



**COVID-19 DÖNEMİNDE YENİ EKOLOJİK PARADİGMANIN SOSYAL  
SORUMLU TÜKETİM DAVRANIŞINA ETKİSİ**

*The Effect of New Ecological Paradigm On Socially Responsible Consumption Behaviour in the  
Covid-19 Era*

**Ayşe ERSOY YILDIRIM<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Uluslararası İşletme Yönetimi Bölümü, Yeşilyurt, Malatya, 44100, TÜRKİYE, ayse.yildirim@ozal.edu.tr, orcid.org/0000-0002-6895-309X

*Araştırma Makalesi/Research Article*

**Makale Bilgisi**

Geliş/Received:

15.04.2022

Kabul/Accepted:

02.09.2022

**DOI:**

10.18069/firatsbed.1103976

**Anahtar Kelimeler**

Sosyal Sorumlu Tüketim,  
Yeni Ekolojik Paradigma,  
Covid-19

**Keywords**

Socially Responsible  
Consumption Behavior, New  
Ecological Paradigm,  
Covid-19

**ÖZ**

Pandeminin yaşandığı ve dünyanın sarsıldığı bu dönemde, doğa ve insan yaşamının sürdürülebilirliğiyle ilgili değerlerin sahiplenilmesi gerekliliği dikkat çekerken, tüketimde farkındalığı artırmakla ilgili konular, insan-çevre ilişkisi hakkında daha yüksek düzeydeki değerleri ve içinde yaşadığımız dünya hakkındaki kapsayıcı inançları temsil eden sosyal sorumlu davranışlara odaklanılmasına sebep olmuştur. Covid-19 döneminde yeni ekolojik paradigmanın sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini belirlemek amacıyla bu çalışmada veri toplama aracı olarak, bir ekolojinin kuramsal yönünü ortaya koyabilmek için insanların dünya görüşlerini ölçmeyi amaçlayan yeni ekolojik paradigma ölçeği ile sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ilişkisel nicel araştırma niteliğindedir. Araştırmanın ana kütlesini İstanbul ilinde yaşamakta olan 479 tüketici oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, çevrimiçi anket tekniğiyle araştırmanın verileri toplanmıştır. Araştırma kapsamındaki verilerin faktör analizi için uygunluğu belirlenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi için korelasyon analizi ve ilişkilerin modellenmesi için ise regresyon analizi uygulanmıştır, Etki düzeyini ortaya koymak için de yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır. Yeni ekolojik paradigma alt boyutlarından doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm bağımsız değişkenlerin anlamlı düzeylerde sosyal sorumlu tüketim davranışıyla ilişkili olduğu görülmüştür. Ekolojik sınırlar ve ekolojik kriz boyutlarının ise sosyal sorumlu tüketim davranışına etki etmediği bulunmuştur.

**ABSTRACT**

In this period when the pandemic is experienced and the world is shaken, the necessity of owning the values related to nature and the sustainability of human life draws attention, while the issues related to raising awareness in consumption have led to a focus on socially responsible behaviors that represent higher values about the human-environment relationship and inclusive beliefs about the world we live in. To determine the effect of the new ecological paradigm on socially responsible consumption behavior in the Covid-19 period, the new ecological paradigm scale which aims to measure people's worldviews in order to reveal the theoretical side of an ecology and the socially responsible consumption behavior scale were used as data collection tools in this study. The research is relational quantitative research. The main mass of the research consists of 479 consumers living in Istanbul. The data of the research were collected by using the easy sampling method and the online survey technique. The suitability of the data within the scope of the research for factor analysis was examined, and the structural equation model was used to measure the effects between variables. It has been observed that the balance of nature, anti-exemption, and anti-anthropocentrism independent variables, which are sub-dimensions of the new ecological paradigm, are associated with socially responsible consumption behavior at significant levels in the Covid 19 period. It was found that the sub-dimensions of ecological crisis and ecological borders did not affect socially responsible consumption behavior.

**Atf/Citation:** Ersoy Yıldırım, A. (2022). Covid-19 Döneminde Yeni Ekolojik Paradigmanın Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışına Etkisi. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 3(1081-1098).

**Sorumlu yazar/Corresponding author:** Ayşe ERSOY YILDIRIM, ayse.yildirim@ozal.edu.tr

## 1. Giriş

Kaynakların tükenmesi, iklim değişikliği ve küresel ısınma, kendi içlerinde ortaya koydukları zorluğun ötesinde, gezegende yaşayan insanların farklı rollerdeki davranışlarının sonuçlarıdır. Bu nedenle araştırmacılar tarafından sosyal sorumluluk konusu farklı açılardan ele alınmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal sorumlu tüketim, sosyal sorumlu yatırımlar, sürdürülebilir üretim/ürünlerin etkisi ve tüketim bakış açısından bazı örnekler çalışmalarda ele alınmıştır. Web of Science (WoS) bibliyografik veritabanında indekslenen çalışmalarda 1991'den 2021'e kadar otuz yıl boyunca en çok kurumsal sosyal sorumluluğa odaklanıldığı, 2013 ile 2016 yılları arasında ise ağırlıklı olarak çalışıldığı görülmektedir (Moon, 2007; Orlitzky, vd. 2011; Kolk ve Tulder, 2010). Firma faaliyetlerinin yakın çevreleri ve tüketiciler bağlamında incelenen konuyla ilgili araştırmada Vitell (2014), başarılı kurumsal sosyal sorumluluğun tüketicilerin yardımı olmadan zor olacağını savunmaktadır. Son yıllarda, kurumsal sosyal sorumluluk aracılığıyla ele alınan tematik alanlar tüketici tutumu ile sosyal ve sürdürülebilir tüketim davranışı üzerine araştırmalar yönünde gelişme göstermektedir. Chatzidakis ve Shaw (2018) görünüşte mikro sosyal rutin tüketim kararlarının, kentsel, küresel ve sürdürülebilirlik eksenindeki sorunların, toplumsal yeniden üretimi nasıl etkilediğini, tüketicilerin daha somut kaygıları da dahil olmak üzere kendilerini, çevreyi ve gezegeni nasıl şekillendirdiklerini göstermektedir. Çeşitli bilimsel disiplinlerdeki sosyal sorumlu davranışla ilgili araştırma konuları incelendiğinde, sürdürülebilir kalkınmanın ancak sosyal sürdürülebilirlik ile gerçekleşebileceği gerektiğine dair farkındalığın yavaş yavaş arttığı gerçeği ortaya çıkmaktadır (Eizenberg ve Jabareen, 2017:68). Eckhardt ve ark. (2010), sosyal olarak sorumlu tüketici davranışının daha iyi anlaşılması ve dolayısıyla kavramın pekiştirilmesi için de SCRB çalışmalarına katkıda bulunulmasını önermektedir. İnsan faaliyetlerinin ekosistemleri değiştirdiğini kabul etmek ve diğer tüm canlı türlerinin de bağımlı olduğu ve daha sürdürülebilir toplumsal biçimlere ulaşmanın gerekliliği konusunda sosyal sorumlu tüketim davranışını harekete geçirmek sinerjik bir çözüm önerisi olarak görülmektedir. Sanayileşmiş toplumlar, bağımlı oldukları fiziksel ortamlar ve nesnelere ilişkin tutumlarını, dünyayla ilişkilerine rehberlik eden görüşlerini ekolojik bilinç ekseninde yeniden değerlendirmek gerektiğini pandemi süreciyle beraber daha da kavramaktadır. Sosyal sorumlu tüketim ile insan davranışlarının anlaşılması amacıyla uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve bilim insanları yıllardır çeşitli araştırmalar yürütmektedir. Tüm dünyada, ekolojile ilintili tüketim alışkanlıklarının incelenmesi, gerekli değişikliklerin ve destekleyici politikaların belirlenmesi sosyal sorumlu tüketim davranışının teşvikine yardımcı olmaktadır. Covid 19'la beraber temel bir sürecin ortasında kalındığına dair, çevresel ve zihinsel kaygının arttığı, insan merkeziliğin eko merkeziliğe kaydığı ve tüketim davranışının değişmeye başladığı bu dönemde, ülkemizdeki tüketicilerin ekolojik sorunları nasıl gördüklerini anlamak, değerlendirmelerindeki önem derecesini ortaya koyabilmek ve bu doğrultuda ekolojile ilgili düşüncelerinin sosyal sorumlu tüketim davranışına etki düzeylerini belirleyebilmek bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Özellikle uluslararası literatürde ekolojiyi koruma motivasyonunu kapsayan sosyal sorumlu tüketim davranışının dinamiklerini ortaya koyan pek çok kavramın ayrıntılı olarak araştırıldığı görülmektedir. Ancak ulusal literatürde ekolojik tutumun değerlendirilmesine yönelik tüketim davranışı ve tercihleri, bu tercihlere sebep olan faktörlere ilişkin çok az sayıda bilimsel araştırma bulunmaktadır. Ulusal literatürde yeni ekolojik paradigmanın sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini konu alan çalışmaya da rastlanmamıştır. Ayrıca, sosyal sorumlu tüketim davranışının önceki çalışmalarda ekolojik paradigmayla ilişkisinin olup olmadığı incelenmemiştir. Yeni ekolojik paradigma ile sosyal sorumlu tüketim arasındaki ilişkinin incelenmesiyle bu araştırmanın ulusal literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Toplumların ekolojik temele bağımlı oldukları, doğal kaynakların aşırı kullanımının ekolojiye ciddi zararlar verdiği ve vereceği gerçeğini dikkate almak ve bu yönüyle sürdürülebilirliğin dayanaklarından olan sosyal sorumlu tüketim davranışını incelemek üzere farklı demografik özelliklere sahip kişilerin gerek çevreye olan duyarlılıkları gerekse tüketimin sürdürülebilir kılınması yönündeki davranışlarını bu çalışma ile ortaya koyabilmek hem pazarlama hem de farklı disiplinlere katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

