



Sosyal İstenirliğin Çevreci Duyarlılık, Tutum ve Davranışlar Üzerindeki Etkisi; Doğa Tabanlı Tur Katılımcıları Örneği (Effect of Social Desirability on Environmental Sensitivity, Attitude and Behavior; The Case of Nature Based Tour Participants)

*Burhan ÇINAR^a, Alper DURAN^a, Hülya TAŞTAN^b

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Mersin/Turkey

^b Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 16.07.2019

Kabul Tarihi: 04.09.2019

Anahtar Kelimeler

İzlenim yönetimi

Öz aldatma

Çevreci duyarlılık

Çevreci tutum

Çevreci davranış

Keywords

Impression management

Self-deception

Environmental sensitivity

Environmental attitude

Environmental behavior

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bireylerin çevre ile ilgili konularda, düşünceleri ve eylemleri geniş bir yelpazedeki faktörlerden etkilenmektedir. Bu çalışmada sosyal istenirliğin alt boyutları olan izlenim yönetimi ve öz aldatmanın, çevreci duyarlılık, tutum ve davranışa olan etkisi doğa tabanlı tur katılımcıları örneğinde incelenmektedir. Araştırmada veriler kolayda örnekleme tekniğine göre, Mersin’de yapılan doğa yürüyüşü turlarına katılan 325 kişiden anket aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen verilere korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre hem izlenim yönetimi hem de öz aldatmanın, çevresel duyarlılık, tutum ve davranış üzerinde düşük düzeyde ve anlamlı bir etkisinin olduğu bulgulanmıştır.

Abstract

Individuals' thoughts and actions on environmental issues are influenced by a wide range of factors. In this study, the effects of impression management and self-deception, which are the sub-dimensions of social desirability, on environmental sensitivity, attitude and behavior are examined in the case of nature-based tour participants. The data were collected by questionnaire from 325 people who participated in nature-based tours in Mersin according to convenience sampling technique. Correlation and linear regression analysis were used in the analysis of the obtained data. According to the results of the research, both impression management and self-deception have a weak and significant effect on environmental sensitivity, attitude, and behavior.

* Sorumlu Yazar

E-posta: Burhancinar@mersin.edu.tr (B. Çınar)

Makale Künyesi: Çınar, B., Duran, A. & Taştan, H. (2019). Sosyal İstenirliğin Çevreci Duyarlılık, Tutum ve Davranışlar Üzerindeki Etkisi; Doğa Tabanlı Tur Katılımcıları Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (3), 1727-1736.

DOI: 10.21325/jotags.2019.445

GİRİŞ

Doğal kaynakların sömürülmesi, ozon tabakasında oluşan tahribat, hava kirliliği, kutuplarda büyük bir hızla eriyen buzullar ve gün geçtikçe etkisi daha fazla hissedilen küresel ısınma gibi genel çevresel sorunların tamamı ekosistemde meydana gelen ve ekolojik yaşamı tehdit eden değişimlere işaret etmektedir (Tarfaoui ve Zkı, 2017). Sorununun nedenlerinden biri, doğal kaynakları hızla tüketen ve ekolojik dengesizlik yaratan tüketim seviyelerinin gün geçtikçe artmasıdır (Uzzell ve Rathzel, 2008; Singh, 2009). Bu durum, çevresel sorunları güncel konulardan birisi haline getirmektedir. Her ne kadar temel ekolojik risklere ilişkin toplumsal bilinç artmış gibi görünse de (Dunlap, Van Liere, Mertig, ve Jones, 2000), bireyler tarafından ortaya konan çevresel kaygıların her zaman tutum, değer ve davranışlarda bir değişime eşlik etmediği görülmektedir. Ayrıca, çevreci tutum ve ekolojik davranış arasındaki ilişki en iyi durumlarda bile orta düzeyde görülmektedir (Kaiser, Ranney, Hartig ve Bowler, 1999).

Diğer taraftan, çevreci ve ekolojik tutum ve davranışların bireyin kontrolü dışında olan oldukça geniş bir alandaki faktörlerden etkilendiğini de belirtmek gerekmektedir. Örneğin sosyo-kültürel sınırlılıkların, bu davranışların yerine getirilmesini ne dereceye kadar etkili olduğu muğlaktır (Vining ve Ebreo, 1992). Bu bağlamda çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlar arasındaki bu uyumsuzluk sorunu tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bazı çalışmalar bu değişkenler arasında orta derecede bir ilişki sunmakta ve ilişkinin daha zayıf ya da daha güçlü olduğu şartlar üzerine odaklanmaktadır (Wallace, Paulson, Lord ve Bond, 2005). Bu tutarsızlığı açıklamak için makul çözümler önerilmiş, bazıları tutumun daha iyi bir ilişkide olabilmesi için davranışlarla uyumlu olması gerektiğini öne sürmüştür (Ajzen ve Fishbein, 1977). Diğer çalışmalar ise çevreci ve ekolojik davranışın açıklayıcısı olarak ‘davranışal niyet’ kavramını önermiştir. Bu kavram, bir şeye niyet etmenin bireyi o eylemi yapmaya zorladığını belirtmektedir (Tarfaoui ve Zkı, 2017). Çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlarda meydana gelen değişiklikler, ortaya yeni çıkan ekolojik normlara sosyal olarak uymanın da bir sonucu olabilmektedir. Özellikle medya yoluyla geliştirilen politik doğruluğa yönelik sosyal baskı bireyleri gerçek normatif uyumdan ziyade ortak normlara uymaya, yani popüler olana, yönlendirebilmektedir. Sonuç olarak, oluşturulmaya çalışılan kamusal bilinç davranışlarda yüzeysel kalmakta ve kendini ifade edememektedir (Félonneau ve Becker, 2008). Bu bağlamda bazı çalışmalar, bireylerin özellikle çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlarının sosyal istenirlikten etkilenebileceğini ileri sürmektedirler (Stern ve Oskamp, 1987; Tarant ve Cordell 1997; Kaiser vd., 1999; Tarfaoui ve Zkı, 2017). Buradan hareketle çalışmanın temel amacı sosyal istenirliğin, çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini doğa tabanlı tur katılımcıları örnekleminde incelemektir.

