

**DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN NOSTALJİ EĞİLİMİNİ
BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**RESEARCH TO DETERMINE THE NOSTALGIA PRONENESS IN TERMS
OF DEMOGRAPHIC VARIABLES**

Şeniz ÖZHAN¹ Nevin ALTUĞ²

Geliş Tarihi: 07.02.2017 *Kabul Tarihi: 24.05.2017*
(Received) *(Accepted)*

ÖZ: Bu çalışma, Trakya Bölgesi İl Merkezlerindeki katılımcıların nostalji eğilimlerinin bazı demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve kişisel gelir) açısından farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nostalji eğilimi kavramı incelenerek, Trakya Bölgesi'nin Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli il merkezlerindeki katılımcılara yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Trakya Bölgesi İl Merkezlerindeki 20 yaş ve üzeri 1392 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılar kişisel bilgi formu ve Southampton Nostalji Eğilimi Ölçeğini içeren bir anketi doldürmüşlerdir. Verilerin analizinde, demografik özelliklere ait bulgular, faktör analizi, Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testlerinden yararlanılmıştır. Bu testler sonucunda, katılımcıların nostalji eğilimlerinin yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir durumuna göre farklılaştığı; buna karşılık, cinsiyet kriterine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Sonuç olarak, araştırmanın sınırlılıkları ifade edilmiş ve gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Nostalji, Nostalji Eğilimi, Demografik Değişkenler, Trakya Bölgesi

ABSTRACT: This study have been prepared in order to determine whether nostalgia proneness of participants in Thrace Region Province Centruns differs in terms of some demographic variables (age, sex, marital status, educational level and personal income). For this purpose, the concept of nostalgia proneness has been examined and a survey has been conducted for the participants in Tekirdag, Edirne and Kırklareli Provinces Centruns of Thrace region. Working group of the study included 1392 participants who aged 20 and over in the Thrace Provinces Centruns. Participants filled in questionnaire containing the personal information form and Southampton Nostalgia Proneness Scale. The findings about the demographic characteristics of the participants, factor analysis, Kruskal-Wallis and Mann-Whitney U tests has been used to analyze the data. As a result of these tests, it has been found out that nostalgia proneness of participants varies with age, marital status, the level of education and income; in contrast, not vary with gender. As a result, it expressed the limitations of the research and gived suggestions for future studies.

Keywords: Nostalgia, Nostalgia Proneness, Demographic Variables, Thrace Region

¹ Öğr. Gör. Dr., Namık Kemal Üniversitesi Çorlu Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Programı, serdem@nku.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, naltug2002@yahoo.com

GİRİŞ

Nostalji terimi ilk kez kendi ana ülkelerinden uzakta savaşan İsviçreli paralı askerler arasında oldukça yaygın olan aşırı vatan özlemi durumunu tanımlamak için 1688 yılında Johannes Hofer tarafından tıp alanında yazılan bir tezde türetilmiştir (Reisenwitz, 2001: 12). İnsanlık halinin temel bir yönü olarak, nostalji olgusu ardından tarih, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, çevresel psikoloji ve sosyal bilimler gibi birçok disiplinin dikkatini çekmiştir (Holbrook, 1993). Pazarlama açısından bakıldığında, nostalji tüketicilerin deneyimleriyle tetiklenen, onların bugünkü ürün/hizmet seçimlerini etkileyen kişisel duygudur (Hwang ve Hyun, 2013: 251).

Nostalji pazarlamada sık kullanılan ve çok başarılı görülen bir temadır. Çeşitli mal ve hizmetler için tüketicilerin satın alımlarını etkilediği gösterilmiştir. Bireyin nostaljik duygu yaşama eğilimi olan nostalji eğiliminin ölçümü, araştırmacıların duygusalığa dayanan tüketici pazar bölümlerini daha iyi tanımlamalarına izin verecektir (Holak, Havlena ve Matveev, 2006: 195). Buna karşın, literatürde nostalji eğiliminin tüketici davranışları üzerindeki etkisine yönelik sınırlı sayıda çalışma yürütülmüştür. Bu çalışma da, demografik özelliklere göre kişilerin nostalji eğiliminin farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye çalışması açısından önem arz etmektedir. Buna göre araştırmada katılımcıların demografik özellikleri ile nostalji eğilimleri arasında bir farklılık var mıdır? sorusu yanıtlanmak istenmektedir. Bu araştırmanın bir parçası olarak da, Trakya Bölgesi'ndeki katılımcıların nostalji eğilimleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır. Çalışmada öncelikle araştırmanın teorik çerçevesi ve hipotezler sunulmuştur. İkinci adımda, araştırma metodolojisi üzerinde durulmuştur. Üçüncü adımda ise, 1392 katılımcıdan oluşan bir örneklem üzerinde gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Son olarak da, araştırmanın katkıları ve sınırlamalarının altı çizilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Nostalji Kavramı

