

Karaca, Ş. (2022). "Çevresel Kimliğin ve Ahlaki Lisanslamanın Turistlerin Çevre Dostu Davranışlarına Etkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 51, Denizli, ss.357-370.

## ÇEVRESEL KİMLİĞİN VE AHLAKİ LİSANSLAMANIN TURİSTLERİN ÇEVRE DOSTU DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Şükran KARACA\*

Öz

Turizmin çevre üzerinde gittikçe artan olumsuz etkileri mevcuttur. Bu olumsuz çevresel etkileri azaltmak ve sınırlamak için turistlerin sorumlu davranışlarda bulunmasına ihtiyaç vardır. Çevre sorunlarının aciliyeti ve ciddiyeti, çevre dostu davranışların öneminin anlaşılmasını gerektirmektedir. Çevre dostu davranış denilince, genel olarak bireysel davranışların neden olduğu olumsuz çevresel etkilerin azaltılması anlaşılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı çevresel kimlik ve ahlaki lisanslamanın turistlerin çevre dostu davranışlarına etkisinin incelenmesidir. Çalışma kapsamında 330 kişiden çevrim içi anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde yapısal eşitlik modellemesi kapsamında doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda çevresel kimliğin turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde pozitif bir etkisi olduğu, ahlaki lisanslamanın ise negatif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çevre dostu davranışları arttırmak ve ahlaki lisanslamanın etkisini azaltmak için çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Çevresel kimlik, Ahlaki lisanslama, Çevre dostu davranış, Sürdürülebilir turizm.

## THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL IDENTITY AND ETHICAL LICENSING ON THE PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIOR OF TOURISTS

Abstract

Tourism has increasingly negative effects on the environment. In order to reduce and limit these negative environmental impacts, there is a need for tourists to act responsibly. The urgency and seriousness of environmental problems require an understanding of the importance of environmentally friendly behaviors. When it comes to environmentally friendly behavior, it is generally understood to reduce the negative environmental effects caused by individual behaviors. In this context, the aim of the study is to examine the effects of environmental identity and moral licensing on the environmentally friendly behavior of tourists. Within the scope of the study, data were obtained from 330 people with the online survey technique. In the analysis of the data, confirmatory factor analysis and path analysis were performed within the scope of structural equation modeling. As a result of the analysis, it was concluded that environmental identity has a positive effect on the environmentally friendly behavior of tourists, while moral licensing has a negative effect. In line with the results obtained, various suggestions have been made to increase environmentally friendly behaviors and reduce the effect of moral licensing.

**Keywords:** Environmental identity, Moral licensing, Pro-environmental behavior, Sustainable tourism.

\*Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, SİVAS.  
e-posta: sukrankaraca@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-0268-1810>)

## 1. GİRİŞ

Turizm, ekonomiye ve topluma fayda sağlayan dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Turizm sektörü, sağladığı faydalara rağmen çevrenin fiziksel (kara, su, hava), biyolojik (flora, fauna) ve maddi olmayan (değer) bileşenleri üzerinde çeşitli olumsuz etkilere sahiptir (Lamers ve Amelung, 2007: 52). Bu durum ya kullanımdan ya da kirlilikten kaynaklanmaktadır. Turistlerin tatil faaliyetleri veya içme suyu da dahil olmak üzere doğal kaynakları doğrudan kullanmaları sonucunda olumsuz etkiler oluşmaktadır. Ekosisteme verilen zarar yaban hayatının bozulmasını, bitki örtüsünün çiğnenmesini, toplama yoluyla türlerin tükenmesini (örneğin mercanlar, deniz kabukları) ve yabancı türlerin istilasını içermektedir. Dolayısıyla turizm yüksek bir çevresel maliyeti beraberinde getirmektedir. Turizm, uzun vadeli büyümeyi ve küresel toplum ile turizm endüstrisinin refahını güvence altına almak için çevresel açıdan daha sürdürülebilir hale gelmelidir. Bu da, sürdürülebilir turizm arzını (Middleton ve Hawkins, 1998: 198) veya turistlerin sürdürülebilir çevre dostu davranışlarını arttırarak başarılabilir (Moisander ve Pesonen, 2002: 330). Arz tarafında teknolojik ve düzenleyici çözümler yetersiz olduğu için (Gössling vd., 2010: 120) odak nokta, sürdürülebilir turist davranışının arttırılmasına kaymıştır (Budeanu vd., 2016:285). Çevre dostu davranışlar, çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmeyi amaçlayan bilinçli davranışlardır (Kollmuss ve Agyeman, 2002: 239). Turizmde çevre dostu davranışlar ise; bir turistin seyahat sırasında çevrenin korunmasına ve turistik bölgelerin refahına faydalı olan davranışlardır (Pan vd., 2018: 634) ve herhangi bir destinasyonun sürdürülebilirliğini etkileyen önemli bir ön koşuldur (Sharpley, 2014: 37). Sayıları giderek artan turistlerin çevre dostu davranmamaları turistik bölgeler üzerinde önemli olumsuz etkiler yaratmaktadır (Dang ve Maurer, 2021: 1). Bu nedenle, turizm faaliyetlerinde çevreci davranışların tespit edilmesi ve bu davranışların teşvik edilerek sürdürülebilir bir davranış haline dönüştürülmesi çok önemlidir.

İklim değişikliği ve diğer çevresel olumsuzluklar karşısında, insanların çevresel zararı azaltmak için harekete geçmeleri önemlidir. Eylemci davranışlara odaklanmak; iklim değişikliğini ve diğer çevresel sorunları başarılı bir şekilde azaltmak için insanların gönüllü olarak kendi tüketimlerini sınırlamanın ötesine geçmesi gerektiği varsayımı ile ifade edilebilir. Bu davranışlar; endüstrilerin çevresel düzenlemeleri, karbon nötr enerji kaynaklarına geçiş için ekonomik teşvikler, materyalizmden uzaklaşan kültürel değişimler ve fosil yakıt şirketlerinin siyasi gücünün kısıtlanması gibi sosyal değişime yol açan unsurları içermelidir (Fielding ve Hornsey, 2016: 4; Rees ve Bamberg, 2015: 441). Davranış değişikliği, özellikle insan kaynaklı devam eden çevre sorunlarının (iklim değişikliği, kirlilik vd.) azaltılması söz konusu olduğunda, sürdürülebilirlik için çok önemlidir (Fischer vd., 2012: 153). Dolayısıyla, insanlar küresel turizm endüstrisinin olumsuz çevresel etkisini azaltmak için daha çevre yanlısı bir şekilde davranmalıdır.

