



**İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**  
**Journal of the Human and Social Science Researches**  
[2147-1185]

[itobiad], 2018, 7 (4): 2978/3007

**Çevreci Tüketim Davranışı: Etkili Faktörler ve Teorik Açıklamalar**

Pro-Environmental Consumption Behavior: Influential Factors and  
Theoretical Explanations

**Ahmet Tuğrul TUĞER**

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, MYO  
Assistant Professor, Istanbul Okan University, Vocational School  
ahmet.tuger@okan.edu.tr  
Orcid ID: 0000-0002-1006-1435

**İnci DURSUN**

Dr. Öğr. Üyesi Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi  
Asst.Prof., Gebze Technical University Faculty of Management  
incidursun@gtu.edu.tr  
Orcid ID: 0000-0002-9856-3914

**Ebru TÜMER KABADAYI**

Prof. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi  
Prof., Gebze Technical University, Faculty of Management  
tumer@gtu.edu.tr  
Orcid ID: 0000-0002-0673-6866

**Makale Bilgisi / Article Information**

**Makale Türü / Article Types** : Araştırma Makalesi / Research Article  
**Geliş Tarihi / Received** : 08.08.2018  
**Kabul Tarihi / Accepted** : 27.12.2018  
**Yayın Tarihi / Published** : 27.12.2018  
**Yayın Sezonu** : Ekim-Kasım-Aralık  
**Pub Date Season** : October-November-December  
**Cilt / Volume: 7 Sayı – Issue: 4 Sayfa / Pages:** 2978-3007

**Atıf/Cite as:** TUĞER, A, DURSUN, İ, TÜMER KABADAYI, E. (2018). Çevreci Tüketim Davranışı: Etkili Faktörler ve Teorik Açıklamalar. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 7 (4), 2978-3007. Retrieved from <http://www.itobiad.com/issue/39481/452113>

**İntihal /Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software. <http://www.itobiad.com/>

**Copyright** © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU- Karabük University, Faculty of Theology, Karabük, 78050 Turkey. All rights reserved.

## Çevreci Tüketim Davranışı: Etkili Faktörler ve Teorik Açıklamalar

### Öz

Tüketim ve tüketim ile şekillenen üretim süreçlerinin çevre üzerindeki yıkıcı etkilerinin anlaşılmaya başladığı 1970li yıllardan günümüze bireysel tüketicilerin sürdürülebilir kalkınma sürecindeki rolleri açıkça ortaya konulmuş, çevreye duyarlı bir tüketim ve yaşam tarzının benimsenmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Doğaya olumlu veya daha az olumsuz etkileri olan tüketim davranışlarının motive edilmesi için çevreci tüketim davranışlarının temel dinamiklerinin anlaşılması gerekmiş ve bu bağlamda birçok araştırma yapılmıştır. Bu çalışma mevcut literatürde çevreci tüketimi etkilediği raporlanan faktörlere ve çevreci tüketim davranışını açıklamada kullanan farklı teorik yaklaşımlara ilişkin bir derleme sunmaktadır. Bu doğrultuda, etkili faktörler, bireysel, sosyal ve demografik olarak sınıflandırılarak incelenmiştir. Ayrıca çevreci tüketimi açıklamada sıklıkla kullanılan rasyonellik, ahlakçılık, durumsallık gibi farklı yaklaşımların öne çıktığı yedi farklı teorik çerçeve hakkında bilgi verilmiş böylece konuya ilişkin gelecek araştırmalara katkı sağlamak hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Çevreci Tüketim, Çevreci Tüketimin Öncülleri, Planlı Davranış Teorisi, Norm Aktivasyon Teorisi, Değer-İnanç-Norm Teorisi

## Pro-environmental Consumption Behavior: Influential Factors and Theoretical Explanations

### Abstract

Since the 1970s, when the destructive effects of the consumption and the production processes shaped by the consumption have begun to be understood, the roles of individual consumers in the sustainable development process have been clearly articulated, and the need for adopting an environmentally conscious lifestyle has been emphasized. As understanding the basic dynamics of pro-environmental consumer behavior is prerequisite to the campaign for promoting the consumption behaviors that have positive or less negative effects on nature, numerous researches in this regard have been conducted. This study presents a review of the factors reported to influence pro-environmental consumption and the different theoretical approaches used to explain pro-environmental behavior in the extant literature. Accordingly, influencing factors are classified as individual, social and demographic. In addition, seven different theoretical frameworks, in which various approaches that are frequently used to explain pro-environmental consumption such as rationality, morality and situationism are prominent, have been introduced, thus aiming to contribute to future researches in the field.

**Keywords:** Pro-environmental Consumption, Antecedents of Pro-environmental Consumption, Theory of Planned Behavior, Norm Activation Model, Value-Belief-Norm Theory



## Giriş

Dünyada endüstriyel devrim sonrasında üretimi ve tüketimi yönlendiren insan merkezci anlayışın, birey ve doğa ilişkisinde kalıcı hasarlar bıraktığı çevre bilimciler tarafından dikkat çekilen bir durumdur (Leopold, 1948). Ülkeler için ekonomik refahın göstergelerinden biri olarak görülen tüketimin belirli bir seviyeyi aşması ve yanlış tercihlerle şekillenmesi beraberinde ciddi çevresel ve toplumsal tehditler getirmektedir. Sosyal bilim insanları, büyümeye dayalı ekonomi modelindeki refah artışıyla gelen ekonomik ayrıcalıklar ile bireylerin doğayı, doğadaki diğer canlıları göz ardı edebildiğine dikkat çekmişlerdir (Meadows vd., 1972, Wohlwill, 1970; Maloney&Ward, 1973; Dunlap&Van Liere, 1978). Bireysel tüketimin hem doğrudan, hem de üretimi tetiklemesi ile dolaylı olarak doğal kaynakların tükenmesi, atık oluşumu, çevresel kirlilik gibi ciddi olumsuz etkileri bulunduğundan tüketicilerin çevreye daha duyarlı bir hayat tarzına yönlendirilmesi için uluslararası, ulusal ve yerel politikalar geliştirilmektedir. 1970li yıllardan itibaren uluslararası düzeydeki Rio 1992 gibi sürdürülebilir dünya zirvelerinde ve 1987 Brundtland gibi küresel raporlarda nesiller arası, nesil içi bütün insanları ve varlıkları göz önünde bulunduran, doğaya hakim olma yerine doğayla beraber var olmayı esas alan, ekolojik ve sosyal adaletin güçlendirilmesi için bireysel sorumluluk vurgulanmıştır.

Çevre psikolojisi, sosyal psikoloji ve sosyal pazarlama literatüründeki “sosyal açıdan bilinçli tüketim” (Anderson&Cunningham, 1972), “sorumlu tüketim” (Fisk, 1973), “ekolojik açıdan duyarlı tüketiciler” (Kinneer vd., 1974) kavramları, çevresel sorumluluklar ile insanların kaçınılmaz ihtiyaçları arasında bir köprü kurulması yönündeki çabaların göstergeleridir. 1970li yıllardan günümüze tüketim sürecinde doğayı korumayı, ekolojik duyarlılığı temsil eden, doğaya mümkün olabilecek en az zararı vermeyi amaçlayan davranışları kapsayan çevreci tüketim davranışlarının temel dinamikleri incelenmiştir. Bu araştırmalarda çevreci tüketim davranışı bazen spesifik bir davranış seviyesinde (ör. çevre dostu ürün tüketme, enerji tasarrufu, geri dönüşüm, yeniden kullanım, tüketimi azaltma) veya birçok çevre dostu davranışın aynı anda ele alındığı bütüncül bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Kapsamı ne olursa olsun, çevreci tüketim davranışının temel özelliği çevre üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirmeye ve hatta mümkünse çevreyi olumlu etkileme yönündeki amacıdır (Prothero vd., 2011). Bu kapsamda, satın alma öncesinde yeni bir ürün veya hizmet tüketmek yerine eldeki alternatifi kullanmak, tüketim miktarını azaltmak, eldeki ürünü yeniden kullanmak, ömrünü uzatmak; karar aşamasında, çevreye daha az zararı olan ürünü satın almak; kullanım aşamasında tasarruf yapmak; kullanım sonrasında ürünün geri kazanılmasını sağlamak



gibi birçok farklı davranış, çevreci tüketim davranışı kapsamında yer almaktadır.