Kökeni on yedinci yüzyılın ortalarına kadar dayanmasına rağmen, pazarlama alanında nostaljinin kullanımının hala yeni olduğunu söylemek mümkündür. Yunanca geçmişe dönüş anlamına gelen nostos ve özlem, arzu ya da keder anlamına gelen algos terimlerinden türetilen nostalji terimi; geçmiş anılara duygusal özlemi çağrıştırmaktadır (Hwang ve Hyun, 2013: 251). Tarihsel olarak öncelikle, tıp ve psikanalitik literatürde araştırılmış ve psikolojik sıkıntı ve melankolinin bir işareti olmakla ilişkili bulunmuştur (Sarabi, 2012: 22). Psikiyatrik çerçevede, nostalji bir geçmiş özleminden çok, idealleştirilmiş yani psikanalizde bir ekran belleği olarak adlandırılan, geçmişin ayıklanmış izine özlem olarak kabul edilmiştir. Bu anlamda nostalji; geçmişin gerçek bir rekreasyonu değil, birçok farklı anının bileşimidir ve bu süreçte tüm olumsuz duygular filtrelenmektedir

(Hirsch, 1992: 390). Tüketici davranışları literatüründe ise, nostalji patolojik bir bozukluk olmaktan çok, mal ve deneyimlerin tüketim tercihinin bir parçası olarak görülmektedir (Goulding, 2001: 567). Tablo 1’de, Beşeri ve Sosyal bilimlerde nostaljinin farklı yorumları gösterilmiştir.

Tablo 1. *Beşeri ve sosyal bilimlerde nostaljinin nedenleri ve anlamının yorumlanmasının sentezi*

Disiplin	Anahtar Kelime	Nostaljinin Nedenlerinin Yorumu
Tıp	Mekansal uzaklık	Nostalji memleket özleminin ifadesidir.
Psikoanaliz	Anneye bağlılık/narsistik yaralanma/hasar	Nostalji anneye bağlılığın (objesel kutup) bilinçdışı belirtisi veya kişilik hasarının (Narsistik kutup) ifadesi olarak anlaşılır.
Felsefe	Zamansal uzaklık	Nostalji geçmişin acı bir pişmanlığının ifadesidir.
Sosyoloji	Kimlik geçişi	Nostalji yaşam döngüsünün her aşaması arasında kişinin kimliğini korumak için bir mekanizmadır.
Psikoloji	Güvensizlik/Acı	Nostalji kendi mevcut ortamı veya geleceğin kederli algısı ile bireyin uyumsuzluğu ile bağlantılıdır.

Kaynak: Aurelie Kessous, (2011). “Nostalgia and Brand Management: A Semiotic Study”, 7th Thought Leaders International Conference on Brand Management, Lugano, 11-12 Mars 2011, s. 5.

Nostalji geçmiş özlemini veya geçmişle ilgili eşyalar ve faaliyetlere düşkünlüğü ifade etmektedir (Holbrook, 1993: 245). Geçmiş hakkındaki tutumlar tüketici kararlarını etkileme potansiyeline sahiptir ve geçmişten hoşlanmak gençken satın alınan ürünlerin bir yetişkin olarak satın alınması olasılığını da artırır (Sierra ve McQuitty, 2007: 100). Buna karşın, nostalji nesnesinin geçmişte daha yaygın olduğunu varsaymak gerekli olmamasına rağmen, geçmişle ilişki birey için diğer nesnelere mevcut olmayan bir bağlantı ağı oluşturur. Bu bağlantılar veya ilişkiler nostaljik yanıt üretir. Örneğin, bir kişi çocukluk döneminde Oreo kurabiyelerini yediğinden, şu anda bu kurabiyeler daha az yaygın olmasa da, çocukluk anılarından dolayı Oreo kurabiye yediğinde nostaljik hissedebilir. Nostalji geçmişle ilgili şeyler (nesnelere, kişiler, deneyimler, fikirler) üzerine yansıtılarak üretilen olumlu bir karmaşık duygu, his ya da ruh hali olarak kavramsallaştırılabilir (Holak ve Havlena, 1998: 218). Tablo 2’de tüketici davranışında nostaljinin başlıca tanımları sunulmaktadır.