Çevresel açıdan sürdürülebilir turist davranışları, çevresel kimlik gibi itici bir güce sahiptir. Aynı zamanda, çevre dostu davranışlar ile çevresel kimlik arasında olumlu ilişkiler vardır (Juvan ve Dolnicar, 2017: 880). Çevresel kimlik, bireylerin kendilerini çevre dostu bir şekilde hareket eden biri olarak görme derecesidir (Van der Werff vd., 2013a: 54) ve bir kişinin çevresel kimliği ne kadar güçlüyse, çevre yanlısı davranışlarda bulunma olasılığı da o kadar yüksektir (Cornelissen vd., 2008: 48; Whitmarsh ve O'Neill, 2010: 306). Çünkü insanlar tutarlı olmaya ve kendilerini nasıl gördükleri doğrultusunda hareket etmeye motive olurlar (Van der Werff vd., 2013b: 1259). İnsanlar doğaya ve çevreye güçlü bir şekilde önem verdiklerinde yani biyosferik değerleri güçlü bir şekilde desteklediklerinde, kendilerini çevre dostu bir insan olarak görme olasılıkları daha yüksektir. Dolayısıyla, insanlar kendilerini ne kadar çevre dostu olarak görürlerse çevre yanlısı davranışları da o denli artar (Gatersleben vd., 2012: 381; Van der Werff vd., 2013a: 54). Bu durumun tam tersine bazen bireylerin ahlaki lisanlama inançları, daha önce yapılan ahlaki bir eylemin sonrasında ahlaksız bir eyleme izin verdiği inancına atıfta bulunur. Başka bir ifadeyle, kişinin önceki çevre yanlısı davranışları, sonraki çevre yanlısı davranışları azaltmak veya hatta onları tamamen ortadan kaldırmak için zihinsel bir izin duygusu sağlayabilir (Geng vd., 2016: 2). Bu nedenle tek bir çevre yanlısı davranış, bazı insanlara artık başka herhangi bir çevre yanlısı davranışta bulunmak zorunda olmadıklarını hissettirebilir (Merritt vd., 2010: 345; Miller ve Efron, 2010: 121; Blanken vd., 2015: 550). Sonuç olarak, ahlaki lisanlamanın etkisi ile insanlar çevre dostu davranışlardan uzak durabilirler.

Turizm, gelişmiş yaşam tarzlarının merkezi bir unsuru haline geldikçe çevre dostu davranışları anlamak, kökenlerini, nasıl teşvik edilebileceklerini ve insanların olumlu çevresel davranışlarını tatilde de uygulayıp uygulamadıklarını incelemek önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda bu çalışma, hem turistlerin çevresel kimliklerinin etkisiyle çevreye olumlu katkı sağlayacak çevre dostu davranışlarını teşvik etmek için kullanılabilecek içgörüler

elde etmek hem de çevre dostu davranışların önünde engel olan ahlaki lisanslamanın etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Aynı zamanda turizmde çevre dostu davranışlarda ahlaki lisanslama etkisinin gerçekten var olup olmadığını, bu etkinin nasıl engelleneceğini ve hatta nasıl önüne geçilebileceğini incelemek için de bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca literatürde ahlaki lisanslamanın etkisinin turizm alanında incelendiği çalışmalar (Xu vd., 2020: 1443, Nikolic vd., 2021: 1960) az sayıdadır. Bu nedenle çalışmanın turizm alanındaki literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## **2. ÇEVRESEL KİMLİK**

Çevresel kimlik, kişinin kendisini doğal dünyayla ilişkisinde nasıl gördüğüdür ve kişinin benlik kavramını oluşturma biçiminin bir parçasıdır. Çevresel kimlik; kişisel geçmişe, duygusal bağlanmaya ve/veya benzerliğe dayanan doğal çevrenin bir kısmıyla bağlantılıdır. Bu bağlantı kişinin dünyayı algılama şeklini, davranış biçimlerini ve sosyal etkileşimlerini etkilemektedir (Clayton, 2003: 45). Çevresel kimliğin hem sosyal hem de çevresel etkileri vardır ve bu durum insanların davranışlarına yansımaktadır (Stets ve Biga, 2003: 399). Çevresel kimlikler doğası gereği sosyaldır, çünkü kimlik ortak bir sosyal anlama, doğanın ne olduğuna ve nasıl “saygı duyulacağına, kötüleneceğine veya yararlanılacağına” dair bir anlayışa bağlıdır (Clayton, 2003: 10). Clayton (2003: 47), çevresel kimliğin bireylerin çevreyi koruyacak şekilde hareket etmeleri için motive edici bir güç olduğuna ve kimliğin sosyal, politik ve kişisel davranışlara rehberlik edeceğini vurgulamıştır.

Clayton (2003: 47) ve Stets ve Biga (2003: 399); kimliğin davranışları etkilemede tutumlardan ve dünya görüşünden daha büyük bir rol oynadığını belirtmişlerdir. Stets ve Biga (2003: 399), Amerika Birleşik Devletleri'nin kuzeybatısındaki üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada, çevresel tutumların ve dünya görüşünün çevreci davranışlar üzerinde hiçbir etkisinin olmadığını, çevresel kimliğin ise bu tür davranışların önemli bir yordayıcısı olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda Stets ve Biga (2003: 399), kimliğin davranışlar için temel bir motivasyon kaynağı olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedeni ise, bireylerin kimliklerini doğrulayacak veya kimliklerine karşılık verecek şekilde hareket etmeleri olabilir.

Bireylerin çevresel kimliği zamanla değişebilir ve deneyimlerinden etkilenebilir (Gee, 2000: 100; Riggs Stapleton, 2015: 94). Zavestoski (2003: 298), çevresel kimliğin doğadaki doğrudan deneyimler yoluyla geliştirildiğini ve çevreye karşı benzer kimliklere ve değerlere sahip insanlarla birlikte desteklendiğini ifade etmiştir. Bir davranışta bulunmanın “aynı hedefle uyumlu diğer eylemlere katılımı etkileyebileceğine” dair araştırmalar literatürde mevcuttur (Truelove vd., 2014: 127; Nash vd., 2017: 2). Bu araştırma sonuçlarının tersine bazen de insanların çevresel kimlikleri çevreci davranışlarla ilişkili değildir. Kempton ve Holland (2003: 317) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları, çevresel kimliğin geri dönüşüm gibi tüketici davranışlarıyla ilişkili olmadığını göstermiştir. Aynı zamanda insanların çevre dostu davranışlarının tutarlı olmadıklarına dair araştırmalar da mevcuttur. Whitmarsh vd. (2018), insanların genellikle evde geri dönüşüme önem verirken, işte ve tatilde geri dönüşüm yapma olasılıklarının daha düşük olduğunu tespit etmişlerdir.

Çevresel kimlik, bireylerin katılmayı tercih ettikleri çevresel eylemleri ve çevreci davranışları açıklamaya yardımcı olabilir (Stets ve Biga, 2003: 399). Eylem, seçim ve davranış, kişinin çevresel kimliğinin bir parçasıdır (Clayton, 2003: 47; Blatt, 2013: 468). Van der Werff vd. (2013a) önceki çevre dostu davranışları hatırlatılan kişilerin, çevre dostu davranışları olmayan insanlara göre daha fazla çevre dostu seçimler yapma eğiliminde olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde Lacasse (2016: 150), insanları “çevreci” olarak etiketlemenin daha fazla çevre dostu davranışa yol açtığını bulmuştur. Çevresel kimlik, bazı çevreci davranışları da öngörebilir. Kişinin çevresel kimliği ne kadar yüksekse, belirli çevre dostu davranışlara katılma olasılığı o kadar yüksektir. Bu bağlantı muhtemelen çevre sorunları için bir aktivist olmak gibi daha karmaşık çevresel davranışlarla uyumlu davranışlara kadar uzanabilir (Heimlich vd., 2013: 263). Clayton (2003: 61), çevresel davranışlara katılım ile çevresel kimlik arasında bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Clayton vd. (2011: 87) yaptıkları çalışmada, daha güçlü bir çevresel kimliğin çevre dostu tutum ve davranışlara yansımalarını tespit etmiştir. Tanık (2012) çalışmasında, çevre kimlikleri güçlendikçe çevre dostu davranışlarının arttığını bulmuştur. Akkuş ve Yordam (2021: 23) ise, çevresel kimliğin çevresel tutum üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bilgiler doğrultusunda şu hipotez oluşturulmuştur:

*H<sub>1</sub>: Çevresel kimliğin turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.*

### 3. AHLAKİ LİSANSLAMA

Günümüzün küresel toplumunda, insan kaynaklı çevre sorunlarının iklim değişikliği, hava kalitesi, su ve gürültü kirliliği, ozon tabakasının incilmesi, enerji tüketimi ve biyoçeşitlilik kaybı gibi birçok alanda geniş kapsamlı etkileri vardır (Steg ve Velk, 2009: 309; Tiefenbeck vd., 2013:160; Hautier vd., 2015: 336) ve bu durum insanların yaşam kalitesini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle, tüm dünyada uygulanabilecek mevcut ortamları iyileştirmek için çözümler bulmak gerekmektedir. Bazı araştırmacılar, çevresel sorunların çoğunun insanların davranışlarını değiştirerek önlenebileceğini iddia etmektedir (Steg ve Velk, 2009: 309; Truelove vd., 2014: 128). Çevre dostu davranışlar genellikle günlük yaşamda ortaya çıkar. Örneğin, su ve elektrik tüketimi gibi düzenli davranışların çoğu çevre koruma ile ilgilidir. Bu nedenle, yalnızca olası bir çevreci davranışı teşvik etmeye odaklanmak yeterli değildir, aynı zamanda çevreci davranışların sürekliliğine de dikkat etmek gerekir. Bu bağlamda, geçmiş davranışlar gelecekteki davranışları etkilemektedir. Dolayısıyla geçmişteki çevre dostu davranışların gelecekteki çevre dostu eylemleri teşvik edip etmemesi veya engellemesi durumu söz konusu olmaktadır (Van der Werff vd., 2014: 274). Bu durum ahlaki lisanslamaya yol açmaktadır. Ahlaki lisanslama, bireylerin ahlaki bir kişi olarak kendi imajlarını tehdit etmeden ahlaki olmayan bir şekilde davranmalarını sağlayan bilişsel bir önyargıdır (Simbrunner ve Schlegelmilch, 2017: 201). Başka bir ifadeyle, ahlaki lisanslama benlik kavramında ahlaki bir destek sağlayan ve bu tür davranışlarla ilişkili olumsuz düşünceleri azaltarak görece bir ahlaksız eylem tercihini arttıran bilinçli olmayan bir etkidir (Khan ve Dhar, 2006: 264). Örneğin, ahlaki lisanslama yeşil bir ürün satın almanın (olumlu bir ahlaki eylem) daha sonra zevkine düşkün bir lüks mal (olumsuz bir ahlaki eylem) satın alma olasılığını neden arttırdığını açıklamaktadır (Simbrunner ve Schlegelmilch, 2017: 201).

Bireyler yaşamları boyunca ahlaki bir benlik imajı oluştururlar. Kişinin kendini çok ahlaklı ya da daha az ahlaklı biri olarak algılamasından bağımsız olarak, bu yerleşik benlik imajı ahlaki bir temel sağlamaktadır (Simbrunner ve Schlegelmilch, 2017: 202). Sachdeva vd. (2009: 524) bireyin ahlaki davranış sergileyerek ahlaki benlik imajını güçlendirdiğini öne sürmektedir. Bu nedenle, algılanan "ahlaki olma" derecesi, bireye özgü temel çizgiyi aşmaktadır. Bu nedenle, daha sonra nispeten ahlaksız davranışlar sergilemek, genel ahlaki benlik imajını tehdit altına sokmaz ve dolayısıyla ahlaki lisanslamaya yol açar. Van der Werff vd. (2014: 274) ve Meijers (2014: 71) bir bireyin çevresel öz kimlik düzeyinin (bir bireyin kendisini çevre dostu bir kişi olarak tanımlama derecesinin) önemli olabileceğini öne sürmüştür. Varsayımlarına göre; daha zayıf bir çevresel öz kimliğe sahip kişilerin çevre dostu davranışlarında ahlaki lisanslamanın etkileri daha fazla görülmektedir.

Ahlaki lisanslama, ahlaki bir eylemi göstererek ya da hatırlatılarak sağlanabilir. Teorik olarak; ahlaki eylemler, ahlaklı bir kişi olma genel hedefine doğru bir adım olarak kabul edilebilirken ahlaki özellikler, kişinin ahlaki öz kimliğinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilebilir (Conway ve Peetz, 2012: 907). Maedeh vd. (2019: 1) tarafından yapılan bir çalışmada, daha önceki çevre dostu davranışları hatırlatılan daha çevreci tutumlara sahip katılımcıların karbon ayak izleri hakkında bilgi arama olasılıklarının daha düşük olduğu (ahlaki bir lisanslama etkisi ile tutarlı) tespit edilmiştir. Aynı zamanda çalışmada; daha az olumlu çevresel tutumlara sahip olan, çevre dostu davranışları nadiren hatırlatılan katılımcıların çevre dostu davranışlara yönelik bilgileri arama olasılığını ise daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sachdeva vd. (2009: 524), insanların ahlaki lisanslama etkisini yansıtarak olumsuz eylemlerde bulduktan sonra bazen öz-değerlerini kurtarmak için ahlaki davranışlarda buldukları da öne sürmüşlerdir.

İnsanların daha önce çevre dostu eylemler gerçekleştirmesi sonrasında çevre dostu davranışları benimseme eğilimini her zaman arttırmamaktadır. Olumlu etkiler yaratmak yerine tam tersine geçmişteki çevre dostu davranışlar gelecekteki çevre dostu davranışları engelleyebilmektedir (Truelove vd., 2014: 132). Olumlu yayılma etkilerinin olmamasının nedenlerinden biri, ahlaki lisanslama olabilir. Dolayısıyla geçmişte ahlaki açıdan övgüye değer davranışların gerçekleştirilmesi, diğer çevre dostu davranışları gerçekleştirme olasılığını azaltabilir (Tiefenbeck vd., 2013: 161). Başlangıçta çevre dostu bir davranışı gerçekleştiren kişiler, ahlaki bir kişi olma ve ahlaki yükümlülük duygularını geçici olarak tatmin edecekleri için sonrasında çevre dostu bir davranışı gerçekleştirme duyguları azalabilmektedir (Miller ve Effron, 2010: 115). Mazar ve Zhong (2010: 494), yeşil davranışlarda bulunmanın sonraki işbirlikçi eylemleri azalttığını bulmuşlardır: yeşil bir mağazadan satın alanların sonraki bir satın almada geleneksel satın alanlara göre hem çalma hem de hile yapma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Tiefenbeck vd. (2013: 162), su tüketimleriyle ilgili haftalık geri bildirim

alan kişilerin su kullanımlarını azalttığını ancak elektrik tüketimini de arttırdığını belirtmişlerdir. Clot vd. (2013: 2298) tarafından yapılan bir çalışmada, katılımcılar çevre dostu davranışlar sergilediklerinde, çevresel bir hayır kurumuna bağış yapma isteklerinin azaldığını tespit etmişlerdir. Noblet ve McCoy (2018: 840) çalışmalarında, geçmişte sürdürülebilir enerji davranışlarına katılan bireylerin, enerji verimliliği/yenilenebilir enerjide önerilen bir kamu politikası yatırımını destekleme olasılığının daha düşük olduğunu bulmuşlardır. Nikolic vd. (2021: 1960) ise, sürdürülebilir seyahat davranışları üzerine yaptıkları çalışmada, seyahat karar verme sürecinde ahlaki lisanslamanın etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sonuç olarak, ahlaki lisanslama üzerine yapılan araştırmalar geçmişte yapılan ahlaki eylemlerin sonrasında bireylerin ahlaki standartlarını gevşetmesine ve daha az ahlaki davranışlarda bulunmasına yol açabileceğini göstermektedir (Catlin ve Wang, 2013: 122; Garvey ve Bolton, 2017: 284; Noblet ve McCoy 2018: 839). Bu bilgiler ışığında şu hipotez oluşturulabilir:

*H<sub>2</sub>: Ahlaki lisanslamanın turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde negatif bir etkisi vardır.*

#### **4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, daha önce tatile gitmiş, sosyal medya ve mobil iletişim uygulamalarını (Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter vb.) kullanan kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş toplam 330 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler 1 Eylül-31 Ekim 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmada zaman, maliyet ve pandemi koşulları nedeniyle çevrim içi anket yöntemi tercih edilmiştir. Sosyal medya ve mobil iletişim uygulamaları aracılığıyla anket linki paylaşılmış ve katılımcılardan anketlerin doldurulması istenmiştir. Ayrıca katılımcıların anketi birden fazla kez cevaplandırmaması için oturum açma şartı konulmuş ve tüm soruların da doldurulması zorunlu tutulduğu için eksik ve hatalı anket olmamıştır. Böylece çağrıya olumlu dönüş yapan ve geçerli olan toplam 330 anket üzerinden verilerin analizi gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada beşli Likert tipinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum...3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum...5-Kesinlikle Katılıyorum) toplam 13 adet ifadeden oluşan ölçüm aracı kullanılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler Xu vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada kullanılan ölçekten alınmıştır. Ayrıca ölçüm aracında katılımcıların demografik özelliklerini ölçen altı adet ifade daha vardır. Veri toplamada kullanılan ölçek maddeleri aşağıdaki gibidir:

Çevresel Kimlik

Kendimi “çevreci” olarak tanımlarım.

Ailemin veya arkadaşlarımla beni çevre sorunları ile ilgilenen biri olarak görmesini isterim.

Kendimi çevre dostu biri olarak düşünüyorum.

#### **Ahlaki Lisanslama**

Çevre için olumlu olan bazı şeyler yaptığımda, olumlu olmayan başka şeyler yapma hakkına sahip olabilirim.

Cihazları kapatarak elektrik tasarrufu yaptığımda elektriği başka şekillerde kullanma hakkına sahip olabilirim.

Tatile uçakla gitmek diğer zamanlarda araba kullanımının oluşturduğu çevresel kirliliği (etkiyi) azaltmaya yardımcı olabilir.

Eğer bir kişinin çevre dostu bir yaşamı varsa, bu durum arabalarda benzin/mazot yakmasının çevreye verdiği zararı telafi eder.

Evde çevresel etkiyi azaltacak etkinlikler (geri dönüşüm vd.) yapmak, herhangi bir olumsuz çevresel etkiyi telafi etmeye yardımcı olabilir.

#### **Çevre Dostu Davranışlar**

Genellikle çevre dostu turizm ürünlerini (doğaya en az zarar verecek, doğa dostu tatil vb.) satın almayı tercih ederim.

Genellikle eko-etikete sahip (yeşil yıldız, mavi bayrak vb.) konaklama tesislerini tercih ederim.

Tatildeyken kısa mesafelerde araba kullanmak yerine yürümeyi tercih ederim.

Tatilde başkalarının bıraktığı çöpü alırım.

Tatildeyken başkalarını doğal çevreyi korumaya teşvik ederim.

Ayrıca bu çalışmanın yapılması için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 03.05.2021 tarihli 30 nolu kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

## 5. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'deki gibidir:

**Tablo 1: Demografik özellikler**

Cinsiyet	f	%	Medeni Durum	f	%
Kadın	180	54,5	Evli	105	31,8
Erkek	150	45,5	Bekâr	225	68,2
<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>
Yaş	f	%	Eğitim	f	%
18-28	200	60,6	Lise	70	21,2
29-39	79	24	Ön lisans	56	17
40 yaş ve üzeri	51	15,4	Lisans	117	35,5
<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>	Lisansüstü	87	26,4
			<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>
Meslek	f	%	Gelir	f	%
Kamu Sektörü Çalışanı	84	25,5	3000 TL ve altı	162	49,1
Özel Sektör Çalışanı	68	20,6	3001-4500 TL	42	12,7
Öğrenci	143	43,3	4501-6000 TL	39	11,8
Serbest Meslek Çalışanı	18	5,5	6001-7500 TL	30	9,1
Diğer	17	5,2	7501 TL ve üzeri	57	17,3
<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>330</b>	<b>100</b>

Tablo 1'e göre; katılımcıların %54,5'i kadın, %45,5'i erkeklerden, %68,2'si bekârlardan, %60,6'sı 18-28 yaş aralığındaki katılımcılardan, %35,5'i lisans mezunlarından, %43,3'ü öğrencilerden, %49,1'i 3000 TL ve altı gelire sahip olan kişilerden oluşmaktadır.

Çalışmada, gizli değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için güçlü bir teknik olduğundan hipotezleri test etmek için Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesinde çok değişkenli normallik önemli bir varsayımdır. Bu varsayımın ihlali ki-kare değerinin büyük çıkmasına ve sonucun anlamlı olmadığı halde anlamlı çıkmasına neden olabilir (Raykow ve Marcoulides, 2006). Gözlemlerin normalliği, modeli oluşturmadan ve uyum indekslerini kontrol etmeden önce ilk ve önemli varsayımdır (Kumar, 2015: 25).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin normal dağılıp dağılmadığını test etmek için normallik testi yapılmış ve verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir.

**Tablo 2: Tanımlayıcı istatistikler**

Faktörler	N	Ort.	ss.	Çarpıklık	Basıklık	Min	Maks
Çevresel Kimlik	330	4,16	,644	-,764	1,261	1,33	5,00
Çevresel Ahlaki Lisanslama	330	4,10	,729	1,054	1,491	1,00	5,00
Çevre Dostu Davranışlar	330	4,32	,589	-1,469	1,868	2,20	5,00

Verilerin normal dağılım gösterebilmesi için Skewness ve Kurtosis değerlerinin -2 ve +2 arasında olması gerekmektedir (George ve Mallery, 2010). Tablo 2 incelendiğinde elde edilen Skewness ve Kurtosis değerlerinin normallik şartını sağladığı görülmüştür.