Günümüzün ekonomik koşullarında, ekolojik zenginliği ve toplumsal refahı bir arada korumak, arttırmak amacıyla yapılacak kamusal düzenlemelerde, sosyal ve ticari pazarlama uygulamalarında, özel çevreci tüketim davranışlarını etkileyen bütün faktörleri ortaya koyan büyük bir resme ihtiyaç duyulmaktadır. Çevreci tüketim davranışında değerlendirilebilecek her bir özel çevreci davranışın kendine has belirleyicileri bulunsa da, literatürdeki bilgilere dayanarak, tüketim süreci içinde çevreyi korumayı ve iyileştirmeyi amaç eden bireysel davranışları etkileyen temel faktörleri ve bu davranışları etkili şekilde açıklayabilecek teorileri ortaya koymak mümkündür. Bu araştırmada, çevreci tüketim davranışlarının açıklanmasına yönelik araştırmalarda öne çıkan faktörlere ve teorik açıklamalara ilişkin bir literatür taraması sunulmuş, böylece konuya ilişkin gelecek araştırmalara katkı sağlamak, sosyal ve ticari pazarlama uygulamalarında ihtiyaç duyulan bilgi boşluğunun doldurulmasına destek olmak amaçlanmıştır.

### Çevreci Tüketim Davranışını Etkileyen Faktörler

Geçtiğimiz kırk yıl boyunca çevre ve sosyal psikoloji, sosyal pazarlama ve tüketici davranışları alanlarında yapılan araştırmaların birçoğu çevreci tüketim davranışlarının etkenlerinin belirlenmesine odaklanmıştır. Bu araştırmalarda çevreci tüketim davranışını etkilediği ortaya çıkan etkenlerin bireysel, demografik, sosyal başlıklarla sınıflandırılması mümkündür (Hines vd., 1987; Gifford, 2010; Klöckner, 2013; Gifford&Nilsson, 2014).

**Tablo 1:** Çevreci Tüketimi Değiştiren Etkenler

Bireysel Etkenler	Demografik Etkenler
<i>Bilişsel Etkenler:</i> Objektif ekolojik bilgi, sübjektif ekolojik bilgi, algılanan tüketici etkililiği, öz yeterlik, ekolojik bilinç, içsel & dışsal kontrol odağı, başkalarına inanç, çevresel dünya görüşü, çevresel sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar, yaşam kalitesi, sağlıklı yaşam bilinci vb.	Eğitim düzeyi, gelir düzeyi, cinsiyet, medeni durum, yaş
	<b>Sosyal Etkenler</b>
<i>Duyusal Etkenler:</i> Çevresel(ekolojik) kaygı, ekolojik hassasiyet, pozitif duygular, negatif duygular, bulunulan yere bağlı hissetme, sonraki nesillere karşı duyarlılık vb.	Sosyal (sübjektif) normlar, kültürel faktörler, dini inanç, ekolojik problemin olduğu bölgeye mesafe
<i>Kişilik Özellikleri:</i> geleceğe odaklı olmak, yardımseverlik, öz belirlenim vb.	



## Bireysel Etkenler

Çevreci tüketim davranışını etkilediği gösterilen bireysel faktörler; bilişsel faktörler, duygusal faktörler ve kişilik özellikleri olmak üzere üç başlıkta incelenebilmektedir. Bilişsel faktörler, bireyin çevresel konulardaki inançlarını, bilgisini, bilincini, farkındalığını, dünya görüşünü ve ahlaki muhakemesini temsil etmektedir. Literatürde yer alan farklı çalışmalarda, aşağıda listelenmiş bilişsel faktörlerin çevreci tüketim davranış üzerinde etkili olduğu gösterilmiştir:

- Algılanan tüketici etkililiği: Bireyin davranışlarının sonucunun çevresel sorunların çözümünde etkili olacağına yönelik inancını temsil eder (Ellen vd., 1991; Berger&Corbin, 1992; Straughan& Roberts, 1999; Kim&Choi, 2005; Cho vd., 2013),
- Öz yeterlik: Çevreyi koruma yönünde üstüne düşen görevi yerine getirme yetkinliğini temsil eder (Taylor&Todd, 1995; Rice, 2006; Taberero&Hernández, 2011),
- Ekolojik bilinç: Çevre dostu yönelimlerin, önceliklerin tüketimin her aşamasını etkilediği ekolojik farkındalıktır (Schlegelmilch vd., 1996; Ritter vd., 2015),
- Objektif ekolojik bilgi: Gerçek, net olarak ölçülebilen ekolojik bilgi, çevresel okuryazarlığı temsil eder (Laroche vd., 2001; Tanner &Kast,2003; Peattie, 2010; Wang vd.,2014;),
- Sübjektif ekolojik bilgi: Kişinin öznel olarak değerlendirdiği ekolojik bilgi düzeyidir (Ellen, 1994; Bang vd., 2000; Mostafa, 2007),
- İçsel ve dışsal kontrol odağı: Kişinin faaliyetiyle çevre üzerinde bir değişim oluşturmaya dair bireysel (içsel) yetkinlik veya durumsal (dışsal) algısıdır (Schwepker&Cornwell, 1991; Allen&Ferrand, 1999; Kollmuss&Agyeman, 2002; Kalamas vd., 2014);
- Değerler: Bireylerin eylemlerini haklı göstermek ve nesnelere, diğerlerinin eylemlerine anlam yüklemek için kullandıkları ve çevreci davranış üzerinde etkili ilkelere (Thøgersen&Ölander, 2002),
- Çevresel dünya görüşü: Doğanın merkezde yer aldığı, insanın doğanın bir parçası olduğunu savunan yaklaşımı ifade eder (Yeni Çevresel Paradigma, Dunlap vd., 2000; Minton&Rose, 1997),
- Çevresel sonuç farkındalığı: Çevreyi korumaya yönelik davranış sergilememenin doğuracağı olumsuz sonuçlarının farkında olmayı temsil eder (Vining&Ebreo, 1992),
- Sorumluluk üstlenme: Kişinin çevreye olumsuz etki eden davranışlarının etkilerinden kendini sorumlu tutmasıdır (Sütterlin vd., 2011),
- Bireysel normlar: Çevreyi koruma yönünde davranmaya yönelik kişisel ahlaki zorunluluk hissidir (Harland vd., 1999),



- Başkalarına inanç: Kişinin kendi dışındaki diğer bireylerin de çevreyi koruma yönünde çaba gösterdiğine inancı temsil eder (Berger & Corbin, 1992; Lee & Holden, 1999),
- Yaşam kalitesi: Sağlıklı ve refah içerisinde bir hayat standardıdır (Ritter vd., 2015),
- Sağlıklı yaşam bilinci: sağlık ile ekolojinin doğrudan ilişkili olduğunu dikkate alan farkındalıktır (Michaelidou & Hassan, 2008),

