

## Bölüm 5

# BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ÖĞRETMENLİĞİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM EKSENLİ ÇEVRE BİLİNCİ ALGILARININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

İsmail KARATAŞ<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Çağdaş çevreciliğin ortaya çıkışı, hem tüketim hem de üretim davranış kalıplarının çevre üzerindeki etkisine yönelik endişelerin artmasıyla 1960'lara ve 1970'lerin başlarına kadar uzanabilmektedir (Lin & Niu, 2018). Bu endişelerden biri, endüstriyel kirleticilerin neden olduğu sağlık sonuçları ve/veya ekonomik büyümenin etkisiyle ilgili olduğu ileri sürülmektedir (Peattie, 2010; Von der Goltz & Barnwal, 2018). Bu bağlamda, dünya çapındaki hükümetler çevrenin korunmasıyla ilgili politikalar ve yasalar önermiştir. Bu tür öneriler, yeşil işletmeler veya eko etiketler konusunda kamuoyu bilincini artırmayı, tüketicileri gereksiz atık üretmekten kaçınmaya teşvik etmeyi ve geri dönüşüm uygulamasını vurgulamayı amaçlamaktadır (Lin & Niu, 2018). Bazı çevreciler tarafından, müşterilerin talebi ve kaynak kıtlığı nedeniyle üreticilerin nihayetinde daha iyi kaynaklara ve atık yönetimine geçeceği öne sürülmektedir (Muldoon, 2004; Tseng & Bui, 2017). Bu nedenle, işletmeler çevre dostu faaliyetlerini yalnızca yüksek düzeyde duyurmakla kalmamakta, aynı zamanda tüketicinin giderek daha belirgin hale gelen çevre için ortak sorumluluğuna da ilgi göstermektedirler (Lin & Niu, 2018).

Günümüzde çevre bilinci, sadece çevre organizasyonları ve aktivistleri tarafından takip edilen siyasi bir durum değil, aynı zamanda kurumsal dünyada pazarlama ve satış üzerinde önemli etkileri bulunan bir konudur (Arvanitoyannis, Krystallis & Kapirti, 2003). Tüketicilerin çevre sorunlarıyla ilgili endişeleri, bir ürüne yönelik tutumlarını ve özellikle ekolojik veya çevre dostu ürünler için satın alma davranışlarını etkilemektedir (Oude Ophuis, Van Dam & Lamers,

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Bölümü, ismailkrts34@gmail.com

1992; Bohlen, Schlegelmilch & Diamantopoulos, 1993). Kim ve Seock (2009) tarafından çevre dostu ürünlere yönelik bu tür tutum ve davranış değişikliklerinin, işletmelerin bu yeni pazarda rekabet edebilmeleri için stratejik bir fırsat sunduğu ifade edilmektedir. Çevre sorunlarıyla ilgili artan endişeye tepki olarak, son zamanlarda hem mağaza raflarında hem de internette çevre dostu veya yeşil etiketlerle övünen bir tüketici ürün dalgası ortaya çıkmıştır. Ancak çevre dostu, yeşil ve organik etiketler, tüketiciler arasında çevre bilincinin önemli ölçüde artmasına rağmen otomatik satış fırsatları oluşturmamaktadır. Bazı kişiler için çevresel kaygı, günlük olarak tüketimlerine rehberlik eden bir yaşam biçimi haline gelmiştir (s. 628-629). Diğer kişiler için ise çevresel duyarlılık ile fiyatlar ve kolaylık gibi diğer faydalar arasındaki çelişki nedeniyle (Wandel & Bugge, 1997) çevresel kaygılar her zaman yeşil tüketiciliğe dönüşmemektedir (Hussain, 2000). Diğer bir ifadeyle, pek çok tüketici, çevresel durumlar peşinde koşmak için geleneksel ürünlerin sunduğu finansal ve diğer avantajlardan vazgeçmeye henüz istekli olmamakta veya belki de göze alamamaktadırlar (Kim & Seock, 2009).

Açıklamalar eğitim kavramı ekseninde ele alındığında toplumun karşılaştığı ya da karşılaşıacağı problemlerin üstesinden gelmesinin en etkili yolunun, eğitim olduğu ve eğitimin geleceği şekillendiren en önemli faktör olduğu ileri sürülmektedir (Hoody, 1996). Bu bağlamda Erten (2004) tarafından çevre eğitimi, çevrenin korunması amacıyla değer yargılarının, tutumların, bilgi ve becerilerin geliştirilmesi ve bu durumların sonuçlarının görülmesi süreci olarak belirtilmiştir. Buna ek olarak çevreye ilişkin duyarlılığın geliştirilmesine yönelik gerçekleştirilen değerler eğitiminin de öğrencilerin çevre hakkında olumlu tutum geliştirmelerinde etkili olduğu ifade edilmiştir (Tahiroğlu, Yıldırım & Çetin, 2010).

Bu çalışmanın odak noktasını oluşturan beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümü, birçok önemli yönden diğer bölümlerden farklıdır. Çünkü bu bölümdeki öğretmen adaylarının mezun olduktan sonra kilit rol oynadığı beden eğitimi ve spor eğitimi, Braksiek (2022) tarafından benzersiz öğrenme ortamlarıyla (örneğin spor salonu, futbol sahası, yüzme havuzu) ve bireyselden (örneğin yüzme) takım sporlarına (örneğin oyunlar) kadar belirli ve farklı içeriklerle ilgili olduğu ifade edilmiştir. Bazı içerikler daha çok performansla (örneğin atletizm), diğerleri fiziksel deneyimler ve üretken unsurlarla (örneğin dans) daha çok ilgilidir. Bu nedenle, hareket, beden eğitimi dersine katılımı kilit bir role sahiptir, böylece öğrencilerin bedenleri ve motor becerileri, beden eğitimi dersinde diğer derslere göre çok daha önemlidir (s. 2). Beden eğitimi ve spor eğitiminin bu

