

**T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÇEVRECİ TÜKETİM DAVRANIŞININ DEĞER-İNANÇ-NORM
TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ**

**Ahmet Tuğrul TUĞER
DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**GEBZE
2018**

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÇEVRECİ TÜKETİM DAVRANIŞININ
DEĞER-İNANÇ-NORM TEORİSİ
KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Ahmet Tuğrul TUĞER
DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Danışmanı
Prof. Dr. Ebru TÜMER KABADAYI
Dr. Öğr. Üyesi İnci DURSUN

GEBZE
2018

GTÜ Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından/...../..... tarihinde tez savunma sınavı yapılan'ın tez çalışmasıAnabilim Dalında DOKTORA tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

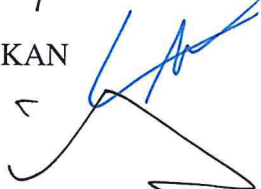
ÜYE: PROF. DR. EBUR TÜMER KABADAYI
(TEZ DANIŞMANI)



ÜYE : PROF. DR. BÜLENT SEZEN



ÜYE : PROF. DR. LÜTFİHAK ALPKAN



ÜYE : PROF. DR. SELİM AREN



ÜYE : DR. ÖĞR. ÜYESİ ALEV KOÇAK ALAN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

ÖZET

Küresel iklim değişikliği, doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin kaybı, dünyadaki bütün paydaşların çözümüne katkı yapması gereken ortak sorunlar arasındadır. Devletler, uluslararası örgütler ve işletmeler gibi bireylerin de mevcut sorunların farkında olarak, gündelik hayatlarındaki davranışlarını gözden geçirmeye, gerekiyorsa uzun vadeli çevre dostu değişiklikler yapmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Yeryüzünde yaşanan ekolojik kötüye gidişin önlenmesi, devletler ve işletmeler gibi bireyler için de bir ahlaki zorunluluktur. Bu kapsamda, bireysel tüketicilerin çevresel hassasiyetlerinin, bireysel değerlerinin, ahlaki zorunluluklarının çevreci tüketim davranışına etkilerini incelemek önem taşımaktadır. Bireylerin ahlaki zorunluluk hislerini yansıtan bireysel normlar, toplum yanlısı ve çevre dostu davranışlarda etkinliği gösterilmiş önemli bir kavramdır. Ancak, özellikle davranışlara özgü zorlukların tetikleyebildiği savunma mekanizmaları, bireysel normların etkisini azaltabilmektedir. Bu aşamada, bireysel değerlerden başlayarak inançlara ve sonrasında normlara etki eden bir zincirin çevre dostu davranışları daha etkili açıklayabileceğini öneren Değer-İnanç-Norm (D-İ-N) Teorisi, bireysel normların olumlu etkisinin kalıcı olabileceğini savunmaktadır.

Bu araştırma, göreceli olarak düşük ilgilenim gerektiren davranışları etkili açıklamış D-İ-N teorisi çerçevesinde, değerlerden başlayan bir bilişsel zincirle tetiklenen bireysel normların gündelik hayattaki çevreci tüketim davranışlarının üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, 730 kişinin katıldığı anket ile toplanan veri seti aracılığıyla, bireysel değerlerin, inançlar üzerindeki etkisi, inançların bireysel normlar üzerindeki etkisi ve son olarak bireysel normların tüketim sürecinin farklı aşamalarında bulunan ve farklı davranışsal maliyetleri içeren çevreci tüketim davranışları üzerindeki etkisi incelenmektedir. Toplanan verilerin analiz edilmesi sonucunda, bireysel normların farklı davranış zorlukları olan çevreci tüketim davranışlarını içeren çevreci tüketim bilincini açıklamakta etkili olduğu gösterilmiştir. Ayrıca, bireysel değerlerin, inançları olumlu etkilediği ve inançların da bireysel normları harekete geçirdiği gösterilmiştir. Araştırma bulguları ve gelecek araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevreci tüketim davranışı, Değer-İnanç-Norm Teorisi, Süreç Yaklaşımı, Çok boyutlu ölçek, Davranışsal maliyetler, zorluklar, Bireysel normlar

SUMMARY

Global climate change, loss of natural resources and biodiversity remain among the urgent common problems that all stakeholders in the world need to get involved. Like governments, international organizations and enterprises, individuals should be aware of the actual problems and to make long lasting, environmentally friendly changes in their daily behaviors. Preventing the ecological degradation of the world is a moral imperative for individuals as well as for businesses and states. In this context, it is important to examine the impact of environmental sensitivities of individual consumers, their individual values, and their moral imperatives on pro-environmental consumption behavior. Personal norms that reflect moral obligation stand out as an important concept that has significantly explained prosocial and pro-environmental behaviors. Meanwhile, defensive mechanisms which can be triggered by behavioral costs or difficulties, can reduce the positive impact of personal norms. In this case, the Value-Belief-Norm (VBN) Theory, which proposes that a chain starting from individual values and affecting respectively beliefs and norms, can explain pro-environmental behaviors in a significant way, argues that the positive effect of personal norms may be durable.

This study aims to examine the impact of personal norms activated by a cognitive chain starting from values within the framework of VBN theory, known to explain low-involvement environmental behaviors in the literature. To this end, the impact of individual values on beliefs, impact of beliefs on personal norms, and finally the impact of personal norms on pro-environmental consumption behaviors from different stages and with different behavioral costs were examined via data collected from 730 surveys. The analysis of collected data indicated that personal norms significantly explained environmental consciousness including consumer behaviors with different behavioral costs. Furthermore, it has been found that individual values positively affect beliefs and beliefs have a positive impact on individual norms. Findings were discussed and suggestions for future researches were presented.

Keywords: Pro-environmental Consumption, Value-Belief-Norm Theory, Process Perspective, Multidimensional Scale, Behavioral Costs, Personal Norms

TEŞEKKÜR

Doktora sürecimin her aşamasında sonsuz desteğini, anlayışını, sabrını, güvenini gösteren, çok değerli hocam, danışmanım Ebru Tümer Kabadayı'ya ne kadar teşekkür etsem azdır. Doktora tez aşamasında bana sabırla destek olan, yol gösteren, sonradan girdiğim akademisyenlik yolunun keyfini her an yaşatan saygıdeğer hocam, danışmanım İnci Dursun'a verdiği sonsuz güven, sabır, anlayış ve destek için minnettarım. Doktora tez izleme jürimde bulunan ve bir dönem danışmanlığımı yapan değerli hocam Bülent Sezen'e değerli desteği ve yardımları için çok teşekkür ediyorum. Tez izleme ve tez savunma jürimde bulunan değerli hocalarım Lütfihak Alpkın, Selim Aren ve Alev Koçak Alan'a teşekkür ediyorum. Ayrıca Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Başkanı değerli hocam Oya Erdil başta olmak üzere, bölümümüzdeki bütün hocalarıma teşekkür ediyorum.

Doktora tez çalışmasının anketini sabırla ve içtenlikle yanıtlayan bütün katılımcılara, anketlerin katılımcılara ulaşmasına yardımcı olan herkese teşekkür ediyorum.

Tez çalışmam sırasında bir dönem çok büyük bir keyifle mesai arkadaşlığı yaptığım, ömür boyu dostluklarını paylaşacağım Bulut Gürpınar Aydın, Gökben Aydılek, Cansu Gökmen Köksal, Berivan Tatar, Nazire Beğen ve Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi'nin bütün akademik ve idari personeline güzel dostlukları için şükranlarımı sunuyorum. Doktora süreci boyunca bana gösterdikleri unutulmaz destekleri için sevgili İpek, Zeynep Su ve Hakan Elmas'a, Aslı, Melis ve Merih İş'e çok teşekkür ediyorum.

Doktora sürecinde kaybettiğim merhume anneannem, merhum amcamı beraber ve uzaktan paylaştığımız güzel duygularla ve rahmetle anıyorum. Hiç tanımadığım halde, özel bir yarışmada çizdikleri resimleriyle paylaştıkları yaşam sevgileriyle doktora sürecimde bana uzaktan yardımcı olan epilepsili kahramanlara da çok teşekkür ediyorum, hak ettikleri gibi çok sağlıklı bir ömür geçirmelerini diliyorum. Yaşamımın her anında olduğu gibi, doktora sürecimin zorlu anlarında da bana dünyada var olan bütün güzel duyguları her an hissettiren ve doktoramın tamamlanmasını olanaklı kılan anneme, babaanneme, babama ve ağabeyime sonsuz destekleri ve bu dünyada temsil ettikleri bütün güzellikler için şükranlarımı sunuyorum.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZET	i
SUMMARY	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	iv
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı	4
1.2. Araştırmanın Özgün Değeri	5
1.3. Araştırmanın Kapsamı	6
2. TEORİK ÖNGÖRÜ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Sorumlu Tüketim Davranışı	11
2.2. Çevreci Tüketim Davranışı	13
2.3. Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışları	18
2.3.1. Tüketim Öncesi Çevreci Tüketim Davranışları	19
2.3.1.1. Yalın Tüketim	20
2.3.1.2. Yeşil Tüketim	22
2.3.2. Kullanım Aşamasındaki Çevreci Tüketim Davranışları	24
2.3.2.1. Enerji Tasarrufu	25
2.3.3. Tüketim Sonrası Çevreci Tüketim Davranışları	27
2.3.3.1. Geri Dönüşüm	28
2.4. Çevreci Tüketici Davranışının Açıklanması	30
2.4.1. Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Faktörler	30
2.4.1.1. Bireysel Faktörler	31
2.4.1.2. Demografik Faktörler	32
2.4.1.3. Sosyal Faktörler	32
2.4.2. Çevreci Tüketim Davranışını İnceleyen Teoriler	34
2.4.2.1. Mantıksal Eylem Teorisi (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	34
2.4.2.2. Planlı Davranış Teorisi (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	34
2.4.2.3. ABC Modeli (<i>ABC-Attitude Behavior Context Theory</i>)	36

2.4.2.4. MOA Modeli (<i>Motivation Opportunity Ability Model</i>)	37
2.4.2.5. Amaç Çerçeveleme Teorisi (<i>Goal Framing Theory</i>)	38
2.4.2.6. Norm Aktivasyon Teorisi (<i>Norm Activation Theory</i>)	39
2.4.2.7. Değer- İnanç- Norm Teorisi (<i>Value-Belief-Norm Theory</i>)	40
3. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ	49
3.1. Çevreci Tüketim Davranışı ve Değer-İnanç-Norm Teorisi	49
3.2. Bireysel Normlar (<i>Personal Norms</i>)	52
3.3. Sorumluluk Üstlenme (<i>Ascription of Responsibility</i>)	55
3.4. Sonuç Farkındalığı (<i>Awareness of Consequences</i>)	57
3.5. Yeni Çevresel Paradigma (<i>New Ecological Paradigm</i>)	59
3.6. Değerler (<i>Values</i>)	61
3.7. Özet	64
4. YÖNTEM	67
4.1. Araştırmanın Ana Kitle ve Örneklem Belirlenmesi	67
4.2. Anketin Hazırlanması ve Yapısı	67
4.2.1. Çevreci Tüketim Davranışının Ölçümü	68
4.2.1.1. Yalın Tüketim	68
4.2.1.2. Yeşil Tüketim	69
4.2.1.3. Enerji Tasarrufu	69
4.2.1.4. Geri Dönüşüm	70
4.2.2. Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Değişkenlerin Ölçümü	71
4.2.2.1. Bireysel Değerler	71
4.2.2.2. Yeni Çevresel Paradigma	72
4.2.2.3. Sonuç Farkındalığı	72
4.2.2.4. Sorumluluk Üstlenme	73
4.2.2.5. Bireysel Normlar	73
4.2.3. Anketin Ön Testi	74
4.2.4. Anketin Son Hali	75
4.3. Araştırma Örneklemine Demografik Özellikleri	75
5. ANALİZLER VE BULGULAR	77
5.1. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerlendirmesi	77
5.1.1. Bağımlı Değişkenin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri	77
5.1.2. Bağımsız Değişkenlerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri	83
5.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi	87

5.3. Araştırma Hipotezlerinin Sınanması	95
5.4. İleri Analizler	99
6. DEĞERLENDİRMELER VE SONUÇ	107
6.1. Araştırma Sonuçlarının Yorumlanması	107
6.2. Araştırmanın Sonuçları	112
6.3. Araştırmanın Literatüre Sağladığı Katkılar	113
6.4. Araştırmanın Uygulama Alanında Sağladığı Katkılar	115
6.5. Araştırma Kısıtları ve Gelecek Araştırmalar için Öneriler	116
KAYNAKÇA	118
ÖZGEÇMİŞ	146
EK	147



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Simgeler ve

Kısaltmalar

Açıklamalar

ABC	:	Attitude Behavior Context Theory
AGFI	:	Adjusted Goodness of Fit Index
AVE	:	Average Variance Explained
CR	:	Composite Reliability
CFI	:	Comparative Fit Index
CMIN/df	:	Minimum Discrepancy / Degrees of Freedom
df	:	Degree of freedom (Serbestlik derecesi)
DFA	:	Doğrulamalı Faktör Analizi
D-İ-N	:	Değer-İnanç-Norm Teorisi
FAO	:	Food and Agriculture Organization of United Nations
GFI	:	Goodness of Fit
GWMO	:	UNEP Global Waste Management Outlook
HUCE	:	Harvard University Center for the Environment
IEA	:	International Energy Agency
IPCC	:	Intergovernmental Panel on Climate Change
KFA	:	Keşifsel Faktör Analizi
KMO	:	Kaiser-Meyer-Olkin
NAT	:	Norm Aktivasyon Teorisi
NEP	:	New Ecological Paradigm (Yeni Çevresel Paradigma)
NFI	:	Normed Fit Index
OECD	:	Organization of Economic Cooperation and Development
PDT	:	Planlı Davranış Teorisi
RMSEA	:	Root Mean Square Error of Approximation
UNEP	:	United Nations Environment Program
WCED	:	World Commission on Environment and Development
WHO	:	World Health Organization
WWI	:	World Watch Institute
YEM	:	Yapısal Eşitlik Modeli

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil No:</u>		<u>Sayfa</u>
2.1:	Çevresel Açıdan Üretim-Tüketim İlişkisi	8
2.2:	Çevreci Tüketimin 3 Paydaşı Arasındaki İlişkiler	9
2.3:	Tüketim Sürecindeki Aşamalar	19
2.4:	Çevreci Tüketim Davranışındaki Aşamalar	19
2.5:	Tüketim Sonrası Atık Yönetimi Hiyerarşisi	28
2.6:	Mantıksal Eylem Teorisi	34
2.7:	Planlı Davranış Teorisi	35
2.8:	ABC Modeli	36
2.9:	MOA Modeli	37
2.10:	Norm Aktivasyon Teorisi	39
2.11:	Değer-İnanç-Norm Teorisi	40
3.1:	Bireysel Norm - Çok Boyutlu Çevre Davranışı İlişkisi	55
3.2:	Sorumluluk Üstlenme - Bireysel Norm İlişkisi	57
3.3:	Sonuç Farkındalığı - Sorumluluk Üstlenme İlişkisi	59
3.4:	Yeni Çevresel Paradigma (NEP) - Sonuç Farkındalığı İlişkisi	61
3.5:	Değerler -Yeni Çevresel Paradigma (NEP) İlişkisi	64
3.6:	Araştırma Modeli	66
5.1:	Araştırmadaki Çevreci Tüketim Davranışı Yapısı	83
5.2:	Ölçüm Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi	89
5.3:	Son Ölçüm Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi	92
5.4:	Araştırma Modeli	97
5.5:	D-İ-N Çerçevesinde Tüketimi Azaltma Davranışı (İleri Analiz)	104
5.6:	D-İ-N Çerçevesinde Geri Dönüşüm Davranışı (İleri Analiz)	105
5.7:	D-İ-N Çerçevesinde Yeşil Tüketim Davranışı (İleri Analiz)	106

TABLolar DİZİNİ

<u>Tablo No:</u>		<u>Sayfa</u>
2.1:	Sorumlu Tüketim Davranışının Alt Boyutu olarak Çevreci Tüketim Davranışı	15
2.2:	Kamusal Alan and Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışları	17
2.3:	Enerji Tasarrufu Davranışlarının Boyutları	26
2.4:	Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Faktörler	33
2.5:	Değer-İnanç-Norm Teorisinin Uygulandığı Araştırmalar	43
4.1:	Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri	76
5.1:	Keşifsel Faktör Analizindeki Elemeler Sonrası Bağımlı Değişken Yapısı (Çevreci Tüketim Davranışı)	78
5.2:	Keşifsel Faktör Analizi Öncesi ve Sonrasında Çevreci Tüketim Davranışı Değişkenlerine Ait Soru Sayısı	80
5.3:	Çevreci Tüketim Davranışı Yapısındaki Değişkenlerin Ortalama Değerleri	82
5.4:	Çevreci Tüketim Davranışı Yapısındaki Değişkenler Arası Korelasyonlar	82
5.5:	Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası Bağımsız Değişken Yapısı	84
5.6:	Doğrulayıcı Faktör Analizi sonrası Bağımsız Değişken Soru Sayısı	90
5.7:	Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri	90
5.8:	Faktör Yükleri, Güvenilirlik ve Geçerlilik Katsayıları	91
5.9:	Tanımlayıcı İstatistikler ve Faktörler Arası Korelasyon Katsayıları	93
5.10:	Yapısal Eşitlik Modeline ait Hipotezlerinin Değerleri	95
5.11:	Araştırma Hipotezlerinin Test Sonuçları	98
5.12:	Araştırma Modelindeki Değişkenlerin Çevreci Tüketim Davranış Üzerindeki Dolaylı Etkileri	99
5.13:	Değer-İnanç-Norm Modeli Kapsamında Tüketimi Azaltma, Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim Davranışlarının Analizi	100
5.14:	Analizlerde D-İ-N Modeliyle Açıklanan Varyans Bilgileri	103
6.1:	Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi	111

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihinde, sanayi devrimiyle birlikte yaşanan ekonomik büyüme, teknolojik gelişmeler sonucunda kalkınmış ekonomilerde bireysel tüketim daha da ivmelenmiş, doğa üzerinde büyük hasarlar bırakmıştır (McNeill, 2001). Leopold (1948), insan-doğa ilişkisinde öne çıkan insanmerkezli (*anthropocentric*) yaklaşımın bireysel ekonomik ayrıcalıkları öne çıkarırken, doğaya, doğadaki diğer canlılara karşı zorunlulukları, sorumlulukları göz ardı etmesine neden olduğuna, bu ekolojik dengesizliğin doğurduğu ve neden olacağı çevresel felaketlere dikkat çekmiştir. 1960lı yıllardan itibaren, çevre bilim (ör. Carson, 1962; Hardin, 1968), ekonomi (ör. Meadows and Meadows, 1972), çevre psikolojisi (ör. Wohlwill, 1970; Maloney and Ward, 1973), sosyoloji (ör. Dunlap and Van Liere, 1978), pazarlama (ör. Kotler and Zaltman, 1971; Kassarjian, 1971) ve diğer bilim alanlarındaki çalışmalarda, doğal kaynakların sınırlılığının, çevresel sorunların sosyal sonuçları olduğuna, ortak bir kaderin paylaşıldığına vurgu yapmışlardır. Hardin (1968)'in bölgesel sorundan yola çıkarak önerdiği “ortak varlıkların trajedisi-*tragedy of the commons*” kavramı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin nüfus ve gelir artışı dikkate alınarak, insanlığın çözüm bulunması gereken bir küresel sorun olarak farklı perspektiflerden incelenmiştir. 1987'deki WCED Brundtland Raporu, 1992 Rio Zirvesi ve sonrasındaki uluslararası toplantılarda kuşaklar arası, kuşak içi bütün insanları ve canlıları dikkate alan, doğaya hükmetme yerine doğayla beraber yaşamayı esas alan, çevresel ve sosyal adaletin sağlanması için siyasal sorumluluğun uygulama alanları genişletilmiştir (Desjardins, 2013).

Söz konusu süreç içerisinde, mevcut büyümeye dayalı ekonomi modelinde egemen olan ve haklarının sonsuz olduğu savunulan tüketicilerin davranışları da eşzamanlı olarak gözden geçirilmiştir (ör. Fisk, 1973, Kinnear et al, 1974; Webster, 1975). Ekolojik açıdan “doğal kaynakları kendi amacına uygun olarak sahiplenen, dönüştürerek kullanan, sonrasında atık olarak bertaraf eden bir metabolik organizma” (Ropke, 2009, s.2495) olarak tanımlanan bireyler, çevresel adalet çerçevesinde yaşam tarzlarının, tercihlerinin, davranışlarının doğa, diğer insanlar ve canlılar üzerindeki etkilerini dikkate almak ve bireysel refahın motive ettiği davranışlarını sosyal ve ekolojik sonuçlarını dikkate alarak şekillendirmek zorundadır (Stern and Dietz, 1994).

Günümüzde bireylerin ulaşım, elektrik, ısınma, serinleme amaçlı aşırı derecede artan fosilli yakıt tüketiminin neden olduğu sera gazı emisyonu, küresel ısınmayı doğrudan arttırmakta, uzun vadede doğa ve insanlık için olumsuz sonuçları olan iklim değişikliğini hızlandırmaktadır (UNEP, 2017). Buzdolaplarının, klimaların, deodorantların, yangın söndürücülerin ve plastik malzemelerin üretiminde kullanılan kloroflorokarbon gazları atmosferdeki sera gazı salınımını sürekli olarak arttırmakta, etkileri günümüzde de hissedilen küresel ısınmaya katkıda bulunmaktadır (IPCC, 2014). Aşırı gıda talebine yanıt vermek için kullanılan yöntemler (ör. gırgır ve trol yöntemleriyle balıkçılık), denizlerdeki balık popülasyonunda ani düşüşe, türlerin yok olmasına neden olmakta, biyolojik çeşitlilik kaybolmaktadır (WHO, 2017). Aşırı ve hızlı tüketimin tetiklediği sanayi tarım kapsamında suni tohumların kullanılması sonucunda, gıda kalitesinin düşmekte ve toprak kirliliği yaşanmaktadır (FAO, 2017). Kolay ulaşılabilen, ucuz maliyetli ürünlerin de desteklediği aşırı tüketim ile atık miktarı hızla artmakta, buna bağlı olarak toprak ve su kirliliği de artmaktadır (Thogersen and Grunert-Beckmann, 1997). Dünyada hızlı tüketime yanıt vermek için kullanılan sanayi yöntemlerinin toprak kirliliğine, verimsizleşmeye, su (ör. okyanuslardaki kirlenme) ve hava kirliliği, fosilli yakıt tüketimindeki artışa ekolojik sorunların belirleyicileri arasında gelişmiş ekonomilerde son iki yüzyıl içerisinde büyük bir artış gören tüketimin de olduğu belirtilmektedir (WWI, 2015). Özellikle, okyanus sularında (Andrady, 2011) ve içme sularında rastlanan polipropilen (mikroplastik maddelerin) kitlesel tüketimin zararlarının ekolojik tehdidin güncel büyüklüğünü göstermektedir (Guardian, 2018).

Gelinen noktada, Wackernagel and Rees (1998)'in "ekolojik ayakizi" analizi ile somutlaştırmayı amaçladığı gündelik tüketimin ve tüketimin tetiklediği beşeri faaliyetlerin olumsuz ekolojik etkilerini en aza indirmek için aşırı tüketimin azaltılması (de Young, 1996), kullanım öncesindeki kayıpların tercihlerle giderilmesi (ör. ithal sebze meyve taşınması sırasında yaşanan israfın yerel ürün kullanımıyla en aza indirgenmesi), ihtiyacın kitlesel üretim yerine organik, çevre dostu ürünlerle karşılanması, kullanım aşamasında tasarrufun, verimliliğin öne çıkarılması ve tüketim sonrasında da atık miktarını en aza indirgenmesi, ürünün yeniden kullanılması ve kullanılamaması durumunda geri kazanılması (Oskamp, 2000) gibi çevre açısından olumlu etkisi olan ortak çözüm yolları önerilmektedir. Tüketiciler, iklim değişikliği gibi bütün dünyayı etkileyen insan kaynaklı ekolojik zararların

farkında olduklarını belirtmekte, bu durumdan kısmen de olsa sorumluluklarını kabul etmektedirler (Wells et al., 2011).

Bununla birlikte, son tüketicilerin çevre yanlısı tutumlarını çevreyi koruma davranışına dönüştüremedikleri sıklıkla görülmektedir (Mainieri et al., 1997; Vermeir and Verbeke, 2006; Prothero et al., 2011). Çevreci tüketim literatüründe “değer-davranış boşluğu” (Blake, 1999; Young et al., 2010), “tutum-davranış boşluğu” (Kollmuss and Agyeman, 2002), hatta çevre dostu niyetin eski zararlı alışkanlıkları değiştirememesinden dolayı “niyet-etki asimetrisi” (Whitmarsh, 2009) olarak tanımlanan bu çelişki, ek ücret ve çaba, konfor kaybı gibi davranışa özgü maliyetler ile açıklanabilmektedir (Guagnano et al., 1995; Diekmann and Preisendörfer, 2003, Steg et al., 2014). Sözkonusu boşluğun kaynakları arasında, altyapı eksikliği, yasal düzenlemelerin yetersizliği (de Young, 1988-1989) gibi durumsal engeller, bireysel fayda ile sosyal fayda ikilemi içinde öncelik belirleyememe (Samuelson, 1990), ekolojik sorumluluğu gibi diğer paydaşlara yükleme (Gifford, 2011), teknolojinin kurtarıcılığına inanma (Gifford and Chen, 2017), tehditleri indirgeme gibi çevreci davranmamayı meşrulaştıran savunma mekanizmaları da yer almaktadır (Gifford, 2011). Gelişmiş ekonomilerde bireysel refah seviyesi yüksek tüketicilerin yoğun çalışma ve hızlı tüketme döngüsüne “kilitlenip kalması” (Sanne, 2002; Schor, 2005; Jackson and Papathanasopoulou, 2008) ve çevreyi koruma konusunda ek maliyetleri üstlenmemeleri, gelişmekte olan ekonomilerdeki tüketicilerin de, refah artışıyla, benzer bir şekilde davranma olasılığını güçlendirmektedir (UNEP, 2017).

Farklı bilimsel, politik ve sosyal yaklaşımlar incelendiğinde, çevreci davranışa yönelik sunulan çözüm arayışlarında, gelişmiş-gelişmekte olan ülke farklılığı, bilim dalına (çevre bilimi, fizik, ekonomi, psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, felsefe) birden fazla öncelik belirleyen yaklaşımlar, uluslararası siyasi anlaşmaların genel hedefleri belirlenirken (ör. IPCC) daha küçük adımlarının net olmaması nedeniyle, doğayı ortak bir çözümle koruma odağının dağılmasına neden olabildiği görülmektedir. Leopold (1948) ve Heberlein (1972)’in vurguladığı, doğayı, diğer canlıları ve insanları dikkate alan çevre ahlakının farklı yaklaşımların merkezinde olmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Çevre ahlakında öne çıkan kendisinden başkasını düşünme zorunluluğunun, bireysel normlar olarak özgecil, diğerkâm davranışları açıklamada etkili olduğu gösterilmiştir (Schwartz, 1970). İnsanların başkalarının iyiliğini düşünmesine vurgu yapan ahlaki sorumluluğu temsil eden bireysel

normların özgecil davranışlar üzerindeki etkisini gösteren Norm Aktivasyon Teorisi (Schwartz, 1977) kapsamında enerji tasarrufu (ör. Black et al.,1985), geri dönüşüm (ör. Hopper and Nielsen,1991; Vining and Ebreo, 1992) gibi özel çevreci tüketim davranışlarını açıklamada etkili olmuştur. Bununla birlikte, Norm Aktivasyon Teorisi kapsamındaki bireysel normlar, çevreci davranmamak için geliştirilen savunma mekanizmaları tarafından zayıflatabilmektedir (Blamey, 1998). Esasen ahlaki çözümler olarak görülebilecek bu duruma karşı, bireyin vicdani muhasebesini her an yapabilmesini sağlayacak bireysel normları dikkate almak zorundadır. Bu noktada, Değer-İnanç-Norm Teorisi (Stern, 2000) kişinin duruma göre değişmeyen ilkeleri olarak tanımlanan değerlerden başlayan bilişsel zincirin ahlaki zorunluluğu, bireysel normları sürekli olarak harekete geçirebileceğini savunmaktadır. Davranış zorluğu düşük olan çevreci davranış için geçerliliği gösterilmiş olan bu teorinin, gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiş, çevreci tüketim davranışlarını açıklamak için kullanılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede, bireysel değerlerden başlayan zincirin etkilediği bireysel normların ya da ahlaki zorunluluğun, çevresel sorumluluğun gündelik çevreci tüketim davranışlarına olan etkisi bu araştırmada incelenmektedir.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, ekolojik ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmede tutarsızlık gösteren tüketicilerin gündelik davranışları üzerinde ahlaki sorumluluklarını harekete geçirebilecek faktörlerin incelenmesidir. Bu kapsamda, Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesinde bireysel değerlerden başlayarak yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme arasındaki zincirleme etkinin harekete geçirdiği bireysel normların, tüketim öncesi, sırasında ve sonrasındaki “bireysel alan davranışları” üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Bu araştırmanın problemi şu şekilde ifade edilmiştir: “Tüketicilerin tek bir davranışla sınırlı kalmadan bütüncül bir çevreci tüketim tarzı izlemesinde etkili olan bireysel değerler, inançlar ve normların oynadığı roller nelerdir?”

Bu kapsamda araştırmada, Ölander ve Thøgersen (1995), Peattie (2010) ve Belz and Peattie (2012) tarafından önerilen çevreci tüketim davranışının süreç esaslı olarak değerlendirilen yaklaşımı kullanılarak, çok boyutlu bir çevreci tüketim davranış yapısı üzerinde durulmaktadır. Söz konusu çok boyutlu yapının Değer-İnanç-Norm

Teorisi çerçevesinde değerlerden bireysel normlara uzanan bilişsel zincir ile nasıl açıklandığının incelenmesi amaçlamaktadır.

Bu hedef doğrultusunda, yürütülen araştırmada cevabı aranan araştırma soruları şunlardır:

1. İhtiyacın fark edilmesinden tüketim sonrasına kadar uzanan süreç, çevreci tüketim davranışlarının gruplandırılmasında etkili midir?

2. Tüketicilerin hayatlarında değişmeyen manevi referansı olarak bireysel değerler, inançları, göreceli olarak değişkenlik gösterebilen bireysel ahlaki zorunlulukları, normları harekete geçiren bir zincirin tetikleyicisi olabilir mi?

3. Değer-İnanç-Norm bilişsel zinciri, farklı tüketim aşamalarındaki çevreci davranış türleri arasında aynı etkiye sahip midir?

4. Mevcut literatürde maddi, fiziksel, zamansal açıdan düşük maliyetli davranışları açıkladığı gösterilen Değer-İnanç-Norm Teorisi, gündelik hayatta kendilerine özgü farklı maliyetleri, zorlukları içeren davranışları olarak dışa yansıyan bir çevreci tüketim bilincini açıklamada etkili midir?

1.2. Araştırmanın Özgün Değeri

Tüketicinin bireysel tüketim alanındaki tercihlerinin, faaliyetlerinin başkası üzerinde doğurabileceği olumsuz sonuçlarının farkında olarak gönüllü davranışları benimsemesini ifade eden sorumlu tüketim davranışı, tüketimin doğa, diğer canlılar ve insanlar üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, çevreci tüketim davranışını da kapsamaktadır.

Literatürde çevreci tüketim üzerinde doğrudan olumlu etkisi gösterilmiş bireysel değerlerden başlayan ve çevresel inançlar ile bireysel normları izleyen bir zincirin çevreci tüketimi destekleyeceğini öneren Değer-İnanç-Norm (D-İ-N) Teorisi, çevresel açıdan sorumlu davranışı desteklemekte etkili olabilecek bir alan sunmaktadır. D-İ-N kapsamındaki zincirin başlangıcı olan ve koşullara göre değişmeyen ilkeler olarak değerlerin, değişkenlik gösteren inançlar üzerindeki doğrudan ve bireysel normlar üzerindeki dolaylı etkilerini incelemek literatürdeki tutum-davranış boşluğunun azaltılmasına destek sunabilecektir.

Değerler, inançlar ve bireysel normlar arasındaki etki zincirinin etkinliğini savunan D-İ-N Teorisi, literatürde daha çok “fiyat, çaba, zaman, konfor açısından”

düşük maliyetli, düşük ilgilenimli davranışlar (ör. enerji politikasının desteklenmesi, Steg et al., 2005) üzerinde yapılan çalışmalarda kullanılmıştır.

Literatürde ilk kez bu araştırmada, D-İ-N teorisinin, gündelik çevreci tüketimin her aşamasını (satın alma-kullanım aşaması-kullanım sonrası) ve farklı zorluklarını, maliyetlerini içerecek şekilde uygulanması amaçlanmaktadır. Ahlaki sorumluluğu, zorunluluğu temsil eden bireysel normların özel bir çevreci tüketim davranışını değil, tüketim sürecinin farklı aşamalarındaki çevreci davranışlar olarak kendini gösteren çevreci tüketim bilincini etkilediği iddiası sınanacaktır.

Bireysel normları ve ahlaki yaklaşımı savunan Norm Aktivasyon Teorisi, geri dönüşüm, enerji tasarrufu gibi özel çevreci davranışları etkili bir şekilde açıklamıştır ancak davranışsal zorlukların güçlendirdiği savunma mekanizmaları nedeniyle teorisinin etkinliğinin azalabildiği görülmüştür (Blamey,1998). Norm Aktivasyon Teorisindeki bu eksiği dikkate alarak oluşturulan D-İ-N Teorisi, bireysel değerlerden başlayan bir zincirin değişkenlik gösterebilen ve davranış üzerinde doğrudan etkisi olan bireysel normları güçlendireceğini, aktif tutabileceğini önermektedir. Dolayısıyla, D-İ-N kapsamında bireysel normların farklı davranışlar üzerindeki olumlu etkisi, tek bir davranışla sınırlı kalmadan birden fazla davranışta aynı anda, aynı yönde değişimi hedefleyen sosyal pazarlama çalışmalarının, uygulamalarının geliştirilmesine önemli katkı sağlayacaktır.

1.3. Araştırmanın Kapsamı

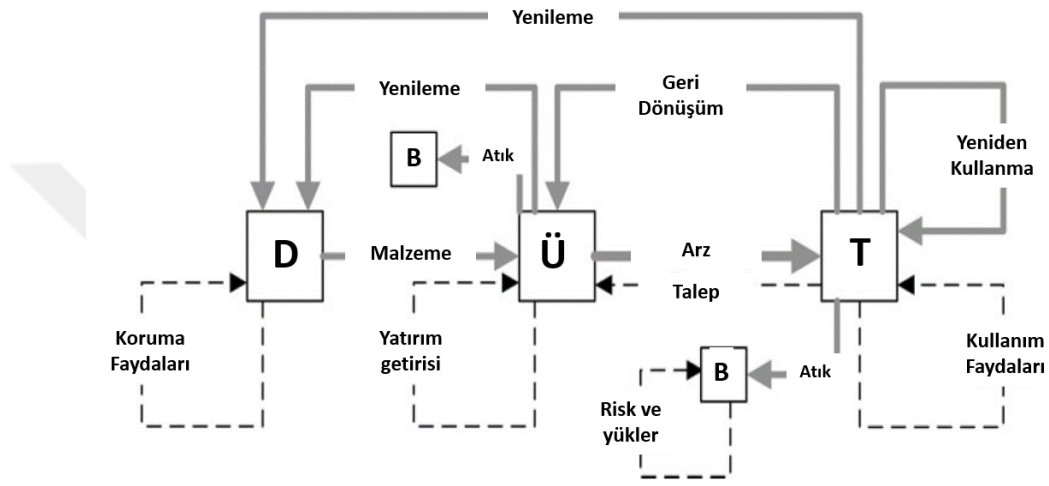
Belirtilen katkıların sağlanması amacı ile yürütülen bu araştırma teorik öngörü ve kavramsal çerçeve ile başlamaktadır. Bu kapsamda, tüketimin çevre üzerindeki etkisi, sorumlu tüketim, çevreci tüketim ve bireysel çevreci tüketim davranışlarına dair özet bir bilgi verilmektedir. Sonrasında, çevreci tüketim davranışını açıklamaya yönelik teorik modeller ile araştırma için kavramsal zemini oluşturan Değer-İnanç-Norm Teorisine dair özet bilgi sunulmaktadır. Değer İnanç Norm Teorisi çerçevesinde değerler, yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar ve çevreci tüketim davranışı (yalın tüketim, yeşil tüketim, geri dönüşüm ve enerji tasarrufu gibi) arasındaki zincirleme etkiye dair hipotezler önerilmektedir. Tanımlayıcı bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada hipotezlerin testi için gerekli verinin toplama yöntemi, sonrasında gerekli analizler ve sonuçları raporlanarak değerlendirilmiştir.

2. TEORİK ÖNGÖRÜ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tarım toplumuna kadar temel ihtiyaçlara karşılık gelebilecek tüketme, harcama kavramı, özellikle endüstriyel devrimden itibaren biyolojik gereksinimlerin karşılanmasının fazlasıyla ötesine geçerek ekonomik, ekolojik, psikolojik, sosyolojik, antropolojik boyutlarını kapsayan tekil bir tanıma indirgenemeyecek şekilde genişlemiştir (Miller, 1995). Günümüzde ekonomik koşullardan bağımsız olarak, bireysel düzeyde “tüketim, artık nadiren salt ihtiyaca karşılık gelmekte ancak, çok çeşitli ödüllerin sunulmasına katkıda bulunmaktadır” (Warde, 2005, s. 142). Sözkonusu olan “ödül”, gündelik bir ihtiyaca, çok uzaklardan ithal edilmiş bir gıda, giysi olarak eklenebildiği gibi, bireysel açıdan önemli olabilecek yeni bir elektronik eşya, aksesuar gibi sosyal gösterge halini de alabilmektedir (Featherstone, 2007). Bir başka deyişle, tüketim, ihtiyaçları tatmin etme aracı olmanın ötesine geçerek, bireyin sosyal ilişkilerini, kimliklerini ve görüntülerini düzenleyen bir olgu olarak yaşamlara nüfuz etmiştir (Gabriel and Lang, 2006). Endüstriyel devrim sonrasında, ekonomik açıdan üretimin çıktısı olarak varsayılan tüketim, teknolojik gelişmelerle hızla nüfuz ettiği bireysel yaşam alanlarında kavuştuğu yeni anlamlarla, insanların ve toplumların yapılarını, kültürlerini şekillendiren karmaşık bir yapıya ulaşmıştır (Warde, 2005). Günümüzde farklı ekonomik ve kültürel ortamlarda ihtiyaç, tatmin, refah, arzu, kimlik, sembolik roller, sosyal iletişim, anlam arayışı gibi kaynaklardan beslenebilen tüketim ekonomisinin büyük ekonomik kriz dönemleri haricinde sürekli büyümesi, tüketimi varlığı yadsınamayacak bir sosyal, bireysel ve ekonomik olgu haline getirmiştir (Jackson, 2005a).

Bununla birlikte, tüketimin ekonomik, kültürel, psikolojik özelliklerinin yanında doğrudan ve dolaylı ekolojik sonuçları, son kırk yıldaki araştırmalarda dikkate alınsa da, halen bireysel tüketim davranışlarının olumsuz sonuçlarının azaltılmasına etki edememektedir (Diekmann and Preisendörfer, 1998; Kollmuss and Agyeman, 2002; Jackson, 2005b). Mevcut ekonomik düzenin sağladığı kolay erişilebilirlik sayesinde, kısa ömürlü ürünlerin (ör. tek kullanımlık plastik su şişeleri, tek mevsimlik giysiler) aşırı tüketiminden kaynaklı toprak, su kirliliği, aşırı fosil enerji kaynaklarının kullanımının neden olduğu sera gazı emisyonu artışı, gereksiz ambalaj kullanımının neden olduğu atık fazlalığı ekolojik ve sosyal açıdan büyük

problem yaratmaktadır. Her ne kadar karmaşık bir kavram olarak tüketimin birden fazla kaynağı bulunsa da, bu çok anlamlılık, ekolojik açıdan içinde bulunduğu “zarar zinciri”nin (Polonsky et al, 2003) dikkate alınmamasını açıklamamaktadır. Lebel and Lorek (2008)’in Şekil 2.1’de özetlediği üretim-tüketim ilişkisi, ekonomik ve ekolojik açıdan tüketim davranışının ekosistem içerisindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini ve Polonsky et al. (2003)’ün dikkat çektiği zarar zincirinin üretim/tüketim öncesi, sırası ve sonrasındaki örneklerini göstermektedir.



Şekil 2.1: Çevresel Açıdan Üretim-Tüketim İlişkisi (Lebel and Lorek, 2008)

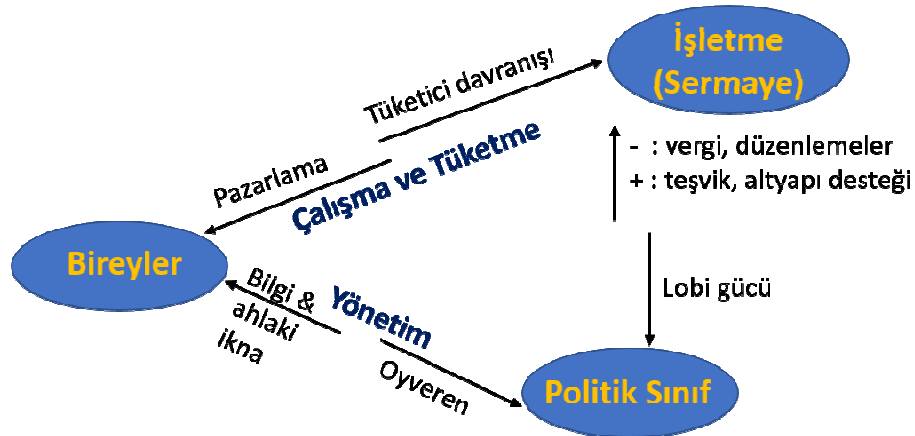
D: Doğa **Ü:** Üretici **T:** Tüketici **B:** Bertaraf etme, düzenli depolama

Son 40 yıldır yapılan çalışmalarda (ör. Meadows and Meadows,1972; WCED,1987) çevresel zarardan dolayı sürdürülemez olan ekonomik ve sosyal kalkınmanın yeniden tanımlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Şekil 2.1’de başlık halinde özetlenen zararların yanındaki yatırım getirisi, Hardin (1968)’in “ortak varlıkların trajedisi”ni de aynı zamanda temsil etmektedir çünkü rasyonel yatırımcı olarak işletmeler, örgütler, getiri sağladıkları sürece varolan ekonomik düzenin, altyapının sürdürülmesini istemektedirler. Mevcut düzenin sürdürülmesi, ekolojik ve sosyal zararların büyümesine neden olacağından ortaya sosyal ikilem olarak ortak varlıklar trajedisi çıkacaktır (Dietz et al., 2003). Ostrom (1990), bu çıkmazın temelde başta işletmeler ve tüketiciler olmak üzere, bütün paydaşların uzun vadeli toplumsal ve ekolojik fayda için kısa vadeli bireysel faydaları azaltma, hatta onlardan vazgeçme ilkesiyle aşılabileceğini önermektedir. Söz konusu ilke, dünyadaki toplam hane halkı harcamasının toplam küresel gelirin %60’ına karşılık geldiği (World Bank,2016) günümüzde önemli etkiye sahip olabilecektir ancak tüketimin karmaşık

yapısı ve farklı motivasyon kaynakları, bu rasyonel önerinin küresel ekonominin bütün aktörlerince benimsenip uygulanmasını engelleyebilmektedir.

Birleşmiş Milletler, yeni binyıl için kalkınma hedefleri belirlerken, 1960'dan itibaren iki kat artan nüfusa, günlük geliri 2\$'ın altında olarak yaşayan 3 milyar insanın varlığına, obezite ve salgın hastalıklara, sayıları hızla artan mega şehirlere dikkat çekmiş, doğal kaynak tüketimindeki daha önce görülmemiş hızın, biyolojik çeşitliliğin azalmasına ve küresel iklim değişikliğinin olumsuz etkilerinin gelecek yüzyılda daha da hızla yaşanacağını belirtmiştir (UNEP, 2002). Wackernagel and Rees (1998) ekolojik ayakizi hesaplamasıyla, üretim-tüketim arasındaki değer zinciri kadar zarar zincirinin de dikkate alınması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Mevcut ekolojik ve sosyal tehditler dikkate alındığında, tüketicilerin, işletmelerin ve ekosistemdeki diğer paydaşların rasyonellikle birlikte sorumluluğu da öne çıkarmaları gerekmektedir (Caruana and Chatzidakis, 2014). Ancak bu sorumluluğu reddetme için teknolojinin kurtarıcılığı, tehditlerin çok yakında olmaması, ekonomik kalkınma ihtiyacı gibi birçok savunma mekanizması kaynağı (Gifford, 2011) bulunabildiğinden, sorumluluğun somut bir şekilde ortaya konulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Şekil 2.2'de özetlenen sosyal ilişkiler, Schor (2005) tarafından, tüketiciler açısından "çalış ve harca" (*work and spend*) olarak özetlenen döngüyü ve bu döngü içerisinde tüketicilerin sorumluluğunu ortaya koymaktadır. Sanne (2005), bu döngü içerisinde, tüketicinin rasyonellik ile ahlaki, uzun vadeli sorumluluğunu, zorunluluğunu birleştirdiğinde, kendisine bağlı olan diğer iki paydaş (siyaset, işletmeler) üzerinde sahip olduğu değiştirme gücüne işaret etmekte ve şekildeki düzenin sürdürülmesi halinde tüketicinin daha çok çalışma ve harcama döngüsünde "kilitlenip kalacağına" dikkat çekmektedir.



Şekil 2.2 : Ekosistemin Üç Paydaşı Arasındaki İlişkiler (Sanne, 2005,s.14)

Şekil 2.2'deki düzenin sürdürülmesi için tüketicilerden farklı olarak kısa vadeli, dönemsel hedefleri, zorunlulukları olan (siyasetçiler için seçimler, işletmeciler için yatırım getirisi) diğer paydaşlar, ekolojik ve sosyal sorumluluk açısından vatandaş tüketicilere hesap vermek zorundadır (Sanne, 2005). Ancak, vatandaş tüketiciler daha önce belirtilen çevreci davranmama gerekçelerini (ör. Gifford, 2011) kullanarak mevcut sistemdeki “çalış ve harca” sarmalına kilitlenerek tüketimin sunduğu kısa vadeli faydalara öncelik verdiğinde, kolektif ekolojik ve sosyal zararlara katkıda bulunacaktır. Dolayısıyla, Ostrom (1990)'un önerdiği uzun vadeli toplumsal ve ekolojik fayda için bireysel faydadan, refahtan vazgeçme olarak özetlenebilecek rasyonel yaklaşım, aynı zamanda ahlaki bir sorumluluktur (Kaiser and Shimoda, 1999).

Vatandaş tüketici (*consumer citizen*) olarak, bireyin ahlaki sorumluluğunu gündelik çevreci davranışlarına yansıtması, mevcut döngünün kolektif refahın büyümesine katkıda bulunacaktır (Barr, 2003; Seyfang, 2005, 2006; Barr et al, 2011). Bununla birlikte mevcut döngüde kazanılan alışkanlıklar da gündelik çevreci davranışların tekrarlanmasına, savunma mekanizmaları gibi engel olabilmektedir (Klößner, 2003; Lacroix and Gifford, 2017). Bu aşamada, bireyin belirli bir durumda olması gerektiği gibi davranmasını niteleyen ahlaki zorunluluk hissi ya da bireysel normlar, çevreyi, ortak refahı koruyan davranış için bilişsel kısayolu sunabilmektedir (Schwartz, 1977; Thøgersen, 2009). Tüketim ve ahlak ilişkisinin kültür, din, sosyal, bireysel açıdan farklı yorumlanabildiği dikkate alındığında (Caruana, 2007), çevresel ve sosyal zararın en aza indirilebileceği anda, aktif olduğu zaman, bireysel normlar zihinsel kısayol olarak kişiye sorumluluğunu hatırlatabilmektedir (Schwartz, 1977; Harland et al, 1999; Thøgersen 2006, 2009). Dolayısıyla, bireysel normların gündelik çevresel ve sosyal sorumluluğu yansıtan davranışlar üzerindeki etkisini incelemek, tüketicilerin ahlaki sorumluluğunu ölçmek açısından önemli bir başlangıç sağlayabilecektir.

Bu nedenle, araştırmanın bu kısmında öncelikle, son 40 yıldır farklılaşan, zaman zaman birbirini kapsayabilen tanımlarla açıklanan sorumlu tüketim davranışı, bu araştırma çerçevesinde sorumlu tüketimin bir alt başlığı olarak ele alınan çevreci tüketim davranışı tanımlanmaktadır. Sonrasında, bu araştırmanın bağımlı değişkeni olarak incelenen çevreci tüketim davranışının teorik modele uygun sınıflandırılması yapılmaktadır. Çevreci tüketim davranışını açıklamada kullanılan teorilere değinildikten sonra, araştırma modelinin esas aldığı Değer-İnanç-Norm (D-İ-N)

Teorisi hakkında temel bilgiler verilmektedir. Sonrasında, D-İ-N Teorisinin esas alındığı araştırmanın modeli ve hipotezleri gerekçeleriyle birlikte açıklanmaktadır.

