



Voluntary Simplicity Lifestyle Differences According to Generations within the Scope of Responsible Consumption

Ayşe Betül Tanrıverdi^{1,a}, Güngör Karakaş^{2,b,*}

¹Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Communication, Department of Journalism, Sivas, Türkiye

²Yozgat Bozok University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Yozgat, Türkiye

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 30-03-2023 Accepted : 26-07-2023</p> <p><i>Keywords:</i> Generations Sivas Simple Lifestyle Responsible Consumption Minimalism</p>	<p>In recent years, simple lifestyle and differences between generations have been the subject of interest within the scope of responsible consumption, which is a component of sustainability. In the context of responsible consumption that serves the purposes of sustainable development, the voluntary simple lifestyle is important in terms of giving information about the structure of a society. Although the voluntary simple lifestyle gives information about the social structure, the differentiations in the generations can affect the voluntary simple lifestyles. The aim of this article is to analyze the differences between the voluntary simple lifestyle according to the X, Y and Z generations. In the study, using the Voluntary Simple Living Scale consisting of 21 items and 6 socio-demographic questions, data were collected through questionnaires from 414 people in Sivas, Türkiye, face-to-face and via social media. The Kruskal Wallis Test was used to test the significance of the difference between generations and voluntary simple lifestyles. According to the results of the research, it was understood that the X generation adopted the voluntary simple lifestyle more than the Y and Z generations. Similarly, when the Y and Z generations were compared, it was revealed that the Y generation adopted a voluntarily simple lifestyle compared to the Z generation. As a result, the reason why X and Y generations are more sensitive to voluntary simple living can be explained by the fact that they have faced social problems in their historical background, they were raised in difficult times and their life experiences are more than the Z generation.</p>

Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 11(7): 1222-1230, 2023

Sorumlu Tüketim Kapsamında Kuşaklara göre Gönüllü Sadelik Yaşam Tarzı Farklılıkları

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 30-03-2023 Kabul : 26-07-2023</p> <p><i>Anahtar Kelimeler:</i> Kuşaklar Sivas Sade Yaşam Tarzı Sorumlu Tüketim Minimalizm</p>	<p>Son yıllarda sürdürülebilirliğin bir bileşeni olan sorumlu tüketim kapsamında sade yaşam tarzı ve kuşaklar arasındaki farklılıklar ilgi konusu olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma amaçlarına hizmet eden sorumlu tüketim bağlamında gönüllü sade yaşam tarzı bir toplumun yapısı hakkında bilgi verme adına önemlidir. Her ne kadar gönüllü sade yaşam tarzı toplumsal yapı hakkında bilgi vermekle birlikte kuşaklardaki farklılaşmalar gönüllü sade yaşam tarzlarını etkileyebilmektedir. Bu makalenin amacı, X, Y ve Z kuşaklarına göre gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki farklılıkları analiz etmektir. Çalışmada 21 maddeden oluşan Gönüllü Sade Yaşam Ölçeği ve 6 adet sosyo-demografik sorular kullanılarak yüz yüze ve sosyal medya aracılığı ile Türkiye-Sivas ilindeki 414 kişiden anket yoluyla veri toplanmıştır. Kuşaklar ile gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki farklılığın anlamlılığını test etmek için Kruskal Wallis Testi kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre, X kuşağı gönüllü sade yaşam tarzını Y ve Z kuşaklarına göre daha çok benimsediği anlaşılmıştır. Buna benzer olarak Y ve Z kuşağı karşılaştırıldığında ise Y kuşağının Z kuşağına göre gönüllü sade yaşam tarzını benimsediği ortaya konuldu. Sonuç olarak X ve Y kuşağının gönüllü sade yaşama daha duyarlı olmasının nedeni tarihsel arka planındaki toplumsal sorunlarla karşı karşıya kalmış olması, zor zamanlarda yetişmiş olmaları ve hayat tecrübelerinin Z kuşağına göre fazla olması ile ilgili olarak açıklanabilir.</p>

^a abetultanriverdi@cumhuriyet.edu.tr | ^b <https://orcid.org/0000-0002-5046-4618> | gungor.karakas@yobu.edu.tr | <https://orcid.org/0000-0001-5236-2407>



Giriş

Son yıllarda aşırı tüketim ve kaynakların israf edilmesi sonucu sürdürülebilirlik kaygısı ile pek çok farklı çözüm önerileri sunulmaktadır. Bu çözüm önerilerinden biri olan gönüllü sade yaşam tarzı sadece tüketici seviyesinde çözüm önermekle kalmamakta dolaylı olarak üretim kısılmasına ve kaynakların daha az kullanılmasına da yol açabilmektedir. Gönüllü sade yaşam özellikle insanın kendi yaşam şeklini ve tarzını şuurlu, titizlikle ve kendi rızasına bağlı olarak seçmesi demektir (Babaoğul ve Buğday, 2012). Günümüz toplumlarında tüketim, bireyi ekonomik vizyona indirgeyerek birtakım değerlerin göz ardı edilmesine neden olabilmektedir. Buna karşı savurgan, israf eden ve gösterişe dayanan tüketime karşı sorumluluk sahibi ve minimal tüketim tutumu önem arz etmektedir (Durmuş, 2022). “Sorumlu tüketim tarzı ekosistemdeki doğal kaynakların sürdürülebilirlik kapsamında kullanım ve tüketimini baz alan ve tüketirken sosyal, çevresel ve etik yönlerin de göz önünde tutulduğu” bir tüketim şeklidir. Bu bakımdan gönüllü sade yaşam tarzı ve gösterişe dayalı olmayan tüketim sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biri olan sorumlu üretim ve tüketim kalıplarının geliştirilmesi bakımından da önemli rol oynayabilmektedir. Gönüllü sade yaşam tüketicilerin yaşamış oldukları dönemlerin etkisi ile değişiklik gösterebilir. Kuşakların yaşamış oldukları ekonomik zorluklar veya kolaylıklar tüketici davranışlarında etkili olabilir. Bu araştırmanın temel amacı tüketicilerin gönüllü sade yaşam tarzı ile kuşaklararası fark olup olmadığını belirlemektir.

Gönüllü Sade Yaşam ve Minimalizm

Tüketim kimi zaman aşırı ve gösteriş içeren imgelerden oluşur. Tüketim temel ihtiyaçların karşılanması ötesinde statü göstergesi, toplumsal onay, mutlu olma şeklinde kimlik ve kendisini ifade etme biçimidir. İlk gelen tüketim, tabii ki tüketenin fiziksel isteklerine fiziksel rahatına -veya sözde yüksek isteklerine ruhsal, estetik, entelektüel- yönelik olanlardır. Bunların dışındaki istekler de eşyaların sarfiyatıyla, dolaylı olarak karşılanır (Veblen, 2005) Sade yaşam tarzı, tükettiğin kadar varsın dünya görüşünün tersine aşırı tüketime karşı protest olduğunu müddetçe varsın, felsefesine dayanır. Minimalizm ve gönüllü sadelik birbirine oldukça benzemektedir. Bu iki kavram birbirinin yerine kullanılmasına rağmen tarihsel süreçlerinden dolayı ayrımlar bulunmaktadır. Gönüllü sadelik daha kapsamlı olarak 1970’lerde popüler olmuşken; minimalizm kavramı 2008 itibarıyla kapitalist kriz sonrasında ünlenmiştir. “Gönüllü sadelik daha sade ama kapsamlı bir yaşam tarzı sunarken; minimalizm eşyaların azaltıldığı daha sınırlı bir yaşam tarzı sunmaktadır.” (Taş, 2020). Gönüllü sadelik bireylerin özgün yaşam tarzını değiştirmek için bir motivasyondan çok daha fazlasına sahip olabilir (Chang, 2021). Sade yaşam zihinsel karmaşanın her türlüünden uzakta mutlu olmayı öncelik haline getirmektedir. Minimalizmde ise daha az eşya ile daha mutlu yaşanıldığına inanılmakta ve fazla eşyalardan kurtulmanın stresten ve kargaşadan uzak tutacağını öne sürülmektedir (Taş, 2020). Minimalizm kişinin hem dış hem de iç dünyasında 'alan yaratma' araçlarını sağlamaktadır (Lloyd ve Pennington, 2020).

