



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:06.09.2022 ✓Accepted/Kabul:03.02.2023

DOI:10.30794/pausbed.1171780

Research Article/Araştırma Makalesi

Özdemir, N. ve Kazancı Sunaoğlu, Ş. (2023). "Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi", *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 56, Denizli, ss. 377-397.

KARANLIK ÜÇLÜ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞINA ETKİSİ*

Neslişah ÖZDEMİR** Şerife KAZANCI SUNAOĞLU***

Öz

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında tüketicilerin topluma ve çevreye karşı duyarlı bir tüketim davranışı sergilemeleri oldukça önemlidir. Bu noktada, tüketicileri sürdürülebilir tüketime yönlendiren ya da sürdürülebilir tüketimi baskılayan faktörlerin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Karanlık üçlü; narsisizm, makyavelizm ve psikopati olarak üç boyutta incelenmektedir. Sürdürülebilir tüketim davranışı; çevreye duyarlılık, tasarruf, ihtiyaç dışı tüketim ve yeniden kullanılabilirlik olarak dört boyut kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın verisi 307 tüketiciden çevrimiçi anket tekniğiyle toplanmıştır. Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi neticesinde, makyavelizm ve psikopati boyutları birleştirilerek tek bir kişilik özelliği olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketim davranışının yeniden kullanılabilirlik boyutu faktör analizi neticesinde analiz dışı bırakılmıştır. Yapısal eşitlik modeli kullanılarak gerçekleştirilen analizler sonucunda narsisizmin çevreye duyarlılık, tasarruf ve ihtiyaç dışı tüketim üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Makyavelizm-psikopati özelliği çevreye duyarlılık, tasarruf ve ihtiyaç dışı tüketim boyutlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Araştırmanın sürdürülebilir tüketim davranışını açıklamada kişiliğin karanlık yönlerine odaklanması yönüyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Narsisizm, Makyavelizm, Psikopati, Karanlık üçlü, Sürdürülebilir tüketim.

THE EFFECT OF DARK TRIAD PERSONALITY TRAITS ON SUSTAINABLE CONSUMPTION BEHAVIOR

Abstract

In order to achieve sustainable development, it is essential that consumers exhibit environmentally and socially responsible consumption behavior. At this point, it is crucial to determine the factors that encourage or discourage sustainable consumption behavior among consumers. In this sense, the purpose of this study is to investigate the effect of dark triad personality traits on sustainable consumption behavior. The dark triad was examined in three aspects namely narcissism, Machiavellianism, and psychopathy; while sustainable consumption behavior was conceptualized as environmental awareness, savings, unnecessary consumption, and reusability. Data were collected from 307 consumers by online survey method. The dimensions of Machiavellianism and psychopathy were rated as a single personality trait as a result of the confirmatory factor analysis. In addition, factor analysis eliminated the reusability dimension of sustainable consumption behavior from the study. Based on the analyses conducted using the structural equation model, it was revealed that while narcissism did not have a significant effect on environmental awareness, savings, and unnecessary consumption; Machiavellianism-psychopathy dimension had a significant and negative effect on environmental awareness, saving, and unnecessary consumption. This study will contribute to the literature in terms of focusing on the dark aspects of personality in explaining sustainable consumption behavior.

Keywords: Narcissism, Machiavellianism, Psychopathy, Dark triad, Sustainable consumption.

*Bu çalışma 26. Pazarlama Kongresi'nde (23-30 Mayıs 2022, Kırşehir) sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

**Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İşletme Bölümü, KASTAMONU.

e-posta: ntaner@kastamonu.edu.tr (orcid.org/0000-0003-2380-6149).

***Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Gümrük İşletme Bölümü, BAYBURT.

e-posta: serifekazanci@bayburt.edu.tr (orcid.org/0000-0001-5907-589X).

1. GİRİŞ

Dünya genelinde yaşanan aşırı doğal kaynak tüketimi, kirlilik, küresel ısınma, küresel salgın hastalıklarla birlikte bireyler, çevresel bozulmalarla daha fazla karşı karşıya kalmaya başlamıştır. Bu çevresel bozulma ve problemlerin üstesinden gelmek için insan davranışlarının çevreye duyarlı olması ve bunun sürdürülebilir hale getirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Başka bir ifade ile sürdürülebilir yaşam açısından nesiller arası bir aktarımın olması gerekmektedir. Çevrenin korunması büyük oranda insanların davranış ve eylemlerine bağlı olduğundan günümüzde tüketicilerin çevresel açıdan daha sürdürülebilir yaşam tarzlarını ve tüketim kalıplarını benimsemeye teşvik edilmesi gerekmektedir (Kazancı Sunaoğlu, 2022: 183).

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir role sahip olan sürdürülebilir tüketim (Pristl vd., 2021: 635-654), dünya kaynaklarının kullanımında sürdürülebilirlik sınırlarını dikkate alan ve doğal yaşama verilen zararı en aza indireyecek yolları arayan bir tüketim tarzı olarak ifade edilmektedir (Hayta, 2009: 145). Bu kapsamda sürdürülebilir tüketim davranışı, tüketicilerin çevreye yönelik giderek artan endişeleriyle birlikte aldıkları tüketim kararların da daha bilinçli ve sorumluluk sahibi olmaları olarak tanımlanabilir (Kazancı Sunaoğlu, 2022: 183). Daha önce yapılmış bir çalışmada (Kumar ve Yadav, 2021) bireylerin sürdürülebilir olmayan tüketim davranışlarının %30-40 oranında çevresel hasara neden olduğu ve bunun her geçen gün giderek arttığı ortaya konmuştur. Diğer yandan, dünyadaki suyun sadece %3'ünün içilebilir olduğu ve insanların onu doğanın yenileyebileceğinden daha hızlı kullandığı öne sürülmektedir (UNDP, 2022). Dolayısıyla gerekli önlemler alınmazsa gelecekte çevre ve tüketim konusunda daha kötü senaryolarla karşı karşıya kalınması ihtimali oldukça yüksektir. Tüketicilerin öncelikle kendilerine sonrasında topluma ve çevreye karşı duyarlı bir tüketim davranışı sergilemeleri sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır. Bu noktada tüketicileri sürdürülebilir tüketime yönlendiren ya da sürdürülebilir tüketimi engelleyen faktörlerin tespit edilmesi ve böylece sürdürülebilir tüketim kalıplarının tüm topluma yerleştirilip genişletilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda önemi artan sürdürülebilir tüketim davranışının, çevre sorunlarının çözümüne yönelik atılımlardan biri olarak akademik platformda dikkat çekmeye başladığı ve sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalarda artış olduğu görülmektedir (örn: Wang vd., 2014, Figueroa-García vd., 2018, Duong, 2021; Elhoushy ve Lanzini, 2021; Özdemir, 2021).

Bireylerin tüketim davranışlarında kişilik önemli bir yere sahiptir. Sürdürülebilir tüketim davranışını anlamak için temel teorik bakış açısı kişilik özelliği teorisi (Hirsh, 2010). Şöyle ki, kişilik özelliği teorisyenleri, bireyin mizacında yer alan ve davranışlarını tüketimin farklı yönlerine yönlendiren sabit özelliklerle karakterize edildiğini savunmaktadır (Bowen vd., 2022: 1707). Kişilik özellikleri, davranış ve tepki modellerinde kalıcı, durumlar arası tutarlılıklar olarak tanımlanmaktadır (Luchs ve Mooradian, 2012: 132). İlgili literatür incelendiğinde, özellikle bireysel farklılıklar bağlamında ele alınan kişilik özelliklerinin, sürdürülebilir tüketim ve bu kapsamda değerlendirilen tüketim davranışlarıyla (örn: çevreye duyarlı tüketim, yeşil tüketim gibi) ilişkili olduğu belirlenmiştir. Beş büyük kişilik özelliğinin (uyumluluk, deneyimlere açıklık, dışa dönüklük, nevroz, sorumluluk) sürdürülebilir tüketim (Luchs ve Mooradian, 2012; Ribeiro vd., 2016; Akbar vd., 2020; Awais vd., 2020); yeşil tüketim/çevre dostu tüketim (Fraj ve Martinez, 2006; Verma vd., 2017; Sun vd., 2018; Fatoki, 2020; Yang ve Zhang, 2021; Duong, 2021); sosyal sorumlu tüketim (Song ve Kim, 2018) ve bilinçli tüketim (Akdoğan ve Durmaz, 2021) üzerinde etkisini inceleyen çok sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, kişiliğin karanlık yönü olarak ifade edilen karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim kapsamında değerlendirilen tüketim davranışlarını açıklamada ele alındığı ve literatürde dikkat çekmeye başladığı görülmektedir (Naderi ve Strutton, 2015; Simmons ve Snell, 2018; Huang vd., 2019, Mertens vd., 2021). Kaufman vd. (2019) kişiliğin karanlık yönleri ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişkinin anlaşılabilmesi için çok daha fazla çalışma yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada sürdürülebilir tüketim davranışını açıklamada karanlık üçlü kişilik özelliklerine odaklanılmaktadır.

Karanlık üçlü, kişiliğin karanlık yönünü temsil eden sosyal olarak rahatsız edici kabul edilen bir grup kişilik özelliğidir (Paulhus ve Williams, 2002). Makyavelizm, manipülasyon ve sömürüyle; narsisizm benmerkezcilik ve kendini önemseme özellikleriyle, psikopati ise yüksek dürtüsellik ve heyecan arama ile ifade edilmektedir (Fox ve Rooney, 2015). Kişiliğin bu üç karanlık yönü, ideal bir toplum için bir tehdit olarak ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra, bu üç kişilik özelliğinin bir bireyin karar verme modelini etkileme yeteneğine sahip olduğu belirtilmektedir (Shivani ve Godwin, 2018: 79). Tüketicilerin sahip oldukları kişisel özelliklerinin satın alma davranışlarına etkileri göz

önünde bulundurulduğunda kişiliğin karanlık yönünü temsil eden özelliklerin tüketimin bilinmeyen ya da belirsiz yönlerini anlamada önemli olacağı aşikardır (Aytaç, 2022: 139). Son yıllarda bu bilgilere paralel olarak, tüketici davranışlarını anlamaya yönelik araştırmalarda karanlık üçlünün incelendiği çalışmalar dikkat çekmektedir. Tüketici davranışları kapsamında karanlık üçlünün ele alındığı çalışmalar incelendiğinde satın alma karar tipleri (Karabıyık ve Alagöz, 2020), çevrimiçi alışveriş davranışı (Shivani ve Godvin, 2018), etik olmayan tüketici davranışı (Egan vd., 2015; Harrison vd., 2018), çevre odaklı tüketim (Naderi ve Strutton, 2015; Simmons ve Snell, 2018; Huang vd., 2019, Mertens vd., 2021) satın alma eğilimi (Blair vd., 2022), panik satın alma (Yousaf vd., 2022) gibi değişkenlerle ilişkisinin irdelendiği az sayıda çalışmanın varlığı dikkat çekmektedir.

Kişiliğin karanlık yönünü temsil eden karanlık üçlü kişilik özelliklerinin çevresel tutum ve davranışlarla, çevre odaklı tüketim ile ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda çalışma (Naderi ve Strutton, 2015; Simmons ve Snell, 2018; Huang vd., 2019, Mertens vd., 2021) bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, sınırlı ampirik çalışmadan elde edilen ve farklılık gösteren bulgular karanlık üçlünün, çevresel tutum ve davranışlar, çevre odaklı tüketim gibi kavramlarla ilişkisine yönelik belirsizliklerin olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bu çalışmada, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Ulaşılabilen kaynaklar çerçevesinde, bu üç kişilik özelliğini ve sürdürülebilir tüketim davranışını alt boyutları (çevreye duyarlılık, tasarruf, ihtiyaç dışı tüketim ve yeniden kullanılabilirlik) ile birlikte aynı araştırma modelinde inceleyen bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu anlamda, bu araştırmanın makyavelizmin, narsisizmin ve psikopatinin sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutlarına etkisini incelenmesi yönüyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda, sürdürülebilir tüketim davranışını açıklamada kişiliğin karanlık yönlerine odaklanması yönüyle faydalı olacağı öngörülmektedir.