Tablo 2. *Tüketici davranışında nostaljinin başlıca tanımları*

Yazar	Yıl	Tanım
Davis	1979	“Yaşanmış bir geçmişi olumlu yönde akla getirme”
Belk	1990	"Bir nesne, bir sahne, bir koku veya bir müzik eseri tarafından harekete geçirilebilen hüzünlü bir ruh hali.”
Holbrook ve Schindler	1991	“Bir kişinin gençken (erken erişkinlik döneminde, ergenlik döneminde, çocukluk çağında hatta doğumundan önce) daha yaygın (popüler ya da moda) olan nesnelere (insanlar, yerler vb. şeyler) karşı bir tercih (genel beğeni, olumlu tutum ya da olumlu etki).”
Bellelli	1991	"İki yüzü olan bir duygudur. Bir taraftan, sevilen bir nesneye (duygular, yerler ...) ulaşamama hissini başlangıcı olan bir istek ve eksiklik duygusudur. Öte yandan, kaybolanın hafıza, anı yoluyla bulunabileceği bir hafıza duygusudur.”
Stern	1992	“Bireyin eski bir zaman periyodunun idealleştirilmiş veya ayıklanmış biçimini özlediği duygusal bir durumdur.”
Baker ve Kennedy	1994	“Geçmişten bir deneyim, ürün veya hizmete duygusal ya da acı-tatlı bir özlem. ”
Divard ve Robert	1997	"Nostalji muhtemelen bir bilişsel aktivite ile ilgili acı-tatlı bir duygusal tepkidir. İç veya dış uyaranlar geçmişinin bir parçası olan ya da olmayan idealleştirilmiş bir geçmişten bir dönem ya da olaya onu aktarma etkisine sahip olduğunda birey tarafından hissedilir."
Sierra ve Shaun	2007	"Geçmişe bir özlem ya da geçmişle bağlantılı maddi veya maddi olmayan mal ve faaliyetlere bir düşkünlük ve bireylerin bağlandıkları bir dönemden ayrıldıklarını hissettiklerinde yaşanır."

Kaynak: Aurelie Kessous ve Elyette Roux (2010). “Brands Considered as “Nostalgic”; Consequences on Attitudes and Consumer-brand Relationships”, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 25, No. 3, s. 32.; Anne-Laure Bartier (2011). “”Things were better before”: what is the power of nostalgia toward the brand?”, *Louvain School of Management Working Paper Series*, 2011/11.

Nostalji konusundaki pazarlama araştırmaları iki gruba ayrılabilir. Bunlar: nostaljinin gelişim aşamaları ve nostalji ile ilişkilendirilmiş markalarla ilişkiler konusundaki çalışmalar (Holbrook ve Schindler, 1991; Havlena ve Holak, 1991, 1992; Hirsh, 1992; Stern, 1992, Baker ve Kennedy, 1994) ve nostalji kullanan

reklam ölçüm ölçekleri geliştirme, adaptasyon ya da karşılaştırmaya odaklanan çalışmalardır. Nostalji üzerine yapılan önceki araştırmalar, tutumsal değişkenler ve sosyo-demografik değişkenler olmak üzere nostaljinin öncülü olarak nitelendirilen iki tür değişken olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada da katılımcıların nostalji eğilimleri üzerinde sosyo-demografik değişkenlerin etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, nostalji eğiliminin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini incelemektir. Demografik özellikler olarak yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir düzeyi ele alınmıştır. Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir.

H₁= Nostalji eğilimi katılımcıların yaşına göre farklılık göstermektedir.

H₂= Nostalji eğilimi katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

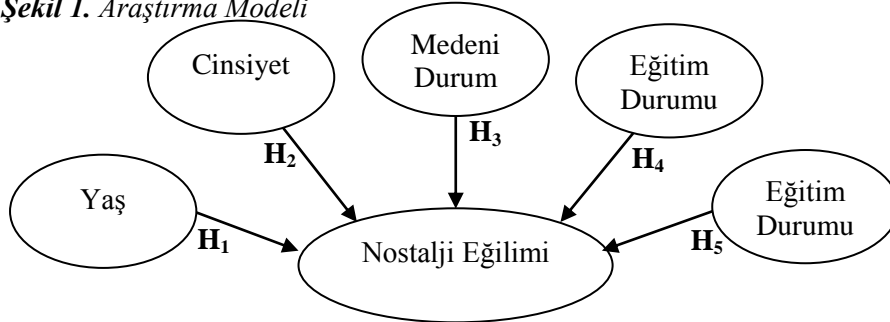
H₃= Nostalji eğilimi katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir.