Minimalist yaşam tarzı dağınıklığı giderme, basitlik, birikim karşıtlığı ve siyasallaşmış bir küçülme anlamına da gelebilir (Meissner, 2019).

Lloyd ve Pennington tarafından yapılan bir araştırmada minimalizm, değerlere yönelik farkındalığı öne sürer. Bunlara göre minimalizm; aile ve arkadaşlarla daha fazla zaman geçirmeyi, gönüllü olmayı, çevre yanlısı davranışlarda bulunmayı ve sürdürülebilir ve etik satın almalar yapmayı ve maddî nesnelere ziyade deneyimlere para harcamayı seçmektir (Lloyd ve Pennington, 2020). Kanga ve ark. (2021) tarafından yapılan araştırmada minimalizmin üreticiler ve üreticilerin bu yaşam tarzıyla uyumlu daha sürdürülebilir üretim biçimlerini aramaya motive edebileceğini öne sürmektedir. Gelişmekte olan topluluklarda teknolojik gelişmeler toplumsal gelişmeleri sağlamıştır. Artık endüstriyel bir tabana oturan geçim mücadelesi, insanları konfora yönelmeye itmiştir (Veblen, 2005). Ekonomik krizler ülkeleri ve insanları finansal güvenlik, işsizlik oranları, tüketici fiyatları, kredi kullanma olanakları ve döviz kurları ile ilgili olarak kısa süreli ani değişikliklerle karşı karşıya bırakmaktadır (Hayta, 2012). Bu durum tüketicileri gönüllü sade yaşamaya sürüklemektedir.

Sanayi atıkları insanların ve diğer canlılar yaşamı üzerinde olumsuz etkilere neden olmuştur. Yenilenemeyen enerji kaynaklarının doğa üzerindeki sonuçları bilim insanlarını sürdürülebilirlik üzerine çalışmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, aşırı tüketim karşıtlığı sürdürülebilir yaşam tarzlarının çevreci alternatiflerini satın almanın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu, çevre dostu ürün üreticileri için kötü bir haber olarak görülebilir de satın almamanın çevresel faydaları ile bu durum hafifletilmektedir. Tüketimi reddetme, azaltma ve yeniden kullanma eylemleri sürdürülebilir tüketiminin temel unsurlarıdır (Black ve Cherrier, 2010). Sürdürülebilir tüketim doğanın dinamizmini koruma adına önemlidir. On binlerce yıllık toplumsal değişimin sonucu olarak, sadece nükleer ve çevresel felaketlere karşı değil aynı zamanda sosyal hayatımızdaki verimliliği artırmak için de doğal bir değişim sürecine girilmektedir (Bookchin, 2019).

Çevreyi üretim faktörlerinden biri olan toprağı bozan endüstriyel atıklar, radyoaktif kirlilikler, zirai kirlilikleri vs. insanlığın ürünüdür. Doğaya karşı yapılacak üstünlük hamleleri geleceği yok etme anlamına gelmektedir (Duran ve Ekici, 2012) Bu yüzden doğal kaynakların sürdürülebilir kullanılması için sade bir yaşam tarzı önem arz eder. Bu doğrultuda sade yaşayan bireyler yaşamdan daha mutlu olmaktadır. Hüttel ve ark. (2020) ’nin yaptığı “Tüketimin Ötesinde Refah: Daha Azma Sahip Olmanın Faydaları” isimli araştırmada, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için tüketim düzeylerimde genel bir azaltmanın gerekli olduğu ifade edildikten sonra yapılan araştırma sonucunda gönüllü sade yaşamın bireylerin refahını azaltmadığı, hatta bazı durumlarda toplum refahını iyileştirdiği tespit edilmiştir. Başka bir araştırmada ise sürdürülebilir tüketim pratiklerine sahip olanlarda yaşam memnuniyetinin arttığı görülmektedir (Guillen-Royo, 2019). Black ve Cherrier (2010) tarafından yapılan araştırmada ise tüketiciler genellikle sürdürülemez ürünleri düzenli olarak kullanmaktadırlar. Druică ve ark. yaptığı çalışmada (2022) ise çevreci tüketim değerleri,

çevreci satın alma davranışını, ekolojik sorumluluk ve çevreci iletişimle doğrudan etkilemektedir. Çevresel bozulmayı geciktirmek ve değiştirmek için sorumlu tüketime doğru bir paradigma değişimi yaklaşımı, tüketimin gönüllü bir azaltımı düşünmeksizin ifade edilemez.

Çevre dostu tüketim, biyolojik/döngüsel üretim modellerinin teşvik edilmesi gezegenin “doğal” sermayesine yeniden yatırım yapmakta ve sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Singh ve Pandey, 2012). Doğal çevrenin korunması, iyi işleyen bir ekonomi ve sosyal adalet için ön koşuldur. Bu nedenle sürdürülebilirliğin üç temel ayağı olan çevre, ekonomi ve sosyal refahın hayatın her alanında hem ulusal hem de uluslararası düzeyde uyumlaştırılması gerekmektedir (Matthias ve ark., 2010). Çevreci tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzı birbirine akraba kavramlar olmasına karşın şimdiye kadar tek bir çatıda kavramsallaşması nadiren karşımıza çıkmaktadır (Druică ve ark., 2022). Black ve Cherrier (2010)’ın yaptığı araştırmada çevreci tüketim sürdürülebilir yaşamın bir parçasıdır. Tüketim karşıtlığı, çevreci alternatifler satın almaktan ziyade sürdürülebilir yaşamın çok daha bütüncül kısmıdır. Druică ve ark. (2022)’nın yaptığı çalışmada ise çevreci satın alma davranışı ekolojik sorumlulukla, gönüllü sadelikle ve maddi sadeliğe olan inançla yakından ilgilidir. Sürdürülebilir tüketim gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini sınırlamadan, bozulmamış bir çevre, sosyal adalet ve ekonomik refah için bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilen bir gelişmeyi tanımlar. Sürdürülebilirlik bağlamında kuşakların hayat tecrübeleri ve kuşaklar arası farklılıklar tüketim üzerinde etkili olabilmektedir.

Kuşaklararası Tüketim

“Kuşak, jenerasyon veya nesil” psikoloji, sosyoloji, ekonomi, edebiyat ve siyaset bilimi araştırmacıları tarafından farklı yaş gruplarının belirli sosyal kalıpları ve bilinç kalıplarına atıfta bulunmak için yaygın olarak kullanılan sosyal bir terimdir (Laor ve Galily, 2022). Kuşaklar daha fazla olmakla birlikte genel itibarıyla X, Y, Z kuşağı olarak bilinmektedir. Gross (2017)’a göre kuşakların sınıflandırması şöyledir; Sessiz kuşağı gelenekselciler olarak adlandırılarak 1946 yılından önce doğanları, bebek patlaması kuşağını 1946-1964 yılları arasındakileri, X kuşağını 1965-1979 yılları arasındakileri, Y kuşağını ise 1980 sonrasında doğanları sınıflandırmaktadır. Z kuşağı ise pazarlamacılar tarafından 2000 sonrası doğumlular olarak tanımlanır (McCrindle, 2014). Ayrıca Y kuşağı Milenyum kuşağı olarak da bilinmektedir (Dabija ve ark., 2018). Farklı araştırmalarda kuşaklar arası tanımlamalar da farklılık göstermektedir. Bu araştırmada daha önceki çalışmalarda çoğunluğun önerdiği şekilde kuşakların gruplandırması; 1965 ile 1979 arasında doğan bireyler için X Kuşağı, 1980 ile 1994 yılları arasında doğanlar için Y Kuşağı ve 1994 ile 2004 yılları arasında doğanlar için Z Kuşağı şeklinde tanımlanmıştır (Dabija ve ark., 2018; Eyoun ve ark., 2020; Skeiryte ve ark., 2022).

