

Z Kuşağının Dini Dünya Görüşleri ve Sürdürülebilir Tkretim Davranışları: Ampirik Bir Analiz

İhsan APCIOęLU¹ ve Ayça YILDIRIM²

z

Bu alışma, Z kuşağının sürdürülebilir tkretim davranışları ile dini dünya görüşleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde evresel krizler ve iklim değişikliği, sürdürülebilir tkretimi yalnızca ekonomik bir tercih değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir mesele haline getirmiştir. Dini dünya görüşleri ise bireylerin değerler sistemini, yaşam tarzını ve tkretim pratiklerini yönlendiren önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, Z kuşağına ait geçen bireylerin söz konusu iki değişken üzerinden değerlendirilmesi hem kuşak çalışmalarına hem de tkretim sosyolojisine katkı sağlayacak niteliktedir. Araştırma, nicel yöntemle yürütülmüş olup 385 katılımcıya uygulanan anket verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sürdürülebilir tkretim davranışları ve dini dünya görüşlerini ölçmeye yönelik lcekler kullanılmış, veriler bağımsız örneklem t-testi, ANOVA ve korelasyon analizleriyle test edilmiştir. Bulgular, bazı demografik değişkenler (rneğin cinsiyet, eğitim ve konut türü) açısından anlamlı farklar bulunduğunu ortaya koymuştur. Ancak iki lcek arasında genel olarak istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Sonuç olarak, bu alışma Z kuşağında dini dünya görüşlerinin sürdürülebilir tkretim davranışlarını doğrudan belirleyici olmadığını, ancak belirli demografik koşullara göre farklılaşmaların ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, sürdürülebilir tkretim, dini dünya görüşü, tkretim sosyolojisi, ampirik analiz

The Religious Worldviews and Sustainable Consumption Behaviors of Generation Z: An Empirical Analysis

Abstract

This study aims to examine the relationship between Generation Z's sustainable consumption behaviors and their religious worldviews. In the contemporary context, environmental crises and climate change have transformed sustainable consumption from a mere economic choice into a social and cultural issue. Religious worldviews, on the other hand, play a significant role in shaping individuals' value systems, lifestyles, and consumption practices. Therefore, analyzing Generation Z through these two variables contributes to both generational studies and the sociology of consumption. The research was conducted using a quantitative method and is based on survey data collected from 385 participants. Scales measuring sustainable consumption behaviors and religious worldviews were applied, and the data were analyzed through independent sample t-tests, ANOVA, and correlation analyses. The findings revealed significant differences in both sustainable consumption and religious worldviews across certain demographic variables (such as gender, education, and housing type). However, no statistically significant overall relationship was identified between the two scales. In conclusion, the study demonstrates that religious worldviews do not directly determine sustainable consumption behaviors among Generation Z, though certain demographic contexts may generate differences. The results highlight the need for further qualitative and mixed-methods research to better understand the complex relationship between values and consumption practices.

Keywords: Generation Z, sustainable consumption, religious worldview, sociology of consumption, empirical analysis

Atıf İçin / Please Cite As:

apcıoğlu, İ. ve Yıldırım, A. (2026). Z kuşağının dini dünya grşleri ve sürdürülebilir tkretim davranışları: Ampirik bir analiz. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15 (2), 445-462. <https://doi.org/10.33206/mjss.1776867>


Geliş Tarihi / Received Date: 02.09.2025

Kabul Tarihi / Accepted Date: 20.12.2025

¹ Prof. Dr. – Ankara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Ankara, Türkiye, ihsancapcioglu@yahoo.com,

 ORCID: 0000-0003-4796-5232

² Dr. - Din Sosyolojisi, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu, Ankara, Türkiye, yildirimayca60@gmail.com,

 ORCID: 0000-0001-9562-5086



Giriş

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayileşme, teknolojinin gelişimi, yüksek nüfus ve ekonomik refah artışı ile internetin keşfi gibi küresel gelişmeler, beraberinde getirdiği çeşitli imkânların yanı sıra bazı problemlerin de görünürlüğünün artmasına neden olmuştur. Bu süreçte yaşanan ekonomik refah artışıyla birlikte doğal kaynaklar hızla tükenmeye başlamış ve bu durum mevcut ekonomik sistemin sürdürülebilirliğinin sorgulanmasına neden olmuştur. Bu sorgulamalar yeni model arayışlarına kapı aralamış; sınırsız tüketime ve büyümeye dayalı modeller yerini sürdürülebilir kalkınma modellerine bırakmaya başlamıştır. Son yıllarda bu modellere paralel olarak ortaya çıkan bireysel davranışlar ile şirketlerin sürdürülebilir tüketime yönelik stratejik planlamaları, gelecekte ülkelerin sosyoekonomik yapılarında yaşanması muhtemel dönüşümlere işaret etmektedir. Nitekim devletlerin kendi içindeki yasal düzenlemeler ve imzaladıkları uluslararası antlaşmaların yanı sıra, sivil toplum kuruluşlarının görünürlüğünün artması ile karar alma süreçlerine doğrudan etkileri de sürdürülebilir tüketim ve ekonomi yönetiminin yaygınlaşmasında önemli roller üstlenmiştir.

Yeni model arayışlarının hemen her kuşaktan insanı ilgilendirdiği ve onların hayatını doğrudan etkilediği bilinmektedir. Ancak “Z Kuşağı” olarak tanımlanan günümüz gençlerinin tutum, davranış ve sorgulamaları sürdürülebilir tüketim modelinin her aşamasını etkileyecek, güncelleyecek ya da değiştirebilecek potansiyele sahiptir. Nitekim bireylerin ve toplumların beslenme ile tüketim alışkanlıkları incelendiğinde, yaşadığımız dönemin bir “tüketim çağı” olarak tanımlanması oldukça yüksek bir olasılıktır. Z Kuşağının tüketim alışkanlıklarını incelediğimizde, ürün miktarının kalitesinden çok daha önemli olduğunu görmekteyiz. Esasen insanların sahip oldukları ürünlerin sayıca fazlalığıyla kişisel tatmin ya da doyum sağlamaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Bu davranışın doğal sonucu olarak, bireylerin ve toplumların enerji tüketiminin ve atık üretiminin ciddi oranlarda arttığı görülmekte; bu da çevre kirliliğini küresel ölçekte insan hayatını tehdit eden bir sorun haline getirmektedir. Sahip olunan doğal kaynakların hızla tükenmesi ve tüketim alışkanlıklarının değişmemesi, yeni kuşaklar açısından yaşanabilir ve sürdürülebilir bir dünyanın tehlikeye girmesi anlamına gelmektedir.

Küresel ölçekte yaşanan çevre sorunları, iklim değişikliği ve doğal kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanımı, yalnızca çevre bilimlerinin değil, aynı zamanda sosyal bilimlerin de yoğun şekilde ilgilendiği araştırma konularından biri hâline gelmiştir. Bu doğrultuda, tüketim alışkanlıklarının sürdürülebilirlik çerçevesinde değişim göstermesi, bireylerin benimsedikleri değerler ve sahip oldukları dünya görüşleriyle doğrudan bağlantılı olarak değerlendirilmektedir. Z kuşağından genç bireylerin tüketim tercihlerinin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik boyutunda ele alınması, yalnızca bugünkü eğilimleri değil, aynı zamanda geleceğin toplumsal yapısının nasıl şekilleneceğinin anlaşılmasına da önemli ölçüde katkıda bulunabilir. Bu çerçevede, bireylerin değerler sistemini, yaşam tarzlarını ve dünya görüşlerini şekillendiren kültürel unsurlar arasında dinin rolü ön plana çıkmaktadır. Nitekim din, bireylerin tüketim alışkanlıklarını etkileyen sembolik anlamlar ve normatif kurallar aracılığıyla yön verici bir çerçeve sağlayabilmektedir. Yaşanabilir ve sürdürülebilir bir gelecek tasarımı dinin üstlenebileceği toplumsal işlevler bulunmaktadır.

İşlevsel boyutuna dikkat çeken kuramcılara göre din, insanlara yalnızca bireysel tatmine dayalı inanç sistemleri sunmakla kalmaz, aynı zamanda onların hayatın anlamı, amacı, işleyişi ve geleceği konusundaki arayışlarına da rehberlik eder. Bu özelliğiyle o, bireylere dünyayı ve olayları anlama imkânı sunarak dini-toplumsal gerçekliği daha anlamlı bir zemine oturtmakta ve aynı inancı paylaşan insanlar arasında güçlü bir aidiyet, dayanışma bağı kurmaktadır. Dolayısıyla bireylerin dini tutum ve davranışları, toplumsal davranış ve alışkanlıklarını derinden etkileyen çok boyutlu bir değişken olabilmektedir. Başka bir ifadeyle bireylerin dini dünya görüşlerinin tüketim alışkanlıklarını şekillendirme ve sürdürülebilir davranışlar geliştirme konusundaki bakış açılarını yönlendirme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, modern toplumlarda sekülerleşme, küreselleşme ve dijitalleşmenin yarattığı dönüşümler sonucunda din ile tüketim davranışları arasındaki bu ilişkinin ya zayıfladığı ya da farklı biçimlerde yeniden şekillendiği de sıklıkla dile getirilmektedir.