2.1. Sorumlu Tüketim Davranışı

Tüketimin egemen olduğu mevcut ekonomik düzen içerisinde bireylerin yaşam tarzlarının, alışkanlıklarının, farklı tüketim nedenlerinin dünyanın ekolojik ve sosyal dengesini tehdit eden çevresel sorunlara doğrudan ve dolaylı etkileri olan tüketicilerin üstlenmeleri gereken sorumluluklar olduğuna uzun zamandır dikkat çekilmektedir (Fisk, 1973; Webster, 1975; Antil,1984; Roberts, 1995). Mevcut ekolojik tehdidin yalnızca bu nesil için değil, gelecek nesiller ve bütün canlılar için geçerli olduğu düşüncesi, sorumlu tüketim kavramının çıkış noktası olmuştur (Fisk, 1973; Webster, 1975). Şekil 2.2’de temsil edilen ekonomik ve sosyal düzen içerisinde, tüketicinin sahip olabileceği yaptırım gücünün 1970li yıllarda tartışılmadığı bir ortam söz konusu olduğundan, sorumlu tüketim kavramı, ekolojik (Fisk, 1973; Balderjahn, 1988), sosyal (Webster,1975; Antil, 1984; Roberts, 1995) ve bireysel (Brooker,1976) seviyelerde incelenerek somutlaştırılmıştır. Barnett et al. (2005, s.29) “aynı ortamda bulunmayan ya da uzakta olan diğer canlı ve insanlara dair bağlılığın, zorunluluğun, adanmışlığın çok önem taşıdığı her tüketim davranışı, faaliyeti” olarak tanımladığı sorumlu tüketimin sınırlarını genişletmiştir. Bununla birlikte, esasen Ulusoy (2016, s.285) tarafından yapılan “çevre, toplum, birey ve diğer canlılar açısından en az olumsuz etkiye hatta daha olumlu etkiye sahip tüketim” tanımı sorumlu tüketimin ekolojik, sosyal, bireysel açıdan genişleyen kapsamını anlatmaya yardımcı olmaktadır.

Söz konusu tanımlama esas alındığında, sorumlu tüketim, ekosistemdeki bir paydaş olarak son tüketicinin yükümlülüklerinin ve davranışlarının muhtemel sonuçlarının bilincinde olarak tüketim kararlarını alması ya da önlemesi, tüketim sırasında ve sonrasında sorumluluğuna uygun hareket etmesi üzerine kurgulandığı görülebilmektedir. Bu çok işlevli tanımın kapsamına birçok davranış girmektedir:

- bireysel, sosyal ve ekolojik hassasiyetin birlikte hissedilerek hayata geçirildiği çevreci tüketim (Balderjahn, 1988; Follows and Jobber, 2000; De Young, 2000);
- tüketimin farklı sosyal zararlarının etkilerinin dikkate alındığı, işletmelerin ve diğer paydaşlar olarak devletlerin, kar amacı gütmeyen örgütlerin sosyal

sorumluluklar açısından takip edildiği sosyal sorumlu tüketim (Webster, 1975; Brooker, 1976; Antil, 1984; Roberts, 1995; François-Lecompte and Roberts, 2006; Webb et al., 2008);

- ihtiyaçların kaçınılmaz bir şekilde karşılanması gereken durumlarda sürdürülebilirliğin esas alındığı ve çevresel olumsuz etkinin en aza indirgenmesinin amaçlandığı yeşil tüketim ürünlerini (ör. organik gıda, biyoyakıt kullanma, geri dönüşüm ürünleri) tercih etme (Straughan and Roberts, 1999; Young et al., 2010; Cleveland et al., 2012);

- maddi tüketimin azaltıldığı, sınırlı kaynakların korunduğu paylaşımcı tüketim (Mont, 2004; Belk, 2014);

- maddi tüketimin sağladığı tatminin manevi tüketimle doldurulduğu gönüllü sade yaşam tarzını esas alarak, aşırı tüketimin azaltıldığı, maddi tüketimin mümkün olduğunca kısıtlandığı yalın tüketim (Shaw and Newholm, 2002; Craig-Lees and Hill, 2002; Özgül, 2007);

- tüketicinin etik, ahlaki kaygılarının karar, satın alma ve diğer tüketim deneyimlerinde etkili olduğu etik tüketim (Muncy and Vitell, 1992; Cooper-Martin and Holbrook, 1993; de Pelsmacker et al., 2005);

- çevreye zarar veren, etik olmayan üretim yapan işletmelerin boykot edilmesi; diğer yandan, çevreci, etik davranan, sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmelerin desteklenmesi (Muncy and Vitell, 1992; Roberts, 1995; Caruana and Chatzidakis, 2014);

- tüketim aşamasında esasen ekonomik kaygılarla kaynak tasarrufu sağlayan tutumlu tüketim (Leonard-Barton, 1981; Pepper et al., 2009; Gatersleben et al., 2017);

- tüketilen ürünlerin kullanım sonrası sürdürülebilirlik çerçevesinde yeniden kullanım ya da geri dönüşüm yoluyla çevreye zararının azaltılması (Peattie, 2012);

- kamu yararına bağlılığı, haklarla sorumluluklar arasındaki ahlaki dengeyi, her davranışın bir sosyal, ekolojik sonucu olduğunu esas alarak, kamusal alanda siyasi kurumları, işletmeleri ve sivil toplum kuruluşları gibi diğer paydaşları denetleyen, izleyen bireylerin statü ve faaliyetlerini ifade eden “çevre yurttaşlığı-*ecological citizenship*” (Barr, 2003; Seyfang, 2006; Marchand and Walker, 2008; Barr et al, 2011).

Çok geniş kapsama sahip sorumlu tüketimi son tüketici seviyesinde somutlaştırmak için farklı yaklaşımlar önerilmiştir. Valor and Carrero (2014),

sorumlu tüketimi birbirleriyle ilişkili davranışlar grubunu kapsayan uzun vadeli bir “bireysel proje” olarak tanımlamaktadır. Söz konusu bireysel proje, kişilik, değerler, tutumlar ve davranışların etkileşimini, davranış üzerinde bireysel ve sosyal etkileri kapsamaktadır (Valor and Carrero, 2014). Bireysel proje yaklaşımında, çok kapsamlı ve somutlaştırma ihtiyacı olan bir kavram olarak sorumlu tüketimin benimsenmesinin, bireysel ve sosyal etkileşimlerle kolaylaştırabileceği savunulmaktadır (Valor and Carrero, 2014).

Sorumlu tüketim, bireysel tatmini korurken, diğer insanların, canlıların, sonraki nesillerin ortak faydalarını göz ardı etmeden birlikte yaşam yaklaşımıyla hareket etmelerini esas almaktadır. Farklı boyutlarından ötürü (ör. sosyal sorumlu tüketim, etik tüketim, ortaklaşa tüketim, çevre yurttaşlığı), sorumlu tüketimin, ortak sorunlara gönüllü olarak katkıda bulunmayı, özgecil değerleri öne çıkartmayı ve tüketim kültürüyle uzlaşarak bir çözüm yolu arayan gelişen bir kavram olduğu görülmektedir (Lim, 2017). Sorumlu tüketim, çevresel, etik, ekonomik ve sosyal bilinci içermektedir ve tüketiciyi gönüllü olarak kendisinden başkasını düşünmeye teşvik etmektedir (Buerke et al., 2017; Lim, 2017). Dolayısıyla, özgecil ve çevreci değer yönelimlerinin etkili olduğu çevre dostu, çevreci tüketim davranışı, hem süreç esaslı yaklaşım hem de kapsam açısından sorumlu tüketimin bir alt bileşeni olarak yorumlanabilmektedir (Buerke et al., 2017).

Sorumlu tüketimin sürekli genişleyen etki alanının somut olarak anlaşılabilmesi için, alt boyutu olarak değerlendirilen ve beraber yaşanan nesli, sonraki nesli ve diğer canlıları dikkate alan çevreci tüketim davranışlarının tanımlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

2.2. Çevreci Tüketim Davranışı

Kotler and Levy (1969), çevresel tehditlerin yakın ve uzun vadeli sonuçlarını dikkat çekerek büyüme odaklı ekonomide tüketimi arttırmaya odaklı pazarlamanın “toplumsal” sorumluluğuna vurgu yaparak, pazarlama ve tüketici davranış akademisyenlerine bireysel sorumluluklarını hatırlatmıştır. Bu akademik sorumluluk çağrısı, özellikle gelişmiş ülkelerde dikkat çeken sürdürülebilir dünya tartışmalarıyla (ör. Meadows and Meadows, 1972) ve yeni bir akademik disiplin olarak çevre psikolojisinin (Wohlwill,1970) ortaya çıkmasıyla eş zamanlı olduğundan, sorumlu tüketim (ör. Fisk, 1973; Webster, 1975) ve bir alt başlığı olarak çevreci tüketim

(Kassarjian, 1971; Kinnear et al, 1974) üzerine çalışmalar, farklı disiplinlerden de destek alarak yayılmış, zenginleşmiştir. Literatürdeki çevreci tüketime ilişkin çalışmalar incelendiğinde, başlangıçta çevreye zarar vermeyen tüketim davranışının incelendiği, zaman içerisinde çevresel tehditlerin uzun vadeli bireysel, ekonomik, sosyal sonuçlarının daha da belirginleşmesiyle çevreci tüketim davranışına ilişkin araştırma alanının genişlediği görülmektedir (ör. Antil, 1984; Balderjahn, 1988; Roberts, 1995; Webb et al., 2008). Çevresel tehditlerin bireysel, toplumsal ve ekonomik sonuçlarının somutlaşmasıyla, tüketimin her aşamasında doğayı, ekonomiyi ve toplumsal öncelikleri bir arada düşünmek (Roberts and Bacon, 1997), topluma zararı olmayan, çevre dostu tüketim yapmak (Minton and Rose, 1997); çevreye zararlı ürünleri tercih etmemek (Pagiaslis and Krontalis,2014), mevcut çevresel kaynakların korunması için mülkiyet yerine yalnızca ortak hizmetten yararlanmak gibi alternatif tüketim seçenekleri bulmak (Mont,2004) pazarlama ve tüketici davranışı literatüründeki çevreci tüketim davranışı kapsamında incelenmektedir (Straughan and Roberts, 1999; Gilg et al., 2005; Peattie, 2010; Young et al., 2010; Ritter et al. 2015; Barbarossa and De Pelsmacker, 2014). Ek olarak, çevresel psikolojisinde bireysel “çevreci davranış-proenvironmental behavior” araştırmaları, içerik olarak benzer davranışları (ör. yeşil tüketim, enerji tasarrufu, geri dönüşüm) esas aldığından çevreci tüketim kapsamında değerlendirilmektedir (ör. Kaiser, 1998; Gatersleben et al., 2002; Nordlund and Garvill, 2002, 2003; Steg and Vlek, 2009).

Tablo 2.1’de sorumlu tüketimin bir alt başlığı olarak tanımlanan ve literatürde sorumlu tüketimin esasına uygun olarak “tüketimin doğa üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmeye hatta olumlu etki etme” amacındaki çevreci tüketim davranışlarını betimleyen, kendi aralarında ilişkili, tamamlayıcı ve farklılaşabilen özellikleri olan birçok kavram bulunmaktadır:

- çevresel açıdan bilinçli tüketim (ör. Ellen et al., 1991; Alwitt and Pitts, 1996; Roberts and Bacon, 1997; Straughan and Roberts, 1999);
- çevresel açıdan sorumlu tüketim (ör. Balderjahn, 1988; Berger and Corbin, 1992; Follows and Jobber, 2000; Urien and Kilbourne, 2011);
- çevre/doğa dostu tüketim (ör. Minton and Rose, 1997; Laroche et al., 2001; Dolnicar and Grün, 2009; Barbarossa and De Pelsmacker,2014);
- çevresel açıdan anlamlı tüketim (ör. Stern, 2000; Gatersleben et al., 2002);

- sürdürülebilir tüketim (ör. Tanner and Kast, 2003; Peattie and Collins, 2009; Mcdonald et al., 2009; Young et al., 2010; Belz and Peattie, 2012);
- yeşil tüketim (ör. Gilg et al., 2005; Peattie, 2010; Pagiaslis and Krontalis, 2014);
- düşünceli tüketim (Sheth et al. 2011);
- çevresel aktivizm (ör. Stern et al.,1999; Cleveland et al., 2012);
- çevre yurttaşlığı (ör. Barr, 2003; Seyfang, 2005, 2006; Barr et al, 2011).

Tablo 2.1: Sorumlu Tüketim Davranışının Alt Boyutu olarak Çevreci Tüketim Davranışı

SORUMLU TÜKETİM		
Çevreci Tüketim (Stern, 2000) Tüketimin doğa üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya yönelik davranışlar		Sosyal Sorumlu Tüketim (Antil, 1984; Webb et al, 2008) Tüketimin toplum üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya yönelik davranışlar
<p>Bireysel Alan</p> <p>Hane içi Davranışlar (Hanehalkı davranışları)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tüketimi azaltma - Yeşil tüketim - Enerji tasarrufu - Geri Dönüşüm <p>Hane dışı Davranışlar (İşyeri, ortak alan, tatil davranışları)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tüketimi azaltma - Yeşil tüketim - Enerji tasarrufu - Geri Dönüşüm - Ulaşım tercihleri 	<p>Kamusal Alan</p> <p>Çevreci Aktivizm: Çevreci örgütlere aktif katılım, üye olmak, faaliyetlerinde rol almak</p> <p>Aktivist Olmayan Kamusal Alan Davranışları: Kamusal düzenlemeleri (kanun, vergi, altyapı) destekleme, çevre yurttaşlığı</p>	<p>Etik Tüketim satıcının zararına olan bir davranıştan kaçınmak (taklit ürünleri almamak), pasif bir şekilde bu davranışı göstermemek (gözden kaçırılmış tüketimi (ör. kaçak su, elektrik) yapmamak), aldatıcı davranışlarda bulunmamak (bir ürünü hediye değilken hediyeymiş gibi iade etmek)</p> <p>Satın Almayla Destekleme (Boycott)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Küçük ölçekli işletmeleri rekabette destekleme - Yerli, yerel üretim yapan işletmelerin desteklenmesi - Azınlığa karşı ayrımcılık yapmayan, işçilerine güvenli çalışma ortamı sağlayan, müşterilerin haklarını saygı duyan, toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayan, vergi yükümlülüklerini yerine getiren, kadına yönelik negatif ayrımcılık yapmayan firmaların desteklenmesi <p>Boycot Kurumsal ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmelerin ürünlerinin özellikle alınmaması, takip edilmesi</p>

Sorumlu tüketimin bir alt başlığı olarak incelenebilecek olan çevreci tüketim davranışlarının literatürde iki farklı yaklaşımla incelendiği görülmektedir:

- Araştırmaların bir kısmı, yeşil tüketim (ör. Mainieri et al., 1997); enerji tasarrufu (ör. Sütterlin et al, 2011); geri dönüşüm (ör. Oskamp et al, 1991);

bireysel ulaşım tercihleri (ör. Nordlund and Garvill, 2003) gibi özel davranışlara odaklanmıştır.

- Diğer araştırmalarda ise, birden çok özel davranışın yer aldığı davranışlar bütününe çevreci tüketim veya benzer şemsiye tanımların altında incelenmiştir (ör. Balderjahn, 1988; Roberts, 1996; Thøgersen and Ölander, 2002).

Bu iki yaklaşıma ek olarak, literatürdeki farklı çevreci tüketim davranış türlerinin bazı ölçütlere göre sınıflandırıldığı görülmektedir:

- *Amaçlara Göre Sınıflandırma:* Davranışlar, üç temel (hedonik, maddi kazanç ve normatif) amaç çerçevesinde sınıflandırılmaktadır (Lindenberg and Steg, 2007). Hedonik, keyif veren davranışlar (ör. ağaç dikmek, organik gıda tüketmek); maddi kazanç sağlayan davranış (elektrik, su tasarrufu, tüketimi azaltmak); ahlaki olduğu düşünülen davranışlar (gıda,su, enerji israfını önlemek) bu amaçları somutlaştırmaktadır (Steg et al., 2014).
- *Davranış maliyetine, zorluğuna göre sınıflandırma:* Davranışlar, maddi maliyet, konfor kaybı, fiziksel çaba, zaman kaybı gibi maliyetler ve zorluklara göre birbirlerinden ayrıştırılmaktadır (Diekmann ve Preisendörfer, 1998; Steg and Vlek, 2009). Buna göre, bazı davranışlar az maliyetli (ör. boşa akan suyun kapatılması, ısı tüketiminin kalın giyinerek azaltılması) iken, bazı davranışlar yüksek maliyetli (ör. yemek yağlarının, atıklarının geri dönüşüm için ayrıştırılması, evde bekletilmesi, toplama noktasına götürülmesi) olarak sınıflandırılmaktadır.
- *Doğa üzerindeki etkilerine göre sınıflandırma:* Bu sınıflandırmada, ekolojik ayakizi yaklaşımına paralel olarak, bireysel tüketimin (ör. enerji, doğal kaynak, kullanım sonrası evsel atık) bıraktığı ekolojik etki ölçüt olarak kullanılmaktadır (Gatersleben et al., 2002). Bu sınıflandırma yöntemi, bütün paydaşlar için objektif bilgi, geri bildirim sağladığından teorik açıdan önemli olmakla birlikte, düzenli ölçmenin zorluğu nedeniyle uygulama sorunu yaşamaktadır (Steg and Vlek, 2009).
- *Tüketim aşamalarına göre sınıflandırma:* Davranışlar, tüketimin satın alma, kullanma ve kullanım sonrası aşamalarındaki konumları dikkate alarak sınıflandırılmaktadır (Ölander and Thøgersen, 1995; Hansen and Schrader, 1997; Peattie, 2010).

- *Özel Alan & Kamusal Alan Sınıflandırması*: Kamusal alan çevreci davranışları, çevreci aktivizm, çevreci organizasyonların desteklenmesi, çevreyi korumaya yönelik kamusal düzenlemelerin desteklenmesi, çevre koruma için ek vergileri ödemeye gönüllü olma gibi sosyal ve bireysel sorumlulukları içeren çevreci davranışları kapsamaktadır (Stern, 2000). Özel alan çevreci tüketim davranışları, “önemli çevresel etkisi olan hane halkı hizmet ve ürünlerin (ör. motorlu araçlar, ısıtma sistemleri) satın alınması; söz konusu ürün ve hizmetlerin kullanımı, bakımı; hane halkı çöp yönetimi, ve yeşil tüketim davranışı (organik ürün tüketimi, geri dönüşümle elde edilen ürünlerin tüketimi, doğaya olan olumsuz etkisini azaltmaya çalışan hizmet veya ürünlerin satın alınması)” gibi son tüketicinin bireysel alanındaki sorumluluklarını kapsayan davranışları ifade etmektedir (Stern, 2008, s.363). Tablo 2.2.’de kamusal alan ve özel alan çevreci tüketim davranışları kapsamında yer alan davranışlar özetlenmektedir (Stern et al.,1999; Stern, 2000).

Tablo 2.2: Kamusal Alan ve Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışları

Kamusal Alan Çevreci Tüketim	Özel Alan Çevreci Tüketim
<i>Aktivizm, Eylemcilik</i> Çevreci politikaları, toplumu etkileme amacındaki sivil toplum faaliyetlerine aktif katılım ör. Çevreci gösterilere, hareketlere aktif ilgilenim, katılım; başkalarını çevreci sivil hareketlere katılmak için teşvik etme	<i>Hane içi tüketim</i> Davranış zorluğunun, maliyetinin doğrudan yaşandığı davranışlar ör. tüketimi azaltmak, yeşil tüketim, enerji tasarrufu, geri dönüşüm, yeniden kullanım
<i>Kamusal Alanda Çevreci Destek</i> Ortak Fayda için fedakârlık yapma, daha düşük ilgilenimle çevreci faaliyetleri destekleme ör. yetkililere mektup yazma, çevresel örgütlerin fonlarına maddi katkıda bulunma, çevreci politikaları destekleme, kamusal alanlardaki tüketim davranışlarını çevreci amaçla değiştirme	<i>Hane dışı tüketim</i> Davranış maliyetinin doğrudan ve/veya dolaylı yaşandığı bireysel tüketici davranışları, tatil, işyeri, okul gibi ortak alanlardaki davranışlar ör. seyahat, tüketim tercihleri
<i>Çevre Yurttaşlığı</i> Ekosistemdeki işletmeler, hükümetler, siyasi örgütler, sivil örgütler gibi ekolojik paydaşları denetlemek, yönlendirmek	
<i>Kamusal Politikaları Desteklemek</i> Vergiler, düzenlemeler, ekolojik altyapı hizmetlerini desteklemek	

Bu araştırmada incelenen çevreci tüketim davranışları, farklı satın alma aşamalarında yer alan ve farklı davranış maliyetleri olan “hane içindeki” özel alan çevreci tüketim davranışları kapsamında yer almaktadır.

2.3. Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışları

Tüketici davranışı teorisi, tüketimi, ihtiyacın fark edilmesi, bilgi toplama ve alternatiflerin değerlendirilmesi gibi satın alma öncesi davranışlarının, sırasıyla satın alma ve kullanma, en sonunda tüketim sonrası davranışları tarafından izlendiği bir akış olarak nitelendirmektedir (Solomon, 2013). Benzer süreç temelli yaklaşımı, Mohr et al. (2001), Webb et al. (2008) sosyal sorumlu tüketim; Ölander and Thøgersen (1995), Peattie (2010), Onel and Mukherjee (2015) çevreci tüketim davranışı; Belz and Peattie (2012) sürdürülebilir tüketim kapsamında uygulamışlardır. Bu sınıflandırma ile, kamu kurumları ve işletmeler başta olmak üzere, diğer paydaşlar gibi tüketicinin özel sorumluluk alanı daha belirginleşmektedir (Hansen and Schrader, 1997). Süreç yaklaşımı, çevreci tüketim davranışlarının zamanla alışkanlıklara dönüşmesinde önemli olan koşullar arasında yer alan “otomatiklik” ve “çevresel niyetin, amacın sürekli farkında olarak davranma” ilkelerini yansıtmaları açısından önemlidir (Verplanken and Roy, 2015; Steg and Vlek, 2009).

Süreç esaslı sınıflandırma çerçevesinde, çevreci tüketimin üç boyutta incelenmesi önerilmektedir (Ölander and Thøgersen, 1995; Peattie, 2010; Belz and Peattie, 2012):

- *Tüketim öncesi:* ihtiyaç belirlediğinde tüketim alternatiflerini değerlendirirken, öncelikle eldeki alternatiflerle, sonra ödünç paylaşım alternatifleriyle tüketimden kaçınmaktan, tüketimi azaltmaya, yalınlaştırmaya odaklanmak, tüketmek zorunda olduğunda çevre için en uygun ürünü ve miktarı bulmak (ör. Egea and Frutos, 2013);
- *Tüketim sırasında:* ihtiyacın giderildiği kullanım, tüketim esnasında ekolojik ve ekonomik açıdan en verimli, zararsız alternatifini kullanmak (enerji tasarrufu yapmak ve doğal kaynaklarda israfı, verimsizliği önlemek (ör. Gadenne et al., 2011)
- *Tüketim sonrasında:* atık yönetimindeki en zararsız alternatif olan yeniden kullanımdan bertaraf etmeye kadar uzanan (ör. Oskamp et al, 1991) bütün çevreci tüketim davranışları yer almaktadır.

Bu araştırmada, Ölander and Thogersen (1995), Peattie (2010) ve Belz and Peattie (2012) ile paralel olarak özel alan çevreci tüketim davranışlarının incelenmesinde tüketicinin bir süreç olduğu yaklaşımı esas alınmış ve tüketim öncesinde yalın tüketim ve yeşil tüketim, kullanım sırasında enerji tasarrufu ve tüketim sonrasında geri dönüşüm davranışları incelenmiştir.



Şekil 2.3: Tüketim Sürecindeki Aşamalar



Şekil 2.4: Tez Kapsamındaki Çevreci Tüketim Davranışındaki Aşamalar

2.3.1. Tüketim Öncesi Çevreci Tüketim Davranışları

Solomon (2013) tüketim öncesindeki zincirin tanımlarken, tüketicilerin “sorun çözücü” olduklarına dikkat çekmektedir ve bu süreçte karar almanın, sorunun tanımlanması, bilginin rasyonel olarak değerlendirilmesi ve toplanması, zihinsel muhasebe, alternatiflerin değerlendirilmesi ve tercih etme aşamalarının yer aldığını ifade etmektedir. Kullanım öncesindeki çevreci tüketim safhasında, sorumlu tüketici, beraber yaşadığı canlıları, insanları, kendi neslini ve gelecek nesilleri tehdit eden çevresel sorunların farkında olarak tercihlerini yapmaktadır (Belz and Peattie, 2012). Sosyal ve çevresel tehditler karşısında özel alanında bireysel ihtiyacına ekolojik okuryazarlıkla ürettiği çözümler, tüketicuyu Solomon (2013)’ün sorun çözücü tanımlamasına yaklaştırmaktadır.

Tüketim öncesindeki çevreci davranışlar arasında bir ihtiyaç belirlediğinde,

- doğaya, insanlara ve kendi sağlığına zararlı olan bir ürün/hizmetin dolaylı ve/veya doğrudan kullanımından kaçınmak, tüketmemek, doğayı korumak için tüketime karşı direnmek (Cherrier et al, 2011; Garcia-de-Frutos et al, 2018);

- aşırı tüketimi engellemek için ihtiyacından fazla tüketmemek, tüketim tercihlerini sadeleştirmek, tüketimi azaltmak (ör. bir ürünü satın almak yerine elindekini yeniden kullanmayı denemek) (Egea and Frutos, 2013);
- satın alma kararı öncesi hedef olarak belirlenip alışkanlık haline getirilebilecek davranışları seçmek (ör. ortaklaşa tüketim, kiralama, ödünç alma) (Shaw and Newholm, 2002; Mont, 2004);
- tüketimin kaçınılmaz olduğu durumlarda, çevresel ve/veya sosyal açıdan en uygun alternatifi bulmak yer almaktadır (ör. biyoyakıt kullanma, organik gıda tüketme) (Peattie and Collins, 2009; Reisch et al, 2013).

Bu araştırmada tüketim öncesi aşamasındaki çevreci tüketim davranışları kapsamında, karar aşamasında sürdürülebilirliğin “azaltma” ilkesini öne çıkaran yalın tüketim ve satın almanın kaçınılmaz olduğu durumlarda ekolojik zararı en aza indiren tercihleri satın almayı temsil eden yeşil tüketim davranışları incelenmektedir.

2.3.1.1. Yalın Tüketim

Yalın tüketim, aşırı, gereksiz tüketimden kaçınmayı yönlendirebilen çevreyi koruma (Huneke, 2005), ekonomik fayda (Mont, 2004; Pepper et al., 2009), tutumluluk (Gatersleben et al., 2017), maddi mülkiyet yerine manevi tatmin (McDonald et al., 2006), tüketim karşıtlığının esas aldığı direnç (García-de-Frutos et al, 2018) gibi birbirinden farklı amaçları tek bir başlık altında tüketimin etkisini azaltma sonucunda buluşturmayı amaçlayan bir davranıştır. Steg et al. (2014)'ün farklı (hedonik, ekonomik, ahlaki) amaçların beraber karşılık gelebilecek davranış yapılarının doğrudan veya dolaylı olarak çevreci amaçlar için faydalı olabileceği önerisi dikkate alınarak, bu araştırmada farklı amaçlarla maddi tüketimi azaltma, sadeleştirme davranışı literatürde tam karşılığı olmayan “yalın tüketim” davranışı olarak önerilmektedir. Bu davranış kapsamında, tüketim öncesi aşamasında farklı hedefleri olan tutumlu tüketim (ör. Pepper et al., 2009), paylaşımcı kullanım (ör. Mont, 2004); ekonomik ömrü uzatma (ör. Barr, 2007) gibi davranışların bir arada olması, maddi tüketimin azaltılmasını, sadeleşmesini sağladığından, birincil amaçları olmasa bile, çevre üzerindeki olumsuz etkinin azaltılmasını sağlayabileceği dikkate alınmıştır. Yalın tüketim, çevreci tüketim literatüründe sıklıkla öne çıkan (ör. Peattie and Collins, 2009), tüketimin doğa üzerindeki zararları ile bireylerin ihtiyaçları

arasında kabul edilebilir ve sürdürülebilir bir denge kurma amacını, birbirinden farklı davranışlarla sağlanabileceğini önermektedir.

Yalın tüketimde yer alan davranışlardan bazıları (ör. gereksiz tüketimi azaltmak, değiş tokuş yapmak) (Leonard-Barton, 1981), çevreci tüketim üzerinde olumlu etkisi gösterilen bir öncül olan gönüllü sade yaşam tarzını da yansıtmaktadır (Huneke, 2005; Mcdonald et al., 2006; Özgöl, 2017). Gönüllü sadelik, Elgin and Mitchell (1977)'in “dışsal olarak yalın, içsel olarak zengin” bir yaşam tarzı olarak tanımladığı gönüllü sadelik kavramının anlaşılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Etzioni (1998, s.620)'nin ifadesiyle “yoksulluk, hükümetlerin kemer sıkma politikaları gibi zorunlulukların neden olmadığı koşullarda, bireyin tamamen kendi isteğiyle mülkiyet ve hizmetler üzerine harcamalarını kısıtlamasını ve manevi anlam, tatmin kaynaklarını beslemesini” temsil eden gönüllü sadelik, zaman içerisinde artan tüketimin olumsuz çevresel etkilerini azaltma amacıyla, kendi kendine yeterliliği, tüketimi çevresel amaçlarla azaltmayı, çevreci sorumlu tüketim ile eşleştirmeyi sağlayan bir alan oluşturmuştur (ör. Leonard-Barton, 1981; Mcdonald et al., 2006; Shaw and Moraes, 2009). Elgin and Mitchell (1977)'e göre, gönüllü sadeliğin beş temel değeri, somut mülkiyetten arındırılmış *maddi sadelik*, “küçük güzeldir” anlayışıyla yaşam ve çalışma alanını küçülten *insani ölçek*, kendi kaderi üzerinde daha fazla söz sahibi olmayı sağlayan *özerklik*, doğal kaynaklar ve insanlar arasındaki bağlılığı ifade eden *çevresel duyarlılık* ve içsel hayatı keşfetmeyi ve geliştirmeyi arzulayan *kişisel gelişimdir* (Elgin and Mitchell, 1977; Shama, 1981; Leonard-Barton, 1981; Etzioni, 1998; Huneke, 2005; Mcdonald et al., 2006).

Literatürde, gönüllü sadeliğin yaşam tarzı olarak geri dönüşüm, organik ürün tüketimi, çevreci tüketim davranışına olumlu etki eden bir bağımsız değişken olduğu farklı ortamlarda gösterilmiştir (Iwata, 2002; Mcdonald et al., 2006). Bir insanın tüketim güdülerini kontrol etmesinin önem taşıdığı bu yaşam tarzının, çevreci tüketim olan ilişkisinde, bireysel, çevresel veya sosyal öncelikler fark etmeksizin “azalttığı maddi tüketim”in olumlu sonuçları öne çıkarılmıştır (Etzioni, 1998). Sorumlu tüketim anlayışına uygun düşünülebilecek bir şekilde, Shaw and Newholm (2002), tüketim etiğiyle gönüllü sadeliği ilişkilendirirken, tüketimi azaltmanın, yalınlaştırmanın, elindeki bir ürünün kullanım ömrünü uzatmak, başka bir ürün satın almak yerine var olanı yeniden kullanmak gibi çevreci, somut faydaları olduğunu vurgulamıştır. Özgöl (2017), çevresel açıdan sorumlu davranışların “sadelik davranışı-*simplicity behavior*” olarak önerdiği gönüllü sadeliği esas alan davranış

yapısını kısmen etkilediğini göstermiştir. Leonard-Barton (1981)'ın “kendi kendine yeterlilik” ve günlük tüketimdeki aşırılığı kontrole alma olarak tanımladığı gönüllü sade yaşam tutumunun, uzun süreli kullanımı teşvik ettiği, çevreci tüketim davranışını güçlendirdiği (Iwata, 2001) ve çevreci tüketim davranışına olan olumlu etki ettiği bulunmuştur (Iwata, 2006).

Yalın tüketim kapsamına giren davranışlar, satın alma öncesinde,

- çevreye zararı olan aşırı tüketimin, gereksiz tüketimin önlenmesini,
- sahip olunan kullanım ömrünün uzatılmasını,
- yeni tüketim yapmak yerine eldeki ürünlerin onarımını yaparak kullanmayı,
- yeni bir ihtiyacın eldeki alternatiflerle veya ödünç alarak, paylaşarak karşılanmasını sağlayabildiğinden, sürdürülebilir kalkınmanın “yeterlilik” ekonomisini desteklemektedir (Cooper, 2005).

Yalın tüketim, böylelikle aşırı doğal kaynak tüketimini ve gereksiz tüketim sonrası oluşabilecek atıkları azalttığından ekolojik dengeye destek olmaktadır (Cooper, 2005). Diğer yandan, mülkiyetsiz alternatif sunarak hem tutumluluğu, ekonomik faydayı da arttırmaktadır (Pepper et al., 2009; Gatersleben et al., 2017). Tutumluluk ile çevreci amaç arasında anlamlı bir ilişki olmayabileceği gösterilse de (Gatersleben et al.,2017), çevreci tüketim literatürü açısından belirleyici bir kriter olan çevresel etki (ör. Gatersleben et al.,2002) dikkate alındığında, tutumluluğun çok boyutlu çevreci tüketim yapısında yer alması önemli olabilecektir. Diğer çevreci tüketim davranışlarıyla karşılaştırıldığında (ör. geri dönüşüm), daha az fiziksel çaba, maddi maliyet gerektirdiğinden, davranış maliyeti, zorluğu düşük bir çevreci tüketim davranış olarak dikkate alınabilecektir.

Bu araştırmada önerilen yalın tüketim davranışları kapsamında, satın alma öncesinde aşırı tüketimden kaçınmak, sahip olunan ürünün ömrünün uzatılması, yeni maddi tüketim oluşturmak yerine kaynak tüketmeden ödünç alma, paylaşma gibi yeni alternatiflerin tercih edilmesi, 2. el eşyanın tercih edilmesi, paketlemesi az olan ürünlere öncelik verilmesi, tek kullanımlık ürünler yerine yeniden kullanılabilen ürünlerin tercih edilmesi yer almaktadır.

2.3.1.2. Yeşil Tüketim

Yeşil tüketim, esasen 1994'de Birleşmiş Milletler Oslo Protokolünde yer alan sürdürülebilirlik tanımına dayanmaktadır: “gelecek kuşakların gereksinimlerinin

kesintisiz olarak sağlanabilmesi için, doğal kaynak kullanımı, toksik, kirletici maddelerin ve atıklarının salınımının, diğer tüm emisyonların yaşam döngüsü yaklaşımı çerçevesinde azaltılarak, temel gereksinimlere karşılık gelen ve yaşam kalitesini arttıran mal ve hizmetlerin üretimi ve tüketimi” (Lorek and Vergragt, 2015, s.19). Dünyadaki doğal kaynakların sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde adil bir şekilde kullanılabilmesi ve sonraki kuşaklara aktarılabilmesi için, “kendi içerisinde tezat içeren bir kavram olarak algılanabilse de” (Peattie and Collins, 2000, s.107), yeşil tüketim, ihtiyacının giderilmesi için maddi tüketimin kaçınılmaz olduğu durumlarda, doğaya olası zararı en aza indirgeyen, mümkün olduğunda doğaya fayda (ör. geri dönüşüm ürünü kağıt kullanmak) sağlayabilen tüketim tercihlerini temsil etmektedir (Mainieri et al., 1997; Kim and Choi, 2005; Young et al., 2010).

Cleveland et al. (2012), yeşil tüketici tanımlamasını yaparken, yeşil tüketim davranışlarının artmasıyla, çevre dostu üretim yapmaya daha fazla ikna olacaklarına ve işletmelerin çevre dostu ürün arzını arttıracaklarına dikkat çekmektedir. Yeşil tüketim, bu nedenle, zorunlu ihtiyaçların olduğu ya da kaçınılmaz tüketim koşullarında, tüketicilerin üreticileri çevreye en az zarar verecek şekilde yönlendirebilecekleri bir araç olarak öne çıkmaktadır (Seyfang, 2005).

Yeşil tüketim davranışları arasında,

- organik gıda tüketimi (ör. Grunert and Juhl, 1995; Gilg et al., 2005; Vermeir and Verbeke, 2006; Kilbourne and Pickett, 2008; Reisch et al, 2013; Van Doorn and Verhoef, 2015);
- geri dönüşüm yoluyla elde edilmiş (plastik, karton) ürünlere öncelik verilmesi (ör. Mainieri et al., 1997; Straughan and Roberts, 1999);
- seçme şansı olduğunda, çevreye daha az zarar veren ürünlerin tercih edilmesi (ör. Roberts and Bacon, 1997; Kim and Choi, 2005; Lee et al., 2014);
- ekolojik zararları öğrenilince ürün tercihinin değiştirilmesi (ör. Minton and Rose, 1997; Roberts and Straughan, 1999; Kim and Choi, 2005);
- düşük fosfatlı deterjanların tercihi (Straughan and Roberts, 1999);
- bulunulan bölgede üretilen ürünlerin tercih edilmesi ve uzak bölgelerden ithalatın neden olduğu ulaşım kaynaklı karbon emisyon artışının azaltılması (Tanner and Kast, 2003; Gilg et al., 2005);
- ekolojik, çevre dostu, doğada zarar vermeden çözünebilen paketlemeye sahip ürünlerin tercih edilmesi (Schwepker and Cornwell, 1991; Gilg et al., 2005);

- aşırı paketlenmesi olmayan ürünlerin tercihi (Straughan and Roberts, 1999);
- aerosol içeren ürün (duman, sis,sprey) kullanmamak (Barr et al., 2006);
- ekolojik etikete (eco-label) sahip ürünleri tercih etmek (Thogersen et al.,2010; Koenig-Lewis et al., 2014);
- dondurulmamış gıda ürünlerinin, mevsimlik ürünlerinin tercih edilmesi (Thogersen,2017)
- çevre dostu kağıt ürünlerinin tercihi (Barbarossa and de Pelsmacker, 2016);
- araç kullanımında biyolojik yakıt tüketimi (Pagiaslis and Krontalis, 2014) yer almaktadır.

Yeşil tüketim davranışı, satın alma kararında çevreci davranışı belirleyen niyeti, amacı öne çıkardığından, tüketim öncesindeki özel alan davranışı olarak önem taşımaktadır (Peattie, 2010). Yeşil tüketim, diğer çevreci tüketim davranışlarından daha yüksek maddi maliyeti olan bir davranıştır (Barr et al, 2005; Reisch et al, 2013). Özellikle, muadil ürünlerinden daha yüksek maddi maliyeti olan yeşil ürünleri tercih eden tüketici, doğayı koruma konusunda kısıtlı olanaklarıyla kendi üzerine düşen sorumluluğu yerine getirdiği gibi, çevresel kötüye gidişte bireysel davranışlarının da etkili olabileceği inancını da somut olarak göstermektedir (Straughan and Roberts, 1999). Ayrıca, çevreci olmanın ek maliyetinin tüketici seviyesinde üstlenildiği bu durum, bireysel tüketim tercihlerinin ortak refah, “ortak varlık trajedisi-tragedy of the commons” gözardı edilmeden yapıldığını gösterebilmektedir (Moisander, 2007).

Bu araştırmada incelenen yeşil tüketim davranışları kapsamında, ihtiyacın karşılanmasının tüketim yoluyla karşılanmasının zorunlu olduğu durumlarda tercih aşamasında çevresel etkinin ve çevresel niyetin belirleyici olduğu davranışlar yer almaktadır.

2.3.2. Kullanım Aşamasındaki Çevreci Tüketim Davranışları

Birçok ürün veya hizmet için toplam çevresel etki, tüketim aşaması sırasındaki ya da satın alma kararı sonrasındaki kullanım davranışlarına bağlıdır (Peattie, 2010). Enerji tüketen ürünlerin kullanım aşamasındaki çevresel etkilerinin, üretim veya yok etme aşamalarındaki etkilerinden daha fazla olduğu dikkate alındığından, bir ürünün “ekolojik geri ödeme süresinin” (Van Nes and Cramer, 2006; s. 1307) hesaplanmasıyla ürünlerin tüketim ömürlerini uzatma ve çevresel etkilerini azaltma amaçlı çalışmalar yapılmaktadır. Kullanım süresinin doğa üzerindeki etkisi, ayrıca,

yeterliliği esas olarak tüketim girdisini azaltma, hızını düşürme amacındaki “yavaş tüketim” kavramını da ortaya çıkarmıştır (Cooper, 2005). Ürünlerin verimliliğinin, yaşam sürelerinin arttırılmasının sonucu olan “yeşil büyüme” ile yeterlilik esas alınarak yaşam sürelerinin uzatılmasını öne çıkaran yavaş tüketimin sonucu olan “tüketimdeki yavaşlama”, çevreci tüketim davranışlarının etkinliğini arttırabilmektedir (Cooper, 2005; Peattie, 2010).

Bu araştırmada tüketim esnasındaki çevreci davranış kapsamında, kullanımda yavaşlamanın, çevresel zararı azaltma ve sürdürülebilirliğe olan katkısını somut olarak gösteren enerji tasarrufu davranışı incelenmektedir.

2.3.2.1. Enerji Tasarrufu

Enerji, gerek gündelik hane içi ve hane dışı tüketimindeki yeri (Testa et al., 2016), gerekse, tüketimin ait olduğu üretim-tüketim döngüsünün önemli bir girdisi olması (Steg,2008) nedeniyle küresel seviyede sürekli olarak artan bir talep görmektedir (IEA, 2016). Enerji talebini karşılamak için sürekli olarak artan fosilli yakıt tüketiminin neden olduğu sera gazı salınımı, küresel iklim değişikliğinin önemli etkenleri arasında yer almaktadır (Vivian et al.,2011). 2100 yılı itibariyle küresel ısınmayı 1,5 derece ile sınırlandırabilmek için mevcut gündelik enerji tüketim alışkanlıklarında değişikliğe gidilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Rogelj et al, 2018). Hanehalkı enerji tüketiminin dünya ortalamasının %30 oranında olduğu (Swan and Ugursal, 2009) ve dünya nüfusunda 2050 yılına kadar düzenli artış öngörüldüğü dikkate alındığında, gündelik enerji tasarrufu davranışlarının kısa ve uzun vadeli çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri daha da somut olarak anlaşılabilir. Kömür başta olmak üzere yüksek karbon oranına sahip fosilli yakıtların tüketimi neden olduğu hava kirliliği, biyolojik çeşitliliğe yönelik çevresel tehditlerin artmasında bireysel tüketiminin de önemli payı olduğu gösterilmiştir (Steg, 2008). Dolayısıyla, bireysel enerji tasarrufunun daha da büyümesi beklenen mevcut ekolojik sorunların çözümüne katkıda bulunması beklenmektedir (Thogersen and Gronhoj, 2010; Lillemo, 2014).

Hane halkının enerji tasarrufu sınıflandırılırken, davranışlar

- tüketimi azaltma (*curtailment*)
- verimlilik (*efficiency*)

- bakım, onarım (*maintenance*) amaçlarını taşıyan üç ana grupta incelenmektedir. (Samuelson, 1990; Stern and Gardner, 1981; Barr et al., 2005; Abrahamse et al., 2005; Oikonomou et al., 2009; Sütterlin et al., 2011; Karlin et al., 2014).

Enerji tüketiminde tasarruf kapsamındaki *tüketimi azaltma* “yüksek sıklıkta ve düşük maliyetteki” davranışları içermektedir (Poortinga et al. 2004; Barr et al., 2005; Oikonomou et al., 2009; Karlin et al. 2014; Testa et al. 2016). Ev içerisinde, yıkanırken gereksiz yere suyun akmasını önlemek, banyo yapmak yerine kısa bir duş almak, kullanılmayan odalardaki ısıyı düşürmek, elektronik aletleri beklemede bırakmamak, bulaşıkları soğuk suyla durulamak, sıcak suyun ısınıpını düşürmek, dış fırçalarken musluğu kapatmak; ev dışındaysa ortak oto kullanımı, toplu taşıma, araba yerine kısa mesafede bisikleti, yürüyüşü tercih etmek, mevsim meyve sebzelerini tüketmek bu kapsamdaki davranışlar arasında gösterilmektedir (Poortinga et al. 2004; Barr et al., 2005; Oikonomou et al., 2009; Sütterlin et al., 2011; Karlin et al. 2014; Testa et al. 2016). Enerji tüketimindeki tüketimi azaltma davranışları, ısı tasarrufu (ör. Ek and Söderholm, 2010; Dursun ve Belit, 2017), elektrik tasarrufu (ör. Thogersen and Gronhoj, 2010), araç kullanımını azaltma (ör. Sütterlin et al., 2011) gibi farklı davranışları kapsamaktadır.

Enerji tasarrufundaki *verimlilik* alt başlığı, az enerji tüketen buzdolabı, çamaşır makinesi gibi elektronik ürünler, ampul vb. aydınlatma ürünleri satın almak, ev yalıtımı gibi “daha yüksek maliyetli ve daha düşük sıklıktaki” davranışları içermektedir (Poortinga et al. 2004; Barr et al., 2005; Steg, 2005; Karlin et al. 2014; Testa et al. 2016). Son olarak, *bakım/onarım* başlığı, kullanılan elektronik ürünlerin verimli bir şekilde çalışmaya devam etmeleri için periyodik olarak yapılabilen, düşük sıklıkta ve düşük maliyetli gözden geçirme davranışlarını kapsamaktadır (Barr et al., 2005; Karlin et al., 2014).

Tablo 2.3: Enerji Tasarrufu Davranışlarının Boyutları (*Karlin et al., 2014*)

	Düşük Yoğunluk	Yüksek Yoğunluk
Düşük Maliyet	Bakım Onarım	Tüketimi azaltma
Yüksek Maliyet	Verimlilik	

Tablo 2.3’de gösterildiği gibi, literatürde daha sıklıkla incelenen enerji tasarrufu davranışlar arasındaki tüketimi azaltma davranışı, düşük (maddi ve fiziksel) maliyeti olan ve sık gösterilen, verimlilik yatırımı ise yüksek (maddi ve fiziksel) maliyeti olan davranışlardır (Karlin et al., 2014).

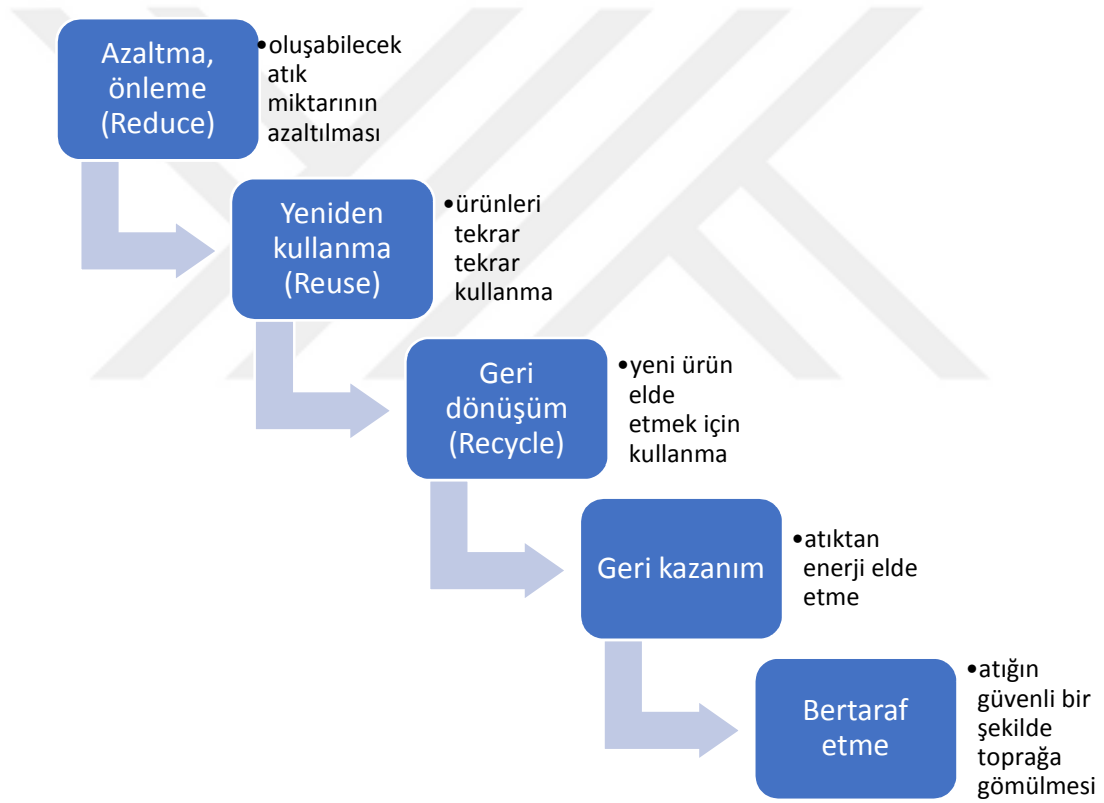
Bu araştırmada, enerji tasarrufu kapsamında düşük maliyeti olan enerji (elektrik, ısı) tüketimini azaltma ve uzun vadeli enerji (elektrik) verimliliğini, tasarrufunu artırma davranışları incelenmektedir.