özgüllüğü, öğrenciler arasındaki fiziksel farklılıkların daha fazla algılanmasına yol açmakta ve böylece öğrenciler beden imajları ve fiziksel benlik kavramları gibi belirli psikolojik faktörlerle daha ilgili hale gelmektedir (Schmidt ve ark., 2013). Bununla birlikte, bilişsel yönler de beden eğitimi ve spor eğitimiyle ilişkilidir (Chen & Ennis, 2009; Ding, Sun & Chen, 2013) ve özellikle öğrencilerin yansıtıcı uygulamaları yoluyla bilişin hareketle bağlantısı beden eğitimi ve spor eğitiminin kendine özgü bir özelliğidir (Wallian & Chang, 2007). Ayrıca, belirli içerikler (örneğin oyunlar) aracılığıyla beden eğitimi ve spor eğitimi; dürüst oyun (fair-play), takım çalışması ve bağlılık gibi önemli sosyal ve bireysel becerileri geliştirme potansiyeline sahiptir (Bailey, 2006; Jacobs, Knoppers & Webb, 2013). Bu bağlamda çevre eğitimi de, bireylerin bilişsel, duyuşsal ve devinimsel öğrenme alanlarına hitap etmektedir (Dikmenli & Konca, 2016). Bu durum beden eğitimi ve spor eğitimiyle büyük benzerlik göstermektedir. Ancak ilgili literatür incelendiğinde, beden eğitimi ve spor öğretmeni adayları kapsamında tüketici çevre bilincinin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda araştırma bulgularının ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmekte olup çalışmada beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümündeki öğrencilerin tüketim eksenli çevre bilinci algılarının çeşitli değişkenler bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır.

## **YÖNTEM**

### **Araştırma Modeli**

Genel olarak tarama araştırmalarında çalışmanın konusuyla ilgili var olan durumun fotoğraflanarak betimleme yapılması amaçlanmaktadır (Büyüköztürk ve ark., 2020). Buna ek olarak tarama araştırmalarını gerçekleştiren araştırmacılar genel olarak görüşlerin ve özelliklerin neden kaynaklandığından ziyade bunların katılımcılar kapsamında nasıl bir dağılım gösterdiğine ilgi göstermektedirler (Fraenkel & Wallen, 2006). Dolayısıyla nicel olan bu araştırma, temel amaçla tutarlı olarak genel tarama modeliyle tasarlanmıştır.

### **Çalışma Grubu**

Katılımcılar, 2021-2022 Akademik Yılı Güz Dönemi'nde Bayburt Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü'ndeki 35'i kadın ve 108'i erkek olmak üzere toplam 143 öğrenci arasından seçilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın çalışma grubu, 30'u kadın ve 72'si erkek olmak üzere toplam 102 öğrenciden meydana gelmektedir. Bu çerçevede çalışma grubu, kolayda örnekleme yönteminden yararlanılarak oluşturulmuştur.

## **Veri Toplama Araçları**

Çalışma grubundaki katılımcılara, araştırmanın temel amacı gözetilerek oluşturulan anket formu 23.12.2021-06.01.2022 tarihleri arasında gönüllülük esası gözetilerek internet üzerinden uygulanmıştır. Anket formunun uygulanması safhasında çalışma grubuna gerekli açıklamalar yapılmış ve buna bağlı olarak katılımcıların formu doğru bir biçimde cevaplamaları sağlanmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde “Kişisel Bilgi Formu”, ikinci bölümünde ise “Tüketici Çevre Bilinci Algı Ölçeği” yer almaktadır.

### ***Kişisel Bilgi Formu***

Kişisel Bilgi Formu’da katılımcıların yaş, cinsiyet, ikamet edilen yerleşim yeri, sınıf, gelir düzeyi, internette vakit geçirme süresi, sosyal medyada vakit geçirme süresi, aktif olarak spor yapma durumu ve fiziksel egzersiz yapma durumu bilgilerine ulaşılması amacıyla oluşturulmuş ifadeler bulunmaktadır.

### ***Tüketici Çevre Bilinci Algı Ölçeği***

Katılımcıların tüketici çevre bilinci algı düzeylerinin belirlenmesi amacıyla Dikmenli ve Konca (2016) tarafından “Tüketici Çevre Bilinci Algı Ölçeği” geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilme sürecine ilişkin veriler 2015-2016 Akademik Yılında Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nin farklı ana bilim dallarında öğrenim gören 396 öğretmen adayından elde edilmiştir. Ölçek 28 maddeden oluşmakta olup beşli Likert tipindedir. Ayrıca bu ölçek; duyarlılık bilinci, davranış bilinci, sosyal baskı ve bilincin yönlendirilmesi olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin geçerliği açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleriyle test edilmiştir. Buna ek olarak hesaplanan iç tutarlılık katsayıları (Cronbach’s Alpha), duyarlılık bilinci için 0.767, davranış bilinci için 0.823, sosyal baskı için 0.779, bilincin yönlendirilmesi için 0.753 ve tüketici çevre bilinci (toplam) için 0.773 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak bu ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu anlaşılmıştır (Dikmenli & Konca, 2016).

## **Verilerin Analizi**

Verilerin analizi için IBM SPSS 23.0 versiyonu paket programından faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediklerine, çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek karar verilmiştir. Bu doğrultuda anket formu kullanılarak ulaşılan verilerin türü dikkate alınarak tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Ayrıca ulaşılan verilerin istatistiksel hesaplamalarında farklılık değerlendirmeleri için t-Testi ve One Way ANOVA, ilişki (korelasyon) değerlendirmelerinde ise Spearman Sıra Farkları Korelasyon Analizi uygulanmıştır.