## **2. Kuramsal Çerçeve**

Sosyal sorumlu davranış, bireyin diğer insanlara karşı olan sorumluluğunu belirtmesi, toplumun yararına olacak şekilde düzenlemesi ve eylemde bulunmasını sağlayan bir süreç olarak içinde yaşadığı sistemi etkileyen sosyal bir davranış şeklidir (Thiyagarajan ve Shanthi, 2013:388). Buna göre bireyin kişisel tüketimlerinin toplum üzerindeki etkisini ve sonuçlarını düşünmesi sosyal sorumlu tüketimin temelini oluşturmaktadır (Leigh, vd., 1998:7). Sosyal sorumlu tüketim, yalnızca kişisel ihtiyaçları karşılama arzusuyla motive edilmiş tüketimi değil, çevresel konularla ve yaşamsal kaynakların kullanımıyla ilgili olan ve aynı zamanda genel olarak toplumun refahını etkileyen tüketici davranışları ve satın alma kararları olarak tanımlanır (Antil 1984:19; Antil ve Bennett 1979:52). Sosyal sorumlu tüketici ise, kendi özel tüketiminin toplumsal sonuçlarını dikkate alan veya satın alma gücünü sosyal değişim için kullanan tüketici olarak tanımlanmıştır (Webster, 1975:188). Tüketicinin sosyal sorumlu davranışı, tüketicilerin bilinçli ve kasıtlı bir şekilde satın alırken, karar verirken veya eylemleriyle yansıttıkları davranış biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Anderson ve Cunningham, (1972), sosyal olarak bilinçli tüketicileri tipolojik olarak sınıflandırmakta ve demografik ve sosyo-psikolojik değişkenlerin sosyal bilinç derecesini ayırt etmedeki göreceli duyarlılığını değerlendirmektedir. Zaichkowsky (1991), tüketicilerin genel olarak çevre ve topluma duyarlı bir şekilde hareket ederek aldıkları kararların sonuçlarının farkında olmalarının ve buna göre de hareket etmelerinin sosyal sorumlu tüketim davranışının temelini oluşturması bakımından önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte etik tüketim, yeşil tüketim, sorumlu tüketim, adil ticaret ürünleri tüketimi, çevresel etkiye dayalı ürün tüketiminde azalmaya odaklanan çalışmalar, sosyal sorumlu tüketim davranışıyla ilintili olan konulardandır. Pazarlama etiği ve sosyal sorumluluk doğası gereği tartışmalıdır ve yıllarca süren araştırmalar, pazarlama faaliyetlerine sosyal olarak sorumlu bir yaklaşımın değeri konusunda pazarlamacılar için çelişkiler ve zorluklar sunmaya devam etmektedir. Harrison ve diğerlerine göre (2005), "bir ürünü diğerine tercih etmek için siyasi, dini, manevi, çevresel, sosyal veya diğer güdüleri olan" ve daha sonra ekleyecekleri gibi, "bir şirketin azınlık etnik kökenlerden gelen çalışanları teşvik edip etmediğini önemseyen, tüketimlerini planlayan" tüketicilerin davranışları "etik tüketici davranışı" olarak tanımlanmaktadır. Sosyal olarak sorumlu tüketici davranışıyla mantıksal bağlantıları olan bir diğer önemli kavram, "ödeme istekliliği" dir. Becchetti ve Salustri, "ödeme istekliliğini, tüketicilerin sosyal ve çevresel satıcıların tüketim ve tasarruf seçenekleri konusundaki sorumluluklarını dikkate alma eğilimi" olarak tanımlanmaktadır. Konuyla ilgili, Lagerkvist, vd. (2020), özel yatırımcılar arasındaki sürdürülebilir ve sorumlu yatırımlar ve geleneksel fon niteliklerine yönelik tercihleri tahmin etmek için öz sermaye fonu tasarrufları üzerine modellenmiş bir seçim deneyi gerçekleştirmiştir. Wiesel, vd. (2016) ise sosyal sorumlu yatırımlarda, yatırımcı motivasyonlarını ele almıştır. Döngüsel ekonomiye uygun sürdürülebilir üretime yönelik ürünlere karşı sorumlu tüketici tutumlarında nesillerin rolünü, Lakatos, vd. (2018) çalışmalarında incelemiştir. Özel tüketiminin kamusal sonuçlarını dikkate alan ya da sosyal değişimi sağlamak için satın alma gücü bulunan tüketicileri, Webster (1975), "toplumsal olarak bilinçli tüketici" olarak tanımlamıştır. Ürünleri edinmesini, kullanmasını ve elden çıkarmasını herhangi bir zararlı etkiyi en aza indirme veya ortadan kaldırma ya da toplum üzerinde uzun vadeli faydalı etkiyi en üst düzeye çıkarma arzusuna dayandıran kişiyi, Mohr vd. (2001), sosyal sorumlu tüketici davranışının (SRCB) temelini oluşturan sosyal sorumlu tüketici olarak tanımlamıştır. Çoğu SRCB çalışması, Ingenbleek, vd. (2015) olduğu gibi, alıcı sosyal sorumluluğuna ve tüketici deneyiminin satın alma ortamına odaklanmıştır. Çalışma, tüketicilerin sosyal sorumluluğunun pazarlama yönetimi üzerindeki etkilerini, tüketicilerin satın alma kararlarında sosyal konuların, potansiyel sonuçların ve ayırıştırıcı koşulların dikkate alınması üzerine kavramsal bir çerçeve geliştirmek için sosyal ikilem ve sosyal konuları formüle etmiştir. Etik tutumların tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği Carrigan, vd. (2001) çalışmalarında, somut davranışlara dönüşmeyen tutumlar için, pazarlamacıların tüketicileri etik pazarlama lehine olumlu satın alma davranışında bulunmaya nasıl teşvik edebileceğine dair düşünceler paylaşılmıştır. Sorumlu tüketim kavramı etrafında büyük bir beklenti olmasına rağmen, Eckhardt ve ark. (2010), özellikle etik tüketimle ilgili gerçek tüketici davranışının cesaret kırıcı olduğunu belirtmiştir. Shobeiri, vd., (2016), sosyal sorumlu tüketim davranışının deneyimsel motivasyonları üzerine çalışmıştır. Sosyal açıdan sorumlu tüketimde bazı motivasyonları açıklamak için deneyimsel pazarlama kavramı kullanılmıştır. Sorumlu davranış sergilemenin tüketicilerin duygusal, bilişsel, duyuşsal, ilişkisel ve davranışsal olmak üzere beş farklı türde deneyimsel değer algılamasına yardımcı olduğu çalışmada tartışılmıştır. Tüketici sosyal sorumluluğu üzerine Gregory, vd. (2017), yaptıkları araştırmada, ürünün çevresel etkisi hakkında öznel bilgi, çevresel ürün tutumları ve ürünlerin çevresel etkisinin

algılanan önemine yönelik 28 Avrupa Birliği (AB) ülkesinde 21.514 tüketicinin sorumlu tüketim seçimlerindeki farklı kalıpları ve ilişkileri ortaya koymaktadır. Çevre yanlısı tüketicilerin satın alma durumlarının rolü hakkındaki niyetlerinin neden her zaman çevre yanlısı satın alma davranışlarıyla uyumlu olmadığını analiz edildiği çalışmada, Carrington, Neville ve Whitwell'in (2010) durumsal bağlamı öneren bir model ortaya koyarak, gerçek davranışa geçerken iyi niyet yörüngesini değiştirmede zaman, fiyat, mesafe, kullanılabilirlik ve satın alma kolaylığının kilit rol oynadığını belirlemiştir. Castano, vd. (2016), Kolombiya bağlamında sosyal sorumlu tüketim için bir ölçüm ölçeği oluşturmuştur. Dört odak grupla başlayan ve nicel bir doğrulama çalışmasıyla biten metodolojik yaklaşımda, mevcut literatürde bulunan paradigmaları yansıtan, sağlıklı bir yaşam tarzını sürdürmenin önemini, sosyal sorumluluk uygulamalarını, kaynakların ve ürünlerin rasyonel tüketimini destekleyen tüketici davranışlarını yansıtan bir sosyal sorumlu tüketim ölçüm ölçeği oluşturmuştur. Gıda ve giyim ürünlerinde, tüketim mallarını edinme, kullanma ve elden çıkarma konusundaki fiili davranışları tespit etmek amacıyla Fisher, vd. (2017), genç tüketicilerin sosyal sorumlu tüketim davranışlarının ölçülmesinde YCSCB ölçeğinin geliştirilmesi ve doğrulanması üzerine çalışmışlardır. SRCB araştırması oldukça parçalıdır, ancak olası bağlantılardan hareketle bu çalışmada ise çevre yönlü sosyal sorumlu tüketim davranışını belirlemeye yardımcı Antil SCRIB ölçeği tercih edilmiştir. Covid-19 enfeksiyonu Aralık 2019'da Çin'in Hubei eyaletinde, Wuhan'da ortaya çıkmış (Severo vd., 2020); dünyaya hızla yayılması sonucu 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü tarafından bir tür pandemi olarak tanımlanmıştır (Ungaro vd., 2021:1). Covid-19 pandemisi sağlık krizi olarak ortaya çıkarken, dünyanın geleceğiyle ilgili küresel ekonomi krizlerinden daha endişe verici konularda daha ciddi düşünülmesi ve hareket edilmesi gerekliliğine neden olmuştur (Filho vd., 2020). Günümüze değin toplumların büyüme hedeflerinin sonucu olarak insanlığın, doğanın sınırlarını zorlama, doğanın dengesini bozma, doğanın geri kalanına hükmetme hakkına sahip olma düşüncesi artmıştır. İnanç ve değerlerin geniş bir yelpazesini kapsayan "ekolojik" dünya görüşü, küresel çevresel değişiminin ortaya çıkması nedeniyle, yeryüzünün doğası ve insanlığın onunla ilişkisi, çevresel kaygıyı popüler hale getirmiştir. Çevresel kaygıyı ölçümlemekle birlikte yeni ekolojik paradigma, insan-çevre ilişkisi hakkında daha yüksek düzeydeki değerleri ve içinde yaşadığımız dünya hakkındaki kapsayıcı inançları temsil eder. Değerler, durumlar arası davranış belirleyen temel yol gösterici ilkelerdir (Xiao, vd., 2019:54) ve değerle ilgili katılım, insanları genel inançları doğrultusunda hareket etmeye motive eder (Johnson ve Eagly, 1989:260). Yeni ekolojik paradigma değerlerle yakından ilişkilidir (Stern, 2000:523) ve insanların ekolojik olarak dengeli bir doğal dünyaya bağımlı olduğunu ve ekonomik büyümenin bir sınırı olduğunu öne sürer. İnsanın doğadaki rolü hakkındaki çevresel tutumları, inançları ve değerleri, yeni ekolojik paradigma sistemi içinde fiziksel gerçeklik ve sosyal gerçeklik ile insanın dünya hakkındaki 'temel gerçeklerini' temsil eder (Hines, vd., 1987:4). Proekolojik bir yönelimi yansıtan "dünyayı ekolojik olarak görmek", çok çeşitli konularda çevreci inançlara ve tutumlara yol açar (Stern, Dietz ve Kalof, 1993:322), aynı zamanda davranışları etkiler ve engeller. Covid-19, sorumlu tüketime olan ihtiyacı, bir sosyal acil durum planı zorunluluğuyla gözler önüne sermiştir. Bilişsel süreçlerde yer alan doğal karmaşıklıklara rağmen insanların (ve diğer türlerin) refahı için çevresel kalite ile ilgili faaliyetler ve tersine bunların oluşturduğu tehditler sürekli bir baskı yaratırken sosyal sorumlu tüketim davranışının kollektif bir çözüm yolu olabileceği düşünülmektedir. Covid-19, Cohen (2020) tarafından bir sürdürülebilir tüketim geçişi olarak açıklanmıştır. Ek olarak, Covid-19'un daha sürdürülebilir bir geleceğe yönelik eğilimleri tersine çevirmek için bir fırsat olarak da değerlendirilmesi "2030 Agenda underline in Goal 12" sunulmuştur. İnsanlık tarihinde bir dönüm noktası olan bu pandeminin kalıcı etkileri henüz sınıflandırılmamıştır; ancak gelecekte üretim, tüketim ve çevresel konularda, akılcı ve yaygın sosyal değişikliklerin meydana gelmesi beklenmektedir (Sarkis, vd., 2020). Covid-19, insan faaliyetlerinin gerçek etkilerini gösterir boyutta bazı çevresel iyileştirmeler de getirmiştir (Dutheil vd., 2020). Örneğin, pandeminin ortaya çıkışını izleyen iki yıl içinde, olumlu çevresel değişikliklerin öncüllerinden çevre kirliliğinin, Japonya, İtalya, İspanya gibi çeşitli ülkelerde %30 oranında azaldığı, ABD'deki Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (NASA) ve Avrupa Uzay Ajansı (ESA) tarafından doğrulanmıştır. Pandemi sırasında nitrojen dioksit konsantrasyonunda önemli bir düşüş olduğuna dair ikna edici kanıtlar bulunmuştur (Wang ve Su, 2020). Collivignerelli vd. (2020) bulguları, Milano'nun kentsel alanlarında çevre kirliliği ve kükürt dioksit konsantrasyonunda önemli bir azalmaya işaret etmektedir. Jribi vd. (2020), pandemi sırasında, gıda israfında ve gıda tüketiminde kayda değer bir olumlu davranış değişikliği meydana geldiğini tespit etmiştir. Qaisar vd. (2021) yaptıkları çalışmada ise Covid-19 sürecinde, insanların çevre bilincinin arttığı, tüketim kalıplarının daha sürdürülebilir hale geldiği belirlenmiştir. Mevcut durumda bu bulgular, sorumlu tüketime geçişi hızlandırmak