Araştırmanın amacı kapsamında öncelikle, kavramsal çerçeve açıklanmış, önerilen kavramsal modelde yer alan ilişkilere dair literatür sunulmuştur. İkinci olarak araştırma yöntemi, veri analizi hakkında bilgiler verilerek bulgular sunulmuştur. Daha sonra sonuçlar tartışılmış ve araştırmanın katkısı ortaya konulmuştur. Son olarak, araştırmanın kısıtlarına yer verilerek gelecekte yürütülecek çalışmalara öneriler sunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

2.1. Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri

Karanlık üçlü, kişiliğin karanlık yönünü ifade eden kavramsal olarak farklı ancak ampirik olarak birbiri ile örtüşen ayırt edici üç kişilik (makyavelizm, narsisizm ve psikopati) özelliğinden oluşmaktadır (Paulhus ve Williams, 2002: 556-557). Karanlık üçlü, psikoloji alanında Paulhus ve Williams (2002: 556-557) tarafından sıklıkla araştırılan kişilik özelliklerinin birlikte ele alınmasının önerilmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu üç özellik patolojik olmayan kişisel özellikler olup her birinin kendine has birtakım özellikleri olsa da genelde sosyal açıdan rahatsız edici ve istenmeyen kişiliği yansıtmaları açısından birbirlerine benzedikleri için karanlık üçlü olarak ifade edilmektedir (Paulhus ve Williams, 2002: 556-557). Bu kapsamda karanlık üçlüyü oluşturan unsurların manipülatif olma, empati yoksunluğu, iki yüzlü davranma, uyumsuz olma ve ben merkezilik gibi bazı ortak özelliklere sahip oldukları söylenebilir (Jones ve Paulhus, 2011: 249-268). Söz konusu özellikler genel itibarıyla kötümser bir yapıyı (sosyal kötü niyetlilik) ifade etmesine rağmen karanlık üçlünün normal kişiliğin bir parçası olduğu ve klinik bir rahatsızlık olmadığı ifade edilmektedir (Furnham vd., 2012: 908-913). Üç özellik genellikle yalan söyleme, aldatma, manipüle etme ve çalma açısından sosyal ihlallere yol açan sosyal normların göz ardı edilmesiyle karakterize edilmektedir. Psikologlar, dengesiz bir çevrede yaşayan bireylerin doğal seçim nedeniyle bu özelliklere sahip olma olasılığının daha yüksek olduğuna inanmaktadır (Jonason ve Krause, 2013).

Karanlık üçlünün bileşenlerinden olan narsisizm ve psikopati kavramları klinik literatürde ve uygulamada ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla ilgili özellikler subklinik narsisizm ve subklinik psikopati olarak da ifade edilmektedir. Buna karşılık, makyavelizmin yapısının tamamen farklı olduğu ve klinik bir sendromdan (yani bir kişilik bozukluğu) ziyade subklinik bir kavram olduğu ifade edilmektedir (Furnham vd., 2013). Kişilik bozukluğu literatüründe klinik ve subklinik terimleri birbirine zıt kavramlar olarak ele alınmaktadır. Klinik örnekler, halihazırda klinik veya adli gözetim altında olan bireyleri içerirken; subklinik örnekler, daha geniş topluluk örneklerinde yer alan sürekli dağılımları içermektedir. Klinik kavramına kıyasla subklinik kavramı daha hafif bir versiyonu belirtmek için

kullanılsa da subklinik örneklerin daha geniş bir aralığı kapsadığı ve doğal olarak şu anda toplumda büyük ölçüde yer alan uç vakaları içerdiği belirtilmektedir (Furnham vd., 2013).

Tablo 1’de karanlık üçlüyü oluşturan makyavelizm, narsisizm ve psikopati kişilik özelliklerinin baskın olduğu bireylerin genellikle sergiledikleri davranışlar özetlenmektedir.

Tablo 1: Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri

Narsisizm	Makyavelizm	Psikopati
<ul style="list-style-type: none">• Kendilerini aşırı beğenme• Başkalarını küçümseme• Başkalarını kontrol altında tutmaya çalışma• Güce ve ilgiye yüksek derecede ihtiyaç duyma• Eleştiriye kapalı• Saldırmaya eğilimli• Empati yoksunu	<ul style="list-style-type: none">• Fırsatçılık• Aldatıcılık• Hilekarlık, manipülasyon• Kişisel başarıya çok önem verme• Bireysel çıkarları her şeyden önde tutma• Duygusal olarak soğukluk• İkiyüzlülük• Bencilik	<ul style="list-style-type: none">• Düşük empati• Duygusuzluk• Acımasız-soğukkanlı• Yüksek dürtüsellik• Bencilik• Hilekarlık• Etik dışı davranma

Kaynak: Jones ve Paulhus, 2011; Fox ve Rooney, 2015; Sijtsema vd., 2019; Saltoğlu ve Irak, 2020

Daha önce de ifade edildiği üzere bazı davranış ve özellikler (manipülatif olma, empati yoksunluğu, iki yüzlü davranma, uyumsuz olma ve ben merkezlik gibi) karanlık üçlünün üç türünde de söz konusu olup sadece ağırlıkları farklılaşmaktadır. Aşağıda makyavelizm, narsisizm ve psikopati alt boyutları daha spesifik olarak ele alınmakta ve açıklanmaktadır.

Makyavelizm

Makyavelizm aldatıcı, manipülatif, hırslı ve sömürücü olmayı ifade etmektedir (Jakobwitz ve Egan, 2006). Makyavelciler stratejik ve alaycıdır. Makyavelizmde kişi kendisinin olumsuz yönlerini gizleyerek diğer insanları aşağılama eğilimi göstermektedir (Set, 2020: 318). Ahlaka çok az önem vererek, genellikle başkalarını manipüle ederek kendi ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır (Fox ve Rooney, 2015: 161-162). Başka bir ifade ile makyavelist eğilimi olanlar, diğer bireylerin istek ve ihtiyaçlarını hiç umursamamakta ve sadece kendi amaçlarına ulaşmada onları birer araç gibi görüp kullanmaktadırlar. Makyavelistler genelde başkalarının gözünde mükemmel görünmeye çalışarak aslında kendi güçsüzlüklerini yalan ve hileye başvurarak kapatmaya çalışmaktadır (Sherry vd., 2006). Makyavelistler duygusal farkındalıkları düşük, etik değerleri önemsemeyen, kendi kişisel çıkarlarını korumak adına yalan, hile, yalalaklık gibi toplumda hoş karşılanmayan davranışları rahatlıkla sergileyebilmektedirler (Saltoğlu ve Irak, 2020: 6534-6542). Makyavelistler davranışlarında daha çok başarı durumuyla ilgilenirler (Aytaç, 2022: 135). Dolayısıyla onlar için “*başarıya/amaca giden yolda her şey mubahtır*” anlayışının hâkim olduğu söylenebilir. Makyavelistler başarıya ulaşmak için iyi ya da kötü ayrımı yapmaksızın her türlü yolu tercih edebilmektedir (Polatçı ve Yeloğlu, 2021: 76).

Narsisizm

Narsisizm, kişinin sahip olmadığı bazı özellikleri ve karşılayamadığı psikolojik ihtiyaçlarını bastırmak için kendi benliğini abartması durumudur (Özsoy ve Ardiç, 2017: 394). Başka bir ifade ile narsisizm, sürekli olarak yüksek statü ve hayranlık arzusu, lider olma arzusu, kibirli davranma ve aynı anda başkalarını değersizleştirirken kendini aşırı derecede geliştirme eğilimi olarak tanımlanabilir (Sijtsema vd., 2019: 1352). Narsisizm güçlü bir pozitif benlik duygusu gerektirmektedir. Bu nedenle, narsistlerin narsist olmayanlarla karşılaştırıldığında, kişiliklerinin şişirilmiş olduğu, bencil ve başarı odaklı olma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bir diğer açıdan, narsistler empati, başkaları için endişe, sorumluluk kabulü, yakınlık arzusu, uyumluluk, minnettarlık konularında yetersiz kalmaktadır. Aynı zamanda, aşırı sömürücülük, öfke, düşmanlık ve/veya başkalarına karşı alaycı bir güvensizlik içinde oldukları ifade edilmektedir. Narsistleri karakterize eden bir diğer özellik de belirgin bir şekilde kendi kendini düzenleme eğiliminde olmalarıdır. Narsistler, narsist olmayanlara kıyasla, kendilerini olumlu, özel, başarılı ve/veya önemli göstermek ve hissetmek için aşırı enerji harcamaktadır (Naderi ve Strutton, 2015: 72). Narsistler, kendilerini diğerlerinden daha akıllı, daha çekici ve daha iyi olarak algılayan, ancak yine de güvensizlik içinde olan, büyümek, baskınlık ve yetki duygusuna sahip benmerkezci bireylerdir (Fox ve Rooney, 2015: 161-162).

Narsistler diğer insanları umursamadıklarından ve empati yoksunu olduklarından toplumsal faydayı dikkate alan tüketim davranışlarını da önemsememektedir (Aytaç ve Akın, 2021: 371).

Psikopati

Psikopati, toplumda düzeni sağlayan yapılara ve diğer bireylere yönelik kayıtsız kalma, dürtülere hâkim olamama ve diğer insanlara zarar veren davranışlar ortaya koyduğunda suçluluk ya da pişmanlık duymama eğilimi olarak ifade edilmektedir (Yaşlıoğlu ve Atılgan, 2018). Psikopati tipik olarak duygusuz ve duygusal olmayan özellikler, düşük empati, yüksek düzeyde dürtüsellik, manipülatif olma ve doyum alma arzusunun içermektedir. Psikopatı diğer özelliklerden ayıran en temel unsur dürtüselliktir (Set, 2020). Psikopatlar empatiden yoksundur ve genellikle başkalarına maliyeti ne olursa olsun dürtüsel ve heyecan arayan davranışlarda bulunmaktadır (Fox ve Rooney, 2015: 161-162). Psikopatlar uzun dönemde kazanacaklarını riske atarak, kısa dönemde ödül kazanabilmek için rahatlıkla yalan söyleyebilmektedirler (Jones ve Paulhus, 2014 akt. Aytaç, 2022: 135). Bu yönleriyle psikopati kişilik özelliğine sahip bireylerin diğer insanlarla ilişki kurmakta ve topluma uyum sağlanmakta zorlandıkları söylenebilir (Satıcı vd., 2019).