Araştırmanın temel amacı, Z kuşağına mensup bireylerin dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketime yönelik davranışları arasındaki bağlantının incelenmesi ve bu ilişkinin hangi boyutlarda ortaya çıktığının analiz edilmesidir. Türkiye nüfusunun kayda değer bir bölümünü oluşturan Z kuşağı, teknolojik gelişmelerin, toplumsal değerlerin ve tüketim alışkanlıklarının hızlı bir şekilde değiştiği dinamik bir dönemde yetişmiştir. Bu kuşağın yetişme koşulları, yalnızca bireysel tercihlerini değil, aynı zamanda toplumsal yapının gelecekteki seyrini de etkileme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, Z kuşağının tüketime ilişkin tutum ve davranışlarını anlamak, yalnızca bugünün eğilimlerini tespit etmek açısından değil, aynı zamanda önümüzdeki yıllarda şekillenecek sosyal, ekonomik ve kültürel yönelimleri öngörmek bakımından da kritik bir önem taşımaktadır.

Z kuşağı, demografik açıdan toplumun büyük bir bölümünü temsil etmenin yanı sıra, tktim alışkanlıkları, vreye yönelik duyarlılıkları ve değerler sistemiyle geleceğin toplumsal yapısını dönüştürme potansiyeline sahip olmaları bakımından da özel bir önem taşıtmaktadır. Bu nedenle, onların yaşam biçimlerini, tercihlerini ve değer dünyalarını anlamak, yalnızca mevcut eğilimleri analiz etmek için değil, aynı zamanda toplumsal gelişimin yönünü öngörmek açısından da kritik bir rol oynamaktadır.

Literatür Bilgisi

Literatürde Z kuşağı, sürdürülebilir tktim, din ve dindarlık konularında birbirinden bağımsız olarak yapılmış çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen, bu  alanı bir arada ele alarak aralarındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu araştırma, Z kuşağının dini dünya görüşleri ile tktim davranışlarını ortak bir bağlamda ele alarak, literatürdeki boşluğu gidermeyi ve bu iki olgu arasındaki etkileşime dair yeni bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. Günümüz gençliği, bir yandan vresel sorunlara duyarlılık geliştirirken diğer yandan dini ve kültürel değerleriyle uyumlu bir yaşam sürdürme çabası içindedir. Bu araştırma, gençlerin değerler sistemi ile tktim tercihleri arasındaki etkileşimi inceleyerek, sürdürülebilirlik politikalarının genç bireyler tarafından nasıl algılandığını ve bu politikaların onların günlük yaşamlarında nasıl bir karşılık bulduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla, yalnızca ilgili literatüre katkı sağlamayı değil aynı zamanda sürdürülebilirlik temelli eğitim ve gençlik programlarının şekillendirilmesi ile tktim alışkanlıklarının daha bilinçli ve sorumlu bir biçimde dönüştürülmesine ilişkin de önerilerde bulunmayı hedeflemektedir.

Günümüz gençliği, küreselleşme ve dijitalleşmenin yoğun etkisi altında, bir yandan geleneksel dini-kültürel değerlerle, diğer yandan modern yaşam tarzlarının gereklilikleri ve vresel sorumluluk bilinciyle yüzleşmektedir. Bu durum, onların değerler sisteminde ve tktim alışkanlıklarında çift yönlü bir etkileşimin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu çerçevede, gençlerin dini dünya görüşlerinin sürdürülebilir tktim gibi günümüzün ne çıkan toplumsal meseleleriyle hangi noktalarda örtüştüğünü ve nasıl bir etkileşim içinde olduğunu anlamak, toplumun değerler sisteminde yaşanan dönüşüm ve yeniden yapılanmaları gözlemlemek açısından önem arz etmektedir.

Literatürde, dini tktim biçimlerinin incelenmesi sürecinde dindarlık, bireylerin tktim pratiklerini şekillendiren etkileşimli bir unsur olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmalarda, dindarlığın tktim davranışları üzerinde doğrudan etkili olduğu; özellikle helal ürün tercihinde bulunma, kanaatkr olma, israf ve aşır tktimden kaçınma gibi konularda belirleyici bir rol üstlendiği vurgulanmıştır. (Essoo ve Dibb, 2004; Mokhlis, 2009). Ayrıca dindarlığın bireylerin sürdürülebilir tktim tutum ve davranışları üzerinde etkili bir faktör olduğu ancak bu etkinin düzeyini vresel endişeler, etik tutumlar, sosyal sorumluluk, bakış açıları, kişisel kullanıcı alışkanlıkları ve ekonomik durum gibi unsurların yönlendirdiği ifade edilmiştir.

Z Kuşağı, sürdürülebilir tktim ve dini dünya görüşü kavramlarının farklı disiplinlerde araştırmacılar tarafından çeşitli bağamlarda incelendiği grlmştir. Z kuşağı, literatürde “vire bilincine sahip, etik değerlere duyarlı” bir kuşak olarak tanımlansa da (Francis ve Hoefel, 2018), araştırmalar, bu duyarlılığın pratik tktim davranışlarına sınırlı lde yansdığını göstermektedir. Özellikle ekonomik belirsizliklerin ve tktim kültürünün baskın etkisinin, gençlerin dini değerleri ile tktim davranışları arasındaki ilişkiyi zayıflattığı söylenbilir. nal'ın (2010) araştırması, dindarlık ya da dini bağlılığın vire koruma tutumları ve vire bilinci üzerinde olumlu bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Nitekim Yemez'in (2022) alışmasında elde edilen bulgulara göre, Dini Bağlılık faktörü, hem vire Bilincini, hem Dışa Dnklğ hem de Yeşil rn Satın Alma Niyetini pozitif ve anlamlı biçimde etkilemektedir. Ayrıca Dışa Dönüklük faktörünün de vire Bilinci ile Yeşil rn Satın Alma Niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Son olarak, vire Bilinci faktörünün de Yeşil rn Satın Alma Niyetini pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediği ortaya konulmuştur.

Altın ve Ok (2023) alışmalarında araştırmaya katılan bireylerin vresel duyarlılık seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca vresel duyarlılığın tüm alt boyutlarında cinsiyet faktörü bakımından anlamlı farklılık gözlenmiş; vresel duyarlılığın erkeklerde kadınlara göre daha düşük olduğu grlmştir. Akgün'n (2023) Munzur niversitesi'nde öğrenim gören 485 öğrenciyle gerçekleştirdiği çalışmada elde edilen bulgular, niversite ğrencilerinin sürdürülebilir tktim davranışları düzeylerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, evli öğrencilerin bekar öğrencilere kıyasla; lisansüstü eğitim gören öğrencilerin ise ön lisans düzeyinde öğrenim görenlere göre vire duyarlılığı ve tasarruf davranışlarında daha yüksek düzeyde farkındalığa sahip oldukları belirlenmiştir.

Gökşan (2023), tıp fakültesinde okuyan öğrencilerle gerçekleştirdiği çalışmasında öğrencilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını, ekolojik ayak izi farkındalıkları ile beraber incelemiştir. Çalışma sonucunda sürdürülebilir tüketim davranışlarının 1., 2., 3. sınıf öğrencilerinde 4., 5., 6. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek seviyede olduğunu ve ekolojik ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bayraktar (2024) çalışmasında İslami dindarlık seviyesi ile çevre dostu ürünlerin tercihi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Buna göre katılımcıların İslami dindarlık düzeyi yükseldikçe çevre dostu ürünlere yönelme eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Kabadayı ve Çapcıoğlu (2024) “Çevre-merkezci, İnsan-merkezci ve Antipatik Tutumlar Ekseninde Sürdürülebilirlik-Din İlişkisinin Ekolojik Yansımaları” başlıklı çalışmalarında dini eğilimlerin çevreye yönelik tutumlar üzerinde önemli ölçüde belirleyici olduğunu göstermişlerdir. Nielsen (2015) çalışmasında Z kuşağında bireylerinin tüketim ile ilgili karar alma süreçlerinde çevresel etkilerin ve üretimin sürdürülebilirliğinin etkili olduğunu belirtmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Z kuşağı, literatürde farklı sınıflandırmalara tabi tutulsa da genel kabul gören yaklaşıma göre 1995-2010 yılları arasında dünyaya gelen bireyleri kapsamaktadır (Seemiller ve Grace, 2016). Z kuşağının en öne çıkan özelliği, dijitalleşme ve küreselleşmenin yoğun etkisi altında doğmuş ve yetişmiş bireylerden oluşmasıdır. “Dijital yerliler” olarak nitelendirilen bu kuşak, sosyal medya platformları, hızlı bilgi akışı ve çevrimiçi iletişim olanakları sayesinde hem daha bireyci/bireysel yönelimler geliştirmekte hem de daha küresel bir perspektife sahip olmaktadır (Prensky, 2001). Zira yaşadığımız kültürün gelecek kuşaklara taşınmasının sorumluluğu Z kuşağı bireylerindedir (Çapcıoğlu, 2022). Z kuşağı, önceki kuşaklara oranla daha güçlü bir çevre bilincine sahip olarak öne çıkmakta; ancak bu bilinç çoğunlukla davranışa dönüşmekten ziyade söylem düzeyinde kalmaktadır (Francis ve Hoefel, 2018). Gençlerin sürdürülebilirlik, etik üretim ve sosyal adalet gibi konulara duyarlılık gösterdikleri; ancak ekonomik engeller, hızlı tüketime dayalı hayat tarzı ve popüler kültürün bireyler üzerinde yarattığı baskılar nedeniyle bu duyarlılığın her zaman somut davranışlara yansımadağı belirtilmektedir. Türkiye bağlamında gerçekleştirilen araştırmalar ise Z kuşağının bir yandan geleneksel aile değerlerini sürdürdüğünü, diğer yandan ise küresel tüketim kültürünün yönlendirmesi ile şekillendiğini ortaya koymaktadır (Özdemir, 2021).