Kuşakların ekonomik ve teknolojik değişimlere göre ayrıştırıldığı ve doğum yılına göre gruplandırılması daha detaylıdır. Bunlar: “En büyük kuşak veya G1 kuşağı, sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı, X, Y, Z kuşağı ve alfa, beta,

gamma ve delta kuşağıdır”. 1946-1964 yıllarında doğan “bebek patlaması” kuşağı tüketicisi, pazarların hızlı ürün satabildiği kuşaktır. Sessiz kuşak ise bebek patlaması kuşağından önce doğan iki dünya savaşı görmüş olmasına rağmen görünmez olmasından dolayı sessiz kuşak olarak adlandırılmaktadır. X kuşağı ise bebek patlaması kuşağının gölgesinde büyüyen kimliksizlik hissiyle büyümüş olmasına rağmen düzen karşıtı tarzı üzerine kuruludur. Y kuşağı ise milenyum kuşağı olup her şeyi hakları olarak görmektedir. Z kuşağı ise her türlü etiketlemelere karşı çıkan ve teknoloji kuşağıdır (Stillman ve Stillman, 2018). 2020’den sonra gelen Alfa kuşağı, tahminlere göre uzun süre eğitim alacak, gelir getiren bir işte çalışması ise yıllar sonra başlayacaktır. Bu yüzden, ebeveynleriyle daha uzun süre yaşayacaklardır. Alfalar, Y kuşağının çocuklarıdır. Daha az çocuğa sahip daha olgun ve çift gelirli ebeveynlerin çocuklarıdır. Bu kuşak, daha hızlı iş ve kariyer değiştiren, banliyölerde değil kentlerde yaşayan bir nesil olacaktır. Alfa kuşağının ardından 2025-2039 yıllarında beta kuşağı gelecektir. Beta kuşağının ise 21. yüzyılın ikinci yarısını görme ihtimali daha yüksektir (McCrindle ve Fell, 2020). Beta kuşağından sonra Yunan alfabesine göre sıralamanın devam ederek gamma ve delta şeklinde adlandırılma beklenmektedir.

Aynı kuşakta yaşayanlar sosyal, ekonomik ve politik değişimlerden aynı oranda etkilenmektedir. Tüketimin tarihsel değişikliklerini bireysel, sosyo-kültürel değerlerle ilişkilendirmek mümkündür. Tüketicisi konumunda olan bireylerin günümüz toplumunda geçmişe göre farklılık göstermesi bireylerin yaşadığı kuşakla ilişkilendirilebilir (Yılmaz ve Güler, 2020). Toplumdaki değişimler her kuşak tarafından farklı algılanmakta, yorumlanmakta ve bu değişimlere uyum sağlanamadığı takdirde çatışmalar meydana gelmektedir. Toplumdaki kuşak çatışması her dönem var olarak yaşlı ve genç nesil arasında yaşanmaktadır. Özellikle, 1960’lardan sonra yaşanan kentleşme, modernleşme, sanayileşme gibi değişim süreçleri kuşak çatışmasının yoğun olarak hissedilmesine neden olmuştur (Subramanian, 2017). İrge ve Karaduman (2018) tarafından yapılan bir araştırmada bilinçli tüketim ile X kuşağı arasında ilişki bulunmaktadır. Buna göre, X kuşağının daha olgun dönemde olması tüketim alışkanlıklarına yansımıştır. Kuşaklar arası farklılıklar çevresel ve iklim değişikliği ile ilgili konularda da ortaya çıkabilmektedir.

Yapılan bir araştırmada, gençlerin sorumluluğu üstlenmek yerine iklim değişikliği sorumluluğunu hükümete yüklemeye eğiliminde olduğunu belirtmiştir (Wu ve ark., 2020). Genç kuşaklara yapılan temel eleştiri, iklim değişikliğinden çok bahsetmeleri ama iklim dostu davranmamalarıdır. Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde kuşaklar arasındaki iklim değişikliği algısı, sorumluluğu ve iklim dostu davranış farklılığını analiz etmek amacıyla yapılan bir araştırmada genç kuşakların iklim değişikliğini çözüme sorumluluğunu iş/endüstriyel sektörlerle ve çevre gruplarıyla önceki kuşaklara göre daha sık yüklemeye eğiliminde olduğu tespit edilmiştir (Skeiryte ve ark., 2022). Aynı araştırmada gençlerin (Z kuşağı) devlete ve iş/endüstriyel sektörlerle sorumluluk yüklemesinin onların atık azaltma davranışı gerçekleştirme olasılığını azalttığı ifade edilmiştir. İklim değişikliğine katkı sağlayan Y ve Z kuşağının çoğunlukla, iklim değişikliğinin son zamanlarda ciddi bir problem olduğunu anladığı ve genç nesillere göre

sorumluluğu üstlendiği, atık ayırmayı daha çok yaptıkları belirlenmiştir (Skeiryte ve ark., 2022).

Literatürde Türkiye’de kuşaklar konusunda çalışmalar olmakla birlikte kuşaklar arasında sade yaşam tarzı farkı konusunu ele alan çalışmaya henüz rastlanmamış olması nedeniyle bu çalışma önemlidir. Bu bakımdan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Bu çalışma kuşaklar arasında gönüllü sade yaşam tarzı bakımından herhangi bir farklılık olup olmadığını ele almaktadır.

Yöntem

Evren, araştırmacının çalışma alanının oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği sonuçları genelleştireceği gruptur (Altunışık ve ark., 2012). Araştırmanın evreni Sivas il merkezinden ikamet eden bireylerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini Sivas il merkezinden belirlenmiş 18 yaş üzerindeki X, Y, Z kuşaklarındaki yaş gruplarını temsil eden bireylerdir. Kuşakların gruplandırması 3 grup olarak ele alınmıştır. Bu gruplar; 1965 ile 1979 arasında doğan bireyler için X Kuşağı, 1980 ile 1994 yılları arasında doğanlar için Y Kuşağı ve 1994 ile 2004 yılları arasında doğanlar için Z Kuşağı şeklinde tanımlanmıştır (Dabija ve ark., 2018; Eyoun ve ark., 2020; Skeiryte ve ark., 2022). Araştırma verileri bu kuşaktan kişilerle yapılan yüz yüze anket uygulanmasından ve sosyal medya araçlarıyla gönderilen link vasıtası ile elde edilmiştir. Çalışmada geçerlik, güvenilirlikleri sınanmış olan Özgül (2010) tarafından kullanılan Gönüllü Sade Yaşam Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada 21 adet gönüllü sade yaşam tarzı ifadesi ve 6 adet sosyo-demografik sorular kullanılmıştır (Çizelge 1).