2.3.3. Tüketim Sonrası Çevreci Tüketim Davranışları

Ürünlerin tüketiminin kaçınılmaz olduğu durumlarda da, tüketim öncesi ve kullanım sırasında olduğu gibi, kullanım sonrasında da, doğaya en az zararı verecek davranışların dikkate alınması önem taşımaktadır (Hansen and Schrader, 1997). Kullanım sonrası ürünlerin kullanılabilir parçalara ayrılması, stoklanması, yeniden satılması, paylaşılması, dolaylı ya da doğrudan bir başkasına kiralanması, takas edilmesi gibi birçok davranışın imkan dahilinde olduğu düşünüldüğünde, çevreci tüketim davranışı çerçevesinde de tüketim sonrası yeni uygulamalarla ekonomik ve çevresel fayda sağlamak mümkün olabilmektedir (Ölander and Thøgersen, 1995; Yin et al., 2016). Şekil 2.5’de gösterilen tüketim sonrası atık yönetimindeki davranışlar, sağladıkları çevresel fayda açısından en çok tercih edilmesi gerekenden (atığı azaltmak) en az tercih edilmesi gerekene (atığı bertaraf etme) doğru sıralanmaktadır. Bütün atıklar için geçerli olduğu kabul edilen bu hiyerarşik sıralamada, özellikle geri dönüşümden aşağı doğru inildikçe ek maliyetler ve çevresel etkiler söz konusu olabilmektedir (Papargyropoulou et al., 2014). Yeniden kullanım, yalın tüketime benzer bir şekilde, ek talebi ve olası atıklarını ve çevre kirliliğini azalttığından, kaynakları koruduğundan, ekonomik ve ekolojik faydayı sağlamaktadır (de Young, 1986). Geri dönüşüm, farklı maddelerin (ör. plastik, alüminyum, cam, kağıt) farklı altyapı gerektirmesi ve geri dönüşüm işleminin neden olduğu sera gazı emisyonu nedeniyle ek ekonomik ve ekolojik maliyete neden olmaktadır (Zikmund and Stanton, 1971; Belz and Peattie, 2012). Özellikle kurulan geri dönüşüm sistemine olan katılımın düşüklüğü, tüketim sonrası toplumsal, ekonomik ve ekolojik maliyetleri arttırmaktadır (World Bank, 2012). Şekil 2.1’de Lebel and Lorek (2008)’in dikkat çektiği üretim-tüketim ilişkisinin her aşamasında çıkan atık ve kaynak kaybı ve 2050 yılı için yapılan nüfus artışına bağlı atık artışı

düşünüldüğünde, kaçınılmaz olarak gereksinim duyulan geri dönüşüm sistemlerini aktif kullanmanın küresel maliyeti çok fazla olacaktır. (GWMO, 2017). Dünyada kişi başına 1,2 kilo olarak hesaplanan atık miktarı (World Bank, 2012), geri dönüşüme kazandırılmayan tek kullanımlık ürünlerin (ör. plastik şişe) neden olduğu toprak kirliliğinin zararlarını doğa ve insanlık yaşamaktadır. Bu durumun en güncel ve somut örneği, geri kazanıma dahil edilmemiş plastik atıkların toprağa karışmasının sonucu olarak, mikro plastik maddelerin şişelenmiş içme sularında tespit edilmesidir (Guardian,2018).

Bu araştırmada kullanım sonrası çevreci tüketim davranışı kapsamında geri dönüşüm davranışları incelenmektedir.



Şekil 2.5: Tüketim Sonrası Atık Yönetimi Hiyerarşisi

2.3.3.1. Geri Dönüşüm

Tüketim sonrasında en yoğun uygulanan çevreci tüketim davranışı olarak geri dönüşüm, kullanım sonrası oluşan katı atıkların farklı yöntemlerle (kaynağından, bir merkezden) toplanmasıyla, farklı işlemler sonucunda, çevresel ve ekonomik değere kavuşturulması, yeniden üretim veya kullanıma hazır hale getirilmesi olarak

tanımlanmaktadır (Granzin and Olsen,1991; Vining and Ebreo,1992; McCarty and Shrum, 1994; Ebreo et al, 1999). Birey açısından, tüketim sürecinin en son halkası olarak değerlendirilebilecek geri dönüşüm davranışları, kullanılmayacak ürünün toplama noktalarına götürülerek paylaşılması, satılması, israfın önlenmesi, kullanım sonrası çevreye olacak olumsuz etkilerinin ayrıştırılması gibi birçok davranışı içermektedir (Oskamp et al., 1991; Bagozzi and Dabholkar, 1994; Taylor and Todd, 1995; Culiberg and Bajde, 2013).

Şekil 2.5’de gösterilen Atık Yönetimi Hiyerarşisindeki yerinden de anlaşılacağı gibi, geri dönüşüm, tüketim sonrası ekolojik zararı azaltmak için tercih edilebilecek yöntemler arasındaki atığı azaltma (*reduce*), ürünü yeniden kullanma (*reuse*) davranışları kadar faydaya sahip değildir (Barr, 2007). Geri dönüşüm döngüsünün üretim kısmının içerdiği atıkları toplama ve yeniden kullanıma hazır hale getirme işlemlerinin içerdiği maddi maliyetler (altyapı kurulumu, tersine lojistik) ve ekolojik maliyetler (üretim tesislerinin neden olabileceği sera gazı salınım miktarları) dikkate alındığında, geri dönüşümün ekolojik faydasının yeniden kullanım ve atık azaltma kadar yüksek olmadığı anlaşılmaktadır (Ebreo et al., 1999). Bireysel tüketici seviyesinde de bakıldığında, (evinde atık ayrıştırma, bekletme, belli bir merkeze taşımanın neden olabileceği) konfor kaybı, çaba ve (özellikle bertaraf etme için toplanan vergi nedeniyle) finansal yük içeren yüksek maliyetli davranışlardır (de Young, 1990; Hopper and Nielsen, 1991).

İşletmelerin ve yerel belediyelerin sözkonusu olan maliyetleri düşürebilmeleri için ölçek ekonomisine, kitlesel katılıma ihtiyaçları bulunmaktadır ancak gerek gelişmiş ekonomilerde (ör. Barr et al, 2013), gerekse gelişmekte olan ülkelerde (ör. World Bank, 2012) farklı sebeplerden dolayı geri dönüşüm sistemlerine atık dönüşümünde beklenen artış sağlanamamaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu durum, farklı tüketici bölümlerinin farkında olmama ve her tüketici bölümünü farklı açılardan teşvik edebilecek bir sosyal pazarlama uygulamasının bulunmamasıyla açıklanabilmektedir (Barr et al., 2013). Diğer yandan, gelişmekte olan ülkelerde, resmi olmayan işgücü olarak da tanımlanabilecek çöp toplayıcıların geri dönüşüm sistemine olan aktif katılımı (Wilson et al., 2006) sisteme hanehalkı düzeyindeki katılımı azaltabilmektedir.

Literatürdeki araştırmalarda, geri dönüşüm sistemine dair bilgi sahibi olmanın, çevreci tutumun, bireysel ve sosyal normların, geri dönüşümü destekleme açısından belirleyici olduğu görülmüştür (Vining and Ebreo, 1990; Granzin and Olsen, 1991;

Oskamp et al.,1991; Bagozzi and Dabholkar, 1994; do Valle et al., 2004). Özellikle geri dönüşümü dikkate almamanın yol açtığı çevresel sorunlardan dolayı, insanları, diğer çevreci tüketim davranışlarında (ör. enerji tasarrufu) olduğu gibi, bireysel geri bildirim yoluyla bilgilendirmenin, geri dönüşümün sosyal açıdan yapılması gereken bir davranış olmasını ve bireysel normları harekete geçirmesini sağlayabilmektedir (Schultz, 1999). Ayrıca, yeşil tüketim gibi çevreci amaçla yapılan tüketim davranışlarının da geri dönüşüm davranışlarını olumlu etkilediği gösterilmiştir (Ebreo et al., 1999).

Bu araştırmada, geri dönüşüm davranışları kapsamında hane içindedeki farklı ürünlerin kullanım sonrası ayrıştırılması ve geri dönüşüm noktalarına götürülmesi davranışları incelenmektedir.

2.4. Çevreci Tüketici Davranışının Açıklanması

Literatürde sınıflandırma yaklaşımlarına ve davranışın özelliğine bağlı olarak, her özel çevreci tüketim davranışın (ör. enerji tasarrufu, geri dönüşümü) kendine özgü öncülleri olduğu gösterilmiştir. Bununla birlikte, farklı tüketici davranışları bütüncül bir davranış altında inceleyen çalışmalar (ör. Roberts, 1996) ve bütün çevreci tüketim davranışları araştırmalarını inceleyen çalışmalar (ör. Hines et al., 1987; Bamberg and Möser, 2007; Leonidou et al, 2010; Gifford and Nilsson, 2014), her özel davranışta aynı etkiye sahip olmamakla birlikte çevreci tüketim davranışını etkileyen öncüller ve anlamlı bir şekilde açıklayan teoriler hakkında bilgi vermektedir. Çevreci amaca sahip tüketim davranışını etkileyen unsurların belirlenmesi, heterojen bir yapıya sahip çevreci tüketim davranışının içerisindeki farklı davranışlar için ortak olumlu etkiye sahip olabilecek öncülleri dikkate almak ve gelecek çalışmalarda sınamak açısından önemli olacaktır.

2.4.1. Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Faktörler

Mevcut literatürde çevreci tüketim davranışını etkileyen faktörler bireysel, demografik, ekonomik, coğrafi, sosyal kategoriler sınıflandırmalarıyla incelenebilmektedir (Hines et al., 1987; Bamberg and Möser, 2007; Leonidou and Leonidou, 2011; McDonagh and Prothero, 2014; Gifford and Nilsson, 2014).

2.4.1.1. Bireysel Faktörler

Bu kategoride, araştırmada incelenecek değer, inanç (yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme) ve bireysel normlar dışında tüketiciyi bireysel seviyede etkileyen faktörler yer almaktadır. Bireysel faktörler, genel olarak bilişsel ve duygusal faktörler olarak iki ana grupta incelenmektedir.

Çevreci tüketimi etkileyen bilişsel faktörler şunlardır:

- objektif çevresel bilgi: bireyin nesnel olarak ölçülebilen ekolojiye dair bilgisi, çevresel okuryazarlık (ör. Chan, 2001; Fryxell ve Lo, 2003; Frick et al., 2004; Peattie, 2010; Pagiaslis and Krontalis, 2014),
- sübjektif çevresel bilgi: bireyin kendi değerlendirmesiyle ölçülebilen ekolojiye dair bilgisi (ör. Ellen, 1994; Bang et al., 2000; Mostafa, 2007),
- algılanan tüketici etkinliği: bireysel çabanın sonucunun etkili olacağı inancı (ör. Kinneer et al., 1974; Webster, 1975; Ellen et al., 1991; Berger and Corbin, 1992; Roberts, 1996; Lee and Holden, 1999; Vermeir and Verbeke, 2008),
- öz etkililik: çevreci davranma görevini tamamlama yetkinliği (ör. Taylor and Todd, 1995; Rice, 2006; Taberero and Hernández, 2011),
- çevresel bilinç: çevresel zararı en aza indirmek için alışkanlıklarını, davranışlarını yeniden şekillendirmek (ör. Ritter et al., 2015),
- içsel ve dışsal kontrol odağı: bireyin davranışıyla bir değişim oluşturma yetkinliğine dair içsel (kişisel) veya dışsal (durumsal) algısı (ör. Hines et al., 1987; Schwepker and Cornwell, 1991; Abrahamse et al, 2009; Cleveland et al., 2012),
- başkalarına inanç: toplumdaki diğer bireylerin de etkin çaba gösterdiği inancı (ör. Berger and Corbin, 1992; Lee and Holden, 1999),
- yaşam kalitesi (ör. Leonidou et al, 2010; Ritter et al., 2015),
- sağlıklı yaşam bilinci (ör. Michaelidou ve Hassan, 2008),
- kişisel özellikler (ör. *gelecek odaklılık*, Polonsky et al., 2014; Hensen et al., 2016; *üretkenlik*, Urien ve Kilbourne, 2011; *yardımseverlik*, *sonraki nesilleri düşünme*, Lacroix and Jolibert, 2015; *öz belirlenim*, Green-Demers et al. 1997)

Çevreci tüketimi etkileyen duygusal faktörler arasında şunlar yer almaktadır:

- çevresel kaygı, çevresel hassasiyet (ör. Minton and Rose, 1997; Roberts and Bacon, 1997; Straughan and Roberts, 1999; Kim and Choi, 2005; Bodur and Sarıgöllü, 2005; Hartmann and Apaloo-Ibanez, 2012),
- olumsuz duygular (ör. çevreye zarar veren tüketim sonrası suçluluk duygusu, öfke, pişmanlık (ör. Antonetti and Maklan, 2014; Koenig-Lewis et al., 2014),
- olumlu duygular: (ör. çevreyi korumanın hissettirdiği gurur, mutluluk (ör. Antonetti and Maklan, 2014; Koenig-Lewis et al., 2014),
- yaşanılan yere bağlılık (ör. Scannell and Gifford, 2013),
- gelecek kuşaklara yönelik yakınlık, empati hissetme (ör. Hensen et al, 2016)

2.4.1.2. Demografik Faktörler

Literatürdeki araştırmalarda yoğunlukla etkisine rastlanan ve beş başlıkta özetlenebilecek demografik faktörler de yer almaktadır:

- Eğitim seviyesi: Eğitim seviyesinin yükselmesi, çevreci tüketim davranışını olumlu etkilemektedir (ör. Balderjahn,1988; Laroche et al., 2001; Diamantopoulos et al., 2003; Mostafa, 2007),
- Yaş: Yaş arttıkça, çevreci tüketim davranış sıklığı artmaktadır (ör. Balderjahn, 1988; Laroche et al., 2001; Diamantopoulos et al., 2003; Mostafa, 2007),
- Cinsiyet: Kadınlar, erkeklere göre daha sıklıkla çevreci tüketim davranış göstermektedirler (ör. Laroche et al.,2001; Diamantopoulos et al., 2003; Mostafa, 2007),
- Gelir seviyesi: Gelir seviyesi arttıkça, çevreci tüketimin özellikle maliyetli alternatifleri (ör. organik ürünler) tercih edilmektedir (ör. Balderjahn,1988; Laroche et al., 2001; Diamantopoulos et al.,2003; Mostafa, 2007),
- Medeni durum: Evli insanlar, bekarlara göre daha sıklıkla çevreci tüketim davranışı göstermektedirler (ör. Balderjahn, 1988)

2.4.1.3. Sosyal Faktörler

İnsanların ait oldukları grubu, toplumu temsil eden manevi referans kaynakları ve durumsal koşullar, gündelik hayatı etkilediği gibi, çevreci tüketim davranışlarını da etkilemektedir.

- Sosyal Normlar: sosyal ödül veya yaptırım tehdidiyle desteklenen, nasıl davranmamız gerektiğine dair ortak inançlar (ör. Vermeir and Verbeke, 2008; Thøgersen, 2009),
- Dini inançlar (ör. Rice, 2006; Slimak and Dietz, 2006),
- Kültür (ör. kolektivizm, McCarty and Shrum, 2001; Kim and Choi, 2005; Cho et al., 2013),
- Ekolojik sorunun, tehdidin olduğu alana yakınlık (ör. Baldassare and Katz, 1992).

Tablo 2.4: Çevreci Tüketimi Etkileyen Faktörler

Bireysel Faktörler	Demografik Faktörler	Sosyal Faktörler
<p><i>Bilişsel Faktörler</i> (objektif-sübjektif çevresel bilgi, algılanan tüketici etkinliği, öz etkililik, çevresel bilinç, içsel&dışsal kontrol odağı, başkalarına inanç, yaşam kalitesi, sağlıklı yaşam bilinci, kişisel özellikler)</p>	Eğitim seviyesi, yaş, cinsiyet, gelir seviyesi, medeni durum	Sosyal Normlar, Kültür, Din, Ekolojik sorunun, tehdidin olduğu alana yakınlık
<p><i>Duygusal Faktörler</i> (çevresel kaygı, hassasiyet, olumlu&olumsuz duygular, yaşanılan yere bağlılık, gelecek nesillere bağlılık)</p>		

Yukarıda özetlenen faktörlerin çevreci tüketim davranışı üzerindeki etkileri farklı kavramsal çerçeveler kullanılarak incelenmiştir. Literatürde, rasyonellik, durumsallık, ahlaki zorunluluk gibi farklı kavramları esas alarak çevreci davranışı ve çevreci tüketim davranışını açıklamak için kullanılan 7 temel teori öne çıkmaktadır.

2.4.2. Çevreci Tüketim Davranışını İnceleyen Teoriler

2.4.2.1. Mantıksal Eylem Teorisi (*Theory of Reasoned Action*)

Beklenti Kuramını temel alan Mantıksal Eylem Teorisine göre, bireylerin davranışlarının sonuçlarına dair inançları, değerlendirmeleri ve söz konusu sonuçlara atfedilen değeri davranışları belirlemektedir (Fishbein and Ajzen, 1975). Söz konusu sonuçlara dair inançların ve değerlendirmelerin etkilediği tutumların, başkalarının ne düşündüğüne dair inançların etkilediği subjektif normlarla birlikte, davranışa yönelik niyetleri açıklayabildiğini, niyetin de davranışın doğrudan belirleyicisi olduğunu ortaya koyan bir teoridir (Jackson, 2005b). Bu teoriye göre, sosyal normların göreceliliği uyarınca, kişi olumlu/olumsuz değerlendirdiği davranışı dikkate aldığı sosyal etkileyiciler tarafından da desteklendiğini/desteklenmediğini düşünüyorsa, gerçekleştirme niyetine sahip olacaktır.



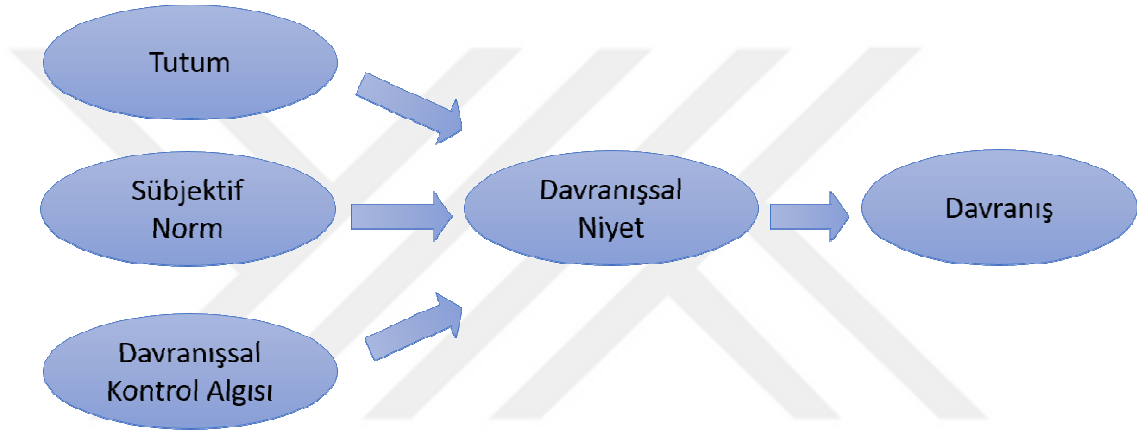
Şekil 2.6: Mantıksal Eylem Teorisi – Theory of Reasoned Action

Literatürde, mantıksal eylem teorisi kapsamında yenilenebilir enerji tüketimi (Bang et al., 2000); geri dönüşüm davranışları (Biswas et al., 2000) etkili olarak açıklanabilmiştir.

2.4.2.2. Planlı Davranış Teorisi (*Theory of Planned Behavior*)

Planlı Davranış Teorisi, Mantıksal Eylem Teorisinin genişletilmiş halidir (Ajzen, 1991). “Her iki teorinin temel varsayımları, davranışların belli bir nedene dayanmasıdır. Buna göre, insanlar davranışlarının sonuçları üzerinde önceden düşünürler, seçtikleri bir sonuca ulaşmak için bir karara varırlar ve bu kararı uygularlar” (Arkonaç, 2001, s. 166). Önceden planlanmış sonuç olarak niyet, davranışın doğrudan belirleyicisidir. Planlı Davranış Teorisinde bireyin tutumu,

sübjektif (öznel) normları ve algılanan davranışsal kontrol, niyeti doğrudan etkilemektedir. Tutumlar, bir davranışın ne kadar olumlu ya da olumsuz değerlendirildiğini gösterirler ve davranışın muhtemel maliyet ve yararlarına ilişkin inançları esas alırlar. Söz konusu maliyet ve yararların algılanma dereceleri, bir davranışa ilişkin tutumun olumsuz ve olumlu oluşmasında etkili olmaktadır (Ajzen, 1991). Sübjektif normlar, birey için önemli insanların veya sosyal grupların bir davranışı uygun bulup bulmamasını ve davranışın sosyal maliyet ve faydasını yansıtır (Steg and Nordlund, 2012). Davranışsal kontrol algısı, davranışı kolaylaştıran ve zorlaştıran unsurların varlığıyla, kısacası bir davranışı gerçekleştirme olasılığıyla ilgili algıdır (Ajzen, 1991).

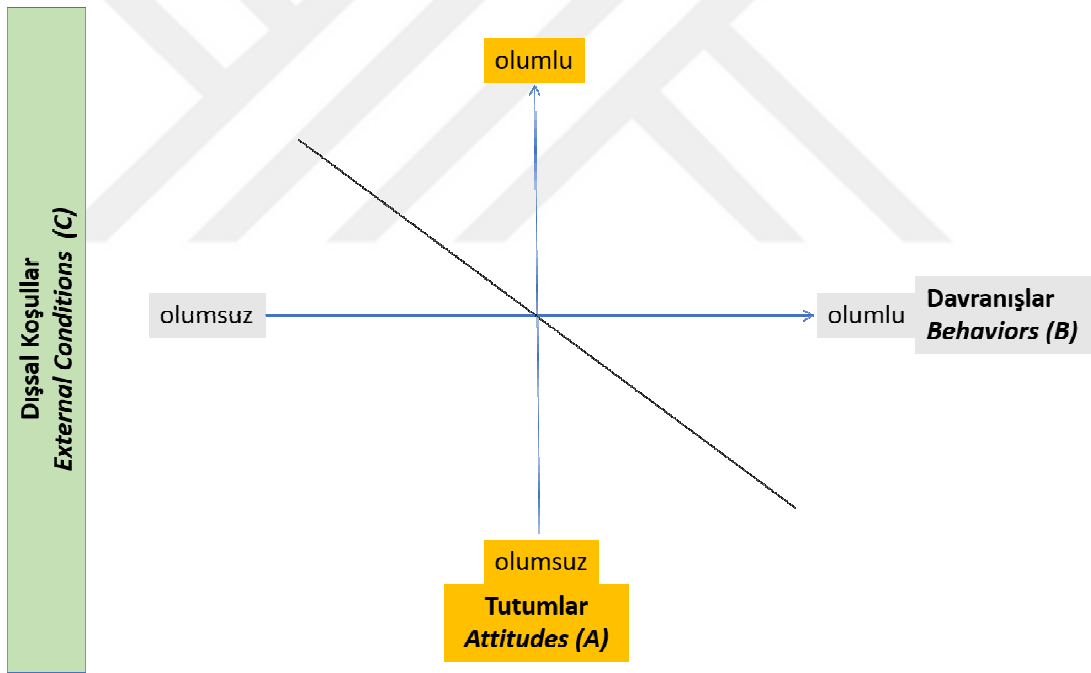


Şekil 2.7: Planlı Davranış Teorisi

Planlı Davranış Teorisi (PDT), niyeti de açıklaması nedeniyle çevreci tüketim literatüründe yoğunlukla kullanılmaktadır (Hines et al., 1987; Bamberg and Möser, 2007). PDT, araba kullanmak yerine toplu taşımayı tercih ederek fosilli yakıt tüketimini azaltmak (Heath and Gifford, 2002; Bamberg and Schmidt, 2003); yeşil tüketim (Kalafatis et al., 1999; Mostafa, 2007; Vermeir and Verbeke, 2008; Dean et al., 2012; de Leeuw et al., 2015), iş yerinde çevreci tüketim davranış (Greaves et al., 2013); enerji tasarrufu (Lam, 2006); geri dönüşüm (Chan, 1998; Cheung et al., 1999; Tonglet et al., 2004; Oreg and Katz-Gerro, 2006; Chan and Bishop, 2013) gibi farklı çevreci davranışları etkili olarak açıklamıştır.

2.4.2.3. ABC Modeli (*ABC-Attitude Behavior Context Theory*)

ABC Teorisi, “davranışın (B-Behavior) tutumsal (içsel) değişkenler (A-attitude) ve durumsal (dışsal) faktörlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkan bir ürün” olduğu düşüncesini savunmaktadır (Stern, 2000; Jackson, 2005b). Mantıksal Eylem ve Planlı Davranış Teorilerinin koşulların etkisini göz ardı etmesine dikkati çeken ABC Teorisi, dışsal koşulların tutum ile davranış üzerinde etkiye sahip olduğunu önermektedir (Peattie, 2010). ABC Teorisi kapsamındaki dışsal, durumsal koşullar arasında maddi fayda veya maliyetler, fiziksel imkanlar ve kısıtlar, kurumsal ve hukuki faktörler, yasal düzenlemeler, bireyler arası etkileşim yer almaktadır (Jackson, 2005b). Tutumsal değişkenler arasında, algılanan kaynak yeterliliği, algılanan zenginlik, meşguliyet, güç gibi öznel faktörler yer almaktadır (Olli et al., 2001).



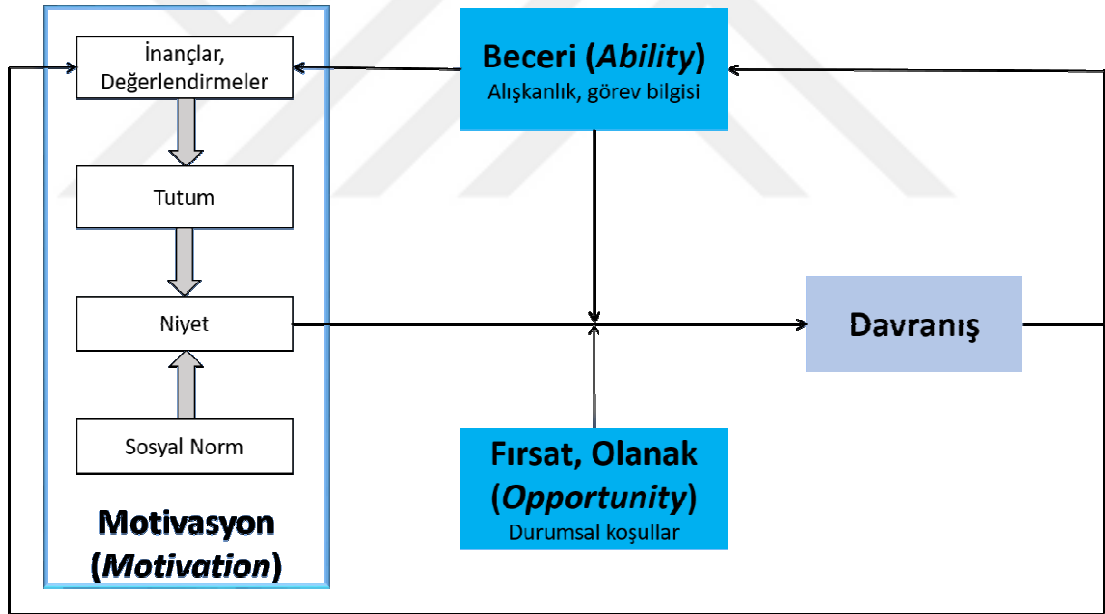
Şekil 2.8: ABC (Attitude-Behavior-Context) Modeli

ABC teorisi, özellikle çevreci davranış kapsamında geliştirilmesi, davranışın faktörler arasındaki etkileşimle birlikte incelemesi, nesnel faktörlerin yanında özellikle öznel faktörlerin de çevreci davranış üzerindeki etkilerini incelemesinden dolayı çevreci tüketim davranışı literatürüne katkı sağlamaktadır (Ertz et al. 2016). Bu teori kapsamında, Guagnano et al. (1995) ve Ölander and Thøgersen (1995) geri dönüşüm davranışları için yaptıkları araştırmalarda, tutumsal ve dışsal değişkenlerin

geri dönüşümü olumlu ve olumsuz etkilediklerini göstermişlerdir. Ertz et al. (2016) heterojen, çok boyutlu bir çevreci davranış üzerinde yaptıkları araştırmada, meşguliyet, refah ve güç algılarının oluşturduğu durumsal faktörlerin, tutum ve davranış üzerinde etkisi olduğunu; çevreci davranış üzerinde tutumun, durumsal faktörlerin etkisinin bulunduğunu göstermişlerdir.

2.4.2.4. MOA Modeli (*Motivation Opportunity Ability Model*)

MOA modeli, tutum ve davranış arasındaki tutarlılığın, davranışın bireyin özgür iradesine bağlı olmasıyla sağlanabileceği önermesinden yola çıkarak bireyin iradesinin kontrol edemeyeceği değişkenleri dikkate almaktadır (Ölander and Thøgersen, 1995). Çevreci davranış literatüründe geliştirilmiş bir model olarak, motivasyon bileşeni mantıksal eylem teorisinin basitleştirilmiş halidir (Jackson, 2005b).



Şekil 2.9: MOA Modeli

Davranışın irade kontrolü altında olmasının, gerçekleşmesinin öngörülebilirliğinin, model içindeki ismiyle motivasyonun beceriye (*ability*) ve fırsatlara, durumsal koşullara (*opportunity*) bağlı olduğu önerilmektedir (Ölander and Thøgersen, 1995). Ölander and Thøgersen (1995), beceri kapsamında incelediği alışkanlık ve bilginin, niyet ve davranış arasındaki ilişkiye olan olumlu etkisine

dikkat çekmektedir. Fırsat, durumsal koşullar olarak, amaçlanan çevreci davranışa yönelik oluşturulacak altyapı (ör. geri dönüşüm için ayrıştırma yerleri), maddi destek ya da ceza kullanılabilmesine dikkat çekmektedirler. Guagnano et al. (1995)'nin çalışmasında geri dönüşüm için oluşturulan altyapının, dışsal koşulların geri dönüşüm davranışı üzerinde doğrudan olumlu etkisi olduğuna dikkat çekilmektedir (Jackson, 2005b).

MOA Modeli, hanehalkı enerji tasarrufu kapsamında uygulanmıştır (Gatersleben and Vlek, 1997; Gatersleben, 2001).

2.4.2.5. Amaç Çerçeveleme Teorisi (*Goal Framing Theory*)

Amaç çerçeveleme teorisi, bireylerin bilgiyi işlemelerinde amaçların esas olduğunu ya da çerçeve oluşturduğunu öne sürmektedir (Lindenberg and Steg, 2007). Bu teori kapsamında amaçlar gelecek durumların “zihinsel ipuçlarıdır” (Lindenberg, 2012). Bir amaç, zihnin odak noktasına yerleştğinde, bireyin o anda ne düşündüğünü, hangi bilgiye karşı duyarlı olduğunu, hangi seçenekleri algıladığını ve nasıl davranacağını belirlemektedir (Lindenberg and Steg, 2007). Söz konusu ipuçlarının soyut özelliği göz önünde bulundurularak, amaç çerçeveleme teorisinde üç kapsayıcı amaç başlığı altında, zihinsel temsillerin anlaşılması, yorumlanması önerilmektedir (Lindenberg, 2012): *normatif amaç* (sosyal norm ve kurallara uygun davranmak; ör. çevreyi kirletmemek), *kazanç amacı* (bireyin kaynaklarını koruması ve artırması; ör. tasarruf, para kazanmak), *hedonik amaç* (bireyin hissettiklerini koruması ya da daha iyileştirmesi; ör. az çaba sarf etmek, eğlenmek). Amaç çerçeveleme teorisine göre, bir amaç merkezde olduğunda “amaç çerçevesi” (*goal frame*) haline gelir, diğer amaçlar önemini yitirmektedir. Geri plandaki amaçlar, amaç çerçevesiyle uyum olduğunda, onu pekiştirmektedirler (Lindenberg and Steg, 2007). Örneğin, normatif amaç çerçevesi içerisinde, bireyler daha çevreci davranmaya, örneğin ısı yalıtımı yatırımı yapmaya motive olabilirler (Lindenberg, 2012). Aynı davranıştan elde edilecek kazanç (uzun vadeli tasarruf) ve hedonik (konfor) amaçları da, odadaki normatif amacı, dolayısıyla çevreci davranışı güçlendirecektir.

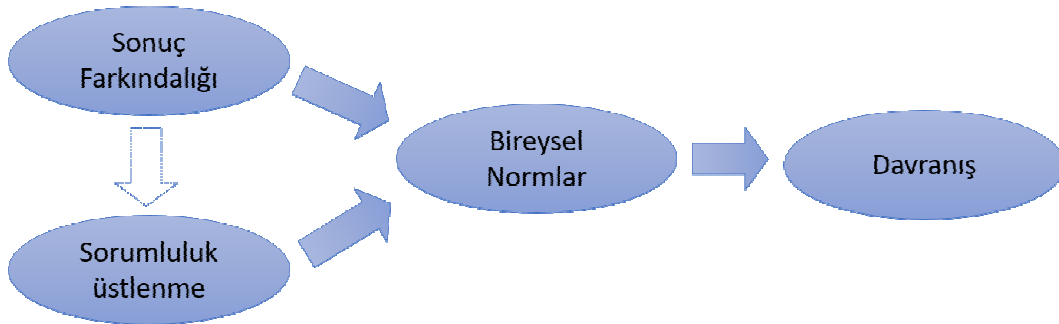
Onel ve Mukherjee (2015), planlı davranış teorisini, değer-inanç-norm teorisini, etki teorisini amaç çerçeveleme teorisi kapsamındaki üç farklı amaç ile birleştirerek çevreci davranışı açıklamayı amaçlamıştır. Bu kapsamda, planlı

davranış teorisinin temel faktörleri, kazanç amacını; değer-inanç-norm teorisi, normatif amacı; etki teorisi, hedonik amacı temsil etmektedir. Modeldeki normatif amaç olan çevreci tüketim davranışı, hedonik ve kazanç amaç çerçevesinde de desteklenmektedir.

2.4.2.6. Norm Aktivasyon Teorisi (*Norm Activation Theory*)

Topluma yararlı ve çevreci davranışlar için temel bir çerçeve belirlemek için Schwartz (1977) tarafından oluşturulan Norm Aktivasyon Teorisi (NAT), davranışı etkileyen değişken olarak bireysel normların harekete geçirilmesini esas almaktadır. Schwartz (1977), niyetin davranış üzerinde etkisi olmadığını savunmakta ve ahlaki zorunluluğu temsil eden bireysel normların davranış üzerindeki doğrudan etkisini vurgulamaktadır. NAT'a göre, olumlu sosyal davranışlar gösterme niyeti olarak tanımlanan bireysel normlar, iki öncülle harekete geçirilmektedir: *sonuçların farkında olma*, bireyin hareketlerinin sonuçlarının farkında olması ve *sorumluluk üstlenme*, söz konusu hareketler için bireysel sorumluluğun üstlenilmesi (Jackson, 2005b). Bu öncüller, duruma göre değişebildiklerinden, bireyin çevresel ve toplumsal sorunları yalnızca başka paydaşlara bağlamaması, kendisinin de sorumluluk hissettiği anda bireysel normların harekete geçmesi modelin temelinde yer almaktadır (Schwartz and Howard,1981).

NAT, koşullara bağlı olarak ya da rasyonel yaklaşımlarla davranışı açıklamaya çalışan teorilerden farklı olarak, “maddi, sosyal ve/veya psikolojik karşılığa dayanan değerlendirmeleri esas alan tutumsal kavramlardan farklı olarak, modelin temelindeki bireysel normların davranışları, bireysel ahlaki esas olarak değerlendirdiği” ifade edilmektedir (Schwartz and Howard, 1984). Bu durumda, çevreci ve sosyal içerikli davranışları bireysel ahlak, sorumluluk hissi açısından inceleyen bir yaklaşım benimsenmektedir (Harland et al., 1999).

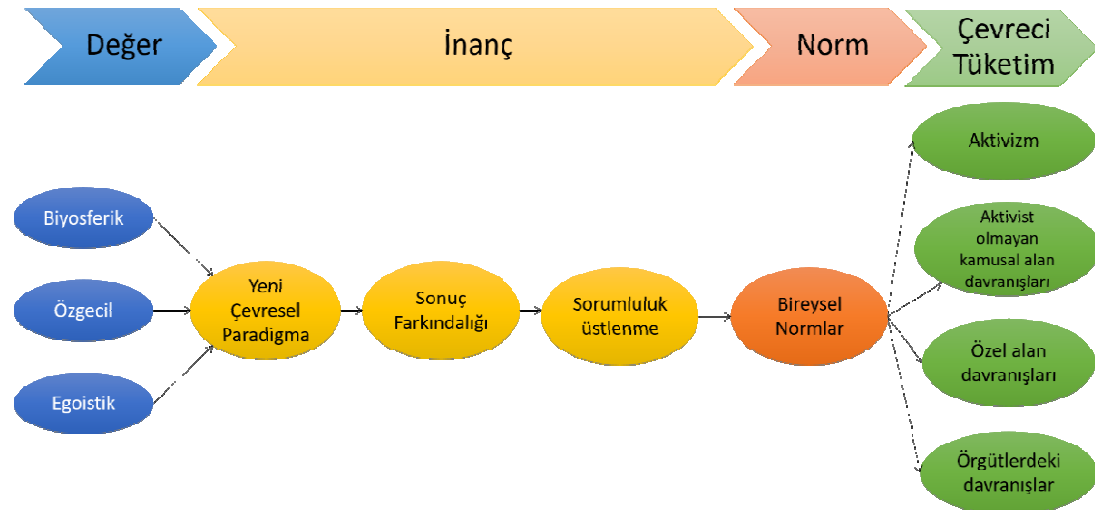


Şekil 2.10: Norm Aktivasyon Teorisi

NAT, çevreci davranış literatüründeki çalışmalarda, araba kullanımını azaltma (Bamberg and Schmidt, 2003); çevreyi koruma için bedel ödeme (Guagnano et al. 1995); su tasarrufu (Bratt, 1999); enerji tasarrufu (Black et al., 1985), geri dönüşüm (Hopper and Nielsen,1991; Vining and Ebreo,1992; Bratt, 1999) gibi çeşitli çevreci tüketim davranışlarını etkili olarak açıklamıştır.

2.4.2.7. Değer- İnanç- Norm Teorisi (*Value-Belief-Norm Theory*)

Norm Aktivasyon Teorisinin ahlaki yaklaşımının ve modelinin genişletilmiş hali olan Değer-İnanç-Norm (D-İ-N) Teorisi, değerler ve inançların zincirleme etkisiyle harekete geçirilen ahlaki zorunluluk hissini, çevreci tüketim davranışlarının öncülleri olduğunu esas almaktadır (Stern et al.,1999; Stern, 2000). D-İ-N Teorisinde, ahlaki zorunluluğu tüketici seviyesinde temsil eden bireysel normlar ile değerler arasında, inançlar ara değişken işlevine sahiptir. D-İ-N Teorisi, kişinin değerlerinden başlayarak, inançları kapsamındaki ekolojik dünya görüşü, çevresel farkındalık ve sorumluluk üstlenme kavramlarının sırasıyla birbirlerini etkilediği zincirin bireysel normları harekete geçirdiğini varsaymaktadır (Stern, et al., 1999; Stern, 2000). Söz konusu ahlaki zincirin sonunda harekete geçen bireysel normlar, kamusal ve özel alan çevreci tüketim davranışlarının öncülü olmaktadır (Stern,2000).



Şekil 2.11: Değer-İnanç-Norm Teorisi

D-İ-N’de çevreci tüketimi etkileyen etki zinciri, bireysel değerler ile başlamaktadır. Stern (2000), bireylerin evrensel olarak kabul edilmiş üç (özgeci,

biyosferik ve egoistik) değerinin, inançları etkilediğini önermektedir. Bireysel değerler arasında, egoistik (kendini önemseme) değerlerin güçlü olması, biyosferik (ekolojiyi, diğer canlıları önemseme) ve özgeci (kendisinden başkalarını düşünme) değerlerin güçlü olması, insan-çevre ilişkisine dair bireysel dünya görüşünü temsil eden Yeni Çevresel Paradigmayı (*New Environmental Paradigm*; Dunlap et al.,2000) etkilemektedir. Yeni Çevresel Paradigma üzerinde egoist değerlerin olumsuz etkisi beklenirken; biyosferik ve özgecil değerlerin olumlu etkisi olduğu varsayılmaktadır.

D-İ-N Teorisinin İnanç kısmının ilk değişkeni olan Yeni Çevresel Paradigma, 15 maddeyle bireyin çevreyle, dünyadaki çevresel durumla ilgisini sorgulamakta ve bireyin evrensel ekolojik dünya görüşünü ortaya koymaktadır (Dunlap and Van Liere, 1978). Yeni Çevresel Paradigma, dünyada yaşanabilecek çevresel felaketler, insan-doğa ilişkisine dair bireysel hassasiyeti ölçmektedir (Dunlap et al., 1978; 2000). Yeni Çevresel Paradigmanın, D-İ-N'in inanç tanımı kapsamında yer alan çevresel sorunlar ve muhtemel tehditlere dair farkındalığı doğrudan etkilemesi beklenmektedir (Stern,2000). İnanç boyutunun en son adımında, çevresel sonuç farkındalığının bireyin, NAT'da önerildiği gibi, ekolojik sorunların çözülmesinde sorumluluk üstlenmesini olumlu etkileyecektir (Stern et al.,1999; Stern, 2000). Bireyin algıladığı çevresel problemler konusunda yapabileceklerine dair sorumluluk üstlenmesi, bireysel normlarını harekete geçirecektir (Stern,2000).

D-İ-N Teorisinin zincirleme etkilerinin sonucunda, bireysel normlar, NAT'da önerildiği gibi, çevreci tüketim davranışlarını doğrudan etkilemektedir (Stern, 2000). D-İ-N Modelindeki çevresel açıdan etkili davranışlar dört kategoride toplanmıştır: aktivizm (çevreci bir örgütte aktif olarak yer almak), aktivist olmayan davranışlar (çevre dostu bir politikayı desteklemek), bireysel seviyedeki davranışlar (kişinin özel alanındaki tüketim davranışları, ör. yeşil tüketim, geri dönüşüm, enerji tasarrufu), örgütsel boyuttaki çevreci davranışlar.

D-İ-N Teorisi savunduğu zincir etkisi, mevcut literatürde özel alan çevreci davranışlarına göre daha “düşük ilgilenim” gerektiren kamusal alan davranışlarında (özellikle politika, vergi destekleri, ör. Stern et al., 1999; Steg et al., 2005) etkili olarak açıkladığı görülmekte ve bu nedenle özellikle davranışlardaki değişimleri daha somut ortaya koyan Planlı Davranış Teorisine göre daha az tercih edilmektedir (Bamberg and Moser,2007).

Buna karşılık, Kaiser et al. (1999)'nin belirttiği gibi, Planlı Davranış Teorisinde, Mantıksal Eylem Teorisinde yer alan sübjektif, öznel normların

geleneklerden, sosyal otoriteden ve bireyin sosyal onaylanma, beğenilme ihtiyacından etkilenmesi söz konusudur. Sosyal kabul görme ihtiyacının somut etkisi, çevreci tüketim davranışı literatüründe sıklıkla kullanılan anketle veri toplamanın kısıtlarından olan “sosyal istenirlik eğilimi-*social desirability bias*” kavramının karşılığı olan çevreci tutum ve davranışlara dair gerçek cevaplar yerine toplumsal olarak kabul görebilecek cevapları verme durumunda görülmektedir (Follows and Jobber, 2000). Sosyal beğenilme ihtiyacının sübjektif normların gerçekçiliğini olumsuz etkilemesinden dolayı, planlı davranış teorisinin çevreci tüketim davranışını açıklamadaki varsayılan öngörü gücü sorgulanabilmektedir (ör. Kaiser et al., 1999).

Bu araştırmadaki özel alan çevreci tüketim davranışları, başka insanların, başka canlıların refahını, haklarını, adaletini bireysel ahlak kapsamında göz önünde bulunduran D-İ-N teorisi kapsamında incelenmektedir. Bir veya birkaç değişkenin çevreci davranış üzerindeki doğrudan etkisini ölçmek yerine, bireysel değerlerden başlayan zincirin bireysel normlar üzerindeki etkisi ve sonrasında bireysel normların, bu araştırmada incelenen farklı aşamalardaki çevreci tüketim davranışları üzerindeki etkisini açıklamak için bu araştırmada D-İ-N Teorisi esas alınmaktadır.

Literatürdeki mevcut araştırmalarda da, D-İ-N Modelinin geçerliliğini gösteren uygulamalar Tablo 2.5’de yer almaktadır.

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Stern et al. (1999)	420 kişi (Amerika Birleşik Devletleri)	Özgecil, egoistik, geleneksel değerler; Yeni Çevresel Paradigma, Sonuç Farkındalığı, Sorumluluk Üstlenme, Çevreci bireysel normlar	Özel alan (yeşil tüketim) ve kamusal alan (çevre yurttaşlığı, politika desteği, vergi ödeme) çevreci tüketim davranışları
Nordlund and Garvill (2002)	1400 kişi (İsveç)	Öz aşkınlık, öz genişletim, çevre merkezli, insan merkezli değerler, sonuç farkındalığı, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (Yeşil tüketim, enerji tasarrufu, otomobil yerine toplu taşıma tercihi, geri dönüşüm)
Nordlund and Garvill (2003)	1429 kişi (İsveç)	Öz aşkınlık, çevre merkezli, insan merkezli değerler, sonuç farkındalığı, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (Özel araç kullanımını azaltmak)
Pooritinga et al. (2004)	455 kişi (Hollanda)	Yaşam kalitesi, NEP, küresel ısınmaya dair kaygı	Kamusal alan çevreci tüketim davranışları (Enerji politikalarını kanunlar, vergiler, düzenlemeleri destekleme) Özel alan çevreci tüketim davranışları (özel araç yerine toplu taşıma, hane içi enerji tasarrufu)
Steg et al. (2005)	118 kişi (Hollanda)	(biyosferik, altruistik, egoistik) değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Kamusal alan çevreci tüketim davranışları (Karbon emisyonunu düşürmeye yönelik enerji politikalarının son kullanıcı nezdinde kabul edilebilirliği)

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar (Devam)

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Kaiser et al.(2005)	468 kişi, Almanya	(biyosferik, altruistik, egoistik) değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (enerji tasarrufu, çöp ayrıştırma, yeşil tüketim, ekolojik otomobil kullanımı)
Oreg, S. and Katz-Gerro, T. (2006)	31042 kişi, 38 ülke, panel data	Ulusal değerler, Çevresel kaygı, çevresel tehdit ve problemlerin farkında olma, algılanan tüketici etkililiği	Özel alan and kamusal alan çevreci tüketim davranışı (Geri dönüşüm, araba kullanmaktan vazgeçme, çevre yurttaşlığı)
Slimak and Dietz (2006)	614 kişi, ABD hanehalkı, 210 risk uzmanı	Bireysel değerler, NEP, sonuç farkındalığı (ekolojik tehdit ölçümü)	24 farklı ekolojik risk algısının ölçümü
Dietz et al. (2007)	360 kişi, ABD	Bireysel özellikler (cinsiyet, yaş, ırk, medeni durum, eğitim, gelir, yaşadığı eyalet), Değerler, Gelecek odaklılık, paydaşlara güven, iklim değişikliğiyle ilgili bilgi, iklim değişikliğinin sonuçlarının farkında olma, bireysel normlar	Kamusal alan çevreci tüketim davranışı (Fosilli yakıtların tüketimini azaltma için yapılan düzenlemelere destek olma)

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar (Devam)

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Eriksson et al. (2008)	616 kişi, İsveç	NEP, ekolojik problem farkındalığı, bireysel normlar, davranma isteği, çevreci politika etkinliğine ve doğruluğuna dair algı, destekleme)	Kamusal alan çevreci davranış (Bireysel ve toplu taşıma, seyahatle ilgili kamusal düzenlemeleri)
Jansson et al. (2010)	1832 kişi, İsveç	Biyosferik Değerler, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim niyeti (Enerji tüketimini azaltma isteği, yeşil yenilikleri uygulama isteği)
Ibtissem (2010)	703 kişi, Tunus	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (Enerji tasarrufu davranışı)
Cordano et al. (2011)	256 kişi ABD, 310 kişi Şili	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Çevreci davranış niyeti
Jansson et al. (2011)	1904 kişi, İsveç	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (fossil yakıt yerine elektrik, biyoyakıt tüketim davranışı)
López-Mosquera and Sánchez (2012)	194 kişi İspanya	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Kamusal alan çevreci tüketim davranışı (Şehir dışında ekolojik park için ek vergi ödeme)
Aguilar-Luzón et al. (2012)	154 kişi İspanya	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim davranışı (Geri dönüşüm davranışları)

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar (Devam)

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Şahin (2013)	512 kişi, Türkiye, ilkökul öğretmenliği öğrencileri	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Enerji tasarrufu davranışları)
van Riper, C. J., and Kyle (2014)	359 kişi, ABD	(Biyosferik, egoistik) değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Kamusal alan davranışları (Channel Islands Ulusal Parkına gelen ziyaretçilerin park içerisindeki çevreyi koruma davranışları) (gönüllü olarak parkı temizleme, deniz ortamını koruyan kuralları kabul edip destekleme, geri dönüşüm, çevre kirliliğini önleme)
Chen (2015)	757 kişi, Tayvan	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Kamusal alan çevreci davranışları (aktivist davranışlar, çevre yurttaşlığı, çevresel politikaların desteklenmesi); özel alan çevreci tüketim davranışları (çevresel etkiye sahip bireysel ve hanehalkı ürünlerinin satın alınması, kullanılması ve elden çıkarılması); örgüt içerisinde çevreci davranışlar
Han (2015)	402 kişi, ABD	Biyosferik değerler, NEP, sonuç farkındalığı, bireysel yönelik tutum, sübjektif normlar, davranışsal algı kontrolü	Özel alan çevreci tüketim (çevre dostu otelde konaklama niyeti)

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar (Devam)

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Choi et al. (2015)	428 kişi, ABD	Değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar, eğilimi sübjektif normlar	Özel alan çevreci tüketim (Çevreci oteli tercih etme)
Lind et al. (2015)	1043 Kişi, Norveç	Değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Çevre dostu seyahat ulaşım tercihleri, toplu taşıma, aktif taşıma-bisiklet, yürüyüş)
van der Werff and Steg (2016)	500 kişi, Hollanda	Değerler, sonuç farkındalığı, algılanan etkililik, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Enerji tasarruf-Akıllı enerji sistemlerine katılım)
Fornara et al. (2016)	432 kişi, İtalya	Değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar, yeşil enerjiye yönelik tutum, bilgi kaynaklarına güven, sosyal normlar	Özel alan çevreci tüketim (Enerji tasarrufu - Yeşil enerji tüketim niyeti, eğilimi (pencere ve duvar termal yalıtımı, güneş ısıtım sistemi yatırımı, fotovoltaik sistem kurulumu)
Onel and Mukherjee (2017)	206 kişi, ABD	Değerler, NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar, niyet, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol	Özel alan çevreci tüketim (Geri dönüşüm, ayrıştırma ve toplama noktalarına götürme)

Tablo 2.5: Değer İnanç Norm Teorisinin Uygulandığı ve İncelendiği Araştırmalar (Devam)

Araştırma	Örneklem	Değişkenler	İncelenen Çevreci Tüketim Davranışı
Han et al., (2017)	350 kişi, ABD, panel verisi	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, gurur ve duyguları, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Turistik gemi yolcularının fedakârlık yapma eğilimi, satın alma niyeti, kulaktan kulağa iletme niyeti)
Kiatkawsin and Han, (2017)	538 kişi üniversite öğrencileri Güney Kore	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Seyahat esnasında bulunan farklı bir şehir veya ortamda çevreci davranma niyeti)
Nordfjærn and Zavareh, (2017)	(151 anne 70 baba) 221 kişi, Çin	Değerler, NEP, sonuç sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel alan çevreci tüketim (Çinli ebeveynler nezdinde araba kullanmayı teşvik etmeyen düzenlemelere yönelik eğilim)
Hiratsuka et al., (2018)	224 kişi, Japonya	Değerler, sonuç üstlenme, bireysel normlar	Kamusal alan çevreci tüketim (Benzin ücreti, park ücreti, sigorta ücretini artışı ile özel araç kullanım maliyetini yükseltecek politikaları kabullenme)
Hartmann et al., (2018)	(2 ayrı çalışma) 600 kişi, Avustralya	Değerler, sonuç üstlenme, bireysel güçlendirme	1. çalışma: iklim koruyucu davranış (çevre dostu enerji için ek maliyet ödemeyi kabul etme, CO2 emisyonu için ek vergi ödeme) 2. çalışma: haneçi çevre dostu elektrik tüketimi

3. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Bu bölümde, Değer-İnanç-Norm Teorisi kapsamında çevreci tüketim üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi olduğu önerilen faktörlere dair bilgi verilmiş ve bu faktörler aralarındaki ilişkiler esas alınarak araştırma hipotezleri geliştirilmiştir.