H₄= Nostalji eğilimi katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H₅= Nostalji eğilimi katılımcıların gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Araştırmanın hipotezleri ortaya konulduktan sonra, araştırma modeli Şekil 1'de gösterildiği gibi sunulabilir. Söz konusu ilişkiler anlamlı ve pozitif varsayılmaktadır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırmanın evrenini, Trakya Bölgesi İl Merkezleri'ndeki 20 yaş ve üzeri tüketiciler oluşturmaktadır. Nostalji teması 20 yaşın altındaki kişilerin bir nostaljik deneyime sahip olmak için oldukça genç oldukları düşünüldüğünden 20 yaşa kadar olan yaş grupları araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırma örnekleminin yaş kriteri açısından anakütleyi temsil etmesi istendiğinden, örnek birimleri tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Veri toplamak için Trakya Bölgesi İl Merkezleri tercih edilmiştir. Bu

çerçevede anakütle verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'ndan sağlanan 2013 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına dayanmaktadır. Trakya Bölgesi Tekirdağ, Kırklareli ve Edirne olmak üzere üç il merkezinden oluşmaktadır. Edirne ve Kırklareli ilinin Merkez, Tekirdağ'ın Süleymanpaşa ilçelerindeki 20 yaş ve üzerindeki toplam nüfus miktarını esas alarak örnek büyüklüğü belirlenmiştir. Örneklem sayıları hesaplandıktan sonra; ilgili illerin Merkez İlçelerindeki her yaş grubunun nüfusu 20 yaş ve üzeri toplam nüfusa oranlanmış ve bu oranlar yuvarlanarak her il merkezi için belirlenen örnek büyüklüğünün, 20 yaş ve üzerindeki her yaş grubunda uygulanması gereken anket miktarı bulunmuştur. Aşağıdaki tabloda, her üç ilin Merkez ilçelerinin 20 yaş ve üzerindeki yaş gruplarına göre nüfus verileri ve örneklem dağılımı yer almaktadır.

Tablo 3. Trakya bölgesi il merkezlerinin 20 yaş ve üzeri nüfus dağılımı ve örneklem dağılımı

TEKİRDAĞ/SÜLEYMANPAŞA				
Yaş Grubu	Yaş Grubunun Nüfusu	Toplam Nüfusa Oranı (%)	Yapılacak Anket Sayısı	Nihai Anket Sayısı
20-29	29.152	21,84 (22)	84	103
30-39	30.346	22,74 (23)	88	99
40-49	27.282	20,44 (20)	77	79
50-59	22.767	17,06 (17)	65	64
60 ve üzeri	23.907	17,92 (18)	69	69
Toplam	133.454	100	383	414
EDİRNE/MERKEZ				
Yaş Grubu	Yaş Grubunun Nüfusu	Toplam Nüfusa Oranı (%)	Yapılacak Anket Sayısı	Nihai Anket Sayısı
20-29	30.812	24,72 (25)	96	94
30-39	26.472	21,24 (21)	80	81
40-49	23.502	18,86 (19)	73	73
50-59	22.262	17,86 (18)	69	71
60 ve üzeri	21.573	17,32 (17)	65	65
Toplam	124.621	100	383	384
KIRKLARELİ/MERKEZ				
Yaş Grubu	Yaş Grubunun Nüfusu	Toplam Nüfusa Oranı (%)	Yapılacak Anket Sayısı	Nihai Anket Sayısı
20-29	15.687	23,04 (23)	88	86
30-39	13.304	19,54 (20)	77	108

40-49	12.228	17,96 (18)	69	197
50-59	12.267	18,02 (18)	69	124
60 ve üzeri	14.600	21,44 (21)	80	79
Toplam	68.086	100	383	594
GENEL			1.149	1.392
TOPLAM				

Bu çerçevede, Trakya Bölgesi İl Merkezlerindeki toplam 1.415 tüketiciye anket uygulanmış, eksik veriler temizlendikten sonra veri sayısı 1.392 olmuştur.

Çalışmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu ile Southampton Nostalji Ölçeği kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin belirlenmesine yönelik 5 adet soruya yer verilmiştir. Bu sorular yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve aylık toplam kişisel gelir ile ilgilidir.