Çalışmada uygun test seçim prosedürü gereği öncelikli olarak değişkenlerin normal dağılıp dağılmadığı

Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilmiştir. Yapılan test sonucunda değişkenlerin normal dağılmadığı belirlenmiştir. Normal dağılım sonucuna göre iki grup (medeni durum, cinsiyet ve gönüllü sade yaşam) arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için non parametrik testlerden biri olan Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Normal dağılım göstermeyen gruplarda üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılığını test etmek için yani kuşaklar ile gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Grubun toplam ortalama sıra değerlerine (TOSD) ve anlamlılık durumlarına göre sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi’nden etik kurul onayı alınmıştır. Veriler katılımcılardan 2021 ve 2022 yıllarında elde edilerek GNU PSPP 1.6.2 paket programı ile analiz edilmiştir. GNU PSPP verilerin istatistiksel analizinde kullanılan ücretsiz bir paket programdır. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğine bakıldığında gönüllü sade yaşam ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısının (0,858) çok yüksek derecede güvenilir olduğu görülmüştür. Araştırma temel olarak gönüllü sade yaşam tarzı ile kuşaklar arası farkın araştırmasını kapsamakla birlikte cinsiyet ve medeni durumda araştırmaya dahil edilerek belirlenen istatistiksel hipotezler şunlardır:

H1: Kuşaklara göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H2: Cinsiyete göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı farklılık yoktur.

H3: Medeni duruma göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında farklılık yoktur.

Çizelge 1. Araştırmada Kullanılan Ölçek İfadeleri
Table 1. Scale Items Used in the Study

İfadeler
1. “Sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışırım”
2. “Alışverişe liste yaparak çıkarım ve listemde olmayan ürünleri satın almam”
3. “Alışveriş yaparken, bir ürünün benim için gerçekten gerekli olup olmadığına bakar, ona göre karar veririm”
4. “Maddi zenginlikten, daha çok zihinsel gelişim ve başarıya önem veririm”
5. “Param olsa bile, plansız alışverişler yapmak benim ilkelerimle uyuşmaz”
6. “Rahat bir yaşam benim için en önemli olan şeydir”
7. “Seyahate çıktığım zamanlar hariç, boş zamanlarımı çok fazla para harcamadan geçiririm”
8. “Maddi zenginlik benim için çok önemlidir”
9. “Karmaşık, çok fonksiyonlu ürünlerdense, sade ve işimi gören ürünleri tercih ederim”
10. “Kolaylığı ve rahatlığı sunan ürünler insanları şmartıyor”
11. “Bir ürünü olabildiğince uzun süre kullanmayı tercih ederim”
12. “Gelir harcama dengesi açısından, insanın kendine yetebilmesi istenilen bir durumdur”
13. “Gelecekte, kendime yetebileceğim bir yaşam sürmek isterim”
14. “Satın aldığım ürünleri mümkün oldukça uzun süreli kullanmaya çalışırım”
15. “Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almam”
16. “Alışveriş yaparken, uzun süre sıkılmaksızın kullanabileceğim ürünleri satın almaya çalışırım”
17. “Satın aldığım şeyleri etrafımda görünce, kendimi mutlu hissederim”
18. “Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsam da, satın almak isterim”
19. “Ucuz ve yeni şeyleri sık aralıklarla satın almaktansa, pahalı olsa dahi, uzun süre kullanabileceğim ürünleri satın almayı tercih ederim”
20. “Gösterişli olmaktansa, sade bir hayat sürmeyi tercih ederim”
21. “Sade hayat tarzına inanırım; sadece ihtiyacım olanı satın alır ve tüketirim”

Çizelge 2. Sosyo- Demografik Bulgular

Table 2. Socio-Demographic Findings

	N	%		N	%
Kuşaklar			Meslek		
Z Kuşağı	163	39,3	Memur	157	37,8
Y Kuşağı	143	34,5	İşçi	54	13
X Kuşağı	109	26,3	Esnaf	20	4,8
Cinsiyet			Serbest Meslek	26	6,3
Kadın	268	64,6	Öğrenci	85	20,5
Erkek	147	35,4	Çalışmayan	73	17,6
Medeni Durum			Gelir Türk Lirası (₺)		
Evli	206	49,6	Asgari ücretin Altında	24	5,8
Bekar	209	50,4	Asgari Ücret -4500 ₺	72	17,3
Eğitim			4501- 6000 ₺	74	17,8
İlköğretim	13	3,1	6001- 7500 ₺	62	14,9
Lise	85	20,5	7501- 9000 ₺	68	16,4
Ön lisans	78	18,8	9001+ ₺	115	27,7
Lisans	174	41,9	Toplam	414	100
Lisansüstü	65	15,7			

Bulgular ve Tartışma

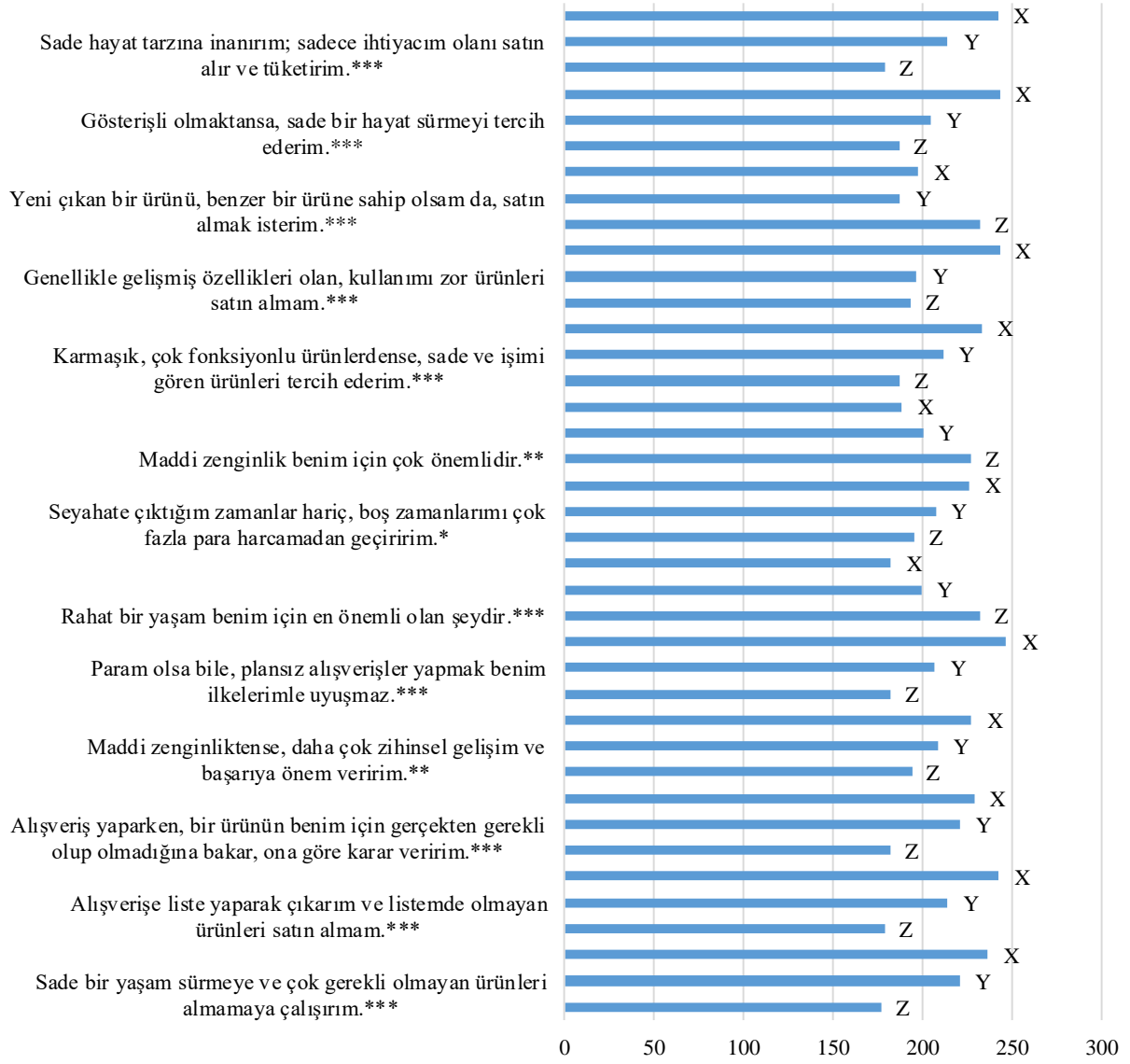
Yapılan bu çalışmada 2023 yılı itibarıyla 18-29 yaş grubu Z kuşağı olarak; 30-49 yaş grubu Y kuşağı olarak; 50 yaş üstü katılımcılar ise X kuşağı olarak gruplandırılmıştır. Tabloda Z kuşağından katılımcılar çalışmanın %39,3'ünü, Y kuşağından katılımcılar %34,5'ini, X kuşağından katılımcılar ise %26,3'ünün oluşturmaktadır. Araştırmaya Z kuşağına katılımı daha fazladır. Bunun nedeni bu yaş grubuna ulaşılabilirliğin ve ankete katılım istekliliğinin daha yüksek olmasıdır. Ankete katılım oranı ise en düşük kuşak X kuşağıdır. Bu durumun sebebi ise Z kuşağına tersine, bu yaş grubuna ulaşılabilirliğin ve ankete katılım istediğinin daha düşük olmasıdır. Cinsiyetlere ilişkin verilere incelendiğinde katılımcıların %64,6'sı kadınsa, %35,4'ü erkektir. Yapılan çalışmaya kadın katılımcılar daha fazla ilgi göstermişlerdir. Medeni duruma bakıldığında, katılımcıların %49,6'sı evli iken, %50,4'ünün bekar olduğu görülmektedir (Çizelge 2). Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların %3,1'inin ilköğretim, %20,5'inin lise, %18,8'inin ön lisans, %41,9'unun lisans ve %15,7'sinin ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Meslek durumuna bakıldığında, %37,8'inin Memur, %13,0'ının İşçi, %4,8'inin Esnaf, %6,3'ünün serbest meslek, %20,5'inin öğrenci olduğu ve %17,6'sının ise çalışmadığı görülmektedir. Aylık gelire bakıldığında katılımcıların %5,8'inin asgari ücret altı, %17,3'ünün Asgari ücret ile 4500₺ arasında, %17,8'inin 4501 ile 6000 arasında, %14,9'unun 6001₺ ile 7500₺ arasında, %16,4'ünün 7501₺ ile 9000₺ arasında, %27,7'sinin ise 9001₺ üstünde gelire sahip olduğu görülmektedir (Çizelge 2).

