



Gösterişçi Tüketimin Kültürel Bağlamda Deneyimsel Satın Almaya Etkisi: Sosyal Medyada Statü ve Kimlik İspatı (The Effect of Conspicuous Consumption on Experiential Purchasing in the Cultural Context: Status and Identity Proof in Social Media)

* Süreyya Pınar ÖZBEK^a , Evren GÜÇER^b 

^a Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

^b Ankara Hacı Bayram Veli University, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.08.2022

Kabul Tarihi: 07.10.2022

Anahtar Kelimeler

Gösterişçi tüketim
Deneyimsel satın alma
Statü
Kimlik
Sosyal medya

Keywords

Conspicuous consumption
Experiential purchasing
Status
Identity
Social media

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Günümüzde tüketim alışkanlıklarının değiştiği toplumsal etkileşim süreçlerinde, deneyimlerin de tüketim kapsamında yer aldığı görülmektedir. Sosyal görünürlük temelinde sergilenen etkinlik katılımlarının teknolojik yansımaları ise sosyal medya aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, bireylerin sosyal medya paylaşımlarında sergiledikleri deneyimsel satın alma kapsamında yer alan kültürel etkinlik tercihlerinde, statü ve kimlik ispatının etkisini tespit etmektir. Araştırma nicel bir çalışmadır ve anket tekniği kullanılarak elde edilen veriler “SPSS Statistic 25” programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, “korelasyon”, “frekans” analizleri, içsel tutarlılığı değerlendirmek için “Cronbach Alfa” katsayılarına dayalı analiz tekniği, bağımsız örneklem için ise “Mann Whitney- U” ve “Kruskal Wallis- H” testleri uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre gösterişçi tüketimin deneyimsel satın almaya etki ettiği, kültürel etkinlikler kapsamında statü ve kimlik ispatında rol oynadığı belirlenmiştir. Eğitim düzeyi düşük olan bireylerin kültürel etkinliklere katılımı statü ispatı aracı olarak gördükleri, genç ve eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin ise sosyal medyada deneyimsel bağlamda gösteriş tüketimine eğilimli oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Abstract

Today, in the social interaction processes where consumption habits change, it is seen that experiences are also included in the scope of consumption. The technological reflection of the event participation, which is exhibited on the basis of social visibility, is realized through social media. The main purpose of this research is to determine the effect of status and identity proof on the cultural activity preferences included in the experiential purchase that individuals exhibit in their social media posts. The research is a quantitative research and the data obtained using the questionnaire technique were analyzed with the "SPSS Statistic 25" program. In the analysis of the data, "correlation" and "frequency" analyzes, analysis technique based on "Cronbach Alpha" coefficients to evaluate internal consistency, and "Mann Whitney-U" and "Kruskal Wallis-H" tests were used for independent samples. According to the research findings, it has been determined that conspicuous consumption affects experiential purchasing and plays a role in proving status and identity within the scope of cultural activities. It has been concluded that individuals with a low level of education see participation in cultural activities as a means of proving their status, while individuals with a high level of education are inclined to conspicuous consumption in social media in the experiential context.

* Sorumlu Yazar

E-posta: sureyya.ozbek@hbv.edu.tr (S. P. Özbek)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1145