Kavramsal Çerçeve ve Alanyazın

Sosyal istenirlik, Türkçe alanyazında sosyal arzulanırlık ya da sosyal beğenirlik olarak da kavramsallaştırılmaktadır. Sosyal istenirlik, toplumsal değer ve yargılar içerisinde uygun bulunan ve kabul edilen bir takım davranışın olduğundan fazla gösterilmesi, toplumca uygun bulunmayan ve onay görmeyen davranışların veya durumların yok sayılması, davranışsal olarak ifade edilmemesi olarak tanımlanmaktadır (Akın, 2010). Sosyal istenirlikte bireyler kasıtlı olarak hataların örtülmesine veya olumlu niteliklerin abartılmasına yönelik öz-sunumu ortaya koymaktadırlar (Sackheim ve Gur, 1978). Alanyazında sosyal istenirliğin, bir cevaplama etkisi olduğunu belirten araştırmacılara karşın, bunun bir kişilik özelliği olduğunu vurgulayanlar da mevcuttur (Crowne ve Marlowe, 1964; Pauls ve Stemmler, 2003).

Sosyal istenirlik teorisi, iki boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlardan ilki öz-aldatmadır. Öz-aldatma, kişisel tehdidi karakterize eder ve benlik saygısı motiflerini belirten savunma ve başa çıkma ölçütleriyle bağıntılıdır (Milfont, 2008). Öz-aldatmada, birey istenmeyen yönlerini görmezden gelerek inkâr veya ret ederken başarılarını, tutumlarının ve niteliklerinin olumlu yönlerini abartarak ifade etmektedir. Bu süreç çoğu zaman bilinçli olamamakla beraber bilinçli olduğu zamanlar da olabilmektedir (Sağlam, 2012). Öz-aldatma bireyin kendisine yönelik dürüst olmama, kendini kandırma durumuyken, diğer boyut olan izlenim yönetiminde ise bireyin diğerlerini aldatmaya yönelmesi durumunda oluşmaktadır (Paulhus, 1991). İzlenim yönetimi bileşeni, sosyal olarak istenen açık davranışları karakterize eder ve sosyal onay motiflerinin ifadesini belirten aldatıcı ölçütlerle pozitif korelasyon gösterir. Bu nedenle teori sosyal istenirliğin, bireylerin kendilerini sunma şeklini etkilediğini ortaya koymaktadır. Kısaca bireylerin benlik sunumları aşırı olumlu (öz-aldatma) veya bir izleyici kitlesine göre uyarlanmış olabilmektedir (izlenim yönetimi) (Paulhus, 1984).

Buradan hareketle, sosyal istenirlik insanların kendilerine ve diğerlerine iyi görünmesini sağlayan tepkiler verme eğilimi olarak belirtilir (Sackheim ve Gur, 1978). Bu eğilim çevre ile ilgili konularda, insanların çevresel tutumları daha olumlu bir şekilde benimsemiş gördüklerini ve aslında gerçek olandan daha fazla çevreci duyarlılık, tutum ve davranış sergilediklerini belirtmelerini sağlayabilmektedir (Félonneau ve Becker, 2008). Sosyal istenirlik teorisi göz önüne alındığında, çevresel ve ekolojik davranışlarda özellikle izlenim yönetimi bileşenin önemli bir etken olabileceği görülmektedir. Nitekim gün geçtikçe artmakta olan çevresel ve ekolojik duyarlılık bireyleri, sosyal istenirliğe, özellikle izlenim yönetimine bağlı olarak toplumsal normlara uyum göstermeye zorlayabilmektedir.