3.1. Çevreci Tüketim Davranışı ve Değer-İnanç-Norm Teorisi

Çevreci tüketim davranış literatüründe, tüketicilerin çevresel farkındalıklarını, hassasiyetlerini davranışa dönüştürememesi, tutum-davranış boşluğu (ör. Diekmann and Preisendörfer, 1998; Opatow and Weiss, 2000; Kollmuss and Agyeman, 2002), değer-davranış boşluğu (Blake, 1999); niyet-davranış asimetrisi (Whitmarsh, 2009) kavramlarıyla ifade edilmiştir. Söz konusu boşluk, farklı bireysel ve sosyal öncüllerin bireylerin çevre davranışları üzerindeki etkisini rasyonel yaklaşımla açıklayan planlı davranış teorisi ve diğer teorilerin çevreci davranışları açıklama gücünün sorgulanmasına neden olmaktadır (Bamberg and Möser, 2007).

Tüketicilerin bireysel ihtiyaçların devamlılığı ile bilimsel olarak kabul edilen ekolojik tehditlerin varlığı arasında, sorumlu tüketimin önerdiği orta yolu bulması, sosyal, bireysel ve ekolojik refah için bazı davranışsal maliyetlere katlanması gerekmektedir (Hunecke et al., 2001). Tüketicinin, bireysel, çevresel, ekonomik ve sosyal zorunluluğunu rasyonel savunma mekanizmalarına atıfta bulunmadan kabul etmesini ve harekete geçmesini sağlayacak ahlaki yaklaşımı benimseyen teoriler öne çıkmaktadır (ör. Schwartz, 1977; Stern et al., 1993; Kaiser and Shimoda, 1999). Benzer bir şekilde, Bamberg and Möser (2007), çevreci davranış üzerinde etkili olan faktörleri inceledikleri meta analizi çalışmalarında, bireysel normları öne çıkaracak çalışmalara yönelik ihtiyaca vurgu yapmışlardır.

Schwartz (1977, s.232) özgecil davranış kapsamında “normların duruma göre değişebileceğini ancak değerlerin özel durumlardan bağımsız standartlar olduğuna” dikkat çekmektedir. Sosyal refahı dikkate alan altruist özelliği olan çevreci davranışta olduğu gibi, özgecil davranışlarda da davranış maliyetine bağlı bilişsel

savunma mekanizmalarının devreye girebileceğini ve bireysel normların davranış üzerindeki etkinliğinin azalabileceği gösterilmiştir (Tyler et al.,1982).

NAT gibi çevreci tüketim davranışını bireysel normlarla açıklayan D-İ-N teorisi, NAT'dan farklı olarak, “özel durumlara göre değişiklik göstermeyen ilkeler” olan bireysel değerlerden başlayan zincirleme bir süreç sonunda bireysel normların harekete geçtiğini önermektedir (Stern et al,1999; Stern, 2000). Bu zincirleme süreç içerisinde literatürde birbirinden bağımsız olarak çevreci davranış öncülleri arasında bireysel değerler (ör. Karp,1996; Thogersen and Grunert-Beckman,1997), çevresel kaygıyı, hassasiyeti ölçmek için kullanılmış *Yeni Çevresel Paradigma* (ör. Furman, 1998; Poortinga et al., 2004), çevresel bilinci ölçmek için kullanılmış *sonuç farkındalığı* (ör. Ritter et al., 2015); *sorumluluk üstlenme* (ör. Kaiser and Shimoda, 1999) kavramları sırasıyla birbirlerini etkilediği varsayılmaktadır (Stern et al, 1999; Stern, 2000). Bu zincirin sonunda, duruma göre etkisi değişebilen bireysel normların, NAT kapsamındaki bireysel normlara kıyasla D-İ-N çerçevesinde savunma mekanizmalarından daha az etkilenecek harekete geçmesi beklenmektedir (Stern, 2000).

Ayrıca, D-İ-N'in modelindeki öncüller arasındaki zincirleme ilişkinin bireysel normlar üzerindeki etkisinin doğrulanması, Thogersen (2009)'un ifade ettiği farklı çevreci tüketim davranışlarını açıklayabilecek ortak “güdüsel yol-*motivational root*” için bir zemin hazırlayacaktır. Ayrıca bu kapsamda, çevreci davranış ile öncülleri arasında muhtemel bir boşluğun, olası zayıf etkiler aracılığıyla daha iyi anlaşılması sağlanabilecektir. D-İ-N, çevreci tüketim davranışlarının “zorunlu” olduğu bir dönemde, literatürde daha çok tercih edilen Planlı Davranış Teorisine kıyasla, davranışsal maliyetlerin davranış ve öncülleri üzerindeki etkisi hakkında daha fazla çıkarım yapma olanağı sunmaktadır.

Bununla birlikte, literatürde sıklıkla belirtildiği gibi (ör. Bratt, 1999; Gatersleben et al., 2002), her çevreci tüketim davranışı açıklamak için farklı değişkenlerin kullanılması, mevcut teorilerin çok boyutlu davranışları açıklamalarına engel olabilmektedir (Bratt et al., 2015). D-İ-N'in önerdiği etki zinciri, aynı model çerçevesinde çok boyutlu çevreci tüketim davranışlarının ortak değişkenlerle açıklamasını sağlayabilecektir.

Ahlaki zorunluluğu temel alması ve literatürde öne çıkan çevreci tüketim davranışı öncülleri arasındaki bireysel değerler, Yeni Çevresel Paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme ve bireysel normlar arasında bir zincir etkisinin

farklı davranışlar üzerinde ortak etkisi olduğunu varsayan Değer-İnanç-Norm Teorisinin bu araştırmada esas alınmaktadır.

Farklı çevresel etkiye sahip tüketim davranışlarının tüketici nezdinde ayrıştırılmaması ve çaba gösterilmemesi (ör. Gatersleben et al., 2002), ekonomik açıdan tutumlu olmanın tüketimin çevreyi koruma motivasyonunu yansıtamayabileceğini gösteren çalışmalar (ör. Pepper et al., 2009; Gatersleben et al., 2017) dikkate alındığında, farklı aşamalardaki çevreci tüketim davranışlarının ekolojik zararın azaltılmasını esas alan bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada, bu araştırma kapsamında bağımlı değişken olarak incelenen farklı çevreci tüketim davranışı boyutlarının kümelenmesinde Diekmann and Preisendörfer (1998, 2003)'in önerdiği gibi, fiziksel (çaba) ve maddi (para) davranışsal maliyet, zorluk ölçütü belirleyici olmuştur.

Bu araştırma kapsamında yer alan farklı satın alma aşamalarındaki çevreci tüketim davranışları,

- Tüketim öncesinde tüketim kalıplarında çevresel zararı azaltma amacıyla gönüllü değişiklik yapmayı temsil eden, maddi ve manevi faydayı da içerebilen, çaba ve fiyat açısından davranışsal maliyeti düşük olan “*yalın tüketim*”
- tüketim öncesinde tüketim kararı alınmaz olduğu durumlarda oluşabilecek çevresel zararı en aza indigeme amacını temsil eden ancak maddi açıdan davranışsal maliyeti yüksek olan “*yeşil tüketim*”;
- tüketim sırasında çevresel ve maddi faydayı düşünerek tüketimi mümkün olduğunca azaltan, çaba ve kısmen fiyat açısından davranışsal maliyeti düşük olan “enerji tasarrufu”,
- tüketim sonrası çevresel zararı en aza indirgeyen ancak fiziksel çaba açısından davranış maliyeti yüksek olan “*geri dönüşüm*” boyutlarını kapsayacak şekilde incelenmektedir.

Bu araştırmada, Değer-İnanç-Norm teorisi esas alınarak mevcut literatürde incelenmiş bireysel değerler, yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme değişkenlerinin aralarındaki zincirleme etki incelenmektedir. Söz konusu değişkenler arasındaki zincirleme etkinin ahlaki zorunluluğu yansıtan bireysel normları harekete geçirmesinin ve bireysel normların yalın tüketim, yeşil

tüketim, enerji tasarrufu, geri dönüşüm alt boyutlarını içeren çok boyutlu çevreci tüketim davranışı üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Bireysel Normlar (*Personal Norms*)

Schwartz (1977, s.223), özgeci, altruist davranışları açıklamak için oluşturduğu NAT çerçevesinde normları “değerleri esas alarak şekillenmiş beklentiler” olarak tanımlamaktadır. Bu beklentiler, yaptırımlar ile birlikte bir sosyal gruba ait olduğunda, sosyal normları oluşturmaktadır (Schwartz, 1977). Sosyal yaptırım ya da ödüllerin bulunmasından dolayı sosyal normların özgeci davranış üzerindeki etkisinin gerçekçiliğini sorgulayan Schwartz (1977), bireyin içselleştirdiği değerleri esas alarak kendi beklentilerini yansıtan “bireysel normlar”ın özgeci davranış öncülü olarak dikkate almasını önermektedir. Bireysel normları “kendini güçlendiren besleyen davranış standartları” olarak tanımlayan Schwartz (1977, s.231), NAT’ın temel ilişkisini normların harekete geçirilmesi ya da aktive edilmesi üzerine kurmuştur. Bu modele göre, bireysel değerlere bağlılıkla, ahlaki beklentilerle harekete geçirilen bireysel normlar, kişiyi özgeci davranışa yönlendirmektedir (Schwartz,1977; Schwartz and Howard,1982).

Başkalarının, ekolojinin refahını da dikkate aldığından “biyosferik, çevreci altruist” (Thogersen,1996, s.547), “dayanışmacı-*solidaristic*” (Bratt, 1999, s.633) yapıya sahip olduğu önerilen çevreci tüketim davranış kapsamında, NAT’ın bireysel norm-özgeci davranış ilişkisi doğrulanmıştır (ör. Black et al., 1985; Vining and Ebreo, 1992; Bratt,1999). Thogersen (2006, s.249), çevresel açıdan sorumlu davranışı etkileyen normları sınıflandırırken, bireysel normları “davranış sonucunun bilinçli, ayrıntılı ve derinlemesine değerlendirildiği içselleştirilmiş normlar” olarak tanımlanmasını önermektedir. Thogersen (2009), bilişsel olarak içselleştirilmiş bireysel normların, sosyal normlara göre çevreci tüketim davranışları üzerinde daha etkili olacağını açıklamak için kullanmış ve bireysel normların geri dönüşüm ve yeşil tüketim üzerinde sosyal normlara göre daha etkili olduğunu doğrulamıştır. Bireysel normlarla ile sosyal normlar arasındaki fark, Schwartz (1977)’ın özgeci davranış kapsamında ifade ettiği gibi, sosyal normların harekete geçmek için destek aldığı sosyal ödül veya yaptırımların, bireysel beklentiler kadar ahlaki zorunluluğu harekete geçirecek bir bilişsel mekanizma olmaması olarak açıklanmaktadır (Thogersen, 2009).

Başlangıçta, NAT'ın özgecil (ör. Schwartz and Howard, 1982) ve sonrasında çevreci tüketim davranışları kapsamında (ör. Bratt, 1999) uygulamalarında, sonrasında D-İ-N teorik çerçevesinde (Stern, 2000) ifade edildiği gibi, bireysel normların, kişinin içselleştirdiği, kendi beklentilerini yansıtan zorunluluğu, sorumluluğu esas alan güçlü bilişsel mekanizmalar olarak harekete geçirildiğinde çevreci tüketim davranış üzerinde olumlu etkisinin olması öngörülmektedir.

D-İ-N'in ve NAT'ın bireysel norm-davranış ilişkisine dair öngörülerini ampirik bulgularla da desteklenmiştir.

Gönüllü sadelik yaşam tarzını benimseyen tüketicilerin, yalın tüketim olarak sınıflandırılacak davranışları sergilediğini gösteren çalışmalarda (ör. Leonard-Barton, 1981; Etzioni, 1998; Huneke, 2005; Mcdonald et al., 2006) bireyi gönüllü sade yaşam tarzıyla içselleştirdiği bireysel normların yalın tüketim davranışlarının sıklığını arttırdığını göstermişlerdir. Nordlund and Garvill (2002), bireysel normların, yeni ürün satın almak yerine mevcut ürün kullanım süresini uzatma gibi yalın tüketim davranışlarını desteklediğini göstermişlerdir.

Yalın tüketim ile “tüketimi ve çevresel etkiyi azaltma” hedefini paylaşan ısı ve elektrik tasarrufu davranışları kapsamındaki oda sıcaklığının düzenlenmesi, kullanılmayan odanın ışığın kapatılması gibi “düşük maliyetli” davranışlar üzerinde bireysel normların etkili olduğu gösterilmiştir (ör. Black et al., 1985; Stern, 1992; Harland et al., 1999; Gatersleben et al., 2002; Nordlund and Garvill, 2002). Testa et al. (2016), bireysel normların üniversite öğrencilerinin enerji tasarrufu davranışlarını desteklediğini göstermiştir. Sütterlin et al. (2011) hane içi ve hane dışı (ev, işyeri, tatil) enerji tasarrufu davranışları üzerinde bireysel normların olumlu etkisi olduğunu göstermiştir.

Yeşil tüketim kapsamında yapılan çalışmalarda, Thogersen (1999), bireysel normların çevre dostu paketlemeye sahip ürünlerin tercih edilmesinde etkili olduğunu göstermiştir. Nordlund and Garvill (2002), bireysel normların çevre dostu tüketim davranışlarını arttırdığını bulmuşlardır. Thogersen (2002, 2009), organik gıda tüketiminde yaptığı iki ayrı çalışmada bireysel normların davranış üzerindeki doğrudan olumlu etkisini göstermiştir. Thogersen and Ölander (2006b), 3 yıllık bir sürede 1500 kişilik bir örnekleme yaptıkları çalışmada, bireysel normların güçlendikçe organik gıda ürünleri gibi çevre dostu tüketim tercihinin de arttığını göstermişlerdir. Vermeir and Verbeke (2008) ve Klöckner and Ohms (2009) organik süt tüketimi üzerine yapılan bir çalışmada, bireysel normları güçlü olan tüketicilerin,

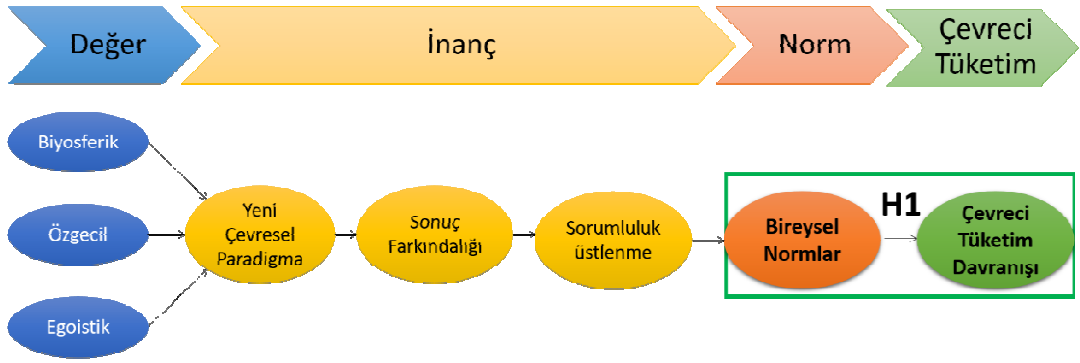
ürünün daha yüksek olan maliyetini göz ardı ederek, ürünü tercih ettiklerini göstermişlerdir. Barbarossa and de Pelsmacker (2016) de bireysel normların esasını oluşturan ahlaki zorunluluğun çevre dostu ürün tüketimine olumlu etki ettiğini bulmuşlardır. Onel (2017), bireysel normların yeşil tüketim davranışı kapsamındaki satın alma kararlarını olumlu etkilediğini göstermiştir.

Geri dönüşüm davranışlarında yapılan araştırmalarda, Hopper and Nielsen (1991), özgeci davranış modeli çerçevesinde sosyal normların bireysel normlara dönüşebildiğini, bireysel normların sonuç farkındalığıyla güçlenerek gündelik tüketim içerisindeki gazete, kağıt, plastik geri dönüşümünü desteklediğini göstermiştir. Vining and Ebreo (1992), 3 farklı zaman diliminde yaptıkları çalışmada ahlaki zorunluluk duygusunun geri dönüşüm davranışını arttırdığını göstermiştir.

Bratt (1999) ise, olumlu sonuçlarından emin olduğunda, bireysel normların, geri dönüşüm davranışlarını olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Nordlund and Garvill (2002), 25 farklı çevreci davranış arasında yer alan metal, plastik, kağıt geri dönüşüm ve yeniden kullanımının bireysel normlar ile arttığını göstermişlerdir. Davies et al. (2002) bireysel normların geri dönüşüm davranışları üzerindeki olumlu etkisini göstermiştir. Portekiz'deki hane halkı geri dönüşüm davranışlarının incelendiği bir çalışmada, do Valle et al. (2005) bireysel normların, ahlaki zorunluluk duygusunun geri dönüşüme katılımı desteklediğini göstermişlerdir. Hage et al. (2009), altyapı kolaylığının da sağlanması koşuluyla, bireysel normların hane halklarının geri dönüşüm davranışlarını arttıracakları sonucuna ulaşmışlardır. Tang et al. (2011), Çin'de yaptıkları araştırmada, hanehalkının geri dönüşüm davranışları üzerinde bireysel normların olumlu etkilediğini göstermişlerdir. Culiberg (2014) de, bireysel normu temsil eden ahlaki zorunluluğun geri dönüşüm niyetini güçlendirdiğini göstermiştir.

D-İ-N, NAT ve literatürdeki birçok ampirik bulgu dikkate alınarak, çevreci davranışa yönelik bireysel normların tüketicilerin tüketimi azaltma, yeşil tüketim ve geri dönüşüm boyutlarını içeren çevreci tüketim davranışını desteklemesi beklenmektedir:

H1: Çevreci tüketim davranışlarına yönelik bireysel normlar, çok boyutlu çevreci tüketim davranışını olumlu etkilemektedir.



Şekil 3.1: Bireysel Norm – Çok Boyutlu Çevre Davranışı İlişkisi

3.3. Sorumluluk Üstlenme (*Ascription of Responsibility*)

Norm Aktivasyon Modeli (Schwartz, 1977) ve Değer-İnanç-Norm Teorisi (Stern, 2000) kapsamında, ekosistemdeki diğer paydaşlara (ör. işletme, devlet) kıyasla doğa üzerinde daha az zararlı faaliyetleri olan tüketicilerin mevcut ekolojik kötüye gidişteki küçük olarak algılanabilecek paylarını çevreci davranmama gerekçesi olarak görmemeleri gerektiğine dikkat çekilmektedir. İki teorinin temsil ettiği ahlaki yaklaşımda, çevreci sorunlarda bireylerin “ahlaki zorunluluk olarak sorumluluklarını” kabul etmeleri incelenmektedir (Luchs et al.,2015, s.1459). NAT ve D-İ-N Teorisinde bireysel normları, ahlaki zorunluluğu harekete geçiren, aktive eden farklı faktörlerin varlığıyla, çevreci davranışın gerçekleştiği savunulmaktadır. Bu faktörler arasında, davranışa ilişkin sonuç farkındalığı ve mevcut zararlı sonuçlara dair sorumluluk üstlenme değişkenleri her iki teoride de öne çıkmaktadır (Schwartz, 1977; Stern, 2000). Sorumluluk üstlenme, Değer-İnanç-Norm Teorisinin önerdiği bilişsel zincirde, bireyin dünyadaki ve yakın çevresindeki ekolojik tehditlerin farkında olarak, mevcut durumda kendisinin de payı olduğunu kabul etmesi ve göstereceği bireysel çabaların ekolojik açıdan kötüye gidişi durduracağına yönelik inancı ifade eden kavramdır (Stern, 2000). Sorumluluk üstlenme, davranış (tüketim) öncesi, sırası ve sonrasında bireysel ahlaki beklentilerin tüketicinin bilişsel odak noktasında kalmasını sağlayarak bireysel normları harekete geçirebilmektedir (Schwartz, 1977). Dolayısıyla, ahlaki yaklaşımı benimseyen bilişsel süreç kapsamında çevreci tüketim davranışa giden yolda, rasyonel savunma mekanizmalarını, “tutumları değiştirme” arayışı yerine bireysel ahlaki beklentileri, zorunluluğu güçlendiren “sorumluluk hissine” odaklanması savunulmaktadır (Luchs et al., 2015, s. 1459).

Sorumluluk üstlenme, tüketicinin çevreyle ilgili küresel, bölgesel, yerel ve aynı zamanda bireysel zararların farkında olarak, söz konusu zararlardaki bireysel payını üstlenerek harekete geçme zorunluluğunu hissetmesi açısından özgecil (ör. Schwartz and Howard, 1982) ve çevreci tüketim davranışlarında (ör. Fornara et al., 2016) önem taşımaktadır.

D-İ-N, NAT ve literatürdeki diğer çalışmaların sorumluluk üstlenme-bireysel norm ilişkisine dair öngörülerini ampirik bulgularla da desteklenmiştir.

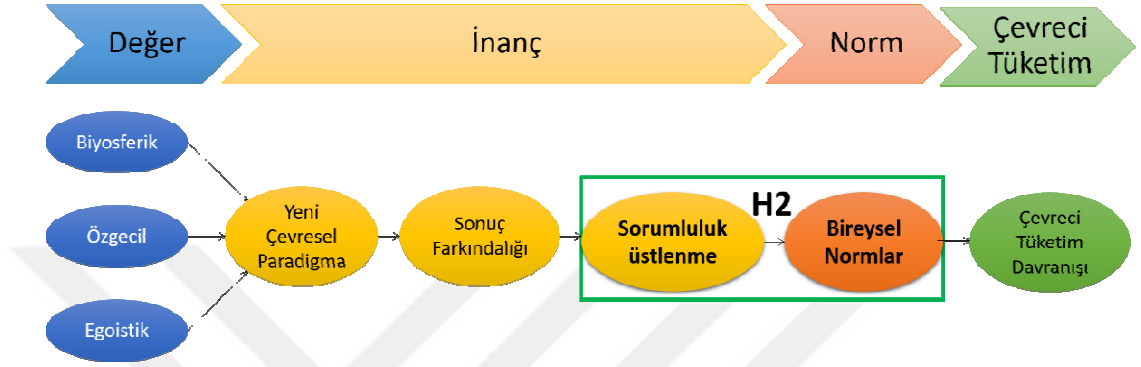
NAT kapsamında yapılan araştırmalarda, de Groot and Steg (2009), enerji tüketimi nedeniyle artan karbon emisyonunu azaltmak için tasarrufun kabul edilmesi, enerjiyle ilgili yeni düzenlemelerin (ör. ek vergi, kanunlar) kabul edilmesine dair araştırmalarında, sorumluluk üstlenmenin bireysel normları desteklediğini göstermişlerdir. Onwezen et al. (2013), NAT'ı yeşil tüketim ve tatil davranışları kapsamında uyguladıkları araştırmalarında, sorumluluk üstlenmenin bireysel normları güçlendirdiğini göstermişlerdir.

D-İ-N'in uygulandığı araştırmalarda, sorumluluk üstlenmenin bireysel normlar üzerindeki olumlu etkisi, *kamusal alan çevreci tüketim* (ör. Stern et al., 1999; örneğin küresel iklim değişikliğine dair kamusal düzenlemelere destek, enerji politikalarına destek, örneğin Steg et al., 2005; Kaiser et al., 2005; Dietz et al., 2007; Eriksson et al., 2008; van Riper and Kyle, 2014; Chen, 2015); *özel alan çevreci tüketim davranışları* (örneğin enerji tasarrufu Ibtissam, 2010, Şahin, 2013; örneğin geri dönüşüm, Aguilar-Luzon et al., 2012; örneğin yenilenebilir enerji tüketim, Jansson et al., 2011; örneğin seyahat davranışları, Choi et al., 2015; Lind et al., 2015; Kiatkawsin and Han, 2017) kapsamında doğrulanmıştır.

Sorumlu tüketimin temelindeki “kendisinden başkasını düşünmeyi” ve kamusal sorunlarda kendi sorumluluğunu kabul etmeyi temsil eden bilişsel süreç, D-İ-N ve NAT kapsamı dışında da incelenmiştir. Kaiser and Shimoda (1999, s.245), sorumluluğu çevre dostu tüketim davranışının öncülü olarak tanımladıkları çalışmalarında, D-İ-N ve NAT Teorisindeki “sorumluluk üstlenme”yle benzer maddelerle ölçülen “sorumluluk değerlendirmesinin”, bireysel ve sosyal sorumluluk hislerini etkilediğini göstermişlerdir. (Kaiser and Shimoda, 1999). Sütterlin et al. (2011) bütün enerji tasarrufu davranışlarının alt boyutlarını kapsayan çalışmasında, sorumluluk üstlenme değişkeninin bireysel normları desteklediğini göstermiştir.

D-İ-N, NAT uygulamalarının ve literatürdeki diğer çalışmaların ampirik bulguları dikkate alınarak, bireyin sorumluluk üstlenmesinin, çevreci tüketim davranışlarına yönelik bireysel normları desteklemesi beklenmektedir:

H2: Çevreci tüketim davranışlarında bireylerin sorumluluk üstlenmeleri, çevreci davranışlarına yönelik bireysel normları olumlu etkilemektedir.



Şekil 3.2: Sorumluluk Üstlenme – Bireysel Norm İlişkisi

3.4. Sonuç Farkındalığı (*Awareness of Consequences*)

Schwartz (1977, s.229) tarafından “davranışının başkaları için doğurduğu sonuçlarının farkına varma eğilimi” olarak nitelenen sonuç farkındalığı, bireyin sorumluluk alanı olarak tanımlanabilecek yaşadığı yer, bölge, ülkedeki ekolojik durum hakkındaki bilinci ifade etmektedir (Stern et al.,1999; Stern, 2000). Sonuç farkındalığı, sorumlu tüketicinin insan doğa ilişkisinde özellikle tüketim kaynaklı ekolojik risklerin yakınında veya uzağında gerçekleşmesine bakmadan, dikkate almasını ifade eden bütüncül bir kavramdır (Slimak and Dietz, 2006; Buerke et al.,2017). Sonuç farkındalığı, çevreci tüketim kapsamındaki davranışların muhtemel sonuçlarına dair bilinç seviyesinin tüketim davranışlarına ne ölçüde yansıtıldığına odaklanmaktadır (Buerke et al.,2017). Dolayısıyla, sorumlu tüketim ve sürdürülebilir kalkınma için sonuç farkındalığı, önkoşul olarak kabul edilmektedir (Hansen and Schrader, 1997).

Sonuç farkındalığı, NAT’ın teorik kapsamında, doğrudan veya sorumluluk üstlenme aracılığıyla dolaylı olarak bireysel normları olumlu etkileyen bir değişken olarak öngörülmüştür (Schwartz et al., 1977). NAT’ın çevreci tüketim davranış

uygulamalarında, söz konusu dolaylı (ör. Black et al., 1985; Onwezen et al.,2013) ve doğrudan etkisi (ör. Vining and Ebreo,1992) ampirik olarak kanıtlanmıştır.

Sonuç farkındalığı, D-İ-N modelinin inanç kısmında, bireyin dünyanın ekolojik durumuna dair inancını yansıtan Yeni Çevresel Paradigma ile çevresel sorumluluk üstlenme değişkenleri arasında yer almaktadır (Stern et al., 1999; Stern, 2000). Bu teori kapsamında sonuç farkındalığı, Yeni Çevresel Paradigmanın ifade ettiği küresel seviyedeki çevresel etkiler ile kişisel seviyedeki çevresel etkiler arasında kalan yaşanan bölge, yakın çevre ve diğer insanlar, canlılar üzerindeki (bölgesel, yerel) etkinin algılanması olarak da ifade edilebilmektedir (Stern, 2000). Dolayısıyla D-İ-N Teorisi kapsamında, sonuç farkındalığının bireysel normları harekete geçirecek sorumluluk üstlenmeyi olumlu etkilemesi beklenmektedir (Stern, 2000). Stern et al. (1999), sonuç farkındalığı olarak da ifade edilebilecek sonuçlara dair algının, sorumluluk üstlenme kavramına karşılık gelen bireyin olumsuz sonuçları azaltabileceği inancını ve sonrasında bu inancın, davranışa dair zorunluluğu, normu doğrudan etkilediğini önermişlerdir. D-İ-N'in inanç boyutu kapsamındaki bu zincir etkilerin sosyal ve özel alan çevreci tüketim davranışa doğru küçük adımları oluşturduğu ifade edilmiştir (Stern et al., 1999; Stern, 2000).

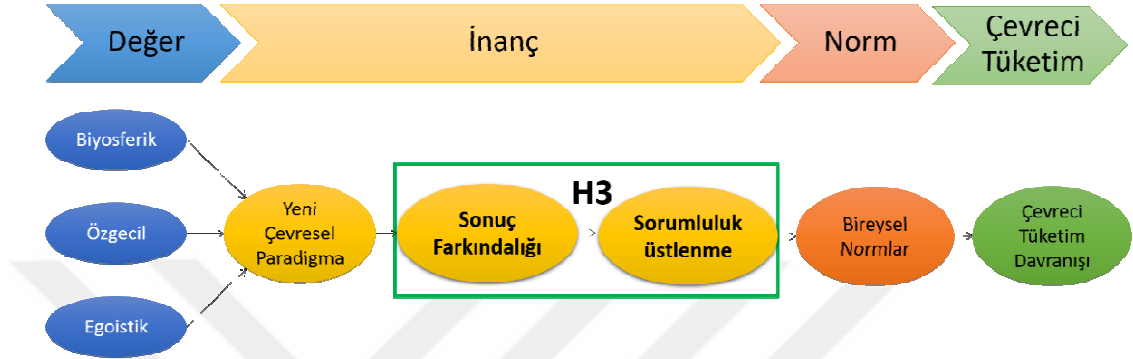
D-İ-N, NAT ve literatürdeki diğer çalışmaların sonuç farkındalığı-sorumluluk üstlenme ilişkisine dair öngörülleri ampirik bulgularla da desteklenmiştir.

NAT esas alınarak yapılan araştırmada, Vining and Ebreo (1992), geri dönüşüm davranışı kapsamında, sonuç farkındalığının hanehalkı seviyesinde tüketicinin çevresel sorumluluk üstlenmesini olumlu etkilediğini göstermiştir. Benzer bir şekilde, Onwezen et al. (2013), NAT kapsamındaki yeşil tüketim ve tatil davranışlarına ilişkin araştırmalarında, çevresel sonuç farkındalığının sorumluluk kabulünü arttırdığını göstermişlerdir.

D-İ-N çerçevesinde yapılan araştırmalarda, bireysel tüketime bağlı gelecek çevresel sonuçlarına dair farkındalığın sorumluluk üstlenme üzerindeki olumlu etkisi, *kamusal alan çevreci tüketim* (ör. Stern et al., 1999; ör. küresel iklim değişikliğine dair kamusal düzenlemelere destek, enerji politikalarına destek, ör Steg et al.,2005; Kaiser et al., 2005; Eriksson et al.,2008; van Riperand Kyle, 2014; Chen, 2015) ve *özel alan çevreci tüketim davranışları* (ör. enerji tasarrufu Ibtissem, 2010, Şahin, 2013; ör. geri dönüşüm, Aguilar-Luzon et al., 2012; ör. yenilenebilir enerji tüketim, Jansson et al.,2011; ör. seyahat davranışları, Choi et al., 2015; Lind et al., 2015; Kiatkawsin and Han, 2017) kapsamındaki çalışmalarda doğrulanmıştır.

D-İ-N ve NAT'nin birçok ampirik bulguyla desteklenen öngörüsü dikkate alınarak, çevresel sonuç farkındalığının, bireylerin çevresel sorunlarda sorumluluk kabulünü arttırması beklenmektedir:

H3: Tüketicilerin çevresel sonuç farkındalığı, çevresel sorunlarda sorumluluk üstlenmelerini olumlu etkilemektedir.



Şekil 3.3: Sonuç Farkındalığı - Sorumluluk Üstlenme İlişkisi

3.5. Yeni Çevresel Paradigma (*New Ecological Paradigm*)

Yeni Çevresel Paradigma (*New Ecological Paradigm-NEP*), insanların ekolojik hassasiyetleri, doğanın dengesi, insan doğa ilişkisi, doğanın kısıtlı kaynakları, ekolojik felaketler ve dünyanın geleceğine dair görüşlerini tanımlama amacındaki yaygın kullanılan bir ekolojik inanç ölçeğidir (Dunlap and Van Liere 1978; Dunlap et al., 2000).

NEP, “insan toplumlarının büyüme sınırlarının varlığı, insanlığın doğa dengesini bozması ve insanlığın doğanın kalan kısmı üzerindeki hakimiyetine” dair inançlara odaklanmıştır (Dunlap et al., 2000, s.427). Dunlap ve Van Liere (1978)'nin geliştirdiği ve Dunlap et al. (2000)'nin sosyal değişimlerin çevreci eğilimlere olan etkisi dikkate alınarak güncellediği Yeni Çevresel Paradigma, küresel boyuttaki çevresel bilinci, hassasiyeti açıklamak için farklı çevreci tüketim davranışları açıklamada sıklıkla kullanılmıştır (ör. yeşil tüketim, Minton and Rose,1997; Roberts and Bacon,1997; geri dönüşüm Olli et al.,2001; enerji tasarrufu, geri dönüşüm, yeşil tüketim Bratt et al., 2015; çevresel yurttaşlık, Maxwell-Smith et al., 2017).

D-İ-N kapsamında, bireyin dünyadaki ekolojik duruma dair bilincini, inançlarını ifade eden, insan-doğa ilişkisine dair dünya görüşünü tanımlayan değişken olarak Yeni Çevresel Paradigma (*NEP*) D-İ-N'in kavramsal yapısında,

çevreye dair inancın, farkındalığın küresel boyutunu yansıtmaktadır (Stern, 2000). D-İ-N önerdiği teorik çerçevede, Yeni Çevresel Paradigma kapsamında, bireyin yakın çevresinin, yaşadığı bölgenin ötesine çıkarak dünyanın genel ekolojik durumuyla, insan-çevre ilişkisine dair bilinci, inançları değerlendirilmektedir (Stern, 2000). D-İ-N Teorisi kapsamında da, Stern et al. (1999) ve Stern (2000), NEP’i bireysel değerlerden, tüketim kaynaklı çevresel sonuçların farkında olup sorumluluk üstlenmeye yönlendiren etki zincirinin inanç kısmının başlangıcı, insan-doğa ilişkisine odaklanmış “filtre”si olarak değerlendirmektedir. D-İ-N öncesinde, bireyler değerler ve çevreci tüketim davranış arasındaki ilişkiye dair yapılan bir çalışmada, Stern et al. (1995), değerler ve dünya görüşlerinin yeni fikirler ve farkındalık için “filtre” görevi gördüğünü ve bir çevreci dünya görüşü olarak Yeni Çevresel Paradigmanın, bireylerin insan kaynaklı ekolojik değişimin olası zararlı sonuçları hakkındaki farkındalıklarına, özel sonuç farkındalıklarına dair fikir verdiğini vurgulamaktadır (Stern et al., 1995).

Gerek D-İ-N öncesinde yapılan çalışmalarda, gerekse D-İ-N kapsamında yapılan çalışmalarda, NEP, bireysel, yerel sonuç farkındalığını olumlu etkileyen ve farklı demografik ve sosyal koşullarda geçerliliğini koruyan bir genel, küresel ekolojik bilinç ölçeği olarak kullanılmıştır (ör. Stern et al., 1995; Furman, 1998; Wiidegren, 1998) ve kullanılmaya devam edilmektedir (ör. Amburgey et al., 2012; Maxwell-Smith et al., 2012).

Yeni Çevresel Paradigma-sonuç farkındalığı ilişkisine dair öngörüler ampirik bulgularla da desteklenmiştir.

Vining and Ebreo (1992), geri dönüşüm davranışları üzerine yaptıkları araştırmalarında, yeni çevresel paradigmanın çevresel sonuç farkındalığını arttırdığını göstermişlerdir. Slimak and Dietz (2006), D-İ-N’in değer-inanç boyutları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, dünyadaki nüfus artışı sonucundaki 26 farklı ekolojik risk algılamasında, NEP’in sonuç farkındalığını desteklediğini göstermişlerdir. Dietz et al. (2007), iklim değişikliğine dair kamu politikalarının desteklenmesini içeren kamusal çevreci tüketim davranışlarını inceledikleri araştırmalarında, NEP’in sonuç farkındalığını güçlendirdiğini göstermişlerdir.

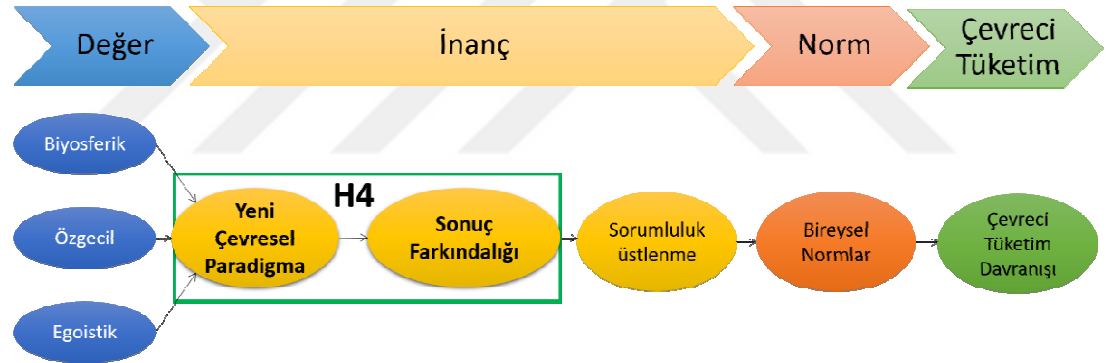
D-İ-N çerçevesinde yapılan araştırmalarda, yeni çevresel paradigmanın çevresel sonuç farkındalığını desteklediği, *kamusal alan çevreci tüketim davranışları* (ör. Stern et al., 1999; ör. küresel iklim değişikliğine dair kamusal düzenlemelere destek, enerji politikalarına destek, ör. Steg et al., 2005; Kaiser et al., 2005; Eriksson

et al.,2008; van Riper and Kyle, 2014; Chen, 2015) ve özel alan çevreci tüketim davranışları (ör. enerji tasarrufu Ibtissem,2010,Şahin, 2013; ör. geri dönüşüm, Aguilar-Luzon et al., 2012; ör. yenilenebilir enerji tüketim, Jansson et al.,2011; ör. seyahat davranışları, Choi et al., 2015; Lind et al., 2015; Kiatkawsin and Han, 2017) kapsamında doğrulanmıştır.

Furman (1998), Türkiye’de yaptığı çalışmasında NEP’in ekonomik anlamda gelişmekte olan bir ülkede, gelişmiş ülkelere oranla daha düşük oranda olsa da, çevresel sonuç farkındalığı, hassasiyeti olumlu etkilediğini göstermiştir.

D-İ-N uygulamalarındaki ve literatürdeki diğer ampirik bulgular dikkate alındığında, Yeni Çevresel Paradigmanın çevresel sonuç farkındalığını desteklemesi beklenmektedir:

H4: Tüketicilerin çevresel dünya görüşünü temsil eden yeni çevresel paradigma, çevresel sonuç farkındalığını olumlu etkilemektedir.



Şekil 3.4: Yeni Çevresel Paradigma (NEP) - Sonuç Farkındalığı İlişkisi

3.6. Değerler (Values)

Schwartz (1992, s.4) tarafından “durumsallığı aşmış bir şekilde arzulanan ve önemine göre değişkenlik gösteren, durumların ve davranışların değerlendirilmesini yönlendiren, kişinin ya da sosyal varlıkların yaşamlarında yol gösterici ilkeler, inançlar, referanslar” olarak tanımlanan değerler, literatürde tutumu, niyetleri ve davranışları etkileyen bir faktör olarak gösterilmektedirler (ör. Grunert and Juhl, 1995; Thøgersen and Ölander, 2002; Nordlund and Garvill, 2002). Schwartz, belirlediği 56 evrensel değeri, güdüsel açıdan farklı 10 temel başlıkta (evrenselcilik,

iyimserlik, geleneksellik, uyma, güvenlik, güç, başarı, hazcılık, uyarılım, özyönelim) toplamıştır (Schwartz, 1994; Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000).

Schwartz (1994), her kültürde farklı değerde bulunabilen 10 temel motivasyon türü sınıflandırması yaparak, evrensel olarak ölçülebilen Schwartz Değerler listesini geliştirmiştir ve bu değer tiplerini kendi içlerinde iki ana boyut üzerinde gruplandırmıştır:

İlk boyut, yeniliğe açıklık (uyarılım, özyönelim) ve muhafazacı yaklaşım (geleneksellik, uyma, güvenlik) olarak tanımlanmıştır (Schwartz, 1994; Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000). Yeniliğe Açıklık özyönelim ve uyarılım değer tiplerini kapsar ve bireylerin duygusal ve düşünsel ilgilerini önceden kestirilemeyecek biçimlerde izlemelerine olanak sağlayan değerlerden oluşur. Muhafazacı Yaklaşım ise, güvenlik, uyma ve geleneksellik değer tiplerinden oluşur ve bireylerin yakın oldukları kişilerle, kurumlarla ve geleneklerle olan ilişkilerindeki süreklilik ve belirliliğin sürmesine olanak sağlayan değerleri içerir.

İkinci boyut ise, özaşkınlık (evrenselcilik, iyimserlik) /özgenişletim (güç, başarı, hazcılık) olarak tanımlanmıştır (Schwartz, 1994; Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000). Öz aşkınlık, evrenselcilik ve iyilikseverlik değer tiplerini; Öz genişletim ise, hazcılık, güç ve başarı tiplerini kapsarlar. Öz genişletim grubu içindeki değerler bireyin, başkalarının zararına bile olsa, kendi çıkarları doğrultusunda davranmasına olanak sağlayan değerlerden oluşmaktadır. Öz aşkınlık grubu ise, bireyin, yakın ya da uzak tüm insanların ve doğanın yararı için, bencil amaçlarından vazgeçmesine yönelik değerleri kapsamaktadır (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000).

Schwartz (1977)'nin ifadesiyle, zaman içerisinde kaybetmediklerine inanılan tutarlılıklarından dolayı koşullar üstü yol gösterici standartlar olan değerlerin, özellikle öz aşkınlık değer boyutunun, farklı satın alma aşamalarındaki çevreci tüketim davranışı üzerinde doğrudan etkisi farklı çalışmalarda gösterilmiştir (ör. Steg et al., 2014; Thøgersen and Ölander, 2002; Thøgersen and Grunert-Beckmann,1997). Her bireyin birden fazla değeri benimseyebileceği araştırmalarda göz ardı edilmemiş, öz genişletim, yeniliğe açıklık ve muhafazacılık değer boyutları da, çevreci tutum ve çevreci tüketim davranış üzerindeki etkili faktörler olarak incelenmiştir (ör. Grunert and Juhl,1995; Nordlund and Garvill, 2002; Poortinga et al.,2004). Bununla birlikte, literatürde öz aşkınlık değerleriyle, çevresel kaygı, hassasiyet arasındaki ilişkinin pozitif olduğunu, buna karşılık, öz genişletim değerleriyle çevresel hassasiyet arasında negatif ilişki olduğunu farklı davranışlar kapsamında gösteren çalışmalar

öne çıkmaktadır (ör. yeşil tüketim, Nordlund and Garvill, 2002; Doran,2009; enerji tasarrufu, Steg et al., 2011; de Groot and Steg, 2008; geri dönüşüm, Hopper and Nielsen,1991). Değerlerin çevresel kaygı (ör. Stern and Dietz, 1994), çevresel farkındalık (ör. Stern et al.,1995) ve bireysel normları (ör. Nordlund and Garvill,2002) arttırdığı, güçlendirdiği farklı çalışmalarda gösterilmiştir.

Stern and Dietz (1994), çevresel kaygının, duyarlılığın temelinde değerlerin olduğunu test edip kavramlaştırdıkları modellerinde, çevresel sonuç farkındalığı üzerinde biyosferik-çevreci ve altruistik değerlerin olumlu etkisini; yeniliğe açıklık, muhafazacı ve egoistik değerlerin ise olumsuz etkisini göstermişlerdir. Ayrıca, Stern et al. (1995a), D-İ-N teorisinin kavramsal temellerini oluşturan çalışmalarında, öz aşkınlık değerlerinin NEP ve bireyin çevresel inancını güçlendirdiğini, öz genişletim değerlerinin ise NEP'i desteklemediğini göstermişlerdir. Bu bulguyu tamamlayacak şekilde, Stern et al. (1995b), biyolojik, sosyal ve bireysel olarak kümelenmiş sonuç farkındalıkları üzerinde egoistik değerlerin olumsuz, altruistik ve biyosferik değerlerin olumlu etkisi olduğunu göstermişlerdir.

D-İ-N teorik çerçevesindeki bireysel değerler (öz aşkınlık-biyosferik ve altruistik, öz genişletim-egoistik) Yeni Çevresel Paradigma ilişkisine dair öngörülerini ampirik bulgularla da desteklenmiştir.

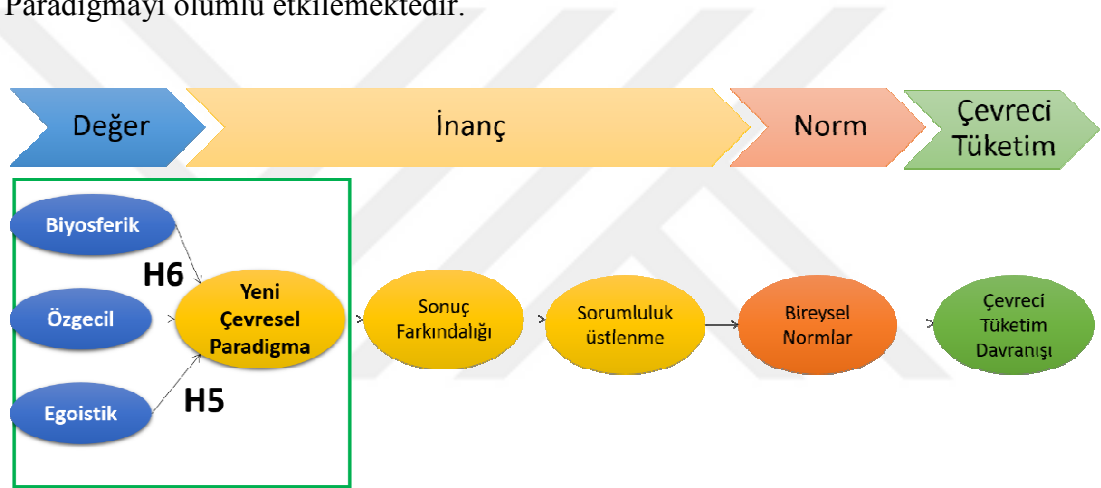
Schultz and Zelezny (1999); Schultz (2001) çevresel hassasiyet, kaygı ile değerler arasındaki ilişkiye dair araştırmalarda, egoistik değerlerin NEP ile temsil edilen çevresel kaygıyı desteklemediğini; buna karşılık, altruistik ve biyosferik değerlerin NEP ile temsil eden çevresel hassasiyeti arttırdığını göstermişlerdir. Slimak and Dietz (2006), D-İ-N'in değer-inanç boyutları arasındaki ilişkisini inceledikleri çalışmalarında, dünyadaki mevcut 26 farklı ekolojik risk algılamasında, öz aşkınlık, yeniliğe açıklık ve muhafazacı değer boyutlarının NEP'i desteklediğini, öz genişletim değerlerinin ise NEP'i desteklemediğini göstermişlerdir. D-İ-N'in uygulandığı araştırmalarda, öz aşkınlık değer boyutunun Yeni Çevresel Paradigma üzerindeki desteği ve öz genişletim değer boyutunun Yeni Çevresel Paradigma üzerindeki olumsuz etkisi, *kamusal alan çevreci tüketim* (ör. Stern et al., 1999; ör. küresel iklim değişikliğine dair kamusal düzenlemelere destek, enerji politikalarına destek, ör. Steg et al.,2005; Kaiser et al., 2005; Dietz et al.,2007; Eriksson et al.,2008; van Riper and Kyle, 2014; Chen, 2015) ve *özel alan çevreci tüketim davranışları* (ör. enerji tasarrufu Ibtissem, 2010,Şahin, 2013; ör. geri dönüşüm, Aguilar-Luzon et al., 2012; ör. yenilenebilir enerji tüketim, Jansson et al.,2011; ör.

seyahat davranışları, Choi et al., 2015; Lind et al., 2015; Kiatkawsin and Han, 2017) kapsamında yapılan çalışmalarda gösterilmiştir.