2.2. Sürdürülebilir Tüketim

Sürdürülebilir tüketim en basit haliyle diğer tüketim davranışlarına kıyasla çevreye yönelik olumsuz etkilerin daha az olduğu tüketim davranışıdır (Paavola, 2010: 228). Sheth vd. (2011)'ne göre sürdürülebilir tüketim tüketicilerin tüketim yaparken kendilerine, topluma ve çevreye karşı duyarlı hissederek tüketim yaptıkları bir modeli ifade etmektedir. Sürdürülebilir tüketim düşüncesi, mevcut olan tüketim alışkanlıklarına alternatif olarak sunulan, gelecek kuşaklara daha yaşanır bir dünya bırakabilmeyi amaçlayan, tüm toplumun katılımını gerektiren bütüncül bir yaklaşıma sahip bir vizyondur (Karalar ve Kiracı, 2011). Sürdürülebilir tüketim sadece son kullanıcıların ürünleri satın alırken, tüketirken ya da elden çıkartırken çevresel etkileri göz önünde bulundurması değildir (Moisander, 2007) aynı zamanda çevreye zarar verebilecek mal ve hizmetlerden uzak durulması (Chan, 2001) anlamına da gelmektedir. Bir başka tanıma göre sürdürülebilir tüketim, genel olarak insan ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda doğal kaynakların adil paylaşımı, yaşam kalitesinin artırılması, kaynakların etkin yönetimi ve tüketici sağlığı ve güvenliğinin artırılması gibi çeşitli konuları ifade etmede kullanılan geniş kapsamlı bir kavramdır (Mont ve Pelpys, 2008). Sürdürülebilir tüketim literatürde çevreye duyarlı tüketim, yeşil tüketim, etik tüketim vb. kavramlarla sıklıkla ilişkilendirilmekte hatta bazen bu kavramlar sürdürülebilir tüketimin yerine kullanılmasına rağmen; ilgili kavramlar sürdürülebilir tüketimin sadece bir yönüne odaklanmaktadır (Balderjahn vd., 2013: 182). Dolayısıyla sürdürülebilir tüketimin söz konusu kavramların hepsini kapsayan daha geniş bir yapı olduğu söylenebilir (Eroğlu ve Bayraktar Köse, 2021: 33). Çalışmalarda sürdürülebilir tüketimin üzerinde anlaşılan özellikleri ve boyutları altı başlıkta özetlenmektedir (Fien vd., 2008: 51-60; Quoquab ve Mohammed, 2020;305-334). Bunlar (1) insanların temel ihtiyaçlarının tatmini; (2) bir takım maddi standartlardan daha yaşam kalitesine öncelik verilmesi; (3) daha az tüketmek; (4) gelecek nesilleri düşünerek sorumlu ve dikkatli tüketim; (5) tercihlerin sosyal ve çevreci dostu yaklaşımla yapılması; (6) atıkların ve kirliliğin minimum düzeye indirilmesi olarak sıralanabilir (Haider vd., 2022: 4). Bu kapsamda sürdürülebilir tüketim davranışı, sürdürülebilirliğin temel bileşenleri olan sosyal, ekolojik ve ekonomik çevre faktörleri dikkate alarak tüketicilerin günlük yaşantılarında çevreyi korumaya yönelik tüketim davranışı sergilemeleri olarak ele alınabilir (Balderjahn vd., 2013: 182). Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim bilincine sahip olan tüketiciler çevreye olan zararı yok etmek ya da en azından minimuma indirmek amacıyla geri dönüştürülebilir ambalajlı ve çevreyle dost-yeşil ürünler (ekolojik boyut) ile toplumsal fayda sağlayan markaları tercih etmekte (sosyal boyut), kendisinin ve toplumun gelecekteki ekonomik refahını korumak amacıyla aşırı tüketimden (ekonomik boyut) kaçınmaktadırlar (Suarez vd., 2020: 3).

Sürdürülebilir tüketimin kapsamı var olan tüketim davranışlarını sürdürülebilir tüketimin amaçlarına uygun olarak değiştirebilmek (tüketimin ekolojik yönü) ve genel olarak toplam tüketim düzeyini azaltmak (tüketimin ekonomik yönü) olmak üzere iki başlıkta ele alınmaktadır (Fuchs ve Lorek, 2005; Schaefer ve Crane, 2005; Mont ve Plepys, 2008). Bu iki temel anlayış üzerinden sürdürülebilir tüketim davranışı çeşitli çalışmalarda farklı boyutlarda kavramsallaştırılmaktadır. Bu çalışmada sürdürülebilir tüketim Doğan vd. (2015)'nin çalışmalarındaki boyutlar temel alınarak çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik olarak dört boyutta ele alınmaktadır. Çevre duyarlılığı boyutu, satın alınacak ürünlere karar verirken ürün bileşiminde çevreye zarar vermeyen malzemelerin yer almasına özen göstermeyi; ihtiyaç dışı tüketim boyutu ihtiyaç olmadığı halde var

olan ürünlerin yenileri ile değiştirilmesini; tasarruf boyutu ürün kullanımında tasarruf etme eğilimini ve son olarak yeniden kullanılabilirlik boyutu mevcut olan ürünlerin kullanım sürelerinin artırılması ya da özellikle elektronik cihazların gereksiz kullanımının önüne geçilmesini ifade etmektedir (Doğan vd., 2015:664).

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Sürdürülebilir tüketim davranışını harekete geçiren kişilik özelliklere ilişkin içgörüler sağlamak araştırmacıların üzerinde önemle durduğu bir konudur (Onel ve Mukherjee, 2017). Bu çerçevede, sürdürülebilir tüketim davranışı ve sözü edilen çeşitli yönleri (örn: yeşil tüketim, sosyal sorumlu tüketim gibi) üzerinde kişilik özelliklerinin etkisini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Tablo 2). Özellikle, araştırmacılar beş büyük kişilik özelliğinin (dışa dönüklük, sorumluluk, uyumluluk, nevrotiklik ve deneyimlere açıklık) sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi üzerinde durmaktadır. Sun vd. (2018) beş büyük kişilik özelliğinin yeşil ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Song ve Kim (2018) deneyimlere açıklık ve sorumluluğun tüketicilerin elden çıkarma davranışını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Lu vd. (2015) tüketicilerin kişilik özelliklerinin etik inançlarını etkilediğini, etik inançların da yeşil ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini belirlemiştir. Ribeiro vd. (2017) beş büyük kişilik özelliğinin yanında bileşik özellikler (özgecilik, kendine yeterlilik) ve durumsal özelliklerin (tutumluluk) sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında; tutumluluk ve sorumluluk özelliklerinin sürdürülebilir tüketim ile güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Bununla birlikte, karanlık üçlü kişilik özellikleri olarak ifade edilen narsisizmin, makyavelizmin ve psikopatinin sürdürülebilir tüketim davranışını açıklamada ele alındığı görülmektedir (Tablo 2). Narsistler genellikle kendini önemseyen ve duyarsız bireyler olarak nitelendirilmektedir (Wales vd., 2013). Bu doğrultuda, narsistlerin çevrelerindeki sosyal veya çevresel sorunlarla ilgilenmedikleri ve sürekli olarak kendilerine odaklandıkları belirtilmektedir. Narsistlerin sürdürülebilir kalkınma kavramına dayalı sosyal alışverişlerin daha az fayda sağladığına ve daha uzun sürdüğüne inandıkları ve kısa vadede yüksek getiri arzusunda oldukları ifade edilmektedir. Diğer taraftan makyavelistlerin yalnızca kişisel hedefler için mücadele ettikleri, etik ve çevresel sorunları görmezden gelme eğiliminde oldukları öne sürülmektedir. Bu nedenle, uzun vadeli çevresel faydalar bu bireyler için önemli olmayabilmektedir (Wu vd., 2019: 3). Son olarak psikopatisi yüksek olan bireylerin sosyal normlardan hazzetmediği ve statükoya karşı çıkmaya istekli oldukları ve genellikle empatiden yoksun oldukları belirtilmektedir (Mathieu vd., 2013). Bu nedenle, giderek ciddileşen çevre sorunlarına göz yumdukları ve çevreyi korumaya elverişli olmayan şeyler yapmaya meyilli olabilecekleri ifade edilmektedir (Wu vd., 2019: 3). Bu kişilik özelliğine sahip olan bireyler, dürtüsel olduklarından ve kısa vadeli faydaya odaklandıklarından ihtiyaçlarının anında tatmin edilmesi istemektedir (Pilch ve Górnik-Durose, 2016: 103; Yousaf, Tauni ve Khan, 2022: 2). Dolayısıyla, bu özellik sürdürülebilir tüketimin uzun vadeli faydaya odaklanan ve gelecek nesilleri düşünen yapısıyla oldukça gelişmektedir.

Literatürde kişiliğin karanlık yönünü temsil eden karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir tüketimin çeşitli yönleriyle ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda ampirik çalışma (Naderi ve Strutton, 2015; Karbalaei vd., 2015; Simmons ve Snell, 2018; Huang vd., 2019, Mertens vd., 2021) bulunmakta ve bu çalışmaların bulguları farklılaşmaktadır. Örneğin Huang vd. (2019) Çin’de yürüttükleri çalışmalarında karanlık üçlünün çevresel tutumlarla negatif ilişkili olduğunu tespit etmiş ve karanlık üçlüye sahip bireylerin kısa vadeli çıkarları ve gelecekteki çevresel çıkarları kıyasladığında, kısa vadeli çıkarlarını gelecekteki çevresel çıkarlar pahasına tatmin etme eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur. Ayrıca, spesifik olarak makyavelizm ve psikopatinin çevresel tutumlar üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu; narsisizmin ise çevresel tutumları anlamlı olarak etkilemediğini tespit etmişlerdir. Mertens vd. (2021) Almanya’da gerçekleştirdikleri çalışmalarında narsisizmin ve makyavelizmin çevresel tutumlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını; psikopatinin ise çevresel tutumlar üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Simmons ve Snell (2018) üniversite öğrencileri üzerinde yürüttükleri çalışmalarında makyavelizmin çevre odaklı tüketim niyetini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Karbalaei vd. (2015) makyavelizmin çevre dostu davranışları olumsuz yönde etkilediği tespit etmişlerdir. Aynı zamanda, makyavelizmin israfı önleme davranışlarıyla olumsuz bir şekilde ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, başka bir çalışmada makyavelist bireylerin çevresel kaygı düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir (Swami vd., 2010). Makyavelist eğilimi düşük olanların sürdürülebilir evsel atık yönetimine (atık azaltma, yeniden kullanma, geri dönüştürme) daha çok yöneldikleri tespit edilmiştir (Swami vd., 2011). Naderi ve Strutton (2015) karanlık üçlü özelliklerinden sadece narsisizmi ele aldıkları çalışmalarında narsistlerin toplum yanlısı iyi niyetleri hakkında gösteriş yapmak için yeşil ürünleri seçtiklerini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, Bowen vd. (2022) narsisizmin yeniden kullanılabilirliği olumsuz etkilediğini belirlemiştir. Narsist bireyler modaya

uygun ürünlere sahip olmayı tercih etmekte, niceliğe kaliteden daha fazla değer vermekte ve bu bireylerin tüketimleri hızlı bir satın alma döngüsü göstermektedir (Kang ve Park, 2016: 3813). Narsisizm ve dürtüsel satın almanın ilişkili olduğu öne sürülmektedir (Harnish ve Bridges, 2015: 5; Cai vd., 2015: 2). Narsistlerin gösteriş yapmayı, başkalarından ilgi ve hayranlık beklemeyi sevdikleri ve kendilerini diğer bireylerden üstün gördükleri bilinmektedir. Öyle ki, narsistler dürtüsel tüketime yol açan ürünler aracılığıyla kendi imajlarını geliştirmek ve üstünlüklerini ifade etmek istemektedir (Zhang vd., 2021: 2). Bu çerçevede, narsist bireylerin var olan ürünlerini yenileri ile değiştireceği, planlı olmayan alışverişe yöneleceği dolayısıyla bu özelliğin ihtiyaç dışı tüketimi beraberinde getireceği düşünülmektedir.