Alanyazında, çevresel konularla ilgili duyarlılık, tutum ve davranışların sosyal istenirlikten yüksek derecede etkilendiğine inanılmaktadır (Beckmann, 2005; Félonneau ve Becker, 2008). İnsanların çevresel sorunlarla ilgili duyarlılık, tutum ve davranışlarının sosyal istenirlikten güçlü bir şekilde etkilendiğinin genel kabulü, özellikle çevresel tutumları ve ekolojik davranış ölçen çalışmaların çoğunun öz-bildirime dayanma eğiliminde olmasından dolayı araştırmalar için önemli çıkarımlar ortaya koymaktadır (Milfont, 2008; Tarfaoui ve Zkım, 2017). Ayrıca çok açık şekilde olmasa da diğer bazı çalışmalar da (Stern ve Oskamp 1987; Tarrant ve Cordell 1997) sosyal istenirliğin çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlarda açıklayıcı olabileceğini belirtmektedir. Araştırmacılar sosyal istenirliğin çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini varsaymaktadırlar (Costarelli ve Colloca 2004; Thøgersen ve Olander 2006) fakat bu etkiyi ölçen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Alanyazında bu etkiyi inceleyen çalışmalar, etkinin çok az ya da hiç olmadığını dile getirmektedir; Kaiser vd. (1999) sosyal istenirliğin, sadece çok düşük bir şekilde çevreci tutumlar, ekolojik davranışlara yönelme niyeti ve öz-bildirimsel ekolojik davranışlarla ilişkili olduğunu ve çevresel değerlerle olan ilişkisinin anlamlı olmadığını tespit etmiştir. Hartig, Kaiser ve Bowler (2001), Schahn (2002) ve Wiseman ve Bogner (2003) sosyal istenirlik ile hem çevreci tutum hem de ekolojik davranış arasında sadece düşük düzeyde ilişki ortaya koymuşlardır. Diğer taraftan Mayer ve Frantz (2004) ve Pato vd. (2004) belirtilen değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Ayrıca, Milfont (2008) sosyal istenirliğin alt boyutu olan izlenim yönetiminin, çevreci tutum ve ekolojik davranış üzerinde zayıf bir etkisinin olduğunu ve çevreci tutum ile ekolojik davranış arasında aracı değişken olarak anlamlı olmadığını bulgulamıştır.

Alanyazında sosyal istenirlik ile çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların sosyal istenirliği öz-bildirim ölçeklerine verilen cevaplara yönelik etki (response bias) olarak incelediği görülmektedir (Kaiser vd., 1999; Hartig, Kaiser ve Bowler, 2001; Schahn, 2002; Wiseman ve Bogner, 2003; Mayer ve Frantz, 2004; Pato vd., 2004). Benzer şekilde bu çalışmalarda, (Milfont, 2008) tarafından yürütülen ve sadece izlenim yönetimi boyutunun dâhil edildiği çalışma hariç, sosyal istenirlik dolaylı değişken olarak incelenmiştir. Ayrıca bu çalışmalarda genel olarak örneklem grubu olarak öğrenciler seçilmiştir. Bu bağlamda mevcut çalışma, öncelikli olarak sosyal istenirliği kişilik özelliği olarak çevreci ve ekolojik tutum ve davranışın açıklayıcısı olarak ele almakta ve her iki bileşenin de değişkenlerle ilişkili olabileceğini öngörmektedir. Nitekim, “*Öz-aldatma, kişinin pozitif öz-imağının gerçekliğine gerçekten inandığı, diğerlerini kandırma niyeti taşımadan, inanılanın belirtildiği bir durumda, fark edilmesi çok daha zor olacaktır*” (Sağlam, 2012: 16) koşulundan hareketle sadece etki yönetiminin değil öz-aldatmanın da çevreci ve ekolojik tutum ve davranışlarla ilişkili olabileceğini öngörmektedir. Ayrıca bu çalışmada doğa tabanlı turlara katılan bireylerin örneklem olarak seçilmesinin de alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan yapılan alanyazın taramasında Türkçe alanyazında bu çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

YÖNTEM

Araştırma mevcut durumu tespit etmeyi, değişkenler arasında birlikte değişimi ve bu değişimin derecesini belirlemeyi amaçladığından tarama modellerinden ilişkisel tarama modeline uygun olarak düzenlenmiştir. İki veya daha fazla sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini ortaya çıkarmayı amaçlayan araştırma modeline ilişkisel tarama modeli denmektedir (Karasar, 2013). Bu çalışmada, sosyal istenirliğin, çevreci duyarlılık, tutum ve davranışlar üzerindeki etkisi doğa tabanlı tur katılımcıları örnekleminde incelenmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Mersin’de yaşayan ve Mersin il sınırları içerisindeki doğal alanlara düzenlenen doğa tabanlı yürüyüş turlarına katılan bireyler oluşturmaktadır. Mersin’deki düzenlenen doğa tabanlı yürüyüş turlarına katılan kişilerin sayısı ile ilgili kesin bir istatistik bulunmadığından çalışmada sınırsız evren örnekleme formülü kullanılacaktır.