D-İ-N uygulamalarındaki ve literatürdeki diğer ampirik bulgular dikkate alındığında, öz genişletim (egoistik) ve öz aşkınlık (biyosferik, özgecil) değer boyutlarının Yeni Çevresel Paradigma ile olan ilişkilerinin farklı yönlerde olması beklenmektedir:

H5: Tüketicilerin öz genişletim (egoistik) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumsuz etkilemektedir.

H6: Tüketicilerin öz aşkınlık (biyosferik ve özgecil) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumlu etkilemektedir.



Şekil 3.5: Değerler- NEP İlişkisi

3.7. Özet

Bu araştırmanın amacı, tüketicilerin satın alma öncesi, kullanım sırasındaki ve sonrasındaki çevreci tüketim davranışlarını etkileyen faktörlerin davranış üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesinde incelemektir. Söz konusu faktörler arasında çevreci tüketim davranışını doğrudan etkileyen değişken, bireysel normlardır. Ayrıca, bireysel normları zincirleme bir etkiyle harekete geçiren değişkenler sırasıyla, sorumluluk üstlenme, sonuç farkındalığı, yeni çevresel paradigma, bireysel değerler (öz aşkınlık ve öz genişletim)dir. Bütün değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamayı amaçlayan araştırma hipotezleri aşağıda özetlenmiştir:

H1: Çevreci tüketim davranışlarına yönelik bireysel normlar, çok boyutlu çevreci tüketim davranışlarını olumlu etkilemektedir.

H2: Çevreci tüketim davranışlarında bireylerin sorumluluk üstlenmeleri, çevreci davranışlara yönelik bireysel normları olumlu etkilemektedir.

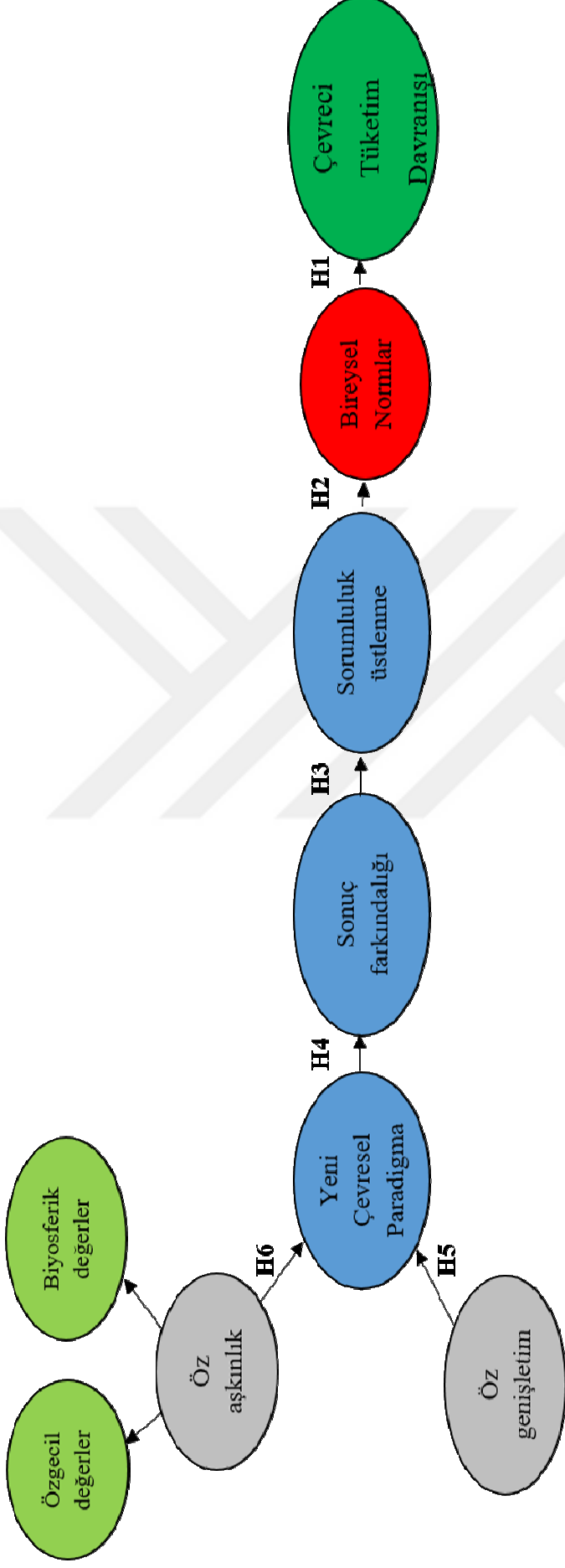
H3: Tüketicilerin çevresel sonuç farkındalığı, çevresel sorunlarda sorumluluk üstlenmelerini olumlu etkilemektedir.

H4: Tüketicilerin çevresel dünya görüşünü temsil eden yeni çevresel paradigma, çevresel sonuç farkındalığını olumlu etkilemektedir.

H5: Tüketicilerin öz genişletim (egoistik) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumsuz etkilemektedir.

H6: Tüketicilerin öz aşkınlık (biyosferik ve özgecil) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumlu etkilemektedir.

Hipotezlerde öne sürülen ilişkileri gösteren araştırma modeli Şekil 3.6'da sunulmuştur.



Şekil 3.6: Araştırma Modeli

4. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Değer-İnanç-Norm Teorisinin kavramsal modelini esas alarak, bireysel değerlerden başlayan, genel (NEP), bölgesel (sonuç farkındalığı), bireysel (sorumluluk üstlenme) ekolojik inançları ve bireysel normları sırasıyla izleyen ilişki zincirinin farklı davranış zorluklarını içeren çok boyutlu çevresel tüketim davranışı üzerindeki etkisini açıklamaktır. Bu amaca uygun olarak, yukarıda önerilen hipotezler kurulmuştur ve varsayılan ilişkiler Şekil 3.6'da yer alan araştırma modelinde gösterilmiştir.

Bu bölümde, hipotezlerin sınanmasına yönelik olarak veri toplamada kullanılan anketin yapısı, ölçekleri, ana kitle ve örneklemin belirlenmesi için izlenen yöntem ve örneklem özellikleri hakkında bilgi verilmektedir.

4.1. Araştırmanın Ana Kitle ve Örneklemin Belirlenmesi

Bu araştırmanın bağımlı değişkeni olan çevreci tüketim davranışlarının, farklı demografik özelliklere sahip bireylerin gündelik hayatında sıklıkla tekrarlanabilen davranışlar olması nedeniyle, söz konusu demografik çeşitliliğin temsil edildiği büyük şehirlerde yaşayan tüketiciler, araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Ancak araştırma evrenine ulaşmanın fiziksel, zamansal ve maddi kısıtları olduğu dikkate alınarak, örneklem çerçevesi üç büyük şehirde (İstanbul, Kocaeli, Ankara) yaşayan 18 yaş üstü tüketiciler olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma örnekleminin seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

4.2. Anketin Hazırlanması ve Yapısı

Veri toplama aracı olarak kullanılan anketler esasen üç bölümden oluşmaktadır. Katılımcılara dağıtılan anketin ilk bölümünde, araştırmanın bağımlı değişkeni çevreci tüketim davranışının alt boyutları olan yalın tüketim, yeşil tüketim, enerji tasarrufu ve geri dönüşüm davranışlarının ölçümünü amaçlayan dair sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, araştırmanın bağımsız değişkenleri olarak, yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normların ölçümüne yönelik sorular bulunmaktadır. Üçüncü bölümde, katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorular bulunmaktadır.

Araştırmaya konu olan değişkenlerin ölçümünde daha önce çok sayıda çalışmada kullanılan, geçerlilik ve güvenilirlikleri raporlanan çok maddeli ölçekler kullanılmıştır.

4.2.1. Çevreci Tüketim Davranışının Ölçümü

Ankette yer alan çevreci tüketim davranışı soruları, tüketim öncesi (yalın tüketim, yeşil tüketim), tüketim sırasında (enerji tasarrufu), tüketim sonrası (geri dönüşüm) davranışları kapsamaktadır. Katılımcıların belirli çevreci tüketim davranışlarını ne sıklıkta sergilediklerini ölçümlemek için beş aralıklı bir sıklık ölçeğinden faydalanılmıştır (1: Hiçbir zaman...5:Daima).

4.2.1.1. Yalın Tüketim

Yalın tüketim, bu araştırma kapsamında özellikle aşırı tüketimi önleyici, tutumlu gündelik davranışları ifade eden, maddi açıdan sadeleşmiş tüketim tercihlerini temsil etmektedir. Bu araştırma kapsamında, satın alma öncesinde tutumluluğun ve sadeleşmenin sağladığı ekonomik ve ekolojik faydaları öne çıkaran yalın tüketim için karma bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek aşağıdaki soruları içermektedir:

- Aldığım ürünü eskিয়েceye kadar kullanıyorum (Pepper et al., 2009)
- Geçici süreyle kullanacağım ürünleri satın almak yerine yakınlarımdan ödünç alıyorum (Gupta and Agrawal, 2017).
- Yenisini almak yerine yıpranmış ve hasar görmüş eşyaları tamir ederek kullanıyorum (Barr, 2007).
- Özellikle paketlemesi az olan ürünler satın alıyorum (Barr, 2007).
- Tek kullanımlık ürünler yerine (kağıt havlu, peçete, bardak vb.) yeniden kullanılabilen ürünleri tercih ediyorum (Barr, 2007).
- Kitap, DVD vb. ürünleri satın almak yerine çevremdekilerle değiş tokuş yaparak kullanıyorum (Leonard-Barton, 1981).
- Gereksiz tüketimi azaltmak için 2. el eşya satın alıyorum (Leonard-Barton, 1981).
- Özel günlerde hediye satın almak yerine kendi yaptığım ürünü hediye ediyorum (Leonard-Barton, 1981).

4.2.1.2. Yeşil Tüketim

Yeşil tüketim, bu araştırma kapsamında tüketimin kaçınılmaz olduğu durumlarda çevresel etkiyi en aza indirmeye çabası yansıtan davranışları temsil etmektedir. Satın alma öncesinde söz konusu fiziksel ve maddi davranışsal maliyeti çevreci niyetle üstlenmeyi öne çıkaran yeşil tüketime ilişkin aşağıdaki maddeler kullanılmıştır:

- Özellikle doğaya daha az zararı olan deterjanları satın alıyorum (Kim and Choi, 2005).
- Özellikle, ambalajı geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olan ürünleri satın alıyorum (Roberts,1996).
- Özellikle, çevre dostu malzemelerden yapılan giysileri satın alıyorum (Barbarossa and de Pelsmacker, 2016).
- Özellikle yaşadığım yere yakın bölgelerde üretilen ürünleri satın alıyorum (Huneke, 2005).
- Seçme şansı olduğunda, her zaman en az kirliliğe neden olan ürünü satın alıyorum (Roberts and Bacon, 1997).
- Özellikle "çevre dostu" etiketine sahip ürünleri satın alıyorum (Thogersen et al., 2010).
- Tuvalet kağıdı, peçete vb. kağıt ürünler satın alırken özellikle geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olanları satın alıyorum (Roberts and Bacon,1997).

4.2.1.3. Enerji Tasarrufu

Enerji tasarrufu, tüketim kaynaklı çevresel zararı kullanım sırasında en aza indirmeyi amaçlayan davranışları temsil etmektedir ve fiziksel, maddi davranışsal maliyeti düşük olan gündelik ısı, elektrik tasarrufunu ve enerji verimliliği yatırıma ilişkin davranışları kapsamaktadır. Enerji tasarrufu davranışının ölçümü için aşağıdaki sorular yer almıştır:

- Pahalı olsa bile az elektrik tüketen ampulleri satın alıyorum (Roberts and Bacon, 1997).
- İhtiyacım olduğunda küçük mekânlar için özellikle düşük voltajlı ampulleri satın alıyorum (Barr et al., 2005).

- Elektrikli ev eşyası ihtiyacım olduğunda enerji tasarruflu olanları satın alıyorum (Straughan and Roberts, 1999).
- Yıkama yapmak için çamaşır veya bulaşık makinesinin tamamen dolmasını bekliyorum (Barr et al., 2005).
- Odadan ayrılırken lambaları kapatıyorum (Sütterlin et al., 2011).
- Sıcak havalarda odadan ayrılırken klima, soğutucuları kapatıyorum (Sütterlin et al., 2011).
- Kışın geceleri ısıtıcının derecesini düşürüyorum, kapatıyorum (Sütterlin et al., 2011).
- Havalar iyice soğuyunca ısıtıcının derecesini düşük tutabilmek için kalın giyinmeyi tercih ediyorum (Barr et al., 2005).

4.2.1.4. Geri Dönüşüm

Bu araştırma kapsamında satın alma sonrası fiziksel davranış maliyeti yüksek olabilen çevreci tüketim davranışlarını temsil eden geri dönüşüm davranışlarını ölçmek için aşağıdaki sorular kullanılmıştır:

- Evimde geri dönüştürülebilecek plastik (şişe vb.) çöpleri ayrıştırıyorum (Berger and Corbin, 1992).
- Evimde geri dönüştürülebilecek metal kutuları ayrıştırıyorum (Berger and Corbin, 1992).
- Evimde geri dönüştürülebilecek kağıt (dergi, gazete vb.) çöpleri ayrıştırıyorum (Berger and Corbin, 1992).
- Evimde geri dönüştürülebilecek cam çöpleri ayrıştırıyorum (Berger and Corbin, 1992).
- Evimdeki kağıt atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum (Barr, 2007).
- Evimdeki plastik atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum (Barr, 2007).
- Evimdeki cam atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum (Barr, 2007).
- Bitmiş pilleri çöpe atmak yerine pil toplama kutularına bırakıyorum (Yavetz et al., 2009).

4.2.2. Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Değişkenlerin Ölçümü

Bu araştırmada çevreci tüketim davranışını etkileyen bağımsız değişkenler, (egoistik, özgecil ve biyosferik) değerler; inançlar (Yeni Çevresel Paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme) ve bireysel normlardır.

4.2.2.1. Bireysel Değerler

Değerler, D-İ-N Teorisi kapsamında, koşullara göre değişmeyen yaşam ilkeleri olarak, çevresel tüketime yönelik bireysel ahlaki zorunluluk hissini harekete geçiren zincirin başlangıcında yer almaktadır. Cevaplayıcıların bireysel değerlerini ölçümlemek için beş aralıklı bir sıklık ölçeğinden faydalanılmıştır. (1: Hiç önemli değil...5:Çok önemli). Katılımcılara aşağıda belirtilen değerlerin hayatlarını yönlendirmede ne derece önemli olduğu sorulmuştur:

- Otorite sahibi olmak (Stern et al.,1998)
- Sosyal güç sahibi olmak (Stern et al.,1998)
- Toplumdaki saygınlığımı koruyabilmek (Stern et al.,1998)
- Maddi açıdan güçlü olmak, refah (Stern et al.,1998)
- Barış içinde dünya (Stern et al.,1998)
- Eşitlik (Stern et al.,1998)
- Toplumsal adalet (Stern et al.,1998)
- Yardımseverlik (Stern et al.,1998)
- Doğayı korumak (Stern et al.,1998)
- Kirliliği önlemek (Stern et al.,1998)
- Dünyaya saygı duymak: diğer canlılarla uyum içerisinde yaşamak (Stern et al.,1998)
- Doğayla bir olmak, bütünleşmek (Stern et al.,1998)

Bu araştırmanın esas aldığı Değer-İnanç-Norm Teorisine uygun olarak anketin inançlar kısmı, sırasıyla, yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı ve sorumluluk üstlenme değişkenlerini ölçmede kullanılan soruları kapsamaktadır. Katılımcıların çevresel inançlarını temsil eden bu değişkenleri ölçümlemek için beş aralıklı Likert ölçeği kullanılmıştır (1: Kesinlikle katılmıyorum...5:Kesinlikle katılıyorum).

4.2.2.2. Yeni Çevresel Paradigma

Değer-İnanç-Norm Teorisinin inanç kısmının başlangıcı olarak Yeni Çevresel Paradigma, bireyin dünyadaki ekolojik duruma dair bireyin farkındalığını, ekolojik dünya görüşünü ölçme amacıyla bu araştırma kapsamında kullanılmaktadır. Araştırmadaki Yeni Çevresel Paradigma değişkeni için, Dunlap et al. (2000)'nin geliştirdiği *NEP (New Environmental Paradigm)* ölçeğindeki aşağıdaki maddeler kullanılmıştır:

- Dünyanın kaldırabileceği insan nüfusunun üst sınırına yaklaşıyoruz (Dunlap et al., 2000).
- İnsanların doğaya müdahale etmesi çoğunlukla felaketlere sebep olmaktadır (Dunlap et al., 2000).
- İnsanoğlu doğaya ciddi bir biçimde zarar vermektedir (Dunlap et al., 2000).
- Bitkiler ve hayvanlar da, insanlar kadar yaşama hakkına sahiplerdir (Dunlap et al., 2000).
- İnsanoğlu zekâ gibi çok özel yeteneğe sahip olsa bile doğanın kanunlarına tabiidir (Dunlap et al., 2000).
- Doğanın dengesi çok hassastır ve kolaylıkla bozulabilmektedir (Dunlap et al., 2000).
- Eğer her şey aynen devam ederse, çok yakında büyük bir çevre felaketiyle karşılaşacağız (Dunlap et al., 2000).

4.2.2.3. Sonuç Farkındalığı

Sonuç farkındalığı, bu araştırma kapsamında, D-İ-N teorisiyle uyumlu olarak, bireyin uzak ve yakın çevresindeki ekolojik sorunlara dair farkındalığı ölçme amacıyla bu ankette kullanılmaktadır. Araştırmada sonuç farkındalığına ilişkin aşağıdaki maddeler kullanılmıştır:

- Sera gazı etkisiyle oluşan küresel ısınma problemi ben ve sevdiğim için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).
- Küresel ısınma problemi ülkemiz için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).
- Küresel ısınma problemi dünyada yaşayan diğer canlılar ve bitkiler için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).

- Hava, su ve topraktaki kirlilik ben ve sevdiğim için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).
- Hava, su ve topraktaki kirlilik ülkemiz için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).
- Hava, su ve topraktaki meydana gelen kirlilik dünyada yaşayan diğer canlılar ve bitkiler için ciddi bir sorundur (Stern et al., 1999).

4.2.2.4. Sorumluluk Üstlenme

D-İ-N kapsamında bireyin yakın ve uzak çevresindeki ekolojik sorunların farkına varmasıyla, mevcut problemlerde diğer paydaşlarla birlikte kendi sorumluluğunu ifade etmesini temsil eden sorumluluk üstlenme, bu araştırma kapsamında da aynı amaçla kullanılmıştır. Araştırmada sorumluluk üstlenmeye ilişkin aşağıdaki maddeler kullanılmıştır:

- Çevre sorunlarının oluşmasında yalnızca devlet ve işletmeler sorumlu değildir, ben de sorumluyum (Steg et al., 2005).
- Enerji kaynaklarının israfı konusunda başkaları kadar ben de sorumluyum (Steg et al., 2005).
- Çevre kirliliği konusunda ben de sorumluyum (Steg et al., 2005).
- Yağ/petrol/mazot gibi fosil yakıtların tüketimindeki artışta benim de etkim bulunmaktadır (Jansson et al., 2011).

4.2.2.5. Bireysel Normlar

Araştırma kapsamında, değerlerden başlayan bir etki zinciriyle harekete geçen ve farklı davranışsal maliyetleri olan çevreci tüketim davranışları etkileyen ahlaki zorunluluk hissi olarak bireysel normları ifade eden maddeler farklı durumları kapsayacak şekilde kullanılmıştır. Katılımcıların bireysel normlarını ölçümlemek için beş aralıklı bir sıklık ölçeğinden faydalanılmıştır. (1: Kesinlikle katılmıyorum...5:Kesinlikle katılıyorum) şeklinde 5'li Likert tipindeki bu ölçek, aşağıdaki maddeler için kullanılmıştır:

- Konforumdan feragat etmem gerekse bile enerji tasarrufu yapmak için elimden geleni yapmak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Steg et al., 2005).

- Uzak ülkelerden ithal edilen sebze ve meyveler yerine yakın çevrede yetiştirilen sebze ve meyveleri satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Steg et al., 2005).
- Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Minton and Rose,1997).
- Zor olsa bile çöpleri ayrıştırmak, geri dönüşümünü sağlamak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Minton and Rose,1997).
- Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Minton and Rose, 1997).
- Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur (Minton and Rose,1997).
- Elimden geldiğince enerji tasarrufu yapma konusunda kendimi zorunlu hissediyorum (Steg et al., 2005).
- Başkalarının ne yaptığına bakmaksızın enerji tasarrufu yapmak için kendimi zorunlu hissediyorum (Steg et al., 2005).

4.2.3. Anketin Ön Testi

Araştırma için birincil veri toplamaya başlamadan önce, anketteki bütün soruların anlaşılabilirliğini sınanarak ve geçerliliğe yönelik ön bir değerlendirme yapmak için İstanbul'da yaşayan 118 tüketiciyi kapsayan bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu aşamada veri toplamak için yüzyüze anket yöntemi kullanılmıştır. Pilot çalışmadaki, cevaplayıcıların çoğunluğunun kadın (% 58,5), 25-35 yaş aralığında (% 58,54), en az lise mezunu (% 53,2) ve 2001-5000 TL aylık gelir aralığında (%39) olduğu görülmüştür.

Ön test çalışmasının ardından faktör dağılımını test etmek ve tüm yapıların geçerliliğini oluşturmak için Keşifsel Faktör Analizi uygulanmıştır. Çapraz faktör yüklemeleri ve düşük güvenilirlik seviyeleri ($\alpha = .70$ 'den daha düşük olması) nedeniyle, ankette bazı maddeler çıkarılmıştır. Bazı ifadelerin daha kolay anlaşılmasını sağlama amacıyla düzenleme yapılmıştır.

4.2.4. Anketin Son Hali

Elemelerden sonra oluşturulan ve araştırma örneklemindeki cevaplayıcılara dağıtılan ankette,

- bireysel değerlere yönelik *12 madde*,
- inançlara (yeni çevresel paradigma, sonuçların farkında olma, sorumluluk üstlenme) yönelik *17 madde*,
- bireysel normlara yönelik *8 madde*,
- çevreci tüketim davranışına (yalın tüketim, yeşil tüketim, enerji tasarrufu, geri dönüşüm) yönelik *31 madde*,
- cevaplayıcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik *6 madde* olmak üzere toplam 74 soru yer almaktadır.

Katılımcıların doldurduğu anket formunun, anket sorularının değişkenlere göre dağılımı ve maddeleri gösteren kısaltmalarla birlikte EK-1’de yer almaktadır.

4.3. Araştırma Örnekleminin Demografik Özellikleri

Bu araştırmanın örneklemini farklı demografik özelliklere sahip 730 kişiden oluşmaktadır. 23 soru formu tutarsız cevaplardan dolayı dikkate alınmamıştır. Analizler 707 cevaplayıcının kendi doldurduğu anketlerden gelen veri seti ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan 707 cevaplayıcının demografik özellikleri Tablo 4.1’de verilmiştir. Ele alınan demografik özellikler yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, medeni hal, çocuk sayısı ve aylık aile gelir düzeyidir.

Araştırmaya katılanların yaklaşık %62’si kadınlardan, %38’i ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %55’den fazlası 20-40 yaş aralığındadır. Eğitim düzeyleri incelendiğinde ise, katılımcıların %70’den fazlasının en azından lise diplomasına sahip olduğu görülmektedir. Medeni hal incelendiğinde, araştırmaya katılanların %58’inin bekar olduğu görülmektedir. Gelir aralığı açısından, katılımcıların %51,1’inin 2000-5000 TL aylık aile gelir aralığında olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 4.1: Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri (n=707)

Özellik		Örneklem sayısı	Oran (%)
Cinsiyet	Kadın	438	% 62
	Erkek	269	% 38
Yaş	20'den az	117	% 16,55
	21-30 yaş	267	% 37,77
	31-40 yaş	121	% 17,11
	41-50 yaş	98	% 13,86
	51-60 yaş	59	% 8,35
	61-70 yaş	37	% 5,23
	71-80 yaş	8	% 1,13
Eğitim Seviyesi (Mezuniyet)	Diplomasız okur yazar	1	% 0,14
	İlköğretim	19	% 2,69
	Ortaöğretim	57	% 8,06
	Lise	319	% 45,12
	Üniversite	241	% 34,09
	Yüksek lisans	62	% 8,77
	Doktora	8	% 1,13
Medeni Hal	Evli	296	% 42
	Bekar	411	% 58
Çocuk Sahibi Olma	Kız Çocuk	179	% 52
	Erkek Çocuk	164	% 48
Aylık Gelir	2000 TL ve daha az	91	% 12,9
	2001-5000 TL arası	361	% 51,1
	5001-10000 TL arası	201	% 28,4
	10000 TL'den çok	54	%7,6

5. ANALİZLER VE BULGULAR

Araştırma hipotezlerinin testi için Anderson and Gerbing (1988) tarafından önerilen iki aşamalı analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Bu bölüm, sırası ile ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik değerlendirmelerinin yapılmasında kullanılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve hipotezlerin testi için kullanılan yapısal model testi ve bulguları hakkında bilgi vermektedir. Analiz sürecine geçilmeden önce, katılımcıların bazı soruları yanıtlamamasından kaynaklanan eksik değerlerin tamamlanması için ortalama merkezleme yöntemi kullanılmıştır ve sonrasında analizlere başlanılmıştır.

5.1. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerlendirmesi

Ankette yer alan ölçek madde sayısının çokluğu nedeni ile ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik değerlendirmesi kendi içinde iki bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde, çevreci tüketim davranışının ölçüm değerlendirmesi yapılmış, farklı davranışsal çıktılar olarak ortaya çıkan tek bir bağımlı değişken oluşturulmuştur. İkinci bölümde ise, incelenen tüm değişkenleri içeren ölçüm modeli test edilmiş, güvenilirlik ve geçerlilik değerlendirmeleri yapılmıştır.

5.1.1. Bağımlı Değişkenin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Literatürde, çevreci tüketim davranışını ele alan çalışmalarda, davranışın iki temel yaklaşımla ölçümlendiği görülmektedir. Araştırmaların bir kısmı, yeşil tüketim (ör. Mainieri et al.,1997), enerji tasarrufu (ör. Barr et al., 2005; Sütterlin et al.,2011), geri dönüşüm (ör. Oskamp et al, 1991; Ebreo et al.,1999) gibi özel bir davranışa odaklanmışken; diğer kısmının tek bir çevreci tüketim davranış başlığı altında birden çok özel çevreci davranışı kapsayan bütünsel bir yaklaşımı (ör. Balderjahn, 1988; Roberts, 1996; Straughan and Roberts,1999; Lee and Holden,1999; Thogersen and Ölander, 2002; Cleveland et al., 2005) izlediği dikkat çekmektedir. Bütünsel yaklaşımla çevreci tüketim davranışını ölçümleyen araştırmalarda, bazı özel çevreci davranışların, esas alınan sınıflandırma ölçütüne bağlı olarak farklı faktör yapıları

altında toplandığı görülmektedir (ör. Minton and Rose, 1997; Olli et al, 2001; Bratt et al., 2015).

Bu araştırmada, belirgin çevreci tüketim davranışlarının ölçümlenmesine yönelik belirgin davranışlar kullanılmış olmakla beraber, bazı çevreci davranış türlerinde kesişmeler yaşanabileceğinden analizlere keşifsel faktör analizi ile başlanmıştır. Uygulanan keşifsel faktör analizinin (KFA) amacı, hipotez oluşturma aşamasında öngörülen faktör yapılarını sınamak ve verilerin öngörülen faktör yapılarına indirgemeye uygun olup olmadığını değerlendirmektir (Hair et al., 2014).

Bu kapsamda, araştırmanın bağımlı değişkeni çevreci tüketim davranışını temsil eden toplam 31 maddeye, temel bileşenler analizi ve varimax rotasyonu kullanılarak KFA uygulanmıştır. Elde edilen KMO değeri (0.89), Barlett's test değeri (11482,057), 0,01 anlamlılık düzeyi, faktör analizinin güvenilir çıktılar sunabileceğini göstermektedir (Field, 2009). Keşifsel faktör analizindeki sorunlu maddelerin elenmesi öncesinde elde edilen 7 faktörlü yapı çevreci tüketim davranışının toplam varyansın % 64'ünü açıkladığı görülmüştür. Sorunlu maddelerin belirlenmesi aşamasında, faktör yükleri 0,50'nin altında olan ve faktörler arası çapraz yüklenen maddeler kontrol edilmiştir.

Yalın tüketimin 4., 5., 6. ve 7. maddesi, birden fazla faktöre yüklenmesi ve faktör yükü 0,5'den düşük olması, yeşil tüketimin 6., 7. ve 8. maddesinin faktör yükü 0,5'den düşük olması, geri dönüşümün 8. maddesinin faktör yükü 0,5'den düşük olması nedeniyle elenmiştir. Problemleri soruların elenmesinin ardından 20 maddeden oluşan ve özdeğeri 1'den büyük 5 faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Mevcut yapı, çevreci tüketim ölçeğinin toplam varyansının %65'ini açıklamaktadır.

Keşifsel faktör analizi kapsamındaki elemeler sonrasında elde edilen çevreci tüketim davranışı yapısına ait soru sayısı, elemeler öncesindeki soru sayısı ile birlikte Tablo 5.1'de gösterilmektedir.

Tablo 5.1: Keşifsel Faktör Analizi Öncesi ve Sonrasında Çevreci Tüketim Davranışı Değişkenlerine Ait Soru Sayısı

	Elemelerden Önce	Elemelerden Sonra
Yalın Tüketim	8	3
Yeşil Tüketim	7	5
Enerji Tasarrufu	8	7
Geri Dönüşüm	8	5
TOPLAM	31	20

Sorunlu maddelerin elenmesinin ardından çevreci tüketim davranışını temsil eden maddelerin hipotez aşamasında öngörülen faktörlere yüklenmiştir ve çevreci tüketimin farklı özelliklerini temsil eden toplam 5 davranışa ulaşılmıştır. 5 faktörlü çevreci tüketim davranış yapısının toplam varyansın % 65'ini açıkladığı görülmüştür.

Birinci faktörde yer alan maddeler, tüketim sonrasında ürünlerin yeniden kullanılabilmesi için ayrıştırılması ve geri dönüşüm noktalarına götürülerek geri kazanım döngüsüne dahil edilmesi davranışlarını kapsamaktadır. Bu nedenle, *geri dönüşüm* olarak adlandırılmıştır.

İkinci faktöründe yer alan maddeler, tüketimin kaçınılmaz olduğu temel ihtiyaçların giderilmesi aşamasında, çevreye daha az zarar verecek, ürüne ulaşmanın ek çaba ve maliyet getirdiği davranışları kapsamaktadır. Bu nedenle, *yeşil tüketim* olarak adlandırılmıştır.

Üçüncü faktörde yer alan maddeler, gerek enerji verimliliği olan ürün tercihleriyle gerek gündelik davranışlarla sağlanacak enerji tasarrufuyla tüketimin çevre üzerinde etkisini azaltmayı hedefleyen davranışlardır. Bu nedenle, literatürdeki çalışmalara uygun olarak (ör. Thogersen and Gronhoj,2010) *elektrik tasarrufu* olarak adlandırılmıştır.

Dördüncü faktörde yer alan maddeler, fiziksel çaba ve maliyeti düşük gündelik davranışlarla sağlanacak enerji tasarrufuyla tüketimin çevre üzerinde etkisini azaltmayı hedefleyen davranışlardır. Bu nedenle, literatürdeki çalışmalara uygun olarak (ör. Ek and Soderholm, 2010) *ısı tasarrufu* olarak adlandırılmıştır.

Son faktörde yer alan maddeler, davranışsal maliyeti düşük davranışların tercih edilmesiyle fazla tüketimin çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaya dair davranışları içermektedir. Bu nedenle *yalın tüketim* olarak adlandırılmıştır.

Bu aşamadan sonra ölçeklerin iç tutarlılık değerlerine bakılmıştır. İç tutarlılığın değerlendirilmesinde, Cronbach alpha katsayısı ve ifadenin silinmesi durumunda gerçekleşecek güvenilirlik katsayısı değerleri dikkate alınmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği, kabul edilebilir seviyedeki (0,63) yalın tüketim haricinde, Cronbach alpha katsayısı için tavsiye edilen değerin (Nunnaly,1978) üzerinde gerçekleşmiş ve maddelerin herhangi birinin silinmesi durumunda, ölçeğin güvenilirliğinin olumsuz yönde değişeceği ya da olumlu yönde değişmeyeceği görülmüştür. Tablo 5.2'de KFA sonucunda ulaşılan faktör yükleri, Cronbach alpha katsayıları ve iç tutarlılık analizi sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 5.2: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası

Bağımlı Değişken Çevreci Tüketim Davranışı

S O R U	FAKTÖRLER VE MADDELER	GÜVENİLİRLİK CRONBACH ALPHA	FAKTÖR YÜKÜ	İFADENİN SİLİNMESİ DURUMUNDA GÜVENİLİRLİK
	Geri Dönüşüm	0,96		
7	Evimdeki cam atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.		,898	,882
4	Evimde geri dönüştürülebilecek cam çöpleri ayrıştırıyorum.		,889	,881
6	Evimdeki plastik atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.		,888	,883
2	Evimde geri dönüştürülebilecek metal kutuları ayrıştırıyorum.		,872	,882
1	Evimde geri dönüştürülebilecek plastik (şişe vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.		,853	,882
5	Evimdeki kağıt atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.		,840	,883
3	Evimde geri dönüştürülebilecek kağıt (dergi, gazete vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.		,823	,883
	Yeşil Tüketim	0,862		
4	Özellikle, ambalajı geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olan ürünleri satın alıyorum.		,813	,885
3	Özellikle "çevre dostu" etiketine sahip ürünleri satın alıyorum.		,805	,886
2	Özellikle doğaya daha az zararı olan deterjanları satın alıyorum.		,766	,886
5	Özellikle, çevre dostu malzemelerden yapılan giysileri satın alıyorum.		,739	,888
1	Tuvalet kağıdı, peçete vb. kağıt ürünler satın alırken özellikle geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olanları satın alıyorum.		,643	,888

Tablo 5.2: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası
Bağımlı Değişken Çevreci Tüketim Davranışı (Devamı)

	FAKTÖRLER VE MADDELER	GÜVENİLİRLİK CRONBACH ALPHA	FAKTÖR YÜKÜ	İFADENİN SİLİNMESİ DURUMUNDA GÜVENİLİRLİK
	Enerji Tasarrufu (Elektrik)	0,775		
3	Elektrikli ev eşyası ihtiyacım olduğunda enerji tasarruflu olanları satın alıyorum.		,765	,889
1	Pahalı olsa bile az elektrik tüketen ampulleri satın alıyorum.		,689	,891
2	İhtiyacım olduğunda küçük mekânlar için özellikle düşük voltajlı ampulleri satın alıyorum.		,667	,887
4	Yıkama yapmak için çamaşır veya bulaşık makinesinin tamamen dolmasını bekliyorum.		,639	,891
5	Odadan ayrılırken lambaları kapatıyorum.		,636	,892
	Enerji tasarrufu (Isı)	0,702		
7	Kışın geceleri ısıtıcının derecesini düşürüyorum, kapatıyorum.		,798	,890
8	Havalar iyice soğuyunca ısıtıcının derecesini düşük tutabilmek için kalın giyinmeyi tercih ediyorum.		,695	,890
6	Sıcak havalarda odadan ayrılırken klima, soğutucuları kapatıyorum.		,677	,891
	Yalın Tüketim	0,637		
2	Yenisini almak yerine yıpranmış ve hasar görmüş eşyaları tamir ederek kullanıyorum.		,749	,892
3	Kitap, DVD vb. ürünleri satın almak yerine çevremdekilerle değiş tokuş yaparak kullanıyorum.		,675	,894
8	Geçici süreyle kullanacağım ürünleri satın almak yerine yakınlarımdan ödünç alıyorum.		,655	,897
1	Aldığım ürünü tamamen eskiyinceye kadar kullanıyorum.		,616	,892
	Toplam Açıklanan Varyans: 0,65		Güvenilirlik=0,90	

Çevreci tüketim davranış yapısını oluşturan faktörler, farklı davranış türlerini içermektedir. Geçerlilik ve güvenilirlik açısından ciddi bir problem olmadığı görüldüğünden, ölçüm modelinde gerekli sadeliği sağlamak amacıyla her katılımcı için çevreci tüketimin alt boyutlarını temsil edecek bileşik skorlar hesaplanarak 5 yeni değişken oluşturulmuştur. Bu değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri, Tablo 5.3’de paylaşılmıştır.

Tablo 5.3: Çevreci Tüketim Davranışı Yapısına Ait Değişkenlerin Ortalama Değerleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Geri Dönüşüm 1,2,3,4,5,6,7	707	1,00	5,00	2,9690	1,25145
Yalın Tüketim 1,2,3,8	707	1,00	5,00	2,9596	,76481
Yeşil Tüketim 1,2,3,4,5	707	1,00	5,00	3,0775	,94256
Elektrik Tasarrufu 1,2,3,4,5	707	1,00	5,00	4,1328	,75786
Isı Tasarrufu 6,7,8	707	1,00	5,00	3,8445	,90492
Geçerli Örneklem	707				

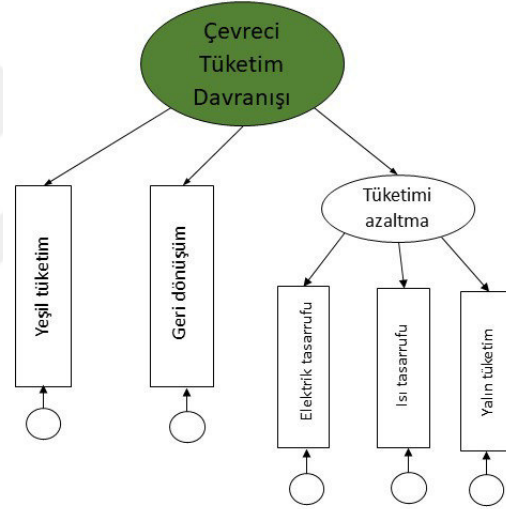
Tablo 5.4: Çevreci Tüketim Davranışı Yapısındaki Değişkenler Arası Korelasyonlar

	Geri Dönüşüm	Yalın Tüketim	Yeşil Tüketim	Elektrik Tasarrufu	Isı Tasarrufu
Geri Dönüşüm	1				
Yalın Tüketim	,101**	1			
Yeşil Tüketim	,443**	,132**	1		
Elektrik Tasarrufu	,227**	,244**	,393**	1	
Isı Tasarrufu	,224**	,259**	,285**	,426**	1

** . p<0,01

Bu aşamadan sonra, araştırmadaki çevreci tüketim davranış yapısını oluşturmak için literatürde yer alan davranışsal maliyet, zorluk ölçütleri (ör. Bratt et

al., 2015) ve tüketim öncesi, sırası ve sonrasındaki davranışları değerlendiren süreç yaklaşımı (ör. Ölander and Thøgersen,1995) bir arada değerlendirilmiştir. Bu iki ölçüt dikkate alındığında, KFA elemeler sonrası ortaya çıkan beş faktör arasında yalın tüketim, ısı tasarrufu ve elektrik tasarrufu faktörlerinin, davranış zorluğunun diğer faktörlere kıyasla az olması ve tüketimi azaltmayı içerdiğinden kendi aralarında benzerlik gösterdiği görülmüştür. Buna göre, yalın tüketim, ısı tasarrufu ve elektrik tasarrufu, üç alt gizil değişken olarak “*Tüketimi azaltma*” başlığıyla oluşturulan ikinci düzey çok faktörlü gizil değişken altında toplanmıştır. “*Yeşil tüketim*” ve “*Geri dönüşüm*” faktörleri, “*Tüketimi azaltma*” faktörü ile birlikte Şekil 5.1’de gösterilen şekilde “*Çevreci tüketim davranışı*” gizil değişkenini oluşturmuştur. Oluşturulan çevreci tüketim davranışı yapısı, ikinci adım olan genel ölçüm modelinin testi için yapılan doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) kullanılmıştır.



Şekil 5.1: Araştırmadaki Gizil Değişken Çevreci Tüketim Davranışının Yapısı

5.1.2. Bağımsız Değişkenlerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Bu araştırmada, çevreci tüketim davranışını etkileyen bir zincirin parçası olan değerler, inançlar ve bireysel normları temsil eden maddeler kullanılmış olmakla beraber, her üç ana başlık altındaki maddeler arasında kesişmeler yaşanabileceğinden analizlere keşifsel faktör analizi ile başlanmıştır. Uygulanan keşifsel faktör analizinin (KFA) amacı, hipotez oluşturma aşamasında öngörülen faktör yapılarını sınamak ve verilerin öngörülen faktör yapılarına indirgemeye uygun olup olmadığını değerlendirmektir (Hair et al., 2014).

Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesinde yer alan bağımsız değişkenleri temsil eden anketteki 37 maddeye keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. SPSS 21.0 paket programında Varimax rotasyon yöntem seçilerek uygulanan faktör analizi sonucunda, elde edilen KMO değeri (0.91), Barlett's test değerinin ise (15417,968) ve 0.01 anlamlılık düzeyi, faktör analizinin güvenilir çıktılar sunabileceğini göstermektedir (Field, 2009). KFA elemeler öncesinde 7 faktörlü yapı çevreci tüketim davranışının toplam varyansın % 64'ünü açıkladığı görülmüştür. Sorunlu maddelerin belirlenmesi aşamasında, faktör yükleri 0,50'nin altında olan ve faktörler arası çapraz yüklenen maddeler kontrol edilmiştir.

Yeni Çevresel Paradigmanın 5. maddesi, birden fazla faktöre yüklenmesi ve faktör yükü 0,5'den düşük olması, sonuç farkındalığının 1., 2. ve 3. maddesinin faktör yükü 0,5'den düşük olması nedeniyle elenmiştir. Ayrıca, biyosferik ve altruist değerler, literatüre uygun bir şekilde tek bir faktör altında toplanmıştır. Problemler soruların elenmesinin ve iki değer değişkeninin bir faktör altında toplanmasının ardından 33 maddeden oluşan ve özdeğeri 1'den büyük 6 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Böylelikle, hipotez aşamasında öngörülen faktör yapısına ulaşılmıştır ve söz konusu yapı toplam varyansın %62'sini açıklamaktadır.

Bu aşamadan sonra ölçeklerin iç tutarlılık değerlerine bakılmıştır. İç tutarlılığın değerlendirilmesinde, Cronbach alpha katsayısı ve ifadenin silinmesi durumunda gerçekleşecek güvenilirlik katsayısı değerleri dikkate alınmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği, Cronbach alpha katsayısı için tavsiye edilen değerin (Nunnally,1978) üzerinde gerçekleşmiş ve maddelerin herhangi birinin silinmesi durumunda, ölçeğin güvenilirliğinin olumsuz yönde değişeceği ya da olumlu yönde değişmeyeceği görülmüştür. Tablo 5.5'de, faktör yükleri ve Cronbach alpha katsayıları yer almaktadır.

Tablo 5.5: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası

Bağımsız Değişken Yapısı				
S	FAKTÖRLER VE	GÜVENİLİRLİK	FAKTÖR	İFADENİN
O	MADDELER	CRONBACH	YÜKÜ	SİLİNMESİ
R		ALPHA		DURUMUNDA
U				GÜVENİLİRLİK
	Sonuç Farkındalığı	,926		
4	Hava, su ve topraktaki kirlilik ben ve sevdiğim için ciddi bir sorundur.		,835	,897

Tablo 5.5: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası
Bağımsız Değişken Yapısı (Devamı)

S O R U	FAKTÖRLER VE MADDELER	GÜVENİLİRLİK CRONBACH ALPHA	FAKTÖR YÜKÜ	İFADENİN SİLİNMESİ DURUMUNDA GÜVENİLİRLİK
5	Hava, su ve topraktaki kirlilik ülkemiz için ciddi bir sorundur.		,819	,897
6	Hava, su ve topraktaki meydana gelen kirlilik dünyada yaşayan diğer canlılar ve bitkiler için ciddi bir sorundur.		,810	,898
	Öz Aşkınlık (Biyosferik & Altruist)	,901		
9	Doğayı Korumak		,840	,898
10	Kirliliği Önlemek		,792	,899
11	Dünyaya saygı duymak: diğer canlılarla uyum içerisinde yaşamak		,768	,898
5	Bariş içinde bir dünya		,759	,899
7	Toplumsal adalet		,728	,900
12	Doğayla bütünleşmek, bir olmak		,725	,898
8	Yardımsızlık		,708	,900
6	Eşitlik		,650	,899
	Bireysel Normlar	,885		
7	Elimden geldiğince enerji tasarrufu yapma konusunda kendimi zorunlu hissediyorum		,750	,896
5	Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur		,738	,896
8	Başkalarının ne yaptığına bakmaksızın enerji tasarrufu yapmak için kendimi zorunlu hissediyorum		,727	,897
3	Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur		,716	,896
6	Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur		,705	,898

Tablo 5.5: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası
Bağımsız Değişken Yapısı (Devamı)

S O R U	FAKTÖRLER VE MADDELER	GÜVENİLİRLİK CRONBACH ALPHA	FAKTÖR YÜKÜ	İFADENİN SİLİNMESİ DURUMUNDA GÜVENİLİRLİK
4	Zor olsa bile çöpleri ayrıştırmak, geri dönüşümünü sağlamak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur		,693	,897
2	Uzak ülkelerden ithal edilen sebze ve meyveler yerine yakın çevrede yetiştirilen sebze ve meyveleri satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.		,639	,900
1	Konforumdan feragat etmem gerekse bile enerji tasarrufu yapmak için elimden geleni yapmak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.		,635	,897
	Sorumluluk Üstlenme	,850		
3	Çevre kirliliği konusunda ben de sorumluyum.		,861	,899
2	Enerji kaynaklarının israfı konusunda başkaları kadar ben de sorumluyum.		,845	,898
1	Çevre sorunlarının oluşmasında yalnızca devlet ve işletmeler sorumlu değildir, ben de sorumluyum.		,763	,899
4	Yağ/petrol/mazot gibi fosil yakıtların tüketimindeki artışta benim de etkim bulunmaktadır.		,694	,901
	Egoist Değerler	,787		
2	Sosyal güç sahibi olmak		,850	,905
1	Otorite sahibi olmak		,838	,906
3	Toplumdaki saygınlığımı koruyabilmek		,729	,902
4	Maddi açıdan güçlü olmak, refah		,636	,905

Tablo 5.5: Keşifsel Faktör Analizinde Elemeler Sonrası
Bağımsız Değişken Yapısı (Devamı)

S O R U	FAKTÖRLER VE MADDELER	GÜVENİLİRLİK		İFADENİN SİLİNMESİ DURUMUNDA GÜVENİLİRLİK
		CRONBACH ALPHA	FAKTÖR YÜKÜ	
	Yeni Çevresel Paradigma (NEP)	,779		
3	İnsanoğlu doğaya ciddi bir biçimde zarar vermektedir.		,763	,898
2	İnsanların doğaya müdahale etmesi çoğunlukla felaketlere sebep olmaktadır.		,734	,899
7	Eğer her şey aynen devam ederse, çok yakında büyük bir çevre felaketiyle karşılaşacağız.		,676	,899
6	Doğanın dengesi çok hassastır ve kolaylıkla bozulabilmektedir.		,622	,899
1	Dünyanın kaldırabileceği insan nüfusunun üst sınırına yaklaşıyoruz		,559	,903
4	Bitkiler ve hayvanlar da, insanlar kadar yaşama hakkına sahiplerdir.		,551	,899
	Toplam Açıklanan Varyans: 0,62		Güvenilirlik=0,905	

5.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yapısal eşitlik modellemesinde ölçme modelindeki ölçeğin geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmaktadır (Anderson and Gerbing, 1988). Hair et al. (2014) doğrulayıcı faktör analizinin, ölçülen değişkenlerin yapıyı ne kadar iyi temsil ettiğini test etmemizi sağladığını belirtmektedir. Bu tanıma göre, DFA'nın teorik olarak önerilen modelin doğruluğunu pratikte değerlendirmek için kullanılan bir yöntem olduğunu söylemek mümkündür. Keşifsel Faktör Analizi, gözlenen değişkenler arasındaki korelasyonları esas almasına rağmen, DFA'da kovaryans esas alınmaktadır (Hair et al., 2014). DFA'da, KFA'dan farklı olarak gözlenen (*observed*) ve gizil (*latent*) değişkenler olmak üzere iki tür değişken bulunmaktadır. Gizil değişkenler, doğrudan gözlemlenemeyen bir sürekliliği yansıttığı varsayılan açıklayıcı değişkenler olan varsayımsal yapılara veya faktörlere

karşılık gelmektedir (Kline, 2011). Gizil değişkenler, gözlenen değişkenler aracılığıyla somutlaştırılmaktadır (Meydan ve Şeşen, 2011). Şekil 5.2 ve 5.3'de görüldüğü gibi, doğrulayıcı faktör analizinde, ölçüm modelinde yer alan her yapının birbirinden ayrıştırılabilmesi için diğer gizil değişkenlerle ilişkilendirilmeye açık olması gerekmektedir (Hair et al., 2014).

