilişkisi olmadığı anlaşılmıştır. Yani H_7 hipotezimiz kabul edilirken H_8 hipotezimiz reddedilmiştir. Yine “yaşam doyumunun” *planlı alışveriş ve maddi olmayan hayat* ile istatistiksel olarak manidar bir ilişkisi olmadığı görülürken *kendine yeterlilik* ile istatistiksel olarak manidar, düşük dereceli pozitif yönlü ($r = 0,149$) ilişki içinde olduğu sonucuna varılmıştır. Yani H_{10} hipotezimiz kabul edilirken H_9 ve H_{11} hipotezlerimiz reddedilmiştir.

Araştırmada ulaşılan sonuçlara dayanarak bireylerin şahsi hayatını ilgilendiren ve kendi iç dünyasını şekillendiren “içsel geleneksellik değerleri” ile gönüllü sade yaşamın yine bireylerin bireysel çabalarını ve kendi iç dünyasını kontrol edip, önceliklerini maneviyattan yana kullanmalarını gerektiren boyutu olan “maddi olmayan hayat” arasında, “dışsal geleneksellik” boyutuna kıyasla daha güçlü bir ilişkinin var olduğu yorumunu yapabiliriz.

Bireylerin diğer bireylerle ilişkisini gerektiren, içerisinde ılımlı ve alçak gönüllü olmak gibi değerleri barındıran “dışsal geleneksellik değeri” ile GSYT’nin yine bireylerin kendilerinden fedakârlık gösterip, kaynakların tüketiminde ve çevrenin korunmasında duyarlı hareket etmesini gerektiren boyutu olan “kendine yeterlilik” arasında “içsel geleneksellik değeri”ne kıyasla daha güçlü bir ilişkinin var olduğu yorumunu yapabiliriz.

Kısaca diğerkâm bireylerin, gönüllü sade yaşam tarzına uyum sağlamalarında, GSYT'nin bir parçası olan kendine yeterlilik boyutunun katkı ve etkisi yüksek olacaktır diyebiliriz.

Bireylerin yaşam doyumları ile geleneksellik değerinin alt boyutu olan içsel geleneksellik değerleri ve gönüllü sade yaşam tarzının alt boyutu olan kendine yeterlilik arasında pozitif yönlü manidar bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Öneriler

Gönüllü sadelik, işletmeler ve hazcı davranış eğilimli tüketiciler için cazip önerilere sahip alternatif bir yaşam tarzıdır. Çünkü bireyler için öngördüğü farklı yaşam tarzı, işletmeler için de çeşitli fırsatların önünü açmaktadır. Ürün ve hizmet alırken kaliteyi takip eden gönüllü sadecilerin, çevreye, toplumsal ve bireysel gelişime önem veren işletmeleri daha çok tercih ettikleri bilinmektedir. Günümüzde bireylerin gönüllü sadeliğe giderek daha fazla önem verdiği de düşünüldüğünde, işletmelerin gelecekteki faaliyetlerinde bu akımı takip etmeleri ve programlarını bu doğrultuda revize etmeleri yararlı olacaktır. Bu çerçevede, örneğin, gönüllü sade yaşam tarzına eğilimli, geleneksellik değerlerine sahip tüketiciler için daha uzun vadeli kullanılabilir, sade ve yeşil (çevreci) ürünleri dinî hassasiyetleri de göz önünde bulundurarak geliştirebilirler.

Konu ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalarda ilgili geleneksellik değerinin bireylere kazandırılması ve hayata tatbik edilmesine yönelik uygulanabilecek eğitim metotlarının (değerler eğitimi) ayrıntılı olarak ele alındığı çalışmaların literatüre eklenmesi de faydalı olacaktır.

Extended Abstract

Evaluating Individuals' Voluntary Simplicity Lifestyles and Life Satisfaction in Terms of the Tradition Value: The Example of Düzce University*

Murat Bayat¹
Düzce University

Abdulaziz Sezer²
Düzce University

Abstract

The aim of this study is directed at assessing voluntary simplicity lifestyles and life satisfaction in term of the tradition value. A survey was conducted for this purpose with the tradition values section of the Schwartz Values Scale, the Life Satisfaction Scale, and the Voluntary Simplicity Lifestyle Scale using the easy sampling method with 203 people at Düzce University, mostly consisting of academic and administrative staff, as well as students. The study uses the quantitative research method and has collected the primary data with the survey technique. The obtained data has been analyzed with the package program, SPSS 23.0. In the study firstly, the factors of the internal tradition value and the value of external tradition value have been determined for the variable of tradition value, the factor of life satisfaction for the variable of life satisfaction, and the variables of planned shopping, self-sufficiency, and non-material life for the variable of voluntary simplicity lifestyle. Afterward, the existence was attempted to be determined for the relationship of the sub-dimensions identified above for the tradition value and the sub-dimensions of voluntary simplicity lifestyle with life satisfaction. As a result of the performed analyses, individuals' internal and external tradition values were determined to have a relationship with planned shopping, self-sufficiency, and non-material lives (again, the sub-dimensions of the individuals' voluntary simplicity lifestyles). Additionally, individuals' tradition value and levels of self-sufficiency were detected to have a meaningful relationship with life satisfaction.