Tablo 2: Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilir Tüketim ile İlişkisi Üzerine Ampirik Araştırmalar

Yazar	Kişilik özelliği	Bağımlı Değişken	Örneklem	Bulgular
Fraj ve Martinez (2006)	Beş Büyük kişilik özelliği	Çevreci davranış	İspanya-573 katılımcı	Dışa dönüklük, uyumluluk ve sorumluluk özelliklerinin çevreci davranışı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Nga ve Shamuganathan (2010)	Beş Büyük kişilik özelliği	Sürdürülebilirlik	Çin-181 Katılımcı	Uyumluluk ve sorumluluk özellikleri sürdürülebilir tüketim davranışını olumlu yönde etkilemektedir.
Hirsh (2010)	Beş Büyük kişilik özelliği	Çevresel bilinç	Almanya-2690 katılımcı	Dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyimlere açıklık çevresel bilinci güçlendirmektedir.
Markowitz vd. (2012)	Beş Büyük kişilik özelliği	Çevreci davranış	Çalışma 1: Amerika- 778 katılımcı Çalışma 2: Amerika- 115 katılımcı	Deneyimlere açıklık ve sorumluluk çevreci davranışı olumlu yönde etkilerken dışa dönüklük ve nevroitiklik çevreci davranış üzerinde olumsuz etkiye sahiptir.
Kvasova (2015)	Beş Büyük kişilik özelliği	Çevre dostu davranış	Rus, İngiliz, Yunan, İsveç ve Alman 545 katılımcı	Beş büyük kişilik özelliğinin çevre dostu tüketimi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Verma vd. (2017)	Beş Büyük kişilik özelliği	Yeşil otelleri ziyaret etme niyeti	Hindistan-285 turist	Uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve dışadönüklük özelliklerinin yeşil otelleri ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği; nevroitikliğin anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir.
Sun vd. (2018)	Beş Büyük kişilik özelliği	Yeşil ürün satın alma niyeti	Çin-360 katılımcı	Sorumluluk, deneyime açıklık ve dışadönüklük tüketicinin yeşil ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilemektedir.
Song ve Kim (2018)	Beş Büyük kişilik özelliği	Sosyal sorumlu tüketim ve elden çıkarma davranışı	Amerika-400 katılımcı	Sorumluluk ve deneyime açıklık özellikleri sosyal sorumlu satın alma ve elden çıkarma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.
Fatoki (2020)	Beş Büyük kişilik özelliği	Yeşil satın alma davranışı	Güney Afrika- 305 katılımcı	Genç tüketicilerin deneyime açıklık, sorumluluk, dışadönüklük ve uyumluluk özelliklerinin yeşil satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Akdoğan ve Durmaz (2021)	Beş Büyük kişilik özelliği	Bilinçli tüketim	Türkiye- 385 katılımcı	Bireylerin kişilik özelliklerinin bilinçli tüketim davranışı üzerinde olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yang ve Zhang (2021)	Beş Büyük kişilik özelliği	Yeşil satın alma davranışı	Çin- 530 katılımcı	Beş büyük kişilik özelliğine dayalı olarak geliştirilen ekolojik kişilik özelliklerinden ekolojik uyumluluk, dışadönüklük ve sorumluluk yeşil satın alma davranışını olumlu yönde etkilemektedir.
Duong (2021)	Beş Büyük kişilik özelliği	Yeşil tüketim	Vietnam-611 katılımcı	Beş büyük kişilik özelliğinin yeşil tüketimi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Lu vd. (2015)	Kültürel (bireysellik) ve kişisel faktörler (sadakat eğilimi)	Yeşil satın alma niyeti	Tayvan-545 katılımcı	Tüketicilerin kişilik özellikleri etik inançlarını etkilemekte, etik inançlar da yeşil ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilemektedir.
Ribeiro vd. (2016)	Temel özellikler (5 Büyük kişilik özelliği), bileşik özellikler (özgecilik, kendine yeterlilik), durumsal özellikler (tutumluluk)	Ekolojik satın alma, kaynak tasarrufu, geri dönüşüm	Brezilya-512 öğrenci	Tutumluluk ve sorumluluk özelliklerinin sürdürülebilir tüketimi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Naderi ve Strutton (2015)	Narsisizm	Çevre dostu davranış	Çalışma 1- Amerika 278 öğrenci Çalışma 2- Amerika 109 öğrenci Çalışma 3- Amerika 210 öğrenci Çalışma 4- Amerika 122 öğrenci	Çevre dostu ürünler bir statü sembolü olarak işlev görebildiğinde, daha çok narsistik özelliklere sahip tüketiciler, statülerini göstermek için çevre dostu davranışa (yeşil ürün kullanma) daha çok yönelmektedir.
Karbalaeei vd. (2015)	Makyavelizm	Çevre dostu davranış, İsrafi önleme davranışı	Malezya-210 öğrenci	Makyavelizmin çevre dostu davranışlar ile israfi önleme davranışı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.
Huang vd. (2019)	Narsisizm, Makyavelizm Psikopati	Çevresel tutum	Çin-998 katılımcı	Karanlık üçlünün bir bütün olarak çevresel tutumları olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Narsisizm çevresel tutum üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.
Kesenheimer ve Greitemeyer (2021)	Narsisizm	Özgecil çevreci davranış, Egoist çevreci davranış	261 Alman ve Avusturyalı katılımcı	Toplumsal (komunal) narsisizmin hem özgecil hem de egoist çevreci davranışı olumlu yönde etkilediği; aracılı narsisizmin ise özgecil çevreci davranışı olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Bowen vd. (2022)	Narsisizm	Yeniden kullanılabilirlik	Çalışma 1-Mturk 531 katılımcı Çalışma 2-Mturk 364 katılımcı	Narsisizmin yeniden kullanılabilirliği olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

Tüm bu bilgiler ışığında, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışını olumsuz yönde etkileyeceği öngörülmektedir. Öne sürülen bu ilişki, sosyal bilişsel teori (SBS) ve sosyal mübadele teorisi (SMT)

çerçevesinde de destek bulmaktadır. Şöyle ki, Smith vd. (2018) SBS ve SMT'nin, karanlık üçlü ile ilgili olumsuz davranışların sonuçlarını incelemek için bir çerçeve sağladığına dikkat çekmektedir. SMT, bireylere en yüksek getiriye sağlayabilenlerin en çekici olduğunu ve bireylerin her zaman sosyal etkileşimlerinden kendileri için en büyük ödülleri elde etmeye çalıştıklarını ortaya koymaktadır. Bu getirileri elde etmek için karşılık gelen bedelin ödenmesi gerekmektedir (O'Boyle vd., 2012). Diğer taraftan SBT'de tartışılan ahlaki çözülmeye dayanarak karanlık üçlüye sahip bireylerin, diğer kişiliklere sahip olanlardan daha fazla ahlaki çözüme yaşama olasılığı daha yüksek olabilmektedir (Egan vd., 2015). Bu çerçevede, ahlaki çözüme yoluyla tüketiciler, nihayetinde tutum-eylem boşluğunu yaratan "doğru olanı" yapmak (çevre dostu bir ürün satın almak gibi) yerine kişisel çıkarlarını (sürdürülebilir olmayan bir ürün satın almak gibi) tatmin etmek için uyarlanabilir akıl yürütme süreçlerini kullanmaktadır (Kilian ve Mann, 2020).

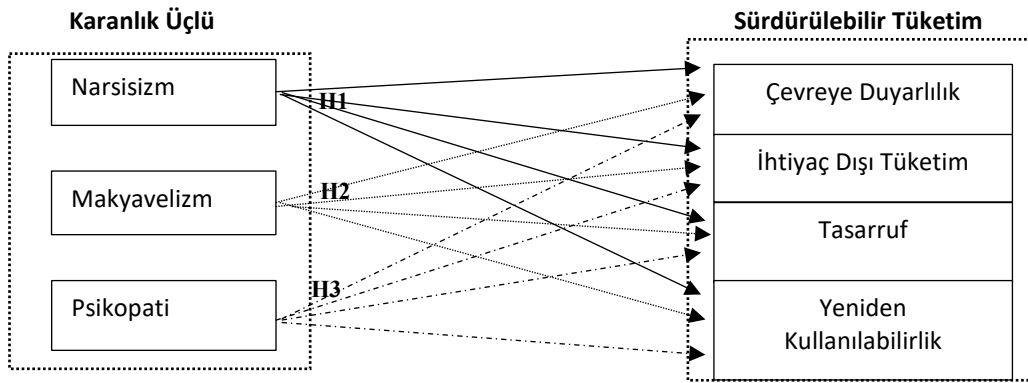
SBT ile SMT kapsamında, karanlık üçlü kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin daha olumsuz bir toplum algısına sahip olabilecekleri ifade edilmektedir. Bu durum da bireylerin, kısa vadede daha yüksek getiri elde etme arzuları varken sürdürülebilir kalkınma kavramına dayalı sosyal mübadelenin, daha az fayda sağlayacağına inanmalarına yol açmaktadır (Wu, 2019:2-3). Böylece, karanlık üçlü kişilik özelliklerine sahip bireylerin, sürdürülebilir tüketim davranışını benimsemek yerine sürdürülebilirlik pahasına sosyal mübadelerden kısa dönemli fayda elde etmeye yöneleceği düşünülmektedir. Bu bilgiler çerçevesinde öne sürülen hipotezler aşağıda sunulmaktadır:

H1: Narsisizmin sürdürülebilir tüketim davranışı (çevreye duyarlılık, tasarruf, ihtiyaç dışı tüketim, yeniden kullanılabilirlik) üzerinde olumsuz bir etkisi bulunmaktadır.

H2: Makyavelizmin sürdürülebilir tüketim davranışı (çevreye duyarlılık, tasarruf, ihtiyaç dışı tüketim, yeniden kullanılabilirlik) üzerinde olumsuz bir etkisi bulunmaktadır.

H3: Psikopatinin sürdürülebilir tüketim davranışı (çevreye duyarlılık, tasarruf, ihtiyaç dışı tüketim, yeniden kullanılabilirlik) üzerinde olumsuz bir etkisi bulunmaktadır.

Araştırmada test edilecek olan araştırma modeli Şekil 1'de sunulmaktadır.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3. YÖNTEM

Bu araştırmada hipotezlere uygun olarak tanımlayıcı kantitatif araştırma tasarımı benimsenmiş, modelde yer alan değişkenler ve aralarındaki ilişkilerin tespiti için birincil veri kullanılmıştır.

3.1. Ölçüm

Araştırmada karanlık üçlü kişilik özelliklerinin ölçümünde Özsoy vd. (2017) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Karanlık üçlü kişilik özellikleri ölçeği narsisizm (4 ifade), makyavelizm (4 ifade) ve psikopati (4 ifade) olmak üzere üç alt boyutta ölçülmüştür. Sürdürülebilir tüketim davranışının ölçümünde Doğan vd. (2015)'nin geliştirmiş oldukları ölçek kullanılmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği çevreye duyarlılık

(5 ifade), tasarruf (4 ifade), ihtiyaç dışı tüketim (5 ifade) ve yeniden kullanılabilirlik (3 ifade) olmak üzere dört alt boyutta ölçülmüştür. Karanlık üçlü kişilik özelliklerinin ölçümünde 5'li Likert Tipi ölçek kullanılırken; sürdürülebilir tüketimin ölçümünde 5'li aralıklı ölçek kullanılmıştır. **İhtiyaç dışı tüketim boyutunda yer alan ters kodlu ifadeler yeniden kodlanmıştır.**

3.2. Örneklem ve Veri

Araştırmanın örneklemini 18 yaş ve üzeri tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem hacmine karar verilirken, uygulanacak olan analizler göz önünde bulundurularak 200 kişilik bir örneklemin yeterli olacağına karar verilmiştir (Kline, 2015). Dolayısıyla bu araştırmanın hedeflenen örneklem hacmi en az 200 olarak belirlenmiş, süre kısıtı dahilinde maksimum sayıya ulaşılması hedeflenmiştir. Ana uygulamaya geçilmeden önce 30 kişiden toplanan veri ile ön test gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verisi kolayda ve kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 307 tüketiciden çevrimiçi anket yöntemiyle elde edilmiştir. Veri toplamadan önce etik kurul izni alınmıştır (Karar No:51).