Z kuşağı, tüketim alışkanlıklarında daha bilinçli ve çevreye duyarlı bir yaklaşım sergileme eğilimi göstermektedir. Bu neslin genç bireyleri, teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmaları ve bilgiye hızlı erişim imkânına sahip olmaları sayesinde sürdürülebilirlik konusundaki gelişmeleri yakından izlemekte, aynı zamanda bu kavramı günlük yaşam pratiklerine yansıtma konusunda çaba harcamaktadır. Ayrıca, Z kuşağı bireyleri marka tercihlerinde etik ilkelere ve çevre dostu ürünlere yönelme eğilimindedir. Yüksek çevre bilinci, onları sıfır atık, geri dönüşüm ve benzeri sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye teşvik etmektedir. Bununla birlikte, bu davranışların şekillenmesinde yalnızca çevresel kaygılar değil, aynı zamanda bireylerin dini dünya görüşleri de belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. İslam, sorumluluk bilinci, tevazu ve adalet ilkeleri çerçevesinde sürdürülebilirliği destekleyen öğretilere sahiptir. Özellikle Allah'ın yarattığı doğaya saygı gösterilmesi ve kaynakların israf edilmemesi gerektiğini vurgulayan dini metinler, Z kuşağı gençlerinin ekolojik sorumluluk bilincini güçlendirmektedir. Hristiyanlıkta ise yaratılış inancı ile bağlantılı olarak doğayı koruma ve ona saygı gösterme anlayışı ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda birçok genç, dini inançlarını kişisel değerleriyle bütünleştirerek tüketim alışkanlıklarına yansıtmakta; böylece hem manevi hem de çevresel sorumluluklarını yerine getirme gayreti göstermektedir. Dini öğretiler ve ahlaki değerler, bu süreçte sürdürülebilir tüketim davranışlarını destekleyen ve teşvik eden önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, Z kuşağının sürdürülebilir tüketim tercihleri ile dini dünya görüşleri birbirleriyle örtüşmekte ve gençlerin bilinçli, etik ve çevreye duyarlı tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır.

Z kuşağının öne çıkan özellikleri arasında teknolojiyi hayatın her alanına entegre ederek etkin biçimde kullanmaları, sürdürülebilirlik anlayışına özel bir önem atfetmeleri ve kararlarını çoğu zaman ahlaki değerler doğrultusunda şekillendirme eğilimleri yer almaktadır. Bu kuşak, bilgiye hızlı ve kolay erişim imkânına sahip güçlü bir dijital altyapıyla büyümekte, çevre bilincine ve etik değerlere yüksek düzeyde hassasiyet göstermektedir. Bununla birlikte, dini inançların günlük yaşam pratikleri üzerindeki etkisi de dikkat çekmektedir. Nitekim dini dünya görüşlerinin, gençlerin yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları üzerinde belirleyici rol oynadığı görülmektedir. Z kuşağı bireyleri, sürdürülebilir tüketim davranışlarını benimserken kimi zaman dini değerlerinden ilham almakta ve bu değerler onların çevresel sorumluluk bilincini pekiştirmektedir. Özellikle İslam, Hristiyanlık ve diğer inanç sistemlerinde yer alan doğaya saygı, israftan kaçınma ve adalet gibi ilkelerin, gençlerin etik duyarlılıklarıyla örtüştüğü ve tüketim tercihlerini doğrudan

etkilediği gözlemlenmektedir. Bu durum, dini referansların yalnızca bireysel tüketim kararlarını değil, aynı zamanda toplumsal değerlerin de görünür hâle gelmesine katkı sunduğunu göstermektedir.

Z kuşağı gençlerinin hem dini inançlardan hem de sürdürülebilirlik perspektifinden hareketle daha sorumlu ve bilinçli tüketim alışkanlıkları geliştirdikleri anlaşılmaktadır. Bu eğilim, yalnızca günümüz tüketim dinamiklerini şekillendirmekle kalmayıp, geleceğin toplumsal, ekonomik ve kültürel yapısında da belirleyici bir etkiye sahip olacaktır. Sürdürülebilir tüketim, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için gelecek kuşakların refahını ve doğal kaynakların korunmasını gözetmesi olarak tanımlanmaktadır (United Nations, 1992). Bu çerçevede sürdürülebilir tüketim, yalnızca çevre dostu ürünlerin seçilmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda tasarruf bilincinin geliştirilmesi, kullanılmış eşyaların yeniden kullanılması, geri dönüşüm uygulamalarının toplumca ve bireyler özelinde benimsenmesi ve aşırı tüketimden uzak durulması gibi davranış ve tutumları da içerisinde barındırmaktadır (Jackson, 2005). Gençler üzerinde gerçekleştirilen araştırmalar, sürdürülebilir tüketime yönelik hassasiyetlerin düzenli ve olumlu yönde geliştiğini gösterse de, bu hassasiyetlerin günlük rutine adaptasyonunun çoğu zaman daha sorunlu olduğu anlaşılmaktadır (Hassan, Shiu ve Shaw, 2016). Sürdürülebilir tüketim, ana hedef olarak doğal kaynakların korunmasını, atık sayısının düşürülmesini ve çevreye zarar verme riskinin olabileceğince düşük seviyelere çekilmesini hedeflemektedir. Bu noktada bireylerin, ürün tercihlerini yaparken çevresel etkileri dikkate alması, geri dönüşüm ve yeniden kullanım gibi alışkanlıkları yaşamlarına dahil etmesi büyük önem taşımaktadır. Aynı şekilde ayırım yapmaksızın tüm şirketlerin de üretim hatlarını ve süreçleri çevre dostu hale getirmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapması ve karbon ayak izini azaltıcı adımlar atması sürdürülebilirliğin sağlanması katkı sunmaktadır. Tüm bu bilinçli uygulamalar, yalnızca bugünün çevresini korumakla kalmayıp, gelecek nesillerin de sağlıklı ve yaşanabilir bir çevrede yaşam hakkını güvence altına almak açasından da kritik bir rol oynamaktadır (Altın, 2023).

Sürdürülebilir tüketim kavramı, 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Dünya Zirvesi'nde ilk defa uluslararası politika söylemine girmiştir. Zirvenin ardından geçen on yıllık süreçte, bu alanda farkındalık yaratmak ve somut adımlar atmak amacıyla farklı ölçeklerde çok sayıda kurumsal program ve girişim hayata geçirilmiştir (Jackson ve Michaelis, 2003). Sürdürülebilir tüketim kavramı, sonraki nesillerin ihtiyaçlarını gözeterek doğal kaynakların, toksik atıkların ve çevreye zarar veren maddelerin kullanımını en aza indirmeyi amaçlayan bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu anlayış, bireylerin temel gereksinimlerini karşılamak için aynı zamanda yaşam kalitesini yükselten mal ve hizmetlerin tercih edilmesini esas alır. (Reisch, 1998, aktaran: Hayta, 2009). Revuelta (2017), sürdürülebilir tüketimi "gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan, mal ve hizmetlerin yaşam döngüsü boyunca kullanımını sağlama amacı" olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanıma göre ise sürdürülebilir tüketim, temel insan ihtiyaçlarını karşılayan ve yaşam kalitesini artıran; ancak aynı zamanda gelecek kuşakların yararlanabileceği şekilde kaynak kullanımını en aza indiren mal ve hizmetlerin tercih edilmesi şeklinde açıklanmaktadır (Raven, Berg ve Hassenzuhl, 2012, s. 513). Lee vd. (2015) "çevre dostu tüketim" nitelemesiyle sürdürülebilir tüketim kavramını farklı bir şekilde ifade etmişlerdir.

1994 Oslo Sempozyumu'nda sürdürülebilir tüketim, malların ve hizmetlerin yaşam döngüsü boyunca doğal kaynakların, zararlı maddelerin, atıkların ve kirletici emisyonların kullanımını en aza indirirken, mevcut kuşağın temel ihtiyaçlarını karşılayan ve yaşam kalitesini artıran; aynı zamanda gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama kapasitesini tehlikeye atmayan bir tüketim biçimi olarak tanımlanmıştır (Haider vd., 2022, s. 1). Bu tanım oldukça kapsamlıdır. Zira bu, birçok farklı alan için birden fazla anlam taşımaktadır. Tanım, hem üretim birimlerinin hem de bireysel düzeyde tüketicilerin faaliyetlerine atıfta bulunmakta; aynı zamanda çevrenin korunması ile kaynakların verimli kullanımı arasında dengeli bir yaklaşım sunmaktadır. Nihayet sürdürülebilir tüketim anlayışı, bugünkü tüketicilerin yaşam kalitesi ile gelecek kuşakların yaşam kalitesi arasında adil bir denge kurma arayışına dayanmaktadır (Alma Savaş, 2022, s. 84).