Araştırmada örneklem seçimi olarak olasılığa dayalı olmayan örnekleme teknikleri içerisinde kolayda örnekleme yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi tekniği ankete cevap veren herkesin örnekleme dâhil edilebilmesi esasına dayanmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012: 140). Anket uygulaması 1-31 Mart 2019 tarihleri arasında, Mersin’de doğa yürüyüş turları düzenleyen seyahat acenteleri ile iletişime geçilip, veri toplama izni alındıktan sonra yapılmış ve anket toplama sürecinin sonunda doğa tabanlı yürüyüş turlarına katılan 325 kişiye ulaşılmıştır. Ancak 12 adet anketin belli bir kısmı yeterli veriye sahip olmadığı için değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın analizleri 313 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde ankete katılan kişilere yönelik ait sosyo-demografik

sorular bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde Akın (2010) tarafından geliştirilen Sosyal İstenirlik Ölçeği bulunmaktadır. Ölçek, toplam 29 maddeden oluşmakta ve izlenim yönetimi ve öz-aldatma olmak üzere iki boyuttan meydana gelmektedir. Akın (2010) tarafından yapılan çalışmada, ölçeğin Cronbach Alfa Katsayıları izlenim yönetimi için 0,96 ve öz-aldatma için 0,95 olarak bulunmuştur.

Anket formunun üçüncü bölümünde Yılmaz, Çelik ve Yağizer (2009) tarafından geliştirilen ve bireylerin çevresel duyarlılık, çevresel tutum, çevresel davranış, ekolojik ürün tutumu ve ekolojik ürün satın alma davranışını ölçen 19 maddelik ölçek kullanılmıştır. Yılmaz, Çelik ve Yağizer (2009) tarafından yapılan çalışmada boyutların Cronbach Alfa Katsayıları, çevresel duyarlılık 0,81, çevresel tutum 0,68, çevresel davranış için 0,85, ekolojik ürün tutumu için 0,85 ve ekolojik ürün satın alma davranışı için 0,95 olarak tespit edilmiştir.

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilk olarak güvenilirlik analizi uygulanmış ve güvenilirlik analizlerinde Cronbach Alfa Katsayısı göz önünde bulundurulmuştur. Daha sonra kullanılan her iki ölçeğe doğrulayıcı faktör uygulanmıştır. Son olarak kolerasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Anket formunu yanıtlayan katılımcıların %42,6'ı kadın, %57'si erkek, %33,2'si evli ve %58'i bekârdır. Katılımcıların %44'ü lisans, %31,6'sı lise, %11,1'i önlisans, %7,5'i lisansüstü ve % 4,2'si orta öğretim mezunudur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Değişken	N	Frekans	(%)	Değişken	N	Frekans	(%)
Cinsiyet	311			Eğitim Durumu	308		
Kadın		133	42.6	Orta Öğretim		13	4.2
Erkek		178	57.0	Lise		98	31.6
Eksik veri		2	7	Önlisans		34	11.1
Medeni Durum	285			Lisans		137	44.0
Evli		104	33.2	Lisansüstü		23	7.5
Bekar		181	58.0	Eksik veri		5	1.6
Eksik veri		28	8.9				

Güvenirlik ve Doğrulayıcı Faktör Analizi

Sosyal İstenirlik ölçeğine yapılan güvenilirlik analizinde ölçeğin izlenim yönetimi boyutu için Cronbach Alfa Katsayısı 0,84 ve öz-aldatma boyutu için 0,78 bulunmuştur. Kullanılan diğer ölçme aracının alt boyutları için Cronbach Alfa Katsayısı sırasıyla, çevresel duyarlılık 0,92; çevresel tutum 0,70; çevresel davranış 0,75; ekolojik ürün tutumu 0,85; ekolojik ürün satın alma davranışı 0,90 olarak bulunmuştur. Ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Sosyal istenirlik ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizinde Ki-kare değerinin ($\chi^2=891.87$, s.d.= 376, p=0.00) anlamlı olduğu görülmüş ve uyum indeksi değerleri RMSEA=.067, NFI=.88, CFI=.93, GFI=.83, AGFI=.81, SRMR= 0.06 olarak bulunmuştur. Çevreci tutum ve davranış ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizinde ise Ki-kare değerinin ($\chi^2=373.41$, s.d.= 142, p=0.00) anlamlı olduğu görülmüş ve uyum indeksi değerleri RMSEA=.073, NFI=.95, CFI=.97, GFI=.89, AGFI=.85, SRMR= 0.05 olarak tespit edilmiştir.

Korelasyon Analizi

İzlenim yönetimi, öz aldatma, çevresel duyarlılık, çevresel tutum ve çevresel davranış arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü test etmek amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 2. Korelasyon Matrisi

Değişken	1	2	3	4	5
1 İzlenim Yönetimi	1				
2 Öz Aldatma	,655**	1			
3 Çevresel Duyarlılık	,219**	,194**	1		
4 Çevresel Tutum	,351**	,324**	,444**	1	
5 Çevresel Davranış	,276**	,314**	,246**	,600**	1

**p<0.01

Korelasyon analizi tablosu incelendiğinde, izlenim yönetimi ile çevresel duyarlılık ($r= ,219$), çevresel tutum ($r= ,351$) ve çevresel davranış ($r= ,276$) arasında pozitif yönlü anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, öz aldatma ile çevresel tutum ($r= ,324$) ve çevresel davranış ($r= ,314$) arasında da pozitif yönlü anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki gözlemlenmekteyken, öz aldatma ile çevresel duyarlılık ($r= ,194$) arasında pozitif yönlü anlamlı fakat önemsenmeyecek kadar düşük düzeyde bir ilişki olduğu gözlenmektedir.