Hair vd. (2014), yapısal eşitlik modelinin geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak için iki aşamalı bir süreç önermektedir. İlk olarak, ölçüm (dış) modeli ve yapılar ile ilişkili göstergeler arasındaki ilişkiyi değerlendirilmelidir. Daha sonra yapısal (iç) model değerlendirilerek teorik modeldeki yapılar arasındaki varsayımsal ilişki analiz edilmelidir (Caldeira ve Kastenholz, 2018). Bu bağlamda çalışmada yer alan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliklerine ilişkin analiz sonuçları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 3: Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri**

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	AVE	CR
Çevresel Kimlik	CVK3	,843	,792	,662	,854
	CVK1	,822			
	CVK2	,775			
Çevresel Ahlaki Lisanslama	AHL4	,785	,774	,504	,834
	AHL2	,742			
	AHL3	,737			
	AHL5	,696			
	AHL1	,572			
Çevre Dostu Davranışlar	CDD2	,797	,811	,518	,842
	CDD3	,771			
	CDD1	,714			
	CDD4	,683			
	CDD5	,618			

Ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliliğini test etmek için iç tutarlılık güvenilirliği ve yakınsak geçerlilik incelemesi yapılmıştır. Cronbach's Alfa katsayısının genel olarak 0,70 ve üzerinde olması tercih edilirken, bu katsayının keşifsel araştırmalarda 0,60'a kadar tolere edilmesi mümkündür (Hair vd., 2010: 125). Çalışmada tüm faktörlerin Cronbach Alfa katsayısı 0,70 üzerindedir. Çalışmada yapı geçerliliğini test etmek için yakınsak geçerlilik yöntemi kullanılmıştır. Geçerliliğin olması için AVE değerlerinin 0,5'ten, CR değerlerinin 0,7'den yüksek ve CR değerlerinin de AVE değerlerinden yüksek olması gerekmektedir (Hair vd., 2010: 777). Tablo 3'e göre; bütün faktörlerin AVE değerleri 0,5'in, CR değerleri de 0,7'nin üzerinde ve CR değerleri AVE değerlerinden yüksektir. Bu durumda tüm faktörler yapı geçerliliğine sahiptir.

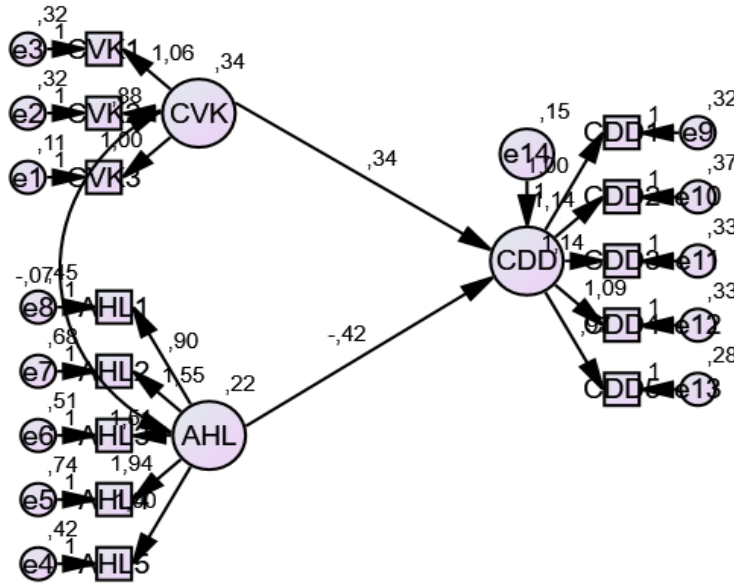
Dış modelin geçerlilik ve güvenilirliğini inceledikten sonra iç modelin tahminlerini değerlendirilmesi kapsamında doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında geliştirilen araştırma hipotezlerinin doğruluğunu test etmek amacı ile yapısal eşitlik modeli ile analiz gerçekleştirilmiştir. Tablo 4'te çalışmada kullanılan ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizi değerleri verilmiştir.

Tablo 4: Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçekler		
			Çevresel Kimlik	Ahlaki Lisanslama	Çevre Dostu Davranışlar
X <sup>2</sup> /sd	≤3	≤5	-	2,622	1,551
GFI	≥0,90	≥0,85	1,000	,985	,995
CFI	≥0,97	≥0,95	1,000	,980	,997
TLI (NNFI)	≥0,95	≥0,90	1,000	,959	,989
RMSEA	≤0,05	≤0,08	,578	,070	,041

Kaynak: Marsh vd., 2004: 325.

Tablo 4'e göre, araştırmada yer alan ölçeklerin uyum iyiliği değerlerinin tamamının iyi uyum gösterdiği görülmektedir. Bu aşamadan sonra araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin (yolların) gücünü ve anlamlı olup olmadığını test etmek için yol analizi kullanılmıştır. Araştırma modelinin yol analizi aşağıdaki gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Yol Analizi Modeli

Yapılan yol analizi sonucu araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri Tablo 5'teki gibidir:

Tablo 5: Araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli
X <sup>2</sup> /sd	≤3	≤5	1,857
GFI	≥0,90	≥0,85	,946
CFI	≥0,97	≥0,95	,961
TLI (NNFI)	≥0,95	≥0,90	,951
RMSEA	≤0,05	≤0,08	,051

Araştırma modeli incelendiğinde tüm uyum iyiliği değerleri iyi uyum göstermektedir. Uyum iyiliği değerleri sağlayan yapısal modelin parametre tahminleri Tablo 6'da gösterilmiştir.



**Tablo 6: Araştırma modeli sonuçları**

Dışsal Değişken	İçsel Değişken	Standardize Regresyon Katsayısı	Standart Hata	p Değeri
Çevresel Kimlik	→ Çevre Dostu Davranışlar	,403	,040	,000**
Çevresel Ahlaki Lisanslama	→ Çevre Dostu Davranışlar	-,395	,042	,000**

Yol analizinin sonuçlarına bakıldığında; çevresel kimliğin turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde pozitif bir etkisi vardır ( $\beta = ,403$ ,  $p = ,000$ ) ve  $H_1$  hipotezi desteklenmiştir. Elde edilen bu sonuç literatürdeki birçok çalışmanın sonucuyla paralellik göstermektedir (Cornelissen vd., 2008; Whitmarsh ve O'Neill, 2010; Gatersleben vd., 2012; Van der Werff vd., 2013b). Çevresel ahlaki lisanslamanın ise, turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde negatif bir etkisi vardır ( $\beta = -,395$ ,  $p = ,000$ ). Dolayısıyla  $H_2$  hipotezi desteklenmiştir. Bu bulgu, ahlaki lisanslamanın davranışsal yayılma üzerindeki olumsuz etkilerine ilişkin mevcut çalışma sonuçlarıyla tutarlıdır (Diekmann ve Preisendorfer, 1998; Khan ve Dhar, 2006; Mazar ve Zhong, 2010; Thøgersen ve Crompton, 2009).

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, çevresel zarara önemli ölçüde neden olan faaliyetlerden biridir. Bu nedenle hem küresel hem de yerel destinasyon düzeyinde turizm faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel zararı azaltmak için çevresel sürdürülebilirlik konularına daha fazla önem vermek gerekmektedir. Bu bağlamda bu çalışma çevresel kimliğin ve ahlaki lisanslamanın turistlerin çevre dostu davranışlarına etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular şu şekildedir:

Çalışmada ilk olarak yapısal eşitlik modellemesini gerçekleştirmek için verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiş ve verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği ve yakınsak geçerliliği incelenmesi yapılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alfa değerleri 0,70'in üzerinde olduğu için iç tutarlılık sağlanmıştır. Çalışmada yapı geçerliliğini test etmek için yakınsak geçerlilik yöntemi kullanılmıştır. Çevresel kimlik, ahlaki lisanslama ve çevre dostu davranış faktörlerinin hepsinin CR değerleri 0,7'nin, AVE değerleri 0,5'in ve tüm CR değerleri de AVE değerlerinden büyük olduğundan yakınsak geçerliliği sağladığı görülmüştür.