Katılımcıların nostalji eğilimlerini ölçmede Southampton Nostalji Ölçeğinden yararlanılmıştır. Routledge vd. (2008)'nin çalışmalarında yer alan orijinal 5 maddelik ölçeğe sonrasında, iki yeni öge daha eklenmiştir. Southampton Nostalji Ölçeğinin 7 ögeli halinden ilk olarak, Barrett vd. (2010)'nin çalışmalarında bahsedilmiştir. Nihai veri toplamadan önce, ölçeğin yapı ve güvenilirliğini incelemek için 118 katılımcıyla bir pilot çalışma yapılmıştır. Yapılan pilot çalışmada tek boyutluluğu bozan 1 soru çıkarılmış ve nostalji eğilimi tek boyutluluğu sağlayan 6 soru ile ölçülmüştür. Ölçekte katılımcılardan belirli ifadelerle yönelik yargılarını belirtmeleri ve bu ifadelerin her birini kendilerine uygunluk bakımından 5'li Likert ölçeği üzerinde önem sırasına göre işaretlemeleri istenmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tablo 4'de araştırma örneklemini oluşturan katılımcıların demografik yapılarına ait özellikler yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri

Yaş	f	%	Eğitim Düzeyi	f	%
20-29	283	20,3	İlkokul/Ortaokul	494	35,5
30-39	289	20,8	Lise	409	29,4
40-49	348	25,0	Önlisans	113	8,1
50-59	259	18,6	Lisans	255	18,3
60 ve üzeri	213	15,3	Yüksek Lisans	77	5,5
Cinsiyet	f	%	Doktora	44	3,2
Kadın	642	46,1	Aylık Gelir Düzeyi	f	%
Erkek	750	53,9	1000 TL'den az	331	23,8

Medeni Durum	f	%	1000-1500 TL	316	22,7
Evli	1011	72,6	1501-2000 TL	380	27,3
Bekar	381	27,4	2001-2500 TL	139	10,0
			2501-3000 TL	107	7,7
			3000 TL'den fazla	119	8,5
Toplam Katılımcı				1392	100

Tablo 4 incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğunun 40-49 yaş aralığında, erkek, evli, ilkokul/ortaokul mezunu, 1501-2000 TL aralığında aylık kişisel gelire sahip kimseler olduğu görülmektedir.

Katılımcıların, nostalji eğilimini ortaya koymak için kullanılan ölçekle daha rahat çalışabilmek adına ölçek, açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinde diğer analizlerde olduğu gibi, değişkenlerin normal dağılıma sahip olması varsayımı bulunmaktadır. Literatürde, Likert tipi ölçeklerin kullanıldığı durumlarda söz konusu değişkenlerin normal dağılımdan sapma göstermesi beklenmektedir. Çalışmada kullanılan ölçekte yer alan 6 madde için Normal dağılım varsayımı Kolmogorov - Smirnov testi ile sınanmıştır. Test sonuçlarına göre ankette yer alan 6 maddenin hiçbirinin normal dağılmadığı görülmüştür. Literatürde, normal dağılım varsayımı sağlanmadığı durumlarda, faktör elde edilmesinde Temel Eksen yönteminin (Principal Axis Factoring- PAF) kullanılmasının daha doğru olacağı vurgulanmıştır (Costello ve Osborne, 2005: 2). Dolayısıyla, çalışmada normal dağılım şartı sağlanamadığından, PAF metodu kullanılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ifadelerin tek faktör altında toplandığı gözlenmiş olup faktör yükleri ve bu faktörün varyansı açıklama yüzdesi ve güvenilirliği Tablo 5'te olduğu gibidir.

Tablo 5. Nostalji eğilimi ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları

Nostalji Eğilimi	
Maddeler	Faktör Yüğü
Nostalji sizin için ne kadar değerlidir?	0,769
Nostaljik deneyimleri aklınıza getirmek sizin için ne kadar önemlidir?	0,864
Kendinizi nostaljik hissetmek sizin için ne kadar önemlidir?	0,883
Nostaljik hissetmeye ne kadar eğilimsiniz?	0,832
Ne sıklıkla nostalji yaşıyorsunuz?	0,688
Genel olarak, nostaljik deneyimlerinizi ne sıklıkta aklınıza getirirsiniz?	0,761
Açıklanan Varyans (%)	70,064
Cronbach α Katsayısı	0,901

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uyum Testi	0,854
Bartlett Test	Yaklaşık Ki-Kare
	Serbestlik Derecesi
	Anlamlılık
	6426,021
	15
	0,000

Tablo 5 incelendiğinde, KMO değerinin 0,854 ile istenen değer olan 0,50'in üzerinde olduğu görülmektedir (Hair vd., 2005). Yine Bartlett test değeri anlamlı olarak bulunmuştur ($p= 0,000$). Böylece eldeki verinin faktör analizi uygulanmasına elverişli olduğu ifade edilebilir. Analiz sonucunda nostalji eğilimine ilişkin ifadelerin tek faktör altında toplandığı, bu faktörün ise toplam varyansın % 70,064'ünü açıklayarak, tanımlayıcı nitelikteki araştırmalarda istenen % 60'luk değer üzerinde bir değer sağladığı görülmektedir. Faktörün güvenilirlik değerine bakıldığında ise güvenilirliğin 0,854 olduğu, bu nedenle yüksek güvenilirliğe sahip bir faktör olduğu ifade edilebilir (Kayış, 2008).

