

**T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**



**TÜKETİM KÜLTÜRÜ İDEOLOJİSİNİN HEGEMONYASI
ALTINDA ÇEVRESEL DEĞERLERİN TURİZMDE
KULLANIMI VE YEREL HALKIN ÇEVRESEL TUTUMU İLE
FEDAKÂRLIĞI**

Doktora Tezi

**Hazırlayan
Yeşim ARABOĞA**

**Danışman
Prof. Dr. Kemal BİRDİR**

TEMMUZ-2025, MERSİN

**T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**TÜKETİM KÜLTÜRÜ İDEOLOJİSİNİN HEGEMONYASI ALTINDA
ÇEVRESEL DEĞERLERİN TURİZMDE KULLANIMI VE YEREL
HALKIN ÇEVRESEL TUTUMU İLE FEDAKÂRLIĞI**

Doktora Tezi

**Hazırlayan
Yeşim ARABOĞA
ORCID No: 0000-0002-6875-8673**

**Danışman
Prof. Dr. Kemal BİRDİR
ORCID No: 0000-0003-1353-3618**

TEMMUZ-2025, MERSİN

ÖZET

TÜKETİM KÜLTÜRÜ İDEOLOJİSİNİN HEGEMONYASI ALTINDA ÇEVRESEL DEĞERLERİN TURİZMDE KULLANIMI VE YEREL HALKIN ÇEVRESEL TUTUMU İLE FEDAKÂRLIĞI

Kapitalist yaşam şeklinin toplumun tüketim pratiklerinde yarattığı değişiklikler, arzuların isteklere, isteklerin ise ihtiyaçlara dönüşmesini sağlamaktadır. Tüketim kültürü, bu dönüşüm sürecinin merkezinde yer almakta ve bireylerin faydacı bir tutum geliştirerek tüketimi temel yaşam amacı haline getirmelerine neden olmaktadır. Tüketime konu olan kaynaklardan biri de çevresel unsurlardır. Turizm sektörünün de temel çekicilik unsurlarından biri olan çevre, turizm faaliyetlerinin bir destinasyondaki genişliğini etkilemektedir. Zaman içerisinde turist akışının fazlaşmasıyla çevresel kaynakların taşıma kapasitesi azalmakta ve kaynaklar üzerindeki baskı artmaktadır. Çevresel kaynaklar üzerindeki baskıya rağmen yerel halk bazen turizmden sağladığı ekonomik kazancı devam ettirebilmek için bu kaynakları kullanmaya devam edebilmekte ve çevrenin metalaştırılmasına izin verebilmektedir. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı, tüketim kültürünün hegemonyası altında yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizme yönelik çevresel tutumu ve çevresel fedakârlığı üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Amaca bağlı olarak bu araştırma ilişkisel tarama modeli ile tasarlanmıştır. Araştırmada veriler Ocak 2024- Nisan 2024 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, Kütahya'da yüz yüze 583 kişiye anket uygulanarak toplanmıştır. Araştırmada verilerin analiz edilmesinde betimleyici istatistikler, doğrulayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik modeli, yol analizi ile regresyon testlerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre (i) yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının hem çevre merkezci hem de insan merkezci anlayışa yönelik orta düzeyde bir eğilime sahip olduğu, (ii) yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde bir etkisinin olduğu, (iii) yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde bir etkisinin olduğu, (iv) yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde etkisi olduğu ve (v) yerel halkın turizme yönelik çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumlarına etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Çevresel Tüketim, Çevresel Tutum, Çevresel Fedakârlık, Yerel Halk

Danışman: Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin

ABSTRACT

THE USE OF ENVIRONMENTAL VALUES IN TOURISM UNDER THE HEGEMONY OF CONSUMER CULTURE IDEOLOGY AND THE ENVIRONMENTAL ATTITUDE AND ALTRUISM OF LOCAL PEOPLE

The changes created by the capitalist way of life in the consumption practices of the society enable the transformation of desires into wants and wants into needs. Consumption culture is at the centre of this transformation process and causes individuals to develop a utilitarian attitude and make consumption the main purpose of life. One of the resources subject to consumption is environmental elements. The environment, which is one of the main attraction factors of the tourism sector, affects the extent of tourism activities in a destination. As the flow of tourists increases over time, the carrying capacity of environmental resources decreases and the pressure on resources increases. Despite the pressure on environmental resources, local people sometimes continue to use these resources and allow the commodification of the environment in order to maintain the economic gains from tourism. In this context, the aim of this research is to investigate the effect of environmental consumption approach of local people on their environmental attitude towards tourism and environmental sacrifice under the hegemony of consumer culture. Depending on the purpose, this research was designed with the relational survey model. The data were collected by applying a face-to-face questionnaire to 583 people in Kütahya between January 2024 and April 2024 using convenience sampling method. Descriptive statistics, confirmatory factor analysis, structural equation modelling, path analysis, regression tests were used to analyse the data. According to the results of the study, it was determined that (i) local people's environmental consumption behaviours have a moderate tendency towards both ecocentric and anthropocentric understanding, (ii) local people's environmental consumption behaviours have an effect on their environmental attitudes towards tourism, (iii) local people's environmental consumption behaviours have an effect on their environmental sacrifices towards tourism, (iv) local people's environmental attitudes towards tourism have an effect on their environmental sacrifices and (v) local people's environmental sacrifices towards tourism have an effect on their environmental attitudes.