## BULGULAR

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Frekans ve Yüzdeler			
Değişken	Grup	f	%
Cinsiyet	Kadın	30	29,4
	Erkek	72	70,6
Sınıf	1. Sınıf	25	24,5
	2. Sınıf	30	29,4
	3. Sınıf	25	24,5
	4. Sınıf	22	21,6
İkamet Edilen Yerleşim Yeri	Köy/Kasaba+Belde	18	17,6
	İlçe Merkezi	29	28,4
	İl Merkezi	55	53,9
Aktif Olarak Spor Yapma Durumu	Evet	60	58,8
	Hayır	42	41,2
Fiziksel Egzersiz Yapma Durumu	Evet	61	59,8
	Hayır	41	40,2
<b>Toplam</b>		102	100,0

Tablo 1 incelendiğinde çalışma grubuna ilişkin erkeklerin kadınlardan ve ikinci sınıftaki katılımcıların diğer sınıflardaki katılımcılardan daha yüksek sayıya sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun il merkezinde ikamet ettikleri, aktif olarak spor yaptıkları ve fiziksel egzersiz yaptıkları tespit edilmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların yaşlarının ortalamasının 21,167 ve standart sapmasının 2,6216; aylık ortalama kişisel gelir düzeylerinin ortalamasının 1384,211 ve standart sapmasının 1394,088, aylık ortalama aile gelir düzeylerinin (kişisel gelir dahil) ortalamasının 4196,4 ve standart sapmasının 2832,641, internette haftada ortalama vakit geçirme sürelerinin ortalamasının 19,17 ve standart sapmasının 18,2209; sosyal medyada haftada ortalama vakit geçirme sürelerinin ortalamasının 14,117 ve standart sapmasının 15,9871 olduğu görülmektedir. Buna ek olarak çarpıklık ve basıklık değerleri çerçevesinde bu değişkenlerin normal dağılım sergilemedikleri kabul edilmiştir (bkz. George & Mallery, 2010; Tabachnick & Fidell, 2013).

**Tablo 2. Yaş, Gelir Düzeyi, İnternette Vakit Geçirme Süresi ve Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresi Değişkenlerinin Tanımlayıcı İstatistikleri**

Değişken	n	Ortalama	Std. Sapma	Minimum	Maksimum	Çarpıklık	Basıklık
Yaş	102	21,167	2,6216	18	37	2,956	14,289
Aylık Ortalama Kişisel Gelir Düzeyi (TL)	76	1384,211	1394,088	200	8000	2,886	9,408
Aylık Ortalama Aile Gelir Düzeyi (Kişisel Gelir Dahil) (TL)	95	4196,4	2832,641	500	15000	2,429	6,53
İnternette Haftada Ortalama Vakit Geçirme Süresi (Saat)	100	19,17	18,2209	1	100	2,25	6,083
Sosyal Medyada Haftada Ortalama Vakit Geçirme Süresi (Saat)	98	14,117	15,9871	1	100	3,108	11,876

**Tablo 3. Ölçek Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri ve Güvenirlikleri**

Boyutlar	n	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.	Çarpıklık	Basıklık	Cronbach's Alpha
Duyarlılık Bilinci	102	4,1931	0,67827	1,6	5	-0,939	0,91	,860
Davranış Bilinci	102	3,6678	0,89225	1,33	5	-0,381	-0,289	,910
Sosyal Baskı	102	2,8275	0,90807	1	4,4	-0,272	-0,762	,692
Bilincin Yönlendirilmesi	102	3,1275	1,08474	1	5	-0,191	-0,464	,827
Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)	102	3,6534	0,50607	2,11	4,64	-0,153	-0,137	,788

Tablo 3 incelendiğinde tüketici çevre bilinci algı ölçeği kapsamında en yüksek ortalamaya sahip olan duyarlılık bilincinin puan ortalaması 4,1931 ve standart sapması 0,67827 ve en düşük ortalamaya sahip olan sosyal baskının puan ortalaması 2,8275 ve standart sapması 0,90807 olarak bulunmuştur. Ayrıca katılımcıların tüketici çevre bilinci bağlamında algıladıkları sosyal baskı-

nın ve bilinç yönlendirilmesinin orta düzeyde olduğu söylenebilmektedir. Duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) seviyelerinin ise yüksek düzeyde olduğu ileri sürülebilmektedir. Buna ek olarak çarpıklık ve basıklık değerleri çerçevesinde ölçek boyutlarının normal dağılım sergiledikleri kabul edilmiştir (bkz. George & Mallery, 2010; Tabachnick & Fidell, 2013). Ayrıca araştırma kapsamındaki ölçek boyutlarının iç tutarlılık katsayıları (cronbach's alpha) hesaplanmış olup duyarlılık bilinci ( $\alpha=0,860$ ), davranış bilinci ( $\alpha=0,910$ ), sosyal baskı ( $\alpha=0,692$ ), bilincin yönlendirilmesi ( $\alpha=0,827$ ) ve tüketici çevre bilinci (toplam) ( $\alpha=0,788$ ) boyutlarının güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

**Tablo 4. Yaş, Gelir Düzeyi, İnternette Vakit Geçirme Süresi ve Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresi Değişkenleri ile Ölçek Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları**

Değişkenler		Duyarlılık Bilinci	Davranış Bilinci	Sosyal Baskı	Bilincin Yönlendirilmesi	Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)
Yaş	r	,136	,179	,008	-,036	,185
	p	,172	,072	,935	,718	,063
	n	102	102	102	102	102
Aylık Ortalama Kişisel Gelir Düzeyi	r	,079	-,037	,098	,072	-,058
	p	,496	,749	,401	,538	,620
	n	76	76	76	76	76
Aylık Ortalama Aile Gelir Düzeyi (Kişisel Gelir Dahil)	r	,003	-,162	,114	,026	-,128
	p	,980	,118	,273	,802	,216
	n	95	95	95	95	95
İnternette Haftada Ortalama Vakit Geçirme Süresi	r	-,217*	-,293*	-,002	-,097	-,206*
	p	,030	,003	,983	,337	,040
	n	100	100	100	100	100
Sosyal Medyada Haftada Ortalama Vakit Geçirme Süresi	r	-,159	-,145	,164	,100	-,213*
	p	,118	,153	,107	,329	,035
	n	98	98	98	98	98