ve çevresel krizleri azaltabilmek (Cohen, 2020; Sarkis, vd., 2020) açısından umut vericidir. Bu düşünceden hareketle araştırmanın temel hipotezi aşağıdaki gibi tasarlanmıştır.

H<sub>1</sub>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmaya ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yeni ekolojik paradigma, bir ekolojinin kuramsal yönünü ortaya koyabilmek için insanların dünya görüşlerini ölçmeyi amaçlayan öğeleri beş boyutla ifade etmektedir. Bu boyutlar “doğanın dengesi”, “ekolojik kriz”, “muafiyet karşıtı (istisnailiğin reddi)”, “ekolojik sınırlar”, “anti- antroposentrizm” dir (Dunlap vd., 2000:426). Doğa ve insanın doğayla ilişkisinin zihinsel görüşlerle kavramsallaştırılması yeni ekolojik paradigmadaki “doğanın dengesi” boyutuyla ifade edilmektedir. Doğa her zaman kendini iyileştirmeyi ve yeniden düzenlemeyi başardığı için, doğal ekosistemler insanlarla ya da insanlar olmadan yeniden canlanabilir (Giannetti, vd., 2021). Doğaya müdahale edildiğinde feci sonuçların doğabileceği, doğanın dengesinin çok hassas olduğu ancak sanayinin etkileriyle baş edebilecek kadar da güçlü olduğu yönündeki değerlendirmelerin sınanması amacıyla doğanın dengesi boyutunun sosyal sorumlu tüketim davranışıyla ilişkisi aşağıdaki alt hipotezle sunulmuştur.

H<sub>1</sub><sup>a</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki doğanın dengesi boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Canlı ve cansız tüm varlıkların bir arada var oluşunu ifade eden ekosistem, ekolojinin temel ve en önemli unsurlarından biridir (Erciş ve Türk, 2016:4). Doğanın öncelikle insan kullanımı için var olduğu ve kendine özgü bir değeri olmadığı yönündeki insanı merkeze alan “antroposentrizm” düşüncesinin aksine doğanın egemenliğini ve insan merkezilik karşıtlığını savunan “anti-antroposentrizm” (Thompson ve Barton, 1994:149) yeni ekolojik paradigmanın bir diğer boyutudur. İnsanların doğaya hükmetme amacı, doğal çevreyi ihtiyaçlarına göre değiştirme hakkı ve insanlar kadar diğer canlıların da var olma haklarına yönelik değerlendirmelerin sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisinin aşağıdaki alt hipotezle sınanması düşünülmüştür.

H<sub>1</sub><sup>b</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki antroposentrizm boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Batıda başlayan ve sanayileşme tarihi boyunca dünyanın tamamına yayılan antroposentrik dünya görüşünün ekolojik krizlerin temel nedeni olduğu düşünülmektedir (Chandler ve Dreger, 1993:170). Ekolojik kriz boyutu, toplumların Dünya'nın biyolojik kapasitesi içinde, şimdiki ve gelecek nesiller için sağlıklı ve mutlu bir yaşam tarzı sürdürmek için yeterli kaynaklarla mevcut üretim-tüketim zihniyetini daha döngüsel bir zihniyete çevirerek, hayatın materyalist tatminden çok daha fazlası olduğunu anlamayla ilişkilidir (Raworth, 2017). Potansiyel olarak yıkıcı çevresel değişikliklerin olasılığına odaklanan öğeler ya da insanlığı kuşatan çevre krizi yönünü, “ekolojik kriz” boyutuyla ele alınmıştır. İnsanların çevreyi şiddetle suiistimal ettiği, yakında büyük bir ekolojik felaketin yaşanacağı, karşı karşıya olunan ekolojik sorunların abartıldığı yönündeki değerlendirmelerin sosyal sorumlu tüketim davranışıyla ilişkisini sunan alt hipotez aşağıdaki gibidir.

H<sub>1</sub><sup>c</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki ekolojik kriz boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Sürekli ilerleme ve büyümenin gerekliliğiyle sınırsız kaynaklara inanç, doğanın sınırlarını zorlayan insan müdahalesi, gelişmişlik sorunları, nüfus artışının sınırları ile dünyanın taşıma kapasitesi ile ilgili konular “ekolojik sınırlar” boyutuyla özetlenmektedir. Sosyal sorumlu tüketimde ekolojik sınırlar, dünyanın kaynaklarının sürdürülebilirlik ölçütleri kapsamında kullanılmasını esas alan ve doğal yaşama verilen zararı en aza indiren yöntemleri (Yüce, 2013) öğrenmenin ve geliştirmenin önemine vurgu yapmaktadır. Ekolojik sınırlara yönelik değerlendirmelerin sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisinin aşağıdaki alt hipotezle sınanması düşünülmüştür.

H<sub>1</sub><sup>d</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki ekolojik sınırlar boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

1980'lerde Julian Simon'un öne çıkardığı istisnailiğin reddi kavramıyla insan muafiyeti veya insanların diğer türlerin aksine doğanın kısıtlamalarından muaf (Dunlap, 2002:11) oldukları düşüncesinin aksini savunan “muafiyet karşıtı”, yeni ekolojik paradigmanın sonuncu boyutudur. İnsan zekâsının dünyanın yaşanmaz hale gelmesini engelleyeceği, doğa yasalarına tabi olduğu ve insanların er geç doğanın işleyişini öğrenecekleri yönündeki muafiyet karşıtı boyutuna yönelik değerlendirmelerin sosyal sorumlu tüketim davranışıyla ilişkisinin sınanması amacıyla oluşturulan alt hipotez aşağıdaki gibi sunulmuştur.

H<sub>1</sub>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki muafiyet karşıtı boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### 3. Yöntem

Bu araştırma ile İstanbul ilindeki tüketicilerin sosyal sorumlu tüketim davranışlarının yeni ekolojik paradigma ekseninde incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma ilişkisel nicel araştırma niteliğindedir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formları kullanılmıştır. Anket formu demografik değişkenler, yeni ekolojik paradigma değişkenleri ve sosyal sorumlu tüketim davranışı değişkenlerinin incelenmesine yönelik üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde demografik özellikleri belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, ortalama aylık gelir, meslek, eğitim düzeyi soruları yöneltilmiştir. Anketin ikinci bölümünde yeni ekolojik paradigma ölçeği soruları, anketin üçüncü bölümünde sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği soruları yer almıştır. Yeni ekolojik paradigma ölçeği Dunlap vd. (2000) çalışmalarından; sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği Antil (1984) çalışmalarından uyarlanmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler beşli likert tipi “1- Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Fikrim yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle katılıyorum” şeklinde tasarlanmıştır. Araştırmanın geçerliliğinin değerlendirilmesinde faktör analizi ve güvenilirliğinin değerlendirilmesinde Cronbach’s alfa katsayı değerleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamındaki verilerin faktör analizi için uygunluğu KMO katsayısı ile incelenmiştir. Ölçeğin faktör yapısının gücü, elde edilen varyans oranlarıyla belirlenmiş, değişkenler arası etkileri ölçmek amacıyla da yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Covid-19 döneminde yeni ekolojik paradigmanın sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini belirlemektir. Bu çalışmadan beklenen sonuç ise tüketicilerdeki yeni ekolojik paradigma eğilimlerinin sosyal sorumlu tüketim davranışını etkileyeceği yönünde bulgulara ulaşılmasıdır.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın ana kütesini Türkiye'nin genel profilini yansıtan ve illere göre nüfus yoğunluğunun ilk sırasında yer alan İstanbul'da yaşamakta olan tüketiciler oluşturmaktadır. Ana kütle standart sapma veya varyanslarının bilinmemesi nedeniyle, uygulamada en yaygın kullanılan örnekleme formülü;  $n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$  dir (Kurtuluş, 2010:67). Bu çalışmada ana kütle varyansı bilinmediği için araştırmanın örnekleme büyüklüğünün hesaplanmasında, %95 güven seviyesinde ( $Z=1,96$ ), 0,5 varyans için ( $\pi=0,5$ ) ve %5 hata payıyla ( $e=0,05$ ), ana kütle temsil edileceği örneklemin büyüklüğünün en az 384 katılımcıyla sağlanabileceği hesap edilmiştir. Çalışmada evren listesinin temininin olanaksızlığı nedeniyle araştırma örnekleminin seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak (Malhotra, 2004:321) 479 tüketiciye ulaşılmıştır.