Keywords: Consumption Culture, Environmental Consumption, Environmental Attitude, Environmental Altruism, Local People

Advisor: Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Department of Tourism Management, The University of Mersin, Mersin

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının tamamlanması sürecinde katkısını ve desteğini esirgemeyen birçok kişiye teşekkürlerimi sunmaktan onur duyuyorum. Öncelikle lisans eğitimimden itibaren hem akademisyenliğini hem de insanlığını izlerken hayranlık duyduğum ve süreç içerisinde benden desteğini esirgemeyerek yoluma ışık tutan kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Kemal BİRDİR'e en derin saygılarımla teşekkürlerimi sunarım. Doktora sürecimde bir danışman gibi emek harcayan ve aynı zamanda Tez İzleme Komitesi'nde bulunarak fikrini alma fırsatı bulduğum ve kendisiyle tanışmayı şans olarak gördüğüm Prof. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR hocama şükranlarımı sunarım. Yine Tez İzleme Komitesi'nde bulunan ve tezim için bana zaman ayırmak zorunda kalan Doç. Dr. Çağrı SAÇLI hocama teşekkürlerimi sunarım. Tez sürecimde tanışma fırsatı bulduğum ve bu süreçten itibaren doktora tezi çalışmalarımı her yönden destekleyen, çözümler üreten, bana hem bir çalışma arkadaşı hem bir ağabey olan değerli hocam Prof. Dr. Oğuzhan YÜKSEL'e, tezimin analizleri konusunda benden değerli bilgilerini esirgemeyerek yardımcı olan, her soruma sabırla cevap veren ve tez çalışmamla büyük bir katkı sağlayan hocam Doç. Dr. Erhan DEVRİLMEZ'e teşekkürü bir borç bilirim. Tez çalışmam boyunca yapılması gerekli olan fakat bunlara zaman ayırırken zorlandığım her konu da bana yardımcı bir el olarak yetişen, bu yükleri benden alan sevgili öğrencilerim Semihcan SERT ve İdris Mazlum KOŞAR'a teşekkür ederim. Yine tezimin son okumalarını yaparak okuyucular için nitelikli bir okuma fırsatı sunan Dr. Nevriye BOZDEMİR'e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca eğitim hayatım boyunca bana emeği geçmiş olan bütün saygıdeğer hocalarıma ve tez sürecimde yanımda olan diğer bütün arkadaşlarıma da teşekkürü bir borç bilirim. Beni hayatım boyunca her zaman destekleyen ve hayatta sahip olduğum en büyük şans olarak gördüğüm babam İlhan DOLAHMET ve annem Şükran DOLAHMET'e, yine en önemli şanslarımdan olan ve bana sevgilerini her zaman hissettiren biricik kardeşlerim Dr. Funda DOLAHMET ve Murat Mert DOLAHMET'e minnettarım. Bir hayatı paylaştığım ve her zaman olduğu gibi tez sürecimde de birlikte üzüldüğüm ve sevindiğim ve yanımdayken her daim güçlü hissettiğim canım eşim Emre ARABOĞA'ya teşekkürlerim yetersiz kalacaktır. Son olarak tez sürecimin kahramanı olan, ondan esirgemek zorunda kaldığım zamanlar için bile küçücük bedeninde taşıdığı kocaman yüreğiyle bana anlayışını sunan kıymetli oğlum Kerem İlke ARABOĞA'ya teşekkür ederek tezimi ithaf ediyorum.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR ve SİMGELER	xi
GİRİŞ	1
1. ARAŞTIRMANIN TANITIMI	5
1.1. Araştırmanın Problemi	5
1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	7
1.3. Araştırmanın Önemi	8
1.4. Araştırmanın Hipotezleri	9
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	13
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	15
2.1. TÜKETİM, TÜKETİM KURAMLARI VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ	15
2.1.1. Tüketim Kavramı	15
2.1.2. Tüketim Kuramları	16
2.1.2.1. İbn-i Haldun'un İhtiyaç ve Tüketim Anlayışı	17
2.1.2.2. Weber'in Tüketim Anlayışı	18
2.1.2.3. Veblen'in Aylak Sınıfının Teorisi	20
2.1.2.4. Karl Marx'ın Yabancılaşma Teorisi	23
2.1.2.5. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi	24
2.1.2.6. George Ritzer ve Tüketim Mekânları	26
2.1.2.7. Jean Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Teorisi	29
2.1.3. Tüketim Kültürü	32
2.1.3.1. Kültürün Küreselleşmesi ve Yerel Kültürlerin Tüketime Entegrasyonu	35
2.1.3.2. Küresel Bir Tüketim Kültürü Aracı Olarak Turizm	39
2.1.3.3. Tüketim Kültürünün Etkisiyle Mekânların Turistik Alanlara Dönüşümü	45
2.1.3.4. Tüketim Kültürü ve Çevre İlişkisi	49
2.2. İNSAN-DOĞA ETKİLEŞİMİNE YÖNELİK PARADİGMALAR VE ÇEVRESEL TÜKETİM	53
2.2.1. İnsan Merkezci Anlayış: Antroposentrizm	55
2.2.2. Çevre Merkezci Anlayış: Ekosentrizm	59
2.2.3. İnsan-Doğa İlişkisine Yönelik Ekolojik Hareketler	63
2.2.3.1. İnsan Ekolojisi	64
2.2.3.2. Toplumsal Ekoloji	66
2.2.3.3. Derin Ekoloji	68
2.2.4. Çevrenin Tüketimi ve Turizm İlişkisi	70
2.2.4.1. Çevrenin Turizm Üzerindeki Etkileri	73
2.2.4.2. Turizmin Çevre Üzerindeki Etkileri	75
2.2.4.3. İklim Değişiklikleri ve Turizm	78
2.3. ÇEVRECİ DAVRANIŞA YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR	80
2.3.1. Planlı Davranış Teorisi	81
2.3.2. Norm Aktivasyon Modeli	82
2.3.3. Değer- İnanç- Norm Teorisi	84
2.3.4. Hedef Çerçeveleme Teorisi	87
2.3.5. Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli	89
2.3.6. Çevresel Fedakârlık	91