Yapısal modelleri değerlendirmede gizli ve gözlenen kovaryans matrisleri arasındaki benzerliği değerlendiren Ki kare testlerinin fonksiyonları olan çeşitli uyum iyiliği indeksleri bulunmaktadır (Hair et al., 2014). Bu indeksler, üç temel başlık altında toplanmıştır: genel model ki kare uyum testi (Ki kare uyum testi), uyum iyiliği endeksi (ör.normlaştırılmış uyum endeksi, NFI; normlaştırılmamış uyum endeksi, NNFI; artırmalı uyum endeksi, IFI; karşılaştırmalı uyum endeksi, CFI; RMSEA); mutlak uyum indeksleri (ör.iyilik uyum endeksi, GFI) (Meydan ve Şeşen,2011).

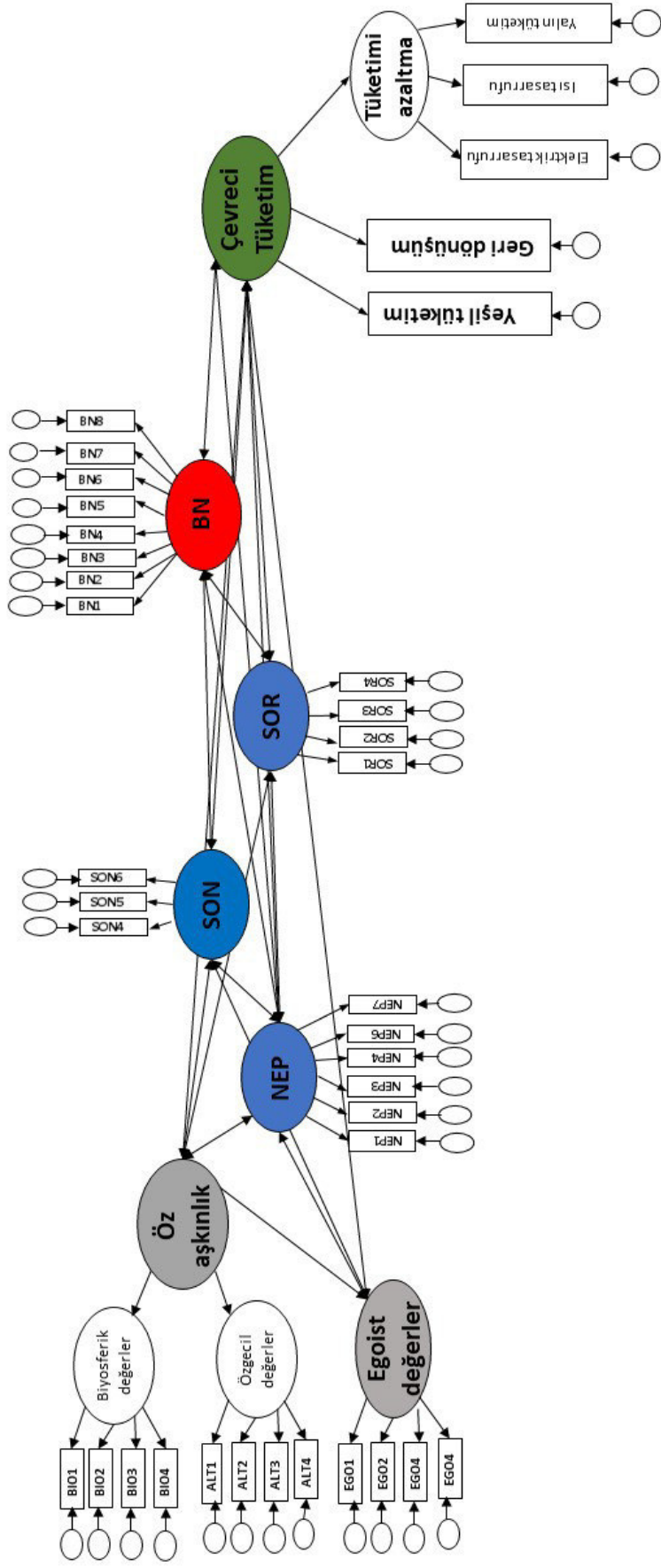
Bu araştırmada, Ki kare uyum testi, iyilik uyum endeksi (GFI), Karşılaştırmalı uyum endeksi (CFI), normlaştırılmış uyum endeksi (NFI) ve RMSEA değerleri kullanılacaktır.

Bu araştırmanın doğrulayıcı faktör analizinde,

- 8 maddeyle ölçülen ve 2 gizil değişkenin (biyosferik ve özgecil değerler) bir araya gelmesiyle oluşan *öz aşkınlık*,
- 4 maddeyle ölçülen *egoist değerler*,
- 6 maddeyle ölçülen *Yeni Çevresel Paradigma*,
- 6 maddeyle ölçülen *Sonuç Farkındalığı*,
- 4 maddeyle ölçülen *Sorumluluk Üstlenme*,
- 8 maddeyle ölçülen *Bireysel Normlar* gizil değişkenlerdir.

Ayrıca, Şekil 5.1'de görselleştirilmiş olan ve tüketimi azaltma, yeşil tüketim ve geri dönüşümü içeren çevreci tüketim davranışı gizil değişken olarak ölçüm modeline eklenmiştir.

Genel ölçüm modeli Şekil 5.2'de görselleştirilmiştir. Model, Maximum likelihood hesaplama tekniği kullanılarak oluşturulmuş ve DFA'ya tabi tutulmuştur. Ulaşılan uyum iyiliği değerleri Tablo 5.6'da verilmiştir.



Şekil 5.2: Ölçüm Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi

BIO: Biyosferik değerler // **ALT:** Özgeçil Değerler // **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma //

SON: Sonuç Farkındalığı // **SOR:** Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar

Tablo 5.6: Uyum İyiliği Değerleri

	DFA'da elemelerden önce Gerçekleşen Değer
Model Değerleri	$\chi^2 / (607)=1980,741$ p<0,01
CMIN/df	3,263
GFI	0,864
NFI	0,857
CFI	0,896
RMSEA	0,057

Tablo 5.6'daki değerler, veri ile ölçüm modeli arasındaki uyumun yetersiz olduğunu göstermiştir. Faktör yükleri, hata korelasyon katsayıları ve modifikasyon indeksleri temel alınarak yapılan değerlendirme sonucunda problemliler sorular belirlenmiştir.

Buna göre, yüksek modifikasyon indeksi nedeniyle, Bireysel normların 8. maddesi (BN8), Egoist değerlerin 3. maddesi (EGO3), Bireysel normların 6. maddesi (BN6), NEP'in 1.maddesi (NEP1) ve özgecil değerlerin 4. maddesi (ALT4), Bireysel normların 3. maddesi (BN3); düşük faktör yükü nedeniyle NEP'in 6. maddesi (NEP6) sırasıyla ölçüm modelinden elenmiş ve iyi uyum seviyesine ulaşıldığı görülmüştür. Elemelerin ardından ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği göstergeleri, Tablo 5.7'de yer almaktadır.

Tablo 5.7: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonrası Uyum İyiliği Değerleri

	Elemelerden önceki değerler	Elemelerin ardından değerler
Model Değerleri	$X^2 (607)=1980,741$ p<0,01	$X^2 (383)=927,853$ p<0,001
CMIN/df	3,263	2,423
GFI	0,864	0,921
NFI	0,857	0,912
CFI	0,896	0,946
RMSEA	0,057	0,045

Tablo 5.7'de gösterilen χ^2 , CMIN/df, GFI, NFI, CFI, RMSEA değerlerinin iyi seviyede oldukları görülmektedir.

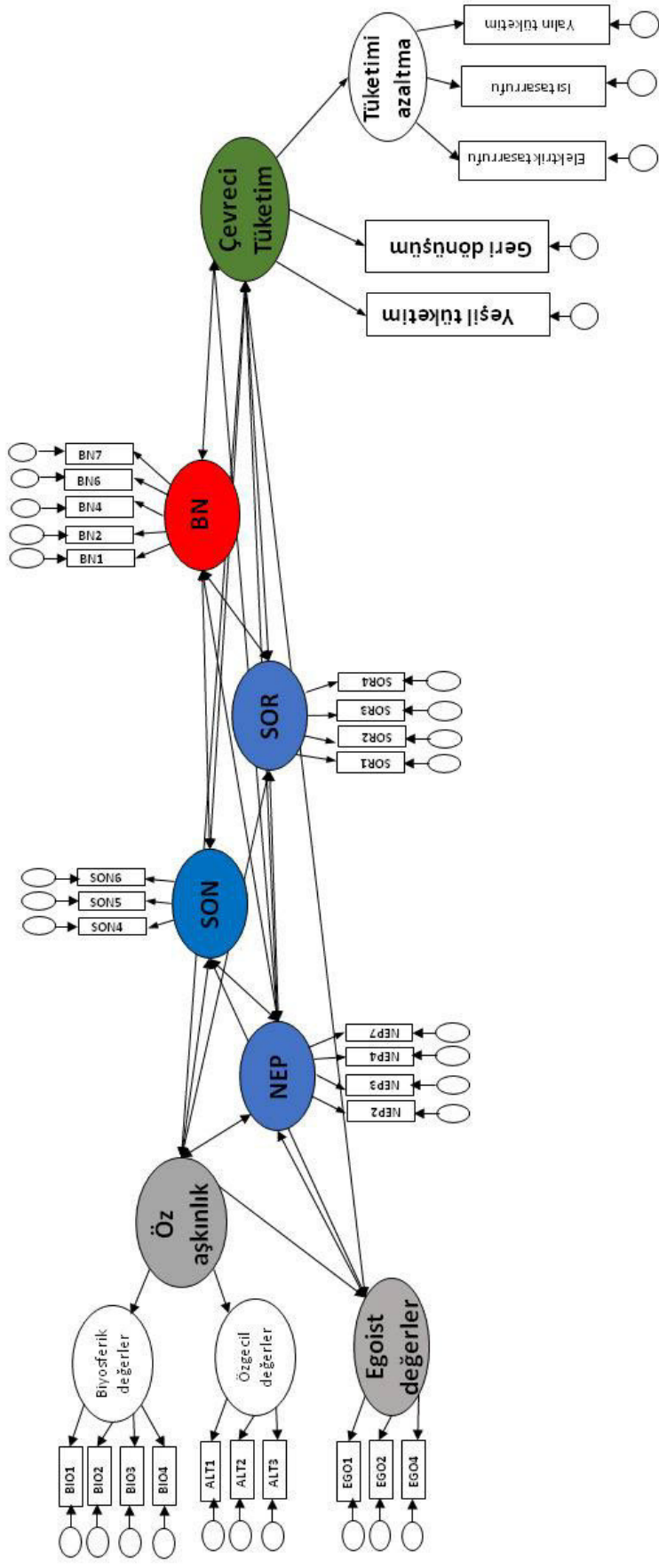
Tablo 5.8'de Keşifsel ve Doğrulayıcı Faktör Analizi sonrası ankette yer alan maddelerden kaçının ve hangilerinin elendiği raporlanmaktadır.

Tablo 5.8: Doğrulatoryıcı Faktör Analizi sonrası Bağımsız Değişken Soru Sayısı

	Elemelerden önce madde sayısı	Keşifsel Faktör Analizi		Doğrulatoryıcı Faktör Analizi	
		Elenen maddeler	Kalan soru sayısı	Elenen maddeler	Kalan soru sayısı
Biyosferik Değerler	4	0	4		4
Altruistik Değerler	4	0	4	ALT4	3
Hedonik Değerler	4	0	4	EGO 3	3
NEP	7	NEP 5	6	NEP 1, NEP 6	4
Sonuç Farkındalığı	6	SON1, SON2, SON3	3		3
Sorumluluk Üstlenme	4	0	4		4
Bireysel Normlar	8	0	8	BN6, BN3, BN8	5
Toplam	37	4	33	7	26

Sırayla yapılan bu elemelerden sonra oluşan son ölçüm modeline ait doğrulatoryıcı faktör analizi Şekil 5.3’de gösterilmektedir.

Ölçüm modelinin data ile genel uyumunun değerlendirilmesinin ardından değişken temelli değerlendirmelere geçilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik testi için, doğrulatoryıcı faktör analizi sonuçlarına göre tüm faktörlere ait faktör yükleri, güvenilirlik (*composite reliability*), uyuşma geçerliliği (*convergent validity*) ve ayrışma geçerliliği (*discriminant validity*) değerlendirilmiştir (Anderson and Gerbing, 1988; Fornell and Larcker, 1981). Uyuşma geçerliliği (*convergent validity*) aynı amaç için kullanılan farklı uygulama yöntemleri arasında tutarlılık olmasını; ayrışma geçerliliği (*discriminant validity*) ise farklı boyutların birbirlerinden ayrı ve bağımsız olmasını ifade etmektedir (Hair et al., 2014).



Şekil 5.3: Son Ölçüm Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi

BIO: Biyosferik değerler // **ALT:** Özgecil Değerler // **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma //

SON: Sonuç Farkındalığı // **SOR:** Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar

Tablo 5.9’da gösterilen her bir faktöre ait standart faktör yükü, güvenilirlik ve geçerlilik katsayıları dikkate alındığında, öz aşkınlık, egoistik değerler, yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normları temsil eden temsil eden faktörlerin Birleşik Güvenilirlik (BG) katsayıları ve Ortalama Açıklanan Varyans (OAV-AVE) değerlerinin önerilen kritik noktaların üzerinde olduğu görüldüğünden (Fornell and Larcker, 1981) içsel tutarlık şartını sağladıkları görülmektedir. Çevreci tüketim davranışının 0,44 olan OAV değerinin önerilen kritik değerden (0,50) biraz daha düşük olmasına rağmen, alt boyut faktör yüklerinin 0.60’den büyük olduğu görüldüğü ve farklı davranışları içermesi nedeniyle içsel tutarlılık ve güvenilirlik koşullarını sağladığı kabul edilmiştir.

Faktörlerin bileşik güvenilirlik değerlerinin 0,60 değerinden büyük olması ölçeklerin içsel tutarlılığını desteklemektedir (Fornell and Larcker, 1981). Buna göre, 0,70 ile 0,85 arasında değerler alan bileşik güvenilirlik katsayılarına bakıldığında, bileşik güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir.

Faktörlere ilişkin ortalama açıklanan varyans değerlerinin önerilen değer olan 0,50’den yüksek olması, ölçeğe ilişkin ifadeler arasında uyuma geçerliliğinin olduğunu desteklemektedir (Bagozzi and Yi, 1988). Maddelerin ait oldukları faktörlere anlamlı şekilde yüklenip yüklenmediği incelendiğinde, tüm faktör yüklerinin 0,60’dan büyük ve anlamlı olduğu ve uyuma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir.

Ayrışma geçerliliği, her bir faktör için hesaplanan ortalama açıklanan varyans değerlerinin, faktörlerin diğer tüm faktörlerle paylaştığı varyanstan yüksek olup olmadığı kontrol edilerek incelenmiştir (Fornell and Larcker, 1981). Tüm faktörler için AVE (Açıklanan Ortalama Varyans) değerlerinin 0,44-0,75 arasında yer almaktadır, faktörler arası varyans değerleri 0,00 ile 0,35 arasında değiştiğinden, ayrışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 5.9: Faktör Yükleri, Güvenilirlik ve Geçerlilik Katsayıları

	Standart Faktör Yükü alt boyutlar	Standart faktör yükü	Ortalama Açıklanan Varyans	Bileşik Güvenilirlik Katsayısı
ÖZ AŞKINLIK			0,74	0,85
Biyosferik		0,934*		
BIO3	0,771			
BIO2	0,844			
BIO1	0,904			

Tablo 5.9: Faktör Yükleri, Güvenilirlik ve Geçerlilik Katsayıları (Devamı)

	Standart Faktör Yükü alt boyutlar	Standart faktör yükü	Ortalama Açıklanan Varyans	Bileşik Güvenilirlik Katsayısı
BIO4	0,759			
Altruistik		0,78*		
ALT3	0,819			
ALT2	0,771			
ALT1	0,777			
EGOİSTİK			0,53	0,77
EGO4		0,603*		
EGO2		0,903*		
EGO1		0,643*		
YENİ ÇEVRESEL PARADİGMA			0,51	0,81
NEP2		0,694*		
NEP3		0,865*		
NEP4		0,64*		
NEP7		0,64*		
SONUÇ FARKINDALIĞI			0,81	0,93
SON4		0,923*		
SON5		0,923*		
SON6		0,85*		
SORUMLULUK ÜSTLENME			0,61	0,86
SOR1		0,704*		
SOR2		0,907*		
SOR3		0,862*		
SOR4		0,615*		
BİREYSEL NORM			0,53	0,82
BN1		0,639*		
BN4		0,709*		
BN5		0,787*		
BN7		0,766*		
ÇEVRECI TÜKETİM			0,44	0,70
ortalama_geri dönüşüm		0,603*		
ortalama_yeşil tüketim		0,697*		
Tüketimi azaltma		0,692*		
ortalama_yalın tüketim	0,344			
ortalama_elektrik tasarrufu	0,712			
ortalama_ısı tasarrufu	0,616			

*p<0,01

Tablo 5.10’da faktörler arası korelasyon katsayıları yer almaktadır. Tablo 5.10’da yer alan faktörler arası korelasyon katsayıları dikkate alındığında egoist değerler dışındaki bütün faktörler arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 5.10: Tanımlayıcı İstatistikler ve Faktörler Arası Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4	5	6	7	Ortalama	Standart Sapma
1. ÖZ AŞKINLIK	1							4,35	0,5
2. EGOİSTİK DEĞERLER	0,169**	1						3,75	0,75
3. YENİ ÇEVRESEL PARADİGMA	0,388*	0,007*	1					4,42	0,6
4. SONUÇ FARKINDALIĞI	0,314*	-0,003*	0,595*	1				4,58	0,65
5. SORUMLULUK ÜSTLENME	0,261*	-0,08*	0,332*	0,379*	1			3,99	0,89
6. BİREYSEL NORM	0,433*	-0,013*	0,511*	0,593*	0,477*	1		4,12	0,7
7. ÇEVRECI TÜKETİM	0,405*	-0,029*	0,21*	0,229*	0,21*	0,573*	1	3,34	0,64

* p<0,01

Ayrıştırma ve uyuşma geçerliliği ve güvenilirlik değerlendirmeleri sonucunda veri kalitesinin yeterli olduğu sonucuna varılmış ve araştırma hipotezlerinin testine geçilmiştir.

5.3. Araştırma Hipotezlerinin Sınanması

Bu bölümde, araştırmanın teorik öngörü ve kavramsal çerçeve bölümünde literatür esas alınarak oluşturulan araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımıyla analiz edilecek ve altı araştırma hipotezinin sınanması gerçekleştirilecektir.

Araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiş ve bu hipotezler Şekil 5.4’de yer alan model üzerinde gösterilmiştir:

H1: Çevreci tüketim davranışlarına yönelik bireysel normlar, çok boyutlu çevreci tüketim davranışlarını olumlu etkilemektedir.

H2: Çevreci tüketim davranışlarında bireylerin sorumluluk üstlenmeleri, çevreci davranışlara yönelik bireysel normları olumlu etkilemektedir.

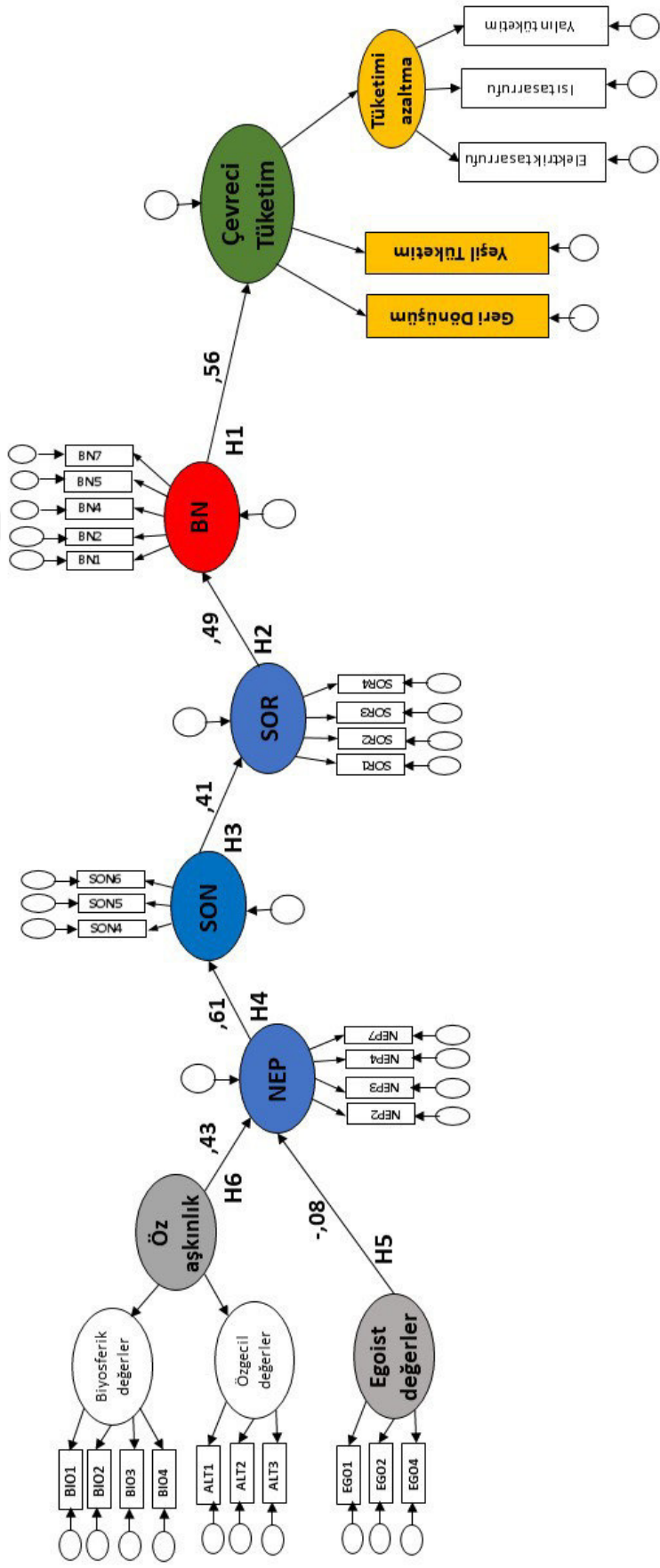
H3: Tüketicilerin çevresel sonuç farkındalığı, çevresel sorunlarda sorumluluk üstlenmelerini olumlu etkilemektedir.

H4: Tüketicilerin çevresel dünya görüşünü temsil eden yeni çevresel paradigma, çevresel sonuç farkındalığını olumlu etkilemektedir.

H5: Tüketicilerin öz genişletim (egoistik) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumsuz etkilemektedir.

H6: Tüketicilerin öz aşkınlık (biyosferik ve özgecil) değer yargıları, Yeni Çevresel Paradigmayı olumlu etkilemektedir.

Şekil 5.4'de sunulan araştırma modeli, en yüksek olasılık (maximum likelihood) hesaplama yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen uyum indeksleri değerleri, Tablo 5.12'de yer almaktadır. NFI değerinin kabul edilebilir seviyenin (0,90) çok yakın olmasının dışında, tüm değerlerin kabul edilebilir seviyede olduğu görülmektedir. Bu durum, teorik model ile veri arasındaki uyumluluğu göstermektedir (Fornell and Larcker,1981).



Şekil 5.4: Araştırma Modeli

BIO: Biyosferik değerler // **ALT:** Özgecil Değerler // **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma //

SON: Sonuç Farkındalığı // **SOR:** Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar

Uyum iyiliğine sahip olduğu gösterilen modelde araştırma hipotezlerinin sınanmasına geçilmiştir. Analiz sonucunda modeldeki değişkenler arasındaki ilişkilere dair istatistik değerleri Tablo 5.11’de yer almaktadır.

Tablo 5.11: Araştırma Hipotezlerinin Test Sonuçları

Hipotez	Standart Regresyon Katsayısı	Standart Hata	t- değeri	P- değeri	Sonuç
H1: Bireysel Normlar → Çevreci Tüketim	0,556	0,077	9,241	0,001	Desteklendi
H2: Sorumluluk Üstlenme → Bireysel Normlar	0,493	0,039	10,601	0,001	Desteklendi
H3: Sonuç Farkındalığı → Sorumluluk Üstlenme	0,410	0,044	9,866	0,001	Desteklendi
H4: NEP → Sonuç Farkındalığı	0,606	0,047	14,799	0,001	Desteklendi
H5: Egoist Değerler → NEP	-0,081	0,043	-1,883	0,06	Desteklendi
H6: Öz aşkınlık → NEP	0,431	0,063	8,218	0,001	Desteklendi
Model Değerleri	$\chi^2 / (397) = 1176,611; p < 0,01$				
CMIN/df	2,964				
GFI	0,903				
NFI	0,889				
CFI	0,923				
RMSEA	0,053				

Tablo 5.11’de görüldüğü gibi, araştırmanın ilk hipotezi olan bireysel normların çevreci tüketim davranışı üzerindeki olumlu etkisi olduğu kabul edilmiştir ($\beta=0,556$; $t=9,241$; $p<0,01$). Araştırmanın birinci hipotezi desteklenmiştir.

Sorumluluk üstlenmenin bireysel normlar üzerindeki olumlu etkisi olduğunu öneren ikinci hipotez kabul edilmiştir ($\beta=0,606$; $t=10,601$; $p<0,01$).

Araştırmanın esas aldığı Değer-İnanç-Norm teorisinin inanç kısmındaki değişkenler arasındaki etkiler üzerine olan hipotezler arasında yer alan, sonuç farkındalığının sorumluluk üstlenme üzerinde olumlu etkisi olduğunu öneren üçüncü hipotez ($\beta=0,410$; $t=9,866$; $p<0,01$) ve

Yeni Çevresel Paradigmanın sonuç farkındalığı üzerinde olumlu etkisi olduğunu öneren dördüncü hipotez ($\beta=0,43$; $t=14,799$; $p<0,01$) desteklenmiştir.

Değerlerin, bireyin ekolojik dünya görüşünü yansıtan Yeni Çevresel Paradigma üzerindeki etkisini inceleyen hipotezler arasında yer alan,

Egoistik değerlerin Yeni Çevresel Paradigma üzerindeki olumsuz etkisi olduğunu öneren beşinci hipotez ($\beta=-0,081$; $t=-1,883$; $p<0,10$), %10 hata payıyla ($p=0,06$) istatistiksel açıdan desteklenmiştir.

Biyosferik ve özgecil değer boyutlarını kapsayan öz aşkınlık değerlerinin Yeni Çevresel Paradigma üzerinde olumlu etkisi olduğunu öneren altıncı hipotez ($\beta=0,431$; $t=8,218$; $p<0,01$) desteklenmiştir.

Modeldeki yer alan değişkenler arasındaki dolaylı ve doğrudan ilişki analizleri sonuçları incelendiğinde, egoistik değer haricindeki değişkenlerin, çevreci tüketim davranışı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca, Değer-İnanç-Norm teorisi kapsamında oluşturulan araştırma modelinin, çok boyutlu çevreci tüketim davranışındaki varyansın % 30'unu açıkladığı gösterilmiştir. Değer-İnanç-Norm Teorisindeki değişkenlerin dolaylı analiz sonuçları, Tablo 5.12'de ve Şekil 5.4'de paylaşılmıştır.

Tablo 5.12: Araştırma Modelindeki Değişkenlerin Çevreci Tüketim Davranış Üzerindeki Dolaylı Etki Analizi

Çevreci Tüketim					
Öz aşkınlık	Egoistik değerler	Yeni Çevresel Paradigma (NEP)	Sonuç Farkındalığı	Sorumluluk Üstlenme	Açıklanan Varyans
0,029	-0,006	0,068	0,112	0,274	0,309

5.4. İleri Analizler

Araştırma hipotezleri arasında yer almamakla beraber, araştırmanın esas aldığı Değer-İnanç-Norm Teorisinde yer alan değişkenlerin çevreci tüketim davranışının üç faktörü (tüketimi azaltma, geri dönüşüm, yeşil tüketim) üzerindeki doğrudan ve

dolaylı etkileri farklı modellerle sınanmıştır. Buna göre, anket verileri kullanılarak, tüketimi azaltma, geri dönüşüm, yeşil tüketim davranışlarının ayrı ayrı olarak araştırma modeli tarafından nasıl açıklandığı incelenmiştir. Modeldeki değişkenlerin, bağımlı değişken üzerindeki doğrudan ve dolaylı etki değerleri ve modelin davranışı açıklama gücü Tablo 5.13’de paylaşılmıştır.

Araştırma hipotezleri arasında yer almamakla beraber, araştırmanın esas aldığı Değer-İnanç-Norm Teorisinde yer alan değişkenlerin çevreci tüketim davranış üzerindeki dolaylı etkileri farklı modellerle sınanmıştır. Şekil 5.5, 5.6 ve 5.7’de gösterildiği gibi çevreci tüketim davranışının üç faktörü (tüketimi azaltma, geri dönüşüm, yeşil tüketim) üzerinde ayrı ayrı doğrudan ve dolaylı etki analizi yapılmış, modelin davranışı açıklama gücü gözden geçirilmiş ve analiz sonuçları Tablo 5.13’de paylaşılmıştır.

Yalın tüketim, ısı ve elektrik tasarrufu davranışlarını kapsayan *tüketimi azaltma davranışı* üzerindeki dolaylı etkilerin incelendiği modelde, uyum iyiliği değerlerinin (NFI değerleri haricinde) kabul edilebilir seviyede olduğu görülmüştür. Öz aşkınlık değerlerinin, yeni çevresel paradigmanın, sonuç farkındalığının, sorumluluk üstlenmenin ve bireysel normların tüketimi azaltma davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmüştür. Egoistik değerlerin ise, D-İ-N teorisi uygulamalarıyla uyumlu olarak olumsuz etkisi olduğu görülmüştür.

Geri dönüşüm davranışı üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkilerin incelendiği modelde, uyum iyiliği değerlerinin normal veya kabul edilebilir seviyede olduğu görülmüştür. Öz aşkınlık değerlerinin, yeni çevresel paradigmanın, sonuç farkındalığının, sorumluluk üstlenmenin ve bireysel normların tüketimi azaltma davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmüştür. Egoistik değerlerin ise, D-İ-N teorisi uygulamalarıyla, uyumlu olarak olumsuz etkisi olduğu görülmüştür.

Tablo 5.13: Değer-İnanç-Norm Modeli Kapsamında Tüketimi Azaltma Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim Davranışlarının Analizi

Tüketimi Azaltma (Dolaylı Etki Analizi)					
Öz aşkınlık	Egoistik değerler	Yeni Çevresel Paradigma	Sonuç Farkındalığı	Sorumluluk Üstlenme	Açıklanan Varyans
0,024	-0,04	0,055	0,090	0,220	0,199

Tablo 5.13: Değer-İnanç-Norm Modeli Kapsamında Tüketimi Azaltma Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim Davranışlarının Analizi (Devamı)

Tüketimi Azaltma (Doğrudan Etki Analizi) (*p<0,01)					
Öz aşkınlık—NEP: 0,431*			Egoistik Değer—NEP: -0,081*		
NEP – Sonuç Farkındalığı:0,606*			Sonuç Farkındalığı -Sorumluluk Üstlenme: 0,410*		
Sorumluluk Üstlenme – Bireysel Normlar: 0,492*			Bireysel Normlar- Tüketimi Azaltma: 0,447*		
Model Değerleri		$\chi^2 / (343)=1051,066$ p<0,01			
CMIN/df		3,064			
GFI		0,907			
NFI		0,896			
CFI		0,927			
RMSEA		0,054			
Geri Dönüşüm (Dolaylı Etki Analizi)					
Öz aşkınlık	Egoistik değerler	Yeni Çevresel Paradigma	Sonuç Farkındalığı	Sorumluluk Üstlenme	Açıklanan Varyans
0,020	-0,04	0,046	0,076	0,185	0,139
Geri Dönüşüm (Doğrudan Etki Analizi) (*p<0,01)					
Öz aşkınlık—NEP: 0,431*			Egoistik Değer-NEP: -0,081*		
NEP – Sonuç Farkındalığı: 0,606*			Sonuç Farkındalığı -Sorumluluk Üstlenme: 0,410*		
Sorumluluk Üstlenme – Bireysel Normlar: 0,496*			Bireysel Normlar- Geri Dönüşüm:0,37*		
Model Değerleri		$\chi^2 / (293)=975,818$ p<0,01			
CMIN/df		3,330			
GFI		0,907			
NFI		0,901			
CFI		0,928			
RMSEA		0,057			

Tablo 5.13: Değer-İnanç-Norm Modeli Kapsamında Tüketimi Azaltma Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim Davranışlarının Analizi (Devamı)

Yeşil Tüketim (Dolaylı Etki Analizleri)					
Öz aşkınlık	Egoistik değerler	Yeni Çevresel Paradigma	Sonuç Farkındalığı	Sorumluluk Üstlenme	Açıklanan Varyans
0,018	-0,03	0,041	0,068	0,167	0,112
Yeşil Tüketim Doğrudan Etki Analizleri (*p<0,01)					
Öz aşkınlık—NEP: 0,431*			Egoistik Değer-NEP: -0,081*		
NEP – Sonuç Farkındalığı: 0,606*			Sonuç Farkındalığı -Sorumluluk Üstlenme: 0,410*		
Sorumluluk Üstlenme – Bireysel Normlar: 0,497*			Bireysel Normlar- Yeşil Tüketim: 0,34*		
Model Değerleri		$\chi^2 / (293)=956,134 p<0,01$			
CMIN/df		3,263			
GFI		0,908			
NFI		0,902			
CFI		0,930			
RMSEA		0,057			

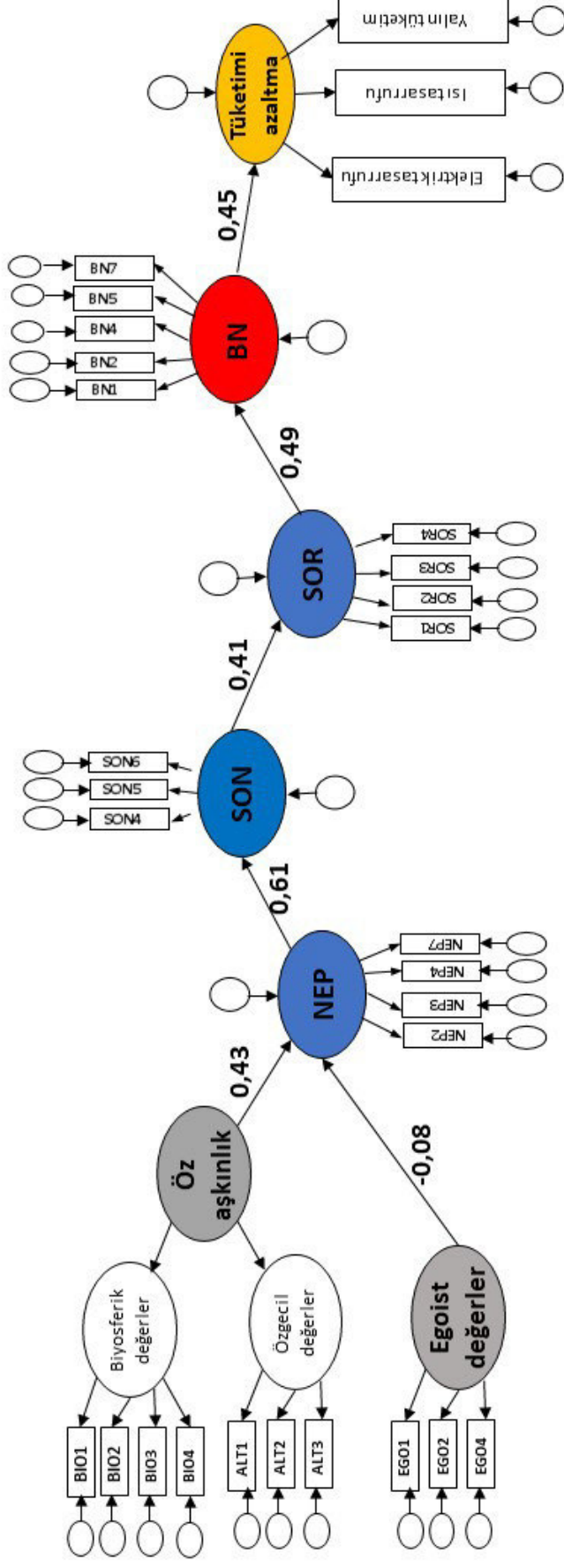
Yeşil tüketim davranışı üzerindeki dolaylı etkilerin incelendiği modelde, uyum iyiliği değerlerinin normal veya kabul edilebilir seviyede olduğu görülmüştür. Öz aşkınlık değerlerinin, yeni çevresel paradigmanın, sonuç farkındalığının, sorumluluk üstlenmenin ve bireysel normların tüketimi azaltma davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmüştür. Egoistik değerlerin ise, D-İ-N teorisi uygulamalarıyla uyumlu olarak, olumsuz etkisi olduğu görülmüştür.

Araştırma modelinin incelendiği analizler ve ileri analizler, Değer-İnanç-Norm kapsamında oluşturulan yapının çok boyutlu davranıştaki ve faktörlerdeki varyansı ayrı ayrı açıkladığını göstermiştir.

Tablo 5.14’de gösterildiği gibi, birbirinden ayrı olarak yapılan analizlerde, Değer-İnanç-Norm çerçevesinde oluşturulan araştırma modeli, çok boyutlu çevreci tüketim davranışındaki varyansın %30,9’unu ($R^2 = .30,9$) ; söz konusu davranışın boyutlarından, tüketimi azaltma davranışındaki varyansın %19,9’unu ($R^2 = .19,9$), geri dönüşüm davranışındaki varyansın %13,9’unu ($R^2 = .13,9$), yeşil tüketim davranışındaki varyansın %11,2’sini ($R^2 = .11,2$) açıkladığı görülmüştür.

Tablo 5.14: Analizlerde ve İleri Analizlerde D-İ-N Modeliyle Açıklanan Varyans

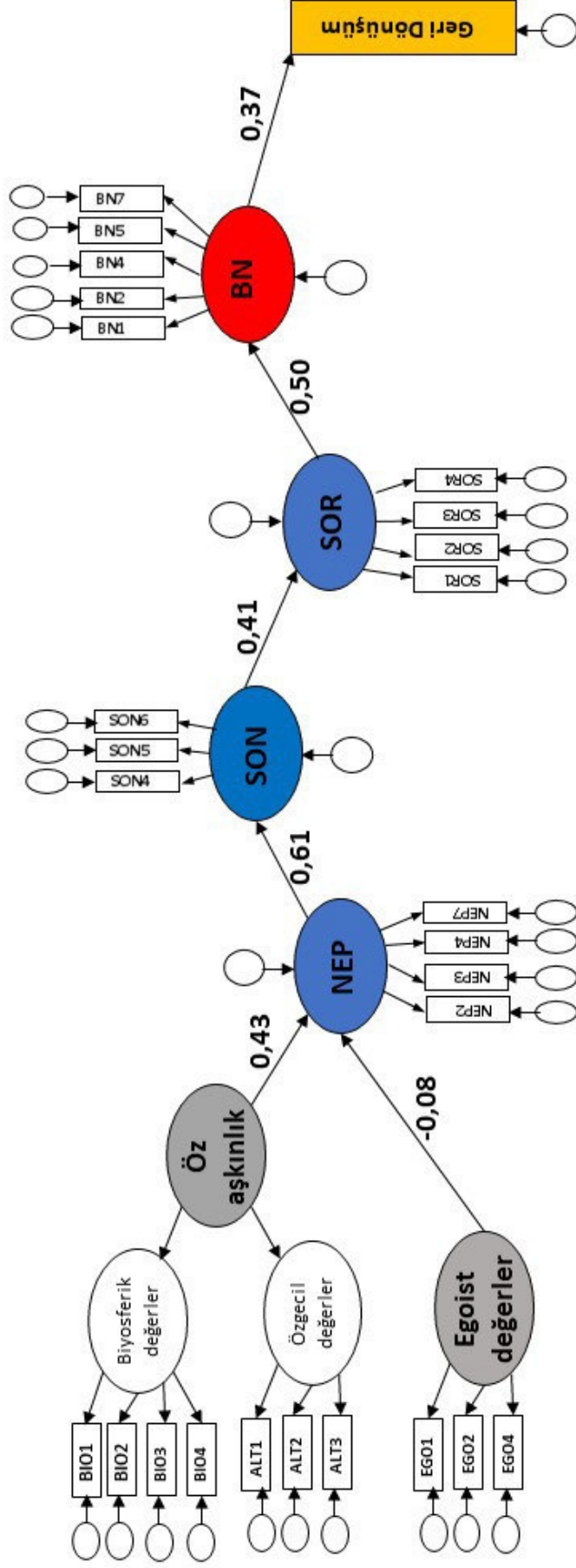
	Açıklanan Davranış	Varyans
Temel Analiz	Çevreci Tüketim Davranışı	.30,9
İleri Analiz 1	Tüketimi Azaltma	.19,9
İleri Analiz 2	Geri Dönüşüm	.13,9
İleri Analiz 3	Yeşil Tüketim	.11,2



Şekil 5.5: Değer-inanç- Norm Teorisi Çerçevesinde Tüketimi Azaltma Davranışının İncelenmesi

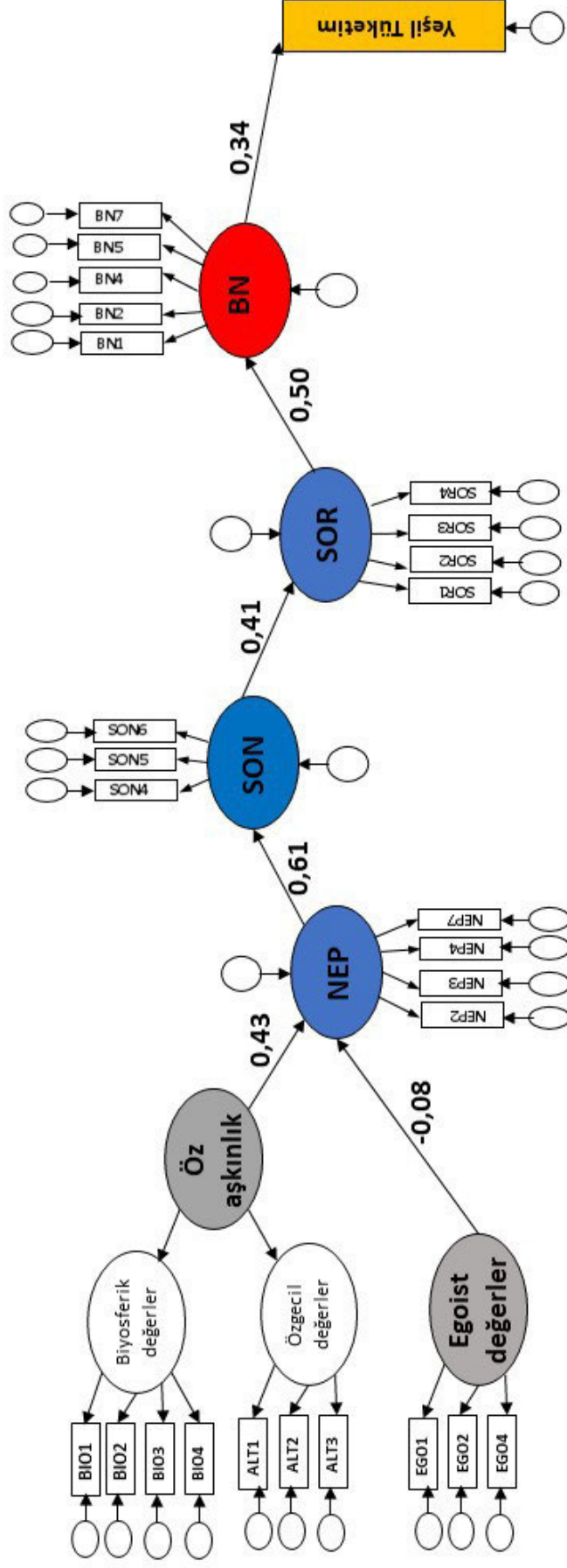
BIO:Biyosferik değerler// **ALT:**Özgeçil Değerler// **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma //

SON:Sonuç Farkındalığı // **SOR:**Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar



Şekil 5.6: Değer-İnanç- Norm Teorisi Çerçevesinde Geri Dönüşüm Davranışının İncelenmesi

BIO:Biyosferik değerler// **ALT:**Özgeçil Değerler// **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma // **SON:**Sonuç Farkındalığı // **SOR:**Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar



Şekil 5.7: Değer-İnanç- Norm Teorisi Çerçevesinde Yeşil Tüketim Davranışının İncelenmesi

BIO:Biyosferik değerler// **ALT:**Özgeçil Değerler// **EGO:** Egoist Değerler // **NEP:** Yeni Çevresel Paradigma // **SON:**Sonuç Farkındalığı // **SOR:**Sorumluluk üstlenme // **BN:** Bireysel Normlar

6. DEĞERLENDİRMELER VE SONUÇ

Bu araştırma, en temelde çevreci tüketim davranışlarının temel dinamiklerinin anlaşılması motivasyonunu taşımaktadır. Bireylerin, toplumdaki diğer bireyleri, gelecek nesilleri ve dünya üzerindeki tüm canlıları düşünerek mevcut, isteyerek devam ettirdikleri tüketim alışkanlıklarını gözden geçirip düzenlemesinin belirli bir fedakârlık gerektireceği varsayımından hareketle “bireysel normların”, çevreci tüketim davranışının şekillenmesinde anahtar rol üstlendiği bir yaklaşım uygun görülmüştür. Bu kapsamda, bireysel normların tetiklenmesine dair açıklama sunan D-İ-N teorisi çevreci davranışların anlaşılmasında etkili bir teorik çerçeve sunmaktadır. Kullanılan teorik çerçeve kapsamında, bu araştırma tüketicilerin bireysel değerlerinin, çevresel konulardaki inançlarının etkisiyle harekete geçirilen ahlaki zorunluluk hislerinin, bireysel normlarının farklı çevreci tüketim davranışları üzerindeki ortak etkisini açıklamayı amaçlamıştır. Bu amaç çerçevesinde, anket yöntemi kullanılarak, toplanan veri üzerindeki yapılan analizler, bireysel değerlerden başlayarak bireysel çevresel inançları, bireysel normları sırasıyla etkileyen bilişsel zincirin çok boyutlu çevreci tüketim davranışı üzerindeki etkisi hakkında önemli bulgular ortaya çıkarmıştır.

6.1. Araştırma Sonuçlarının Yorumlanması

Bu çalışmada, Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesinde, bireylerin yaşamlarında değişmeyen, durumlar üstü ilkeler olarak değerlerden başlayarak, inançları ve normları izleyen bir bilişsel zincirin birbirinden farklı özellikleri olan tüketim davranışlarını içeren çok boyutlu çevreci tüketim yapısını nasıl etkileyeceği incelenmiştir. Söz konusu çok boyutlu çevreci tüketim davranışının oluşturulmasında, literatürde yer alan araştırmalardan farklı olarak ilk kez bu çalışmada, tüketimin farklı süreçleri bir arada ele alınmıştır.

Araştırma sonuçları, Türk tüketicileri nezdinde değerlendirildiğinde çevreci tüketim bilincini yansıtan bulgular dikkat çekmektedir. Türk tüketicilerinin çevreci davranışlarında, kullanım aşamaları ve ekonomik fayda ile birlikte davranışsal maliyetin, zorluğun da belirleyici bir ölçüt olduğu dikkat çekmektedir. Araştırmada elde edilen çok boyutlu davranış yapısı, davranış zorluğu, maliyeti açısından

değerlendirildiğinde, farklı davranış maliyetlerinin belirleyici olduğu görülmektedir. Buna göre, maddi açıdan davranış zorluğu düşük olan yalın tüketim ve enerji tasarrufu davranışlarını kapsayan tüketimi azaltma davranışı faktörünü oluşturmuş; konfor kaybı, yer ve zaman kaybı nedeniyle fiziksel açıdan davranış zorluğu yüksek olan geri dönüşüm davranışı ve maddi açıdan daha maliyetli olan yeşil tüketim davranışı ayrı faktörler olarak, Türk tüketicisinin çok boyutlu çevreci tüketim davranışını oluşturmuştur.