İkinci aşamada model Yol Analizi ile test edilmiş ve ilişkiler ortaya konularak hipotezlerin geçerliliğine bakılmıştır. Yol analizinin sonuçlarına bakıldığında; çevresel kimliğin turistlerin çevre dostu davranışları üzerinde pozitif bir etkisi vardır ve  $H_1$  hipotezi desteklenmiştir. Elde edilen bulgular, çevresel kimliğin çevresel davranışları olumlu etkilediğini gösteren önceki araştırmaları (Clayton, 2003; Stets ve Biga, 2003; Lanzini ve Thøgersen, 2014; Thøgersen ve Crompton, 2009; Thøgersen ve Noblet, 2012) desteklemektedir. Çalışmada ahlaki lisanslamanın ise, çevre dostu davranışlar üzerinde negatif bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmış ve  $H_2$  hipotezi de desteklenmiştir. Bu bulguyu destekleyecek çalışmalar literatürde mevcuttur. Geng vd. (2016: 6), yeşil satın alma davranışlarında bulunan bireylerin ahlaki lisanslamanın etkisiyle daha sonra çevre dostu davranışlarında azalma olduğunu tespit etmişlerdir. Xu vd. (2020: 1443) tarafından yapılan çalışmada da, ahlaki lisanslama ile turizmde çevre dostu davranışlar arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İnsan kaynaklı çevre sorunlarının birçok olumsuz sonuçları vardır ve bu durum insanların genel yaşam kalitesine zarar vermektedir (Tiefenbeck vd., 2013: 160; Hautier vd., 2015: 336; De Dominicis vd., 2015: 66). Özellikle çevresel değerlerin teknolojik ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak azalması ve çevrenin korunmasının küresel bir sorun haline gelmesi çevre ile ilgili konuların giderek önem kazanmasını sağlamıştır (Karaca ve Sönmez Karapınar, 2021: 300). Bu nedenle bireylerin çevre dostu davranışlarının çevrenin korunması üzerinde katkıları dikkate alınmalıdır. Dolayısıyla, tüm dünyada hem küresel hem de yerel destinasyonları korumak için birtakım çözümler bulmak gereklidir. Çevresel sorunların çoğunun insanların davranışlarını değiştirerek çözülebileceği iddia edilmektedir (Steg ve Velk, 2009: 309). İnsanların bireysel davranış değişiklikleri doğal kaynakların tüketimini ve sera gazı emisyonlarını önemli ölçüde azaltmaktadır (Margetts ve Kashima, 2017: 30; Truelove vd., 2014: 128). Bununla birlikte, bireyler tarafından sürdürülebilir bir yaşam tarzının benimsenmesi de çevrenin korunması açısından oldukça büyük öneme sahiptir (Kollmuss ve Agyeman, 2002:240; Barr vd., 2011: 1331; Bratanova vd., 2012: 541). Bu bağlamda, turizm sektöründe de sürdürülebilirliğin sağlanması için turizm faaliyetlerinin çevreye

zararlı etkilerini azaltmak ve turistlerin çevre dostu davranışlarını teşvik etmek gerekmektedir (Juvan ve Dolnicar, 2014: 76; Hindley ve Font, 2017: 1684). Turistlerin arzu edilen davranışlarını (çevre üzerinde olumsuz bir etki yaratmamayı içeren) teşvik etmek için çevre dostu davranışların itici güçlerini keşfetmek önemlidir, çünkü farklı sürdürülebilir davranışların farklı itici güçleri vardır. Örneğin, çöp atmamak tutum tarafından yönlendirilebilir, ancak belirli bir ulaşım aracının seçilmesi uygunluk, güvenlik vb. gibi faktörler tarafından belirlenebilir. Bisikleti tercih etmek için uygun bir altyapının varlığı ön koşuldur (Etminani-Ghasrodashti vd., 2018: 244). Bununla birlikte, çevreye zarar veren seyahat ve turizm uygulamalarını kısıtlayan hükümet düzenlemelerini destekleyerek turistlerin çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltılabilir (Stern, 2000: 418). Yapılan müdahaleler, istenilen çevresel davranışın temel öncüllerini hedeflediği takdirde daha verimli ve etkili olacaktır (Steg, 2017). Bu nedenle, tüm dünyada çevre dostu davranışların altında yatan ve bu davranışları teşvik eden faktörlerin derinlemesine incelenmesi çok önemlidir. Sonuç olarak, turistlerin daha çevre dostu bir şekilde davranmasını sağlamak için planlanan önlemlerin hedeflenen davranışlara özgü olması gerekmektedir. Bununla birlikte, insanlar hedefe odaklanırlarsa davranışlarında ahlaki lisanslama etkisi azalabilir ve çevre dostu davranışlar gerçekleşebilir. Bu nedenle, çevre dostu davranışların sürdürülebilirliğine odaklanılmalı ve çevre dostu eylemleri teşvik etmek için lisanslama etkisi azaltılmaya çalışılmalıdır. Aynı zamanda insanlara daha önceki çevre dostu davranışları hatırlatılarak sonraki çevresel davranışları üzerindeki ahlaki lisanslama etkisi azaltılmalı, böylece çevre dostu davranışlarda tutarlılık teşvik edilmelidir. Çoğu insan çevre bilincine sahip olmanın önemini farkındayken, ahlaki lisanslama etkisi gibi faktörlerin çevresel davranışlar üzerinde nasıl olumsuz bir etkisi olduğunun farkında değildir.

Çalışmanın kısıtlarına bakıldığında; ilk olarak çalışma kısa bir zaman periyodu içinde gerçekleştiği için önceki davranışların sonraki davranışlara etkisi konusunda bu çalışmanın faydası sınırlı olabilir. Bu nedenle daha uzun vadeli davranış kalıpları olduğu göz önüne alınarak araştırma daha uzun bir sürede gerçekleştirilebilir. Ayrıca araştırma daha büyük bir örneklem ile yapılırsa, araştırma akışında daha fazla nicel kanıt elde edilir, böylece sonuçların güvenilirliği ve genellenebilirliği artabilir.

Mevcut çalışmanın bulguları, turizm sektöründe ahlaki lisanslama etkilerinin veya daha genel olarak olumlu yayılma etkilerinin beklenebileceği koşulları belirlemeye çalışan literatüre katkıda bulunmaktadır. Bir diğer katkısına bakıldığında; geçmişteki çevre dostu eylemlerin gelecekteki çevre dostu eylemlerle nasıl ilişkili olduğunun daha iyi anlaşılması açısından da önemlidir. Aynı zamanda, ahlaki lisanslama etkisinin insanların çevre dostu davranışlarındaki tutarlılık eksikliğini açıklama konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda ise, turizmde çevresel alanda ahlaki lisanslamanın moderatörlerinden biri olan çevresel tutumun rolü ve ahlaki temizleme gibi konular araştırılabilir.