2.3.7. Çevresel Tutum	93
2.3.8. Turizm, Tüketim ve Çevre Döngüsü: Tüketirken Tükenmek	96
2.4. ALAN YAZIN TARAMASI	103
2.4.1. Tüketim ve Çevre İlişkisine Yönelik Yapılmış Çalışmalar	104
2.4.2. Çevresel Tutuma Yönelik Yapılmış Çalışmalar	110
2.4.3. Çevresel Fedakârlığa Yönelik Yapılmış Çalışmalar	113
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	117
3.1. Araştırmanın Modeli	117
3.2. Evren ve Örneklem	118
3.3. Veri Toplama Araçları	119
3.4. Pilot Uygulama ve Veri Toplama Süreci	122
3.5. Veri Analiz Teknikleri ve Veri Hazırlama Süreci	122
3.5.1. Güvenilirlik Analizi	123
3.5.2. Normal Dağılım Analizleri	123
3.5.3. Homojenlik Testleri	125
4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	127
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular	127
4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları	129
4.3. Yapısal Eşitlik Modeli ve Yol Analizi Bulguları	130
4.4. Hipotez Testlerine Yönelik Regresyon Bulguları	132
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	138
KAYNAKLAR	146
EKLER	171
BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI	174
ÖZGEÇMİŞ	175

TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Tüketim Kültürüne İlişkin Yargılar	35
Tablo 2.2. Kültürün Küreselleşmesinin Avantaj ve Dezavantajları	38
Tablo 2.3. Turizmde Post-Fordist Tüketime Yönelik Değişim	44
Tablo 2.4. Derin ve Sığ Ekoloji Formülasyonu	69
Tablo 2.5. Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri	76
Tablo 2.6. Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri	77
Tablo 2.7. İklim Değişikliğinin Turizme Olası Etkileri	80
Tablo 3.1. Ölçekler İçin Hesaplanan Cronbach's Alpha Değerleri	122
Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları Tablosu	123
Tablo 3.3. Değişkenlerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	123
Tablo 3.4. Değişkenlerin Mardia's Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	124
Tablo 3.5. Levene Test Değerleri	125
Tablo 3.6. Box's M Test Değerleri	126
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular	127
Tablo 4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Yapı Geçerliliği Tablosu	129
Tablo 4.3. DFA Uyum Değerleri Tablosu	130
Tablo 4.4. Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Katsayıları	132
Tablo 4.5. Çevresel Tüketim Yaklaşımı Boyutları ile Çevresel Tutum Boyutları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu	132
Tablo 4.6. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Tutum Alt Boyutları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu	133
Tablo 4.7. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu	133
Tablo 4.8. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu	134
Tablo 4.9. Çevresel Tutum Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu	134
Tablo 4.10. Çevresel Tutum Alt Boyutları ile Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu	134
Tablo 4.11. Çevresel Fedakârlık Değişkeninin Çevresel Tutum Üzerindeki Etkileri Model Tablosu	135
Tablo 4.12. Çevresel Fedakârlık ve Çevresel Tutum Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu	135
Tablo 4.13. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları	136

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 3.1. Araştırma Modelinin Simgesel Olarak Gösterimi	118
Şekil 4.1. Yerel Halkın Çevresel Tüketim Yaklaşımı, Turizme Yönelik Çevresel Tutumları ve Çevresel Fedakârlıkları Modeli Yol Analizi Bulguları	131



KISALTMALAR ve SİMGELER

Kısaltma/Simge	Tanım
AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index
AVE	Average Variance Extracted- Açıklanan ortalama varyans
CFI	Comparative Fit Index - Karşılaştırmalı Uyum Endeksi
CR	Composite Reliability- Bileşik Güvenirlik
ÇSY	Çevresel, Sosyal ve Yönetişim
DAF	Doğrulamalı Faktör Analizi
EÇFOD	Kütahya Evliya Çelebi Fotoğraf Derneği
EPI	Çevresel Performans Endeksi
GHI	Goodness of Fit Index - Uyum İyiliği Endeksi RMR Root Mean Square Residual- Ortalama Hataların Karekökü
IFI	Incremental Fit Index - Fazlalık Uyum Endeksi
İİP	İnsan İstisnalığı Paradigması
LOÇADER	Lojistik Çalışanları Derneği Vakfı
NAM	Norm Aktivasyon Modeli
NEP	New Ecological Paradigm
NFI	Normed Fit Index - Normleştirilmiş Uyum Endeksi
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation- Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü
SKH	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri
STG	Sürdürülebilir Turizm Gelişimi
TEMA	Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
TOG Vakfı	Toplum Gönüllüleri Vakfı
VIF	Violence Inflation Factor
YEP	Yeni Ekolojik Paradigma