Sonuçlar davranış sıklığı açısından değerlendirildiğinde, Türk tüketicilerinin özellikle kullanım aşamasındaki çevreci davranış olarak enerji tasarrufunu sıklıkla gösterdiğini, kullanım öncesinde (yeşil tüketim) ve kullanım sonrasında (geri dönüşüm) çevreci davranışları arasına uyguladığına işaret etmektedir. Kullanım öncesi aşamasını temsil eden ve literatürde bulunmayan yalın tüketim davranışı kapsamında, ekonomik fayda ile çevresel faydanın birarada düşünebileceği davranışların yoğunluğu öne çıkmıştır. Söz konusu sonuçlar, araştırmada ulaşılan çok boyutlu çevreci tüketim davranışının tüketimi azaltma faktöründe yalın tüketim, ısı ve elektrik tasarrufunun bir arada yer alması, ekonomik ve çevreci amacın birbirini destekleyebileceğini göstermektedir ve Steg et al. (2014)'ün farklı amaçların çevreci amaçla birarada güdülenebileceği önermesini desteklemektedir. Steg et al. (2014)'ün önermesi ve Türk tüketicilerinin enerji tasarrufundaki sıklık değerleri, diğer davranışlarda sıklığı arttıracak güdünün güçlendirilmesine yönelik uygulamalar, araştırmalar için önemli bilgiler sunmaktadır. Bu doğrultuda, gelecek çalışmalarda, Türk tüketicisinin yalın tüketim davranış sıklığını arttırmak için maddi fayda ile çevresel faydayı birleştiren, yeşil tüketim davranış sıklığını arttırmak için bireysel sağlık ve çevre faydalarını birleştiren, son olarak geri dönüşüm için konfor kaybını azaltacak uygulamalar, çalışmalar yapılabilecektir.

Sonuçlar, araştırma modelinin temel aldığı Değer-İnanç-Norm Teorisi kapsamında değerlendirildiğinde, söz konusu teorinin ilk kez uygulandığı yüksek ilgilenim gerektiren çevreci davranışlar açısından önemli bulgular elde edilmiştir.

İnançlar ve bireysel normlara göre duruma göre değişkenlik göstermeyen değerlerin çevreci tüketim üzerindeki doğrudan etkisi olduğu literatürde (ör. Thøgersen and Ölander, 2002) gösterilmiştir. Buna ek olarak, değerlerin yeni çevresel paradigma ile ölçümlenen çevresel hassasiyet, risk algısını güçlendirdiği de önceki çalışmalarda (ör. Slimak and Dietz, 2006) ifade edilmiştir. Bu araştırmada yapılan doğrudan ve dolaylı etki analizlerinden elde edilen bulgular, D-İ-N teorisinde

öngörüldüğü gibi, yaşamda sabit ilkeler olarak değerlerin, değişkenlik gösterebilen çevresel inançları ve bireysel normları güçlendiren ve çevreci tüketim davranışı destekleyen bir zincirin başında yer aldığını göstermektedir. Çevreci ve özgecil değerleri kapsayan öz aşkınlık değerleri, yeni çevresel paradigmada insan yerine doğayı evrenin merkezi kabul eden yaklaşımı desteklediği görülmektedir. Ekolojik dünya görüşleri, altruistik, özgecil düşünceleri içermediğinden, değerlere göre daha değişken oldukları için değerler kadar her durumda sabit olduğu söylenememektedir (Stern, 2000; Steg et al., 2011). Dolayısıyla, öz aşkınlık değerlerinin yeni çevresel paradigmayı desteklemesi, değişkenliği fazla olan inanç (NEP, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme) ve normların aktif tutulması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, dolaylı etki analizlerinde, öz aşkınlık değerlerinin çevreci tüketim davranışını arttırdığı görülmektedir. Dolayısıyla, değerlerin, davranışı etkileyen faktörler üzerindeki olumlu etkisinin ortaya çıkarılmasıyla çevreci tüketimi dolaylı olarak desteklediği gösterilmiştir.

Yeni Çevresel Paradigmanın (NEP) doğayı evrenin merkezi olarak kabul eden yaklaşımının, çevresel sonuç farkındalığını arttırdığı görülmüştür. İnsanların doğayla birlikte uyum içerisinde yaşaması gerektiği düşüncesi, doğa dengesine saygı duyma zorunluluğunun kabul edilmesi güçlendiğinde, bireyin yakın çevresindeki çevresel zararlara dair farkındalığı da artmaktadır (Steg et al., 2011; Amburgey and Thoman, 2012). Ayrıca, literatürde farklı çalışmalarda (ör. Minton and Rose, 1997; Roberts and Bacon, 1997, Olli et al., 2001) çevresel hassasiyet, kaygıyı ölçmek için kullanılan NEP'in çevreci tüketim üzerinde gösterilmiş olan doğrudan etkisi, bu çalışmada dolaylı etki analizi aracılığıyla da gösterilmiştir. NEP'in sonuç farkındalığını arttırması, bireylerin çevresel sorunlarda sorumluluk üstlenmelerine, çevreci tüketim davranışına dolaylı yoldan destek sağlamaktadır.

D-İ-N'de önerilen zincirle uyumlu olarak, sonuç farkındalığının sorumluluk üstlenmeyi desteklediği görülmüştür. Sonuç farkındalığı ile sorumluluk üstlenme arasındaki bu olumlu ilişki literatürde farklı davranışları etkileyen zincir içerisinde (ör. Aguilar-Luzon et al., 2012) doğrulanmıştır. Sonuç farkındalığı, D-İ-N kapsamında bireyin yakın çevresindeki ekolojik sorunlara yakın duyarlılığını ölçtüğünden, bireyin ekolojik sorunlardaki sorumluluğunu da olumlu etkilemektedir (Stern, 2000). Ayrıca, dolaylı etki analizleri incelendiğinde, sonuç farkındalığının çevreci tüketim davranışı etkilediği görülmektedir.

Analiz bulgularında, bireylerin çevresel tüketim konusunda sorumluluk üstlenmelerinin, bireysel normları güçlendirdiği görülmektedir. Literatürde ampirik bulgularla farklı koşullarda (ör. çevreci politika destekleme, Steg et al., 2005; enerji tasarrufu, Fornara et al., 2016) desteklenmiş olan bu ilişki, bu araştırma kapsamında gündelik hane içi davranışları kapsamında da doğrulanmıştır. Ek olarak, dolaylı etki analizi sonuçları, sorumluluk üstlenmenin çevreci tüketim davranışını desteklediğini göstermektedir. Dolayısıyla, D-İ-N kapsamında önerilen sorumluluk üstlenmenin çevreci tüketim üzerindeki dolaylı etkisi doğrulanmaktadır.

Bireysel normların, araştırma modeli kapsamındaki çevreci tüketim davranışlarını olumlu etkilediği görülmüştür. NAT'yi öneren ve sonrasında dolaylı olarak D-İ-N teorisi için bireysel norm ile davranış ilişkisi kapsamında teorik zemini hazırlayan Schwartz (1970, s.128)'a göre ahlaki kararların üç özelliği bulunmaktadır:

- “Ahlaki kararlar, diğer insanların refahını etkileyen sonuçları olan insanlar arası eylemlere, davranışlara yol açar.
- Söz konusu karar, sorumlu temsilci olarak düşünülen kişi tarafından, başka bir alternatifte rağmen bilerek ve isteyerek alınır.
- Ahlaki kararların sonuçları ve temsilcileri, aldıkları kararların sonuçların diğer insanların refahları üzerindeki iyi ya da kötü etkileri üzerinden değerlendirilir.”

Schwartz (1970), ayrıca, insanlar arasındaki davranışın iyi ve kötü olarak değerlendirilmesi için ahlaki normların referans noktası olması gerektiğini önermektedir. Bu yaklaşım, doğayla insan arasındaki ilişkide bireysel kararların kendisinden başka canlılar ve doğa için olumsuz sonuçlarını dikkate almayı vurgulayan, Leopold (1948)'in önerdiği, çevre ahlakı (*land ethic*) ile uyumlu bir yaklaşım göstermektedir. Nitekim, Heberlein (1972) ve Liere and Dunlap (1978) başta olmak üzere birçok çalışmada çevreci tüketim davranışının, gönüllü olarak yapılan, kendisinden başkaları için sonuçlarının ahlaki normlar esas alınarak değerlendirildiği bir davranış olduğuna dikkat çekilmiştir. Literatürde farklı davranış ve koşullarda doğrulanmış olan bireysel normın çevreci tüketim davranışı desteklemesi, bu çalışmada ele alınan çok boyutlu davranış için doğrulanmıştır.

Araştırma modelindeki değişkenler arasındaki ilişkiler üzerine kurulan hipotezler Tablo 6.1'de paylaşılmış ve ilişkilere dair bulgular ayrıca değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bulguları, daha önce düşük zorluk içeren davranışları (ör. çevreci politik düzenlemelerin desteklenmesi, Steg et al., 2005) açıklamada etkili olduğu gösterilmiş ve zorluğu, maliyeti yüksek davranışlarda uygulanmamış Değer-İnanç-Norm Teorisinin gündelik hayatta sıklıkla uygulanabilen, davranış zorluğu, maliyeti birbirinden farklı olan davranışları açıklamada etkili olduğunu göstermiştir. Değer-İnanç-Norm Teorisinin davranışa doğrudan etki eden değişkeni olan bireysel normlar, çevreci tüketim davranışındaki varyansın %30,9'unu açıklamaktadır.

Tablo 6.1: Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

HİPOTEZ	BULGU
H1: Çevreci tüketim davranışlarına yönelik bireysel normlar, çok boyutlu çevreci tüketim davranışlarını olumlu etkilemektedir.	Desteklendi
H2: Çevreci tüketim davranışlarında bireylerin sorumluluk üstlenmeleri, çevreci davranışlara yönelik bireysel normları olumlu etkilemektedir.	Desteklendi
H3: Tüketicilerin çevresel sonuç farkındalığı, çevresel sorunlarda sorumluluk üstlenmelerini olumlu etkilemektedir.	Desteklendi
H4: Tüketicilerin çevresel dünya görüşünü temsil eden yeni çevresel paradigma, çevresel sonuç farkındalığını olumlu etkilemektedir.	Desteklendi
H5: Tüketicilerin öz genişletim (egoistik) değer yargıları, yeni çevresel paradigmayı olumsuz etkilemektedir.	Desteklendi
H6: Tüketicilerin öz aşkınlık (biyosferik ve özgecil) değer yargıları, yeni çevresel paradigmayı olumlu etkilemektedir.	Desteklendi

Araştırma hipotezlerinin ele aldığı çok boyutlu çevreci tüketim davranışının boyutları olan özel davranışlar, Değer-İnanç-Norm Teorisi kapsamında ayrı analizlerde incelenmiştir.

Tüketimi azaltma davranışının bağımlı değişken olarak incelendiği analizde, genel araştırma modelinde, bağımsız değişkenler arasındaki doğrudan etki değerlerinde büyük bir değişiklik görülmemiştir. Bununla birlikte, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinde genel modele göre

azalma olduğu görülmüştür. Model, tüketimi azaltma davranış yapısındaki varyansın %19,9'unu açıklamıştır.

Geri dönüşüm davranışının bağımlı değişken olarak incelendiği analizde, genel araştırma modelinde, bağımsız değişkenler arasındaki doğrudan etki değerlerinde büyük bir değişiklik görülmemiştir. Bununla birlikte, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinde genel modele göre azalma olduğu görülmüştür. Model, tüketimi azaltma davranış yapısındaki varyansın %13,9'unu açıklamıştır.

Yeşil tüketim davranışının bağımlı değişken olarak incelendiği analizde, genel araştırma modelinde, bağımsız değişkenler arasındaki doğrudan etki değerlerinde büyük bir değişiklik görülmemiştir. Bununla birlikte, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinde genel modele göre azalma olduğu görülmüştür. Model, tüketimi azaltma davranış yapısındaki varyansın %11,2'sini açıklamıştır.

Değer-İnanç-Norm Modelinin, bu araştırmadaki bütün davranışları kapsayan çok boyutlu çevreci tüketim davranışı ve tüketimi azaltma davranışını açıklamada daha etkili olduğu görülmüştür.

6.2. Araştırmanın Sonuçları

Çevre psikolojisi ve çevreci tüketim davranışı literatüründe belirtildiği gibi, bireylerin tutumları ve niyetleri ile davranışları arasında boşluk olduğu (Kollmuss and Agyeman, 2002; Whitmarsh, 2009), söz konusu boşluğun, tutarsızlığın davranışlara özgü maliyetler, zorluklar; altyapı eksikliği gibi durumsal kısıtlar; bireysel davranışların çevresel faydasına inanmama, teknolojinin ve insanoğlunun çevresel sorunlara çözüm bulacağı inancı gibi farklı savunma mekanizmalarıyla açıklanabildiği görülmektedir (Gifford, 2011). Çevresel ve toplum yanlısı davranışlarda, inançların (ör. dünya görüşü, Steg et al., 2011), bireysel normların (Schwartz, 1977) değişkenlik gösterebildiği bilinmektedir. Çevreci davranmamayı meşrulaştıran savunma mekanizmalarının değişkenlik gösterebilen normlar ve inançlar üzerindeki olumsuz etkisini azaltmak için bireylerin yaşamlarındaki durumsallıktan etkilenmeyen standart ilkeler, referanslar olan değerlerin, Değer-İnanç-Norm Teorisinin önerdiği çerçevede, çevresel farkındalığı, sorumluluk üstlenme ve bireysel ahlaki zorunluluk hissine olan etkisinin incelenmesi, literatürdeki “tutum-davranış boşluğu” veya “niyet-davranış asimetrisi”nin kökenindeki bilişsel kaynaklarının azaltılmasını mümkün kılacaktır. Sabit insani

değerler ile değişkenlik gösterebilen inanç ve normlar arasındaki bilişsel zincirin birbirinden farklı davranışları açıklamasına yönelik araştırmalara katkı sağlayan bu araştırmada elde edilen bazı bulgular aşağıda özetlenmiştir:

- Çevreci (biyosferik) ve altruist değerlerin bireylerin çevresel dünya görüşlerini olumlu etkiledikleri görülmektedir. Teknolojinin kurtarıcılığına inanma, insanın doğaya hükmettiği inancının güç kazanmaması için, çevreci ve yardımsever değerlerin öne çıkarılması önem taşımaktadır.
- İnsanın doğanın bir parçası olduğunu, doğayla birlikte uyum içerisinde yaşaması gerektiğini ifade eden yeni çevresel paradigmanın çevresel sorun farkındalığını olumlu etkilediği görülmektedir. Bireyin küresel olarak insan-doğa ilişkisine bakış açısını yansıtan bu inancın güçlenmesi, yakınındaki çevresel sorunlara olan duyarlılığını güçlendirecektir. Sonuç farkındalığı, çevresel duyarlılığı yükselen bireylerin mevcut ekolojik sorunların çözümünde sorumluluk üstlenme eğilimleri de artacaktır. Bu etki, çevre dostu tüketim davranışlarına olumlu etki edebilecek bireysel ahlaki zorunluluk hissinin de güçlenmesini sağlayabilecektir.
- Bireysel ahlaki zorunluluk hissi veya bireysel normların, birbirinden farklı davranış zorlukları olan ve farklı kullanım aşamalarını temsil eden çevreci tüketim davranışları üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmüştür.

6.3. Araştırmanın Literatüre Sağladığı Katkılar

Bu araştırma, bireysel değerler (çevreci, altruistik, egoistik), inançlar (Yeni Çevresel Paradigma, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme), bireysel normlar gibi çevreci tüketim davranışı üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkisi literatürde incelenmiş olan değişkenleri bir zincirin parçası olarak kullanarak çevreci tüketimi anlatmayı öneren Değer-İnanç-Norm Teorisini kullanarak incelemektedir. Ayrıca, araştırma, hem mevcut teori için yeni uygulama alanı sunmasıyla, hem de özel alan çevreci davranışlarının farklı sınıflandırma yaklaşımlarını (süreç yaklaşımı ve davranış zorluğu, maliyeti) birarada ele alınmasıyla çevreci tüketim davranışı literatüründeki çalışmaların gelişimine bazı katkılar sağlamaktadır.

Araştırmanın önemli katkılarından birisi, literatürde düşük çaba gerektiren çevreci davranışları etkili bir şekilde açıkladığı için uygulama alanının sınırlı

olduğundan bahsedilen (Bamberg and Möser, 2007) Değer-İnanç-Norm Teorisini göreceli olarak daha zor olan (geri dönüşüm, yeşil tüketim, tüketimi azaltma) davranışlarını etkili bir şekilde açıklamada kullanmış olmasıdır. Bu durum, Değer-İnanç-Norm Teorisinin savunduğu değerlerden başlayan bilişsel zincirin bireysel normları harekete geçireceği önermesinin yüksek ilgilenim ve çaba gerektiren davranışlarda da etkili olduğunu göstermiştir.

Araştırmanın bir başka önemli katkısı, bireysel ahlaki zorunluluğu temsil eden bir değişken olarak bireysel normların farklı zorluktaki gündelik davranışları içeren, heterojen bir çevreci tüketim davranışı yapısına olumlu etkisini göstermesidir. D-İ-N çerçevesinde bilişsel bir süreçle devreye giren bu olumlu etki, farklı zaman ve çalışma alanlarında sürdürülebilir veya tekrarlanabilir olduğunda, çevre ahlakının geliştirilmesi için yapılan çalışmaların (ör. Heberlein, 1972; Dunlap and Van Liere, 1978; Karpiaç and Baril, 2008) ortak hedefi olan insan-doğa ilişkisinin gündelik uygulamalarında ahlaki muhakemenin egemen olmasına destek olabilecektir. Bu uzun vadeli, tekrarlanabilecek etki için, bir sonraki bölümde bahsedilecek sosyal pazarlama uygulamalarına da ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmada, bireysel normların farklı çevreci tüketim davranışları üzerindeki ortak etkisinin gösterilmesi, literatürde ihtiyaç duyulduğu belirtilen bütünleştirici yaklaşımı (Lindenberg and Steg, 2007; Steg and Vlek, 2009) olumlu desteklemek açısından da katkı sağlamaktadır. Özel çevreci davranışların kendine özgü öncülleri göz ardı edilmeden, içselleştirilmiş normların sağlayabileceği ortak güdüsel köken, birbirinden farklı çevreci davranışlar arasında olumlu yayılma etkisi sağlayabilecektir (Thogersen, 2009; Lanzini and Thogersen, 2014).

Araştırmanın son ve en önemli katkısı, davranış sınıflandırmaya dair birden fazla yaklaşımın olduğu ve araştırmacılar ile diğer paydaşların (eğitim kurumları, işletmeler, devletler, bireyler) aynı dili konuşmakta zorlanabildikleri çevreci tüketim davranışı (Prothero et al., 2011; Phipps et al., 2013) kavramı için, tüketimin farklı aşamalarını ve farklı davranışsal zorluklarını birarada inceleyen birçok boyutlu yapı sunmasıdır. Bu kapsamda, bu araştırmada geçerliliği gösterilen bu yapıya tüketimin döngüsünü ve farklı zorluklarını temsil edecek diğer davranışların eklenmesiyle “çevreyi koruma, çevre üzerindeki etkiyi en aza indirme hedefi”ne daha kolay odaklanabilecek araştırmalar yapılabilecektir.

6.4. Araştırmanın Uygulama Alanında Sağladığı Katkılar

Bireysel normların, bu araştırma kapsamında oluşturulan ve farklı davranışları içeren çok boyutlu davranışı desteklemesi uygulama açısından önem taşımaktadır. Literatürde sıklıkla gösterildiği gibi, özel çevreci davranışların kendine özgü öncülleri bulunmaktadır. Bu durum, bir davranışı (ör. geri dönüşüm) desteklemeye yönelik eğitim programlarının, kamusal düzenlemelerin başka bir çevreci davranışa yönelik farkındalığı azaltma riskini doğurmaktadır. Bu çalışmada, tek bir davranış yerine, farklı özellikleri olan birden fazla davranışın normlar ile desteklenmesi, aynı anda aynı yönde değişimini hedefleyen kamusal düzenlemeler ve sosyal pazarlama programlarına destek sağlayabilecektir.

Normlar, Schwartz (1970)'in dikkat çektiği gibi, davranışların ahlaki açıdan değerlendirilmesi için bir referans noktası oluşturmaktadır. Tüketicilerin karar verici, uygulayıcı olarak ahlaki önceliklerinin önemini gösterir. Thøgersen (2006), bireysel normların esas aldığı bilişselliğin, muhakemenin, Kohlberg (1977)'in bilişsel ahlak yaklaşımında da geçerli olduğunda dikkat çekmektedir. Karpiak and Baril (2008) tarafından çevreci tutumu olumlu etkilediği gösterilen Kohlberg (1977)'in bilişsel ahlak yaklaşımı, çevreci “tutum-davranış boşluğu”nu azaltmayı amaçlayan uzun vadeli sosyal pazarlama uygulamalarında destek sağlayabilecektir.

Thøgersen (2009), düşük maliyetli çevreci davranışlarda, içselleştirilmiş bireysel normların oluşturduğu “güdüsel kısayol”un etkinliğine dikkat çekmektedir. Alışkanlığa dönüşen davranışın temelinde amaç sahibi olmak ile hareketlerin sürekli olarak tekrarlanması önem taşımaktadır (Verplanken and Roy, 2015; Steg and Vlek,2009). Bireysel normların farklı çevreci davranışlar için ortak kısayol olması, hem ortak amaç hem de kolaylıkla devreye girebilecek bir güdüsel kısayol olarak sosyal pazarlama uygulamalarında kullanılabilir etkin bir araç oluşturabilecektir. Bu araç, çevreci tutum-davranış boşluğunu büyütebilen savunma mekanizmalarını, Mckenzie-Mohr (2000)'nin özellikle dikkat çektiği şekilde azaltmaya yönelik sosyal pazarlama uygulamalarında etkili olabilecektir.

6.5. Araştırma Kısıtları ve Gelecek Araştırmalar için Öneriler

Araştırma sonuçları değerlendirilirken dikkate alınması gereken bazı kısıtlar mevcuttur. Bunlardan ilki, araştırma verileri anket yoluyla anlık bilgi toplandı ve araştırma modelindeki farklı değişkenler arası ilişkiler incelendiği için, değişkenler (ör. yeni çevresel paradigma, sonuç farkındalığı; sorumluluk üstlenme, bireysel normlar) arasındaki ilişkilerde zaman içerisinde yaşanabilecek değişkenler, bu araştırmadaki bulgularla öngörülemezdir. Özellikle D-İ-N teorisinin ilişki zincirinde davranışı etkileyen faktör olan bireysel normların değişkenliği (Schwartz, 1977) dikkate alınarak, kısa zaman aralıklarıyla veri toplanarak karşılaştırmalar yapmak önemli katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın bir başka kısıtı, araştırma örnekleminin Türkiye demografisini yansıtacak şekilde oluşturulması amaçlandığından ve farklı davranış maliyetleri olan ulaşım davranışları, araştırmaya dahil edilmemiştir. Gelecek çalışmalarda, bu araştırmada incelenen hane içi çevreci tüketim davranışlarıyla birlikte, toplu ve bireysel taşıma tercihlerini yansıtan davranışların, tatil ve işyeri davranışlarını kapsayan hane dışı davranışlarının incelenmesi, bireysel normlar ve D-İ-N teorisine ilişkin bulguların dışsal geçerliliğini değerlendirmekte faydalı olacaktır.

Araştırmanın bir diğer kısıtı, hane içi bir çevreci tüketim davranışı olan su tasarrufu davranışının araştırma kapsamında yer almamasıdır. Gerek uluslararası literatürde (ör. Phipps et al., 2011), gerekse ulusal literatürdeki (ör. Dursun ve Belit, 2017) çalışmalarda, elektrik ve ısı tasarrufundan ayrışabildiği görülen su tasarrufu davranışı diğer aşamadaki davranışlara ve bağımsız değişkenlere ilişkin soru sayısı göz önünde bulundurularak, bu araştırma kapsamında düşünülmemiştir. Hane içi çevreci tüketim kapsamındaki gelecek çalışmalarda, su tasarrufu davranışlarını incelemek bu araştırmada geçerliliği gösterilmiş çok boyutlu çevreci tüketim yapısını daha da detaylandırmak açısından önemli katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın bir başka kısıtı, araştırma örnekleminin üç büyük ille (İstanbul, Kocaeli ve Ankara) sınırlı olmasıdır. Literatürdeki farklı davranışları inceleyen çalışmaların kapsamının (ör. Barr, 2007; Abrahamse et al, 2005) bir il veya bölgeyle sınırlı olması ve özellikle geri dönüşüm davranışının altyapı gerektiren, dışsal koşullara bağlı olması nedeniyle araştırma verileri, büyük şehirlerde yaşayan

insanların anketlerinden elde edilmiştir. Gelecek çalışmalarda, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerdeki çok boyutlu davranışlar üzerindeki verileri zenginleştirmek adına göreceli olarak küçük illerden veri toplamak literatüre katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın bir diğer kısıtı, çok boyutlu çevreci tüketim davranış yapısı oluşturulurken çevreci tüketim kapsamında yer alacak farklı ürün gruplarının, madde sayısı göz önünde bulundurularak sayısının sınırlandırılmış olmasıdır. Gelecek çalışmalarda, mevcut çevreci tüketim yapısına farklı ürün gruplarının eklenmesi, haneîçi çevreci tüketim yapısının genişletilmesi yönünde literatüre katkı sağlayacaktır. Son olarak, ankette yer alan demografik soruların sınırlı olması bulguların kapsamını sınırlandırabilmektedir. Gelecek çalışmalarda, bireylerin temel tüketim tercihlerini, bireysel gelir seviyelerini içeren maddelerin eklenmesi, gelir gruplarına göre analiz bulguları elde etme açısından önemli katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada, sürekli olarak tetiklenmesi gereken değişkenlik gösteren bir faktör olan bireysel normların farklı davranışları içeren bir yapı üzerindeki etkisi vurgulanmıştır. Gelecek çalışmalarda, bireysel sorumluluğun yansımaları olan ahlaki zorunluluk hissini gündelik alışkanlıklara olan etkisi ve alışkanlık değiştirmeye olası etkisi araştırılabilecektir. Ayrıca, sabit bireysel ilkeleri, referansları yansıtan değerlerden farklı olarak değişkenlik gösterebilen bireysel normların farklı koşullarda ve Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesi dışında kalan değişkenlerin etkisinde incelemek önemli olacaktır. Özellikle iklim değişikliği gibi uzun vadeli sonuçları olan veya uzak yerlerde yaşanan önemli çevresel sorunlar (ör. Amazon ormanlarındaki kayıpların, okyanuslardaki kirlenme) hakkında farkındalığın ölçülmesi, bireysel normların çevre etiği, çevre adaletiyle olan ilişkisini geliştirmekte olan ülkelerde sınamak açısından araştırma alanı sunabilecektir.

Bu modelde, çalışmada ve literatürde (ör. Antonetti and Maklan, 2014) çevreci tüketimi etkileyen bir faktör olarak öne çıkan olumlu ve olumsuz duygular ek bir değişken olarak kullanılmamıştır. Duyguların bireysel normlar üzerindeki etkisini D-İ-N çerçevesinde ölçmek de yeni bir araştırma alanı sağlayabilecektir.

Sosyal pazarlama çalışmasının ardından, Schwartz (1977) ve Ölander ve Thøgersen (1995)'in belirttikleri gibi, normların içselleştirilme sürecini incelemek uzun vadeli bir çalışmayla zaman içerisindeki değişimi gözlemek önemli olacaktır.

KAYNAKÇA

Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., Rothengatter, T., (2005), "A review of intervention studies aimed at household energy conservation", *Journal of Environmental Psychology*, 25(3), 273-291.

Abrahamse, W., Steg, L., Gifford, R., Vlek, C., (2009), "Factors influencing car use for commuting and the intention to reduce it: a question of self-interest or morality?", *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 12(4), 317-324.

Abrahamse, W., Steg, L., (2011), "Factors related to household energy use and intention to reduce it: The role of psychological and socio-demographic variables", *Human Ecology Review*, 18 (1), 30-40.

Aguilar-Luzón, M. D. C., GarcíaMartínez, J. M. Á., Calvo-Salguero, A., Salinas, J. M., (2012), "Comparative study between the theory of planned behavior and the value-belief-norm model regarding the environment, on Spanish housewives' recycling behaviour", *Journal of Applied Social Psychology*, 42(11), 2797-2833.

Ajzen, I., (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-191.

Alwitt, L. F., Pitts, R. E., (1996), "Predicting purchase intentions for an environmentally sensitive product. *Journal of Consumer Psychology*, 5(1), 49-64.

Amburgey, J. W., Thoman, D. B., (2012), "Dimensionality of the new ecological paradigm: Issues of factor structure and measurement", *Environment and Behavior*, 44(2), 235-256.

Anderson, J. C., Gerbing, D. W., (1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, 103(2), 411-423.

Andrady, A. L., (2011), "Microplastics in the marine environment", *Marine Pollution Bulletin*, 62(8), 1596-1605.

Antil, J. H., (1984), "Socially responsible consumers: Profile and implications for public policy", *Journal of Macromarketing*, 4(2), 18-39.

Antonetti, P., Maklan, S., (2014), "Feelings that make a difference: How guilt and pride convince consumers of the effectiveness of sustainable consumption choices", *Journal of Business Ethics*, 124(1), 117-134.

Arkonaç, S., (1991), "Sosyal Psikoloji", 4. Baskı, Alfa Basım Yayım

Bagozzi, R. P., Yi, Y., (1988), "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

Bagozzi, R. P., Dabholkar, P. A., (1994), "Consumer recycling goals and their effect on decisions to recycle: A means-end chain analysis" *Psychology & Marketing*, 11(4), 313-340.

Baldassare, M., Katz, C., (1992), "The personal threat of environmental problems as predictor of environmental practices", *Environment and Behavior*, 24(5), 602-616.

Balderjahn, I., (1988), "Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns", *Journal of Business Research*, 17(1), 51-56.

Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg, M., Peyer, M., Seegebarth, B., Wiedmann, K. P., (2013), "Consciousness for sustainable consumption: scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability", *AMS Review*, 3(4), 181-192.

Bamberg, S., Schmidt, P., (2003), "Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis", *Environment and Behavior*, 35(2), 264-285.

Bamberg, S., Möser, G., (2007), "Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behavior", *Journal of Environmental Psychology*, 27(1), 14-25.

Bang, H. K., Ellinger, A. E., Hadjimarcou, J., Traichal, P. A., (2000), "Consumer concern, knowledge, belief, and attitude toward renewable energy: An application of the reasoned action theory", *Psychology & Marketing*, 17(6), 449-468.

Barbarossa, C., de Pelsmacker, P., (2016), "Positive and Negative Antecedents of Purchasing Eco-friendly Products: A Comparison Between Green and Non-green Consumers", *Journal of Business Ethics*, 134(2), 229-247.

Barnett, C., Cloke, P., Clarke, N., Malpass, A., (2005), "Consuming ethics: Articulating the subjects and spaces of ethical consumption", *Antipode*, 37(1), 23-45.

Barr, S., (2003), "Strategies for sustainability: citizens and responsible environmental behavior", *Area*, 35(3), 227-240.

Barr, S., Gilg, A. W., Ford, N., (2005), "The household energy gap: examining the divide between habitual and purchase-related conservation behaviours", *Energy Policy*, 33(11), 1425-1444.

Barr, S., (2007), "Factors influencing environmental attitudes and behaviors: A UK case study of household waste management", *Environment and Behavior*, 39(4), 435-473.

Barr, S., Gilg, A., Shaw, G., (2011), "Citizens, consumers and sustainability: (Re) Framing environmental practice in an age of climate change", *Global Environmental Change*, 21(4), 1224-1233.

- Barr, S., Guilbert, S., Metcalfe, A., Riley, M., Robinson, G. M., Tudor, T. L., (2013), "Beyond recycling: An integrated approach for understanding municipal waste management", *Applied Geography*, 39, 67-77.
- Belk, R., (2014), "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online", *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600
- Belz, F. M., Peattie, K., (2012), "Sustainability Marketing: A Global Perspective", 2nd Edition, Wiley.
- Berger, I. E., Corbin, R. M., (1992), "Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Others as Moderators of Environmentally Responsible Behaviors", *Journal of Public Policy & Marketing*, 11(2), 79-89.
- Biswas, A., Licata, J. W., McKee, D., Pullig, C., Daughtridge, C., (2000), "The recycling cycle: An empirical examination of consumer waste recycling and recycling shopping behaviors", *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(1), 93-105.
- Blake, J., (1999), "Overcoming the 'value-action gap' in environmental policy: Tensions between national policy and local experience", *Local Environment*, 4(3), 257-278.
- Blamey, R., (1998), "The activation of environmental norms: Extending Schwartz's model", *Environment and Behavior*, 30(5), 676-708.
- Bocock, R., (1993), "Tüketim", 2. Baskı, Dost Kitabevi.
- Bodur, M., Sarigöllü, E., (2005), "Environmental sensitivity in a developing country: consumer classification and implications", *Environment and Behavior*, 37(4), 487-510.
- Borgmann, A., (2000), "The moral complexion of consumption", *Journal of Consumer Research*, 26(4), 418-422.
- Boujbel, L., d'Astous, A., (2012), "Voluntary simplicity and life satisfaction: Exploring the mediating role of consumption desires", *Journal of Consumer Behaviour*, 11(6), 487-494.
- Bratt, C., (1999), "The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior", *Environment and Behavior*, 31(5), 630-656.
- Bratt, C., Stern, P. C., Matthies, E., Nenseth, V., (2015), "Home, car use, and vacation: The structure of environmentally significant individual behavior", *Environment and Behavior*, 47(4), 436-473.
- Brooker, G., (1976), "The self-actualizing socially conscious consumer", *Journal of Consumer Research*, 3(2), 107-112.
- Brown, H. S., Vergragt, P. J., (2016), "From consumerism to wellbeing: toward a cultural transition?", *Journal of Cleaner Production*, 132, 308-317.

Buerke, A., Straatmann, T., Lin-Hi, N., Müller, K., (2017), "Consumer awareness and sustainability-focused value orientation as motivating factors of responsible consumer behavior", *Review of Managerial Science*, 11(4), 959-991.

Caruana, R., (2007), "Morality and consumption: Towards a multidisciplinary perspective", *Journal of Marketing Management*, 23(3-4), 207-225

Caruana, R., Chatzidakis, A., (2014), "Consumer social responsibility (CnSR): Toward a multi-level, multi-agent conceptualization of the "other CSR", *Journal of Business Ethics*, 121(4), 577-592.

Chan, K., (1998), "Mass communication and pro-environmental behaviour: waste recycling in Hong Kong", *Journal of Environmental Management*, 52(4), 317-325.

Chan, R. Y., (2001), "Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior", *Psychology & Marketing*, 18(4), 389-413.

Chan, L., Bishop, B., (2013), "A moral basis for recycling: Extending the theory of planned behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, 36, 96-102.

Chen, M. F., (2015), "An examination of the value-belief-norm theory model in predicting pro-environmental behaviour in Taiwan", *Asian Journal of Social Psychology*, 18(2), 145-151.

Cherrier, H., Black, I. R., Lee, M., (2011), "Intentional non-consumption for sustainability: consumer resistance and/or anti-consumption?" *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1757-1767.

Cheung, S. F., Chan, D. K. S., Wong, Z. S. Y., (1999), "Reexamining the theory of planned behavior in understanding wastepaper recycling", *Environment and Behavior*, 31(5), 587-612.

Cho, Y. N., Thyroff, A., Rapert, M. I., Park, S. Y., Lee, H. J., (2013), "To be or not to be green: Exploring individualism and collectivism as antecedents of environmental behavior", *Journal of Business Research*, 66(8), 1052-1059.

Choi, H., Jang, J., Kandampully, J., (2015), "Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels", *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87-95.

Cleveland, M., Kalamas, M., Laroche, M., (2005), "Shades of green: Linking environmental locus of control and pro-environmental behaviors", *Journal of Consumer Marketing*, 22(4), 198-212.

Cleveland, M., Kalamas, M., Laroche, M., (2012), "It's not easy being green": Exploring green creeds, green deeds, and internal environmental locus of control", *Psychology & Marketing*, 29(5), 293-305.

Cooper, T., (2005), "Slower consumption reflections on product life spans and the "throwaway society", *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 51-67.

Cooper-Martin, E., Holbrook, M. B., (1993), "Ethical Consumption Experiences and Ethical Space", *Advances in Consumer Research*, 20(1), 113-118.

Cordano, M., Welcomer, S., Scherer, R. F., Pradenas, L., Parada, V., (2011), "A cross-cultural assessment of three theories of pro-environmental behavior: A comparison between business students of Chile and the United States", *Environment and Behavior*, 43(5), 634-657.

Craig-Lees, M., Hill, C., (2002), "Understanding voluntary simplifiers", *Psychology & Marketing*, 19(2), 187-210.

Culiberg, B., Bajde, D., (2013), "Consumer recycling: An ethical decision-making process", *Journal of Consumer Behaviour*, 12(6), 449-459.

Culiberg, B., (2014), "Towards an understanding of consumer recycling from an ethical perspective", *International Journal of Consumer Studies*, 38(1), 90-97.

Davies, J., Foxall, G. R., Pallister, J., (2002), "Beyond the intention-behaviour mythology: an integrated model of recycling", *Marketing Theory*, 2(1), 29-113.

De Groot, J. I., Steg, L., (2009), "Morality and prosocial behavior: The role of awareness, responsibility, and norms in the norm activation model", *Journal of Social Psychology*, 149(4), 425-449.

De Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., Schmidt, P., (2015), "Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions", *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128-138.

De Pelsmacker, P., Driesen, L., Rayp, G., (2005), "Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee", *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 363-385

De Young, R., (1986), "Some psychological aspects of recycling: the structure of conservation-satisfactions", *Environment and Behavior*, 18(4), 435-449.

De Young, R., (1988-1989), "Exploring the difference between recyclers and nonrecyclers: The role of information", *Journal of Environmental Systems*, 18(4), 341-351.

De Young, R., (1990), "Recycling as appropriate behavior: a review of survey data from selected recycling education programs in Michigan", *Resources, Conservation and Recycling*, 3(4), 253-266.

De Young, R., (1996), "Some psychological aspects of reduced consumption behavior: The role of intrinsic satisfaction and competence motivation", *Environment and Behavior*, 28(3), 358-409.

De Young, R., (2000), "New ways to promote proenvironmental behavior: Expanding and evaluating motives for environmentally responsible behavior", *Journal of Social Issues*, 56(3), 509-526.

Desjardins, J. R., (2013), "Environmental Ethics: An Introduction to Environmental Philosophy", 5th Edition, Wadsworth Cengage Learning.

Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. B., Sinkovics, R. R., Bohlen, G. M., (2003), "Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation", *Journal of Business Research*, 56(6), 465-480.

Diekmann, A., Preisendörfer, P., (1998), "Environmental behavior: Discrepancies between aspirations and reality", *Rationality and Society*, 10(1), 79-102.

Diekmann, A., Preisendörfer, P., (2003), "Green and greenback: The behavioral effects of environmental attitudes in low-cost and high-cost situations", *Rationality and Society*, 15(4), 441-472.

Dietz, T., Stern, P. C., Guagnano, G. A., (1998), "Social structural and social psychological bases of environmental concern", *Environment and Behavior*, 30(4), 450-471.

Dietz, T., Ostrom, E., Stern, P. C., (2003), "The struggle to govern the commons", *Science*, 302(5652), 1907-1912.

Dietz, T., Dan, A., Shwom, R., (2007), "Support for climate change policy: Social psychological and social structural influences", *Rural Sociology*, 72(2), 185-214.

Dolnicar, S., Grün, B., (2009), "Environmentally friendly behavior: Can heterogeneity among individuals and contexts/environments be harvested for improved sustainable management?", *Environment and Behavior*, 41(5), 693-714.

Doran, C. J., (2009), "The role of personal values in fair trade consumption", *Journal of Business Ethics*, 84(4), 549-563.

do Valle, P. O., Reis, E., Menezes, J., Rebelo, E., (2004), "Behavioral determinants of household recycling participation: the Portuguese case", *Environment and Behavior*, 36(4), 505-540.

do Valle, P. O., Rebelo, E., Reis, E., & Menezes, J., (2005), "Combining behavioral theories to predict recycling involvement", *Environment and Behavior*, 37(3), 364-396.

Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., (1978), "The new environmental paradigm", *The Journal of Environmental Education*, 9(4), 10-19.

Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., Jones, R. E., (2000), "New trends in measuring environmental attitudes: measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale", *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.

Dursun, İ., Belit, M., (2017), "Bir Sosyal Pazarlama Hedefi Olarak Enerji Tasarrufu: Tasarruf Yöntemleri Kullanımına Yönelik Bir Ölçek Önerisi", *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 130-153.

- Ebreo, A., Hershey, J., Vining, J., (1999), "Reducing solid waste: Linking recycling to environmentally responsible consumerism", *Environment and Behavior*, 31(1), 107-135.
- Egea, J. M. O., Frutos, N. G., (2013), "Toward consumption reduction: An environmentally motivated perspective", *Psychology & Marketing*, 30(8), 660-675.
- Ek, K., Söderholm, P., (2010), "The devil is in the details: Household electricity saving behavior and the role of information", *Energy Policy*, 38(3), 1578-1587.
- Elgin, D., Mitchell, A., (1977), "Voluntary simplicity", *Planning Review*, 5(6), 13-15.
- Ellen, P. S., Wiener, J. L., Cobb-Walgren, C., (1991), "The Role of Perceived Consumer Effectiveness in Motivating Environmentally Conscious Behaviors", *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 102-117.
- Ellen, P. S., (1994), "Do we know what we need to know? Objective and subjective knowledge effects on pro-ecological behaviors", *Journal of Business Research*, 30(1), 43-52.
- Engel, S., Pagiola, S., Wunder, S., (2008), "Designing payments for environmental services in theory and practice: An overview of the issues", *Ecological Economics*, 65(4), 663-674.
- Erdoğan, İ., Karapınar, E., (2015), "Understanding Levels of Voluntary Simplicity in Turkey", *Boğaziçi Journal: Review of Social, Economic & Administrative Studies*, 29(2), 1-19.
- Eriksson, L., Garvill, J., Nordlund, A. M. (2008), "Acceptability of single and combined transport policy measures: The importance of environmental and policy specific beliefs", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(8), 1117-1128.
- Ertz, M., Karakas, F., Sarigöllü, E., (2016), "Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude and behaviors", *Journal of Business Research*, 69(10), 3971-3980.
- Etzioni, A., (1998), "Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences", *Journal of Economic Psychology*, 19(5), 619-643.
- Evans, D., (2011), "Thrifty, green or frugal: Reflections on sustainable consumption in a changing economic climate", *Geoforum*, 42(5), 550-557.
- FAO (2017a), "Water Pollution From Agriculture: a global review", Executive Summary, <http://www.fao.org/3/a-i7754e.pdf> (Erişim Tarihi: 06/07/2017)
- FAO (2017b), "Water Accounting and Auditing Guidelines: A Sourcebook", <http://www.fao.org/3/a-i5923e.pdf> (Erişim Tarihi: 06/07/2017)

- FAO (2017c), "Water for Sustainable Food and Agriculture", <http://www.fao.org/3/a-i7959e.pdf> (Erişim Tarihi: 06/07/2017)
- Featherstone, M., (2007), "Consumer Culture and Postmodernism", 2nd Edition, Sage Publications.
- Field, A. (2009), "Discovering Statistics Using SPSS", 3rd Edition, SAGE Publications.
- Fishbein, M., Ajzen, I., (1975), "Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research", 1st Edition, Addison-Wesley Pub.
- Fisk, G., (1973), "Criteria for a theory of responsible consumption", *Journal of Marketing*, 37(2), 24-31.
- Follows, S. B., Jobber, D., (2000), "Environmentally responsible purchase behaviour: a test of a consumer model", *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746.
- Fornara, F., Pattitoni, P., Mura, M., Strazzera, E., (2016), "Predicting intention to improve household energy efficiency: The role of value-belief-norm theory, normative and informational influence, and specific attitude", *Journal of Environmental Psychology*, 45, 1-10.
- Fornell, C., Larcker, D. F., (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, 18(1):39-50.
- François-LeCompte, A., Roberts, J. A., (2006), "Developing A Measure Of Socially Responsible Consumption in France", *Marketing Management Journal*, 16(2), 50-66.
- Frick, J., Kaiser, F. G., Wilson, M., (2004), "Environmental knowledge and conservation behavior: Exploring prevalence and structure in a representative sample", *Personality and Individual Differences*, 37(8), 1597-1613.
- Fryxell, G. E., Lo, C. W., (2003), "The influence of environmental knowledge and values on managerial behaviours on behalf of the environment: An empirical examination of managers in China", *Journal of Business Ethics*, 46(1), 45-69.
- Furman, A., (1998), "A note on environmental concern in a developing country: Results from an Istanbul survey", *Environment and Behavior*, 30(4), 520-534.
- Gabriel, Y., Lang, T., (2006), "The unmanageable consumer", 2nd Edition, Sage Publications.
- Gadenne, D., Sharma, B., Kerr, D., Smith, T., (2011), "The influence of consumers' environmental beliefs and attitudes on energy saving behaviours", *Energy policy*, 39(12), 7684-7694.
- García-de-Frutos, N., Ortega-Egea, J. M., Martínez-del-Río, J., (2018), "Anti-consumption for environmental sustainability: conceptualization, review, and multilevel research directions", *Journal of Business Ethics*, 148(2), 411-435.

Gatersleben, B., Vlek, C., (1997), "Understanding household metabolism in view of environmental quality and sustainable development", in *Advances in Economic Psychology*. Chichester: John Wiley and Sons, 145-168.

Gatersleben, B., (2001), "Sustainable household consumption and quality of life: the acceptability of sustainable consumption patterns and consumer policy strategies", *International Journal of Environment and Pollution*, 15(2), 200-216.

Gatersleben, B., Steg, L., Vlek, C., (2002), "Measurement and determinants of environmentally significant consumer behaviour", *Environment and Behavior*, 34(3), 335-362.

Gatersleben, B., Murtagh, N., Cherry, M., Watkins, M., (2017), "Moral, wasteful, frugal, or thrifty? Identifying consumer identities to understand and manage pro-environmental behaviour", *Environment and Behavior*, 1-26.

Gifford, R., (2011), "The dragons of inaction: psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation", *American Psychologist*, 66(4), 290-302.

Gifford, R., (2014), "Environmental Psychology Matters", *Annual Review of Psychology*, 65, 541-79.

Gifford, R., Nilsson, A., (2014), "Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review", *International Journal of Psychology*, 49(3), 141-157.

Gifford, R. D., Chen, A. K., (2017), "Why aren't we taking action? Psychological barriers to climate-positive food choices", *Climatic Change*, 140(2), 165-178.

Gilg, A., Barr, S., Ford, N., (2005), "Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer", *Futures*, 37(6), 481-504.

Granzin, K. L., Olsen, J. E., (1991), "Characterizing participants in activities protecting the environment: A focus on donating, recycling, and conservation behaviors", *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 1-27.

Greaves, M., Zibarras, L. D., Stride, C., (2013), "Using the theory of planned behavior to explore environmental behavioral intentions in the workplace", *Journal of Environmental Psychology*, 34, 109-120.

Green-Demers, I., Pelletier, L. G., Menard, S., (1997), "The impact of behavioural difficulty on the saliency of the association between self-determined motivation and environmental behaviours", *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 29(3), 157-166.

Groening, C., Sarkis, J., Zhu, Q., (2018), "Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions", *Journal of Cleaner Production*, 172, 1848-1866.

Grunert, S. C., Juhl, H. J., (1995), "Values, environmental attitudes, and buying of organic foods", *Journal of Economic Psychology*, 16(1), 39-62.

Guagnano, G. A., Stern, P. C., Dietz, T., (1995), "Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling", *Environment and Behavior*, 27(5), 699-718.

Guardian, (2018) "WHO launches health review after microplastics found in 90% of bottled water", <https://www.theguardian.com/environment/2018/mar/15/microplastics-found-in-more-than-90-of-bottled-water-study-says> (Erişim Tarihi: 06/04/2018)

Gupta, S., Agrawal, R., (2017), "Environmentally Responsible Consumption: Construct Definition, Scale Development, and Validation", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi: 10.1002/csr.1476

GWMO (2017), UNEP Global Waste Management Outlook, "The GWMO at a glance", http://web.unep.org/ietc/sites/unep.org.ietc/files/GWMO_flyer_0.pdf (Erişim Tarihi: 16/08/2017)

Hage, O., Söderholm, P., Berglund, C., (2009), "Norms and economic motivation in household recycling: empirical evidence from Sweden", *Resources, Conservation and Recycling*, 53(3), 155-165.

Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E., Tatham, R.L., (2014), "Multivariate Data Analysis with Readings", 7th Edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Han, H., (2015), "Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behaviour", *Tourism Management*, 47, 164-177.

Han, H., Hwang, J., Lee, M. J., (2017), "The value-belief-emotion-norm model: investigating customers' eco-friendly behavior", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(5), 590-607.

Hansen, U., Schrader, U., (1997), "A modern model of consumption for a sustainable society", *Journal of Consumer Policy*, 20(4), 443-468.

Harland, P., Staats, H., Wilke, H. A., (1999), "Explaining pro-environmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 29(12), 2505-2528.

Hartmann, P., Apaolaza-Ibañez, V., (2012), "Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern", *Journal of Business Research*, 65(9), 1254-1263.

Hartmann, P., Apaolaza, V., D'Souza, C., (2018), "The role of psychological empowerment in climate-protective consumer behaviour: An extension of the value-belief-norm framework", *European Journal of Marketing*, 52(1/2), 392-417.

Heath, Y., Gifford, R., (2002), "Extending the theory of planned behavior: Predicting the use of public transportation", *Journal of Applied Social Psychology*, 32(10), 2154-2189.

Heberlein, T. A., (1972), "The land ethic realized: Some social psychological explanations for changing environmental attitudes", *Journal of Social Issues*, 28(4), 79-87.