Regresyon Analizi

İzlenim yönetimi ve öz aldatma ile çevresel duyarlılık, çevresel tutum ve çevresel davranış arasındaki neden sonuç ilişkilerini matematiksel bir modelle açıklayabilmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizinden faydalanılmıştır. Aşağıda Tablo 2 değişkenler arasındaki basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulguları göstermektedir.

Tablo 3. Değişkenler Arası Regresyon Analizi

	Standardize edilmiş β katsayıları					
	Çevresel Duyarlılık		Çevresel Tutum		Çevresel Davranış	
İzlenim Yönetimi ¹	,219***		,351***		,276***	
Öz aldatma ²	,194***		,324***		,314***	
	1	2	1	2	1	2
Model F	15,364***	5,095***	42,462***	35,772***	25,099***	33,253***
R	,219	,194	,351	,324	,276	,314
R²	,048	0,38	,123	,105	,076	,098
En düşük Tolerans	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
En büyük VİF	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
En Büyük CI	12,477	14,442	12,477	14,442	25,099	14,442
D-W	2,044	2,026	1,960	2,041	1,813	1,876

Metot: Enter; ***p<0,001, **p<0,01, *p<0,05

Regresyon analizine ilişkin tablo incelendiğinde, bağımsız değişkenler, izlenim yönetimi ve öz aldatma ile bağımlı değişkenler, çevresel duyarlılık, çevresel tutum ve çevresel davranış, arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. Ayrıca, izlenim yönetiminin bağımlı değişkenleri açıklama oranı, R² değeri, çevresel duyarlılık için 0,048, çevresel tutum için 0,123 ve çevresel davranış için 0,076 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç ise, çevresel duyarlılığın %4,8’nin, çevresel tutumun %12,3’nün ve çevresel davranışın %7,6’sının izlenim yönetimi ile açıklanabildiğini göstermektedir. Ek olarak, izlenim yönetimindeki bir birimlik artış, çevresel duyarlılığı 0,219 birim, çevresel tutumu 0,351 birim ve çevresel davranışı 0,276 birim artırmaktadır.

Araştırma kullanılan diğer bağımsız değişken olan, öz aldatmanın, bağımlı değişkenleri açıklama oranı, R^2 değeri, çevresel duyarlılık için 0,038, çevresel tutum için 0,105 ve çevresel davranış için 0,098 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, çevresel duyarlılığın %3,8'inin, çevresel tutumun %10,5'nin ve çevresel davranışın %9,8'nin öz aldatma ile açıklanabildiğini göstermektedir. Ayrıca, öz aldatmadaki bir birimlik artışın, çevresel duyarlılığı 0,194, çevresel tutumu 0,324 ve çevresel davranışı 0,314 artırdığı gözlenmektedir.

SONUÇ

Sosyal istenirliğin, bireylerin çevreci tutum ve davranışlarını etkilediğine yönelik varsayımlar bulunmaktadır (Costarelli ve Colloca, 2004; Thøgersen ve Ölander, 2006). Bununla birlikte, daha önce tartışıldığı gibi, bu iddiaların ampirik kanıtlara dayandığı, Milfont (2008) yapılan çalışma hariç, görülmemektedir, yapılan diğer bazı çalışmalar ise sosyal istenirliğin çevresel konular üzerindeki etkisini dolaylı olarak değerlendirmiştir ve bunu yapan çalışmalar da yalnızca düşük bir etki bulmuşlardır (Kaiser vd., 1999; Wiseman ve Bogner, 2003, Pato vd., 2004). Diğer taraftan belirtmek gerekir ki Milfont (2008) tarafından yapılan çalışmada da sosyal istenirlik bir cevaplama etkisi (response bias) olarak alınmış ve analizlere sadece izlenim yönetimi alt boyutu eklenmiştir. Mevcut çalışmada ise sosyal istenirlik kişilik özelliği olarak ele alınmış ve analizlere öz aldatma boyutu da eklenmiştir.

Çalışmada, sosyal istenirliğin alt boyutları olan izlenim yönetimi ve öz aldatma ile çevreci duyarlılık, çevreci tutum ve çevreci davranışlar arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular, izlenim yönetimi ile çevreci duyarlılık, çevreci tutum ve çevreci davranış arasında zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir Buradan hareketle çalışmanın sonuçlarının alanyazındaki diğer çalışmalarla tutarlılık gösterdiği söylenebilir (Kaiser vd., 1999; Hartig, Kaiser ve Bowler (2001), 2001; Schahn, 2002; Wiseman ve Bogner, 2003; Milfont, 2008). Mevcut çalışmada, Milfont (2008) tarafından öngörüldüğü gibi diğer bağımsız değişken olan öz aldatma ile çevreci tutum ve çevreci davranış arasında düşük düzeyde bir ilişki ve çevreci duyarlılık ile arasında da önemsenmeyecek düzeyde düşük bir ilişki tespit edilmiştir.