GİRİŞ

İnsanlık varoluşundan bu yana yaşamını devam ettirebilmek amacıyla boyutları zamanla değişen bir tüketim isteğinde bulunmuştur. İlk çağlarda insanoğlu sadece hayatta kalabilmek ve temel ihtiyaçlarını giderebilmek için tüketim eyleminde bulunsa da zamanla bu eylem farklı bir hale bürünerek “tüketim toplumu” adı verilen bir toplum yapısını ortaya çıkarmıştır (Çelik ve Küçük, 2020, s. 2). Tüketim kültürü, toplumda tüketime yönelik gelişen tutumun ve önemin bir sonucu olarak oluşmakta; toplumda var olan bireylerin kendilerini tüketim şekilleri ve alışkanlıkları ile ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Aynı zamanda modern toplumlarda kullanılan tüketim kültürü kavramı, bu toplumların üretimden ziyade tüketim aracılığıyla birleşmelerini anlatmaktadır (Aydın, 2005, s. 13).

Tüketim kültürü, sanayileşmenin etkisiyle değişen üretim teknikleri ve tüketici tercihleri ile ortaya çıkan bir yapıdır (Bayhan, 2011, s. 224). Sanayileşmeyle beraber Avrupa’da başlayıp tüm dünyayı etkileyen örgütlenme biçimleri ile ekonomik ve sosyo-kültürel yaşantı modernleşme olgusunu ortaya çıkarmıştır. Modernleşme olgusu çevresinde şekillenen bu yapı tüketim ekonomisi ve kültürünü de beraberinde getirmiştir (Sevinç ve Duran, 2018, s. 177). Frankfurt Okulu düşünürlerinden olan Horkheimer ve Adorno tarafından ele alınan *Aydınlanma’nın Diyalektiği* kitabında aydınlanmanın ve aklın önderliği olarak açıklanan modernizm (Horkheimer ve Adorno, 1995) ile küresel anlamda bir refaktan ziyade aşırı üretim ve bu üretilenleri tüketmeye bağlı olarak kaynakları kirleten ve yıpratıcı bir dünya açığa çıkmaktadır (Horkheimer, 2005). Kapitalizmin büyümesi ve büyüklüğü devam ettirme isteği ile desteklenen ve insan yaşamının birçok alanında hayat bulan aşırı tüketim, günümüzde insan faaliyetlerinin belirleyici özelliklerini tanımlamaktadır (Storey, 1998, s. 21).

Tüketim kültürü, insanlara tüketimin empoze edilmesi ve onlara tüketme alışkanlığının kazandırılmasıdır. Aynı şekilde, toplumda yeni üretim güçlerinin belirmesi ve çok daha verimli olduğu düşünülen bir ekonomik sistemin yeniden yapılanmasıdır (Baudrillard, 2022, s. 95). Bu anlayışta tüketiciler bir materyal odaklı dünyada yaşayan varlıklar olarak görülmektedir. Tüketim nesnelereyle desteklenen, düşünceyle işgal edilen yapıda bireylerin karakterleri onlara ait olan şeylerle çözümlenmektedir. Bireylerin pazarda geçirdiği zaman, sosyal işlerini yapmanın yanında nesnelere elde edilmesi için ayrılan zaman şekline dönüşmektedir (Çınar ve Çubukçu, 2009, s. 279). Tüketim kültürünün varlığını sürdürebilmesi için nesnelere ve bu nesnelere sahip olmaya ihtiyacı vardır. Zira üretilen nesnelere kullanım değerine ve süresine göre değil, yok oluşuna göre üretilmektedir. Bu sebeple yok etme üretimi alternatif olarak ele alınmaktadır (Baudrillard, 2022, ss. 46-60).

Tüketim kültüründe tüketimin yerinin günlük yaşam olduğu ifade edilmektedir. Günlük yaşam ise sadece gün içerisinde yapılan hareketlerin bir toplamı değil, bir yorumlama sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Baudrillard, 2008, s. 28). Tüketim kültüründe sürekli olarak yeni bir nesneye ihtiyacın olduğunun hissettirilmesi ve günlük yaşamdaki hoşnutsuzlukların, mutsuzlukların ön plana çıkarılmasıyla bireyler alışverişe yönlendirilmektedir. Bireylere alışveriş yapmanın buna çözüm olacağı duygusu yüklenmektedir (Kaban Kadioğlu, 2014, s. 43).