#### 3.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği (NEP) ve Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeği kullanılmıştır.

Çevresel tutum araştırmalarında kullanılan farklı ölçekler olmasına rağmen, bu çalışmada “Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek ilk kez Dunlap ve Van Liere tarafından 1978 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Dunlap ve Van Liere (1978); Furman (1998); Dunlap, Van Liere, Mertig ve Jones (2000) tarafından yapılmıştır. Dunlap ve Van Liere (1978) çalışmalarındaki 12 maddelik NEP ölçeği, 1 ile 5 arasındaki değerlerle puanlanan, Likert tipi bir ölçektir. “Ekolojik- bilinç” (Ellis ve Thompson, 1997), “antroposentrizm” (Chandler ve Dreger, 1993) ve “insan merkezciğe karşı eko-merkezcilik” (Thompson ve Barton, 1994) olmak üzere yeni dünya görüşünün bu üç yönünü ölçmektedir. 12 maddeden 5 madde ile ekolojik bilinç, 4 madde ile antroposentrizm veya insan merkezciğe, 3 madde ile doğanın egemenliği ölçülmektedir. Bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,81 olarak hesaplanmıştır. Ölçek, 2000 yılında Dunlap, Van Liere, Mertig ve Jones tarafından yenilenmiştir. 15 maddeden oluşan, 1 ile 5 arasındaki değerlerle puanlanan, Likert tipi yeni ölçeğin boyutları büyümenin sınırlarının gerçekliği (1, 6, 11); insan merkezciğe karşıtlığı (2, 7, 12); doğanın dengesinin kırılabilirliği (3, 8, 13); istisnaiğin reddi (4, 9, 14) ve bir çevre krizi olasılığı (5, 10, 15) olarak yenilenmiştir. Dunlap vd. (2000), çalışmalarında maddelerin tümü birinci döndürülmemiş faktöre

yoğun bir şekilde yüklendiğinde ve tek bir öğede birleştirildiğinde, iç tutarlılık katsayısını 0, 83 olarak ölçümlenmiştir. Bu yönüyle yeni ekolojik paradigma ölçeği içerdiği maddelere göre tutarlı bir toplam derecelendirme ölçeği olarak ele alınmaktadır. Ölçek, ekolojik dünya görüşünün daha geniş yönlerinden yararlanması, dengeli bir çevreci yönelim yanlısı ve karşıtı öğeler seti sunması, bu öğelere yönelik tutumların belirlenmesi açısından önemlidir.

Tüketicilerin sosyal sorumlu davranışlarını ölçmek amacıyla çalışmada “Sosyal Sorumlu Tüketim Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek ilk kez Antil ve Bennet tarafından 1979 yılında geliştirilmiştir. Ölçek, 1984 yılında Antil tarafından yenilenmiştir. 1 ile 5 arasındaki değerlerle puanlanan, Likert tipi bir ölçektir. Çalışmanın başlangıcında, bir dizi ilgili kaynaktan 138 maddelik bir ilk havuz geliştirilmiş, maddelere ilişkin puanlar, genel bir sosyal sorumlu tüketim davranışı endeksi oluşturmak üzere toplanmıştır. Yapı analizini içeren ölçekleme prosedürlerini kullanılarak, 40 maddelik nihai ölçekle madde analizi sonuçlandırılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için iki iç tutarlılık ölçüsü kullanılmıştır. Guttman's Lambda 3 ve Croanbach's alpha sırasıyla 0,93 ve 0,92 olarak hesaplanmıştır. Faktör analizi, ölçeğin boyutunun altında tek bir faktörün yattığını göstermiştir. Birinci faktör, faktörleri korumak için birden fazla özdeğer kuralı kullanan üç faktörlü bir çözümde, varyansın %78,3'ünü açıklamıştır, böylece, Sosyal Sorumlu Tüketim Ölçeğinin tek boyutlu olduğu belirlenmiştir (Antil, 1984:30). Bu ölçekte ters kodlanmış maddelerle birlikte Antil (1984), tüketicilerin, ürünlerin sosyal sonuçlarıyla ilgilenme düzeyleri, çevresel konular ve bu konulardan kaynaklı toplumsal konular ile ilgili değerlendirmelerini içeren maddeler ve bunlarla ilgili endişe düzeylerini ölçen maddeler, doğal kaynakların korunmasına, geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımına, atık ürünlerin geri dönüştürülmesine yönelik maddelerin yanı sıra, sosyal sorumlu tüketimde caydırıcı nitelik arz eden maddeler ile konuya ilişkin bu ve benzeri sorunları yavaşlatmak adına kişisel fedakarlıklar yapmaya istekli olmak ile ilgili maddeler yer almaktadır.

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Araştırmanın kapsamı doğrultusunda bu çalışmanın verileri Etik Kurul izninin alınmasını müteakiben 14 Ocak-2 Şubat 2022 tarihleri arasında çevrim içi toplanmıştır. Pandemi koşulları da göz önünde bulundurularak, araştırmanın verilerini toplamak amacıyla çevrimiçi veri platformu üzerinden oluşturulan anket formu ile cevap vermeye gönüllü tüketicilere ulaşılmıştır. Online olarak hazırlanan anket formları katılımcılara çevrimiçi uygulamalar yoluyla iletilmiştir, tüketicilerden geri dönüşlerle anket verileri elde edilmiştir.

### **3.5. Araştırmada Etik İzin**

Çalışmanın etik izni Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan alınmıştır (13/01/2022, 0000096923). Covid -19 ile ilgili çalışmalarda ülkemizin veri tabanına katkı sağlamak amacıyla, Bilimsel Araştırma Platformu üzerinden Sağlık Bakanlığına yapılan başvuru sonucunda çalışma uygun olarak değerlendirilmiştir (28/12/2021, 2021-12-28T10\_02\_12).

### **3.6. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri**

Araştırmada yeni ekolojik paradigma alt boyutlarını ifade eden değişkenler bağımsız, sosyal sorumlu tüketim davranışı ise bağımlı değişkendir. Araştırma modelinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkilemesi kuramından hareketle yeni ekolojik paradigma alt boyutlarını ifade eden beş değişkenin, sosyal sorumlu tüketim davranışını etkileyeceği varsayılmaktadır. Buna göre araştırmanın temel hipotezi ve alt hipotezleri aşağıdaki gibi tasarlanmıştır.

H<sub>1</sub>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmaya ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>1</sub><sup>a</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki doğanın dengesi boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>1</sub><sup>b</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki antroposentrizm boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>1</sub><sup>c</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki ekolojik kriz boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>1</sub><sup>d</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki ekolojik sınırlar boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>1</sub><sup>e</sup>: Covid 19 döneminde, katılımcıların yeni ekolojik paradigmadaki muafiyet karşıtı boyutuna ilişkin değerlendirmeleri ile sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### 3.7. Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Analizler

Verilerin analizi konusunda; tanımlayıcı istatistikler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ölçek için güvenilirlik analizleri için Cronbach Alpha testi yapılmıştır. Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı ile Yeni Ekolojik Paradigma düzeylerinin boyutları arasındaki ilişkilerin incelenmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı ile Yeni Ekolojik Paradigma boyutları arasındaki ilişkilerin modellenmesi için ise regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada 0,05'ten küçük olan p değerleri anlamlı kabul edilmiştir. Analizler SPSS 25.0 paket programı ile yapılmıştır.

## 4. Bulgular ve Tartışma

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Anket sonuçlarından elde edilen katılımcıların demografik özelliklere ait bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	253	52,8%
	Kadın	226	47,2%
Medeni hal	Evli	347	72,5%
	Bekar	132	27,5%
Yaş	18-35	193	40,2%
	36-49	126	26,3%
	50 ve üzeri	160	33,4%
Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	94	19,6%
	Lisans	326	68%
	Lisansüstü	59	12,4%
Meslek	Kamu çalışanı	103	21,5%
	Özel sektör çalışanı	174	36,3%
	Serbest meslek çalışanı	143	29,8%
	Çalışmıyor	59	12,3%

Tablo 1'de katılımcıların yaklaşık %53'nün erkek ve %47'sinin kadın olduğu görülmüştür, cinsiyet bakımından araştırmaya katılan kadın-erkek oranı eşdeğere yakındır. Katılımcıların yaklaşık %73'nün evli ve %27'sinin bekar oldukları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu evlidir. Katılımcıların yaklaşık %40'ının 18-35 yaş, %26'sının 36-49 yaş, %34'ünün 50 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Orta yaştaki katılımcılar ağırlıktadır. Katılımcıların yaklaşık %20'sinin lise ve altı düzeyde, %68'nin lisans ve %12'sinin lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları görülmüştür. Katılımcıların oldukça büyük bir çoğunluğu yüksek eğitilidir. Katılımcıların yaklaşık %21'nin kamu çalışanı, %26'sının özel sektör çalışanı, %30'unun serbest meslek çalışanı, %12'sinin ise aktif olarak çalışmadığı görülmüştür. Katılımcıların oldukça büyük bir kesiminin meslek sahibi olduğu belirlenmiştir.