Üretimle bağıntılı olarak tüketim oranlarının yüksek düzeyde artması, sürdürülebilirlik kavramını da toplumların gündemine taşımaktadır. Küreselleşme süreci boyunca, dünyanın her yerinde ve hemen her alanda sürdürülebilirlik kavramı oldukça popüler anlamlar taşımaktadır. Sürdürülebilirlik; çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları kapsayan çok yönlü bir kavramdır. Sürdürülebilirlik 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından, "insanların mevcut ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamaya yetecek kaynakların miktarını ve niteliğini tehlikeye atmadan karşılayabilmesi ve tatmin edebilmesi" şeklinde tanımlanmıştır. Bu çerçevede, sürdürülebilir tüketimin sağlanabilmesi ve kaynakların etkin bir şekilde kullanılabilmesi için tüketici davranışlarını şekillendiren faktörlerin anlaşılması kritik önem taşımaktadır. Böylelikle, mevcut tüketim alışkanlıklarının daha sorumlu ve çevre dostu bir yöne evrilmesi mümkün olacaktır. Doğal kaynakların üretim sürecine dâhil edilip işlenerek tüketime sunulması, tüketim sonrasında ortaya çıkan atıkların çevreye ve yeniden üretimde kullanılacak kaynaklara zarar vermesinin engellenmesi,

hatta bu atıkların yeniden üretim döngüsüne kazandırılarak tekrar tüketime sunulması, tüketimin sürdürülebilirliğini sağlamanın en temel yollarından biri olarak öne çıkmaktadır (Lebel, 2005; Tekelli, 2001).

Sürdürülebilirlik anlayışını derinden etkileyen unsurlardan biri de dindir. Zira o, bireylerin değer yargılarını, kimlik algılarını ve günlük yaşam pratiklerini biçimlendiren en önemli toplumsal kurumların başında gelmektedir. Dindarlık ise, bireyin inanç, ibadet ve ahlaki değerler çerçevesinde dini yaşantısını ne ölçüde benimsediğini ve uyguladığını ifade eder (Glock ve Stark, 1965). Bu çerçevede dini dünya görüşü, bireyin yaşamı anlamlandırma biçimini, değer yargılarını ve toplumsal olaylara yaklaşımını şekillendiren kapsamlı ve bütüncül bir perspektif olarak tanımlanabilir. Literatürde dindarlığın tüketim davranışları üzerindeki etkisi farklı yönleriyle incelenmiştir. Essoo ve Dibb (2004), dindarlığın tüketicilerin satın alma kararlarında belirleyici olduğunu, özellikle helal ürünler, etik tüketim ve kanaatkârlık eğilimlerini artırdığını ortaya koymuştur. Mokhlis (2009) de benzer şekilde dindarlığın tüketim tercihlerinde önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte sürdürülebilir tüketim, yalnızca dini motivasyonlardan değil aynı zamanda çevresel farkındalık, sosyal sorumluluk ve ekonomik faktörlerden etkilenmektedir (Kalamas, Cleveland ve Laroche, 2014).

Z kuşağı, aynı anda hem dini değerlerden hem de küresel kültürel dinamiklerden etkilenerek yetişen bir nesil olarak tanımlanabilir. Bu kuşağın dini dünya görüşleri, bireysel değerlerinin ve kimlik algılarının oluşumunda önemli bir rol oynamakta; ancak yapılan bazı araştırmalar, söz konusu etkinin tüketim pratiklerine aynı ölçüde yansımadağını göstermektedir. White'ın (1967) çevre ve din arasındaki ilişkiye dair klasik tezine göre dini inançlar çevresel davranışların yönlendirilmesinde önemli bir role sahiptir. Ancak günümüzde yapılan bazı araştırmalar, genç kuşaklarda dini değerlerin çevre dostu davranışlara doğrudan yansımadağını göstermektedir (Koehrsen, 2015). Din, bireylerin ve toplumların yaşamına anlam kazandıran, ahlaki gelişimi destekleyen ve Tanrı-insan ilişkisine dair çeşitli inanç ve değer sistemlerini kapsayan temel bir olgudur. Dindarlık, bireylerin inanç, ibadet ve ahlak boyutlarında ortaya koyduğu dini yaşantısının somut ve gözlemlenebilir yönünü ifade ederken; dini dünya görüşü, bireylerin yaşamı anlamlandırma biçimlerini, değer sistemlerini ve dünyaya bakış açılarını şekillendiren daha geniş kapsamlı bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Glock ve Stark, 1965). Burada din ve dindarlık tanımlarının temel eksenlerinin birbirinden görece farklılık gösterdiği söylenebilir.

Yöntem

Bu çalışma, nicel araştırma yöntemleri kapsamında yer alan ilişkisel tarama modeliyle yürütülmüştür. İlişkisel tarama, değişkenler arasındaki ilişki düzeyini belirlemek ve aralarındaki olası bağlantıları ortaya çıkarmak amacıyla kullanılan bir araştırma yaklaşımıdır. Bu model, değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak, bir değişkenin diğerine etkisini veya bu değişkenler arasındaki korelasyonu belirlemeyi hedefler (Karasar, 2023). Bu özelliğiyle ilişkisel tarama çalışmamızda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin tespiti ve analizi için uygun bir modeldir.

Etik kurul izni ve/veya yasal/özel izin alınması gerekli olan bu çalışmada araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur. Katılımcılara gerçekleştirilen anket çalışması için Ankara Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'ndan etik kurul izni alınmıştır. Bu çalışmada veriler birincil kaynaklı olarak kullanılmıştır. Araştırma için kullanılan veriler katılımcılardan yüzyüze ve google.docs sitesi üzerinden çevrimiçi olarak uygulanan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Anket çalışmasına başlanmadan önce 30 kişiye pilot uygulama yapılarak çevrimiçi anket uygulamasının anlaşılır olup olmadığı belirlenmiştir. Pilot uygulamadan elde edilen geribildirimler dikkate alınarak gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Evren-Örneklem

Araştırmanın evreni, 1997-2006 yılları arasında doğan ve 2024-2025 yıllarında Ankara ilinde ikamet eden bireylerden oluşmaktadır. Araştırma örneklemini ise 1997-2006 yıllarında doğan ve 2024 yılında Ankara ilinde ikamet eden 385 katılımcıdan oluşmaktadır. Örneklem seçimi kolayda örnekleme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formunun yanı sıra iki farklı ölçek kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Bu form ile katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir durumu, konut durumu, dini eğitim alıp almama durumu, çalışma durumu ve dindarlık düzeyi verilerine erişilmiştir.

Dini Dünya Görüşleri Ölçeği: Z Kuşaağının dini dünya görüşlerini tespit etmek amacıyla Goplen ve Plant (2015) tarafından geliştirilen “Dini Dünya Görüşleri Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçeğin, ülkemizdeki geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Kuşat ve Bulut (2016) tarafından yapılmıştır. Ölçek “hiç katılmıyorum” ifadesinden “tamamen katılıyorum” ifadesine kadar uzanan ve likert tipi 5 seçenek içeren 19 sorudan oluşmaktadır.

Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Ölçeği: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmek içinse Doğan, Bulut, Kökalan ve ımrın (2015) tarafından geliştirilen “Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek de “hiç katılmıyorum” ifadesinden “tamamen katılıyorum” ifadesine kadar uzanan ve likert tipi 5 seçenek içeren 17 sorudan oluşmaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı Z kuşaağının demografik özelliklerini belirlemek, sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşlerinin demografik faktörlere göre değişimini incelemek, dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçlar doğrultusunda araştırmada sınanacak olan hipotezler ise řu şekildedir:

H1: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H3: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H4: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H5: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları konut türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H6: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları kendisini bir dine ait hissetme durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H7: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları dindarlık durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H8: Z kuşaağının sürdürülebilir tüketim davranışları çalışma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H9: Z kuşaağının dini dünya görüşleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H10: Z kuşaağının dini dünya görüşleri yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H11: Z kuşaağının dini dünya görüşleri eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H12: Z kuşaağının dini dünya görüşleri gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H13: Z kuşaağının dini dünya görüşleri konut türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H14: Z kuşaağının dini dünya görüşleri kendisini bir dine ait hissetme durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H15: Z kuşaağının dini dünya görüşleri dindarlık durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H16: Z kuşaağının dini dünya görüşleri çalışma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H17: Z kuşağının dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Verilerin Analizi

Anket yoluyla toplanan verilerin analizi için SPSS 29.0.1 programı üzerinden yapılan çalışma ile aritmetik ortalama, standart sapma, frekans ve yüzde bilgilerine ulaşılmıştır. Analizler sonucunda tüm veriler normal dağılım gösterdiğinden ölçekler parametrik testler olan bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA testi kullanılarak analiz edilmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson çift yönlü korelasyon analizi tekniğinden faydalanılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde frekans analizi, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi, korelasyon analizi ile elde edilen bulgulara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Dini Dünya Görüşleri ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışları ölçeklerinin güvenilirliklerinin tespitinde Cronbach's Alfa içsel tutarlılık değerlerine bakılmıştır. Buna göre Cronbach's Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değerler almaktadır ve bu değer aralıkları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir (Akgül ve Cevik, 2005):

$0,01 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir;

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliği yüksektir.