Hipotezleri test etmek için, ifadelerin hiçbirinin normal dağılmadığı ve varyanslarının homojen dağılmadıkları görüldüğünden, Kruskal-Wallis testi ve Mann-Whitney U testi uygulanmıştır.

Yaşın etkilerini incelemek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis testi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Yaşa göre Kruskal-Wallis testi sonuçları

Yaş	N	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Chi- Square	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
20-29	283	567,58			
30-39	289	617,94			
40-49	348	642,15	135,449	4	0,000
50-59	259	811,74			
60 ve üzeri	213	923,05			
Toplam	1392				

Tablo 6'daki değerlere göre, katılımcıların yaşlarına göre nostalji eğilimleri arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Mean Ranks değerlerine göre; yaş arttıkça nostalji eğilim düzeyi de artmaktadır; 60 ve üzeri yaşta katılımcılar diğer katılımcılara göre daha fazla nostalji eğiliminde olan kimselerdir. Dolayısıyla bu sonuçlara göre bireyler yaşlandıkça nostalji eğilimleri de artmaktadır. Dolayısıyla H_1 'in doğrulandığı sonucuna varılmıştır.

Cinsiyetin bir etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonuçları aşağıdaki tabloda (Tablo 7) sunulmuştur.

Tablo 7. Cinsiyetlerine göre katılımcıların Mann-Whitney U testi sonuçları

Cinsiyet	N	Mean Rank	Z değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Kadın	642	710,01	-1,160	0,246
Erkek	750	684,94		

Tablo 7 incelendiğinde, cinsiyetin nostalji eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). Buna göre, nostalji eğilimi kişilerin cinsiyetinden bağımsız gibi görünmekte ve H_2 reddedilmektedir.

Medeni durumun bir etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla da Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre medeni durumun nostalji eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 8. Medeni durumlarına göre katılımcıların Mann-Whitney U testi sonuçları

Medeni Durum	N	Mean Rank	Z değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Evli	1011	716,35	-3,001	0,003
Bekar	381	643,82		

Analiz sonuçlarını gösteren Tablo 8, araştırmaya katılan evli katılımcıların bekar katılımcılara göre daha fazla nostalji eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla H_3 doğrulanmıştır.

Eğitim seviyesinin nostalji eğilimi üzerinde bir etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla da Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Eğitim seviyesinin nostalji eğilimi üzerinde etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz sonuçları Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Eğitime göre Kruskal-Wallis testi sonuçları

Eğitim	N	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Chi-Square	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
İlkokul/Ortaokul	494	763,75			
Lise	409	621,41			
Önlisans	113	690,89	49,220	5	0,000
Lisans	255	748,64			
Yüksek Lisans	77	509,12			
Doktora	44	679,57			

Tablo 9’deki değerlere göre, katılımcıların eğitim durumlarına göre nostalji eğilimleri arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Mean Ranks

değerlerine göre; ilkokul/ortaokul mezunu olan katılımcılar diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara göre daha fazla nostalji eğiliminde olan kimselerdir. Dolayısıyla H_4 'ün doğrulandığı sonucuna varılmıştır.

Aylık kişisel gelir düzeyinin etkilerini incelemek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis testi sonucunda aylık kişisel gelirin nostalji eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. *Aylık kişisel gelire göre Kruskal-Wallis testi sonuçları*

Aylık Kişisel Gelir	N	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Chi-Square	Serbestlik Dercesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
1000 TL'den az	331	768,23			
1000-1500 TL	316	631,32	24,444	5	0,000
1501-2000 TL	380	676,55			
2001-2500 TL	139	663,99			
2501-3000 TL	107	700,96			
3000 TL'den fazla	119	767,76			