#### 4.2.Açımlayıcı Faktör Analizine Ait Bulgular

Faktör analizi sonucunda bu çalışmada kullanılan yeni ekolojik paradigma ölçeği 15 maddeyle orijinalindeki gibi 5 alt boyuta ayrılmıştır. Buna göre üç madde ile Doğanın dengesi (M3-M8-M13), üç madde ile Ekolojik kriz (M5-M10-M15), üç madde ile Muafiyet karşıtı (M4-M9-M14), üç madde ile Ekolojik sınırlar (M1-M6-M11) ve üç madde ile Anti- antroposentrizm (M2-M7-M12) ölçeğin alt boyutlarını ifade etmektedir. Ölçeğin güvenilirlik düzeyinin 15 madde için 0,92 düzeyinde olduğu görülmüştür. Bu durum ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Tablo 2’de Güvenilirlik, Faktör Yüğü, iç tutarlılık, açıklanan varyans, KMO düzeyleri ve diğer güvenilirlik ve geçerlilik değerleri verilmiştir. Güvenilirliğin artması amacı ile çalışmadan ifade çıkartılmasına gerek duyulmadığı görülmektedir.

**Tablo 2.** Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği ve Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	Alt Boyut	Faktör Yüğü	Açıklanan varyans	İç tutarlılık	KMO
Madde 3	Doğanın dengesi	0,79	15%	0,75	0,89
Madde 8		0,75			
Madde 13		0,73			
Madde 5	Ekolojik kriz	0,63	13%	0,71	
Madde 10		0,62			
Madde 15		0,50			
Madde 9	Muafiyet karşıtı	0,72	14%	0,72	
Madde 4		0,71			
Madde 14		0,59			
Madde 1	Ekolojik sınırlar	0,71	15%	0,74	
Madde 6		0,67			
Madde 11		0,55			
Madde 2	Anti- antroposentrizm	0,68	12%	0,70	
Madde 7		0,67			
Madde 12		0,60			
Madde 1-40	Sosyal sorumlu tüketim davranışı	0,70	48%	0,78	0,93

Tablo 3’de yeni ekolojik paradigma ölçeğine ait maddelerin faktör yükleri verilmiştir. Elde edilen 5 boyut toplam varyansın %69’nu oluşturmaktadır. Boyutlar incelendiğinde iç tutarlılık katsayıları doğanın dengesi boyutu için 0,75; ekolojik kriz boyutu için 0,71; muafiyet karşıtı boyutu için 0,72; ekolojik sınırlar boyutu için 0,74 ve anti- antroposentrizm boyutu için 0,70 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada ölçeğin faktör yükleri ve alt faktörlerin toplanabilirliği Tukey toplanabilirlik testi ile değerlendirilmiştir. Tukey toplanabilirlik testine göre ölçeğin toplanarak bir ölçek toplam puanı elde edilmesi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır ( $p=0,12$ ,  $p>0,05$ ). Katılımcıların ölçek maddelerine verdikleri tepki düzeylerinin eşit olup olmadığı Hotelling  $T^2$  istatistik testi ile değerlendirilmiştir. Bu test sonucunda Ölçeğin Hotelling  $T^2$  testi sonucunun anlamlı olduğu saptanmıştır ( $T^2=2954,56$ ,  $p = 0,01$ ). Buna göre ölçekte tepki yanlılığı olmadığı ifade edilebilir. Çalışmada örneklem büyüklüğünün ölçekteki değişimleri anlatabilmek adına yeterli olup olmadığını belirlemek adına KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı ve yapının anlamlı olup olmadığını tespit etmek adına Barlet’s testi yapılmıştır. Ölçeğin KMO düzeyinin 0,89 olduğu ve örneklem sayısının yeterli olduğu görülmüştür. Barlet’s testi sonucu göre de yapının anlamlı olduğu görülmektedir (Barlet’s  $X^2=1526,55$ ,  $p=0,01$ ). Araştırmada sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinin faktör yükleri ve alt faktörlerin toplanabilirliği Tukey toplanabilirlik testi ile değerlendirilmiştir. Tukey toplanabilirlik testine göre tek boyutlu yapıya uygun olduğu sonucuna varılmıştır ( $p=0,01$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların ölçek maddelerine verdikleri tepki düzeylerinin eşit olup olmadığı Hotelling  $T^2$  istatistik testi ile değerlendirilmiştir. Bu test sonucunda Ölçeğin Hotelling  $T^2$  testi sonucunun anlamlı olduğu saptanmıştır ( $T^2=4552,01$ ,  $p = 0,01$ ). Ölçekte tepki yanlılığı olmadığı ifade edilebilir. Elde edilen boyut toplam varyansın yaklaşık olarak %48’ni oluşturmaktadır. Ölçeğin KMO düzeyinin 0,93 olduğu ve örneklem sayısının yeterli olduğu görülmüştür. Barlet’s testi sonucu göre de yapının anlamlı olduğu görülmektedir (Barlet’s  $X^2=1896,29$ ,  $p=0,01$ ). Yukarıdaki analiz sonuçlarına göre, yeni ekolojik paradigma ölçeğinden elde edilen beş boyutlu yapının ve sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinden elde edilen tek boyutlu yapının anlamlı ve çalışmaya dahil edilen 479 katılımcının ölçeğin değerlendirilmesi için yeterli sayıda olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Yeni Ekolojik Paradigma ve Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Ölçeklerinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Alt Boyutlar	X±s.s.	Güvenilirlik
<b>Yeni Ekolojik Paradigma</b>	Doğanın dengesi	3,38±0,27	0,92
	Ekolojik kriz	4,25±0,28	
	Muafiyet karşıtı	3,48±0,27	
	Ekolojik sınırlar	3,39±0,29	
	Anti- antroposentrizm	3,53±0,17	
<b>Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı</b>	Sosyal sorumlu tüketim davranışı	3,81±0,11	0,93

Yeni ekolojik paradigma alt boyutları ile sosyal sorumlu tüketim davranışı değerlendirildiğinde dağılımın normal olması nedeniyle merkezi eğilim ölçütü olarak ortalama, yayılma ölçütü olarak da standart sapma kullanılmıştır. Buna göre Tablo 3'te iki ölçeğe ait ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Yeni ekolojik paradigma ölçeğinin alt boyutlarından olan doğanın dengesinin 3,38±0,27, ekolojik kriz 4,25±0,28, muafiyet karşıtı 3,48±0,27, ekolojik sınırlar 3,39±0,29 ve anti-antroposentrizm düzeylerinin 3,53±0,17 olduğu görülmüştür. Sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinde ise ortalama ve standart sapma değerlerinin 3,81±0,11 olduğu belirlenmiştir. Yeni ekolojik paradigma ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin (Cronbach's Alpha) 0,92 ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmüştür. Sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeğinin ise güvenilirlik düzeyinin (Cronbach's Alpha) 0,93 ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmüştür. Çalışmada kullanılan iki ölçeğin de yüksek düzeyde güvenilir olduğu ve ölçüm aracı olarak tutarlı bir ölçüm aracı olduğu ifade edilebilmektedir.

#### 4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Bulgular

Açıklayıcı faktör analizinin ana amacı teoriyi geliştirmek iken, doğrulayıcı faktör analizinin asıl amacı teoriyi test etmektir (Nakıboğlu, 2008:130). Araştırmada kullanılan yeni ekolojik paradigma ölçeğinin verilerle uyumu ve yapısal geçerliliği test edilmiştir. Uygulanan örneklem üzerinde bağımsız değişkenler için değerlendirmeler yapılmıştır. Tablo 4'te yeni ekolojik paradigma ölçeğinin uyum parametreleri verilmiştir. Ölçeğin her boyutundaki sd  $\chi$ , AGFI, GFI, CFI, IFI, RMSEA, SRMR, PNFI ve PGFI uyum parametreleri incelenmiştir. Uyum indekslerinin kuramsal model ile gerçek veriler arasındaki uyumu değerlendirmelerinde birbirlerine göre güçlü ve zayıf yönlerinin olması nedeniyle modelin uyumunun ortaya konulması için birçok uyum indeksi değerinin kullanılması önerilir. Bunlardan en sık kullanılanları (Ki-Kare Uyum Testi (Chi-Square Goodness), İyilik Uyum İndeksi (GFI), Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi (AGFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Normaleştirilmiş Uyum İndeksi (NFI), Ortalama Hataların Karekökü (RMR veya RMS) ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü'dür (RMSEA) (Büyüköztürk vd. 2012:217). Ölçeğin 5 alt boyut ve 15 madde olmak üzere uyum endeksleri bakımından uygunluk gösterdiği tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında tüm maddelerin ölçek katkısının %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür(p<0,05).

**Tablo 4.** Yeni Ekolojik Paradigma Alt Boyutlarının Uyum Düzeylerinin İncelenmesi

Uyum İndeksleri	Değer	Uyum Durumu	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
$1^2/sd \chi$	1,94	Mükemmel Uyum	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
$2^2AGFI$	0,96	Mükemmel Uyum	$,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$,85 \leq AGFI \leq ,90$

<sup>3</sup> GFI	0,98	Mükemmel Uyum	,95 ≤ GFI ≤ 1,00	,90 ≤ GFI ≤ ,95
<sup>3</sup> CFI	0,96	Mükemmel Uyum	,95 ≤ CFI ≤ 1,00	,90 ≤ CFI ≤ ,95
<sup>3</sup> IFI	0,97	Mükemmel Uyum	,95 ≤ IFI ≤ 1,00	,90 ≤ IFI ≤ ,95
<sup>4</sup> RMSEA	0,05	Mükemmel Uyum	,00 ≤ RMSEA ≤ ,05	,05 ≤ RMSEA ≤ ,08
<sup>4</sup> SRMR	0,05	Mükemmel Uyum	,00 ≤ SRMR ≤ ,05	,05 ≤ SRMR ≤ ,10
<sup>5</sup> PNFI	0,73	Kabul Uyum	Edilebilir ,95 ≤ PNFI ≤ 1,00	,50 ≤ PNFI ≤ ,95
<sup>6</sup> PGFI	0,69	Kabul Uyum	Edilebilir ,95 ≤ PGFI ≤ 1,00	,50 ≤ PGFI ≤ ,95

**Kaynak:** <sup>1</sup>Kline, 2011; <sup>2</sup>Schermelleh ve Moosbrugger, 2003; <sup>3</sup>Baumgartner ve Homburg, 1996; <sup>4</sup>Browne ve Cudeck, 1993; <sup>5</sup>Hu ve Bentler, 1999; <sup>6</sup>Meyers, vd., 2006.