Arzuların yönlendirilmesiyle ortaya çıkan maddi tüketimin çoğalması, toplumda kıskançlık ve açgözlülük gibi duyguların artmasını sağlamaktadır. Bu da dünyadaki kıt kaynakların israf edilmesiyle çevresel tahribatların oluşmasına ve sürdürülebilirliğin azalmasına neden olmaktadır (Terzi ve Altunışık, 2016, s. 89). Tüketim kültürünün ortaya çıkardığı ideolojiler, alınan tüm önlemlere ve geliştirilen tüm teknolojilere rağmen doğayı kirletmeye devam etmekte hem toplumsal hem de doğal çevre için potansiyel riskleri taşımaktadır (Kılıç, 2006, s. 109). Tüketim kültüründe hedonist güdülerle ve bencilce yapılan her tüketim eyleminin bir çevresel maliyeti bulunmaktadır. Satın alınan her üründe doğanın biraz daha sömürülmesi söz konusu olmaktadır. Kâğıt üretimi için ağaçların kesilmesi, palm yağı üretmek için palmiye ağaçlarının kesilmesi, deriden yapılan ürünlerin üretilmesi için hayvanların öldürülmesi, plastikten yapılan ürünlerin doğaya bırakılması bunlara örnektir (Çelik ve Küçük, 2020, s. 11).

Tüketim kültürünün çevreye etkisi bireylerin tüketim davranışlarından kaynaklanmaktadır. Bu davranışlar doğrudan veya dolaylı olarak karbondioksit salınımı, biyolojik çeşitliliğin azaltılması, küresel ısınma ve doğal kaynak tüketimi vb. birçok çevresel etkiyi meydana getirmektedir (Savaş, 2012, s. 137). Tüketim kültürü ile birlikte yaratılan değerler ve pratikler, tüketimin yayılmasına neden olmuştur. Fast-food yemek kültürü, kâğıt bardak, tabak, çatal vb. ürünlerin kullanımı; hızlı çözüm ve atılabilir nesnelere ve dolayısıyla “kullan-at” kültürünün yaygınlaşmasını sağlamıştır (Aytaç, 2006, s. 32). Kullan-at kültürü bireyler ve nesnelere arasındaki ilişkiyi yeniden şekillendirmiş, buna bağlı olarak bireylerin nesnelere yükledikleri anlamlar da bu kültürle birlikte değişmiştir. Örneğin, yeni bir bebeğe sahip olabilmek uğruna eski barbie bebeğini parçalayarak çöpe atan yeni kuşak bir kız çocuğu ile çocukluğu boyunca aynı bez bebeği kullanıp büyüyünce de saklamaya devam eden eski kuşak arasındaki fark bu noktada görülmektedir (Toffler, 1981, s. 50). Baudrillard (2008, s. 40) kullan-at kültürü ile birlikte doğanın savurganlığı “çöp sepeti uygarlığı” adını verdiği bir tanımlamayla ifade etmektedir. Zira tüketim sistemi bireylerde belirli şekillerde tetikleyici koşullandırmalar yaratarak tüketim eylemini sürekli kılmaktadır. Her yeni tüketim ise başka bir tüketim için alan açılmasını zorunlu kılmaktadır. Böylece her tüketim gerçek anlamda tamamlanmadan ‘artık’ haline gelerek çöp sepeti uygarlığının büyümesine sebep olmaktadır. Bu sebeple Baudrillard, “bana fırlatıp attığın şeyi söyle sana kim olduğunun söyleyeyim” cümlesini kullanarak tüketicinin tüketicinin tüketicinin tüketicinin tanımlanabileceğini ifade etmektedir.

Tüketim kültürünün yükselişi ile birlikte tüketim sınırlarının genişlemesi çevreye verilen zarar artırmaktadır. Tüketim toplumunun kaynakları sömürmesi sonucunda doğal kaynakların (ormanların, toprağın, suyun ve havanın) tüketilmesi, değiştirilmesi ya da zehirlenmesi tehdidi doğmaktadır. (Durning, 1998, s. 13). Tüketimci yaşam tarzının hızlı bir şekilde yayılması, geleceği düşünmeden yaşayan bireylerin yaşadığı önemli bir değişiktir. Birkaç kuşak arasında yaşanan değişimde bireyler araba sürücüsü, televizyon izleyicisi, alışveriş merkezi müşterisi ve tek kullanımlık malzeme alıcısı şeklinde dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümün trajik ironisi, tüketim toplumunun

yayımlanmasının çevreye fazlasıyla zarar vermesi ve bireylere de tatminsiz bir yaşam sunması olmaktadır (Durning, 1998, s. 21). Üretim miktarının artmasına sebep olan üretim teknolojilerinin değişimiyle tüketicinin demokratikleştirilmesi, bireylerin tükettiklerinden ibaret olduklarını algılamalarını zorlaştırmaktadır. İnsan ile insan ve insan ile doğa arasındaki tahakküm ilişkileri ve yararcı rasyonalite hiç değiştirilmeden bireylerin çoğulcu ve bireyselleşmeye olanak tanıyan bir sistem içerisinde yaşadıklarını sanmasını sağlamaktadır (Elmasoğlu, 2017, s. 31).