Araştırmada kullanılan ölçeklere ait güvenilirlik analizi değerleri aşağıdaki Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenilirliklerine Ait Bulgular

Ölçek Adı	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha	Güvenilirlik Düzeyi
Dini Dünya Görüşleri	19	,937	Çok Yüksek Güvenilirlik
Sürdürülebilir Tüketim	17	,848	Yüksek Güvenilirlik

Tablo 1 incelendiğinde hem dini dünya görüşleri ölçeğinin hem de sürdürülebilir tüketim davranışları ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Dini Dünya Görüşleri ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışları ölçeklerindeki ifadelerle ilişkin cevapların ortalamalarının normal dağılıma uygunluğunun tespitinde ise Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerine bakılmış ve sonuçlar Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin Normal Dağılıma Uygunluk Testleri

Değişken Adı	Skewness	Kurtosis	Normal Dağılıma Uygunluk
Sürdürülebilir Tüketim Davranışları	-0.207	-0.104	Uygun
Dini Dünya Görüşleri	-1.165	-0.645	Uygun

Tablo 2 incelendiğinde ölçeklerin normal dağılıma uygun olduğu ve ilgili değişkenler için parametrik testlerin uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir. 385 kişiden alınan verilere göre katılımcıların demografik bilgileri frekans ve yüzde değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	N	%
Doğum yılımız	1997-2000	27,8
	2001-2004	20,5
	2005-2008	51,7
	2009-2012	0
	Total	385
Cinsiyet	Kadın	50,1
	Erkek	49,9
	Total	385

Tablo 3. Devamı

		N	%
<i>Çalışma durumu</i>	Çalışmıyorum	256	66,5
	Yarı zamanlı çalışıyorum	42	10,9
	Tam zamanlı çalışıyorum	87	22,6
	Total	385	100,0
<i>Eğitim düzeyi</i>	İlköğretim	5	1,3
	Ortaöğretim	155	40,3
	Ön lisans	60	15,6
	Lisans	148	38,4
	Lisansüstü	17	4,4
	Total	385	100,0
<i>Yaşadığınız ev</i>	Kira	120	31,2
	Aile bireyelerine ait	265	68,8
	Total	385	100,0
<i>Bir dine ait olma durumu</i>	Hayır	83	21,6
	Evet	302	78,4
	Total	385	100,0
<i>Dindarlık seviyesi</i>	Dindar değil	131	34,0
	Biraz dindar	146	37,9
	Dindar	93	24,2
	Çok dindar	15	3,9
	Total	385	100,0
<i>Gelir</i>	20.000 TL Altı	49	12,7
	20.001 - 40.000	105	27,3
	40.001 - 80.000	137	35,6
	80.001 ve üzeri	94	24,4
	Total	385	100,0

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların kadın ve erkek katılımcı sayısının neredeyse eşit olduğu, çoğunluğu çalışmayan ve aile bireyelerine ait evlerde oturan ve kendisini bir dine ait hisseden kişilerden oluştuğu; aylık hane halkı gelirlerinin ise çoğunlukla 40.000 ile 80.000 TL arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışları ve dini dünya görüşlerinin cinsiyete, konut tipine, kendilerini bir dine ait hissetme durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları ise Tablo'4'te görülmektedir.

Tablo 4. Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

<i>Bir Dine Ait Hissetme Durumu</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>																																																																								
<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Hayır	83	3.16	0.73	0.736	383	.462																																																																								
	Evet	302	3.16	0.71				<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Hayır	83	1.64	0.49	-22.554	180.458	.000	Evet	302	3.16	0.69	<i>Cinsiyet</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kadın	193	3.16	0.74	0.685	383	.494	Erkek	192	3.09	0.72	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kadın	193	2.90	0.89	1.420	383	.156	Erkek	192	2.77	0.91	<i>Konut Tipi</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kira	120	3.10	0.69	-1.186	383	.852	Aile bireyelerine ait	265	3.11	0.69	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009
<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Hayır	83	1.64	0.49	-22.554	180.458	.000																																																																								
	Evet	302	3.16	0.69				<i>Cinsiyet</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kadın	193	3.16	0.74	0.685	383	.494	Erkek	192	3.09	0.72	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kadın	193	2.90	0.89	1.420	383	.156	Erkek	192	2.77	0.91	<i>Konut Tipi</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kira	120	3.10	0.69	-1.186	383	.852	Aile bireyelerine ait	265	3.11	0.69	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009	Aile bireyelerine ait	265	2.92	0.88								
<i>Cinsiyet</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>																																																																								
<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kadın	193	3.16	0.74	0.685	383	.494																																																																								
	Erkek	192	3.09	0.72				<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kadın	193	2.90	0.89	1.420	383	.156	Erkek	192	2.77	0.91	<i>Konut Tipi</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kira	120	3.10	0.69	-1.186	383	.852	Aile bireyelerine ait	265	3.11	0.69	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009	Aile bireyelerine ait	265	2.92	0.88																												
<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kadın	193	2.90	0.89	1.420	383	.156																																																																								
	Erkek	192	2.77	0.91				<i>Konut Tipi</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kira	120	3.10	0.69	-1.186	383	.852	Aile bireyelerine ait	265	3.11	0.69	<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009	Aile bireyelerine ait	265	2.92	0.88																																								
<i>Konut Tipi</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>																																																																								
<i>Sürdürülebilir Tüketim</i>	Kira	120	3.10	0.69	-1.186	383	.852																																																																								
	Aile bireyelerine ait	265	3.11	0.69				<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009	Aile bireyelerine ait	265	2.92	0.88																																																												
<i>Dini Dünya Görüşleri</i>	Kira	120	2.66	0.93	-2.637	383	.009																																																																								
	Aile bireyelerine ait	265	2.92	0.88																																																																											

Tablo 4'e göre sürdürülebilir tüketim davranışlarında bir dine ait olma durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > .05$). Ancak dini dünya görüşleri ölçeği genelinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($t(-22.554) = 180.458$; $p < .001$). Buna göre bir dine ait olduğunu belirten bireylerin ortalama puanı ($X = 3.16$), ait olmadığını belirtenlere göre ($X = 1.64$) belirgin şekilde daha yüksektir. Bu bulgular, bireylerin dini aidiyetlerinin dünya görüşlerine anlamlı düzeyde yansıdığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H6 hipotezi kabul edilmemiş ancak H14 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4'e göre sürdürülebilir tüketim ölçeği puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t(383)=0.685$; $p>.05$). Dini dünya görüşleri ölçeğinin genelinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t(383)=1.420$; $p>.05$). Bu sonuçlara göre H1 ve H9 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Tablo 4'e göre sürdürülebilir tüketim ölçeği ev türüne göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p>.05$). Ancak dini dünya görüşleri ölçeğinde anlamlı bir fark gözlenmiştir ($t(383)=-2.637$; $p<.05$); ailesine ait evde yaşayan katılımcıların ($\bar{X}=2.92$), kirada yaşayanlara göre ($\bar{X}=2.66$) dini dünya görüşü puanları daha yüksektir. Bu durum, bireyin yaşadığı konut türünün dini dünya görüşü üzerindeki etkisine işaret etmektedir. Bu sonuçlara göre H5 hipotezi kabul edilmemiş, H13 hipotezi ise kabul edilmiştir.

Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin doğum yıllarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin Doğum Yıllarına Göre Farklılık Analizi

Değişken	Doğum Yılı	N	\bar{X}	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
Sürdürülebilir Tüketim	1997–2000	107	3,23	,67	Grup Arası	3,679	2	1,840	3,533	,030	1997-2000
	2001–2004	79	2,94	,74	Grup İçi	198,921	382	,521			
	2005–2008	199	3,12	,74	Toplam	202,600	384				
Dini Dünya Görüşleri	1997–2000	107	2,86	,92	Grup Arası	,499	2	,249	,305	,737	Yok
	2001–2004	79	2,76	,98	Grup İçi	312,033	382	,817			
	2005–2008	199	2,85	,86	Toplam	312,531	384				

Tablo 5 incelendiğinde, bireylerin sürdürülebilir tüketim yönelik tutumlarının doğum yılına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($F=3.533$; $p<.05$). LSD testi sonuçlarına göre, 1997-2000 yılları arasında doğan bireylerin sürdürülebilir tüketim yönelik ortalama tutum düzeyleri ($\bar{X}=3.23$), 2001-2004 yılları arasında doğan gruba ($\bar{X}=2.94$) kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. 2005-2008 yılları arasında doğan gruptaki bireylerin ortalama puanı ise ($\bar{X}=3.12$) olup, bu grup ile diğer gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu bulgular, doğum yılı daha erken olan bireylerin sürdürülebilir tüketim yönelik daha olumlu tutumlara sahip olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, Dini Dünya Görüşleri ölçeği açısından gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F=0.305$; $p>.05$). Bu sonuçlara göre H2 hipotezi kabul edilmiş H10 hipotezi kabul edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşlerinin eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 6 da gösterilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılık Analizi

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
Sürdürülebilir Tüketim	İlköğretim	5	2,93	1,23	Gruplar Arası	1,847	4	,462	,874	,656	Yok
	Ortaöğretim	155	3,14	,72	Grup İçi	200,753	380	,528			
	Ön Lisans	60	3,09	,73	Toplam	202,600	384				
	Lisans	148	3,07	,70							
	Lisans ve Üzeri	17	3,39	,85							

Tablo 6. Devamı

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
Dini Dünya Görüşleri	İlköğretim	5	2,86	1,29	Gruplar Arası	1,156	4	,289	,353	,842	Yok
	Ortaöğretim	155	2,83	,85	Grup İçi	311,376	380	,819			
	Ön Lisans	60	2,89	,90	Toplam	312,531	384				
	Lisans	148	2,79	,98							
	Lisans ve Üzeri	17	3,02	,62							