Tablo 10'daki Mean Ranks değerlerine göre; aylık kişisel gelirleri 1000 TL'den az olan katılımcılar diğer gelir düzeyine sahip olan katılımcılara göre daha fazla nostalji eğiliminde olan kimselerdir. Bunun yanında 3000 TL'den fazla aylık kişisel gelire sahip olan kimselerin nostalji eğilimleri 1000 TL'den az gelire sahip olanlarınkine oldukça yakındır. Sonuçlar H_5 'in doğrulandığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın sonucunda, yaşın nostalji eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Buna göre; yaşlı insanlar gençlere göre, onlar geçmiş hakkında konuşmak için henüz yeterince uzun yaşamış olmadıklarından, daha fazla nostalji eğilimindedir; çünkü, çoğu durumda, nostaljik olaylar gençler için mevcut olan yeni bir deneyimi temsil etmektedir. Bu sonuç; nostaljinin sadece bireyin gerçekten yaşadığı dönemler, yani kişisel deneyimler (öyküsel değil) için hissedilebileceğini gösteren Davis (1979)'in bulguları ile uyumludur. Araştırma sonucu, Holbrook (1993)'ün yaş ve nostalji eğiliminin nostaljik tercih modellerinin

farklı yönleri olarak bağımsız çalışmakta olduğu çalışma bulgusundan farklı olarak; yaşın nostalji eğilimi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu teyit eden Goulding (2001), Holbrook ve Schindler (2003) ve Lefi ve Gharbi (2011)'nin yaşın nostalji eğilimini açıkladığı bulgusunu destekler niteliktedir. Havlena ve Holak (1991) da çalışmalarında nostaljik duyguların yoğunluğunun yaşam boyunca farklı olduğunu ve nostaljinin yaşa çok bağlı olduğunu göstermişlerdir.

Diğer yandan, cinsiyetin nostalji eğilimi üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Söz konusu araştırma bulgusu, Holbrook (1993)'un ve Lefi ve Gharbi (2011)'nin bu yöndeki bulgularıyla da uyum içindedir. Medeni durumun nostalji eğilimi bir etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonucunda, medeni durumun nostalji eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu; evli bireylerin bekar bireylere göre daha fazla nostalji eğiliminde olduğu görülmüştür.

Eğitim seviyesinin boyutlar üzerinde bir etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla uygulanan Kruskal-Wallis testi sonucunda ise; ilkökul/ortaokul mezunu olan katılımcılar diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara göre daha fazla nostalji eğiliminde olan kimselerdir. Aylık kişisel gelir düzeyinin etkilerini incelemek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis testi sonucunda, aylık kişisel gelirin nostalji eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmuştur. Analiz sonucuna göre; aylık kişisel gelirleri 1000 TL'den az olan katılımcılar diğer gelir düzeyine sahip olan katılımcılara göre daha fazla nostalji eğilimi olan kimselerdir.

Bu sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde, 60 ve üzeri yaşta, evli, ilkökul/ortaokul mezunu ve aylık kişisel geliri 1000 TL'den az olanların diğer katılımcılara göre daha fazla nostalji eğilimi olan kimseler olduğu söylenebilir.

Tüm tüketici davranışları üzerinde yapılan araştırmalarda olduğu gibi, bu çalışmada elde edilen bulgular da bazı önemli kısıtlamalara tabidir. Araştırma, Trakya Bölgesindeki Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli il merkezlerindeki 20 yaş ve üzerindeki kişilerle sınırlandırılmış, bölgedeki ilçeler ve diğer bölge ve iller kapsam dışı bırakılmıştır. Bunun yanında, kullanılan verilerin kota örnekleme yöntemi ile toplanmış ve araştırmanın yalnızca Trakya Bölgesi'nde yapılmış olması, sonuçların genelleştirilebilirliğini sınırlamaktadır. Son olarak araştırma, ankette yer alan sorular ve anketi yanıtlayan tüketicilerin verdikleri cevaplar ile sınırlıdır. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak varılan sonuç ve genellemeler, araştırmanın evreni için geçerlidir.

Gelecekte konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda, diğer bölgeleri de içerecek araştırmaların yapılması ve verilerin tesadüfi örnekleme yöntemi ile elde edilmesi sonuçların geneli yansıtmasına olanak sağlayabilecektir. Bunun yanında, gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı ölçekler kullanılabilir. Ayrıca, anket yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışma kapsamında geliştirilen modelin, gelecekte yapılacak deneysel araştırmalarda ele alınması da literatüre katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

Baker, Stacey Menzel ve Patricia F. Kennedy. (1994). "Death By Nostalgia: A Diagnosis of Context-Specific Cases", *Advances in Consumer Research*, 21, 169-174.