Duygusal etkenler, tüketim öncesindeki, sırasındaki ve sonrasındaki hisleri temsil etmektedir. Literatürde yer alan farklı çalışmalarda, aşağıda listelenmiş duygusal etkenlerin çevreci tüketim davranışını desteklediği gösterilmiştir:

- Çevresel kaygı, çevresel hassasiyet: İnsanoğlunun etkisi ile yakın veya uzak bir gelecekte ortaya çıkacak çevresel sorunlara dair duyarlı olma, kaygı duyma, sıkıntısını hissetmedir. (Mainieri vd., 1997; Straughan & Roberts, 1999; Poortinga vd., 2004; Oreg & Katz-Gerro, 2006),
- Negatif duygular: Kişinin ekolojik etkileri olumsuz bir davranışın ardından hissettiği suçluluk, öfke, pişmanlık gibi duygulardır (Böhm, 2003; Carrus vd., 2008),
- Pozitif duygular: Kişinin çevreyi koruma davranışlarından dolayı hissettiği gurur, mutluluk hisleridir (Böhm, 2003; Carrus vd., 2008),
- Bulunulan yere bağlılık hissi: İçinde yaşanılan bölgeye, şehre kendini bağlı, ait hissetme halini temsil eder (Vaske & Kobrin, 2001),
- Sonraki nesillere yönelik duyarlı olma, özen gösterme (Hensen vd., 2016).

Bu faktörlerin yanında gelecek odaklı (Polonsky vd., 2014), üretkenlik (Urien & Kilbourne, 2011), yardımsever olma (Lacroix & Jolibert, 2015), özerklik (Green-Demers vd., 1997) gibi kişilik özelliklerin de çevreci tüketim davranışı üzerinde etkili olduğu ortaya çıkarılmıştır.

### Demografik Etkenler

Literatürdeki araştırmalarda, zaman zaman birbirleriyle tutarsız sonuçlara rastlanmasına rağmen çevreci tüketim üzerinde yoğunlukla etkisine rastlanılan demografik etkenler şunlardır:

- Eğitim seviyesi: Genellikle eğitim seviyesinin artması ile, çevreci tüketim davranışları da artmaktadır (ör. Balderjahn, 1988; Laroche vd., 2001; Diamantopoulos vd., 2003; Mostafa, 2007),
- Yaş: Genel olarak araştırmalar daha ileri yaşlarda çevre dostu tüketim davranışının sıklığının arttığını göstermiştir (ör. Balderjahn, 1988; Laroche vd., 2001; Diamantopoulos vd., 2003; Mostafa, 2007),
- Cinsiyet: Genellikle kadınların, erkeklere nazaran daha yoğun şekilde çevre duyarlı tüketim davranışları sergilediği bulunmuştur (ör. Laroche vd., 2001; Diamantopoulos vd., 2003; Mostafa, 2007),



- Gelir seviyesi: Genel olarak bireylerin gelir seviyelerindeki, refahlarındaki artış daha maliyetli çevreci tüketim alternatiflerinin (ör. organik gıdalar) tercih edilme sıklığını artırmaktadır (ör. Balderjahn,1988; Laroche vd., 2001; Diamantopoulos vd.,2003; Mostafa, 2007),
- Medeni durum: Bulgular genellikle evli tüketicilerin tüketimlerinde, bekârlara oranla daha fazla çevre duyarlı olduğu bulunmuştur (ör. Balderjahn, 1988).

### Sosyal Etkenler

Bireylerin temsil ettikleri, ait hissettikleri sosyal gruba, topluma dair referanslar ve durumsal faktörler, çevreci tüketim davranışlarını etkilemektedir. Literatürdeki araştırmalarda, çevreci tüketim davranışı üzerindeki etkisi raporlanmış bazı sosyal etkenler şunlardır:

- Sosyal Normlar: Toplumsal bir grubun üyeleri için davranış standartları, ortak inançları temsil eden yazılı olmayan kurallar bütünüdür (Vermeir&Verbeke, 2008; Thøgersen, 2009),
- Dini inançlar: Çevreye duyarlı tüketim davranışlarının dini inançlarla ilişki ortaya çıkarılmıştır (Rice, 2006; Slimak&Dietz, 2006),
- Çevre problemlerinin, tehdidin olduğu alana yakınlık: Çevre problemin yaşandığı, tehde konu olan bölgenin yakınında olmak. (Baldassare&Katz, 1992),
- Kültür: Bir topluma özgü olan ve gelecek nesillere aktarılan kolektif düşünceler, yaşayışlar toplum üyelerinin tüketimleri sırasında çevreye duyarlı olup olmayacağını etkilemektedir (McCarty&Shrum, 2001; Kim&Choi, 2005; Cho vd., 2013).

### Çevreci Tüketim Davranışını Açıklamada Kullanılan Teoriler

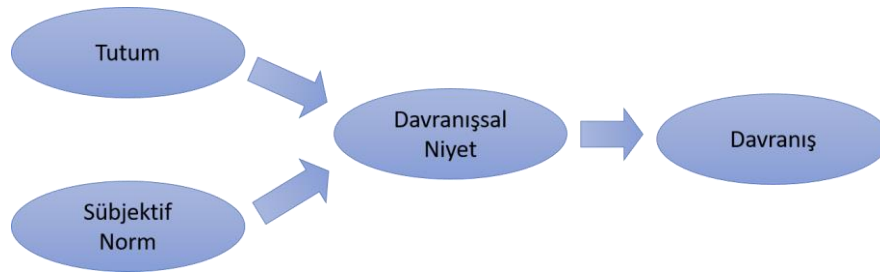
Yukarıda kısaca özetlenen etkenlerin çevreci tüketim davranışıyla olan doğrudan ve dolaylı ilişkisini açıklamak için farklı yaklaşımlar kullanılmıştır. Literatürde, akılçılık, durumsal değişimler ve ahlakın davranış üzerindeki etkisi dikkate alan 7 temel teori, çevreci tüketimi açıklamak için sıklıkla tercih edilmektedir.

#### Mantıksal Eylem Teorisi (*Theory of Reasoned Action*)

Rasyonelliği esas alan Mantıksal Eylem Teorisine göre, eylemlerin sonuçlarına dair inançlar, değerlendirmeler, davranışları etkilemektedir (Fishbein&Ajzen, 1975). Bu teori, tutumların, sosyal normlarla birlikte, davranış niyetlerini açıklayabildiğini, niyetin de davranışın doğrudan belirleyicisi olduğunu ileri sürmektedir (Jackson, 2005). Planlanmış sonuç olarak niyet, davranışın doğrudan belirleyicisidir. Planlı Davranış Teorisinde bireysel tutum ve sübjektif normlar davranış niyetini doğrudan



etkilemektedir. Tutumlar, bir davranışın bilişsel, duygusal ve davranışsal açıdan olumlu ya da olumsuz değerlendirilmesini ifade ederler, davranışın olası maliyet ve yararlarına dair inançları temsil ederler. Bu maliyet ve yararların algılanma gücü, bir davranışa ilişkin tutumu negatif veya pozitif olarak şekillendirmektedir (Ajzen, 1991). Sübjektif normlar, kişi için önemli sosyal referans gruplarının davranışa dair onayını, davranışın sosyal maliyet ve faydasını ifade etmektedir (Steg&Nordlund, 2012). Sübjektif normların nispi etkisi kapsamında, birey bir davranışı, önem verdiği sosyal aktörlerin, grupların o davranışla ilgili desteğine, onayına bağlı olarak, davranış niyetini güçlendirecek veya zayıflatacaktır.