Tüketim kültüründe, tüketilen çevre sonucu ortaya çıkan doğal tahribatın ve yaşam alanı kısıtlanan diğer canlıların yanı sıra göz ardı edilen diğer bir konu ise “tüketirken tükenmek” durumudur. Bireyler tüketimi gerçekleştirirken aslında kendi geleceklerini de tehlikeye attıklarının farkında olmamaktadırlar. Doğanın kaynaklarının sınırlı olduğu bilincinden uzak olan tüketiciler hedonist güdülerini ile sürekli tüketme eğilimindedir (Çelik ve Küçük, 2010, s. 16). Sanayi üretimiyle birlikte daha fazla kirlenmeye başlayan gezegenimiz haz için tüketmeye başlayan bireylerin ortaya çıkmasıyla daha hızlı kirlenmeye başlamıştır. Tüketilen mallar çevreye atılmakta ve doğanın bunları kendi içerisinde hazmetmesi beklenmektedir. Fakat ürünlerin ve buna bağlı olarak üretimde kullanılan malzemelerin çeşitlenmesi doğanın atıkları yok etmesini engellemektedir (Karakehya, 2013, s. 781).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisinde en hızlı genişleyen sektörlerden biri haline gelen turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde çoğu zaman bölgesel ve ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır (Çımat ve Bahar, 2003, s. 2). Belirli bir bölgeye turistik talebin oluşması ve bu talebin sürdürülmesinde fiziksel çevre önemli bir etken olmaktadır. Aynı zamanda turistlerin gidecekleri yerin seçiminde de fiziksel çevre belirleyici bir etkidir. (Kozak ve ark., 2010, s.98). Doğası gereğini varlığını ve varoluşunu çevresel kaynaklara borçlu olan turizm için bu kaynakların her biri hammadde niteliğindedir. Bu sebeple turizm için çevresel kaynakların önemi çok büyüktür (Kahraman ve Türkay, 2014, s. 44; Roney, 2018, s. 90). Turistik talebi yönlendiren unsurların en önemlileri turistik destinasyonun sahip olduğu çevresel kaynaklardır. Bu kaynaklar ne kadar zengin ve çeşitli olursa destinasyon açısından avantaj sağlamaktadır. Ancak bu kaynaklar üzerindeki bir bozulma destinasyonun çekiciliğine zarar vermektedir (Güler ve ark., 2019, s. 108).

Bir destinasyonda turizmin gelişmesiyle birlikte çevresel kaynaklar kadar yerel halkın yaşamları da etkilenmektedir. Bunlar hem çevre hem de yerel halkın sosyal yaşantısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Alaeddinoğlu, 2007, s. 2). Turizmin geliştiği alanlarda yaşayan bölge halkı için istihdam olanakları ve girişimcilik faaliyetlerini artırması, kadınların ekonomik işgücüne katılması için fırsatlar sağlaması olumlu etkilerdendir. Fakat gösteriş etkisi yaratması, ırksal gerginliklerin ortaya çıkması, kültürel yozlaşmanın artması, kumar, fahişelik, alkol kullanımı gibi kötü alışkanlıkların ortaya çıkması da turizmin sosyal maliyetlerini oluşturmaktadır (Avcıkurt, 2017, ss. 58-60). Bu etkenler turizm planlamaları yapılırken yerel halkın bakış açısının göz önünde bulundurularak plan ve politikaların oluşturulmasının turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli bir adım olduğunu

göstermektedir (Öztürk ve ark., 2015, s. 238; Çavuş ve Tanrısevdi, 2003, s. 260). Turizm gelişiminin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için ev sahibi bölgenin doğal, tarihi ve kültürel kaynakları ile birlikte ekolojik ve biyolojik çeşitliliğinin zarar görmemesi ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Zira sürdürülebilir turizm, turistlerin ve yerel halkın gereksinimlerinin gelecek kuşakların ihtiyaçlarından ödün verilmeden karşılanmasını gerektirmektedir (Özgen ve ark., 2016, s. 55). Turizmin olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini azaltmak için öncelikle turizm ile ilgili kararlara yerel halkın katılımının sağlanması gerekmektedir. Bu kapsamda yerel halkın bilgi ve farkındalık düzeyinin belirlenerek turizmin gelişim sürecine aktif olarak katılımı sağlanmalıdır.

Bu bağlamda bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın tanıtımına yönelik olarak araştırmanın problemi, amacı, kapsamı, önemi, hipotezleri ve sınırlılıklarına ilişkin bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde kavramsal çerçeveye yer verilmiş olup tüketim ve tüketim kültürü, insan doğa etkileşimine yönelik paradigmlar, çevresel davranışa yönelik kuramsal yaklaşımlar ile alanyazın taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde verilerin istatistik yöntemleri ile analiz edilmesi sağlanmıştır. Bu analizler sonucunda elde edilen bulgular dördüncü bölümde ayrıntılı olarak raporlanmıştır. Araştırmada son olarak bulgular kapsamında ortaya çıkan sonuçlar yorumlanmıştır. Bu kapsamda bu bölümde sonuçlar diğer benzer araştırmaların sonuçları ile kıyaslanarak tartışılmış ve çeşitli öneriler getirilmiştir.