#### **KAYNAKÇA**

- Akkuş, Ç. ve Yordam, S. (2021). "Yerel Halkın Millî Parklara Yönelik Çevresel Kimlik, Çevresel Tutum ve Katılım Yaklaşımları", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32/1, 19-30.
- Barr, S., Shaw, G. ve Gilg, A. W. (2011). "The Policy and Practice of "Sustainable Lifestyles"", *Journal of Environmental Planning and Management*, 54/10, 1331-1350.
- Blanken, I., Van, D V. N. ve Zeelenberg, M. (2015). "A Meta-Analytic Review of Moral Licensing", *Personality & Social Psychology Bulletin*, 41/4, 540-558.
- Blatt, E.N. (2013). "Exploring Environmental Identity and Behavioral Change in an Environmental Science Course", *Cultural Studies in Science Education*, 8, 467-488.
- Bratanova, B., Loughnan, S. ve Gatersleben, B. (2012). "The Moral Circle as a Common Motivational Cause of Crosssituational Pro-Environmentalism", *European Journal of Social Psychology*, 42/5, 539-545.
- Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G. ve Ooi, C. (2016). "Sustainable Tourism, Progress, Challenges and Opportunities: An Introduction", *J. Clean. Prod.*, 111, 285-295.
- Caldeira, A. M. ve Kastenholz, E. (2018). "It's so Hot: Predicting Climate Change Effects on Urban Tourists' Time-Space Experience", *Journal of Sustainable Tourism*, 26/9, 1516-1542.
- Catlin, J. ve Wang, Y. (2013). "Recycling Gone Bad: When the Option to Recycle Increases Resource Consumption", *Journal of Consumer Psychology*, 23/1, 122-127.

- Clayton, S. (2003). "Environmental identity: A conceptual and an operational definition", *Identity and Natural Environment*, (Ed: S. Clayton ve S. Opatow), Cambridge: MIT Press.
- Clayton, S., Fraser, J. ve Burgess, C. (2011). "The Role of Zoos in Fostering Environmental Identity", *Ecopsychology*, 3/2, 87–96.
- Clot, S., Grolleau, G. ve Ibanez, L. (2013). "Self-Licensing and Financial Rewards: Is Morality For Sale?", *Economics Bulletin*, 33, 2298-2306.
- Conway, P. ve Peetz, J. (2012). "When Does Feeling Moral Actually Make You A Better Person? Conceptual Abstraction Moderates Whether Past Moral Deeds Motivate Consistency or Compensatory Behavior", *Personal Soc Psychol Bull*, 38, 907–91.
- Cornelissen, G., Pandelaere, M., Warlop, L. ve Dewitte, S. (2008). "Positive Cueing: Promoting Sustainable Consumer Behavior By Cueing Common Environmental Behaviors as Environmental", *Int. J. Res. Market*, 25, 46-55.
- Dang, N.H. ve Maurer, O. (2021). "Place-Related Concepts and Pro-Environmental Behavior in Tourism Research: A Conceptual Framework", *Sustainability*, 13, 11861. <https://doi.org/10.3390/su132111861>
- De Dominicis, S., Fornara, F., Cancellieri, U. G., Twigger-Ross, C., ve Bonaiuto, M. (2015). "We are at Risk, and so What? Place Attachment, Environmental Risk Perceptions and Preventive Coping Behaviours", *Journal of Environmental Psychology*, 43, 66–78.
- Etminani-Ghasrodashti, R., Paydar, M. ve Ardeshtiri, A. (2018). "Recreational Cycling in a Coastal City: Investigating Lifestyle, Attitudes and Built Environment in Cycling Behavior", *Sustain. Cities Soc.*, 39, 241–251.
- Fielding, K. S. ve Hornsey, M. J. (2016). "A Social Identity Analysis of Climate Change and Environmental Attitudes and Behaviors: Insights and Opportunities", *Frontiers in Psychology*, 7/121, 1-12.
- Fischer, J., Dyball, R., Fazey, I., Gross, C., Dovers, S., Ehrlich, P. R., Brulle, R.J., Christensen, C. ve Borden, R. J. (2012). "Human Behavior and Sustainability", *Front. Ecol. Environ.*, 10/3, 153-160.
- Garvey, A. M. ve Bolton, L. E. (2017). "Eco-Product Choice Cuts Both Ways: How Proenvironmental Licensing Versus Reinforcement is Contingent on Environmental Consciousness", *Journal of Public Policy and Marketing*, 36, 284–298.
- Gatersleben, B., Murtagh, N. ve Abrahamse, W. (2012). "Values, identity and Pro-Environmental Behaviour", *Contemp. Soc. Sci. J. Acad. Soc. Sci.*, 9, 374-392.
- Gee, J. (2000). "Identity as an Analytic Lens for Research in Education", *Review of Research in Education*, 25, 99-125.
- Geng, L., Cheng, X., Tang, Z., Zhou, K. ve Ye, L. (2016). "Can Previous Pro-Environmental Behaviours Influence Subsequent Environmental Behaviours? The Licensing Effect of Pro-Environmental Behaviours", *Journal of Pacific Rim Psychology*, 10. E9 <https://doi.org/10.1017/prp.2016.6>.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston, MA, Pearson.
- Gössling, S., Hall, C. M., Peeters, P. ve Scott, D. (2010). "The Future of Tourism: Can Tourism Growth And Climate Policy Be Reconciled? A Mitigation Perspective", *Tour. Recreat. Res.*, 35/2, 119-130.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. ve Kuppelwieser, V. G. (2014). "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research", *European Business Review*, 26/2, 106–121.
- Hautier, Y., Tilma, D., Isbell, F. I., Seabloom, E. W., Borer, E. T. ve Reich, P. B. (2015). "Plant Ecology. Anthropogenic Environmental Changes Affect Ecosystem Stability Via Biodiversity", *Science*, 348/6232, 336-40.
- Heimlich, J.E., Mony, P. ve Yocco V. (2013). "Belief to Behavior: A Vital Link", *International Handbook of Research on Environmental Education*, (Ed: R.B. Stevenson, M. Brody, J. Dillon ve A. E.J. Wals). New York, Routledge.
- Hindley, A. ve Font, X. (2017). "Ethics and Influences in Tourist Perceptions of Climate Change", *Current Issues in Tourism*, 20/16, 1684-1700.