Şekil 1: Mantıksal Eylem Teorisi – *Theory of Reasoned Action*

Tablo 2’de, mantıksal eylem teorisi kullanılarak etkili olarak açıklanmış çevreci tüketim davranışları yer almaktadır.

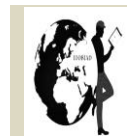
Tablo 2: Mantıksal Eylem Teorisi’nin Uygulandığı Çalışmalar

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Biswas vd. (2000)	Tutum, duygu, sübjektif normlar	Geri Dönüşüm
Bang vd. (2000)	Çevresel kaygı, ekolojik bilgi, tutum, sübjektif normlar	Yenilenebilir Enerji Tüketimi

### Planlı Davranış Teorisi (*Theory of Planned Behavior*)

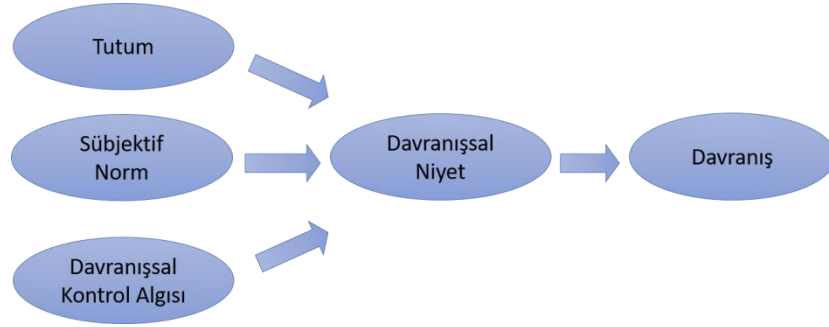
Mantıksal Eylem Teorisinin kapsamı genişletilmiş hali olarak, Planlı Davranış Teorisi, akılcı yaklaşımı temsil etmektedir (Ajzen, 1991).

“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, 2001:166).





Mantıksal Eylem Teorisinden farklı olarak, Planlı Davranış Teorisi, bireyin davranışsal kontrol algısının da davranış niyetini etkilediğini önermektedir. Davranışsal kontrol algısı, davranışı kolay veya zor kılan faktörlerin varlığına dair, başka bir deyişle, bir davranışı gerçekleştirme olasılığına dair algıyı ifade etmektedir (Ajzen, 1991). Şekil 2’de gösterildiği gibi, tutum ve sübjektif normlar ile birlikte davranışsal kontrol algısının davranış niyetini etkilediği önerilmektedir.



Şekil 2: Planlı Davranış Teorisi - *Theory of Planned Behavior*

Tablo 3’de kısaca özetlendiği gibi, Planlı Davranış Teorisi (PDT), Mantıksal Eylem Teorisi’ne ek olarak niyeti de modeline dâhil ettiğinden, literatürde sıklıkla tercih edilmektedir (Klößner, 2013). PDT, toplu taşıma kullanımı (Heath&Gifford, 2002); doğa dostu, organik ürün tüketimi (Kalafatis vd., 1999; Mostafa, 2007; Vermeir&Verbeke, 2008; Dean vd., 2012; de Leeuw vd., 2015), çalışma yerinde çevreci davranış (Greaves vd., 2013); enerji tasarrufu (Lam, 2006); geri dönüşüm (Cheung vd., 1999; Tonglet vd., 2004; Chan&Bishop, 2013) gibi bir dizi çevreci tüketim davranışını etkili olarak açıklamıştır.

Tablo 3: Planlı Davranış Teorisi’nin Uygulandığı Çalışmalar

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Cheung vd. (1999)	Tutum, sübjektif normlar, davranışsal kontrol, niyet	Geri dönüşüm
Heath &Gifford (2002)	Tutum, sübjektif normlar, davranışsal kontrol, inançlar, niyet	Toplu ulaşım
Bamberg &Schmidt (2003)	Tutum, sübjektif normlar, davranışsal kontrol, niyet	Özel araç kullanımı
Tonglet vd.	Tutum, sübjektif normlar, davranışsal	Atığı azaltmak için



(2004)	kontrol, inançlar, niyet, durumsal faktörler, sosyal kaygı, sonuç farkındalığı	tüketim, yeniden kullanma ve tamir etme
Mostafa (2007)	Tutum, sübjektif çevresel bilgi, çevreci ürün tüketme niyeti	Yeşil, çevre dostu ürün tüketimi

Tablo 3: Planlı Davranış Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar (Devamı)

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Vermeir ve Verbeke (2008)	Tutum, sübjektif normlar, algılanan tüketici etkinliği, günlük ürünlerin bulunabilirliği, değerler	Yeşil ürün tüketimi
Chan ve Bishop (2013)	Tutum, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol, geri dönüşüm niyeti	Geri dönüşüm
Greaves vd. (2013)	Tutum, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol	İş yerinde çevreci davranış
de Leeuw vd. (2015)	Tutum, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol, niyet	Çevreci tüketim, enerji tasarrufu

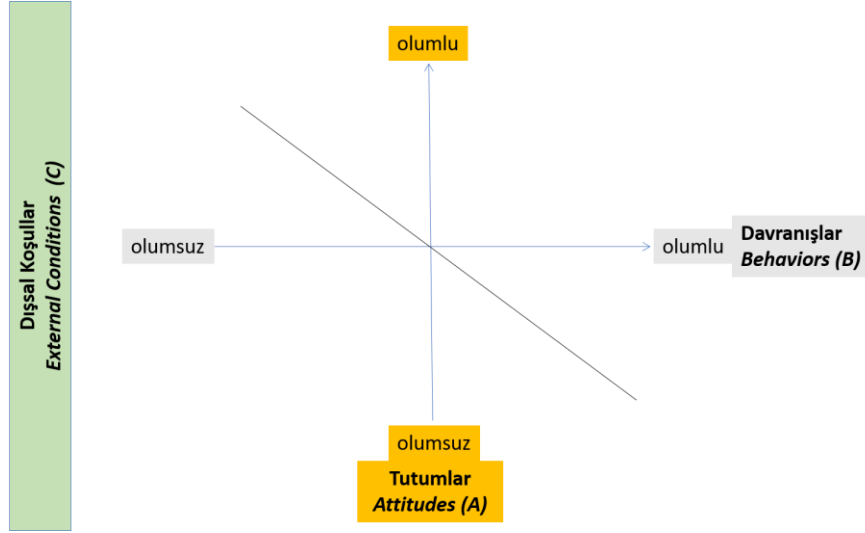
### ABC Modeli (*Attitude Behavior Context Theory*)

ABC Teorisi, davranışı açıklamak durumsallığın da dikkate alınması gerektiğini önermektedir. Bu teori, davranışın, tutumsal öğeler ile durumsal öğelerin etkileşiminin sonucunda ortaya çıktığını ifade etmektedir (Stern, 2000; Jackson, 2005). Rasyonel yaklaşımların durumsal etkenleri göz ardı ettiğine dikkat çeken ABC Teorisi, durumsallığın tutum ve davranış üzerinde belirleyici etkisi olduğunu ileri sürmektedir (Peattie, 2010). ABC Teorisi kapsamında dışsal, maddi fayda veya maliyetler, fiziksel olanaklar ve kısıtlar, kurumsal ve hukuki etkenler, kamusal, yasal düzenlemeler, kişiler arası etkileşim durumsal unsurlar arasında yer almaktadır (Jackson, 2005). Tutumsal unsurlar arasında ise, algılanan kaynak yeterliliği, algılanan refah, meşguliyet, güç gibi sübjektif etkenler bulunmaktadır (Olli vd., 2001).