Sosyal istenirliğin, çevreci duyarlılık, çevreci tutum ve davranış üzerine olan etkisine yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları, izlenim yönetimi ve öz aldatmanın, çevresel duyarlılık üzerinde çok zayıf bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan her iki bağımsız değişkenin hem çevreci tutum hem de çevreci davranış üzerinde çevresel duyarlılığa göre göreceli olarak daha güçlü bir etkisinin olduğu söylenebilir fakat bu etkinin yine de zayıf olduğunu belirtmek gerekmektedir. Çalışmadaki ilginç sonuçlardan bir tanesi öz aldatmanın, izlenim yönetimine göre çevresel davranış üzerinde göreceli olarak daha güçlü bir etkisinin bulunmasıdır. Bu bağlamda çevreci davranışlarda bireylerin kendilerine dürüst davranmadıkları, kendilerini kandırmaya meyilli oldukları söylenebilir.

Çalışmanın sonuçları, örneklem grubu göz önüne alındığında ilginç sonuçlar ortaya koymaktadır. Nitekim mevcut çalışmanın örneklem grubu doğa tabanlı yürüyüş turlarına katılan bireylerdir. Bu bireylerin çevresel konulara daha hassas ve daha dürüst yaklaşan bireyler olması beklenir. Fakat araştırmanın bulguları bu bireylerde bile çevreci duyarlılık, çevreci tutum ve çevreci davranışların sosyal istenirlikten anlamlı bir şekilde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, özellikle çevreci duyarlılık, tutum ve davranışın benimsenmesinin oldukça zor bir süreç olduğu ve bunun bireyler nezdindeki samimiyetinin bile toplumsal olgulardan, sosyal istenirlik yoluyla, etkilendiği görülmektedir. Öz-aldatmanın ve izlenim yönetiminin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisi göz önüne

alındığında bireyleri çevresel konularda daha samimi olmaya yöneltecek olanın daha erken yaşlarda, özellikle çocukken, verilecek olan eğitimler olacağı görülmektedir. Bu bağlamda çevreci duyarlılık, tutum ve davranışlarında hem kendine hem de başkalarına samimi olan gelecek kuşaklar için hem resmi kurumların hem de sivil toplum örgütlerinin daha fazla çaba göstermesi ve genç kuşakları doğa ile daha fazla bir araya getirmesi gerekmektedir.

Son olarak benzer çalışmanın farklı örneklem gruplarıyla tekrar edilmesinin farklı sonuçlar elde edilmesi amacıyla önemli bir husus olduğu görülmektedir. Buna ek olarak bu çalışmada, ekolojik davranışlar analizlerin dışında bırakılmıştır. Buradan hareketle sonraki çalışmalarda ekolojik davranışın, ekolojik ürünlere yönelik tutumun ve ekolojik ürün satın alma davranışının yapılacak analizlere dahil edilmesi önerilebilir. Diğer taraftan, sonraki çalışmalarda sosyal istenirliğin yanı sıra benlik sunumu gibi bağımsız değişkenlerin de kullanılması önerilen bir diğer husustur.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS uygulamalı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Akın, A. (2010). İki boyutlu sosyal istenirlik ölçeğinin geliştirilmesi ve psikometrik özelliklerinin araştırılması. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(3), 771-784.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888.
- Beckmann SC (2005) In the eye of the beholder: Danish consumercitizens and sustainability. İçinde Grunert, K.G., Thøgersen, J. (Editörler), *Consumers, policy and the environment: a tribute to Folke Ölander* (ss. 265–299). Berlin: Springer.
- Costarelli, S. ve Colloca, P. (2004) The effects of attitudinal ambivalence on pro-environmental behavioural intentions. *Journal of Environmental Psychology* 24(3), 279–288
- Crowne, D. P. ve Marlowe, D. (1964). *The approval motive*. New York: Wiley.
- Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A.G., Jones, R.E. (2000), Measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-42.
- Felonneau, M. ve Becker, M., 2008. Pro-environmental attitudes and behavior: revealing perceived social desirability. *Revue Internationale Psychologie Sociale*. 21(4), 25-53.
- Hartig, T., Kaiser, F.G., Bowler, P.A. (2001). Psychological restoration in nature as a positive motivation for ecological behavior. *Environment and Behavior*, 33(4), 590–607.
- Kaiser, F.G., Ranney, M., Hartig, T., Bowler, P.A. (1999) Ecological behavior, environmental attitude, and feelings of responsibility for the environment. *European Psychologist*, 4(2), 59–74.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Mayer, F.S., Frantz, C.M. (2004) The connectedness to nature scale: a measure of individuals feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24 (49), 503–515.
- Milfont, T.L. (2009). The effects of social desirability on self-reported environmental attitudes and ecological behaviour. *Environmentalist*, 29, 263-269.
- Pato, C., Ros, M., Troccoli, B., Tamayo, A. (2004). Environmental beliefs: an empirical validation with Brazilian students. Paper presented at the 18th conference of the international association for peopleenvironmentstudies, Vienna.
- Paulhus, D.L. (1984). Two components of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 598–609.
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response bias. İçinde J. P. Robinson, P. R. Shaver ve L. S. Wrightsman (Editörler.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (ss. 17–59). San Diego, CA: Academic.
- Pauls, C. A. ve Stemmler, G. (2003). Substance and bias in social desirability responding. *Personality and Individual Differences*, 35, 263–275.
- Sackeim, H. A. ve Gur, R. C. (1978). Self-deception, self-confrontation, and consciousness. İçinde G. E. Schwartz ve D. Shapiro (Editörler), *Consciousness and self-regulation: Advances in Research* (ss. 139–197). New York: Plenum Press.
- Sağlam, A. (2012). Çalışanların ve Yöneticilerin Sosyal İstenirlik ve Özgünlük Düzeylerinin Karşılaştırılması. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Psikoloji Ana Bilim Dalı.
- Schahn, J. (2002). The role of behavioral costs and social desirability as predictors of environmental attitudes and conservation behavior: an analysis on aggregate and on individual data level. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 23, 45–54.
- Singh, N. (2009), Exploring socially responsible behaviour of indian consumers – an empirical investigation. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 200-11.
- Stern P.C. ve Oskamp, S. (1987). Managing scarce environmental resources. İçinde Stokols. D., Altman., I. (editörler) *Handbook of environmental psychology, vol 2.* (ss. 1043–1088). Wiley: New York.
- Tarfaoui, D. ve Zkım, S. (2017). Ecological Attitude- Behavior Gap: A Theoretical Analysis. *International Journal of Economics & Strategic Management of Business Process (ESMB)*, 8(1), 33-38.
- Tarrant, M.A., Cordell H.K. (1997). The effect of respondent characteristics on general environmental attitude-behavior correspondence. *Environment Behavior*, 29, 618–637.
- Thøgersen, J., ve Ölander, F. (2006) To what degree are environmentally beneficial choices reflective of a general conservation stance? *Environment and Behavior* 38(4), 550–569.