- Juvan, E. ve Dolnicar, S. (2014). "The Attitude–Behavior Gap in Sustainable Tourism", *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.
- Juvan, E. ve Dolnicar, S. (2017). "Drivers of Pro-Environmental Tourist Behaviours are not Universal", *Journal of Cleaner Production*, 166, 879-890.
- Karaca, Ş. ve Sönmez Karapınar, S. (2021). "Bireysel Çevre Okuryazarlığı ve Yeşil Ürün Tutumunun Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi", *Erciyes Akademi*, 35/1, 299-322.
- Kempton, W. ve Holland, D.C. (2003). "Identity and Sustained Environmental Practice", *Identity And Natural Environment* (Ed: S. Clayton ve S. Opatow), Cambridge: MIT Press.
- Khan, U. ve Dhar, R. (2006). "Licensing Effect in Consumer Choice", *Journal of Marketing Research*, 43/2, 259–266.
- Kollmuss, A. ve 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.
- Kumar, S. (2015). "Structure Equation Modeling Basic Assumptions And Concepts: A Novices Guide", *Asian Journal of Management Sciences*, 03/07, 25-28.
- Lacasse, K. (2016). "Don't be Satisfied, Identify! Strengthening Positive Spillover By Connecting Pro-Environmental Behaviors to An "Environmentalism" Label", *Journal of Environmental Psychology*, 48, 149-15.
- Lamers, M. ve Amelung, B. (2007). "The Environmental Impacts of Tourism in Antarctica: A Global Perspective", *Tourism and Climate Change Mitigation: Methods, Greenhouse Gas Reductions and Policies*, (Ed: P. Peeters), NHTV, NL: Breda.
- Lanzini, P. ve Thøgersen J. (2014). "Behavioral Spillover in the Environmental Domain: an Intervention Study", *Journal of Environmental Psychology*, 40, 381-390.
- Maedeh, G., Sparks, P. ve Farsides, T. (2019). "Moral Licensing, Moral Cleansing and Pro-Environmental Behaviour", *The moderating role of pro-environmental attitudes*, *Journal of Environmental Psychology*, 65/3, 101334
- Margetts, E. A. ve Kashima, Y. (2017). "Spillover Between Pro-Environmental Behaviors: The Role of Resources and Perceived Similarity", *Journal of Environmental Psychology*, 49, 30–42.
- Marsh H.W., Hau, K. Wen Z. (2004). "In Search of Golden Rules: Comment on Hypothesis testing Approaches to Setting Cutoff Values For Fit Indexes And Dangers in Overgeneralizing Hu and Bentler's (1999) Findings", *Structural Equation Modeling*, 11/3, 320-341.
- Mazar, N. ve Zhong, C.B. (2010). "Do Green Products Make Us Better People?", *Psychological Science*, 21, 494–498.
- Meijers, M. H. C., Noordewier, M. K., Verlegh, P. W. J. ve Smit, E. G. (2013). "Consuming Green, Living Green: The Moderating Effect of Identity Relevance on The Licensing Effect", *European Advances in Consumer Research*, (Ed: G. Cornelissen, E. Reutskaja ve A. Valenzuela), Duluth, MN: Association for Consumer Research.
- Merritt, A. C., Effron, D. A. ve Monin, B. (2010). "Moral Self-Licensing: When Being Good Frees Us To Be Bad", *Social and Personality Psychology Compass*, 4/5, 344-357.
- Middleton, V.T.C. ve Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism-A Marketing Perspective Butterworth Heinemann*, Oxford.
- Miller, D. T. ve Effron, D. A. (2010). "Chapter Three-Psychological License: When it is Needed and How it Functions", *Advances in Experimental Social Psychology*, 43, 115-155..
- Moisander, J. ve Pesonen, S. (2002). "Narratives of Sustainable Ways of Living: Constructing The Self and The Other as a Green Consumer", *Manag. Decis.*, 40/4, 329-342.
- Nash, N., Whitmarsh, L., Capstick, S., Hargreaves, T., Poortinga, W., Thomas, G., Sautkina, E. ve Xenias, D. (2017). "Climate-Relevant Behavioral Spillover and The Potential Contribution of Social Practice Theory", *WIREs Climate Change*, 8.10.1002/wcc.481
- Nikolic, T. M., Pantic, S. P., Paunovic, I. ve Filipovic, S. (2021). "Sustainable Travel Decision-Making of Europeans: Insights from a Household Survey", *Sustainability*, 13/ 4, 1960.

- Noblet, C. L. ve McCoy, S. K. (2018). "Does One Good Turn Deserve Another? Evidence of Domain-Specific Licensing in Energy Behavior", *Environment and Behavior*, 50, 839–863.
- Pan, S. L., Chou, J., Morrison, A. M., Huang, W. S. ve Lin, M. C. (2018). "Will The Future Be Greener? The Environmental Behavioral Intentions of University Tourism Students", *Sustainability*, 10/3, 634. <https://doi.org/10.3390/su10030634>
- Raykow, T. ve Marcoulides, G. A. (2006). *A First Course in Structural Equation Modeling*. London: Lvrance Erlbaum Associates. Publisher.
- Rees, J. H., Klug, S. ve Bamberg, S. (2015). "Guilty Conscience: Motivating Pro-Environmental Behavior By Inducing Negative Moral Emotions", *Climatic Change*, 130/3, 439-452.
- Riggs Stapleton, S. (2015). "Environmental Identity Development Through Social Interactions, Action, and Recognition", *The Journal of Environmental Education*, 46/2, 94- 113.
- Sachdeva, S., Iliev, R. ve Medin, D. L. (2009). "Sinning Saints and Sainly Sinners: The Paradox of Moral Self-Regulation", *Psychological Science*, 20/4, 523–528.
- Sharpley, R. (2014). "Host perceptions of tourism: A review of the research", *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Simbrunner, P. ve Schlegelmilch, B. B. (2017). "Moral Licensing: A Culture-Moderated Meta-Analysis", *Management Review Quarterly*, 67, 201–225.
- Steg, L. (2017). *Applied Social Psychology: Understanding and Managing Social Problems*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Steg, L. ve Vlek, C. (2009). "Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda", *Journal of Environmental Psychology*, 29/3, 309–317.
- Stern, P.C. (2000). "New Environmental Theories: Toward A Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior", *J. Soc. Issues*, 56, 407–424.
- Stets, J. E. ve Biga, C. F. (2003). "Bringing Identity Theory into Environmental Sociology", *Sociological Theory*, 21/4, 398-423.
- Tanık, N. (2012). *Fen ve Teknoloji Öğretmen Adaylarının Çevre Kimliklerinin ve Çevre Dostu Davranışlarının Belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi.
- Thøgersen, J. ve Crompton, T. (2009). "Simple and Painless? The Limitations of Spillover in Environmental Campaigning", *Journal of Consumer Policy*, 32/2, 141-163.
- Thøgersen, J. ve Noblet, C. (2012). "Does Green Consumerism Increase The Acceptance of Wind Power?", *Energy Policy*, 51/6, 854-862.
- Tiefenbeck, V., Staake, T., Roth, K. ve Sachs, O. (2013). "For Better or for Worse? Empirical Evidence of Moral Licensing in a Behavioural Energy Conservation Campaign", *Energy Policy*, 57, 160–171.
- Truelove, H. B., Carrico, A. R., Weber, E. U., Raimi, K. T. ve Vandenberg, M. P. (2014). "Positive and Negative Spillover of Pro-Environmental Behavior: An Integrative Review and theoretical framework", *Global Environmental Change*, 29, 127–138.
- Van der Werff, E., Steg, L. ve Keizer, K. (2013a). "The Value of Environmental Self-Identity: The Relationship Between Biospheric Values, Environmental Self-Identity and Environmental Preferences, Intentions and Behaviour", *J. Environ. Psychol.*, 34, 55–63.
- Van der Werff, E., Steg, L. ve Keizer, K. (2013b). "It is A Moral Issue: The Relationship Between Environmental Self-Identity, Obligation-Based Intrinsic Motivation and Pro-Environmental Behaviour", *Global Environ. Change*, 23, 1258–1265.
- Van der Werff, E., Steg, L. ve Keizer, K. (2014). "Follow the Signal: When Past Pro-Environmental Actions Signal Who You Are", *Journal of Environmental Psychology*, 40, 273-282.
- Whitmarsh, L. ve O'Neill, S. (2010). "Green Identity, Green Living? The Role of Pro-Environmental Self-Identity in Determining Consistency Across Diverse Pro-Environmental Behaviours", *J. Environ. Psychol.*, 30, 305–314.

- Whitmarsh, L. E., Haggan, P. ve Thomas, M. (2018). "Waste Reduction Behaviors at Home, at Work, and on Holiday: What Influences Behavioral Consistency Across Contexts?", *Frontiers in Psychology*, 9. doi:10.3389/fpsyg.2018.02447
- Xu, F., Huang, L. ve Whitmarsh, L. (2020). "Home and Away: Cross-Contextual Consistency in Tourists' Pro-Environmental Behavior", *Journal of Sustainable Tourism*, 28/10, 1443-1459.
- Zavestoski, S. (2003). "Constructing and Maintaining Ecological Identities: The Strategies of Deep Ecologies", *Identity and Natural Environment*, (Ed: S. Clayton ve S. Opatow), Cambridge: MIT Press.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).