\*p<0,05

Tablo 4'e göre katılımcıların internette haftada ortalama vakit geçirme süreleri ile duyarlılık bilinci ( $r=-0,217$ ), davranış bilinci ( $r=-0,293$ ) ve tüketici çevre bilinci (toplam) ( $r=-0,206$ ) boyutlarının puan ortalamaları arasında negatif

yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Ayrıca katılımcıların sosyal medyada haftada ortalama vakit geçirme süreleri ile tüketici çevre bilinci (toplam) boyutu puan ortalamaları arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur ( $r=-0,213$ ;  $p<0,05$ ). Diğer taraftan sosyal medyada haftada ortalama vakit geçirme süresi ve internette haftada ortalama vakit geçirme süresi değişkenleri ile ölçeğin diğer boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ( $p>0,05$ ). Buna ek olarak ölçek boyutları ile yaş, aylık ortalama kişisel gelir düzeyi ve aylık ortalama aile gelir düzeyi (kişisel gelir dahil) değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 5. Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Sonuçları**

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	sd	t	p
Duyarlılık Bilinci	Kadın	30	4,3333	,68749	100	1,353	,179
	Erkek	72	4,1347	,67054			
Davranış Bilinci	Kadın	30	3,8778	,83472	100	1,545	,126
	Erkek	72	3,5802	,90637			
Sosyal Baskı	Kadın	30	2,7867	,96552	100	-,291	,771
	Erkek	72	2,8444	,88951			
Bilincin Yönlendirilmesi	Kadın	30	3,0083	1,04734	100	-,714	,477
	Erkek	72	3,1771	1,10332			
Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)	Kadın	30	3,7952	,58489	100	1,849	,067
	Erkek	72	3,5942	,46102			

Tablo 5 incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ).



**Tablo 6. Sınıf Değişkenine Göre ANOVA Testi Sonuçları**

Boyutlar	Grup	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
<b>Duyarlılık Bilinci</b>	1. Sınıf	4,2800	,65638	101	,434	,729
	2. Sınıf	4,1800	,52549			
	3. Sınıf	4,2360	,74155			
	4. Sınıf	4,0636	,82551			
<b>Davranış Bilinci</b>	1. Sınıf	3,6978	1,08844	101	1,467	,228
	2. Sınıf	3,4074	,94566			
	3. Sınıf	3,8978	,72713			
	4. Sınıf	3,7273	,68642			
<b>Sosyal Baskı</b>	1. Sınıf	2,9600	,93808	101	,591	,622
	2. Sınıf	2,7067	,93474			
	3. Sınıf	2,7280	,89607			
	4. Sınıf	2,9545	,87490			
<b>Bilincin Yönlendirilmesi</b>	1. Sınıf	3,2500	1,19242	101	2,238	,089
	2. Sınıf	3,1917	,93928			
	3. Sınıf	2,6700	1,11505			
	4. Sınıf	3,4205	1,01590			
<b>Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)</b>	1. Sınıf	3,6529	,47799	101	1,452	,232
	2. Sınıf	3,5774	,43752			
	3. Sınıf	3,8257	,56688			
	4. Sınıf	3,5617	,53534			

Tablo 6 incelendiğinde sınıf değişkenine göre tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 7. İkamet Edilen Yerleşim Yeri Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları**

Boyutlar	Grup	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
<b>Duyarlılık Bilinci</b>	Köy/Kasaba+Belde	4,1278	,72258	101	,108	,897
	İlçe Merkezi	4,2207	,61666			
	İl Merkezi	4,2000	,70501			
<b>Davranış Bilinci</b>	Köy/Kasaba+Belde	3,7531	,83632	101	,103	,902
	İlçe Merkezi	3,6360	,81374			
	İl Merkezi	3,6566	,96041			
<b>Sosyal Baskı</b>	Köy/Kasaba+Belde	2,8111	,81594	101	,346	,708
	İlçe Merkezi	2,7172	,98055			
	İl Merkezi	2,8909	,90743			
<b>Bilincin Yönlendirilmesi</b>	Köy/Kasaba+Belde	3,2639	,92543	101	,466	,629
	İlçe Merkezi	3,2241	1,10669			
	İl Merkezi	3,0318	1,12942			
<b>Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)</b>	Köy/Kasaba+Belde	3,6409	,53543	101	,007	,993
	İlçe Merkezi	3,6589	,49382			
	İl Merkezi	3,6545	,51209			

Tablo 7 incelendiğinde ikamet edilen yerleşim yeri değişkenine göre tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 8. Aktif Olarak Spor Yapma Durumu Değişkenine Göre t-Testi Sonuçları**

Boyutlar	Aktif Olarak Spor Yapma Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	sd	t	p
<b>Duyarlılık Bilinci</b>	Evet	60	4,2400	,63492	100	,833	,407
	Hayır	42	4,1262	,73851			
<b>Davranış Bilinci</b>	Evet	60	3,7852	,84913	100	1,601	,113
	Hayır	42	3,5000	,93519			
<b>Sosyal Baskı</b>	Evet	60	2,8100	,97732	100	-,231	,818
	Hayır	42	2,8524	,80977			
<b>Bilincin Yönlendirilmesi</b>	Evet	60	3,0875	1,13853	100	-,443	,659
	Hayır	42	3,1845	1,01372			
<b>Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)</b>	Evet	60	3,7167	,51721	100	1,520	,132
	Hayır	42	3,5629	,48135			

Tablo 8 incelendiğinde aktif olarak spor yapma durumu değişkenine göre tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 9. Fiziksel Egzersiz Yapma Durumu Değişkenine Göre t-Testi Sonuçları**