Tablo 3: Katılımcılara Dair Bilgiler

Özellik	n	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	140	45,6
Erkek	167	54,4
Yaş		
31 yaş ve altı	159	51,7
31 yaş üzeri	148	48,3
Gelir		
4253 TL ve altı	106	34,6
4254-8506 TL arası	66	21,5
8507-12759 TL arası	68	22,1
12760 TL ve üzeri	67	21,8
Eğitim		
İlköğretim	3	1,0
Lise	18	5,9
Ön lisans	26	8,5
Lisans	181	59
Lisansüstü	79	25,7
Toplam		100

Araştırmada katılanların %54,4'ü erkek, %51,7'si 31 yaş ve altı, %34,6'sı 4253 TL ve altı gelire sahip olduklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılanların %59'unun eğitim düzeyi lisanslıdır. %25,7'si ise lisansüstü eğitime sahiptir (Tablo 3).

Veriyi analize hazırlamada normallik analizlerinden faydalanılmıştır. Verinin normallik dağılımı için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir (Hair vd., 2014: 70). Söz konusu değerler (Ek-2) ± 3 aralığında olduğundan normallik varsayımı sağlanmıştır (Kline, 2011: 63).

4. ANALİZ VE BULGULAR

4.1. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenirliği

Öncelikle araştırmada kullanılmış olan ölçeklerin yapı geçerliğinin belirlenmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA’da uyum indekslerinden ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranı (χ^2/sd), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), uyum iyiliği indeksi (GFI), yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA), standardize edilmiş artık ortalamaların karekökü (SRMR), normlaştırılmış uyum indeksi (NFI) ile normlaştırılmamış uyum indeksi (TLI) incelenmektedir (Tablo 4). Yapı geçerliğinin belirlenmesinde aynı zamanda yakınsama ve ayırım geçerlikleri de incelenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Yakınsama ve ayırım geçerliğinin belirlenmesinde kullanılan birleşik güvenirlik (CR) ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerleri DFA aracılığıyla tespit edilmektedir. Daha sonrasında ölçeklerin güvenirlikleri Cronbach Alfa değerleri hesaplanarak kontrol edilmiştir. Gerçekleştirilen DFA sonucuna göre, makyavelizm ile psikopati boyutları arasında yüksek düzeyde korelasyon tespit edilmiştir ($r=0,72$). Veriler, yapısal düzeyde psikopati ve makyavelizm yapılarının zor ayırt edilebildiğini göstermektedir. Bu nedenle, makyavelizm ile psikopati boyutları bu araştırmada tek bir boyut olarak ele alınmıştır. İlgili literatür incelendiğinde bu iki kişilik özelliğinin birlikte tek bir özellik olarak ele alındığı çalışmaların olduğu belirlenmiştir (Miller vd., 2017; Muris vd., 2017; Persson vd., 2019; Vize vd., 2018). Dolayısıyla, hipotez testleri gerçekleştirilirken narsisizm ve makyavelizm-psikopati boyutları üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğinin yeniden kullanılabilirlik boyutunun ikinci ifadesinin standardize edilmiş faktör yükü 0,50’nin altında olduğundan bu ifade analiz dışı bırakılmıştır. Sonrasında analiz tekrarlanmış ve iki ifade kalan bu boyutun AVE ve CR değerinin beklenen değerin altında kaldığı; yakınsama ve ayırım geçerliğinin sağlanmadığı görülmüştür. Bu nedenle, yeniden kullanılabilirlik boyutu ifadeleri analiz dışı bırakılmıştır.

İhtiyaç dışı tüketim ve narsisizm boyutlarının AVE değerleri 0,50’nin altında olduğundan narsisizmin dördüncü ifadesi ile ihtiyaç dışı tüketiminin birinci ifadesi analizden çıkarılmıştır. Makyavelizm-psikopati boyutunun beşinci ifadesi standardize edilmiş faktör yükü 0,50’nin altında olduğundan analiz dışı bırakılmıştır (Hair vd., 2014: 70). Sonrasında, makyavelizm-psikopati boyutunun AVE değeri 0,50’nin altında olduğundan bu boyutun yedinci ifadesi analiz dışı bırakılmıştır. Analizler neticesinde DFA ile ölçüm modeline yönelik uyum değerlerinin ($\chi^2/sd=2,10$; CFI=0,93; GFI=0,89; RMSEA=0,06; NFI=0,88; TLI=0,92; SRMR=0,05) kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4: Doğrulayıcı Faktör Analizi İçin Uyum İndeksleri

	χ^2/sd	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA	SRMR
Mükemmel Uyum Değerleri¹	$\leq 2,00$	$\geq 0,95$	$\geq 0,95$	$\geq 0,95$	$\geq 0,95$	$\leq 0,05$	$\leq 0,05$
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri²	$\leq 5,00$	$\geq 0,80$	$\geq 0,80$	$\geq 0,80$	$\geq 0,80$	$\leq 0,08$	$\leq 0,10$
Orijinal model	2,10	0,89	0,93	0,88	0,92	0,06	0,05

(¹ Kline, 2011; ²Hooper vd., 2008; Simon vd., 2010)

Değişkenlerin CR değerleri 0,75 ile 0,88 aralığında yer almaktadır. Bu değerler kabul edilen 0,60 değerinin (Bagozzi ve Yi, 1988: 80) üzerindedir. Ayrıca AVE değerleri 0,50 ile 0,66 değerleri arasında yer almaktadır (Tablo 4). Söz konusu değerler kabul edilebilir değerin (0,50) üzerindedir. Bu sonuçlara göre yakınsama geçerliği sağlanmaktadır. Değişkenlerin AVE değerlerinin karekökü diğer değişkenlerle olan korelasyonundan büyük olduğundan ayırım geçerliğinin de sağlandığı söylenebilir (Fornell ve Larcker, 1981: 46).

Tablo 5: Örtük değişkenlere ilişkin değerlendirme: Cronbach alfa, CR, AVE ve Ayrıştırıcı Geçerlik

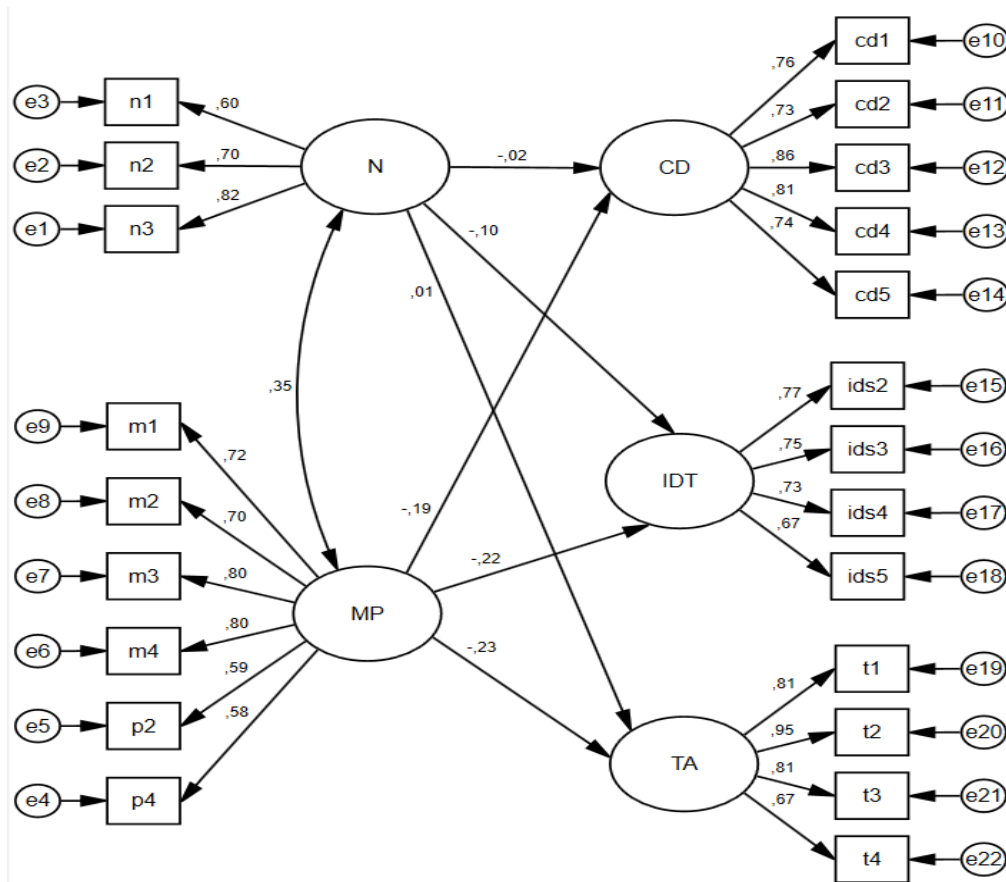
Değişkenler	Cronbach Alfa	CR (Birleşik Güvenilirlik)	AVE	Korelasyon Katsayısı				
				Nars.	Çev. Duy.	İht. D.t	Tas.	M-P
Narsisizm	0,75	0,751	0,506	0,711				
Çev. Duy.	0,89	0,888	0,613	-0,079	0,783			
İht. D.t	0,82	0,820	0,533	-0,172	0,228	0,730		
Tasarruf	0,88	0,888	0,667	-0,066	0,490	0,213	0,817	
M-P	0,85	0,853	0,50	0,346	-0,174	-0,245	-0,207	0,703
			Ort.	3,41	3,10	3,53	3,72	1,80
			Standart sapma	1,0	0,88	0,87	0,99	0,88

*M-P: Makyavelizm-psikopati. AVE karekök değerleri italik ve koyu renkte belirtilmiştir.

Ölçeklerin güvenilir kabul edilebilmesi için önerilen Cronbach alfa değerinin 0,70'den yüksek olması gerekmektedir (Nunnally, 1987). Tablo 5 incelendiğinde tüm ölçeklerin önerilen değerden (0,70) yüksek olduğu tespit edilmiştir. Böylece araştırma modelinde yer alan değişkenlerin içsel tutarlılığa sahip olduğu söylenebilir.

4.2. Hipotez Testi

Bu kısımda, yapısal modelin analizine yönelik bulgular sunulmaktadır (Şekil 2). Araştırmanın kavramsal modelinin test edilmesinde Yapısal Eşitlik Modeli tercih edilmiştir.



Şekil 2: Yapısal Model

Analizler sonucunda, modelin istatistiksel olarak anlamlı ($p = 0,00$) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca modelin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu görülmektedir ($\chi^2/sd= 2,43$; CFI=0,91; GFI=0,88; RMSEA=0,06; SRMR=0,07; NFI=0,86; TLI=0,90).

Tablo 6: Yapısal Modele İlişkin Sonuçlar

<i>Bağımlı Değişken</i>		<i>Bağımsız Değişken</i>	<i>Standardize Regresyon Katsayısı</i>	<i>Std. Hata</i>	<i>P Değeri</i>
Çevreye Duyarlılık	<---	Narsisizm	-0,02	0,08	0,82
İhtiyaç Dışı Tüketim	<---	Narsisizm	-0,10	0,07	0,21
Tasarruf	<---	Narsisizm	0,01	0,10	0,93
Çevreye Duyarlılık	<---	Makyavelizm-Psikopati	-0,19	0,06	0,008**
İhtiyaç Dışı Tüketim	<---	Makyavelizm-Psikopati	-0,22	0,06	0,003**
Tasarruf	<---	Makyavelizm-Psikopati	-0,23	0,08	0,001**

$p < 0,05^{**}$

Karanlık üçlünün narsisizm boyutunun sürdürülebilir tüketim davranışının çevreye duyarlılık ($\beta=-0,02$; $p>0,05$), ihtiyaç dışı tüketim ($\beta=-0,10$; $p>0,05$) ve tasarruf ($\beta=0,01$; $p>0,05$), boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Bununla birlikte, karanlık üçlünün Makyavelizm-Psikopati boyutunun sürdürülebilir tüketim davranışının çevreye duyarlılık ($\beta=-0,19$; $p<0,05$), ihtiyaç dışı tüketim ($\beta=-0,22$; $p<0,05$) ve tasarruf ($\beta=-0,23$; $p<0,05$) boyutlarını anlamlı ve negatif yönde etkilediği görülmektedir (Tablo 6). Dolayısıyla, H1 reddedilirken H2 ve H3 desteklenmiştir. Karanlık üçlü kişilik özellikleri sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarından en çok ihtiyaç dışı tüketimi ($R^2= 0,07$) sonra sırasıyla tasarrufu ($R^2=0,05$) ve çevreye duyarlılığını ($R^2= 0,04$) açıklamaktadır.