Grafik 1'de gönüllü sade yaşam tarzının kuşaklar arasındaki farkının anlamlı olup olmadığı Kruskal Wallis H testi ile test edilmiştir. Kruskal Wallis H testi sonuçları anlamlı çıkan 21 ifadeden 13 tanesinde ifadelerin sıra ortalaması değeri yorumlanarak anlamsız çıkan ifadeler grafikte yer verilmemiştir. Elde edilen bulgulara göre; kuşaklar ile gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki farka bakıldığında test sonuçlarına göre çoğu ifadelere anlamlı

bir fark olduğu tespit edilmiştir. Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre "Kuşaklara göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı bir farklılık yoktur." Hipotezi reddedilerek alternatif hipotez olan "Kuşaklara göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bulgularda toplam ortalama sıra değeri farkı en fazla X ve Z kuşağı arasındadır. Toplam ortalama sıra değeri çoğunlukla en yüksek olan kuşak X kuşağı ardından Y kuşağı sonra da Z kuşağı gelmektedir (Grafik 1).

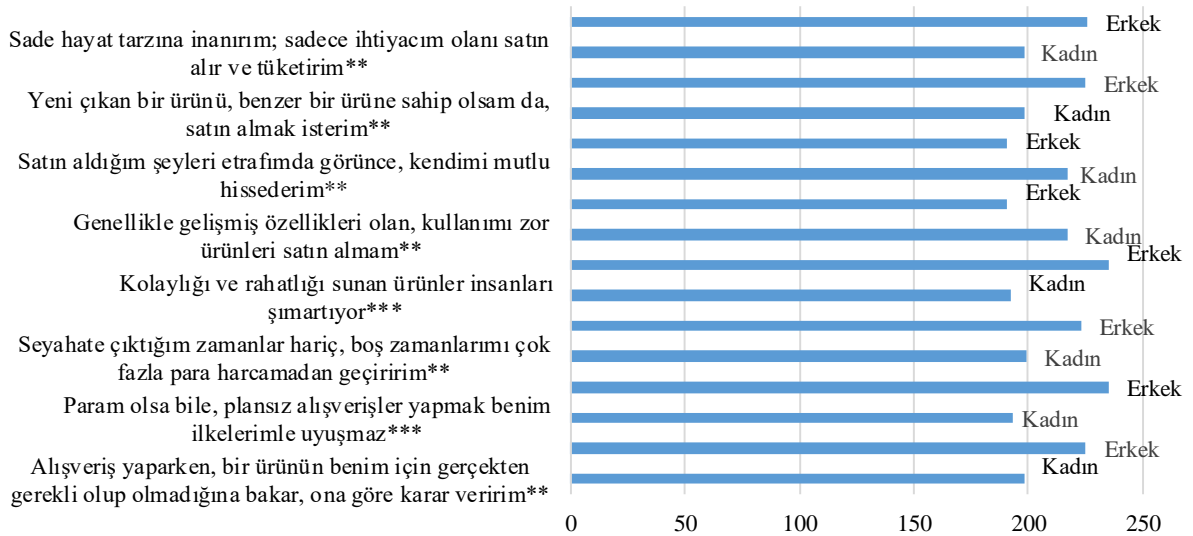
Yapılan Kruskal Wallis H test sonuçlarına göre; X kuşağı alışverişe liste yaparak çıktığını ve listesinde olmayan ürünleri satın almamaya çalıştığını belirten ifadeye katılmaktadır. X kuşağı alışveriş yaparken, bir ürünün kendisi için gerçekten gerekli olup olmadığına bakarak karar verdiğini ifade etmektedir. Param olsa bile, plansız alışverişler yapmak ilkelerimle uyumsuz ifadesine katılanların çoğunluğunun X kuşağı olduğu görülmektedir. Karmaşık, çok fonksiyonlu ürünlerin yerine sade ve işini gören ürünleri tercih edeceğini belirten kuşağın başında X kuşağı gelmektedir. Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almayacağını ifade eden kuşak yine X kuşağıdır. Gösterişli olmaktansa, sade bir hayat sürmeyi tercih ettiğini belirten kuşak da X kuşağıdır. Sade hayat tarzına inandığını; sadece ihtiyacı olanı satın alıp tükettiğini belirten katılımcılar X kuşağındandır. Elde edilen bu bulgular İrge ve Karaduman tarafından yapılan çalışmayı destekleyici niteliktedir (İrge ve Karaduman, 2018).

Nesillerin konfor alanının dışına çıkmaması, zorlukla karşılaştığında üstesinden gelmekte zorlanacağını göstermektedir. Özellikle Z kuşağı açısından rahatlık oldukça tercih edilen bir durumdur. Araştırma sonucuna göre genellikle rahat bir yaşamın en önemli olan şey olduğunu düşünen katılımcılar Z kuşağındandır. Maddi zenginliğin çok önemli olduğunu belirten kuşak yine Z kuşağıdır. Ardından Y kuşağı ve sonra X kuşağı buna önem vermektedir.