Boyutlar	Fiziksel Egzersiz Yapma Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	sd	t	p
Duyarlılık Bilinci	Evet	61	4,3525	,62413	100	3,007*	,003
	Hayır	41	3,9561	,69356			
Davranış Bilinci	Evet	61	3,8743	,82264	100	2,959*	,004
	Hayır	41	3,3604	,91280			
Sosyal Baskı	Evet	61	2,7902	,97257	100	-,504	,615
	Hayır	41	2,8829	,81114			
Bilincin Yönlendirilmesi	Evet	61	3,1352	1,13153	100	,088	,930
	Hayır	41	3,1159	1,02484			
Tüketici Çevre Bilinci (Toplam)	Evet	61	3,7822	,47091	100	3,285*	,001
	Hayır	41	3,4617	,50104			

\* $p<0,05$

Tablo 9 incelendiğinde fiziksel egzersiz yapma durumu değişkenine göre katılımcıların duyarlılık bilinci ( $t_{(100)}=3,007$ ;  $p<0,05$ ), davranış bilinci ( $t_{(100)}=2,959$ ;  $p<0,05$ ) ve tüketici çevre bilinci (toplam) ( $t_{(100)}=3,285$ ;  $p<0,05$ ) boyutlarının puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılıkların tümü fiziksel egzersiz yapan katılımcıların lehine olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan fiziksel egzersiz yapma durumu değişkenine göre sosyal baskı ve bilincin yönlendirilmesi alt boyutlarının puan ortalamaları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur ( $p>0,05$ ).

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, araştırma grubu çerçevesindeki beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümü öğrencilerinin tüketim eksenli çevre bilinci algılarının çeşitli değişkenler bağlamında incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacıyla uyumlu olarak anket formu oluşturulmuş ve bu anket formunun çalışma grubuna uygulanması sonucunda ulaşılan veriler farklı istatistiksel

analizler uygulanarak bulgulara dönüştürülmüştür. Bu çerçevede, bulgular esas alınarak elde edilen sonuçlar ilgili literatür doğrultusunda tartışılarak çalışma detaylandırılmıştır.

Katılımcıların tüketici çevre bilinci bağlamında algıladıkları sosyal baskının ve bilinç yönlendirilmesinin orta düzeyde olduğu söylenebilmektedir. Buna ek olarak duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) seviyelerinin ise yüksek düzeyde olduğu ileri sürülebilmektedir.

Cinsiyet değişkeni göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Bazı araştırma sonuçlarında cinsiyetin çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olmadığı görülmüştür (Ay & Ecevit, 2005; Timur & Yılmaz, 2011; Kahyaoğlu, 2014; Ozdemir & Guler, 2021). Ancak diğer bazı çalışmalarda ise cinsiyetin çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Yılmaz, Boone & Andersen, 2004; Gökçe ve ark., 2007; Dibgy, 2010; Dikmenli, 2017). Bu sonuçlar, mevcut araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümünün içsel ve dışsal dinamiklerinin diğer bölümlere göre farklılık göstermesinin bu durumun nedeni olduğunu düşündürmektedir.

Yaş değişkeni göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur. Ozdemir ve Guler (2021) tarafından yapılan araştırma sonuçlarında yaşın çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olmadığı görülmüştür. Ancak bazı araştırma sonuçlarında yaşın çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Ay & Ecevit, 2005; Dibgy, 2010). Bu sonuçlar, mevcut araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Bu durumun bölüm değişkeni farklılığından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sınıf değişkeni göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Bununla birlikte bazı çalışmalarda sınıf düzeyinin çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Yılmaz, Boone & Andersen, 2004; Ay & Ecevit, 2005). Bu sonuçlar, mevcut araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümünün içsel ve dışsal dinamiklerinin diğer bölümlere göre farklılık göstermesinin bu durumun nedeni olduğunu düşündürmektedir.

İkamet edilen yerleşim yeri değişkeni göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Bu bağlamda bazı araştırma sonuçlarında ikamet

edilen yerleşim yerinin çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olmadığı görülmüştür (Dikmenli, 2017). Bu sonuç, mevcut araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Aylık ortalama kişisel gelir düzeyi ve aylık ortalama aile gelir düzeyi (kişisel gelir dahil) değişkenleri göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur. Gökçe ve ark. (2007) tarafından yapılan araştırma sonuçlarında gelir düzeyinin (ekonomik faktörler bağlamında) çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olmadığı görülmüştür. Ancak bazı araştırma sonuçlarında gelir düzeyinin (ekonomik faktörler bağlamında) çevre bilinci üzerinde etkili bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Ay & Ecevit, 2005; Dibgy, 2010; Dikmenli, 2017). Bu sonuçlar, mevcut araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Bu durumun bölüm değişkeni farklılığından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aktif olarak spor yapma durumu değişkeni göz önünde bulundurulduğunda tüketici çevre bilinci algı ölçeği boyutlarının puan ortalamaları açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Ancak fiziksel egzersiz yapma durumu değişkeni bağlamında katılımcıların duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) boyutlarının puan ortalamaları arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle fiziksel egzersiz yapan katılımcıların duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) düzeyi fiziksel egzersiz yapmayanların düzeylerinden daha yüksektir. Birey haline dönüşme, evrim ve kültür boyunca insan davranışı, yüksek düzeyde sosyal bağımlılık ile karakterize edilmektedir (Aktipis ve ark., 2018). İşbirliğine dayanan sosyal ilişkiler, iyi oluşa (fitness, zindelik) ilişkin kaynaklara daha fazla erişimle (işbirliğinin enerjik, sosyal ve kültürel faydaları) ilişkilendirilirken, sosyal izolasyon kaynaklara erişimin azalmasına ve dolayısıyla uygunluğun azalmasına neden olmaktadır (Tomasello ve ark., 2012; Lordkipanidze ve ark., 2005; Hublin, 2009). Sonuç olarak, acı ve stresin tamponlanması (Stevens, Cruwys & Murray, 2020; Coan, Schaefer & Davidson, 2006) ve duygunun düzenlenmesi (Hornstein & Eisenberger, 2018) dahil olmak üzere iyi oluş (fitness, zindelik) ile ilgili içsel dengeye ait görevler (Baumeister & Leary, 1995; Holt-Lunstad & Uchino, 2008), işlevsel olarak sosyal etkileşim, bütünleşme ve desteğe bağlıdır. İnsanlarda, diğer birçok türde olduğu gibi, karmaşık tüm vücut düzenleyici sistemler, iç ve dış çevre güvenlik, fırsat ve tehdit koşulları içinde işlevini sürdürmekte ve bu koşullara göre kendini uyarlamaktadır (Lyon ve ark., 2021). Çevresel koşullarla ilgili bilgiler, çoklu duyuşsal ve bilişsel mekanizmalar aracılığıyla işlenmektedir (Davis, Crittenden & Cohen, 2021). Araştırmalar, uyarlanabilir öz-düzenleme süreçlerinin, sağlıktan fiziksel performansa kadar sonuçları etkileyen kaynaklara