Tablo 6 incelendiğinde, bireylerin sürdürülebilir tüketime yönelik tutumları ve dini dünya görüşleri açısından eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermedikleri görülmektedir ($F < 1$, $p > .05$). Ancak grupların aritmetik ortalamaları incelendiğinde, sürdürülebilir tüketime yönelik tutumlar bakımından en yüksek ortalamanın lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip bireylerde ($\bar{X} = 3,39$) olduğu, bunu ortaöğretim mezunlarının ($\bar{X} = 3,14$) izlediği görülmektedir. En düşük ortalama ise ilköğretim grubuna aittir ($\bar{X} = 2,93$). Dini dünya görüşleri açısından ise en yüksek ortalamanın yine lisans ve üzeri eğitim grubunda ($\bar{X} = 3,02$), en düşük ortalamanın ise ilköğretim düzeyinde olduğu ($\bar{X} = 2,86$) görülmektedir. Bu sonuçlar, anlamlılık düzeyine ulaşmasa da ($p > .05$), eğitim düzeyi arttıkça hem sürdürülebilir tüketime hem de dini dünya görüşlerine yönelik tutumların bir miktar arttığını ortaya koymaktadır. Ancak varyansların homojenliği testi sonucunda dini dünya görüşleri değişkeninde anlamlı fark gözlemlendiği için Welch testi uygulanmış ve yine anlamlı bir farklılık elde edilememiştir ($F_{Welch} = ,500$; $p = ,736$). Dolayısıyla hem sürdürülebilir tüketim davranışları hem de dini dünya görüşleri açısından katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu sonuçlara göre H3 ve H11 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşlerinin çalışma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 7 de gösterilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin Çalışma Durumlarına Göre Farklılık Analizi

Değişken	Çalışma Durumu	N	\bar{X}	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlılık
Sürdürülebilir Tüketim	Çalışmıyorum	256	3,0819	,70849	Gruplar Arası	,820	2	,410	,776	,461	Yok
	Yarı Zamanlı Çalışıyorum	42	3,1133	,74250	Grup içi	201,780	382	,528			
	Tam Zamanlı Çalışıyorum	87	3,1942	,77141	Toplam	202,600	384				
Dini Dünya Görüşleri	Çalışmıyorum	256	2,8460	,87401	Gruplar Arası	3,931	2	1,965	2,433	,089	Yok
	Yarı Zamanlı Çalışıyorum	42	2,5633	,92669	Grup içi	308,601	382	,808			
	Tam Zamanlı Çalışıyorum	87	2,9308	,95601	Toplam	312,531	384				

Tablo 7 incelendiğinde Sürdürülebilir Tüketim ölçeğinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($F = ,776$; $p = ,461$). Ortalama puanlara göre en yüksek sürdürülebilir tüketim davranışı, tam zamanlı çalışanlarda görülmüştür ($\bar{X} = 3,19$). Onları yarı zamanlı çalışanlar ($\bar{X} = 3,11$) ve çalışmayan bireyler ($\bar{X} = 3,08$) takip etmektedir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir. Dini Dünya Görüşleri ölçeğinde de gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemektedir ($F = 2,433$; $p = ,089$). Ortalama değerler incelendiğinde, tam zamanlı çalışan bireylerin dini dünya görüşü puanı daha yüksektir ($\bar{X} = 2,93$). Bu grubu çalışmayan bireyler ($\bar{X} = 2,85$) ve yarı zamanlı çalışanlar ($\bar{X} = 2,56$) takip etmektedir. Sonuç olarak, çalışma durumu değişkenine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamakla birlikte, ortalamalar, tam zamanlı çalışan bireylerin hem sürdürülebilir tüketim hem de dini dünya görüşleri açısından diğer gruplara göre daha yüksek puanlara sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre H8 ve H16 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşlerinin dindarlık durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 8 de gösterilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin Dindarlık Durumlarına Göre Farklılık Analizi

Değişken	Dindarlık Seviyesi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Sürdürülebilir Tüketim	Dindar değil	131	3.11	0.75	Gruplar Arası	6.162	3	2.054	3.984	.011	Biraz dindar-dindar
	Biraz dindar	146	2.99	0.66	Grup İçi	196.438	381	0.516			
	Dindar	93	3.32	0.73	Toplam	202.600	384				
	Çok dindar	15	3.06	0.93							
Dini Dünya Görüşleri	Dindar değil	131	2.04	0.74	Gruplar Arası	149.370	3	49.790	116.265	.000	dindar değil-biraz dindar; dindar değil-dindar; dindar değil-çok dindar; dindar-çok dindar; biraz dindar-çok dindar
	Biraz dindar	146	2.98	0.61	Grup İçi	163.161	381	0.428			
	Dindar	93	3.57	0.59	Toplam	312.531	384				
	Çok dindar	15	3.76	0.71							

Tablo 8 incelendiğinde, bireylerin dindarlık seviyelerine göre sürdürülebilir tüketime yönelik tutumları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F = 3.984$; $p < .01$). Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre, “biraz dindar” bireylerin ortalaması ($X=2.99$) “dindar” bireylerin ortalamasından ($X=3.32$) anlamlı şekilde daha düşüktür. Anlamlı fark sadece biraz dindar-dindar grubu arasında tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde, bireylerin dindarlık seviyelerine göre dini dünya görüşleri anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F = 116.265$; $p < .001$). Games-Howell çoklu karşılaştırma testine göre, “dindar değil” olanların puan ortalaması ($X=2.04$) “biraz dindar” ($X=2.98$), “dindar” ($X=3.57$) ve “çok dindar” ($X=3.76$) bireylere kıyasla anlamlı şekilde daha düşüktür. Ayrıca, “biraz dindar” bireylerin puanları “dindar” ve “çok dindar” bireylerden, “dindar” bireylerinki de “çok dindar” bireylerden anlamlı düzeyde farklıdır (*dindar değil-biraz dindar; dindar değil-dindar; dindar değil-çok dindar; dindar-çok dindar; biraz dindar-çok dindar*). Bu sonuçlara göre H7 ve H15 hipotezleri kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşlerinin dindarlık durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 9 da gösterilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Davranışları İle Dini Dünya Görüşlerinin Gelir Düzeylerine Göre Farklılık Analizi

Değişken	Gelir Düzeyi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Sürdürülebilir Tüketim	20.000 TL altı	49	3.07	0.69	Gruplar arası	3.629	3	1.210	2.316	.075	Yok
	20001-40000	105	3.15	0.64	Hata	198.971	381	0.522			
	40001-80000	137	3.19	0.75	Toplam	202.600	384				
	80001 TL üstü	94	2.96	0.78							

Tablo 9. Devamı

Değişken	Gelir Düzeyi	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Dini Dünya Görüşleri	20.000 TL altı	49	2.86	0.93	Gruplar arası	0.581	3	0.194	0.236	.871	Yok
	20001-40000	105	2.85	0.86	Hata	311.951	381	0.819			
	40001-80000	137	2.86	0.94	Toplam	312.531	384				
	80001 TL üstü	94	2.77	0.90							

Tablo 9 incelendiğinde, bireylerin sürdürülebilir tüketime ilişkin görüşlerinin gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($F = 2.316; p > .05$). Bireylerin sürdürülebilir tüketime ilişkin puan ortalamaları gelir düzeyine göre incelendiğinde; 40.001-80000 TL arası gelir grubu ($X=3.19$) en yüksek ortalamaya sahipken, 80.001 TL ve üstü gelir grubu ($X=2.96$) en düşük ortalamayı göstermektedir. Diğer grupların ortalamaları ise 20.000 TL altı gelir grubu için ($X=3.07$) ve 20.001-40.000 arası gelir grubu için ($X=3.15$) olarak belirlenmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Benzer şekilde, bireylerin dini dünya görüşlerine ilişkin değerlendirmeleri de gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F = 0.236; p > .05$). Ortalama değerlere bakıldığında; en yüksek ortalamanın 40.001-80.000 TL arası gelir grubuna ($X=2.86$), en düşük ortalamasının ise 80.001 TL üstü gelir grubuna ($X=2.77$) ait olduğu görülmektedir. 20.000 TL altı gelir grubunun ortalaması ($X=2.86$) ve 20.001-40.000 arası gelir grubunun ortalaması ise ($X=2.85$) olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular, dini dünya görüşlerine ilişkin algıların gelir düzeyinden bağımsız olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre H4 ve H12 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilir tüketim davranışları ile dini dünya görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığına dair oluşturulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 10 da gösterilmiştir.

Tablo 10. Korelasyon Analizi Testi Sonuçları

	Sürdürülebilir Tüketim
Dini Dünya Görüşleri	
Pearson r	,075
p	,140
n	385

Tablo 10 incelendiğinde, yapılan Pearson korelasyon analizi, dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını ortaya koymuştur ($r=,075; p=,140$). Elde edilen bu bulgu, bireylerin genel dini dünya görüşlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarını doğrudan etkilemediğine işaret etmektedir. Bu sonuçlara göre H17 hipotezi kabul edilmemiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, Z kuşağı bireylerinin dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketime yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya Ankara’da yaşayan 385 Z kuşağına mensup genç katılmıştır. Araştırmada ilk olarak dini aidiyet ile dini dünya görüşleri arasındaki ilişki incelenmiş, dine bağlı olduğunu ifade eden bireylerin anlamlı biçimde daha yüksek puanlar aldığı görülmüştür. Bu bulgu, dini kimliğin bireylerin değer sistemlerini şekillendirmede temel bir unsur olduğunu doğrulamaktadır. Ancak aynı gruplar arasında sürdürülebilir tüketim davranışları açısından anlamlı bir fark bulunmaması, dini aidiyetin tüketim pratiklerine doğrudan yön vermediğini göstermektedir.