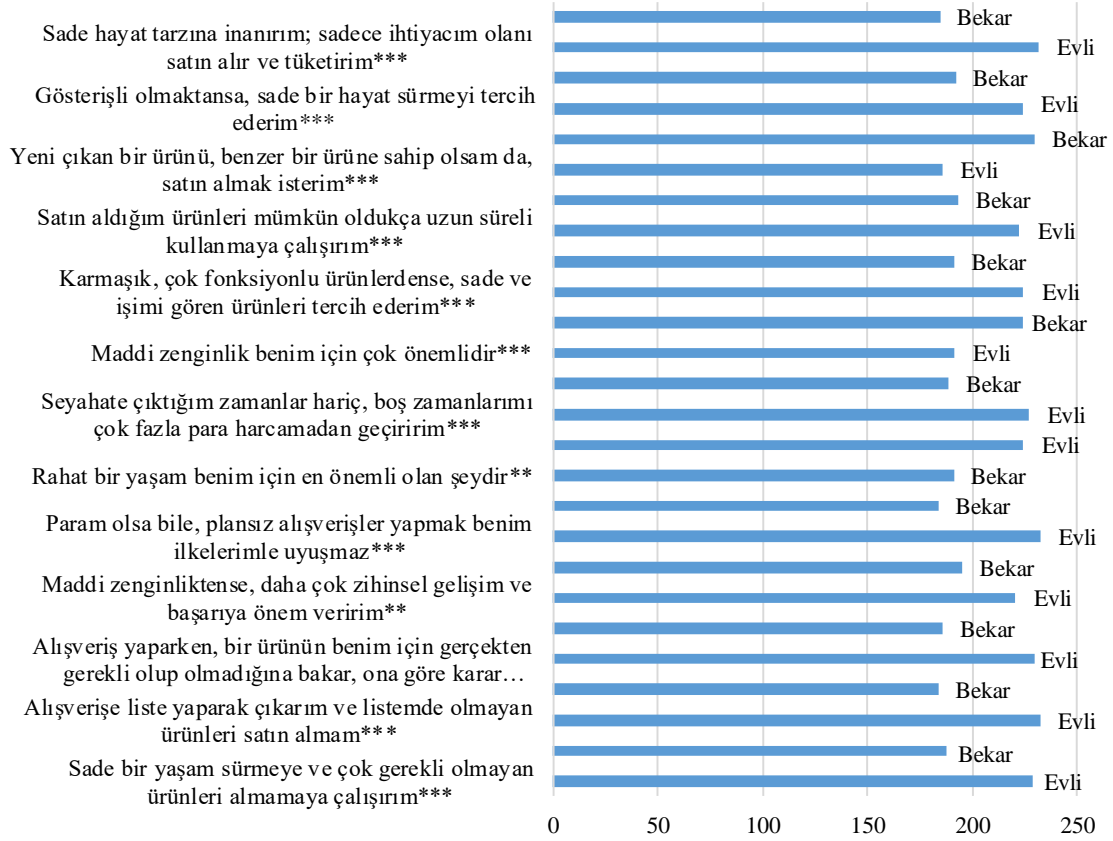
Grafik 1. Kuşaklara Göre Gönüllü Sade Yaşam Tarzı; Kruskal Wallis H Testi Sonuçları
Chart 1. Voluntary Simple Lifestyle by Generations; Kruskal Wallis H Test Results

Not: *** P<0.01; **P<0.05; *P<0.1; Z kuşağı TOSD: 196,38; Y Kuşağı TOSD: 207,27; X Kuşağı TOSD: 226,32



Grafik 2. Cinsiyetlere Göre Gönüllü Sade Yaşam Tarzı; Mann-Whitney U Test Sonuçları
Chart 2. Voluntary Simple Lifestyle by Gender; Mann-Whitney U Test Results

*** P<0,01 ** P<0,05; Kadınların TOSD: 205,02; Erkeklerin TOSD: 213,43



Grafik 3. Medeni Duruma Göre Gönüllü Sade Yaşam Tarzı; Mann-Whitney U Test Sonuçları
Chart 3. Voluntary Simple Lifestyle by Marital Status; Mann-Whitney U Test Results

*** P<0,01 ** P<0,05; Evlilerin TOSD :217,95 ; Bekarların TOSD: 197,37

Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsam da satın almak isterim diyen kuşak Z kuşağıdır. Buna en az katılan ise Y kuşağıdır. Yeni ürün satın almada Y kuşağının aynı ürünü daha az satın almak istememesi dikkat çekmektedir. Buna göre Z kuşağı maddiyata daha fazla önem vererek yeni ürün satın almayı sevdiği görülmektedir. Baydaş ve ark. yaptığı çalışmada (2021) Z kuşağındaki bireylerin diğer kuşaklar olan X ve Y kuşaklarına göre daha çok tüketim eğiliminde olduğu görülmüştür.

Y kuşağı internetle büyüdüğü için internet yemek, uyku onlar için önemlidir. X kuşağına kıyasla Y kuşağı sosyal medya aracılığıyla paylaşılan bilgiyle daha ilgilidir (Dabija ve ark., 2018). Y kuşağı X kuşağına göre interneti önemli bir tüketim aracı olarak görmekte olduğu söylenebilir. Yapılan başka bir çalışmada Y kuşağı önemli bir tüketici olarak görülmektedir. Özellikle çevreci ürünler kapsamında satın alma gücü ve sahip olduğu etki nedeniyle Y kuşağı önemlidir (Jang ve ark., 2011). Baydaş ve ark. (2021) yapmış olduğu çalışmada gönüllü sade yaşam ile X, Y ve Z kuşakları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür (P<0,05). Planlı alışveriş yapma konusunda da X ile Z ve Y ile Z kuşakları arasında anlamlı farklılık görülmüştür.

Grafik 2’de gönüllü sade yaşam tarzı ifadeleri ile cinsiyet arasındaki farkı verilmiştir. Mann-Whitney U Test sonuçlarına göre 21 ifadeden 8 tanesinde kuşaklara göre anlamlı fark bulunmuştur. “Cinsiyete göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı farklılık yoktur.” İstatistiksel hipotezi reddedilerek yerine “Cinsiyete göre gönüllü sade

yaşam tarzı arasında anlamlı farklılık vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre alışveriş yaparken, bir ürünün gerçekten gerekli olup olmadığına bakarak karar verenler erkeklerdir. Parası olsa bile, plansız alışverişler yapmanın ilkeleriyle uyummadığını söyleyenler çoğunlukla erkeklerdir. Seyahate çıktığı zamanlar hariç, çok fazla para harcamadan boş zamanlarını geçiren erkekler kadınlardan fazladır. Kolaylığı ve rahatlığı sunan ürünlerin insanları şımarttığını belirtenler çoğunlukla erkeklerdir. Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almayan kadınların oranı erkeklere göre fazladır. Kadınlar genellikle karmaşık ürünler satın almak yerine basit ve kullanışlı ürünler satın almaktadırlar. Araştırma sonuçlarına göre, satın aldığı şeyleri etrafında görünce, kendisini mutlu hissedenenler çoğunlukla kadınlardır. Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsa da satın almak isteyenler erkeklerdir. Bu durum, kadınların benzer ürünleri satın almaya eğilimli olmadığını göstermektedir. Sade hayat tarzına inanan; sadece ihtiyacı olanı satın alarak tükettiğini belirten erkeklerin oranı kadınlara göre daha yüksektir. Bu çalışmada ise cinsiyet ile gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Kadınların erkeklere göre daha tüketim odaklı olduğu erkeklerin ise gönüllü sade yaşam tarzını kadınlara göre daha çok benimsediği açığa çıkmaktadır (Grafik 3).