5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Her geçen gün artan kirlilik, küresel ısınma, bilinçsiz kaynak tüketimi ile birlikte çevresel bozulmalar artmakta dolayısıyla da sürdürülebilir yaşam açısından nesiller arası aktarım zorlaşmaktadır. Hükümetler arası iklim değişikliği panelinin (IPCC) 2022 raporuna göre iklim şartlarının özellikle insanların sergiledikleri davranışlardan ötürü günden güne değişmektedir. Bu noktada bireylerin sürdürülebilir tüketim kalıplarını benimseyerek yaşam tarzı haline getirmeleri oldukça önemlidir. Bu nedenle de bireyleri sürdürülebilir tüketime yönlendiren ya da sürdürülebilir tüketimi engelleyen faktörlerin irdelenmesi ve bu kapsamda gerekli önlemlerin alınması büyük önem taşımaktadır. Bireylerin tüketim davranışlarının anlaşılmasında özellikle kişilik faktörü üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte, sürdürülebilir tüketimle ilgili literatürdeki çalışmaların daha çok beş büyük kişilik özelliğine odaklandığı ve kişiliğin karanlık yönünü temsil eden karanlık üçlü kişilik özelliklerine yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir. Sınırlı sayıda ve farklı bulguların yer aldığı literatürden yola çıkılarak bu çalışmada, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu yönüyle çalışmanın literatüre ve uygulamaya önemli katkıları bulunmaktadır. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergilemeleri başta ülke refahı olmak üzere devlet, işletmeler ve toplum için oldukça önemlidir. Bu durum pazarlama yöneticileri açısından da istenen bir durumdur (Peattie, 2010). Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim davranışını motive eden ya da engelleyen faktörleri ortaya koymak önemlidir. Bu kapsamda bu çalışmanın, sürdürülebilir tüketim davranışını engelleyen faktörlerin ele alınmasından dolayı toplum, ülke ve uygulayıcılar açısından önemli katkılarının olabileceği düşünülmektedir. Uluslararası literatürde üzerinde sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu, çalışmalarda bulguların farklılaştığı ve kesin bir görüş birliğine varılamamış önemli bir konu olan sürdürülebilir tüketim davranışında kişiliğin karanlık yönlerinin etkisinin ele alınması

olması bu araştırmayı değerli kılmaktadır. Konu itibarıyla kültürel ve toplumsal farklılıkların olacağı göz önünde bulundurularak, bilindiği kadarıyla Türk tüketicileri özelinde ele alınan ve ulusal literatürde ilk araştırma olması nedeniyle de önemli katkıları olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırmada, karanlık üçlünün sürdürülebilir tüketime etkisinde sürdürülebilir tüketim davranışı çevreye duyarlılık, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutları özelinde detaylı olarak ele alınmaktadır. Ulusal literatürde doğrudan karanlık üçlü ve sürdürülebilir tüketim ilişkisini ele alan ve uluslararası literatürde sürdürülebilir tüketimi ilgili boyutlar özelinde detaylı ele alan bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Dolayısıyla araştırmanın bu yönüyle de literatüre önemli katkıları olacağı düşünülmektedir. Bu araştırma aynı zamanda, sürdürülebilir tüketim davranışının anlaşılmasındaki teorik katkılarının yanı sıra pazarlama yöneticilerinin rekabet avantajı elde etmesinde ve devletin sürdürülebilirlik politikalarında üzerinde durulması gereken yapıların stratejilere uygulanabilmesine fırsat sağlamaktadır.

Araştırmada ölçek yapısının geçerliğini ortaya koymak amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde, makyavelizm ile psikopati boyutları arasında yüksek düzeyde korelasyon tespit edilmiştir. Analiz sonucunda, psikopati ve makyavelizm boyutlarının yapısal düzeyde zor ayırt edilebildiği belirlenmiştir. Bu nedenle, makyavelizm ve psikopati boyutları birleştirilerek tek bir kişilik özelliği olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketim davranışının yeniden kullanılabilirlik boyutu; yakınsama ve ayırım geçerliğinin sağlanmaması nedeniyle analiz dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla, araştırma kapsamında karanlık üçlü kişilik özellikleri makyavelizm-psikopati ve narsisizm boyutları kapsamında ele alınmıştır. Bunun yanı sıra, dört boyuttan oluşan sürdürülebilir tüketim davranışı bu araştırmada çevreye duyarlılık, tasarruf ve ihtiyaç dışı tüketim olmak üzere üç boyut kapsamında incelenmiştir.

Narsisizmin sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları (çevreye duyarlılık, tasarruf ve ihtiyaç dışı tüketim) üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, literatürde narsisizm ile sürdürülebilir tüketim arasındaki olumlu ilişkiyi öneren ve tespit eden çalışmadan (Naderi ve Strutton, 2015) farklıken; Huang vd. (2019) ile Mertens vd. (2021)'nin çalışmalarının bulgularıyla örtüşmektedir. Naderi ve Strutton (2015) karanlık üçlü özelliklerinden sadece narsisizmi ele aldıkları çalışmalarında çevre dostu ürünler bir statü sembolü olarak işlev görebildiğinde, daha çok narsistik özelliklere sahip tüketicilerin statülerini göstermek için çevre dostu davranışa (yeşil ürün kullanma) daha çok yöneldiklerini belirlemiştir. Huang vd. (2019) ile Mertens vd. (2021) narsisizmin çevresel tutumları anlamlı bir şekilde etkilemediğini tespit etmiştir. Narsistlerin temel motivasyonu, toplumsal imajlarını ve öz saygılarını sürdürmektir. Dolayısıyla, öz saygılarını ve toplumdaki imajlarını tehdit etmeyen durumlarda, olumsuz çevresel tutumlar sergilemelerinin gereksiz olacağı ifade edilmektedir (Huang vd., 2019). Bu durum, narsisizmin sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarını olumsuz yönde etkilememesine sebep olabilir. İhtiyaç dışı tüketim ile narsisizm arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu bulgu, narsisizm ve dürtüsel satın almanın ilişkili olduğu öne süren çalışmalarla (Harnish ve Bridges, 2015; Cai vd., 2015) örtüşmemektedir.

Makyavelizm-psikopati özelliğinin sürdürülebilir tüketim davranışının çevreye duyarlılık, ihtiyaç dışı tüketim ve tasarruf boyutlarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu yönüyle, makyavelizm-psikopati kişilik özelliğine sahip olan bireylerin, sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme eğilimlerinin azaldığı ifade edilebilmektedir. Elde edilen bu bulgular, konuya dair sınırlı ampirik çalışmalardan bazılarının (Simmons ve Snell, 2018; Karbalaeei vd., 2015; Huang vd., 2019; Swami vd., 2010; 2011) bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Simmons ve Snell (2018) çalışmalarında makyavelizmin çevre odaklı tüketim niyetini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Makyavelist bireylerin çevresel kaygı düzeylerinin düşük olduğu (Swami vd., 2010) ve atık yönetimine (atık azaltma, yeniden kullanma, geri dönüştürme) daha az yöneldiklerini (Swami vd., 2011) bilinmektedir. Benzer şekilde, Karbalaeei vd. (2015) makyavelist eğilim arttıkça çevre dostu davranış sergilemenin azaldığını tespit etmiştir. Çalışmaya göre makyavelizmin israfı önleme davranışını da olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur. Söz konusu durum bu araştırmada da makyavelizm-psikopati özelliğinin ihtiyaç dışı tüketim ve tasarruf boyutlarını olumsuz etkilemesiyle ilişkilendirilebilir. Bireylerin makyavelist eğilimleri arttıkça ihtiyaç dışı tüketim yapmama eğilimleri azalmakta ve bireyler bu özelliklerinin etkisiyle kullandıkları ürünlerde (elektronik, beyaz eşya gibi) enerji tasarrufu yapmaya meyilli olmamaktadır. Bu durum, makyavelist tüketicilerin yalnızca kişisel hedefleri önemsemeleriyle; psikopati özelliği baskın tüketicilerin sosyal normlardan hazzetmemeleri, empati yoksunu olmalarından dolayı etik ve çevresel sorunları görmezden gelmeye meyilli olmaları ile açıklanabilmektedir. Başka bir ifade ile psikopatisi yüksek bireylerin giderek ciddileşen çevre sorunlarına göz yumduklarından çevreyi korumaya elverişli olmayan şeyler yapmaya meyilli olabilmektedirler (Wu vd., 2019: 3). Bu kişilik özelliğine sahip olan bireyler, dürtüsel olduklarından ve kısa vadeli faydaya odaklandıklarından ihtiyaçlarının anında tatmin

edilmesi istemektedir (Pilch ve Górnik-Durose, 2016: 103; Yousaf vd., 2022). Dolayısıyla, bu özellik sürdürülebilir tüketimin uzun vadeli faydaya odaklanan ve gelecek nesilleri düşünen yapısıyla oldukça çelişmektedir.

Tüketicilerin karanlık kişilik özelliklerindeki bireysel farklılıkların ortaya konulması yoluyla sürdürülebilir tüketim konusunda geliştirilecek stratejiler için çıkarım sağlanabilir. Sürdürülebilir tüketimin dolayısıyla sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasını kolaylaştırabilmek adına bireylerin karanlık kişilik özelliklerinin bastırılması ve sürdürülebilir tüketim bilincinin artırılmasına yönelik çalışma ve girişimler önem kazanmaktadır. Bu noktada, bireylerin tüketim ve çevre bilinçlerinin geliştirilmesinde eğitim faktörü kritik önem taşımaktadır. Eğitim yoluyla bireylerde istenen davranışlar oluşturulabilecektir. Ancak bunun planlanmasında bireylerin kişisel özelliklerinde farklılıkların ortaya konulması önemlidir. Bireylerin genel davranış eğilimlerini anlayarak, aynı zamanda belirli tutum ve davranışları teşvik eden daha etkili eğitim çabaları ile desteklenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, başta ailede ebeveynlere ve okul öncesinden yükseköğrenime kadar eğitimin her kademesinde hizmet veren bireylere önemli görevler düşmektedir. Tüm bunlara ek olarak sürdürülebilir tüketim bilincinin topluma kazandırılmasında sivil toplum kurumlarının, kamu kurumlarının ve hatta işletmelerin gönüllü olarak sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir.