Keywords

Moral values • Traditionalism • Voluntary simplicity lifestyle • Life satisfaction

* This is an extended abstract of the paper entitled "Bireylerin Gönüllü Sade Yaşam Tarzları ve Yaşam Doyumlarının, Geleneksellik Değeri Açısından Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği" published in *Turkish Journal of Business Ethics*.

Manuscript received: April 24, 2018 / **Accepted:** July 4, 2018 / **OnlineFirst:** July 15, 2018.

1 **Correspondence to:** Murat Bayat (PhD), Department of International Trade, School of Business Administration, Düzce University, Konuralp Yerleşkesi, Merkez, Düzce 81620 Turkey. Email: muratbayat@duzce.edu.tr

2 Department of Insurance and Social Security, School of Business Administration, Düzce University, Konuralp Yerleşkesi, Merkez, Düzce 81620 Turkey. Email: abdulazizsezer@duzce.edu.tr

To cite this article: Bayat, M., & Sezer, A. (2018). Evaluating individuals' voluntary simplicity lifestyles and life satisfaction in terms of the tradition value: The example of Düzce University. *Turkish Journal of Business Ethics*, 11, 69–87. <http://dx.doi.org/10.12711/tjbe.2018.11.1.0009>

The culture of consumption, which had begun being shaped together with the product richness and variety that emerged in the markets, has caused individuals to gradually move away from simplicity and brought about a stimulating effect on hedonic behaviors. Individuals' struggle to explain the place, status, and importance of the values they possess in society through their consumption leaves the world facing a dangerous situation environmentally that is open to criticism socially. In this respect, with the increase of consumption having begun to reach serious dimensions, voluntary simplicity lifestyles (VSL) that support and promote simplicity and basicness in every aspect of life have again come to the agenda. Opinions are found on the point of this movement, which advocates spiritual richness in one's inner world and material simplicity in one's outer world (consequently increasing one's level of life satisfaction), that have the ability to replace the society of consumption (Elgin, 1993). In this context, the study intends to evaluate individuals' voluntary simplicity lifestyles and life satisfaction in terms of the tradition value.

In accordance with this purpose, a survey has been conducted using simple random sampling with 203 people comprised from Düzce University's administrative staff, academic staff, and students. The study uses the Schwartz Values Scale (which has the values known in the literature as moral values, human values, and individual values; Schwartz, 1992) for measuring the tradition value; the Life Satisfaction Scale (LSS), developed by Diener et al. (1985) and adapted to Turkish by Yetim (1991) for measuring life satisfaction levels; and the Voluntary Simple Lifestyles Scale, formed by Özgül (2008) and benefitting from the Voluntary Simplicity Life Styles Scale developed by Iwata (1997).

Referencing the collected data, the study performs an exploratory factor analysis of the variables of life satisfaction, voluntary simplicity lifestyles, and the tradition value for the purpose of finding the factors and to produce a theory that draws from the relationships among the variables; a correlation analysis was performed over the variables emerging from the factor analysis directed at examining the relationships among two or more variables without manipulating them.

In accordance with the results of the correlation analysis, a positive, low-level, and significant relationship was detected among the internal tradition value (one sub-dimension of the tradition value) with planned shopping, self-sufficiency, and non-material life ($r = 0.314$, $r = 0.240$, $r = 0.251$, respectively; sub-dimensions of voluntary simple lifestyles). Again, a positive, low-level, and significant relationship was reached in the results for these same variables ($r = 0.282$, $r = 0.331$, $r = 0.158$, respectively) with the external tradition value (the other sub-dimension of the tradition value). While life satisfaction was seen to also have a positive, low-level, significant relationship with the internal tradition value ($r = 0.307$), it was not observed to have

a significant relationship with the external tradition value. Lastly, according to the results of the correlation analysis performed for life satisfaction with the variables of voluntary simplicity lifestyles, while a positive, low-level, and significant relationship was seen between life satisfaction and the variable of self-sufficiency ($r = 0.149$), no meaningful relationship was seen for the variables of planned shopping or non-material life with life satisfaction. In other words, according to the results obtained here in the study, a positive and significant relationship can be interpreted for the tradition value with voluntary simplicity lifestyles and life satisfaction, which the behaviors of leading a self-sufficient life, searching for satisfaction more in spiritual life than in material matters, and preferring simple products significantly explain.

Voluntary simplicity is an alternative lifestyle that contains attractive opportunities for businesses and consumers prone to hedonistic behavior. On this point, different lifestyles lead to different opportunities for businesses. Those with voluntary simplicity who monitor the quality of products and services can choose businesses more that give importance to environmental, social, and individual development.

In line with the given information and the results of analysis, it can be concluded that the individuals increasingly give more importance to voluntary simplicity these days. The businesses would benefit from following this trend in their future activities and from revising their programs in line with this results.. The example of longer-term sustainability can be developed for consumers trending voluntary simplicity lifestyles and who have tradition values by considering simple and green (environmental) products and religious sensitivities.