1. ARAŞTIRMANIN TANITIMI

Bu bölümde araştırmanın tanıtılması kapsamında araştırmanın problemi, amacı, kapsamı ve önemi, araştırmada irdelenecek olan hipotezler ile araştırmanın sınırlılıkları detaylıca açıklanmaktadır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Yerelin bir meta olarak sunulduğu, modernizm tarafından üretilen ve hayatın birçok alanına adapte ettiği paketleme, pazarlama ve tüketime yönlendirme anlayışının görüldüğü alanlardan biri olan turizm; yapısını üretim ve tüketim ilişkisi üzerine oluşturmaktadır. Bu nedenle yerel kültür ve değerler turizm faydacılığı için feda edilebilmektedir (King ve Stewart, 1996). Bu alanlarda yaratılan yapay otantiklik ve yerellikle birlikte mekân, gelenek, el sanatları ve yemeklerin yanında insanların kendileri de birer meta olabilmektedir (Özünel, 2011, s. 258). Metalaşma, sadece yöresel ürünlerin kitlesel üretimi ile gerçekleşmemekte; doğal ve kültürel varlıkların insanların kullanımına sunulması ile de gerçekleşmektedir. Turizm sektöründeki metalaşmaya verilebilecek birçok örnekten biri hayvanların turizm sektörünün çeşitli alanlarında kullanılmasıdır. Destinasyonlar bölgenin çekim unsuru olarak bazen hayvanları ikonik sembol olarak kullanmaktadır. Böylece hayvanlar turistik deneyimin bir parçası olarak kullanılmakta ve metalaştırılmaktadır. Örneğin; yunus şovları, sirkler, deve güreşi, avcılık, rodeo, at yarışı vb. etkinlikler hayvanların kullanılmasıyla gerçekleşmektedir (Avcıkurt, 2017, ss. 85-87).

Modernleşme süreciyle birlikte tüketim kültürü ürünlerin kullanım değeri yerine toplumsal statüyü ve kimliği tanımlama biçimi olarak kullanılmış ve buna bağlı olarak insanların tüketim tercihleri üzerinde oldukça etkili olmuştur (Kaya ve Oğuz, 2010). Tüketim kültürü ile yaratılan tüketim toplumunda bireyler tarafından gerçekleştirilen tüketim eylemleri CO₂ salınımı, biyolojik çeşitliliğin azalması, doğal kaynakların tükenmesi ve küresel ısınmaya bağlı olarak iklim değişikliklerinin yaşanması gibi bazı çevresel sorunlara neden olmaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 64). Tüketim etkisiyle çevrenin zarar görmesini engellemek için bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışına yönlendirilmesi gerekmektedir. Doğal kaynakların üretim sürecine dahil edilerek tüketime sunulması sonucunda ortaya çıkan atıkların çevreye zarar vermeyecek şekilde bırakılması ya da yeniden üretime kazandırılması ile tüketimin sürdürülebilirliğinin sağlanması mümkündür (Hayta, 2009, s. 144).

Sürdürülebilir çevre ile ilgili olarak insanın çevreye yaklaşımını belirleyen temelde iki tane paradigma bulunmaktadır. Bu paradigmalardan biri insan merkezci olup doğayı bir kaynak olarak gören İnsan İstisnalığı Paradigması (İİP) iken diğeri çevre merkezci olup insan-doğa etkileşimini kabul eden Yeni Ekolojik Paradigma (YEP)'dir (Eryılmaz, 2017, s. 161). Yeni Ekolojik Paradigma'ya göre insan toplumsal yaşamını etkileyen diğer türlerle etkileşim halindedir ve dünya sonsuz değildir. Biyolojik ve fiziksel sınırlar hem ekonomik gelişmeyi hem toplumsal ilerlemeyi hem de diğer toplumsal olguları kısıtlamaktadır (Catton ve Dunlap, 1978, s. 44). Bir bölgede turizm gelişimi sürecinde de kullanılan bu modeller çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemlidir.

Bir bölgede turizm gelişiminde yerel halkın, turizmin etkilerini algılayışı (Stylidis, ve ark., 2014) ve çevresel tutumu önemli bir etkidir (Gürsoy ve ark., 2010). Bu nedenle turizm gelişim sürecinde insan merkezci ve çevre merkezci bakış açıları yerel halkın turizme yönelik istekliliğinin tespit edilmesi açısından da önemlidir. İnsan merkezci yaklaşımın savunucularına göre çevre önemlidir fakat burada çevreye verilen değer sadece çevrenin insana sağlayacağı faydadan ibarettir. Bu yaklaşımda insan sahip olduğu akıl ve kültürel yapıları gereği diğer canlılara oranla çevreden daha fazla yararlanma hakkına sahip olmaktadır (Kortenkamp ve Moore, 2001). İnsan merkezci yaklaşıma sahip bireyler çevre sorunlarıyla ilgilenmekten uzak durdukları gibi kaynaklarında sanıldığı kadar hızlı tükendiğine inanmamaktadırlar. Ormanların yok olması, ozon tabakasının zarar görmesi gibi bazı sorunların asılsız olduğunu düşünmektedirler (Erten, 2007, s. 73). Çevre merkezci yaklaşıma sahip bireylere göre ise insanlar doğayı ciddi şekilde istismar etmektedir ve insanlar gibi diğer canlılarında yaşam hakkının olduğunu ileri sürmektedirler. (Alınışık, 2010, s. 517). Bu yaklaşımın savunucuları doğanın korunması gerektiğini vurgulamakta fakat bunun insan yararına olduğu için değil hayvan ve bitki topluluklarının da sağlığının insan kadar değerli olduğunu düşündüklerindedir (Erten, 2007, s. 73). Bu yaklaşımlardan da anlaşılacağı gibi insanın çevre üzerindeki etkisi, çevrenin kalitesinin korunması açısından önemli bir unsurdur. Gerek çevresel bozulmalar gerekse de çevresel koruma bireylerin bakış açısıyla belirlenen bir unsurdur. Aynı şekilde çevresel bozulmaların büyük çoğunluğu insan faaliyetleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