Medeni durumlar bakımından, evliler bekarlara oranla fazla gönüllü sade yaşamı benimsemektedir. Araştırmada kullanılan ifadelerin 13’ünün sonuçlarına göre; medeni durum ile gönüllü sade yaşam tarzı arasında anlamlı bir

fark olduğu tespit edilmiştir. Buna göre “Medeni duruma göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında farklılık yoktur.” Hipotezi reddedilerek yerine alternatif hipotez olan “Medeni duruma göre gönüllü sade yaşam tarzı arasında farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir (Grafik 3).

Araştırma sonuçlarına göre, sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışanların çoğunlukla evliler olduğu görülmüştür. Alışverişe liste yaparak çıkanların, listesinde olmayan ürünleri satın almayanların, maddi zenginlikten daha çok zihinsel gelişime ve başarıya önem verenlerin çoğunluğunu evliler oluşturmaktadır. Parası olsa bile, plansız alışveriş yapmayı tercih etmeyen, seyahate çıkılan zamanlar hariç, boş zamanları çok fazla para harcamadan geçiren, karmaşık ve çok fonksiyonlu ürünlerin yerine sade ve işini gören ürünleri tercih edenler evlilerdir. Ayrıca satın alınan ürünleri mümkün oldukça uzun süreli kullanmaya çalışanlar ve sade hayat tarzına inanarak; sadece ihtiyacı olanı satın alıp tüketenler yine evlilerdir (Grafik 3).

Evliler bekarlara oranla maddi zenginliğe çok önem vermemekte ve gönüllü sade yaşama daha çok inanmaktadır. Ayrıca evliler plansız harcamalar yapmayı tercih etmeyerek para harcamaktan kaçınmaktadırlar. Bu durum, evlilerin çocuklarla ilgili ve gündelik hayatın pratiklerinden kaynaklı harcamaların olacağından dolayı tutumlu yaşamayı tercih ettiğini göstermektedir. Bekarlar evlilere göre daha çok rahat yaşama ve maddi zenginliğe önem vermektedir. Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsa da satın almak isteyenler bekarlardır. Tüm bu sonuçlara göre bekarların evlilerin tersine minimalist ve gönüllü sade yaşamı daha az tercih ettiği söylenebilir (Grafik 3).

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Türkiye’de yaşayan tüketicilerin X, Y ve Z kuşaklarındaki sade yaşam tarzı farklılıkları ele alınmıştır. Yapılan bu araştırma kuşaklara, yaş ve cinsiyete göre gönüllü sade yaşam tarzının araştırılması açısından literatüre katkı sağlamaktadır. Gönüllü sade yaşamı kuşaklar arası farklılıklara göre ele alan çalışmaya henüz rastlanmamış olması bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu araştırma sonucunda kuşaklara, medeni duruma ve cinsiyete göre gönüllü sade yaşam tarzının farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kuşaklar arasındaki gönüllü sade yaşam tarzına yönelik farklı tutumların kuşak çatışmasının altındaki neden olduğu değerlendirilmiştir. Bulgularda X kuşağının gösterişten kaçınarak gönüllü sadeliği benimsediği Z kuşağının ise nisbi olarak gösterişi benimsediği ve gönüllü sadeliği sevmeyen kuşak X; en az benimseyen Z kuşağıdır. Z kuşağı sade hayata daha az inanmakta ve ihtiyacının olmadığı ürünü satın almaktadır. TÜİK verilerine göre, araştırmanın yapıldığı Sivas ilinde kişi başına gayrisafi yurt içi hasıla oranı en yaşlı Z kuşağının 27 yaşında olduğu yıla göre, 2021 yılında 2004 yılına göre cari fiyatlarla, 10,80 kat artmış olmasına karşın aynı yıllarda Türkiye’nin kişi başına gayrisafi yurt içi hasıla oranı 9,99 kat artmıştır (TÜİK 2023). Z kuşağının gelişme döneminde Türkiye’de sosyal ve ekonomik olarak bir refah olduğu kişi başı milli gelirin arttığı bu nedenle rahat bir yaşam sürdürdüğü söylenebilir.

Cinsiyetlere göre sade yaşam tarzı farklılıklarına bakıldığında, erkeklerin kadınlara göre gönüllü sade yaşama inanmakta ve ihtiyacı olan şeyleri satın alarak tüketmektedir. Kadımlar da erkeklere göre satın almaktan ve tüketimden daha çok mutludur. Buna göre kadımların daha çok tüketim odaklıdır. Gönüllü sade yaşam tarzının erkeklerin kadınlara göre daha çok benimsediği görülmektedir. Medeni duruma göre sade yaşam tarzı farklılıklarına bakıldığında evliler bekarlara göre daha tutumlu, sade ve ihtiyacı doğrultusunda harcama yapmakta; böylece gönüllü sade yaşam tarzını bekarlara göre daha çok benimsediği ortaya çıkmıştır. Bekarlar ise evlilerin aksine gönüllü sade yaşam tutumunu benimsememektedir. Bu durum doğal olarak kuşak bakımından Z kuşağına yakın olan bekarların evlilere oranda daha fazla tüketim odaklı olduğunu göstermektedir. Evlilerin ise bekarlara göre daha gerçekçi ve gönüllü olarak sade yaşadığı tespit edilmiştir.

Genel tüketim alışkanlıkları ister temel ihtiyaçlar olsun ister lüks tüketim araçları olsun son zamanlarda minimal ve gönüllü sade yaşam tarzına yönelik bir akım söz konusudur. Fakat, yapılan çalışmada her kuşağın gönüllü sade yaşama tarzı farklılık arz etmektedir. Kuşaklar arasında var olduğu tespit edilen gönüllü sade yaşama yönelik bu farklılıkların kuşak çatışmasının sebebi olduğu söylenebilir. Burada kuşakları ebeveynlerinden ayrı değerlendirmek eksik bir değerlendirme olacaktır. Walther ve Sandlin (2011), aileler sade yaşam tutumlarını ve pratiklerini diğer kuşaklara aktardığını ifade etmektedir. Ebeveynler, çocuklarına aktardığı gönüllü sade yaşam tutumunu yine ebeveynlerinden öğrenmektedir. Bu bakımdan kendileri gönüllü sade yaşam tarzlarına sahip olmayan ailelerin bunları çocuklarından beklemesi de anlamsız olacaktır. Kuşakların birbirlerini suçlamaları, sorumlulukları diğer kuşak üzerine atması yerine sorumluluğu üstlenmesi ve sorunu kabul etmesi çözüm için önemlidir.

Iwata (2006)’da çevresel eğitimde gönüllü sade yaşamı teşvik etmenin önemine ve bu yaşam tarzını geliştirmenin gerekli olduğuna vurgu yapmaktadır. Bu bakımdan yeni kuşakların sürdürülebilir tarım, çevre ve gıda arz güvenliği için gönüllü sade yaşam tutum ve davranışlarının (öncelikle rol model olma ve eğitim aracılığıyla) geliştirilmesi önemlidir. Aşırı tüketim ve israf kültürü çevre ve doğal kaynaklar üzerinde doğrudan ve dolaylı bir şekilde baskı oluşturmaktadır. Tarım alanlarının azalması, gıda fiyatlarının artması; çevresel kirliliklerin, sel baskınlarının, kuraklığın, kırsal göçlerin ve işsizlik gibi pek çok sorunun meydana gelmesi aşırı tüketim nedeniyedir. Bu bakımdan ilk yapılması gereken strateji her sektörden israfın azaltılması, lüks ve konfor yerine sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarının geliştirilmesi olmalıdır.