ve sosyal desteğin varlığına ilişkin algılara duyarlı olduğunu göstermiştir (Trimmer ve ark., 2013; Eisenberger ve ark., 2011; Schnall ve ark., 2008). Algılanan sosyal destek, enerjik kaynak tahsisini yöneten, içsel dengeyi koruyan, duyguları meydana getiren ve davranışı motive eden uyarlanabilir süreçleri etkilemektedir (Holt-Lunstad & Uchino, 2008; Kulik & Mahler, 1989; Spink & Carron, 1994; Filho ve ark., 2014; Damasio, 2018; Coan ve ark., 2017; Coan & Sbarra, 2015). Bu doğrultuda fiziksel egzersizin bireyi bilişsel, duyuşsal, psikomotor, sosyal ve çevresel olarak etkileme potansiyeline sahip olduğu ileri sürülebilmektedir. Dolayısıyla ulaşılan araştırma sonucunun muhtemel olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların internette haftada ortalama vakit geçirme süreleri ile duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkilerin olduğu bulunmuştur. Diğer bir anlatımla internette vakit geçirme süresi artıkça tüketim eksenli çevre bilinci algısı bağlamında duyarlılık bilinci, davranış bilinci ve tüketici çevre bilinci (toplam) azalmaktadır. Ayrıca katılımcıların sosyal medyada haftada ortalama vakit geçirme süreleri ile tüketici çevre bilinci (toplam) boyutu puan ortalamaları arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle sosyal medyada vakit geçirme süresi yükseldikçe tüketici çevre bilinci (toplam) azalmaktadır. Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerinde etkili faktörlerden biri olduğu düşünülmektedir (bkz. Stephen, 2016). Ayrıca sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması markalar ve şirketler için yeni bir çağ meydana getirmiş olup bu marka ve şirketlerin müşterilerine ulaşması ve müşterileriyle etkileşim kurması amacıyla onları yeni yollar keşfetmeye zorlamıştır (Gallaughar & Ransbotham, 2010; Kozinets ve ark., 2010). Buna bağlı olarak sosyal medya, marka içeriğinin oluşturulmasında, dağıtılmasında ve tüketilmesinde yeni bir form oluşturmuş, marka imajlarını biçimlendirme gücünü pazarlamacılarından tüketicilerin çevrimiçi içeriğine ve bağlantılarına doğru aktarmıştır (Tsai & Men, 2013). Bu bağlamda katılımcıların sosyal medyada ve/veya internette vakit geçirme sürelerinin yükselmesi tüketicilerin markalara yönelik duygularında, düşüncelerinde ve davranışlarında değişiklik oluşturabilecek değişkenlere maruz kalma düzeyini de yükseltebileceği sonucuna varılabilmektedir. Bu doğrultuda sosyal medyada ve/veya internette vakit geçirme süresi değişkenlerinin düzeyinin artması tüketicilerin tüketim tercihlerinde etkili unsurlar olabileceğini düşündürmektedir.

Sonuç olarak beden eğitimi ve spor öğretmeni adaylarının çeşitli değişkenler kapsamındaki tüketim eksenli çevre bilinci algıları var olduğu şekliyle betimlenmiştir. Bu kapsamda bireylerin, tüketim tercihlerini gerçekleştirme biçim-

lerinde değişkenlik görülmekte (Lysonski, Durvasula & Zotos, 1996; Cowart & Goldsmith, 2007) ve çeşitli alışveriş eğilimleri satın alma tercihlerinde doğrudan etkili faktörler olabilmektedir (Siu ve ark., 2001). Bu çerçevede tüketim tercihi gerçekleştirilirken bu tercihin pekçok unsurdan (kişisel olmayan ve kişisel) etkilendiği ve bu unsurların değişik tüketici bölümleri ve pazarları arasında çeşitlilik gösterdiği belirtilmiştir (McDonald, 1994; Kongsompong, 2006). Dolayısıyla tüketici tercihleri birçok faktörden etkilenmektedir. Buna bağlı olarak yapılan açıklamalar bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, ulaşılan sonuçların muhtemel olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırma bulguları aracılığıyla literatüre katkı sağlayacak yeni bilgiler elde edilmiştir. Ancak çalışma grubu kapsamındaki araştırmanın analizlerinde sınırlı sayıda katılımcı verisi kullanılmıştır. Bu nedenle tüm yaş, cinsiyet ve bölümleri kapsayacak biçimde meydana getirilmiş geniş bir veri setiyle benzer araştırmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca benzer özelliklere sahip çalışma grubu üzerinde nitel, deneysel ve/veya karma araştırmalar yapılarak çalışma bulguları çeşitlendirilebilir. Bu çerçevede, literatüre katkı sağlayabilecek farklı sonuçlar elde edilebilir.