ABC teorisi, durumsallığın çevreci tüketim davranışı açıklamada kullanılması, nesnel ve öznel faktörlerin çevreci davranış üzerindeki etkileriyle birlikte, söz konusu etkenler arası etkileşimi de incelemesi nedeniyle literatüre katkı sunmaktadır (Ertz vd., 2016). ABC teorisi çerçevesinde, Guagnano vd. (1995) geri dönüşüm davranışlarına ilişkin araştırmalarında, tutumsal ve dışsal unsurların geri dönüşümü



etkilediklerini göstermişlerdir. Ertz vd. (2016) farklı davranışlardan oluşan, çok boyutlu bir çevreci tüketim davranış yapısı üzerinde yaptıkları araştırmada, meşguliyet, refah ve güç algılarının temsil ettiği durumsal etkenlerin, tutum ve davranışı etkilediğini; tutumun ve durumsal etkenlerin de davranışı etkilediğini göstermişlerdir.



Şekil 3: ABC (Attitude-Behavior-Context) Modeli

Tablo 4: ABC Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Black vd. (1985)	Çevre kaygısı, bireysel fayda, sosyal normlar, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Enerji tasarrufu
Guagnano vd. (1995)	Sorumluluk üstlenme, sonuç farkındalığı, bireysel maliyetler	Geri dönüşüm
Ertz vd. (2016)	Algılanan yoğunluk, refah, algılanan güç, tutum	Çevreci tüketim davranışı, çevresel yurttaşlık

#### MOA Modeli (Motivation Opportunity Ability Model)

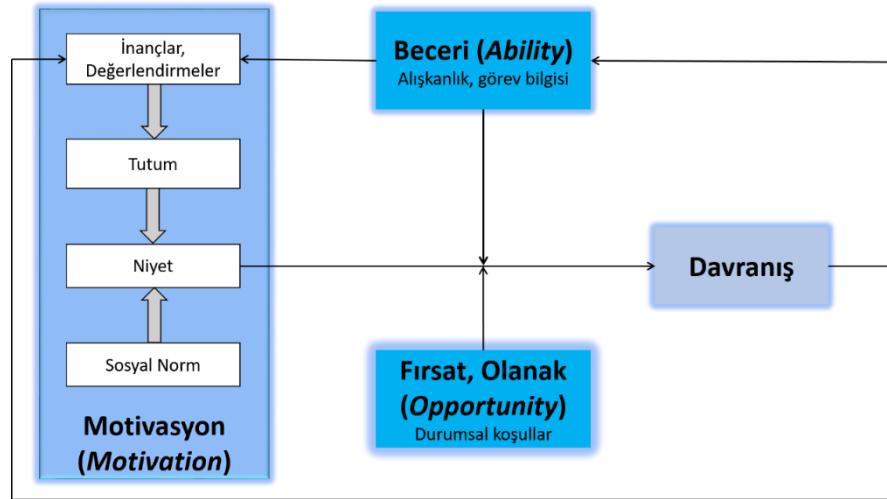
MOA modeli, literatürde sıklıkla araştırılan tutum ve davranış arasındaki tutarlılığın, davranışın kişinin özgür iradesiyle sağlanabileceği savını esas almaktadır. Davranışı açıklarken, bireyin iradesinin kontrol edemeyeceği



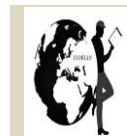
değişkenleri de dikkate almaktadır (Ölander&Thogersen, 1995). Çevreci davranış literatüründe geliştirilmiş bir model olarak, MOA modelinin motivasyon unsuru mantıksal eylem teorisinin basitleştirilmiş şeklidir (Jackson, 2005).

Bir kişinin davranışının kendi iradesiyle yapılmasının, gerçekleştirilmesinin, modeldeki karşılığıyla motivasyonunun, beceriye, maharete (*Ability*) ve fırsatlara, durumsal koşullara (*opportunity*) bağlı olduğu önerilmektedir (Ölander&Thogersen, 1995). Ölander&Thogersen (1995), beceri, maharet unsurunda incelediği alışkanlık ve bilginin, niyet ve davranış arasındaki ilişkiye olan olumlu etkisine işaret etmektedir. Fırsatlar, durumsal unsurlar olarak, söz konusu çevreci davranışa ilişkin altyapı, (ör. geri dönüşüm için atık ayrıştırma noktaları), maddi teşvik ya da yaptırım kullanılabilceğini de örneklendirmektedir. MOA Modeli, hanehalkının enerji tasarrufunu açıklamada kullanılmıştır (Gatersleben&Vlek, 1997; Gatersleben, 2001).

Bir kişinin davranışının kendi iradesiyle yapılmasının, gerçekleştirilmesinin, modeldeki karşılığıyla motivasyonunun, beceriye, maharete (*Ability*) ve fırsatlara, durumsal koşullara (*opportunity*) bağlı olduğu önerilmektedir (Ölander&Thogersen, 1995). Ölander&Thogersen (1995), beceri, maharet unsurunda incelediği alışkanlık ve bilginin, niyet ve davranış arasındaki ilişkiye olan olumlu etkisine işaret etmektedir. Fırsatlar, durumsal unsurlar olarak, söz konusu çevreci davranışa ilişkin altyapı, (ör. geri dönüşüm için atık ayrıştırma noktaları), maddi teşvik ya da yaptırım kullanılabilceğini de örneklendirmektedir. MOA Modeli, hanehalkının enerji tasarrufunu açıklamada kullanılmıştır (Gatersleben&Vlek, 1997; Gatersleben, 2001).



Şekil 4: MOA Modeli



### Amaç Çerçeveleme Teorisi (*Goal Framing Theory*)

Amaç çerçeveleme teorisi, insanların bilgiyi değerlendirmelerinde amaçların belirleyici olduğunu veya çerçeve oluşturduğunu önermektedir (Lindenberg&Steg, 2007). Bu teoride, amaçlar gelecek durumların zihinsel göstergeleri olarak tanımlanmaktadır (Lindenberg, 2012). Bir amaç, bireyin zihninin merkezinde yer aldığı anda, kişinin ne düşündüğünü, hangi bilgiyi daha dikkatli incelediğini, hangi seçenekleri algıladığını ve nasıl davranacağını şekillendirmektedir (Lindenberg&Steg, 2007). Bu zihinsel göstergelerin soyut özellikleri de dikkate alınmaktadır. Buna göre, amaç çerçeveleme teorisinde üç temel amaç altında, zihinsel temsillerin anlaşılması, yorumlanması önerilmektedir (Lindenberg, 2012): *normatif amaç* (sosyal norm ve kurallara uygun davranmak; ör. Sosyal, kamusal bir görev olarak çevreyi korumak, kirletmemek), *kazanç amacı* (bireysel kaynakların korunması ve artırılması; ör. maddi tasarruf, maddi kazanç), *hedonik amaç* (bireyin hislerini koruması ya da daha da iyileştirmesi; ör. az çaba harcamak, eğlence). Amaç çerçeveleme teorisine göre, bir amaç merkezde olduğunda “amaç çerçevesi” (*goal frame*) haline gelir, diğer amaçlar ise göreceli olarak önemsizleşirler. Arka planda kalan, ikincil amaçlar, amaç çerçevesiyle uyumlu olduklarında, amaç çerçevesini güçlendirmektedirler (Lindenberg&Steg, 2007). Örneğin, normatif amaç çerçevesi kapsamında, bireyler daha çevreci davranmaya motive olabilir ve ısı yalıtımına yönelik yatırım yapmaya öncelik verebilirler (Lindenberg, 2012). Isı yalıtımı yatırımı sonucunda elde edilecek maddi kazanç (uzun vadeli tasarruf) ve hedonik (konfor) amaç da, odakta yer alan normatif amacı, dolayısıyla çevreci tüketim davranışını da güçlendirecektir.