- Uzzell, D. ve Rathzel, N. (2008), Changing relations in global environmental change, Proceedings of the Berlin Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change, ss. 1-18.
- Vining, J., ve Ebreo, A. (1992). Predicting recycling behavior from global and specific environmental attitudes and changes in recycling opportunities. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 1580-1607.
- Yılmaz, V., Çelik, H.E., Yağız, C. (2009). Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojikürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-14.
- Wallace, D. S., Paulson, R. M., Lord, C. G., Bond Jr, C. F. (2005). Which Behaviors Do Attitudes Predict? Meta-Analyzing the Effects of Social Pressure and Perceived Difficulty. *Review of General Psychology*, 9(3), 214.
- Wiseman M, Bogner FX (2003) A higher-order model of ecological values and its relationship to personality. *Personality and Individual Differences*, 34(5), 783–794.

Effect of Social Desirability on Environmental Sensitivity, Attitude and Behavior; The Case of Nature Based Tour Participants

Burhan ÇINAR

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Alper DURAN

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Hülya TAŞTAN

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Extensive Summary

General environmental problems such as the exploitation of natural resources, destruction of the ozone layer, air pollution, glaciers melting rapidly at the poles, and global warming, which are increasingly felt, point to changes in the ecosystem that threaten ecological life (Tarfaoui and Zkım, 2017). This makes environmental problems one of the current issues. Although social awareness of basic ecological risks appears to have increased (Dunlap, Van Liere, Mertig, and Jones, 2000), environmental concerns raised by individuals do not always appear to accompany a change in attitudes, values, and behaviors. Furthermore, the relationship between environmental attitudes and ecological behavior seems to be moderate even in the best cases (Kaiser, Ranney, Hartig and Bowler, 1999).

Changes in environmental and ecological attitudes and behaviors may be a result of social compliance with emerging ecological norms. Social pressure, particularly towards political correctness developed through the media, can lead individuals to conform to common norms, ie to the popular, rather than to actual normative adjustment. As a result, the public consciousness that is attempted to be formed remains superficial in behavior and cannot express itself (Félonneau and Becker, 2008). Therefore some studies suggest that environmental and ecological attitudes and behaviors of individuals may be affected by social desirability (Stern and Oskamp, 1987; Tarant and Cordell 1997; Kaiser et al., 1999; Tarfaoui and Zkım, 2017). The main purpose of this study is to examine the effect of social desirability on environmental and ecological attitudes and behaviors in nature-based tour participants.

Studies examining this effect in the literature show that the effect is minimal or not at all; Kaiser et al. (1999) found that social desirability has a very weak relation with environmental attitudes, intention to turn to ecological behaviors, and self-reporting ecological behaviors, and that its relationship with environmental values was not significant. Hartig, Kaiser, and Bowler (2001), Schahn (2002) and Wiseman and Bogner (2003) have demonstrated only a weak level of relationship between social desirability and both environmental attitudes and ecological behavior. On the other hand, Mayer and Frantz (2004) and Pato et al. (2004) found no significant relationship between the variables mentioned. Also, Milfont (2008) found that impression management, a sub-dimension of social

desirability, had a weak effect on environmental attitudes and ecological behavior and was not significant as a mediating variable between environmental attitudes and ecological behavior.