Barrett, Frederick S., Grimm, Kevin J., Robins, Richard W., Wildschut, Tim, Sedikides, Constantine ve Petr Janata. (2010). "Music-Evoked Nostalgia: Affect, Memory, and Personality", *Emotion*, 10(3), 390-403.

Bartier, Anne- Laure. (2011). "“Things were beter before”: what is the power of nostalgia toward the brand?", *Louvain School of Management Working Paper Series*, 2011/11.

Costello, Anna B. ve Jason W. Osborne. (2005). "Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis", *Practical Assessment Research & Evaluation*, 10(7), 1-9.

Davis, Fred. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. New York: The Free Press.

Goulding, Christina. (2001). "Romancing the Past: Heritage Visiting and the Nostalgic Consumer", *Psychology & Marketing*, 18(6), 565-592.

Hair, Joseph F., Anderson, Rolph E., Tatham, Ronald L. ve William Black. (2005). *Multivariate Data Analysis*. 6th edition. New Jersey: Printence Hall.

Havlena, William J. ve Susan L. Holak. (1991). "“The Good Old Days”: Observations On Nostalgia and Its Role In Consumer Behavior", *Advances in Consumer Research*, 18, 323-329.

Hirsch, Alan R. (1992). "Nostalgia: A Neuropsychiatric Understanding", *Advances in Consumer Research*, 19, 390-395.

Holak, Susan L. ve William J. Havlena. (1998). "Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of Nostalgia", *Journal of Business Research*, 42, 217–226.

Holak, Susan L., Havlena, William J. ve Alexei V. Matveev. (2006). "Exploring Nostalgia in Russia: Testing the Index of Nostalgia-Proneness", *European Advances in Consumer Research*, 7, 195-200.

Holbrook, Morris B. (1993). "Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes", *Journal of Consumer Research*, 20, 245-256.

Holbrook, Morris B. ve Robert M. Schindler. (1991). "Echoes of the Dear Departed Past: Some work in Progress On Nostalgia", *Advances in Consumer Research*, 18, 330-333.

Holbrook, Morris B. ve Robert M. Schindler. (2003), "Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience", *Journal of Consumer Behavior*, 3(2), 107-127.

Hwang, Jinsoo ve Sunghyup Sean Hyun. (2013). "The impact of nostalgia triggers on emotional responses and revisit intentions in luxury restaurants: The moderating role of hiatus", *International Journal of Hospitality Management*, 33, 250-262.

Kayış, Aliye. (2009). Güvenilirlik Analizi. Şeref Kalaycı (Ed.). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* içinde (ss. 403-424). 4. Baskı. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Kessous, Aurélie. (2011). Nostalgia and Brand Management: A Semiotic Study. *7th Thought Leaders International Conference on Brand Management: 11-12 Mars - Lugano*.

Kessous, Aurélie ve Elyette Roux. (2010). "Brands Considered as "Nostalgic"; Consequences on Attitudes and Consumer-brand Relationships", *Recherche et Applications en Marketing*, 25 (3), 29-55.

Lefi, Leila ve Abderrazak Gharbi. (2011). "Nostalgia and Brand Attachment: Theoretical Framework and Application In The Case of A Tunisian Advertising", *Journal of Business Studies Quarterly*, 3(1), 187-200.

Reisenwitz, Timothy Harold. (2001). *Nostalgia Advertising: An Exploratory Study of Its Effectiveness and The Effect of Nostalgia Proneness*. Phd Dissertation, Cleveland State University, A.B.D.

Routledge, Clay, Arndt, Jamie, Sedikides, Constantine ve Tim Wildschut. (2008). "A blast from the past: The terror management function of nostalgia", *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 132-140.

Sarabi, Shiva. (2012). *The Influence of Nostalgia on Acculturative Stress in First Generation Iranians in The United States*. Phd Dissertation, Wright Institute Graduate School of Psychology, Berkeley, CA.

Sierra, Jeremy J. ve Shaun Mcquitty. (2007). "Attitudes and Emotions as Determinants of Nostalgia Purchases: An Application of Social Identity Theory", *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(2), 99-112.

Southampton Nostalji Ölçeği. (Mayıs 2014). Mayıs 2014 tarihinde http://www.southampton.ac.uk/nostalgia/materials/Southampton%20Nostalgia%20Scale%20_2_.pdf adresinden erişildi.

Stern, Barbara B. (1992). "Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siecle Effect", *Journal of Advertising*, 21(4) 11-22.

Türkiye İstatistik Enstitüsü. (Ağustos 2014). *2013 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sonuçları*. Ağustos 2014 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr> adresinden erişildi.