Onel&Mukherjee (2015), planlı davranış teorisini, değer-inanç-norm teorisini, etki teorisini amaç çerçeveleme teorisinin üç farklı amaç başlığıyla uyumlu olarak birleştirmiş ve bu kapsamda çevreci davranışı açıklamayı amaçlamıştır. Bu araştırmada, değer-inanç-norm teorisi değişkenleri, normatif amacı; planlı davranış teorisinin değişkenleri, kazanç amacını; etki teorisi ise, hedonik amacı ifade etmektedir. Modeldeki normatif amaç olan çevreci tüketim davranışı, hedonik ve kazanç amaçlarıyla da pekiştirilmektedir.

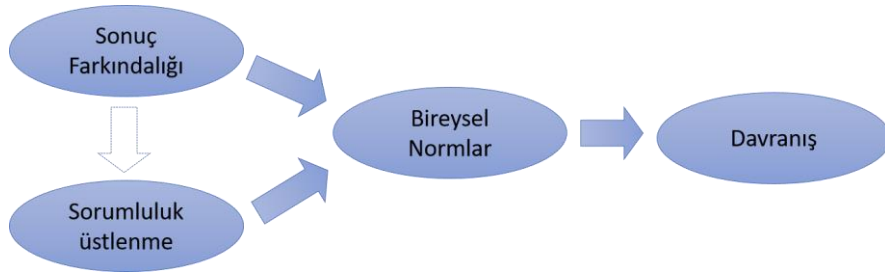


Tablo 5: Amaç Çerçeveleme Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış
Onel & Mukherjee (2017)	Tutum, niyet, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol, değerler, çevresel kaygı, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar, duygular	Geri dönüşüm

### Norm Aktivasyon Teorisi (Norm Activation Theory)

Norm Aktivasyon Teorisi (NAT), topluma faydası olan, özgecil ve ekolojik davranışlar için bir teorik çerçeve sunabilmek amacıyla için Schwartz (1977) tarafından geliştirilmiştir. Teori, topluma yararlı bir davranışın sergilenmesi için bireysel normların harekete geçirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Yani, teori, ahlaki zorunluluk hissini temsil eden bireysel normların altruistik davranışlar gösterme niyeti olarak da tanımlanmaktadır. NAT'a göre, bireysel normların gelişmesi için de iki ana faktör gereklidir. Bunlar, sonuçların farkında olma ve sorumluluk üstlenmedir. Sonuç farkındalığı, bireyin kendi davranışlarının çevresel ve sosyal sonuçlarına dair bilinçli olmasını temsil etmektedir. Sorumluluk üstlenme ise, olası bir olumsuz sosyal sonuca dair için bireyin sorumluluğu kabul etmesi anlamına gelmektedir (Jackson, 2005). Teori, bireysel normların ancak, bireyin çevresel ve toplumsal sorunların meydana gelmesindeki etkisini kabul etmesi ve çözüm için yalnızca başka paydaşları değil, kendisini de sorumlu tutması ile güçleneceği görüşüne dayanır (Schwartz&Howard,1981). Teorinin ileri sürdüğü ilişkiler Şekil 5'te gösterilmiştir.



Şekil 5: Norm Aktivasyon Teorisi

Tablo 6'da gösterildiği gibi, NAT, çevreci davranış literatüründeki çalışmalarda, özel araç kullanımını azaltma (Bamberg&Schmidt, 2003); su tasarrufu (Bratt, 1999); enerji tasarrufu (Black vd., 1985), geri dönüşüm (Hopper&Nielsen,1991; Vining&Ebreo,1992; Bratt, 1999), tüketimi azaltma (Harland vd.,1999) gibi farklı çevreci tüketim davranışlarını açıklamada kullanılmıştır



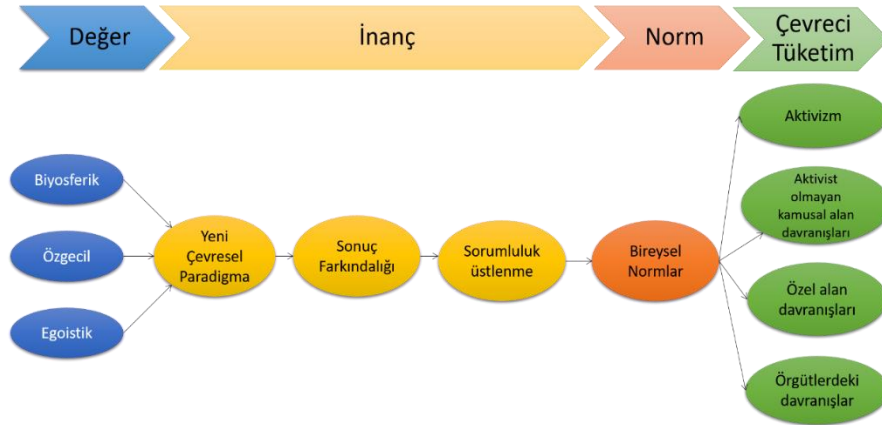
Tablo 6: Norm Aktivasyon Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Hopper & Nielsen (1991)	Sosyal normlar, bireysel normlar, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme	Geri Dönüşüm
Vining & Ebreo (1992)	Yeni Çevresel Paradigma (NEP), sosyal normlar, bireysel normlar, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme	Geri Dönüşüm
Bratt (1999)	Sosyal normlar, bireysel normlar, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme	Geri Dönüşüm, su tasarrufu
Harland vd. (1999)	Tutum, bireysel normlar, subjektif normlar, davranışsal kontrol	Tüketimi azaltma, enerji tasarrufu

### Değer-İnanç-Norm Teorisi (*Value-Belief-Norm Theory*)

Norm Aktivasyon Teorisinin ahlaki yaklaşımını esas alan Değer-İnanç-Norm (D-İ-N) Teorisi, Norm Aktivasyon Teorisine ek olarak, bireysel değerlerin rolünü tanımlamaktadır. Teori, zincirleme olarak bireysel değerlerin çevreye ilişkin inançları, inançların normları, normların da çevreci davranışları tetikleyeceğini ileri sürmektedir (Stern vd.,1999; Stern, 2000). Şekil 6'da görüldüğü, D-İ-N Teorisinde çevreci tüketim üzerindeki etki zincirinin başlangıcında, bireysel (özgeci, biyosferik, egoistik) değerler yer almaktadır. Bireysel değerler, insanoğlu ile doğa arasındaki dengeye yönelik kişisel dünya görüşünü ifade eden Yeni Çevresel Paradigmayı (NEP-*New Environmental Paradigm*; Dunlap vd.,2000) etkilemektedir. Bireysel değerler arasında, egoistik (ör. kendine öncelik verme, keyifçilik) değerlerin etkisinin olumsuz, biyosferik (doğaya, diğer canlılara özen gösterme) ve özgeci (kendisinden başkaları düşünme) değerleri etkisinin ise olumlu olduğu önerilmektedir.