Araştırmada aileye ait evde yaşayan katılımcıların, kirada yaşayanlara kıyasla daha yüksek dini dünya görüşü puanına sahip olması, Z kuşağında yaşam koşullarının dini algılar üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, ekonomik güvence, aile ile ortak yaşam ve aidiyet duygusunun dini değerlerin sürdürülmesinde rol oynadığını düşündürmektedir. Buna karşılık kirada yaşayan bireylerin daha düşük puanlara sahip olması, bireyselleşme ve sekülerleşmeye daha açık yaşam biçimleriyle ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla, Z kuşağını homojen bir sekülerleşme eğilimi üzerinden okumak yerine, sosyoekonomik koşulların farklı dini eğilimleri şekillendirdiği vurgulanmalıdır.” Kirada yaşamak onların hayatında daha çok bireyselleşme, mobilite, özgürlük arayışı ve seküler yaşam tarzı ile bağlantılı görünebilir. Buna karşılık, ailesine

ait evde yaşayan Z kuşağı bireyler hem ailesel kontrol hem de kuşaklar arası değer aktarımı nedeniyle daha yüksek dini dünya görüşü puanlarına sahip olabilir.

Katılımcıların dindarlık düzeylerinin incelenmesi sonucunda dindarlık arttıkça dini dünya görüşü puanlarının belirgin şekilde arttığı, sürdürülebilir tüketim davranışlarının ise yalnızca “biraz dindar” ve “dindar” grupları arasında farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar dini dünya görüşlerinin dindarlıktan doğrudan etkilendiği ancak dindarlığın sürdürülebilir tüketim davranışları üzerinde tek başına belirleyici olmadığını ortaya koymaktadır. Araştırmada Z kuşağı bireyleri doğum tarihlerine göre gruplara ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarında sürdürülebilir tüketim davranışlarında doğum yıllarına göre farklılıklar gözlenmiştir. Z kuşağının en yaşlı üyelerinin (1997–2000 doğumlular), daha genç gruplarla karşılaştırıldığında sürdürülebilir tüketime daha olumlu yaklaştıkları görülmektedir. Bu durum, Z kuşağının kendi içinde homojen bir yapıda olmadığını; bireylerin yaşları ilerledikçe ekonomik farkındalık, sosyal sorumluluk ve çevresel duyarlılıklarının artabileceğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları incelendiğinde sürdürülebilir tüketim davranışlarının aylık hane halkı geliri, eğitim düzeyi, cinsiyet, konut durumu ve çalışma durumu değişkenlerine göre değişmediği anlaşılmaktadır. Bu sonuç, sürdürülebilir tüketim davranışlarının toplumsal statüden çok bireysel değerler ve yaşam tarzı tercihlerinden etkilendiğini düşündürmektedir. Dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketim arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için yapılan korelasyon analizinde her iki değişken arasında bir ilişki olmadığı ortaya konulmuştur. Bu bulgu, bireylerin dini değerlerinin dünya görüşlerini şekillendirse de tüketim alışkanlıklarını doğrudan yönlendirmediğini göstermektedir. Bu araştırma, Z kuşağında dini değerlerin bireysel dünya görüşünü şekillendirmede güçlü bir rol oynadığını, ancak sürdürülebilir tüketim davranışlarının daha çok toplumsal dinamikler ve ekonomik koşullar tarafından belirlendiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular, Türkiye’de gençlerin dini değerleri kimlik inşasında önemli bir faktör olarak benimsediklerini ancak tüketim tercihlerinde çevresel duyarlılık, sosyal etkileşimler ve ekonomik gerçeklikleri daha etkili gördüklerini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçları, mevcut literatürdeki bazı bulgularla örtüşürken bazı yönlerden farklılıklar göstermektedir. Essoo ve Dibb (2004) ile Mokhlis (2009), dindarlığın tüketim alışkanlıklarını, özellikle helal ürün tercihi ve tüketimden kaçınma davranışlarını etkilediğini ortaya koymuştur. Ancak bu çalışmada, dindarlığın sürdürülebilir tüketim üzerinde belirleyici bir rol oynamadığı görülmüştür. Bu durum, Türkiye’de Z kuşağının dini değerlerini kişisel kimlik ve dünya görüşü alanında daha çok önemserken, tüketim davranışlarını ekonomik koşullar, sosyal medya trendleri ve çevresel duyarlılık gibi faktörlere göre şekillendirdiğini düşündürmektedir. White’ın (1967) çevre ve din ilişkisini açıklayan çalışmasında, dini inançların çevresel sorunlara yaklaşımı belirlediği vurgulanmıştı. Ancak bu araştırma, Z kuşağı özelinde dini değerlerin çevresel davranışlara doğrudan yansımadığını ortaya koyarak farklı bir tablo çizmektedir. Kalamas, Cleveland ve Laroche’nin (2014) çalışmalarında, kültürel ve dini değerlerin tüketim tercihlerinde kısmi bir etkisi olduğu görülmüş; ancak ekonomik ve sosyal faktörlerin daha baskın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmanın bulguları da benzer şekilde, dini dünya görüşü ile sürdürülebilir tüketim arasında güçlü bir bağ olmadığını göstermektedir. Z kuşağı, literatürde “çevre bilincine sahip, etik değerlere duyarlı” bir kuşak olarak tanımlansa da (Francis ve Hoefel, 2018), araştırmanın bulguları, bu duyarlılığın pratik tüketim davranışlarına sınırlı ölçüde yansımadığını göstermektedir. Özellikle ekonomik belirsizliklerin ve tüketim kültürünün baskın etkisinin, gençlerin dini değerleri ile tüketim davranışları arasındaki ilişkiyi zayıflattığı söylenebilir.

Bu sonuçlar, politika yapıcılar, eğitimciler ve sivil toplum kuruluşları için önemli ipuçları sunmaktadır. Sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının yaygınlaştırılmasında yalnızca dini ya da kültürel referanslara dayalı yaklaşımlar yeterli olmayacaktır. Bunun yanında, çevre bilincini güçlendiren, ekonomik sürdürülebilirliği destekleyen ve gençlerin yaşam tarzı pratiklerine uyum sağlayan politikaların da geliştirilmesi gerekmektedir. Araştırma bulguları, din sosyolojisi ve tüketim sosyolojisi açısından da önemli veriler barındırmaktadır. Z kuşağı, modernleşme ve bireyselleşmenin etkisiyle dini değerleri kimlik boyutunda içselleştirmekte; ancak tüketim kararlarını dini referanslardan çok sosyal, ekonomik ve kültürel faktörlere dayandırmaktadır. Z kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışlarını dönüştürmek için çevre bilincini artıran eğitim programları, sosyal medya üzerinden yürütülecek kampanyalar ve ekonomik teşvikler gerekmektedir.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı şehirlerde ve kültürlerde benzer araştırmaların yapılması, nitel araştırma yöntemleriyle Z kuşağının sürdürülebilir tüketim davranışları ve dini dünya görüşleri arasındaki bağın ayrıntılı incelenebileceği, sosyal medya etkisinin araştırmaya dahil edilebileceği, ayrıca Z kuşağının farklı grupları arasında da ayrıntılı analiz yapılabileceği düşünülmektedir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçlar

hem din sosyolojisi hem de tüketime sosyolojisi açısından önemlidir. Z kuşakı, toplumsal değerlerin dönüşümünü en güçlü şekilde yansıtan kuşaktır. Onların dindarlık düzeyleri, dini aidiyetleri ve tüketim pratikleri arasındaki ilişkilerin zayıf çıkması, modernleşme, bireyselleşme ve küresel tüketim kültürünün etkilerinin giderek güçlendiğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak bu araştırma, gençlerin dini dünya görüşleri ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasında güçlü ve doğrudan bir ilişki bulunmadığını göstermektedir. Ancak elde edilen bulgular, dindarlığın değer dünyasını şekillendirdiğini, sürdürülebilir tüketim konusunda ise etkisinin sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, ileride yapılacak araştırmalarda özellikle kuşak içi farklılıkların, dini gruplar arasındaki çeşitliliklerin ve ekonomik faktörlerin daha ayrıntılı biçimde incelenmesi gerektiğini göstermektedir.

Etik Beyan

“Z Kuşakının Dini Dünya Görüşleri ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışları: Ampirik Bir Analiz” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli olan etik kurul izinleri Ankara Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 06.06.2024 tarih ve 15 sayılı toplantısında alınmıştır.

Ethical Declaration

During the writing process of the study “*The Religious Worldviews and Sustainable Consumption Behaviors of Generation Z: An Empirical Analysis*” scientific rules, ethical and citation rules were followed. No falsification was made on the collected data and this study was not sent to any other academic publication medium for evaluation. In addition, permission was obtained from the Ankara University Social and Humanities Sciences Ethics Committee (Date: 06/06/2024 and Decision no: 15) to conduct the research.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Statement of Contribution Rate of Researchers

The contribution rates of the authors in the study are equal.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Declaration of Conflict

There is no potential conflict of interest in the study.

Finansman

Bu çalışma için herhangi bir kurum veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Funding

No funding was received from any institution or organization for this study.

Yapay Zeka ve Türleri Kullanım Beyanı

Bu makalenin yazımında yapay zeka ve türleri kullanılmamıştır.

Statement of Use for Artificial Intelligence and Its Types

Artificial intelligence and its various types were not used in the writing of this article.

Veri Paylaşım Beyanı

Bu çalışmanın verilerini bulguların doğrulanması amacıyla makul bir talep üzerine “etik ilkeler ve yayın politikası”nın ilgili kısmında belirtilen şartlara göre paylaşabileceğimizi beyan ederiz.

Data Sharing Statement

We declare that, upon reasonable request for the purpose of verifying the findings, we can share the data of this study according to the conditions specified in the relevant section of the "ethical principles and publication policy".