In the literature, studies examining the relationship between social desirability and environmental and ecological attitudes and behaviors seem to examine social desirability as response bias. Similarly, in these studies, social desirability was examined as an indirect variable, except for (Milfont, 2008) that included only the impression management dimension. Besides, in these studies, students were generally selected as sample groups. In this context, the present study primarily considers social desirability as a personality style (Crowne ve Marlowe, 1964; Pauls ve Stemmler, 2003) and predicts that both sub-dimensions, impression management and self-deception are related to environmental sensitivity, environmental attitude, and environmental behavior. "Self-deception will be much more difficult to notice in a situation where one believes that the person believes in the reality of a positive self-image, without the intention of deceiving others" (Sağlam, 2012: 16). Thus, the study predicts that not only impression management but also self-deception can be related to environmental and ecological attitudes and behaviors. Besides, it is thought that the selection of individuals participating in nature-based tours as a sample will contribute to the literature.

Research Method and Findings

Since the research aims to determine the current situation, to determine the degree of change and the change between the variables together, it was arranged under the relational survey model. The research model aiming to reveal the existence and/or degree of change between two or more variables is called relational survey model (Karasar, 2013). In this study, the effect of social desirability on environmental sensitivity, attitudes, and behaviors is examined in the sample of nature-based tour participants.

The population of the study consists of individuals living in Mersin and participating in nature-based walking tours organized in natural areas within the borders of Mersin province. Since there is no exact statistics on the number of people participating in nature-based walking tours organized in Mersin, unlimited population sampling formula will be used in the research. Convenience sampling method is used to collect data and data is collected via questionnaire. The survey was carried out between 1-31 March 2019 with the travel agencies organizing nature walking tours in Mersin and 325 people who participated in nature-based walking tours were reached. However, some of the 12 questionnaires were excluded from the scope of evaluation because they did not have sufficient data. The analysis of the study was performed on 313 questionnaire forms.

The questionnaire used in the research consists of three parts. In the first part of the questionnaire form, there are socio-demographic questions about the participants. In the second part of the questionnaire, there is Social Desirability Scale developed by Akın (2010). In the third part of the questionnaire, a 19-item scale developed by Yılmaz, Çelik and Yağizer (2009) was used to measure the environmental sensitivity, environmental attitude, environmental behavior, ecological product attitude and ecological product buying behavior of individuals.

Among the participants of the research, 42.3% of the respondents who answered the questionnaire were female, 57% were male, 33.2% were married and 58% were single. 44% of the participants are undergraduate, 31.6% are high school, 11.1% are associate degrees, 7.5% are graduate and 4.2% are secondary education graduates.

Correlation analysis demonstrates that there is a positive, significant and weak relationship between impression management and environmental sensitivity, environmental attitude and environmental behavior. Similarly, there is a positive, significant and weak relationship between self-deception and environmental attitudes and environmental behavior, whereas a positive, significant, but negligible relationship is found between self-deception and environmental sensitivity.

When the regression analysis is examined, it is observed that the relationship between independent variables, impression management and self-deception and dependent variables, environmental sensitivity, environmental attitude, and environmental behavior is significant. Also, the ratio of explaining the dependent variables of impression management, R² value, 0.048 for environmental sensitivity, 0.123 for environmental attitude and 0.076 for environmental behavior were calculated. This result shows that 4.8% of environmental sensitivity, 12.3% of environmental attitude and 7.6% of environmental behavior can be explained by impression management. Also, one unit increase in impression management increases environmental sensitivity by 0.219 units, environmental attitude by 0.351 units, and environmental behavior by 0.276 units.

The other independent variable, self-deception, the ratio of explaining dependent variables, R² value was calculated as 0.038 for environmental sensitivity, 0.105 for environmental attitude and 0.098 for environmental behavior. This result shows that 3.8% of environmental sensitivity, 10.5% of environmental attitude and 9.8% of environmental behavior can be explained by self-deception. Also, a one-unit increase in self-deception increases environmental sensitivity by 0.194, environmental attitude by 0.332, and environmental behavior by 0.314.

The results of the study reveal interesting results when the sample group is considered. The sample group of the present study were individuals who participated in nature-based walking tours. These individuals are expected to be more sensitive and honest about environmental issues. However, the findings of the study reveal that even in these individuals, environmental sensitivity, environmental attitudes and environmental behaviors are significantly affected by social desirability. In this context, it is seen that repeating a similar study with different sample groups is an important issue to obtain different results. Besides, in this study, ecological behaviors were excluded from analyses. From this point of view, it may be suggested that ecological behavior, attitude towards ecological products and ecological product purchasing behavior should be included in analyzes to be made in the following studies. On the other hand, it is suggested that besides social desirability some other independent variables such as self-presentation should be used in subsequent studies.