Hensen, N., Keeling, D. I., Ruyter, K., Wetzels, M., (2016), "Me, Myself, and Future Generations: The Role of Affinity and Effectiveness in the Creation of Consumer Environmental Stewardship (CENS)", *Psychology & Marketing*, 33(5), 389-406.

Hines, J. M., Hungerford, H. R., Tomera, A. N., (1987), "Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis", *The Journal of Environmental Education*, 18(2), 1-8.

Hiratsuka, J., Perlaviciute, G., Steg, L., (2018), "Testing VBN theory in Japan: Relationships between values, beliefs, norms, and acceptability and expected effects of a car pricing policy", *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 53, 74-83.

Hopper, J. R., Nielsen, J. M., (1991), "Recycling as altruistic behavior: Normative and behavioral strategies to expand participation in a community recycling program", *Environment and Behavior*, 23(2), 195-220.

HUCE (2017), Harvard University Center for the Environment, Harvard's Solar Geoengineering Research Program, <https://geoengineering.environment.harvard.edu/> (Erişim Tarihi: 12/11/2017)

Hunecke, M., Blöbaum, A., Matthies, E., Höger, R., (2001), "Responsibility and environment: Ecological norm orientation and external factors in the domain of travel mode choice behavior", *Environment and Behavior*, 33(6), 830-852.

Hunecke, M. E., (2005), "The face of the un-consumer: An empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the United States", *Psychology & Marketing*, 22(7), 527-550.

Ibtissem, M. H., (2010), "Application of value beliefs norms theory to the energy conservation behaviour", *Journal of Sustainable Development*, 3(2), 129-139.

IEA (2016), World Energy Outlook, Energy and Air Pollution <https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WorldEnergyOutlookSpecialReport2016EnergyandAirPollution.pdf> (Erişim Tarihi: 03/02/2017)

IEA (2017a), World Energy Outlook Executive Summary, https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WEO_2017_Executive_Summary_English_version.pdf (Erişim Tarihi: 03/01/2018)

IEA (2017b), Energy Access Outlook, From Poverty to Prosperity, https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WEO2017SpecialReport_EnergyAccessOutlook.pdf (Erişim Tarihi: 03/01/2018)

İklimBU, (2017), Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, https://climatechange.boun.edu.tr/?page_id=1861 (Erişim Tarihi: 03/01/2018)

IPCC (2014), Summary for policymakers. In: C. B. Field, V. R. Barros, D. J. Dokken, K. J. Mach, M. D. Mastrandrea, P. R. Mastrandrea, and L.L. White (Eds.), Climate change 2014: Impacts, adaptation and vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (pp. 1-31). Cambridge, UK: Cambridge University Press. Retrieved from http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/wg2/ar5_wgII_spm_en.pdf

Iwata, O., (1997), "Attitudinal and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles", *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 25(3), 233-240.

Iwata, O., (1999), "Perceptual and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles", *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 27(4), 379-386.

Iwata, O., (2002), "Coping style and three psychological measures associated with environmentally responsible behavior", *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 30(7), 661-669.

Iwata, O., (2006), "An evaluation of consumerism and lifestyle as correlates of a voluntary simplicity lifestyle", *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 34(5), 557-56.

Iyer, R., Muncy, J. A., (2009), "Purpose and object of anti-consumption", *Journal of Business Research*, 62(2), 160-168.

Jackson, T., (2005a), "Live better by consuming less?: is there a "double dividend" in sustainable consumption?", *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 19-36.

Jackson, T., (2005b), "Motivating sustainable consumption", *Sustainable Development Research Network*, 29, 30.

Jackson, T., Papathanasopoulou, E., (2008), "Luxury or 'lock-in'? An exploration of unsustainable consumption in the UK: 1968 to 2000", *Ecological Economics*, 68(1-2), 80-95.

Jansson, J., Marell, A., Nordlund, A., (2010), "Green consumer behavior: determinants of curtailment and eco-innovation adoption", *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358-370.

Jansson, J., Marell, A., Nordlund, A., (2011), "Exploring consumer adoption of a high involvement eco-innovation using value-belief-norm theory", *Journal of Consumer Behaviour*, 10(1), 51-60.

Jia, F., Soucie, K., Alisat, S., Curtin, D., Pratt, M., (2017), "Are environmental issues moral issues? Moral identity in relation to protecting the natural world", *Journal of Environmental Psychology*, 52, 104-113.

- Johnston, T. C., Burton, J. B., (2003), "Voluntary simplicity: Definitions and dimensions", *Academy of Marketing Studies Journal*, 7(1), 19-36.
- Kağıtçıbaşı, Ç., Cemalcılar, Z., (2017), "Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş", 20. Basım, Evrim Yayınevi
- Kaiser, F. G., (1998), "A general measure of ecological behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 28(5), 395-422
- Kaiser, F. G., Shimoda, T. A., (1999), "Responsibility as a predictor of ecological behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, 19(3), 243-253.
- Kaiser, F. G., Ranney, M., Hartig, T., Bowler, P. A., (1999), "Ecological behavior, environmental attitude, and feelings of responsibility for the environment", *European Psychologist*, 4(2), 59-74.
- Kaiser, F. G., Hübner, G., Bogner, F. X., (2005), "Contrasting the theory of planned behavior with the value-belief-norm model in explaining conservation behaviour", *Journal of Applied Social Psychology*, 35(10), 2150-2170.
- Kalafatis, S. P., Pollard, M., East, R., Tsogas, M. H., (1999), "Green marketing and Ajzen's theory of planned behaviour: a cross-market examination", *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 441-460.
- Karlin, B., Davis, N., Sanguinetti, A., Gamble, K., Kirkby, D., Stokols, D., (2014), "Dimensions of conservation: exploring differences among energy behaviors", *Environment and Behavior*, 46(4), 423-452.
- Karp, D. G., (1996), "Values and their effect on pro-environmental behavior", *Environment and Behavior*, 28(1), 111-133.
- Karpiak, C. P., Baril, G. L., (2008), "Moral reasoning and concern for the environment", *Journal of Environmental Psychology*, 28(3), 203-208.
- Kassarjian, H. H., (1971), "Incorporating Ecology into Marketing Strategy: The Case of Air Pollution", *Journal of Marketing*, 35(3), 61-65.
- Kiatkawsin, K., Han, H., (2017), "Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory", *Tourism Management*, 59, 76-88.
- Kilbourne, W. E., Beckmann, S. C., (1998), "Review and Critical Assessment of Research on Marketing and the Environment", *Journal of Marketing Management*, 14 (6), 513-532.
- Kilbourne, W., Pickett, G., (2008), "How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior", *Journal of Business Research*, 61(9), 885-893.
- Kim, Y., Choi, S. M., (2005), "Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE", *Advances in Consumer Research*, 32(1), 592-599.

- Kinnear, T. C., Taylor, J. R., Ahmed, S. A., (1974), "Ecologically concerned consumers: who are they?", *Journal of Marketing*, 38(2), 20-24.
- Kline, R. B., (2011), "Principles and Practice of Structural Equation Modelling", 3rd edition, NY: Guilford Press.
- Klöckner, C. A., Ohms, S., (2009), "The importance of personal norms for purchasing organic milk", *British Food Journal*, 111(11), 1173-1187.
- Klöckner, C. A., (2013), "A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis", *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038.
- Koca, E., Çağman, D. S., (2012), "Kullanılmayan Giysilerin Değerlendirilmesinde Çalışan Kadınların Ekolojik Yaklaşımları", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 159-169.
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., Dermody, J., Urbye, A., (2014), "Consumers' evaluations of ecological packaging—Rational and emotional approaches", *Journal of Environmental Psychology*, 37, 94-105.
- Kohlberg, L., Hersh, R. H., (1977), "Moral development: A review of the theory", *Theory into Practice*, 16(2), 53-59
- Kollmuss, A., Agyeman, J., (2002), "Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?", *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Kotler, P., Levy, S. J., (1969), "Broadening the concept of marketing", *Journal of Marketing*, 33(1), 10-15.
- Kotler, P., Zaltman, G. (1971), "Social marketing: an approach to planned social change", *Journal of Marketing*, 35(3), 3-12.
- Kuşdil, M. E., Kağıtçıbaşı, Ç., (2000), "Türk öğretmenlerin değer yönelimleri ve Schwartz değer kuramı", *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(45), 59-80.
- Lacroix, C., Jolibert, A., (2015), "Targeting consumers who care about future generations", *Psychology & Marketing*, 32(8), 783-794.
- Lam, S. P., (2006), "Predicting intention to save water: Theory of planned behavior, response efficacy, vulnerability, and perceived efficiency of alternative solutions", *Journal of Applied Social Psychology*, 36(11), 2803-2824.
- Lanzini, P., Thøgersen, J., (2014), "Behavioural spillover in the environmental domain: an intervention study", *Journal of Environmental Psychology*, 40, 381-390.
- Largo-Wight, E., Bian, H., Lange, L., (2012), "An empirical test of an expanded version of the Theory of Planned Behavior in predicting recycling behavior on campus", *American Journal of Health Education*, 43(2), 66-73.

- Laroche, M., Bergeron, J., Barbaro-Forleo, G., (2001), "Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products", *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503-520.
- Larson, L. R., Stedman, R. C., Cooper, C. B., Decker, D. J., (2015), "Understanding the multi-dimensional structure of pro-environmental behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, 43, 112-124.
- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S., Kuntze, R. J., (1999), "Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement", *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85-98.
- Lebel, L., Lorek, S., (2008), "Enabling sustainable production-consumption systems", *Annual Review of Environment and Resources*, 33, 241-275.
- Lee, J. A., Holden, S. J., (1999), "Understanding the determinants of environmentally conscious behavior", *Psychology and Marketing*, 16(5), 373-392.
- Lee, Y. K., Kim, S., Kim, M. S., Choi, J. G., (2014), "Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior", *Journal of Business Research*, 67(10), 2097-2105.
- Leonard-Barton, D., (1981), "Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation", *Journal of Consumer Research*, 8(3), 243-252.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Kvasova, O., (2010), "Antecedents and outcomes of consumer environmentally friendly attitudes and behaviour" *Journal of Marketing Management*, 26(13-14), 1319-1344.
- Leonidou, C. N., Leonidou, L. C., (2011), "Research into environmental marketing/management: a bibliographic analysis", *European Journal of Marketing*, 45(1/2), 68-103.
- Leopold, A., (1948), "A Sand County Almanac", Oxford University Press.
- Liere, K. D., Dunlap, R. E., (1978), "Moral norms and environmental behavior: an application of Schwartz's norm-activation model to yard burning", *Journal of Applied Social Psychology*, 8(2), 174-188.
- Liere, K. D. V., Dunlap, R. E., (1980), "The social bases of environmental concern: A review of hypotheses, explanations and empirical evidence", *Public Opinion Quarterly*, 44(2), 181-197.
- Lillemo, S. C., (2014), "Measuring the effect of procrastination and environmental awareness on households' energy-saving behaviours: An empirical approach" *Energy Policy*, 66, 249-256.
- Lim, W. M., (2017), "Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing", *Journal of Business Research*, 78, 69-80.

- Lind, H. B., Nordfjærn, T., Jørgensen, S. H., Rundmo, T., (2015), "The value-belief-norm theory, personal norms and sustainable travel mode choice in urban areas.", *Journal of Environmental Psychology*, 44, 119-125.
- Lindenberg, S., Steg, L., (2007), "Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior", *Journal of Social Issues*, 63(1), 117-137.
- Lindenberg, S. (2012), "How cues in the environment affect normative behaviour", *Environmental Psychology: An Introduction*, Editors: Steg, L., Van den Berg, A., de Groot, J. I. M. BPS Blackwell.
- López-Mosquera, N., Sánchez, M., (2012), "Theory of Planned Behavior and the Value-Belief-Norm Theory explaining willingness to pay for a suburban park", *Journal of Environmental Management*, 113, 251-262.
- Lorek, S., Vergragt, P. J., (2015), "Sustainable consumption as a systemic challenge: inter-and transdisciplinary research and research questions", In L. A. Reisch & J. Thøgersen (Eds.), *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 19–32). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Luchs, M., Miller, R., (2015), "Consumer responsibility for sustainable consumption", In L. A. Reisch & J. Thøgersen (Eds.), *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 254–267). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Luchs, M. G., Phipps, M., Hill, T., (2015), "Exploring consumer responsibility for sustainable consumption", *Journal of Marketing Management*, 31(13-14), 1449-1471.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B., Oskamp, S., (1997), "Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior", *The Journal of Social Psychology*, 137(2), 189-204.
- Mäkineniemi, J. P., Vainio, A., (2014), "Barriers to climate-friendly food choices among young adults in Finland", *Appetite*, 74, 12-19.
- Maloney, M. P., Ward, M. P., (1973), "Ecology: Let's Hear From the People: An Objective Scale for the Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge", *American Psychologist*, 28(7), 583-586.
- Marchand, A., Walker, S., (2008), "Product development and responsible consumption: designing alternatives for sustainable lifestyles", *Journal of Cleaner Production*, 16(11), 1163-1169.
- Matthies, E., Selge, S., Klöckner, C. A., (2012), "The role of parental behaviour for the development of behaviour specific environmental norms–The example of recycling and re-use behaviour", *Journal of Environmental Psychology*, 32(3), 277-284.
- Maxwell-Smith, M. A., Conway, P. J., Wright, J. D., Olson, J. M., (2016), "Translating environmental ideologies into action: The amplifying role of commitment to beliefs", *Journal of Business Ethics*, 1-20

- McCarty, J. A., Shrum, L. J., (1994), "The recycling of solid wastes: Personal values, value orientations, and attitudes about recycling as antecedents of recycling behavior", *Journal of Business Research*, 30(1), 53-62.
- McCarty, J. A., Shrum, L. J., (2001), "The influence of individualism, collectivism, and locus of control on environmental beliefs and behavior", *Journal of Public Policy & Marketing*, 20(1), 93-104.
- McDonagh, P., Prothero, A., (2014), "Sustainability marketing research: Past, present and future", *Journal of Marketing Management*, 30(11-12), 1186-1219.
- McDonald, S., Oates, C. J., Young, C. W., Hwang, K., (2006), "Toward sustainable consumption: Researching voluntary simplifiers", *Psychology & Marketing*, 23(6), 515-534.
- McDonald, S., Oates, C., Thyne, M., Alevizou, P., McMorland, L. A., (2009), "Comparing sustainable consumption patterns across product sectors", *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 137-145.
- Mckenzie-Mohr, D., (2000), "New ways to promote proenvironmental behavior: Promoting sustainable behavior: An introduction to community-based social marketing", *Journal of Social Issues*, 56(3), 543-554.
- McNeill, J. R., (2001), "Something new under the sun: An environmental history of the twentieth-century world (the global century series)." WW Norton & Company.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., Behrens, W. W., (1972), "The limits to growth", New York: Universe Books.
- Meydan, C. H., Şeşen, H., (2011), "Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları. Detay Yayıncılık: İstanbul.
- Michaelidou, N., Hassan, L. M., (2008), "The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food", *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 163-170.
- Miller, D., (1995), "Consumption as Vanguard of History", Miller, D. (ed.) (1995) *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge.
- Minton, A. P., Rose, R. L., (1997), "The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study", *Journal of Business research*, 40(1), 37-48.
- Mohr, L. A., Webb, D. J., Harris, K. E. (2001), "Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior" *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72.
- Moisander, J., (2007), "Motivational complexity of green consumerism", *International Journal of Consumer Studies*, 31(4), 404-409.
- Mont, O., (2004), "Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use", *Ecological Economics*, 50(1-2), 135-153.

Moons, I., de Pelsmacker, P., (2012), "Emotions as determinants of electric car usage intention", *Journal of Marketing Management*, 28(3-4), 195-237.

Mostafa, M. M., (2007), "A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer" *Psychology & Marketing*, 24(5), 445-473.

Muncy, J. A., Vitell, S. J., (1992), "Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer", *Journal of Business Research*, 24(4), 297-311.

Nordfjærn, T., Zavareh, M. F., (2017), "Does the value-belief-norm theory predict acceptance of disincentives to driving and active mode choice preferences for children's school travels among Chinese parents?", *Journal of Environmental Psychology*, 53, 31-39.

Nordlund, A. M., Garvill, J., (2002), "Value structures behind proenvironmental behavior", *Environment and Behavior*, 34(6), 740-756.

Nordlund, A. M., Garvill, J., (2003), "Effects of values, problem awareness, and personal norm on willingness to reduce personal car use", *Journal of Environmental Psychology*, 23(4), 339-347.

Nunnally, J. (1978), *Psychometric Theory*, 2. Baskı. McGraw-Hill, New York.

OECD (2012), "Environmental outlook to 2050: the consequences of inaction" Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing

OECD (2014), "Greening Household Behaviour: Overview From The 2011 Survey", OECD Studies on Environmental Policy and Household Behaviour, Revised Edition.

Oikonomou, V., Becchis, F., Steg, L., Russolillo, D., (2009), "Energy saving and energy efficiency concepts for policy making", *Energy Policy*, 37(11), 4787-4796

Olli, E., Grendstad, G., Wollebaek, D., (2001), "Correlates of environmental behaviors: Bringing back social context", *Environment and Behavior*, 33(2), 181-208.

Onel, N., Mukherjee, A., (2015), "Understanding environmentally sensitive consumer behaviour: an integrative research perspective", *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(1), 2-16.

Onel, N., Mukherjee, A., (2017), "Why do consumers recycle? A holistic perspective encompassing moral considerations, affective responses, and self-interest motives", *Psychology & Marketing*, 34(10), 956-971.

Onwezen, M. C., Antonides, G., Bartels, J., (2013), "The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour", *Journal of Economic Psychology*, 39, 141-153.

Opatow, S., Weiss, L., (2000), "New ways of thinking about environmentalism: Denial and the process of moral exclusion in environmental conflict", *Journal of Social Issues*, 56(3), 475-490.

Oreg, S., Katz-Gerro, T., (2006), "Predicting proenvironmental behavior cross-nationally: Values, the theory of planned behavior, and value-belief-norm theory", *Environment and Behavior*, 38(4), 462-483.

Oskamp, S., Harrington, M. J., Edwards, T. C., Sherwood, D. L., Okuda, S. M., Swanson, D. C. (1991), "Factors influencing household recycling behavior", *Environment and Behavior*, 23(4), 494-519.

Oskamp, S., (2000), "Psychological Contributions to Achieving an Ecologically Sustainable Future for Humanity", *Journal of Social Issues*, 56(3), 373-390.

Ostrom, E., (1990), "Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action (Political Economy of Institutions and Decisions), 1st Edition, Cambridge University Press.

Ölander, F., Thøgersen, J., (1995), "Understanding of consumer behaviour as a prerequisite for environmental protection", *Journal of Consumer Policy*, 18(4), 345-385.

Özgül, E., (2017), "Determinants of Simplicity Behavior: Effects on Sustainable Consumption and Life Satisfaction", *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 7 (3-4), 42-79.

Pagiaslis, A., Krontalis, A. K., (2014), "Green consumption behavior antecedents: Environmental concern, knowledge, and beliefs", *Psychology & Marketing*, 31(5), 335-348.

Papargyropoulou, E., Lozano, R., Steinberger, J. K., Wright, N., bin Ujang, Z., (2014), "The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste", *Journal of Cleaner Production*, 76, 106-115.

Peattie, K., Peattie, S., (2009), "Social marketing: A pathway to consumption reduction?", *Journal of Business Research*, 62(2), 260-268.

Peattie, K., Collins, A., (2009), "Guest editorial: perspectives on sustainable consumption", *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 107-112.

Peattie, K., (2010), "Green consumption: Behavior and norms", *Annual Review of Environment and Resources*, 35(1), 195-228.

Peattie, K., (2012), "Researching the unselfish consumer", *Handbook of Developments in Consumer Behaviour*, 202. Edward Elgar Publishing.

Pelletier, N., Tyedmers, P., (2010), "Forecasting potential global environmental costs of livestock production 2000–2050", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(43), 18371-18374.

Pepper, M., Jackson, T., Uzzell, D., (2009), "An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours", *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 126-136.

Peyer, M., Balderjahn, I., Seegebarth, B., Klemm, A., (2017), "The role of sustainability in profiling voluntary simplifiers", *Journal of Business Research*, (70), 37-43.

Phipps, M., Brace-Govan, J., (2011), "From right to responsibility: sustainable change in water consumption", *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 203-219

Phipps, M., Ozanne, L. K., Luchs, M. G., Subrahmanyam, S., Kapitan, S., Catlin, J. R., ... Weaver, T., (2013), "Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework", *Journal of Business Research*, 66(8), 1227-1234.

Polonsky, M. J., Carlson, L., Fry, M. L., (2003), "The harm chain: a public policy development and stakeholder perspective", *Marketing Theory*, 3(3), 345-364.

Polonsky, M. J., Vocino, A., Grimmer, M., Miles, M. P., (2014), "The interrelationship between temporal and environmental orientation and pro-environmental consumer behavior", *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 612-619.

Poortinga, W., Steg, L., Vlek, C., (2004), "Values, environmental concern, and environmental behavior: A study into household energy use", *Environment and Behavior*, 36(1), 70-93.

Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W. E., Luchs, M. G., Ozanne, L. K., Thøgersen, J., (2011), "Sustainable consumption: Opportunities for consumer research and public policy", *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 31-38.

Reisch, L., Eberle, U., Lorek, S., (2013), "Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies", *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7-25.

Rice, G., (2006), "Pro-environmental behavior in Egypt: Is there a role for Islamic environmental ethics?", *Journal of Business Ethics*, 65(4), 373-390.

Ritter, Á. M., Borchardt, M., Vaccaro, G. L., Pereira, G. M., Almeida, F., (2015), "Motivations for promoting the consumption of green products in an emerging country: exploring attitudes of Brazilian consumers", *Journal of Cleaner Production*, 106, 507-520.

Roberts, J. A., (1995), "Profiling Levels of Socially Responsible Consumer Behavior: A Cluster Analytic Approach and Its Implications for Marketing", *Journal of Marketing Theory and Practice*, 3(4), 97-117.

Roberts, J. A., (1996), "Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising", *Journal of Business Research*, 36(3), 217-231.

Roberts, J. A., Bacon, D. R., (1997), "Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior", *Journal of Business Research*, 40(1), 79-89.

Rogelj, J., Popp, A., Calvin, K. V., Luderer, G., Emmerling, J., Gernaat, D., ... & Krey, V., (2018), "Scenarios towards limiting global mean temperature increase below 1.5° C", *Nature Climate Change*, 1-8.

Røpke, I., (1999), "The dynamics of willingness to consume", *Ecological Economics*, 28(3), 399-420.

Røpke, I., (2009), "Theories of practice-New inspiration for ecological economic studies on consumption", *Ecological Economics*, 68(10), 2490-2497.

Samuelson, C. D., (1990), "Energy conservation: A social dilemma approach", *Social Behaviour*, 5(4), 207-230.

Sanne, C., (2002), "Willing consumers—or locked-in? Policies for a sustainable consumption", *Ecological Economics*, 42(1), 273-287.

Sanne, C., (2005), "The consumption of our discontent", *Business Strategy and the Environment*, 14(5), 315-323.

Scannell, L., Gifford, R., (2013), "Personally relevant climate change: The role of place attachment and local versus global message framing in engagement", *Environment and Behavior*, 45(1), 60-85.

Schor, J. B., (2005), "Prices and quantities: Unsustainable consumption and the global economy", *Ecological Economics*, 55(3), 309-320.

Schrader, U., Thøgersen, J., (2011), "Putting sustainable consumption into practice". *Journal of Consumer Policy*, 34(1), 3-8.

Schwartz, S. H., (1970), "Moral decision making and behavior", in J. Macauley & L. Berkowitz (Eds.) *Altruism and helping behavior*, pp.127-141, New York: Academic Press.

Schwartz, S. H., (1977), "Normative influences on altruism", In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221–279). New York: Academic Press.

Schwartz, S. H., Howard, J. A., (1981), "A normative decision-making model of altruism", in J. P. Rushton (Ed.), *Altruism and helping behavior: Social, personality and development perspectives*, (s.189-211), Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Schwartz, S. H., Howard, J. A., (1982), "Helping and cooperation: A self-based motivational model", In *Cooperation and helping behavior* (pp. 327-353).

Schwartz, S. H., Howard, J. A., (1984), "Internalized values as motivators of altruism", In *Development and maintenance of prosocial behavior* (pp. 229-255). Springer, Boston, MA.

Schwartz, S. H., (1992), "Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries", *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.

- Schwartz, S. H., (1994), "Are there universal aspects in the structure and contents of human values?", *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Schwepker Jr, C. H., Cornwell, T. B., (1991), "An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy & Marketing*, 77-101
- Schultz, P. W., Zelezny, L., (1999), "Values as predictors of environmental attitudes: Evidence for consistency across 14 countries", *Journal of Environmental Psychology*, 19(3), 255-265.
- Schultz, P. W., (1999), "Changing behavior with normative feedback interventions: A field experiment on curbside recycling", *Basic and Applied Social Psychology*, 21(1), 25-36.
- Seyfang, G., (2005), "Shopping for sustainability: can sustainable consumption promote ecological citizenship?", *Environmental Politics*, 14(2), 290-306.
- Seyfang, G., (2006), "Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks", *Journal of Rural Studies*, 22(4), 383-395.
- Shama, A., (1981), "Coping with stagflation: voluntary simplicity", *Journal of Marketing*, 45(3), 120-134.
- Shaw, D., Newholm, T., (2002), "Voluntary simplicity and the ethics of consumption", *Psychology & Marketing*, 19(2), 167-185.
- Shaw, D., Moraes, C., (2009), "Voluntary simplicity: an exploration of market interactions", *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 215-223.
- Sheth, J. N., Sethia, N. K., Srinivas, S., (2011), "Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 21-39.
- Slimak, M. W., Dietz, T., (2006), "Personal values, beliefs, and ecological risk perception", *Risk Analysis*, 26(6), 1689-1705.
- Solomon, M. R., (2013), "Consumer Behavior: Buying, Having and Being", 12th Edition, Pearson.
- Steg, L., Dreijerink, L., Abrahamse, W., (2005), "Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory", *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 415-425.
- Steg, L., (2008), "Promoting household energy conservation", *Energy Policy*, 36(12), 4449-4453.
- Steg, L., Vlek, C., (2009), "Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda", *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317.

- Steg, L., De Groot, J. I., Dreijerink, L., Abrahamse, W., Siero, F., (2011), "General antecedents of personal norms, policy acceptability, and intentions: The role of values, worldviews, and environmental concern", *Society and Natural Resources*, 24(4), 349-367.
- Steg, L., Nordlund, A. (2012), "Models to explain environmental behaviors", *In: Environmental psychology: an introduction / [ed] Linda Steg, Agnes E. van den Berg & Judith I. M. de Groot*, Chichester: Wiley-Blackwell, 186-195.
- Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., Perlaviciute, G., (2014), "An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals", *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104-115.
- Stern, P. C., Gardner, G. T., (1981), "Psychological research and energy policy", *American Psychologist*, 36(4), 329-342.
- Stern, P. C., (1992), "What Psychology Knows About Energy Conservation", *American Psychologist*, 47(10), 1224-1232.
- Stern, P. C., Dietz, T., Kalof, L., (1993), "Value orientations, gender, and environmental concern", *Environment and Behavior*, 25(5), 322-348.
- Stern, P. C., Dietz, T., (1994), "The value basis of environmental concern", *Journal of Social Issues*, 50(3), 65-84.
- Stern, P. C., Dietz, T., Guagnano, G. A., (1995a), "The new ecological paradigm in social-psychological context", *Environment and Behavior*, 27(6), 723-743.
- Stern, P. C., Kalof, L., Dietz, T., Guagnano, G. A., (1995b), "Values, beliefs, and proenvironmental action: Attitude formation toward emergent attitude objects", *Journal of Applied Social Psychology*, 25(18), 1611-1636.
- Stern, P. C., Dietz, T., Guagnano, G. A., (1998), "A brief inventory of values", *Educational and Psychological Measurement*, 58(6), 984-1001.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., Kalof, L., (1999), "A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism", *Human Ecology Review*, 81-97.
- Stern, P. C., (1999), "Information, incentives, and proenvironmental consumer behavior", *Journal of Consumer Policy*, 22(4), 461-478.
- Stern, P. C., (2000), "New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behaviour", *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stern, P. C., (2008), "Environmentally significant behavior in the home", *In A. Lewis (Ed.), The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behaviour* (363-382).
- Straughan, R. D., Roberts, J. A., (1999), "Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium", *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575.

Sütterlin, B., Brunner, T. A., Siegrist, M., (2011), "Who puts the most energy into energy conservation? A segmentation of energy consumers based on energy-related behavioral characteristics", *Energy Policy*, 39(12), 8137-8152.

Swan, L. G., Ugursal, V. I., (2009), "Modeling of end-use energy consumption in the residential sector: A review of modeling techniques", *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13(8), 1819-1835.

Şahin, E., (2013), "Predictors of Turkish Elementary Teacher Candidates' Energy Conservation Behaviors: An Approach on Value-Belief-Norm Theory", *International Journal of Environmental and Science Education*, 8(2), 269-283.

Taberero, C., Hernández, B., (2011), "Self-efficacy and intrinsic motivation guiding environmental behavior", *Environment and Behavior*, 43(5), 658-675.

Tang, Z., Chen, X., Luo, J., (2011), "Determining socio-psychological drivers for rural household recycling behavior in developing countries: A case study from Wugan, Hunan, China", *Environment and Behavior*, 43(6), 848-877.

Tanner, C., Wölfing Kast, S., (2003), "Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers", *Psychology & Marketing*, 20(10), 883-902.

Taylor, S., Todd, P., (1995), "Understanding Household Garbage Reduction Behavior: A Test of an Integrated Model" *Journal of Public Policy & Marketing*, 14(2), 192-204.

Testa, F., Cosic, A., Iraldo, F., (2016), "Determining factors of curtailment and purchasing energy related behaviours", *Journal of Cleaner Production*, 112, 3810-3819.

Thøgersen, J., (1996), "Recycling and morality: A critical review of the literature", *Environment and Behavior*, 28(4), 536-558.

Thøgersen, J., Grunert-Beckmann, S. C., (1997), "Values and attitude formation towards emerging attitude objects: From recycling to general, waste minimizing behavior", *Advances in consumer research*, 24(1), 182-189.

Thøgersen, J., (1999), "The ethical consumer. Moral norms and packaging choice", *Journal of Consumer Policy*, 22(4), 439-460.

Thøgersen, J., (2000), "Psychological determinants of paying attention to eco-labels in purchase decisions: Model development and multinational validation", *Journal of Consumer Policy*, 23(3), 285-313.

Thøgersen, J., Ölander, F., (2002), "Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study", *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605-630.

Thøgersen, J., (2005), "How May Consumer Policy Empower Consumers for Sustainable Lifestyles?", *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143-177.

Thøgersen, J., Ölander, F., (2006a), "To what degree are environmentally beneficial choices reflective of a general conservation stance?", *Environment and Behavior*, 38(4), 550-569.

Thøgersen, J., Ölander, F., (2006b), "The dynamic interaction of personal norms and environment-friendly buying behavior: A panel study" *Journal of Applied Social Psychology*, 36(7), 1758-1780.

Thøgersen, J., (2006), "Norms for environmentally responsible behaviour: An extended taxonomy", *Journal of Environmental Psychology*, 26(4), 247-261.

Thøgersen, J., (2009), "The motivational roots of norms for environmentally responsible behavior", *Basic and Applied Social Psychology*, 31(4), 348-362.

Thøgersen, J., Crompton, T., (2009), "Simple and painless? The limitations of spillover in environmental campaigning", *Journal of Consumer Policy*, 32(2), 141-163.

Thøgersen, J., Grønhøj, A., (2010), "Electricity saving in households—A social cognitive approach", *Energy Policy*, 38(12), 7732-7743.

Thøgersen, J., Haugaard, P., Olesen, A., (2010), "Consumer responses to ecolabels", *European Journal of Marketing*, 44(11/12), 1787-1810.

Thøgersen, J., (2017), "Sustainable food consumption in the nexus between national context and private lifestyle: A multi-level study", *Food Quality and Preference*, 55, 16-25.

Tonglet, M., Phillips, P. S., Bates, M. P., (2004), "Determining the drivers for householder pro-environmental behaviour: waste minimisation compared to recycling", *Resources, Conservation and Recycling*, 42(1), 27-48.

Tyler, T. R., Orwin, R., Schurer, L., (1982), "Defensive denial and high cost prosocial behavior", *Basic and Applied Social Psychology*, 3(4), 267-281.

Ulusoy, E., (2016), "Experiential responsible consumption", *Journal of Business Research*, 69(1), 284-297.

UNEP, (2017), "Frontiers 2017: Emerging Issues of Environmental Concern", available at: <https://www.unenvironment.org/> (Erişim Tarihi: 23/10/2017)

Urien, B., Kilbourne, W., (2011), "Generativity and self-enhancement values in eco-friendly behavioral intentions and environmentally responsible consumption behavior", *Psychology & Marketing*, 28(1), 69-90.

Valor, C., Carrero, I., (2014), "Viewing responsible consumption as a personal project", *Psychology & Marketing*, 31(12), 1110-1121.

Van Nes, N., Cramer, J., (2006), "Product lifetime optimization: a challenging strategy towards more sustainable consumption patterns", *Journal of Cleaner Production*, 14(15-16), 1307-1318.

- Van der Werff, E., Steg, L., (2016), "The psychology of participation and interest in smart energy systems: comparing the value-belief-norm theory and the value-identity-personal norm model", *Energy Research & Social Science*, 22, 107-114.
- Van Doorn, J., Verhoef, P. C., (2015), "Drivers of and barriers to organic purchase behavior", *Journal of Retailing*, 91(3), 436-450.
- Van Riper, C. J., Kyle, G. T., (2014), "Understanding the internal processes of behavioral engagement in a national park: A latent variable path analysis of the value-belief-norm theory", *Journal of Environmental Psychology*, 38, 288-297.
- Varey, R. J., (2010), "Marketing means and ends for a sustainable society: A welfare agenda for transformative change", *Journal of Macromarketing*, 30(2), 112-126.
- Verain, M. C., Bartels, J., Dagevos, H., Sijtsema, S. J., Onwezen, M. C., Antonides, G., (2012), "Segments of sustainable food consumers: a literature review", *International Journal of Consumer Studies*, 36(2), 123-132.
- Vergragt, P., Akenji, L., Dewick, P., (2014), "Sustainable production, consumption, and livelihoods: global and regional research perspectives", *Journal of Cleaner Production*, 63, 1-12.
- Vermeir, I., Verbeke, W., (2006), "Sustainable food consumption: Exploring the consumer "attitude-behavioral intention" gap", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194.
- Vermeir, I., Verbeke, W., (2008), "Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values", *Ecological Economics*, 64(3), 542-553.
- Verplanken, B., Holland, R. W., (2002), "Motivated decision making: Effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior", *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 434-447.
- Verplanken, B., Wood, W., (2006), "Interventions to break and create consumer habits", *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 90-103.
- Verplanken, B., Roy, D., (2015), "Consumer habits and sustainable consumption", *Handbook of research on sustainable consumption*, 243.
- Vining, J., Ebreo, A., (1992), "Predicting recycling behavior from global and specific environmental attitudes and changes in recycling opportunities", *Journal of Applied Social Psychology*, 22(20), 1580-1607.
- Vining, J., Ebreo, A., (2002), "Emerging theoretical and methodological perspectives on conservation behavior", In R. Bechtel, & A. Churchman (Eds.), *New handbook of environmental psychology* (pp. 541-558). New York: Wiley
- Vivian, S., Haslam, K., Soldner, M., Sangster, M., (2011), "Assessment of European energy and carbon profiles of manual and automatic dishwashing", *International Journal of Consumer Studies*, 35(2), 187-193.

Vlek, C., Steg, L., (2007), "Human Behavior and Environmental Sustainability: Problems, Driving Forces, and Research Topics", *Journal of Social Issues*, 63(1), 1-19.

Wackernagel, M., Rees, W., (1998), "Our ecological footprint: reducing human impact on the earth (Vol. 9)", New Society Publishers.

Warde, A., (2005), "Consumption and theories of practice", *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.

WCED, (1987), Report of the World Commission on Environment and Development - Our Common Future, <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced> (Erişim Tarihi: 23/10/2017)

Webb, D. J., Mohr, L. A., Harris, K. E., (2008), "A re-examination of socially responsible consumption and its measurement", *Journal of Business Research*, 61(2), 91-98.

Webster Jr, F. E., (1975), "Determining the characteristics of the socially conscious consumer", *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188-196.

Wells, V. K., Ponting, C. A., Peattie, K., (2011), "Behaviour and climate change: Consumer perceptions of responsibility", *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 808-833.

Whitmarsh, L., (2009), "Behavioral responses to climate change: Asymmetry of intentions and impacts", *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 13-23.

WHO (2017) World Health Organization, (WHO, 2017) who.int/globalchange/ecosystems/biodiversity/en/ (Erişim Tarihi: 23/10/2017)

Wiidegren, Ö., (1998), "The new environmental paradigm and personal norms", *Environment and Behavior*, 30(1), 75-100.

Wilson, D. C., Velis, C., Cheeseman, C., (2006), "Role of informal sector recycling in waste management in developing countries", *Habitat International*, 30(4), 797-808.

Wohlwill, J. F., (1970), "The emerging discipline of environmental psychology", *American Psychologist*, 25(4), 303-312

World Bank (2012), "What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management", <http://documents.worldbank.org/curated/en/302341468126264791/What-a-waste-a-global-review-of-solid-waste-management>

World Bank (2016), Household Final Consumption Expenditure Data, <https://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.PETC.CD> (Erişim Tarihi: 23/10/2017)

World Bank (2016), Gross Domestic Product Data, <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf> (Erişim Tarihi: 23/10/2017)

WWI, (2015), Worldwatch Enstitüsü, “Dünyanın Durumu 2015 Sürdürülebilirliğin Önündeki Gizli Tehditlerle Yüzleşmek”, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul

Yavetz, B., Goldman, D., Pe'er, S., (2009), “Environmental literacy of pre-service teachers in Israel: A comparison between students at the onset and end of their studies”, *Environmental Education Research*, 15(4), 393-415.

Yin, J., Qian, L., Singhapakdi, A., (2016), “Sharing Sustainability: How Values and Ethics Matter in Consumers' Adoption of Public Bicycle-Sharing Scheme”, *Journal of Business Ethics*, 1-20.

Young, W., Hwang, K., McDonald, S., Oates, C. J., (2010), “Sustainable consumption: green consumer behaviour when purchasing products”, *Sustainable Development*, 18(1), 20-31.

Zikmund, W. G., Stanton, W. J., (1971), “Recycling solid wastes: a channels-of distribution problem”, *Journal of Marketing*, 35(3), 34-39.

ÖZGEÇMİŞ

Ahmet Tuğrul Tuğer, 16.03.1981'de İstanbul'da doğmuştur. 2000 yılında İstanbul Saint Joseph Lisesinden mezun olmuştur. Aynı yıl başladığı Galatasaray Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden 2005 yılında lisans diploması almıştır. Dört yıllık özel sektör tecrübesi sırasında Yeditepe Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans bölümünü tamamlamıştır. Ardından 2011'de Fransa'da NEOMA Business School'da aldığı Uluslararası İşletme yüksek lisans diplomasının ardından pazarlama ve tüketici davranışında akademik çalışmalar yapmayı amaçlamıştır.

2011'de Gebze Teknik Üniversitesi'nde İşletme Anabilim dalında Doktora öğrenimine başlamıştır. 2015-2017 yılları arasında Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim dalında Araştırma Görevlisi olarak görev yapmıştır. Çevreci tüketim davranışı, sorumlu tüketim davranışı alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir. İyi düzeyde İngilizce ve Fransızca, orta düzeyde İtalyanca bilmektedir.

EK

EK A: Anket Soruları

TÜKETİM TERCİHLERİ ARAŞTIRMASI

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Bölümünde yürütülen bir doktora tez çalışmasıyla ilgilidir. Sorulara vereceğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır. Soruların doğru veya yanlış bir cevabı yoktur. Tüm katılımcıların cevapları bir araya getirilerek toplu değerlendirme yapılacaktır. **Size göre en doğru olan cevabı vermeniz** araştırmanın sağlıklı ilerlemesi açısından önem arz etmektedir. Katılarınız için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Ebru Tümer Kabadayı & Yrd. Doç. Dr. İnci Dursun & Arş. Gör. Ahmet Tuğrul Tuğer
Gebze Teknik Üniversitesi
İşletme Fakültesi İşletme Bölümü
Tel: (262) 605 14 26
e-posta: atuger@gtu.edu.tr

Aşağıda gündelik hayatta sergilenen bazı davranışlar bazı davranışlar listelenmiştir. Farklı bireyler bu davranışları farklı sıklıklarda sergilemektedir. Lütfen listedeki davranışları hangi sıklıkta sergilediğinizi içtenlikle belirtiniz.	Hiçbir zaman	Nadiren	Arasıra	Sıklıkla	Daima
YALIN TÜKETİM (YAL)					
Aldığım ürünü tamamen eskিয়েnceye kadar kullanıyorum.	1	2	3	4	5
Yenisini almak yerine yıpranmış ve hasar görmüş eşyaları tamir ederek kullanıyorum.	1	2	3	4	5
Kitap, DVD vb. ürünleri satın almak yerine çevremdekilerle değiş tokuş yaparak kullanıyorum.	1	2	3	4	5
Özel günlerde hediye satın almak yerine kendi yaptığım ürünü hediye ediyorum. *	1	2	3	4	5
Gereksiz tüketimi azaltmak için 2. el eşya satın alıyorum.*	1	2	3	4	5
Özellikle paketlemesi az olan ürünler satın alıyorum. *	1	2	3	4	5
Tek kullanımlık ürünler yerine (kağıt havlu, peçete, bardak vb.) yeniden kullanılabilen ürünleri tercih ediyorum. *	1	2	3	4	5
Geçici süreyle kullanacağım ürünleri satın almak yerine yakınlarımdan ödünç alıyorum.	1	2	3	4	5
* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.					

Aşağıda gündelik hayatta sergilenen bazı davranışlar bazı davranışlar listelenmiştir. Farklı bireyler bu davranışları farklı sıklıklarda sergilemektedir. Lütfen listedeki davranışları hangi sıklıkta sergilediğinizi içtenlikle belirtiniz.	Hiçbir zaman	Nadiren	Arasıra	Sıklıkla	Daima
YEŞİL TÜKETİM (YES)					
Tuvalet kağıdı, peçete vb. kağıt ürünler satın alırken özellikle geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olanları satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Özellikle doğaya daha az zararı olan deterjanları satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Özellikle "çevre dostu" etiketine sahip ürünleri satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Özellikle, ambalajı geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olan ürünleri satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Özellikle, çevre dostu malzemelerden yapılan giysileri satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Özellikle yaşadığım yere yakın bölgelerde üretilen ürünleri satın alıyorum. *	1	2	3	4	5
Seçme şansısı olduğunda, her zaman en az kirliliğe neden olan ürünü satın alıyorum. *	1	2	3	4	5
* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.					
ENERJİ TASARRUFU (ENT)					
Pahalı olsa bile az elektrik tüketen ampulleri satın alıyorum.	1	2	3	4	5
İhtiyacım olduğunda küçük mekânlar için özellikle düşük voltajlı ampulleri satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Elektrikli ev eşyası ihtiyacım olduğunda enerji tasarruflu olanları satın alıyorum.	1	2	3	4	5
Yıkama yapmak için çamaşır veya bulaşık makinesinin tamamen dolmasını bekliyorum.	1	2	3	4	5
Odadan ayrılırken lambaları kapatıyorum.	1	2	3	4	5
Sıcak havalarda odadan ayrılırken klima, soğutucuları kapatıyorum.	1	2	3	4	5
Kışın geceleri ısıtıcının derecesini düşürüyorum, kapatıyorum.	1	2	3	4	5
Havalar iyice soğuyunca ısıtıcının derecesini düşük tutabilmek için kalın giyinmeyi tercih ediyorum.	1	2	3	4	5

*** çıkarılan maddeleri belirtmektedir.**

Aşağıda gündelik hayatta sergilenen bazı davranışlar bazı davranışlar listelenmiştir. Farklı bireyler bu davranışları farklı sıklıklarda sergilemektedir. Lütfen listedeki davranışları hangi sıklıkta sergilediğinizi içtenlikle belirtiniz.	Hiçbir zaman	Nadiren	Arasıra	Sıklıkla	Daima
GERİ DÖNÜŞÜM (GED)					
Evimde geri dönüştürülebilir plastik (şişe vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.	1	2	3	4	5
Evimde geri dönüştürülebilir metal kutuları ayrıştırıyorum.	1	2	3	4	5
Evimde geri dönüştürülebilir kağıt (dergi, gazete vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.	1	2	3	4	5
Evimde geri dönüştürülebilir cam çöpleri ayrıştırıyorum.	1	2	3	4	5
Evimdeki kağıt atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.	1	2	3	4	5
Evimdeki plastik atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.	1	2	3	4	5
Evimdeki cam atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.					
Bitmiş pilleri çöpe atmak yerine pil toplama kutularına bırakıyorum.*	1	2	3	4	5

* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.

Aşağıda insanların hayatlarına yön verebilecek bazı ilkeler yer almaktadır. Her insanın hayatında farklı ilkeler öne çıkabilmektedir. Aşağıdaki ilkelerin sizin hayatınız için ne derece önemli olduğunu tüm içtenliğinizle belirtiniz.	Hiç önemli değil	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Çok Önemli
EGOİSTİK DEĞERLER (EGO)					
Otorite sahibi olmak	1	2	3	4	5
Sosyal güç sahibi olmak	1	2	3	4	5
Toplumdaki saygınlığımı koruyabilmek *	1	2	3	4	5
Maddi açıdan güçlü olmak, refah	1	2	3	4	5
ALTRUİSTİK (ÖZGECİL) DEĞERLER (ALT)					
Barış içinde bir dünya	1	2	3	4	5
Eşitlik	1	2	3	4	5
Toplumsal adalet	1	2	3	4	5
Yardımseverlik *	1	2	3	4	5
ÇEVRECİ DEĞERLER (BIO)					
Doğayı korumak	1	2	3	4	5
Kirliliği önlemek	1	2	3	4	5
Dünyaya saygı duymak: diğer canlılarla uyum içerisinde yaşamak	1	2	3	4	5
Doğayla bir olmak, bütünleşmek	1	2	3	4	5
* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.					

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz.					
YENİ ÇEVRESEL PARADİGMA (NEP)					
Dünyanın kaldırabileceği insan nüfusunun üst sınırına yaklaşıyoruz. *	1	2	3	4	5
İnsanların doğaya müdahale etmesi çoğunlukla felaketlere sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
İnsanoğlu doğaya ciddi bir biçimde zarar vermektedir.	1	2	3	4	5
Bitkiler ve hayvanlar da, insanlar kadar yaşama hakkına sahiplerdir.	1	2	3	4	5
İnsanoğlu zekâ gibi çok özel yeteneğe sahip olsa bile doğanın kanunlarına tabiidir.*	1	2	3	4	5
Doğanın dengesi çok hassastır ve kolaylıkla bozulabilmektedir.*	1	2	3	4	5
Eğer her şey aynen devam ederse, çok yakında büyük bir çevre felaketiyle karşılaşacağız.	1	2	3	4	5
SONUÇ FARKINDALIĞI (SON)					
Sera gazı etkisiyle oluşan küresel ısınma problemi ben ve sevdiğim için ciddi bir sorundur.*	1	2	3	4	5
Küresel ısınma problemi ülkemiz için ciddi bir sorundur.*	1	2	3	4	5
Küresel ısınma problemi dünyada yaşayan diğer canlılar ve bitkiler için ciddi bir sorundur.*	1	2	3	4	5
Hava, su ve topraktaki kirlilik ben ve sevdiğim için ciddi bir sorundur.	1	2	3	4	5
Hava, su ve topraktaki kirlilik ülkemiz için ciddi bir sorundur.	1	2	3	4	5
Hava, su ve topraktaki meydana gelen kirlilik dünyada yaşayan diğer canlılar ve bitkiler için ciddi bir sorundur.	1	2	3	4	5
SORUMLULUK ÜSTLENME (SOR)					
Çevre sorunlarının oluşmasında yalnızca devlet ve işletmeler sorumlu değildir, ben de sorumluyum.	1	2	3	4	5
Enerji kaynaklarının israfı konusunda başkaları kadar ben de sorumluyum.	1	2	3	4	5
Çevre kirliliği konusunda ben de sorumluyum.	1	2	3	4	5
Yağ/petrol/mazot gibi fosil yakıtların tüketimindeki artışta benim de etkim bulunmaktadır.	1	2	3	4	5
* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.					

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınızı belirtiniz.					
BİREYSEL NORMLAR (BN)					
Konforumdan feragat etmem gerekse bile enerji tasarrufu yapmak için elimden geleni yapmak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.	1	2	3	4	5
Uzak ülkelerden ithal edilen sebze ve meyveler yerine yakın çevrede yetiştirilen sebze ve meyveleri satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.	1	2	3	4	5
Daha pahalı olsa bile çevre dostu ürünler satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.*	1	2	3	4	5
Zor olsa bile çöpleri ayrıştırmak, geri dönüşümünü sağlamak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.	1	2	3	4	5
Çevrenin korunması, iyileştirilmesi konusunda elimden gelen tüm gayreti göstermek benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.	1	2	3	4	5
Daha pahalı olsa bile çevreye duyarlı şirketlerin ürünlerini satın almak benim için bireysel, ahlaki bir zorunluluktur.*	1	2	3	4	5
Elimden geldiğince enerji tasarrufu yapma konusunda kendimi zorunlu hissediyorum.	1	2	3	4	5
Başkalarının ne yaptığına bakmaksızın enerji tasarrufu yapmak için kendimi zorunlu hissediyorum.*	1	2	3	4	5

* çıkarılan maddeleri belirtmektedir.