Tüm çalışmalarda olduğu gibi bu araştırma bazı kısıtlar altında gerçekleştirilmiştir. İlk kısıt uygulamanın yapıldığı örneklem ile ilgilidir. Araştırmada verinin kolayda örnekleme ile toplanmasının örneklemin ana kütleli temsil yeteneğini zayıflattığı düşünülmektedir. Dolayısıyla bu da sonuçların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Bir diğer açıdan, sınırlı örneklemden elde edilen bulgular sonucunda karanlık üçlü kişilik özellikleri iki boyuta, sürdürülebilir tüketim davranışı ise üç boyuta indirgenerek incelenebilmiştir. Esasında araştırmanın amacı karanlık üçlüyü oluşturan üç yapının her birinin sürdürülebilir tüketim davranışının çevreye duyarlılık, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutları üzerindeki etkilerini incelemektir ancak bu amaca kısmen ulaşılabilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın örneklemini farklılaştırarak ve genişletilerek tekrar uygulanmasının araştırmanın esas amacına ulaşmada yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisinin demografik değişkenlere göre farklılık göstereceği öngörülmektedir. Bu çalışmada söz konusu demografik özellikler analizlere dahil edilmemiştir. Bu noktada bu araştırma ön çalışma kabul edilerek gelecekteki çalışmalarda, araştırmanın örnekleminin genişletilerek özellikle demografik değişkenler açısından birtakım gruplar arası farklılıkların ele alınması önerilebilir. Araştırmanın diğer kısıtı, karanlık üçlü kişilik özelliklerinin sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarına sadece doğrudan etkilerinin ele alınmış olmasıdır. Sosyal bilişsel teoriye göre karanlık üçlüye sahip bireylerin, diğer kişiliklere sahip olanlardan daha fazla ahlaki çözüme yaşama olasılığı daha yüksek olabilmektedir (Egan vd., 2015). Bu çerçevede, ahlaki çözüme yoluyla tüketiciler, nihayetinde tutum-eylem boşluğunu yaratan “doğru olanı” yapmak (çevre dostu bir ürün satın almak gibi) yerine kişisel çıkarlarını (sürdürülebilir olmayan bir ürün satın almak gibi) tatmin etmek için uyarlanabilir akıl yürütme süreçlerini kullanabilmektedir (Kilian ve Mann, 2020). Bu kapsamda, karanlık üçlü ve sürdürülebilir tüketim arasındaki mekanizmayı daha iyi açıklayabilmek için ahlaki çözüme gibi değişkenlerin aracı değişken olarak araştırma modeline dahil edilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akbar, K., Jin, Y., Mahsud, M., Akbar, M., Waheed, A., ve Amin, R. (2020). “Role of Big Five Personality Traits in Sustainable Consumption Behavior”. *In Proceedings of the 2020 3rd International Conference on Big Data Technologies*, 222-226.
- Akdoğan, L., ve Durmaz, Y. (2021). “Kişilik Özelliklerinin Bilinçli Tüketim Davranışı Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 782-814.
- Awais, M., Samin, T., Gulzar, M. A., Hwang, J., ve Zubair, M. (2020). “Unfolding The Association Between the Big Five, Frugality, E-Mavenism, And Sustainable Consumption Behavior”. *Sustainability*, 12(2), 490.
- Aytaç, M. B. (2022). “Karanlık Dörtlü (The Short Dark Tetrad-Sd4) Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması ve Karanlık Dörtlünün Pazarlama Araştırmalarındaki Yerinin Tartışılması”. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 129-149.
- Aytaç, M. B., ve Akin, E. (2021). “Hatzfeld Syndrome: Narcissistic Postpurchase State of Mind”. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 38 (4), 369-381.

- Bagozzi, R. P., ve Yi, Y. (1988). "On the Evaluation of Structural Equation Models". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg, M., Peyer, M., Seegebarth, B., ve Wiedmann, K. P. (2013). "Consciousness for sustainable consumption: scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability". *AMS review*, 3, 181-192.
- Blair, J. R., Gala, P., ve Lunde, M. (2022). "Dark Triad-Consumer Behavior Relationship: The Mediating Role Of Consumer Self-Confidence And Aggressive Interpersonal Orientation". *Journal of Consumer Marketing*, 39 (2), 145-165.
- Bowen, K. T., Musarra, G., ve Ou, Y. C. (2022). "How And When Narcissism and Faith in Humanity Drive Sustainable Consumption". *Psychology & Marketing*, 39(9), 1706-1724.
- Cai, H., Shi, Y., Fang, X., ve Luo, Y. L. (2015). "Narcissism predicts impulsive buying: phenotypic and genetic evidence". *Frontiers in Psychology*, 6, 881.
- Chan, R. Y. (2001). "Determinants of Chinese consumers' Green Purchase Behavior". *Psychology & marketing*, 18(4), 389-413.
- Doğan, O., Bulut, Z. A., ve Çımrın, F. K. (2015). "Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması". *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 29(4).
- Duong, C. D. (2021). "Big Five Personality Traits and Green Consumption: Bridging the Attitude-Intention-Behavior Gap". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 34(6), 1123-1144.
- Egan, V., Hughes, N., ve Palmer, E. J. (2015). "Moral Disengagement, The Dark Triad, And Unethical Consumer Attitudes". *Personality and Individual Differences*, 76, 123-128.
- Elhoushy, S., ve Lanzini, P. (2021). "Factors Affecting Sustainable Consumer Behavior in The MENA Region: A Systematic Review". *Journal of International Consumer Marketing*, 33(3), 256-279.
- Eroğlu, F., ve Köse, E. B. (2021). "Sürdürülebilir Tüketim Ekseninde Tüketicinin Korunması, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesi İçin Bir Öneri Olarak Tüketici Geliştirme Merkezi (Tügemer)". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16(2), 31-47.
- Fatoki, O. (2020). "Personality Traits and Green Purchasing Behaviour of Young Consumers". *Journal of Management Information & Decision Sciences*, 23(S1), 254-261.
- Fien, J., Neil, C., ve Bentley, M. (2008). "Youth can lead the way to sustainable consumption". *Journal of Education for Sustainable Development*, 2(1), 51-60.
- Figuroa-García, E. C., García-Machado, J. J., ve Perez-Bustamante Yabar, D. C. (2018). "Modeling The Social Factors That Determine Sustainable Consumption Behavior in The Community of Madrid". *Sustainability*, 10(8), 2811.
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Fox, J., ve Rooney, M. C. (2015). "The Dark Triad and Trait Self-Objectification as Predictors of Men's Use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites". *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165.
- Fraj, E., ve Martinez, E. (2006). "Influence of personality on ecological consumer behaviour". *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(3), 167-181.
- Fuchs, D. A., ve Lorek, S. (2005). "Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures". *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 261-288.
- Furnham, A., Richards, S. C., ve Paulhus, D. L. (2013). "The Dark Triad of Personality: A 10 Year Review". *Social And Personality Psychology Compass*, 7(3), 199-216.
- Haider, M., Shannon, R., Moschis, G.P. (2022). "Sustainable Consumption Research and the Role of Marketing: A Review of the Literature (1976–2021)". *Sustainability*, 14, 3999.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson Education Limited.

- Harnish, R. J., ve Bridges, K. R. (2015). "Compulsive Buying: The Role Of Irrational Beliefs, Materialism, And Narcissism". *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 33(1), 1-16.
- Harrison, A., Summers, J., ve Mennecke, B. (2018). "The effects of the dark triad on unethical Behavior". *Journal of Business Ethics*, 153(1), 53-77.
- Hayta, A. (2009). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü". *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hirsh, J. B. (2010). "Personality and environmental concern". *Journal of environmental psychology*, 30(2), 245-248.
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. R. (2008). "Model Fit". *Electronic Journal of Business Research Methods*. 6(1), 53-60.
- Huang, N., Zuo, S., Wang, F., Cai, P. ve Wang, F. (2019). "Environmental Attitudes in China: The Roles of The Dark Triad, Future Orientation and Place Attachment". *International Journal of Psychology*. 54(5), 563-572.
- IPCC (2022). Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli Raporu. (05.01.2023). https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/downloads/press/IPCC_AR6_WGII_PressConferenceSlides_small.pdf
- Jakobwitz, S., ve Egan, V. (2006). "The Dark Triad and Normal Personality Traits". *Personality And Individual Differences*, 40(2), 331-339.
- Jonason, P. K., ve Krause, L. (2013). "The Emotional Deficits Associated with The Dark Triad Traits: Cognitive Empathy, Affective Empathy, And Alexithymia". *Personality and Individual Differences*, 55(5), 532-537.
- Jones, D. N., ve Paulhus, D. L. (2011). "The role of impulsivity in the Dark Triad of personality". *Personality and Individual Differences*, 51(5), 679-682.
- Kang, Y. J., ve Park, S. Y. (2016). "The Perfection Of The Narcissistic Self: A Qualitative Study On Luxury Consumption And Customer Equity". *Journal of Business Research*, 69(9), 3813-3819.
- Karabıyık, H. Ç., ve Algöz, S. B. (2020). "A Psycho-Marketing Study: Using the Dark Triad Personality Test to Profile the Consumers and Predict the Consumer Behavior". *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar*, 4(2), 66-73.
- Karalar, R., ve Kiracı, H. (2011). "Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
- Karbalaeei, S., Abdollahi, A. ve Abdullah, S. (2015). "Machiavellianism And Spiritual Intelligence as Predictors of Waste-Prevention Behaviors Among Malaysian University Students". *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*. 23(3), 623-38.
- Kaufman, S. B., Yaden, D. B., Hyde, E., ve Tsukayama, E. (2019). "The Light vs. Dark Triad of Personality: Contrasting Two Very Different Profiles Of Human Nature". *Frontiers in Psychology*, 10, 1–26.
- Kazancı-Sunaoğlu, Ş. (2022). *Yeşil Tüketim*. Tüketici Davranışlarında Makro Trendler (Ed. Fatih Şahin ve Reyhan Bahar). Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Kesenheimer, J. S., ve Greitemeyer, T. (2021). "Greenwash yourself: The relationship between communal and agentic narcissism and pro-environmental behavior". *Journal of Environmental Psychology*, 75, 101621.
- Kilian, S., ve Mann, A. (2020). "When The Damage Is Done: Effects of Moral Disengagement on Sustainable Consumption". *Journal of Organizational Psychology*, 20(1), 120-132.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Press.
- Kline, R. B. (2015). *Principles And Practice Of Structural Equation Modeling*. Guilford publications.
- Kumar, S., ve Yadav, R. (2021). "The Impact of Shopping Motivation on Sustainable Consumption: A Study in The Context of Green Apparel". *Journal of Cleaner Production*, 295, 126239.
- Kvasova, O. (2015). The Big Five personality traits as antecedents of eco-friendly tourist behavior. *Personality and individual differences*, 83, 111-116.
- Lu, L. C., Chang, H. H. ve Chang, A. (2013). "Consumer personality and green buying intention: The mediate role of consumer ethical beliefs". *Journal of Business Ethics*, 127(1), 205219.
- Luchs, M. G., ve Mooradian, T. A. (2012). "Sex, Personality, And Sustainable Consumer Behaviour: Elucidating the Gender Effect". *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 127-144.