Mevcut ekonomi politikalarında sosyal ve çevresel öncelik yerine ekonomik önceliğe yer verilmesi nedeniyle çevresel sorunların önümüzdeki yıllarda da artarak devam edeceği ve belirli bir süre sonra bu zarardan dönülmeye çalışılacağı tahmin edilmektedir. Üretim, tüketim ve ekonomi politikaları her yüzyılda farklı şekilde eleştirilmiş ve geliştirilmiştir. Günümüzde de dünyanın çevre ve doğal kaynaklarla uyumlu ekonomik, çevresel ve sosyal politikaların uygulanmasına acil ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynaklar

- Altunışık R, Recai C. ve Yıldırım, E. 2012. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Babaoğlu, M, Buğday, E. B. 2012. Gösteriş Tüketimine Karşı Gönüllü Sadelik, (Tüketici Yazıları İç. Editör: Prof. Dr. Müberra Babaoğlu, Prof. Dr. Arzu ŞENER, Uzm. Esna Betül Buğday), Hacettepe Üniversitesi Yayınları: Ankara
- Baydaş, A., Sezer, A. ve Kanoğlu, MF. 2021. Hedonik Tüketimin Etkilerinin Araştırılması Tüketici Satın Alma Davranışı Kapsamında Gönüllü Sadelik Yaşam Tarzına İlişkin Nedenler Nesiller X, Y, Z . Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırmalar Dergisi, 11(4), 451-474
- Black, I. R, Cherrier, H. 2010. Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: Daily practices, contextual motivations and subjective values, Journal of Consumer Behaviour J. Consumer Behav. 9: 437-453
- Bookchin, M. 2019. Özgürlüğün Ekolojisi, Hiyerarşinin Ortaya Çıkışı, Sümer Yayıncılık: İstanbul
- Chang, H.H. 2021. Exploring consumer behavioral predispositions toward voluntary simplicity, Current Psychology, 40:731-743
- Dabija, D.-C., et al. 2018. "Generation X versus Millennials communication behaviour on social media when purchasing food versus tourist services." E+M Ekonomie a Management 21: 191-205.
- Duran, V, Ekici, G. 2021 Sürdürülebilir Çevre (Sürdürülebilir Kalkınma iç. Editör: Nurettin Özgen, Mustafa Kahyaoglu) Pegem Akademi: Ankara
- Durmuş, H. 2022. Aşırı Tüketim ve İsraf; Çözüm Olarak Orta Yollu Tüketim, International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 2022/3, 272-298
- Druicã, E, Vãlsan, C, Puiu, A.-I. 2022. Voluntary Simplicity and Green Buying Behavior: An Extended Framework. Energies, 15, 1889. <https://doi.org/10.3390/en15051889>
- Guillen-Royo, M. 2019. Sustainable consumption and wellbeing: Does on-line shopping matter? Journal of Cleaner Production 229, 1112- 1124
- Hayta, A. B. 2012. Ekonomik Krizin Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri (Tüketici Yazıları İç. Editör: Prof. Dr. Müberra BABAOĞUL, Prof. Dr. Arzu ŞENER, Uzm. Esna Betül BUĞDAY), Hacettepe Üniversitesi Yayınları: Ankara
- Hüttela, A, Balderjahna, I, Hoffmann, S. 2020. Welfare Beyond Consumption: The Benefits of Having Less, Ecological Economics 176-106719
- Iwata,O. 2006. An Evaluation of Consumerism and Lifestyle As Correlates of A Voluntary Simplicity Lifestyle, Social Behavior and Personality, 34(5), 557-568
- İrge, N.T, Karaduman, İ. 2018. X ve Y kuşaklarında Gönüllü Sadelik Algısının Tüketici Karar Tarzlarına Etkisi, İşletme Araştırmaları Dergisi Journal of Business Research---Turk 10/3, 120-143
- Jang,Y.J.,et al, 2011. Generation Y consumers' selection attributes and behavioral intentions concerning green restaurants, Int.J.Hospitality Manage, doi:10.1016/j.ijhm.2010.12.012
- Kang, J, Martinez, C. M. J, Johnson, C. 2021. Minimalism as a sustainable lifestyle: Its behavioral representations and contributions to emotional well-being, Sustainable Production and Consumption 27,802-813
- Laor, T, Galily, Y. 2022. Who'S clicking on on-demand? media consumption patterns of generations Y ve Z, Technology in Society, 70, 102016. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102016>
- Lloyd, Kasey, Pennington, William, Towards a Theory of Minimalism and Wellbeing, 2020, International Journal of Applied Positive Psychology, 5:121-136
- Matthias, F., et al. 2010. "Towards Life Cycle Sustainability Assessment." Sustainability, 2, 3309-3322; doi:10.3390/su2103309
- McCordle, M. 2014. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations, McCordle Research Pty Ltd: AUST.RALIA
- McCordle, M. and A. Fell. 2020. Understanding Generation Alpha. McCordle Research Pty Ltd: AUST.RALIA
- Meissner, M. 2019. Against accumulation: lifestyle minimalism, de-growth and the present post-ecological condition, Journal of Cultural Economy, 12:3, 185-200, DOI: 10.1080/17530350.2019.1570962
- Özgül, E. 2010. Tüketicilerin Değer Yapılar, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerine Etkileri, H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 28, Sayı 2, s. 117-150
- Singh, P. B., Kamal, K. Pandey. 2012. Green Marketing: Policies and Practices For Sustainable Development, Integral Review- A Journal of Management, Volume 5, No. 1, June-2012,pp 22-30
- Subramanian, K.R. 2017. The Generation Gap and Employee Relationship, International Journal of Engineering and Management Research, 7: 6, 59-67.
- Skeiryte, A, Krikstolaitis, R, Liobikienė, G. 2022. The differences of climate change perception, responsibility and climate-friendly behavior among generations and the main determinants of youth's climate-friendly actions in the EU, Journal of Environmental Management, 323, 116277. <https://doi.org/10.1016/J.JENVMAN.2022.116277>
- Stillman, D., Stillman J. 2019. İşte Z kuşağı Genç Kuşak İş Yerini Nasıl Dönüştürüyor? (çev. Duygu Pınar Kayıhan, Ferhat Erduran) İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları: İstanbul
- Taş, S. 2020. Tüketim Karşısı Yaşam Tarzları: Freeganizm, Gönüllü Sadelik ve Minimalizm, Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi, Sayı/Issue: 6, Sayfa/Page:38-64
- TUİK 2023. İstatistik Veri Portalı, İl Bazında Kişi Başına Gayrisafi Yurt İçi Hasıla, 2004-2021, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ulusal-Hesaplar-113> (Erişim 20.03.2023).
- Veblen, T. B. 2005. Aylak Sınıfın Teorisi (çev. Zeynep Gültekin, Cumhuriyet Atay), Babil Yayınevi: İstanbul
- Walther, C. S, Sandlin, J. A. 2011. Green capital and social reproduction within families practising voluntary simplicity in the US, International Journal of Consumer Studiesijcs_1050 1..10
- Wu, J, Snell, G, Samji, H. 2020. Climate anxiety in young people: a call to action. The Lancet Planetary Health, 4(10), e435-e436. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30223-0](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30223-0)
- Yılmaz, B, Güler, Ç. 2020 Değerler ve Tüketim Değerleri (Tüketici Davranışları iç. Editör: Mehmet Akif Çakırer, Sezen Bozyiğit) Nobel Yayınları: Ankara