Şekil 6: Değer-İnanç-Norm Teorisi

D-İ-N Teorisinin öne sürdüğü zincir etkide, inançlar bölümünün ilk halkası olan Yeni Çevresel Paradigma, kişinin çevreyle, dünyadaki çevresel durumla ilgisini sorgulamakta; dünyada yaşanabilecek insan kaynaklı çevresel felaketler, insanın doğa üstündeki etkilerine dair bireysel duyarlılığı ölçmektedir (Dunlap vd., 1978; 2000). D-İ-N teorisi, Yeni Çevresel Paradigmanın, inanç bölümünün ikinci halkası olan çevresel sorunlar ve olası ekolojik tehditlere dair farkındalığı artırdığı önerilmektedir (Stern,2000). NAT ile benzer şekilde D-İ-N teorisinde de inanç kısmının son halkası sorumluluk üstlenmedir ve kişinin ekolojik sonuç farkındalığının, bireyin çevresel sorunların çözülmesinde sorumluluk üstlenmesini desteklediği ileri sürülür (Stern vd.,1999; Stern, 2000). En son olarak kişinin sorumluluğu üstlenmesi, bireysel normlarını harekete geçirecek ve normlar da çevreci tüketim davranışlarını doğrudan destekleyecektir (Stern, 2000).

D-İ-N teorisinde çevreye duyarlı davranışlar dört ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar (1) aktivizm (çevreci bir sivil toplum kuruluşunda aktif rol almak), (2) aktivist olmayan davranışlar (çevreci bir politikayı, kanunu desteklemek, benimsemek), (3) bireysel tüketim alanındaki davranışlar (bireyin gündelik, özel alanındaki davranışları, ör. çevre dostu ürün tüketimi, enerji tasarrufu, tüketimi azaltmak, geri dönüşüm, yeniden kullanım), (4) örgütsel alandaki çevreci davranışlardır (işyerinde, okulda, alışveriş merkezinde enerji tasarrufu, geri dönüşüm).

Tablo 7'de özetlendiği gibi, D-İ-N teorisi, birçok farklı çevreci tüketim davranışını açıklamada kullanılmıştır. Bu kapsamdaki araştırmalar incelendiğinde D-İ-N Teorisi'nin önerdiği zincirleme etkinin, bireysel tüketim alanındaki davranışlara kıyasla daha düşük ilgilenimli kamusal alan davranışlarında (özellikle politika, vergi destekleri (Stern vd., 1999; Steg vd., 2005) etkili olduğu öne sürülmektedir. Bu sebeptendir ki özel alan davranışlarındaki değişimleri daha somut ortaya koyan Planlı Davranış Teorisine nazaran daha az kullanılmaktadır (Bamberg&Moser, 2007). Ancak diğer taraftan, rasyonel yaklaşımı benimseyen teorilerde (Planlı Davranış





Teorisi, Mantıksal Eylem Teorisi) yer alan sübjektif normların kamusal otoriteden, geleneklerden ve bireyin sosyal kabul, onay ihtiyacından etkilenmesi, olasılığı güçlüdür (Kaiser vd.,1999). Geçerli ölçümünün zor olması nedeniyle planlı davranış teorisinin çevreci tüketim davranışını açıklamada varsayılan öngörü gücüne şüpheyle yaklaşılabilmektedir (Kaiser vd., 1999). Bu nedenle, çevreci tüketimin açıklanmasında, D-İ-N'in önerdiği bireysel normların davranış üzerindeki etkisinin incelenmesi öne çıkabilmektedir.

**Tablo 7: Değer-İnanç-Norm Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar**

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Stern vd. (1999)	Özgecil, egoistik, geleneksel değerler; Yeni Çevresel Paradigma(NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Çevre dostu ürün tüketimi, çevre yurttaşlığı, çevreci politika desteği, çevre vergisi ödeme
Nordlund & Garvill (2002)	Öz aşkınlık, öz genişletim, çevre merkezli, insancıl değerler, sonuç farkındalığı, bireysel normlar	Yeşil tüketim, enerji tasarrufu, özel yerine toplu taşımayı tercih etme, geri dönüşüm
Steg vd. (2005)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma(NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	CO2 emisyonunu azaltmaya yönelik enerji politikalarının son tüketici nezdinde kabulü

**Tablo 7: Değer-İnanç-Norm Teorisi'nin Uygulandığı Çalışmalar (Devamı)**

Araştırma	Değişkenler	İncelenen Davranış(lar)
Kaiser vd.(2005)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma(NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Enerji tasarrufu, geri dönüşüm, çevre dostu ürün tüketimi, çevre dostu araç kullanımı
Ibtissem (2010)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma(NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Enerji tasarrufu
Jansson vd. (2011)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma(NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Fosil yakıt yerine elektrik, biyoyakıt tüketim davranışı



Şahin (2013)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma (NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Enerji tasarrufu
Chen (2015)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma (NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Aktivist davranışlar, çevre yurttaşlığı, çevresel politikaların desteklenmesi; ekolojik açıdan faydalı olan bireysel ürünlerin tercih edilmesi, tüketilmesi ve elden çıkarılması; örgüt içerisinde (ör. şirket, kamu kuruluşu) çevreci davranışlar
Kiatkawsin & Han, (2017)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma (NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Yolculuk sırasında konaklama alanında (ör. otel, ev, şehir, restoran) çevreci davranış niyeti
Nordfjærn & Zavareh, (2017)	Değerler, Yeni Çevresel Paradigma (NEP), sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel araç kullanımdan vazgeçirmeye yönelik kamusal düzenlemelere verilen geri bildirim
Hiratsuka vd., (2018)	Değerler, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	Özel araç kullanımını daha pahalı kılabilecek kamusal düzenlemeleri (ör. Benzin, park, sigorta primi artışı) kabullenme eğilimi
Hartmann vd., (2018)	Değerler, sonuç farkındalığı, sorumluluk üstlenme, bireysel normlar	İklimi koruyucu davranış (Ekolojik enerjinin ek maliyetini üstlenme, fazla CO2 emisyonu için ek vergi ödemeyi kabul etme) hane halkı çevre dostu elektrik tüketimi

## Sonuç

Literatürde yer alan mevcut derleme çalışmalarında da belirtildiği gibi (Jackson, 2005; Peattie, 2010; Gifford&Nilsson, 2014), çevreci tüketim davranışına yönelik araştırmaların esas amacı, davranışı etkileyen, güçlendiren unsurların ön plana çıkartılması ve böylece bu davranışların nasıl güçlendirilebileceğine dair bir yol haritası oluşturulmasıdır. Elbette her spesifik çevreci tüketim davranışının kendine has bazı öncülleri olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Thøgersen, 1999). Bununla birlikte, bütüncül resim içerisinde birbirinden farklı görünen çevreci tüketim davranışlarını olumlu etkileyebilecek ortak faktörlerin ortaya çıkarılması, çevreyi korumaya yönelik davranışların desteklenmesi için önem taşımaktadır (Thøgersen&Ölander,1995). Bu çalışmada çevreci tüketim davranışını açıklama yönünde literatürün hâlihazırda sunduğu bilgi birikimi



özetlenmiş, etkili faktörler kısaca listelenmiştir. Çok sayıda çalışmada ayrı ayrı etkileri incelen etkenleri (1) bilişsel faktörler, (2) duygusal faktörler, (3) kişiliğe ilişkin faktörler, (3) demografik faktörler ve (4) sosyal etkenler başlıkları altında toplamak mümkündür.