Yeni ekolojik paradigma alt boyutlarının, sd  $\chi$ , AGFI uyum parametreleri incelendiğinde elde edilen boyutların mükemmel düzeyde uyumu işaret etmektedir. GFI, CFI, IFI, RMSEA, SRMR uyum indeksleri mükemmel düzeyde uyum olduğunu, PNFI ve PGFI uyum parametreleri ise kabul edilebilir düzeyde bir uyumu göstermektedir.

Sosyal sorumlu tüketim davranışı ölçeği orijinal formuna uygun olarak 40 madde ve tek alt boyuta göre uygulanan doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında tüm maddelerin ölçek katkısının %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür (p<0.05). Ölçekte orijinal forma uygun olarak sosyal sorumlu tüketim davranışı (M 1-40) boyutu tespit edilmiştir (Tablo 5).

**Tablo 5.** Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Boyutu İçin Uyum Düzeylerinin İncelenmesi

Uyum İndeksleri	Değer	Uyum Durumu	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
<sup>1</sup> /sd $\chi$	1.97	Mükemmel Uyum	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
<sup>2</sup> AGFI	0.91	Mükemmel Uyum	.90 ≤ AGFI ≤ 1.00	.85 ≤ AGFI ≤ .90
<sup>3</sup> GFI	0.91	Mükemmel Uyum	.95 ≤ GFI ≤ 1.00	.90 ≤ GFI ≤ .95
<sup>3</sup> CFI	0.95	Mükemmel Uyum	.95 ≤ CFI ≤ 1.00	.90 ≤ CFI ≤ .95
<sup>3</sup> IFI	0.95	Mükemmel Uyum	.95 ≤ IFI ≤ 1.00	.90 ≤ IFI ≤ .95
<sup>4</sup> RMSEA	0.04	Mükemmel Uyum	.00 ≤ RMSEA ≤ .05	.05 ≤ RMSEA ≤ .08
<sup>4</sup> SRMR	0.05	Mükemmel Uyum	.00 ≤ SRMR ≤ .05	.05 ≤ SRMR ≤ .10
<sup>5</sup> PNFI	0.91	Mükemmel Uyum	.95 ≤ PNFI ≤ 1.00	.50 ≤ PNFI ≤ .95
<sup>6</sup> PGFI	0.58	Mükemmel Uyum	.95 ≤ PGFI ≤ 1.00	.50 ≤ PGFI ≤ .95

**Kaynak:** <sup>1</sup>Kline, 2011; <sup>2</sup>Schermelleh ve Moosbrugger, 2003; <sup>3</sup>Baumgartner ve Homburg, 1996; <sup>4</sup>Browne ve Cudeck, 1993; <sup>5</sup>Hu ve Bentler, 1999; <sup>6</sup>Meyers, vd., 2006.

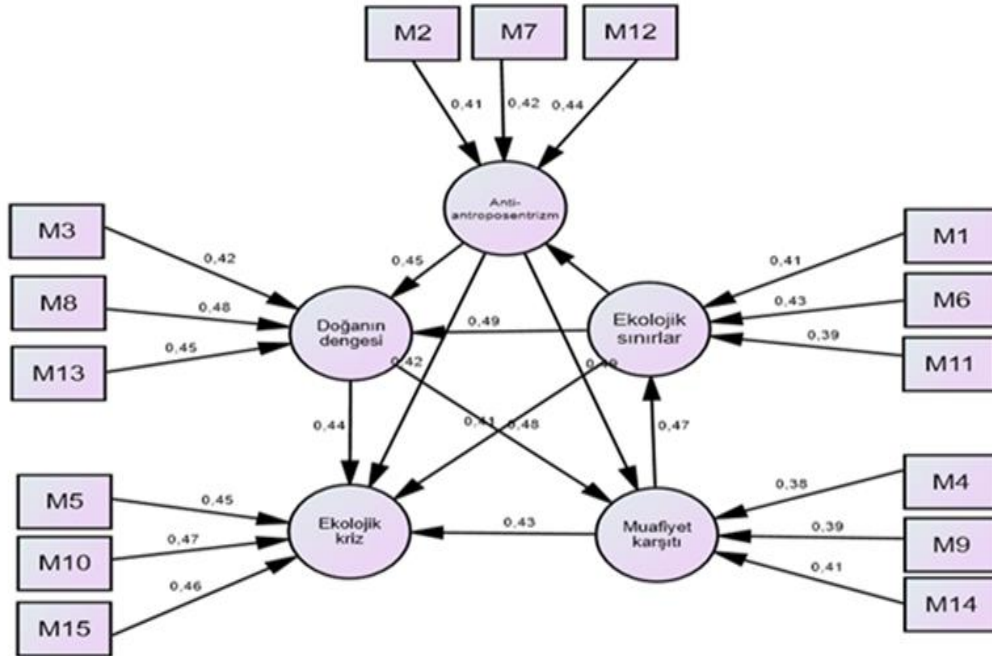
Sosyal sorumlu tüketim davranışı boyutunun sd  $\chi$ , AGFI, GFI, CFI, IFI, RMSEA, SRMR, PNFI ve PGFI uyum parametreleri incelendiğinde 40 ifade ve tek boyuttan oluşan yapının mükemmel düzeyde uyuma sahip olduğu görülmüştür. Sosyal sorumlu tüketim davranışı ve yeni ekolojik paradigma boyutlarının normallik dağılımlarının tespit edilmesi için kolmorov- simirnov normallik testi yapılmıştır (Tablo 6).

**Tablo 6.** Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı ve Yeni Ekolojik Paradigma Boyutlarının Normallik Dağılımları

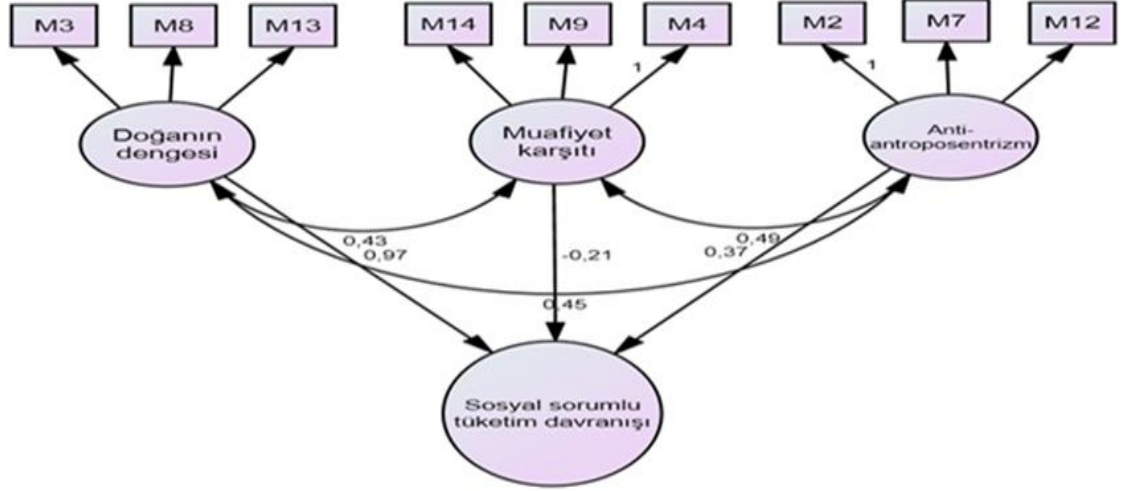
Boyutlar	K-S	Eğiklik	Çarpıklık	p
Doğanın dengesi	0,07	0,27	-0,73	0,14
Ekolojik kriz	0,07	0,31	-0,88	0,07
Muafiyet karşıtı	0,05	0,33	-0,91	0,23
Ekolojik sınırlar	0,08	0,19	0,27	0,06
Anti- antroposantrizm	0,08	0,69	0,07	0,05
Sosyal sorumlu tüketim davranışı	0,06	0,21	0,23	0,18

Elde edilen her iki ölçek boyut ve alt boyut puanlarının dağılımlarının normal dağılıma uygun olduğu ( $p < 0,05$ ), eğiklik ve basıklık değerlerinin -1,5 ile 1,5 arasında yer alması, örneklem sayısının da yeterli olarak görülmesinden dolayı ölçeklerin incelenmesi parametrik yöntemler ile yapılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Araştırmada kullanılan yeni ekolojik paradigma boyutlarının doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 1’de verilmiştir. DFA’daki yolların regresyon ağırlıkları hesaplanmıştır. Buna göre “doğanın dengesi” boyutu ile kurulan regresyon yolları sırasıyla M3, M8, M13 için 0,42, 0,48 ve 0,45 düzeyinde olduğu görülmüştür. “Ekolojik kriz” boyutu ile kurulan regresyon yolları sırasıyla M5, M10, M15 için 0,45, 0,47 ve 0,46 düzeyinde olduğu belirlenmiştir. “Muafiyet karşıtı” boyutu ile kurulan regresyon yolları sırasıyla M4, M9, M14 için 0,38, 0,39 ve 0,41 düzeyinde olduğu saptanmıştır. “Ekolojik sınırlar” boyutu ile kurulan regresyon yolları sırasıyla M1, M6, M11 için 0,41, 0,43 ve 0,39 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. “Anti- antroposantrizm” boyutu ile kurulan regresyon yolları sırasıyla M2, M7, M12 için 0,41, 0,42 ve 0,44 düzeyinde olduğu görülmüştür (Şekil 1).