## KAYNAKLAR

- Aktipis, A., Cronk, L., Alcock, J., Ayers, J. D., Baci, C., Balliet, D., Boddy, A. M., Curry, O. S., Krems, J. A., Muńoz, A., Sullivan, D., Sznycer, D., Wilkinson, G. S. & Winfrey, P. (2018). Understanding cooperation through fitness interdependence. *Nature Human Behaviour*, 2, 429-431.
- Arvanitoyannis, I. S., Krystallis, A. & Kapirti, A. (2003). Health and environmental consciousness: Greek consumers' attitudes toward the organic, HACCP and ISO14000 certifications on food. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 15(1-2), 93-136.
- Ay, C. & Ecevit, Z. (2005). Environmentally conscious consumers. *Akdeniz İİBF Journal*, 10, 238-263.
- Bailey, R. (2006). Physical education and sport in schools: A review of benefits and outcomes. *Journal of School Health*, 76(8), 397-401.
- Baumeister, R. F. & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bohlen, G., Schlegelmilch, B. B. & Diamantopoulos, A. (1993). Measuring ecological concern: A multi-construct perspective. *Journal of Marketing Management*, 9(4), 415-430.
- Braksiek, M. (2022). Pre-service physical education teachers' attitude toward, and self-efficacy in, inclusive physical education: Measurement invariance and influence factors. *Teaching and Teacher Education*, 109, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2021.103547>.
- Bykztrk, Ş., akmak, E. K., Akgn, . E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2020). *Eęitimde Bilimsel Araştırma Yntemleri* (29. Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Chen, A. & Ennis, C. D. (2009). *Motivation and Achievement in Physical Education*. In K. Wentzel, & A. Wigfield (Eds.), *Handbook of Motivation at School* (pp. 553-574). New York: Routledge.

- Coan, J. A. & Sbarra, D. A. (2015). Social baseline theory: The social regulation of risk and effort. *Current Opinion in Psychology*, 1, 87-91.
- Coan, J. A., Beckes, L., Gonzalez, M. Z., Maresh, E. L., Brown, C. L. & Hasselmo, K. (2017). Relationship status and perceived support in the social regulation of neural responses to threat. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 12(10), 1574-1583.
- Coan, J. A., Schaefer, H. S. & Davidson, R. J. (2006). Lending a hand: Social regulation of the neural response to threat. *Psychological Science*, 17(12), 1032-1039.
- Cowart, K. O. & Goldsmith, R. E. (2007). The influence of consumer decision-making styles on online apparel consumption by college students. *International Journal of Consumer Studies*, 31(6), 639-47.
- Damasio, A. (2018). *The Strange Order of Things: Life Feeling and the Making of Cultures*. New York: Pantheon Books.
- Davis, A. J., Crittenden, B. & Cohen, E. (2021). Effects of social support on performance outputs and perceived difficulty during physical exercise. *Physiology & Behavior*, 239, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2021.113490>.
- Dibgy, B. L. C. (2010). *An Examination Impact of Non-Formal and Informal Learning on Adult Environmental Knowledge, Attitudes, and Behaviors*. Doctoral Dissertation, University of Minnesota, USA.
- Dikmenli, Y. (2017). Preservice teachers' perception levels concerning consumer environmental consciousness. *Journal of Education in Science, Environment and Health*, 3(2), 157-164.
- Dikmenli, Y. & Konca, A. S. (2016). Validity and reliability study of environmental consciousness scale. *Journal of Theory and Practice in Education*, 12(6), 1273-1289.
- Ding, H., Sun, H. & Chen, A. (2013). Impact of expectancy-value and situational interest motivation specificity on physical education outcomes. *Journal of Teaching in Physical Education*, 32(3), 253-269.
- Eisenberger, N. I., Master, S. L., Inagaki, T. K., Taylor, S. E., Shirinyan, D., Lieberman, M. D. & Naliboff, B. D. (2011). Attachment figures activate a safety signal-related neural region and reduce pain experience. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 108(28), 11721-11726.
- Erten, S. (2004). Çevre eğitimi ve çevre bilinci nedir, çevre eğitimi nasıl olmalıdır?. *Çevre ve İnsan Dergisi, Çevre ve Orman Bakanlığı Yayın Organı, Sayı 65/66, 2006/25* Ankara.
- Filho, E., Dobersek, U., Gershgoren, L., Becker, B. & Tenenbaum, G. (2014). The cohesion-performance relationship in sport: A 10-year retrospective meta-analysis. *Sport Sciences for Health*, 10, 165-177.
- Fraenkel, J. R. & Wallen, N. E. (2006). *How to Design and Evaluate Research in Education* (6th ed.). New York: McGraw-Hill International Edition.
- Gallaughar, J. & Ransbotham, S. (2010). Social media and customer dialog management at Starbucks. *MIS Quarterly Executive*, 9(4), 197-212.
- George, D. & Mallery, P. (2010). In GEN (Ed.), *SPSS for Windows Step by Step*. A Simple Study Guide and Reference. Boston, MA: Pearson Education, Inc, 10.
- Gökçe, N., Kaya, E., Aktay, S. & Özden, M. (2007). Elementary students' attitudes towards environment. *Elementary Education Online*, 6(3), 452-468.
- Holt-Lunstad, J. & Uchino, B. (2008). *Social Support and Health*. In: K Glanz, BK Rimer, K Viswanath (Eds.), *Health Behavior: Theory, Research, and Practice*, John Wiley & Sons.
- Hoody, L. L. (1996). *The Educational Efficacy of Environmental Education*. State Education and Environment Roundtable, 1-26. 01.01.2022 tarihinde <https://promiseofplace.org/sites/default/files/2018-06/educeff.pdf> adresinden indirilmiştir.