Sürdürülebilir kalkınma yolunda kritik bir öneme sahip olan ancak çok karmaşık bir yapı sergileyen bireysel çevreci tüketim davranışını daha iyi açıklamak, destekleyici ve engelleyici faktörleri belirlemek amacı ile yapılan araştırmalar sürmektedir. Öyle ki, Kumar&Polonsky (2017)'nin 1975-2014 yılları arasındaki çevreci tüketim alanındaki bütün çalışmalarını beş yıllık zaman dilimleri içerisinde gruplandırarak yaptıkları nicel analiz çalışması dikkate alındığında, literatürdeki çalışma sayısının son yıllarda oldukça hızla arttığı görülmektedir. Bu nedenle, sıklıkla atıfta bulunulan çevreci tüketim davranışına ilişkin mevcut meta-analizlerinin (Hines vd., 1987, Bamberg&Möser, 2007, Klöckner, 2013, Kormos&Gifford, 2014) çalışma sayısının hızıyla eş zamanlı olarak, gelecek çalışmalarda güncellenmesine, mevcut çalışmalardaki bulguların çevreci tüketimi açıklama gücünün incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, çevreci tüketim davranışı birkaç ana başlık altında sınıflandırılarak (ör. hane içi davranışlar/ hane dışı davranışlar; tüketim öncesi/sırasındaki/sonrasındaki davranışlar), bu sınıflandırmalar çerçevesinde meta-analiz çalışmalarının yapılması, farklı koşullarda etkili faktörlerin öne çıkarılmasına yardımcı olabilecektir.

Diğer taraftan çevreci tüketim davranışı araştırmalarına ilişkin bazı metodolojik sınırlılıklar da dikkat çekmektedir. Çevreci tüketim davranışlarını açıklamada kullanılan verilerin genellikle anketler vasıtası ile toplandığı görülmektedir. Buradaki ilk sıkıntı, tüketicilerin öz bildiri ile toplanan davranış verilerinin çeşitli yanlılıklara konu olabileceğidir (sosyal arzu edilebilirlik yanlılığı vb.). Diğer taraftan, anketler tüketicileri çevreci davranmaya veya davranmamaya iten örtülü faktörlerin belirlenmesi için yetersiz kalabilmektedir. Örtülü faktörlerin belirlenmesi, tutum-davranış boşluğunun nedenlerinin anlaşılabilmesi için farklı araştırma yöntemlerinin bir arada kullanılması (derinlemesine mülakatlar, projektif teknikler, nörogörüntüleme vb.) faydalı olacaktır.

Çevreyi koruma motivasyonu ile tüketicilerin mevcut yaşam tarzlarını aynı konfor ile sürdürme hatta daha da iyileştirme yönündeki motivasyonları tüketicileri bir ikileme itmekte ve çevreci tüketim davranışı benimsenmesini zorlaştırmaktadır. Bu ikileme ile daha da karmaşık hale gelen çevreci tüketim davranışı açıklamak için kullanılan teorik çerçevelerde rasyonellik, ahlakçılık, durumsallık gibi farklı yaklaşımların öne çıktığı görülmektedir. Ancak günümüze daha yakın tarihli araştırmalarda farklı amaçları, duyguları, bilişselliği yansıtan unsurların bütünlük teorik yapı çerçevesinde incelendiği çalışmalar (Steg vd., 2014; Onel&Mukherjee, 2017)



da yapılmaktadır. Gelecek çalışmalarda, özellikle kamusal ve ticari amaçlara uygun olarak, bireyin farklı önceliklerini (ör. ekonomik fayda, ahlak, değer, duygular, demografik özellikler) bir arada değerlendirecek araştırmaların sayılarının yürütülmesi faydalı olacaktır.

Gelecek araştırmaların, bireyin tüketim aşamalarında, çevresel öncelikleri, zorunlulukları, ortak sosyal sorumlulukları dikkate almasını öne çıkaran ahlaki unsurlar (bireysel normlar, sosyal normlar), olumsuz duygular (suçluluk duygusu), rasyonel tercihleri (ekonomik fayda, konfor) bir arada değerlendirmesi önem taşımaktadır.

### Kaynakça

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Allen, J. B., & Ferrand, J. L., (1999). Environmental locus of control, sympathy, and proenvironmental behavior: A test of Geller's actively caring hypothesis. *Environment and Behavior*, 31(3), 338-353.

Anderson, W. T., & Cunningham, W. H. (1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36(3), 23-31.

Arkonaç, S. (2001). *Sosyal Psikoloji*, Alfa Yayınları, İstanbul.

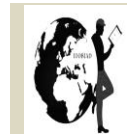
Baldassare, M., & Katz, C., (1992). The personal threat of environmental problems as predictor of environmental practices, *Environment and Behavior*, 24(5), 602-616.

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

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.



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.

Black, J. S., Stern, P. C., & Elworth, J. T. (1985). Personal and contextual influences on household energy adaptations. *Journal of Applied Psychology*, 70(1), 3-21.

Bodur, M., & Sarigöllü, E. (2005). Environmental sensitivity in a developing country: consumer classification and implications. *Environment and Behavior*, 37(4), 487-510.

Böhm, G. (2003). Emotional reactions to environmental risks: Consequentialist versus ethical evaluation. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 199-212.

Bratt, C. (1999). The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. *Environment and Behavior*, 31(5), 630-656.

Carrus, G., Passafaro, P., & Bonnes, M. (2008). Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: The case of recycling and use of public transportation. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 51-62.

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

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.



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.

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.

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.

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*, 29(3), 157-166.

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.

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, 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.



Hensen, N., Keeling, D. I., de 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.

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

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

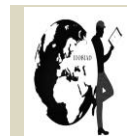
Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A., (2011). Exploring consumer adoption of a high involvement eco-innovation using value-belief-norm theory, *Journal of Consumer Behaviour*, 10(1), 51-60.

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.

Kalamas, M., Cleveland, M., & Laroche, M., (2014). Pro-environmental behaviors for thee but not for me: Green giants, green Gods, and external environmental locus of control. *Journal of Business Research*, 67(2), 12-22.





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.

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.

Klößner, C. A. (2013). A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis, *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038.

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.

Kormos, C., & Gifford, R. (2014). The validity of self-report measures of proenvironmental behavior: A meta-analytic review. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 359-371.

Kumar, P., & Polonsky, M. J. (2017). An analysis of the green consumer domain within sustainability research: 1975 to 2014. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 25(2), 85-96.

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.

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.

Lee, J. A., & Holden, S. J. (1999). Understanding the determinants of environmentally conscious behavior. *Psychology and Marketing*, 16(5), 373-392.

Leopold, A., (1948), *A Sand County Almanac*, Oxford University Press.



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.

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

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.

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

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W., (1972). *The limits to growth*, New York: Universe Books.

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.

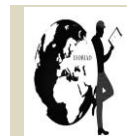
Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 40(1), 37-48.

Mostafa, M. M. (2007). Gender differences in Egyptian consumers' green purchase behaviour: the effects of environmental knowledge, concern and attitude. *International Journal of Consumer Studies*, 31(3), 220-229.

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

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.

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.

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.

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

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

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.

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.

Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M., & Diamantopoulos, A., (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.



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.

Schweper 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.

Slimak, M. W., & Dietz, T. (2006). Personal values, beliefs, and ecological risk perception. *Risk analysis*, 26(6), 1689-1705.

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., & 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.

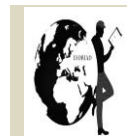
Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G., (2014). An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals, *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104-115.

Stern, P. C., 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., (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behaviour, *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.

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.



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.

Thøgersen, J. (1999). Spillover processes in the development of a sustainable consumption pattern. *Journal of economic psychology*, 20(1), 53-81.

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.

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

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.

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.

Vaske, J. J., & Kobrin, K. C., (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education*, 32(4), 16-21.

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.

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.



Wang, P., Liu, Q., & Qi, Y., (2014). Factors influencing sustainable consumption behaviors: a survey of the rural residents in China. *Journal of Cleaner Production*, 63, 152-165

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