**Şekil 1.** Yeni Ekolojik Paradigma Boyutlarındaki Değişkenlerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

Alt boyutlar bazında kurulan regresyon yollarının Anti- antroposentrizm - Doğanın dengesi ( $\beta=0,45$ ), Anti- antroposentrizm - Ekolojik kriz ( $\beta=0,49$ ), Anti- antroposentrizm - Muafiyet karşıtı ( $\beta=0,49$ ), Anti- antroposentrizm - Ekolojik sınırlar ( $\beta=0,46$ ), Doğanın dengesi - Ekolojik sınırlar ( $\beta=0,41$ ), Doğanın dengesi - Ekolojik kriz ( $\beta=0,44$ ), Doğanın dengesi - Muafiyet karşıtı ( $\beta=0,48$ ), Ekolojik sınırlar - Ekolojik kriz ( $\beta=0,49$ ), Ekolojik sınırlar - Muafiyet karşıtı ( $\beta=0,47$ ), Ekolojik kriz -Muafiyet karşıtı ( $\beta=0,43$ ) düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. DFA sonuçlarına göre madde ve boyutların arasında kurulan regresyon yollarının anlamlı olması yapının tutarlı bir şekilde orijinal yapıya uygun olarak gerçekleştiği şeklinde yorumlanabilmektedir. Yeni ekolojik paradigma alt boyutlarının sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini gösteren doğrulayıcı faktör analizi sonuçları arasındaki yollar Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil 2. Yeni Ekolojik Paradigma Alt Boyutlarının Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışına Etkisini Gösteren DFA Sonuçları Arasındaki Yolların İncelenmesi

Yeni ekolojik paradigma alt boyutlarının sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisini gösteren DFA sonuçları arasındaki yollar incelendiğinde, yeni ekolojik paradigma alt boyutlarından doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm boyutlarının sosyal sorumlu tüketim davranışına etki ettiği görülmektedir.

#### 4.4.Korelasyon ve Regresyon Analizine Ait Bulgular

Yeni ekolojik paradigma ile sosyal sorumlu tüketim davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Yeni Ekolojik Paradigma Boyutları ile Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Ölçek	Yeni ekolojik paradigma					
	Değer	Doğanın dengesi	Ekolojik kriz	Muafiyet karşıtı	Ekolojik sınırlar	Anti- antroposentrizm
Sosyal sorumlu tüketim davranışı	r(corr.)	0,86*	0,07	-0,28*	0,08	-0,16*
	p(sig.)	0,01	0,12	0,01	0,07	0,01

\*0,05 düzeyinde anlamlı

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların sosyal sorumlu tüketim davranışı düzeylerinin doğanın dengesi boyutu ile çok güçlü düzeyde ve pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Buna göre katılımcıların doğanın dengesine yönelik güç ve kırılganlıkla ilgili algı düzeylerinin artmasının, sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumlarının da artmasına neden olacağı yönündedir ( $r=0,86$ ,  $p=0,01$ ). Buna karşın sosyal sorumlu tüketim

davranışı ile ekolojik kriz düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ( $r=0,07$ ,  $p=0,12$ ). Buna göre, katılımcıların bir çevre krizi algısına ve olasılığına yönelik düşüncelerinin, sosyal sorumlu tüketim davranışlarında bir değişikliğe yol açmayacağı belirlenmiştir. Araştırmada katılımcıların, sosyal sorumlu tüketim davranışlarının muafiyet karşıtı boyutu ile zayıf düzeyde ve negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür ( $r=-0,28$   $p=0,01$ ). Elde edilen bu bulguya göre, insan zekasının dünyanın yaşanmaz hale gelmesini engelleyeceği, insanların doğa yasalarına tabi olduğu ve insanların doğanın işleyişini öğrenecekleri yönündeki muafiyet karşıtı düşünce düzeylerinin artmasının, sosyal sorumlu tüketim davranışını azaltacağı söylenebilmektedir. Bu çalışmada sosyal sorumlu tüketim davranışı ile ekolojik sınırlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ( $r=0,08$ ,  $p=0,07$ ). Bu bulguya dayanarak, dünyanın alabileceği insan sayısının sınırına yaklaştığı, dünyanın sınırlı alana/ kaynağa sahip olduğu yönündeki düşüncelerin sosyal sorumlu tüketim davranışı üzerinde herhangi bir etkiye neden olmadığı görülmektedir. Katılımcıların sosyal sorumlu tüketim davranışları ile anti- antroposentrizm eğilimleri incelendiğinde, bu iki değişken arasında çok zayıf düzeyde ve negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür ( $r=-0,16$   $p=0,01$ ). Bu bulgudan yola çıkılarak, insan merkezilik yaklaşımına karşıtlığı temsil eden anti- antroposentrizm düşüncesinin artmasının sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumu düşük düzeyde azaltacağı söylenebilmektedir.

Tablo 8’de regresyon analizi sonucunda sosyal sorumlu tüketim davranışı ve yeni ekolojik paradigma alt boyutlarından doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm bağımsız değişkenlerin anlamlı düzeylerde ilişkili olduğu görülmektedir. Çalışmada sosyal sorumlu tüketim davranışı ile doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve Anti- antroposentrizm arasında tespit edilen modelin anlamlı olduğu görülmüştür ( $F=696,48$ ,  $p=0,01$ ,  $p<0,05$ ). Modelin açıklama yüzdesinin %81 ( $R^2=0,81$ ) olduğu ve bu oranının oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Son olarak doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve Anti- antroposentrizm katsayılarının da anlamlı olduğu görülmüştür ( $p=0,01$ ,  $p<0,05$ ). Modelde oto korelasyon varlığının incelenmesi amacı ile yapılan durbin watson testi sonuçlarına göre modelde oto korelasyon olmadığı görülmüştür ( $D.W.=1,89$ ,  $1,20<D.W.<2,25$ ). Ekolojik kriz ve ekolojik sınırlar alt boyutlarının ise sosyal sorumlu tüketim davranışına etki etmediği görülmüştür. Tablo 6’da verilen kat sayılar ( $\beta$ ) incelendiğinde doğanın dengesinin bir birim değişmesi sosyal sorumlu tüketim davranışını 0,97 birim değiştirecek olduğu görülmüştür. Muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm boyutlarının negatif yönde etkisinin ise sırası ile 0,21 ve 0,13 birim olarak sosyal sorumlu tüketim davranışına etki edeceği görülmüştür. Bu doğrultuda, modelin anlamlı olduğu görülmüştür. Analiz sonucunda elde edilen model aşağıdaki gibidir;

Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı (Y)= (0,97) \* Doğanın Dengesi- (0,21) \* Muafiyet Karşıtı -(0,13) \* Anti- antroposentrizm

**Tablo 8.** Yeni Ekolojik Paradigma Alt Boyutları ile Sosyal Sorumlu Tüketim Davranışı Arasındaki İlişkilerin Modellenmesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler			F Model	R <sup>2</sup>
	Doğanın dengesi	Muafiyet karşıtı	Anti- antroposentrizm		
	( $\beta$ )	( $\beta$ )	( $\beta$ )		
	0,97	-0,21	-0,13	696,48	
Sosyal sorumlu tüketim davranışı (Y)	t=45,29 p=0,01	t=-9,41 p=0,01	t=-6,35 p=0,01	(p=0,01)	0,81

Sonuçlar incelendiğinde sosyal sorumlu tüketim davranışına etki eden önemli faktörün doğanın dengesi boyutu olduğu görülmüştür ( $H_1^a$  kabul). Muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm düzeylerinin etkisinin negatif ve düşük düzeylerde olduğu tespit edilmiştir ( $H_1^b$  kabul,  $H_1^c$  kabul). Doğanın dengesinin yüksek ve muafiyet karşıtı ile anti- antroposentrizmin düşük olması sosyal sorumlu tüketim davranışını arttıracaktır. Ekolojik kriz ve ekolojik sınırlar ile sosyal sorumlu tüketim davranışı arasında anlamlı düzeyde regresyon yolları kurulamamıştır. Ekolojik krizin ve ekolojik sınırların, sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisinin olmadığı görülmüştür ( $H_1^c$  red,  $H_1^d$  red).

## 5.Sonuç

İçinde bulunduğumuz Covid -19 döneminde, insan ve doğa arasındaki ilişkilerde dengenin bulunabilmesi için ekolojik farkındalığı arttıracak bir bakış açısına ve anlayışa olan ihtiyaç daha da netleşmiştir. Bu nedenle belirli konulara yönelik bilgi edinmede mevcut değerlendirmelerin ve deneyimlerin etkisinin incelenmesi, ekolojik bir dünya görüşünün onaylanmasındaki olası davranışların izlenmesi açısından yararlı olacaktır. Covid 19 pandemisinin yaşandığı bu dönemde yeni ekolojik paradigmanın sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisi bu çalışma ile incelenmiştir. Pandemi süreciyle beraber daha fazla sayıda birey, tüketim davranışlarının etkileri konusunda daha fazla dikkat geliştirmiştir (Degli Esposti, vd., 2021). Bu önem nedeniyle, özellikle sosyal sorumlu tüketim davranışının, hangi açılardan incelendiği ve diğer hangi kavramlarla ilişkilendirildiği sorulmaya değerdir. Covid-19'un insanların sürdürülebilir davranışları üzerindeki etkisini güçlendirdiğini Qaisar vd. (2021) çalışmaları doğrulamaktadır. Pandeminin, çevre bilinci ve sorumlu tüketim üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğu, insanların sosyo-çevresel konular hakkında daha fazla endişe duydukları ve yüksek yoğunluktaki tüketicilerin, çevresel açıdan sürdürülebilir ürünler tüketmeye başladıkları bulgular arasındadır. Bu araştırmada ise pandemi döneminde tüketicileri sosyal sorumlu davranmaya yönlendiren süreci ekolojik değerlendirmeler ekseninde anlamaya çalışmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, yeni ekolojik paradigma çerçevesinde sosyal sorumlu tüketim davranışına pozitif ve yüksek düzeyde etki eden faktörün, doğanın dengesi boyutu olduğu; muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm boyutlarının negatif ve düşük düzeylerde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, doğanın dengesi, muafiyet karşıtı ve anti- antroposentrizm ile ilgili değerlendirmelerin, sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumlara etki ettiği dolayısıyla tüketicilerin davranışlarını engellemede veya teşvik etmede bu unsurların önemli olduğu görülmektedir. Buna karşın ekolojik kriz ve ekolojik sınırlarla ilgili değerlendirmelerinin, sosyal sorumlu tüketim davranışına etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bulgulardan hareketle sosyal sorumlu tüketim davranışının artmasına/azalmasına neden olabilecek etkenin doğanın dengesine yönelik tüketicilerin değerlendirmeleri olacağı sonucuna varılmıştır. Bir çevre krizi algısına ve olasılığına yönelik düşüncelerin, sosyal sorumlu tüketim davranışında bir değişikliğe yol açmayacağı; insan zekasının dünyanın yaşanmaz hale gelmesini engelleyeceği gibi muafiyet karşıtı düşünce düzeylerinin artmasının, sosyal sorumlu tüketim davranışını azaltacağı; dünyanın oldukça fazla alana/ kaynağa sahip olduğu yönündeki düşüncelerin sosyal sorumlu tüketim davranışını harekete geçirmeyeceği, insan merkezilik yaklaşımının artmasının, sosyal sorumlu tüketim davranışına yönelik tutumu düşük düzeyde azaltacağı bu çalışmadan elde edilen sonuçlardan ortaya çıkan öngörülerdir. Ekolojik değişkenleri olumluya döndürebilme girişimi olarak daha sürdürülebilir bir gelecek inşa etmek üzerine ve aynı zamanda tüketicileri düşünmeye davet etmek için de çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim ve sosyal sorumluluk algısı konularında çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu çalışma, tüketicilerin sosyal sorumlu, çevresel davranışlarına odaklanan literatüre katkı sağlamaktadır. Konuyla ilgili yeni bilgiler sağlanmış olsa da kesin sonuçlara varılmadan önce, tüketicilerin çevre bilinciyle ilgili dünya görüşleri ve sosyal sorumlu tüketim davranışlarıyla ilgili ek araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Mevcut çalışma ulusal çapta bir örneklemeyle sınırlandırılmıştır. Bu nedenle araştırma farklı topluluklardan popülasyonları temsil eden örneklemeleri içerecek şekilde tasarlanabilir.