- Markowitz, E. M., Goldberg, L. R., Ashton, M. C., ve Lee, K. (2012). "Profiling the "pro-environmental individual": A personality perspective." *Journal of personality*, 80(1), 81-111.
- Mathieu, C., Hare, R. D., Jones, D. N., Babiak, P., ve Neumann, C. S. (2013). "Factor Structure of the B-Scan 360: A Measure of Corporate Psychopathy". *Psychological Assessment*, 25(1), 288.
- Mertens, A., von Krause, M., Denk, A., ve Heitz, T. (2021). "Gender Differences in Eating Behavior and Environmental Attitudes–The Mediating Role of The Dark Triad". *Personality and Individual Differences*, 168, 110359.
- Miller, J. D., Hyatt, C. S., Maples-Keller, J. L., Carter, N. T., ve Lynam, D. R. (2017). "Psychopathy and Machiavellianism: A distinction without a difference?". *Journal Of Personality*, 85(4), 439-453.
- Moisander, J. (2007). "Motivational Complexity of Green Consumerism". *International Journal of Consumer Studies*, 31(4), 404-409.
- Mont, O., ve Plepys, A. (2008). "Sustainable Consumption Progress: Should We Be Proud or Alarmed?". *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.
- Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H., ve Meijer, E. (2017). "The Malevolent Side of Human Nature: A Meta-Analysis and Critical Review of The Literature on The Dark Triad (Narcissism, Machiavellianism, And Psychopathy)". *Perspectives on Psychological Science*, 12(2), 183-204.
- Naderi, I., ve Strutton, D. (2015). "I Support Sustainability but Only When Doing So Reflects Fabulously on Me: Can Green Narcissists Be Cultivated?". *Journal of Macromarketing*, 35(1), 70-83.
- Nga, J. K. H., ve Shamuganathan, G. (2010). "The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions". *Journal of business ethics*, 95, 259-282.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd Ed.). New York, NY: Mcgraw-Hill.
- O'Boyle, E. H. (2012). "A Meta-Analysis of The Dark Triad and Work Behavior: A Social Exchange Perspective". *J. Appl. Psychol.* 97, 557–579.
- Onel, N., ve 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.
- Özdemir, N. (2021). "Dindarlık ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı: Gönüllü Sadeliğin Aracı Rolü". *Turkish Journal of Marketing*, 6(1), 70-89.
- Özsoy, E., Rauthmann, J.F., Jonason, P.K., ve Ardiç, K. (2017). "Reliability and validity of the Turkish versions of Dark Triad Dirty Dozen (DTDD-T), Short Dark Triad (SD3-T), and Single Item Narcissism Scale (SINS-T)". *Personality and Individual Differences*, 117, 11-14.
- Paavola, J. (2011). Climate change: the ultimate tragedy of the commons. *Property in land and other resources*, 417-434.
- Paulhus, D. L., ve Williams, K. M. (2002). "The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, And Psychopathy". *Journal Of Research in Personality*, 36(6), 556-563.
- Peattie, K. (2010). "Green Consumption: Behaviour and Norms". *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195-228.
- Persson, B. N., Kajonius, P. J., ve Garcia, D. (2019). "Revisiting the structure of the Short Dark Triad". *Assessment*, 26(1), 3-16.
- Pilch, I., ve Górník-Durose, M. E. (2016). "Do We Need "Dark" Traits to Explain Materialism? The Incremental Validity of The Dark Triad Over the HEXACO Domains in Predicting Materialistic Orientation". *Personality and Individual Differences*, 102, 102-106.
- Polatçı, S., ve Yeloğlu, H. O. (2021). "Karanlık ve aydınlık kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi". *Journal of Organizational Behavior Review*, 3(1), 73-87.
- Pristl, A. C., Kilian, S., ve Mann, A. (2021). "When Does a Social Norm Catch the Worm? Disentangling Social Normative Influences on Sustainable Consumption Behaviour". *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), 635-654.
- Quoquab, F. ve Mohammed, J. (2020). "A Review of Sustainable Consumption (2000 to 2020): What We Know and What We Need to Know". *Journal of global Marketing*, 33, 305-334.

- Ribeiro, J., Veiga, R., ve Higuchi, A. (2016). "Personality Traits and Sustainable Consumption". *Revista Brasileira De Marketing*, 15(3),297-313.
- Saltoğlu, S., ve Irak, D. U. (2020). "Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati". *Türk Psikoloji Yazıları*, 23(45), 42-62.
- Satıcı, S. A., Kayış, A. R., Yılmaz, M. F., ve Eraslan-Çapan, B. (2019). "Üniversite Öğrencilerinde Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri ile Dürtüsellik ve Heyecan Arama Davranışları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi". *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(54), 857-881.
- Schaefer, A., ve Crane, A. (2005). "Addressing sustainability and consumption". *Journal of Macromarketing*, 25(1), 76-92.
- Set, Z. (2020). "Sosyal Kötücül Kişilikler: Karanlık Üçlü". *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(3), 318-329.
- Sherry, S.B., Hewitt, P.L, Besser, A., Flett, G.L, ve Klein, C. (2006). "Machiavellianism, Trait Perfectionism and Perfectionistic Self-presentation". *Personality and Individual Differences*, 40(4), 829-839
- Sheth, J. N., Sethia, N. K., ve Srinivas, S. (2011). "Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability". *Journal of the academy of marketing science*, 39, 21-39.
- Shivani, S., ve Godwin, B. J. (2018). "Mapping of Online Shopping behaviour: A Dark Triad Approach". *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 9(2), 78-84.
- Sijtsema, J. J., Garofalo, C., Jansen, K., ve Klimstra, T. A. (2019). "Disengaging from evil: Longitudinal associations between the dark triad, moral disengagement, and antisocial behavior in adolescence". *Journal of Abnormal Child Psychology*, 47(8), 1351-1365.
- Simmons, R. S., ve Snell, R. S. (2018). "Machiavellianism, Support For CESR, And Attitudes Towards Environmental Responsibility Amongst Undergraduate Students". *International Journal of Ethics Education*, 3(1), 47-66.
- Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C., ve Härter, M. (2010). "Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index (API)". *Health expectations*, 13(3), 234-243.
- Smith, M. B., Hill, A. D., Wallace, J. C., Recendes, T. ve Judge, T. A. (2018). "Upsides To Dark and Downsides to Bright Personality: A Multidomain Review and Future Research Agenda". *Journal of Management*, 44(1): 191-217.
- Song, S. Y., ve Kim, Y. K. (2018). "Theory Of Virtue Ethics: Do Consumers' Good Traits Predict Their Socially Responsible Consumption?". *Journal of Business Ethics*, 152(4): 1159-1175.
- Suárez, E., Hernández, B., Gil-Giménez, D., ve Corral-Verdugo, V. (2020). "Determinants of frugal behavior: the influences of consciousness for sustainable consumption, materialism, and the consideration of future consequences". *Frontiers in Psychology*, 11, 567752.
- Sun, Y., Wang, S., Gao, L., ve Li, J. (2018). "Unearthing The Effects of Personality Traits on Consumer's Attitude and Intention to Buy Green Products". *Natural Hazards*, 93(1), 299-314.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Snelgar, R., ve Furnham, A. (2011). "Personality, Individual Differences, And Demographic Antecedents Of Self-Reported Household Waste Management Behaviours". *Journal of Environmental Psychology*, 31(1), 21-26.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Snelgar, R., ve Furnham, A. (2010). "Egoistic, Altruistic, And Biospheric Environmental Concerns: A Path Analytic Investigation Of Their Determinants". *Scandinavian Journal of Psychology*, 51(2), 139-145.
- UNDP (2022). Sustainable Development Goals, Goal 12: Responsible Consumption and Production. (06.06.2022) <https://www1.undp.org/content/singapore-global-centre/en/home/sustainable-development-goals.html>.
- Verma, V. K., Kumar, S., ve Chandra, B. (2017). "Big Five Personality Traits and Tourist's Intention to Visit Green Hotels". *Indian Journal of Scientific Research*, 15(2), 79-87.
- Vize, C. E., Lynam, D. R., Collison, K. L., ve Miller, J. D. (2018). "Differences Among Dark Triad Components: A Meta-Analytic Investigation". *Personality disorders: Theory, research, and treatment*, 9(2), 101.
- Wales, W. J., Patel, P. C., ve Lumpkin, G. T. (2013). "In Pursuit of Greatness: CEO Narcissism, Entrepreneurial Orientation, And Firm Performance Variance". *Journal of Management Studies*, 50(6), 1041-1069.

- Wang, P., Liu, Q., ve Qi, Y. (2014). "Factors Influencing Sustainable Consumption Behaviors: A Survey of The Rural Residents in China". *Journal of Cleaner Production*, 63, 152-165.
- Wu, W., Wang, H., Zheng, C., ve Wu, Y. J. (2019). "Effect Of Narcissism, Psychopathy, And Machiavellianism on Entrepreneurial Intention—The Mediating of Entrepreneurial Self-Efficacy". *Frontiers in Psychology*, 10, 360.
- Yang, X., ve Zhang, L. (2021). "Understanding Residents' Green Purchasing Behavior from A Perspective of The Ecological Personality Traits: The Moderating Role of Gender". *The Social Science Journal*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/03623319.2020.1850121>.
- Yaşloğlu, D. T., ve Atılgan, Ö. (2018). "Karanlık Üçlü Ölçeği: Türkçe'ye Uyarlama, Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması". *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 725-739.
- Yousaf, S., Tauni, M. Z., ve Khan, B. (2022). "Dark triad traits and panic buying". *Personality and Individual Differences*, 197, 111771.
- Zhang, M., Li, L., Ye, Y., Yu, S., ve Zhong, J. (2021). "The Effects of Feelings of Awe on The Relationship Between Consumers' Narcissism and Impulsive Consumption Behaviors: A Mediated Moderation Model". *Current Psychology*, 1-18.

EK-1: ÇALIŞMADA KULLANILAN ÖLÇEK İFADELERİ

Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri

- N1- Başkalarının beni dikkate almasını istemeye eğilimliyim.
- N2- Prestij ya da statü arayışında olmaya eğilimliyim.
- N3- Başkalarının bana hayranlık duymasını istemeye eğilimliyim.
- N4- Başkalarından özel iyilikler beklemeye eğilimliyim.
- M1- İsteddiğimi elde etmek için hileye başvurmuşluğum ya da yalan söylemişliğim vardır.
- M2- İsteddiğimi elde etmek için pohpohlamaya başvururum.
- M3- İsteddiğimi elde etmek için başkalarını manipüle etmeye eğilimliyim.
- M4- Kendi çıkarım için başkalarını kullanmaya eğilimliyim.
- P1- Pişmanlık duymamaya meyilliyim.
- P2- Davranışlarımın ahlaki boyutunu umursamamaya eğilimliyim.
- P3- Duyarsız ya da duygusuz olmaya eğilimliyim.
- P4- Alaycı davranmaya eğilimliyim.

Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

- ÇD1- Deterjan, şampuan gibi temizlik ürünlerinden çevreye daha az zarar verenleri satın alırım.
- ÇD2- Doğal materyaller kullanılarak üretilmiş giysileri satın alırım.
- ÇD3- Çevresel sorumluluğu destekleyen firmaların ürünlerini alırım.
- ÇD4- Doğada çözülebilir ambalajlı ürünleri satın alırım.
- ÇD5-Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna ederim.
- İDT1- Cep telefonu vb. teknolojik aletleri ihtiyaç duymadığım halde yenileri ile değiştiririm.
- İDT2- İhtiyacım olmasa da yeni giysiler alırım.
- İDT3- Alışveriş yaparken listemde/aklımda olmayan ürünleri de satın alırım.
- İDT4- Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürünü olsa da satın alırım.
- İDT5-Yiyecek içecek ürünlerinden ihtiyacım olmayanları da satın aldığım olur.
- T1- Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları satın alırım.
- T2- Diğerlerine göre daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım.

T3- Elektronik ürünler satın alırken elektrik tüketim miktarlarına dikkat ederim.

T4- Evde tasarruflu ampuller kullanırım.

YK1- Karton, tenke ve cam gibi ürünlerin ambalajlarını atmak yerine tekrar değerlendiririm.

YK2- İhtiyacım olduğunda az kullanılmış ürünleri kiralar ya da ödünç alırım (DVD, kitap, vb).

YK3- Kullanılmış kâğıtları not tutma vb. işlerde yeniden değerlendiririm.

EK-2: ÇALIŞMADA KULLANILAN ÖLÇEK İFADELERİNİN BASIKLIK VE ÇARPIKLIK DEĞERLERİ

Ölçek İfadeleri	Basıklık	Çarpıklık	Ölçek İfadeleri	Basıklık	Çarpıklık
N1	-0,08	-0,876	CD4	-0,2	-0,352
N2	-0,65	-0,414	CD5	-0,817	-0,173
N3	-1,037	-0,065	İDS1	1,629	-1,455
N4	-1,022	0,238	İDS2	-0,578	-0,451
M1	0,641	1,287	İDS3	-0,562	-0,174
M2	0,795	1,243	İDS4	0,648	-1,031
M3	0,351	1,202	İDS5	-0,581	-0,211
M4	2,964	1,921	T1	0,262	-0,9
P1	-0,902	0,613	T2	0,16	-0,858
P2	1,731	1,702	T3	-0,149	-0,745
P3	1,493	1,612	T4	1,229	-1,266
P4	0,868	1,402	YK1	-0,652	-0,188
CD1	-0,463	-0,294	YK2	-0,744	0,159
CD2	-0,609	-0,07	YK3	0,653	-1,035
CD3	-0,339	-0,419			

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).