- Hornstein, E. A. & Eisenberger, N. I. (2018). A social safety net: Developing a model of social-support figures as prepared safety stimuli. *Current Directions in Psychological Science*, 27(1), 25-31.
- Hublin, J. -J. (2009). The prehistory of compassion. *Proceedings of the National Academy of Sciences USA*, 106(16), 6429-6430.
- Hussain, S. S. (2000). Green consumerism and eco-labeling: A strategic behavioral model. *Journal of Agricultural Economics*, 51(1), 77-89.
- Jacobs, F., Knoppers, A. & Webb, L. (2013). Making sense of teaching social and moral skills in physical education. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 18(1), 1-14.
- Kahyaoglu, M. (2014). The research of the relationship between environmentally aware prospective teachers' qualities and self efficacy beliefs towards environmental education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 4493-4497.
- Kim, S. & Seock, Y. -K. (2009). Impacts of health and environmental consciousness on young female consumers' attitude towards and purchase of natural beauty products. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 627-638.
- Kongsompong, K. (2006). Cultural diversities between Singapore and Australia: An analysis on consumption behavior. *The Business Review, Cambridge*, 5(1), 319-324.
- Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C. & Wilner, S. J. S. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71-89.
- Kulik, J. A. & Mahler, H. I. (1989). Social support and recovery from surgery. *Health Psychology: Official Journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 8(2), 221-238.
- Lin, S. -T. & Niu, H. -J. (2018). Green consumption: Environmental knowledge, environmental consciousness, social norms, and purchasing behavior. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1679-1688.
- Lordkipanidze, D., Vekua, A., Ferring, R., Rightmire, G. P., Agusti, J., Kiladze, G., Mouskhelishvili, A., Nioradze, M., Ponce de León, M. S., Tappen, M. & Zollikofer, C. P. (2005). Anthropology: The earliest toothless hominin skull. *Nature*, 434(7034), 717-718.
- Lyon, P., Keijzer, F., Arendt, D. & Levin, M. (2021). Reframing cognition: Getting down to biological basics. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 376, 1-11.
- Lyonski, S., Durvasula, S. & Zotos, Y. (1996). Consumer decision-making styles: A multi-country investigation. *European Journal of Marketing*, 30(12), 10-21.
- McDonald, W. J. (1994). Psychological associations with shopping: A moderator variable perspective. *Psychology and Marketing*, 11(6), 549-568.
- Muldoon, A. (2004). Where the green is: Examining the paradox of environmentally conscious consumption. *Electronic Green Journal*, 1(23), 1-18.
- Oude Ophuis, P. A. M., Van Dam, Y. K. & Lamers, A. M. J. (1992). Relative importance of health aspects and environmental issues for food consumption: Product attributes of lettuce. In *Marketing for Europe-Marketing for the Future: Proceedings of 21st Annual Conference of the European Marketing Academy*, 26-29 May, *The Aarhus School of Business*, Aarhus, pp. 929-947.
- Ozdemir, T. & Guler, G. (2021). The relationship between environmental consumption consciousness and behavior of university students. *International Journal of Caring Sciences*, 14(2), 1258-1268.
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norm. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195-228.

- Schmidt, M., Valkanover, S., Roebers, C. & Conzelmann, A. (2013). Promoting a functional physical self-concept in physical education: Evaluation of a 10-week intervention. *European Physical Education Review*, 19(2), 232-255.
- Schnall, S., Harber, K. D., Stefanucci, J. K. & Proffitt, D. R. (2008). Social support and the perception of geographical slant. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5), 1246-1255.
- Siu, N. Y. M., Wang, C. C. L., Chang, L. M. K. & Hui, A. S. Y. (2001). Adapting consumer style inventory to Chinese consumers: A confirmatory factor analysis approach. *Journal of International Consumer Marketing*, 13(2), 29-47.
- Spink, K. S. & Carron, A. V. (1994). Group cohesion effects in exercise classes. *Small Group Research*, 25(1), 26-42.
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17-21.
- Stevens, M., Cruwys, T. & Murray, K. (2020). Social support facilitates physical activity by reducing pain. *British Journal of Health Psychology*, 25(3), 576-595.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Tahiroğlu, M., Yıldırım, T. & Çetin, T. (2010). The effects of environmental education activities based on value education on 7th grade students' attitudes toward environment. *Selçuk University Ahmet Keleşoğlu Faculty of Education Journal*, 30, 231-248.
- Timur, S. & Yılmaz, M. (2011). Determining pre-service science teachers' environmental knowledge levels and examining some variables that affect their environmental knowledge levels. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty*, 31(1), 303-320.
- Tomasello, M., Melis, A. P., Tennie, C., Wyman, E. & Herrmann, E. (2012). Two key steps in the evolution of human cooperation: The interdependence hypothesis. *Current Anthropology*, 53(6), 673-692.
- Trimmer, P. C., Marshall, J. A. R., Fromhage, L., McNamara, J. M. & Houston, A. I. (2013). Understanding the placebo effect from an evolutionary perspective. *Evolution and Human Behavior*, 34(1), 8-15.
- Tsai, W. -H. S. & Men, L. R. (2013). Motivations and antecedents of consumer engagement with brand pages on social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 13(2), 76-87.
- Tseng, M. L. & Bui, T. D. (2017). Identifying eco-innovation in industrial symbiosis under linguistic preferences: A novel hierarchical approach. *Journal of Cleaner Production*, 140, 1376-1389.
- Von der Goltz, J. & Barnwal, P. (2019). Mines: The local wealth and health effects of mineral mining in developing countries. *Journal of Development Economics*, 139, 1-16.
- Wallian, N. & Chang, C. -W. (2007). Language, thinking and action: Towards a semio-constructivist approach in physical education. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 12(3), 289-311.
- Wandel, M. & Bugge, A. (1997). Environmental concern in consumer evaluation of food quality. *Food Quality and Preference*, 8(1), 19-26.
- Yılmaz, O., Boone, W. J. & Andersen, H. O. (2004). Views of elementary and middle school Turkish students toward environmental issues. *International Journal of Science Education*, 26(12), 1527-1546.