Kaynakça

- Alma Savaş, D. (2022). Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Araştırmalarına Yönelik Bir Analiz. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81-100.
- Akgül, A. ve Cevik O. (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri "SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları"* (2. Baskı). Emek Ofset.
- Akgün, A. A. ve Umud, H. (2025). Üniversite Öğrencilerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sergileme Düzeylerinin İncelenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 20(78), 249-266. <https://doi.org/10.19168/jyasar.1590371>
- Altın, S. (2023). Sürdürülebilir Tüketimi Sağlamak İçin Çevresel Duyarlılık Etkili bir Faktör müdür? *Erciyes Akademi*, 37(3), 1062-1083. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1343768>
- Altın, S. ve Ok, Ş. (2023). Z Kuşağı Tüketicilerde Yeşil Reklam Tutumu ve Çevresel Duyarlılık İlişkisi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(1), 97-117
- Çapcıoğlu, İ. (2022). *Gelenek ve Modernite Arasında Sıkışmış Bir Kurum: Aile içinde Kuşaklar Arası İletişimin İmkân ve Sınırları: Z Kuşağı Örneği* (ss.50-62) Kitap Dünyası Yayınları
- Dişli Bayraktar, E. (2024). Kültür Boyutları ile İslami Dindarlık Düzeyinin Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 8(3), 716-734. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1415789>
- Deniz, C., Fetthalıoğlu, H. S. ve Çildir Ç. (2025). Z kuşağının yeşil pazarlama algısı ve yeşil satın alma davranışı, *Kabramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 67- 80.
- Doğan, O., Bulut, Z. ve Kökalan Çımrın, F. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4).
- Essoo, N. ve Dibb, S. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study, *Journal of Marketing Management*, Vol. 20, pp. 683-712.
- Francis, T. ve Hoefel, F. (2018). True Gen: Generation Z and its implications for companies. Erişim Adresi: <https://innovationinsider.com.br/wp-content/uploads/2019/05/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.pdf> Google Scholar
- Goplen, J. ve Plant, A. (2015). A Religious worldview: Protecting One's Meaning System Through Religious Prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(11), 1-14.
- Gökşan, İ. (2023). Geleceğin hekimlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ve ekolojik ayak izi farkındalıklarının belirlenmesi [Uzmanlık tez]. Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Jackson, T. ve Michaelis, L. (2003, May 20). *Policies for sustainable consumption* (Rapor). Sustainable Development Commission. Erişim: <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/bitstream/handle/10023/2237/sdc-2003-consumption-policy.pdf>
- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Abi Evran Üniversitesi Karşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Haider, M., Shannon, R. ve Moschis, G. P. (2022). Sustainable consumption research and the role of marketing: A review of the literature (1976–2021). *Sustainability*, 14(7), 1-36. <https://doi.org/10.3390/su14073999>
- Hassan, L. M., Shiu, E. ve Shaw, D. (2016). Who Says There is an Intention–Behaviour Gap? Assessing the Empirical Evidence of an Intention–Behaviour Gap in Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics*, 136(2), 219–236. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2440-0>
- Kabadayı F. ve Çapcıoğlu İ. (2024). *Çevre-merkezçi, İnsan-merkezçi ve Antipatik Tutumlar Ekseninde Sürdürülebilirlik Din İlişkisinin Ekolojik Yansımaları, Sürdürülebilirlik ve Din: Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri*, Çapcıoğlu İhsan, Apaydın Fadime, Editör, Nobel Yayınları, ss.190-215.
- Kalamas, M., Cleveland M. ve Laroche, M. (2014) "Pro-Environmental Behaviors for Thee but Not for Me: Green Giants, Green Gods, and External Environmental Locus of Control," *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 2, 12-22.
- Karasar, N. (2023). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler*, İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık
- Koehrsen, J. (2015). Does religion promote environmental sustainability? Exploring the role of religion in local energy transitions. *Social Compass*, 62(3), 296–310. <https://doi.org/10.1177/0037768615587878>
- Kuşat, A., ve Bulut, M. B. (2016). Dini dünya görüşleri ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2502-2509.
- Lee, C. K., Levy, D. S. ve Yap, C. S. F. (2015). How does the theory of consumption values contribute to plac eidentity and sustainable consumption? *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 597–607.
- Lebel, L. (2005), Transitions to Sustainability in Production-Consumption Systems, *Journal of Industrial Ecology*, Vol.9, No.1-2;11-13.
- Mokhlis, S. (2009). Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research. *International Business Research*, 2, (3). 75-84.
- Nielsen. (2015). *The sustainability imperative: New insights on consumer expectations*. The Nielsen Company. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2015/thesustainability-imperative>
- Özdemir, Ş. (2021). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Medya Kullanım Alışkanlıklarının . *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(20), 281-308.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, Vol:9, No:5, October.
- Raven P. H., Berg, L. R. ve Hassenzahl D. M. (2012). *Environment* (8th edition). John Wiley & Sons.
- Revuelta, M. B. (2017) *Mineral Resources: From Exploration to Sustainability Assessment*. Springer International Publishing.

- Sarigöllü, E. (2009) "A Cross-Country Exploration of Environmental Attitudes", *Environment and Behavior*, 41(3), ss.365-386.
- Seemiller, C. ve Grace, M. (2016). *Generation Z Goes To College*. Jossey-Bass
- Tekelli, İ. (2001), *Sürdürülebilirlik Kavramı Üzerine İrdelemeler*, Mülkiyeliler Birliği Yayınları.
- Ünal, V. (2010). Çevre Sorunları ve Dindarlık İlişkisi "Kayseri Örneği" [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. T.C. Selçuk Üniversitesi.
- White, L.(1967). "The Historical Roots of Our Ecologic Crisis". *Science*. 155/3767 (1967):1203-1207.
- Yemez, İ. (2022). Dini Bağlılık, Çevre Bilinci ve Dışa Dönüklüğün Yeşil Ürün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Z Kuşağı Üzerine bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*(34), 97-116. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.939010>

EXTENDED ABSTRACT

Climate change, environmental degradation, and the depletion of natural and energy resources are the three extreme levels that are expected to occur if consumption and production activities follow the traditional methods. The important role of individual consumption choices in addressing these challenges makes sustainable consumption an increasingly important research topic in the social sciences. Sustainable consumption is studied as an economic activity as well as an important cultural, moral, and social phenomenon. From this perspective, the influence of religious worldviews on consumption emerges as an essential area of research, as religious worldviews have an undeniable effect on an individual's value system, guiding basic life choices, principles, and overall lifestyle. Although it is argued that the guiding effect of religious worldviews on individuals has weakened or diversified in the process of modernization, globalization, and digitalization, the effect of this orientation on Generation Z is actively debated. What makes Generation Z, which was born and raised in the digitalization process, a conceptual and empirical priority is their positioning regarding sustainable consumption and religious worldview. Both of these positions also hold an important and critical symbolic value in terms of being a decisive factor in determining social change and intergenerational transformation. In the context of all these arguments, the main purpose of this research is to first and foremost test whether there is a significant relationship between the sustainable consumption tendencies and religious worldviews of Generation Z, to diagnose and evaluate these tendencies and worldviews according to some demographic variables. The research is designed based on quantitative research methods. The sample of the research consists of 385 individuals reached by the convenience sampling method. Research data collection was carried out by using the Generation Z sustainable consumption tendency scale and the Generation Z religious worldview scale. In the analysis of the data, independent sample t-test, one-way ANOVA test, and correlation analysis were applied. According to the results of the research, Generation Z's sustainable consumption tendency and religious worldview means and standard deviations were calculated, and some demographic variables of the participants were also analyzed using cross-sectional comparisons. In addition to these, correlation analysis of Generation Z's sustainable consumption tendency and religious worldview was performed. No statistically significant differences were observed across socio-demographic variables such as income, education, gender, housing status, and employment status. These findings indicate that sustainable consumption behaviors appear to be shaped less by social status and more by individual values and lifestyle orientations. The findings regarding the level of religiosity are also noteworthy. Significant differences in sustainable consumption behaviors were observed between individuals who identified as "somewhat religious" and those who identified as "religious." In addition, as religiosity increased, scores on the religious worldview scale rose markedly. This suggests that religiosity is a strong determinant of individual value systems. However, this determinative role does not appear to be reflected to the same extent in sustainable consumption behaviors. According to the result of the t-test analysis, female Generation Z participants have a higher sustainable consumption tendency than male participants. Higher education levels of participants positively affect sustainable consumption tendency; however, there is no significant difference between education levels regarding Generation Z's religious worldview. Differences based on year of birth are also noteworthy. The oldest members of Generation Z (born between 1997 and 2000) exhibit a more favorable orientation toward sustainable consumption compared to their younger counterparts. This finding suggests that Generation Z is not a homogeneous cohort; as individuals grow older, their economic awareness, sense of social responsibility, and environmental sensitivity may become more pronounced. However, no significant relationship was found between religious worldview and sustainable consumption, which constituted one of the central variables of the study. The results of the Pearson correlation analysis indicate that religious worldviews do not have a direct statistical influence on sustainable consumption practices. This finding suggests that individuals' religious values alone do not determine their consumption habits or their awareness of sustainability. The data further imply that Generation Z's consumption preferences are

shaped primarily by economic conditions, environmental awareness, the influence of social media, and lifestyle choices. Therefore, it can be argued that contemporary social and cultural dynamics are more decisive than religious worldviews in explaining the sustainable consumption orientations of young people. This study is subject to several methodological limitations. First, the sample is restricted to Generation Z individuals living in Ankara, which limits the external validity of the findings; thus, caution should be exercised when attempting to generalize the results to the wider Turkish population. Second, as the research design is cross-sectional, it does not allow for establishing causal inferences between the variables. Finally, the reliance on self-reported survey data may introduce response biases, as participants' answers could reflect subjective perceptions rather than objective behaviors.