Having individuals adoption of the tradition value would be more useful for future related studies on this topic; adding training methods (values education) that can be applied and mentioning details would be more beneficial in running their lives.

Kaynakça/References

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, S. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arkar, H., Sarı, Ö., & Fidaner., H. (2004). Relationships between quality of life, perceived social support, social network and loneliness in a Turkish sample. *Yeni Symposium*, 42, 20–27.
- Ash, C., & Huebner, E. S. (2001). Environmental events and life satisfaction reports of adolescents. *School Psychology International*, 22, 320–336.
- Bekin, C., Carrigan, M., & Szmigin, I. (2005). Defying marketing sovereignty: Voluntary simplicity at new consumption communities. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(4), 413–429.
- Bengamra-Zinelabidine, B. (2012). On the concept of voluntary simplicity towards marketing. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(2), 181–190.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(32), 470–483.

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, S. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem A Yayınları.
- Craig-Lees, M., & Hill, C. (2002). Understanding voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 19(2), 187–210.
- Diener, E., & Suh, E. (1997). Measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators. *Social Indicators Research*, 40, 189–216.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(19), 71–75.
- Elgin, D. (1993). *Voluntary simplicity: Toward a way of life that is outwardly simple, inwardly rich*. New York, NY: William Morrow and Company Inc.
- Elgin, D., & Mitchell, A. (1977). Voluntary simplicity. *The Co-Evolution Quarterly*, 1–40. Retrieved from https://duaneelgin.com/wp-content/uploads/2010/11/voluntary_simplicity.pdf
- Ergen, A. (2014). *Maddi değerler, gönüllü sade yaşam biçimi, çevre bilgisi: Sürdürülebilir tüketim davranışı açısından bir araştırma* (Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). [https:// tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/) adresinden edinilmiştir.
- Etzioni, A. (1998). Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences. *Journal of Economic Psychology*, 19(5), 619–43.
- Gregg, R. B. (1936). *The value of voluntary simplicity*. Wallingford, UK: Pendle Hill.
- Iwata, O. (1997). Attitudinal and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles. *Social Behavioral and Personality*, 25(3), 233–240.
- Karaca, Ş. (2013). Tüketicilerin yeşil ürünlere ilişkin tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 99–111.
- Karapınar, E. (2013). *Türkiye’de gönüllü sadelik: Bir segmentasyon yaklaşımı* (Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). [https:// tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/) adresinden edinilmiştir.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. New York, NY: Routledge.
- Matheny, K. B., Curlette, W. L., Aysan, F., Herrington, A., Gfoerer, C. A., Thompson, D., & Hamarat, E. (2002). Coping resources, perceived stress and life satisfaction among Turkish and American university students. *International Journal of Stress Management*, 9, 81–97.
- McDonald, S., Caroline, J. O. C., William, Y., & Kumju, H. (2006). Toward sustainable consumption: Researching voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 23, 515–534.
- Mitchell, O. S. (1983). Fringe benefits and the cost of changing jobs. *Industrial & Labor Relations Review*, 37(1), 70–78.
- Ottman, J. (1995). Today's consumers turning lean and green. *Marketing News*, 29(23), 12–14.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 28, 1–20.
- Özgül, E. (2008). Tüketicilerin değer yönelimleri, gönüllü basit yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri. *13.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı içinde (s. 373–393)*. Adana.

- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1–65). New York, NY: Academic Press.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York, NY: Free Press.
- Erol, S. (2012). Yalın yaklaşım ve yalın üretim. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, 24(278). <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/yalin-yaklasim-ve-yalin-uretim/145> adresinden edinilmiştir.
- Sertoğlu, A. E., Bozoklu, Ç. P., & Korkmaz, S. (2016). Voluntary simplicity, values and lifestyles: A case of Ankara-Turkey. *Beta Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 2(1), 21–50.
- Shaw, D., & Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167–85.
- Şahin, H. (1997). Eski bir kavram yeni bir ölçüt: Yaşam kalitesi. *Toplum ve Hekim*, 12, 40–6.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L.S. (2001). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Allyn And Bacon.
- Tekbıyık, A. (2015). Kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri. M. Metin (Ed.), *İlişkisel araştırma yöntemi* içinde (s. 101–103). Ankara: Pegem Akademi.
- Umut, M. Ö., Topuz, Y. V. ve Velioğlu, M. N. (2015). Çöpten geri dönüşüme giden yolda sürdürülebilir tüketiciler. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 263–288.
- Yetim, Ü. (1985). *Değişik sosyokültürel kesimlerden kişilerde yaşam kalitesi algısı* (Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Yetim, Ü. (1991). *Yaşam doyumu* (Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Yıldırım, A. (2015). Ekonomik hayatta sade düşünce. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3, 253–267.
- Zavestoski S. (2002). Guest editorial: Anticonsumption attitudes. *Psychology & Marketing*, 19(2), 121–126.