## Kaynaklar

- Anderson, W.T.; Cunningham, W.H. (1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36, 23.
- Antil, J. and Bennet, B. (1979). Construction and validation of a scale to measure socially responsible consumption behavior. *The conserver society: American Marketing Ass.*, 51-68.
- Antil, J. (1984). Socially responsible consumers: Profile and implications for public policy. *Journal of Macromarketing*, 5(2), 18-39.
- Baumgartner, H., Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.
- Becchetti, L., Salustri, F. (2019). The vote with the wallet game: Responsible consumerism as a multiplayer prisoner's dilemma. *Sustainability*, 11, 1109.
- Browne, M. and Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit* (Ed.), *Testing Structural Equation Models içinde (136-162)*. California: Sage Publication.
- Büyükoztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Castaño, L., Perdomo-Ortiz, J., Ocampo., León, W.F. (2016). Socially responsible consumption: An application in Colombia. *Business Ethic And European Review*, 25, 460-481.
- Chandler, E. W., & Dreger, R. M. (1993). Anthropocentrism: Construct validity and measurement. *Journal of Social Behavior and Personality*, 8, 169–188.
- Chatzidakis, A.; Shaw, D. (2018). Sustainability: Issues of Scale, Care and Consumption. *British Journal of Management*, 29, 299- 315.
- Cohen, M.J. (2020). Does the COVID-19 outbreak mark the onset of a sustainable consumption transition?. *Sustainability: Science, Practice, and Policy*, 16 (1), 1 – 3.
- Cohen, M.J., (2019). Introduction to the special section: innovative perspectives on systems of sustainable consumption and production. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 15 (1), 104 – 110.
- Collivignarelli, M.C., Abba, A., Bertanza, G., Pedrazzani, R., Ricciardi, P., Miino, M.C. (2020). Lockdown for COViD-19 in Milan: What are the effects on air quality? *Sci Total Environ.*,732:139280. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139280>.
- Degli Esposti, P., Mortara, A., Roberti, G. (2021). Sharing and sustainable consumption in the era of COVID-19. *Sustainability*, 13(4), 1903.
- Dunlap, R. E., and Van Liere, K. D. (1978). The “new environmental paradigm”: A proposed measuring instrument and preliminary results. *Journal of Environmental Education*, 9, 10–19.
- Dunlap, R. E., Van Liere, D., Mertig, A. G. and Jones, R. E. (2000). Measuring endorsement of the new ecological paradigm: A revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56 (3), 425-442.
- Dunlap, R. E. (2002). Environmental sociology: A personal perspective on its first quarter century. *Organization and Environment*, 15, 10-36.
- Dutheil, F., Baker, J. S., Navel, V. (2020). COVID-19 as a factor influencing air pollution? *Environmental Pollution* (Barking, Essex: 1987), 263, 114466.
- Eckhardt, G.M., Belk, R., Devinney, T.M. (2010). Why don't consumers consume ethically? *Journal of Consumer Behaviour*, 9, 426- 436.
- Eizenberg, E., Jabareen, Y. (2017). Social Sustainability: A New Conceptual Framework. *Sustainability*, 9, 68.
- Ellis, R. J., and Thompson, F. (1997). Culture and the environment in the Pacific Northwest. *American Political Science Review*, 91, 885–897.
- Erciş, A. ve Türk, B. (2016). Etik çerçevesinde tüketim, tüketici ve çevre: Ekolojik okuryazarlığın moderatör rolü. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(2), 1-24.
- Fischer, D.; Böhme, T.; Geiger:M. (2017). Measuring young consumers' sustainable consumption behavior: Development and validation of the YCSCB scale. *Young Consumer*, 18, 312- 326.
- Furman, A. (1998). A note on environmental concern in a developing country: Results from an İstanbul Survey, *Environment & Behavior*, 30, 520–534.
- Gregory-Smith, D.; Manika, D.; Demirel, P. (2017). Green intentions under the blue flag: Exploring differences in EU consumers' willingness to pay more for environmentally-friendly products. *Bus. Ethic A Eur. Rev.* 26, 205- 222.
- Harrison, R.T., Newholm, T., Shaw, D. (2005). *The Ethical Consumer*. London: SAGE Publications.
- Hines, J., Hungerford, H. R. and Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *Journal of Environmental Education*, 18(2), 1-8.
- Howard, G. S., Delgado, E., Miller, D. and Gubbins: (1993). Transforming values into actions: Ecological preservation though energy conservation. *Counseling Psychologist*, 21, 582-596.
- Hu, L. and Bentler, P. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Ingenbleek, P.T.M.; Meulenbergh, M.T.; Van Trijp, H.C. (2015). Buyer social responsibility: A general concept and its implications for marketing management. *Journal of Marketing Management*, 31, 1428- 1448.
- Johnson, B., Eagly, A. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychol Bull Journal*, 106, 290.
- Jribi, S., Ismail, H., Doggui, D., Debbabi, H. (2020) COVID-19 virus outbreak lockdown: what impacts on household food wastage? *Environment Development Sustain Journal*, 22:3939–3955. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00740-y>.
- Kline, R. B. (2011). *Structural equation modeling*. Newyork: The Guilford Press.



- Kolk, A., Van Tulder, R. (2010). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International Business Review*, 19, 119- 125.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Lagerkvist, C., Edenbrandt A., Tibbelin I., Wahlstedt, Y. (2020). Preferences for sustainable and responsible equity funds- A choice experiment with Swedish private investors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 28, 1-12.
- Leigh, J., Murphy, P., Enis, B. (1988). A new approach to measuring socially responsible consumption tendencies. *Journal of Macromarketing*, 8(1), p.5-21.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Global (sixth edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B. and Oskamp: (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*, 137, 189-204.
- Meyers, L. S., Gamst, G. and Guarino, A. J. (2006). *Applied multivariate research: Design and interpretation*. London: Sage Publication.
- 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, 45-72.
- Moon, J. (2007). The contribution of corporate social responsibility to sustainable development. *Sustainable Development*, 15, 296- 306.
- Orlitzky, M., Siegel, D.S., Waldman, D.A. (2011). Strategic Corporate Social Responsibility and Environmental Sustainability. *Business Society*., 50, 6–27.
- Qaisar, A., Parveen:, Yaacob, H. (2021). Covid-19 and dynamics of environmental awareness, sustainable consumption and social responsibility in Malaysia. *Environ Sci Pollut Res Journal*, 28, 56199-56218. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-14612-z>.
- Raworth, K. (2017). *Doughnut economics, seven ways to think like a 21st-century economist*. London: Random House Business Books.
- Sarkis J., Cohen M.J., Dewick P., Schroder P. (2020). A brave new world: Lessons from the Covid-19 pandemic for transitioning to sustainable supply and production. *Resour Conserv Recycl Journal*, 159:104894. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104894>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23-74.
- Shobeiri., Rajaobelina, L., Durif, F., Boivin, C. (2016). Experiential Motivations of Socially Responsible Consumption. *International Journal of Marketing Research*, 58, 119- 139.
- Severo, E. A., De Guimarães, J. C. F., Dellarmelin, M. L. (2021). Impact of the COVID-19 pandemic on environmental awareness, sustainable consumption and social responsibility: Evidence from generations in Brazil and Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 286, 124947.
- Singh, N. (2009). Exploring socially responsible behaviour of Indian consumers: An empirical investigation. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 200-211.
- Stern, P. C., Dietz, T., and Kalof, L. (1993). Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior*, 25, 322–348.
- Stern, P.C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 523-530.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston: Pearson Education Inc.
- Thiyagarajan: ve Shanthi, P. (2013). Socially responsible consumer behaviour and its effectiveness on advertisements in India. *Sociology Study*, 3(5), 387-394.
- Thompson: C. G., and Barton, M. A. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. *Journal of Environmental Psychology*, 14, 149-158
- Van Liere, K. D. and Dunlap, R. E. (1981). Environmental concern: Does it make a difference how it's measured? *Environment and Behavior*, 13, 651-676.
- Vitell, J. (2014). A case for consumer social responsibility (CnSR): Including a selected review of consumer ethics/social responsibility research. *Journal of Business Ethic*, 130, 767- 774.
- Wang, Q. and Su, M. (2020). A preliminary assessment of the impact of COVID-19 on environment- A case

study of China. *Science of the Total Environment Journal*, 728:138915.  
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138915>

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

Xiao, C., Dunlap, R.E., Hong, D. (2019). Ecological worldview as the central component of environmental concern: Clarifying the role of the NEP. *Society and Nature Resources*, 32, 53-72.

Zaichkowsky, J.L. (1991). Consumer behavior: Yesterday, today, and tomorrow. *Business Horizon*, 34, 51-58.

---

#### **Etik, Beyan ve Açıklamalar**

---

**1. Etik Kurul izni ile ilgili;**

Bu çalışmanın yazarı, Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun tarih 03/01/2022, sayı 7/2 ve karar 35841939-050-E.096923 ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.

**2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uydıklarını kabul etmektedir.**

**3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.**

**4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.**

---