Ortaya çıkan çevre sorunları ve bu problemlerin boyutlarıyla ilgili olarak Yale Üniversitesi Çevre Hukuku ve Politikaları Merkezi her iki yılda bir hazırladığı Çevresel Performans Endeksi (EPI) raporu aracılığı ile ülkelerin performanslarını ölçümlenmektedir. Özellikle doğal hayatın korunmasında çevre politikası yapıcılara yol göstermesi açısından 2006 yılından beri yapılan bu çalışma, ülkelerin çevresel performanslarını görmeleri amacıyla yapılmaktadır. Temelde ekosistem canlılığı ve çevresel sağlık üzerine iki odak noktası olan EPI, her ülke için bir puan yayınlamaktadır. EPI 2020 raporunda Türkiye 180 ülke içerisinde 99. sırada yer alırken EPI puanı 42,6'dır. Çevresel sağlık puanı 51,3 olup 58. sırada ve ekosistem canlılığı puanı ise 36,9 olup 140. sırada yer almaktadır. EPI raporuna göre çevresel performansı en iyi olan ilk 20 ülke ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerinden oluşurken çevresel performansı en kötü olan son 20 ülke Sahra altı Afrika ülkelerinden oluşmaktadır (Wendling ve ark., 2020). Her iki yılda bir yapılmaya devam edilen EPI raporuna göre Türkiye 2022 yılı raporunda 26,30 puanla 172. sıraya gerilemiş, 2024 yılı raporunda ise 37,2 puanla 143. sıraya ilerlemiştir. Fakat rapor sonuçlarına göre yorumlandığında Türkiye'nin Çevresel Performansı'nın olumsuz seyrettiği, buna rağmen 2022 yılında neredeyse son sıralarda olduğu göz önünde bulundurulduğunda iki yıllık süreçte nispeten bir iyileşmenin olduğu ortaya çıkmaktadır (Durgun ve Avşar, 2025, s. 167). Genel olarak EPI raporu sonucuna bakıldığında Türkiye listede yeşil ülkeler konumunda olmamakla birlikte çevresel performansının düşük olduğu görülmektedir.

Bir ülkenin sahip olduğu çevresel kaynakların çeşitliliği, turistlerin oraya gelmelerinde önemli bir çekim unsurudur. Bu nedenle doğa ve çevrenin insanların seyahatlerini yönlendirme gücü vardır.

Çevre, turizm endüstrisinin önemli bir hammadidesidir (Usta, 2014, s. 124). Çevre turizm için önemli bir hammadde niteliğinde olmasına rağmen turizmin çevre üzerinde yarattığı baskılar da önemli bir gerçektir. Tüketim kültürü ile birlikte nesnenin kullanım değeri değil, onun simgesel değerinin getirdiği prestij ön planda olmaktadır. Aynı şekilde tüketim kültürü ideolojisiyle değişen tüketim kalıpları turistik bir imgeye dönüşen çevreyi turizm faaliyetleri kapsamında kullanmakta, değiştirmekte ve hatta farklı formlara dönüştürmektedir. Tüketim kültürü ile şekillenen tüketim toplumunda yaşayan bireyler her şeyi olduğu gibi çevreyi de tüketim uğruna feda edebilmekte ve hazcı güdülerle hareket edebilmektedir. Doğal ve çevresel kaynakların sınırsız olmadığı dünyada insanın çevreye verdiği zarar bir yerden sonra kendisine geri dönmektedir. Turizm faaliyetlerinde kullanılan çevresel kaynakların postmodern tüketim kültürünün de etkisiyle aşırı kullanımı özendirilmektedir. Bu durum ise sürdürülebilirliğe dayalı turizm gelişiminin çevreye duyarlılık ilkesi ile çelişmektedir. Tüketim kültürünün etkisiyle herşeyin metalaştığı yaşam pratiklerinde çevre de bir meta olarak görülmekte ve turizm sektörünün hammaddesi olarak kullanılmaktadır. Bu bakımdan yerel halkın turizmde çevreyi kullanmaya yönelik geliştirdikleri tutumlar ile çevreyi korumaya yönelik yaptıkları fedakârlıklar toplumsal düzeyde incelenmesi gereken önemli bir konudur. Ancak buna rağmen tüketim kültürünün etkisiyle bireylerin çevresel tutumları ve çevresel fedakârlıkların nasıl şekillendiği ve bunların turizm gibi çevre üzerinde doğrudan etkisi olan sektörlerle etkileşim düzeyi henüz yeterince araştırılmamıştır. Bu nedenle tüketim kültürünün yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımını nasıl şekillendirdiğini ve bu anlayışın onların turizmde çevreyi kullanmalarına yönelik tutumları ile fedakârlıklarını tespit etmek bu araştırmanın temel problemi oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Tüketim ekonomisinden doğan tüketim kültürü, her toplumun yaşamakta olduğu tüketim tarzı ve tüketim biçimini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır (Kırcı, 2014, s. 86). Tüketim kültürünün hızlı bir şekilde yayılması sonucunda geleceği düşünmeden yaşayan insan türü en önemli sorunlardan birini oluşturmaktadır. Bu geçişin kötü olan yanı, tüketim toplumunun bu denli hızlı yükselmesiyle toplumun ve çevrenin oldukça zarar görmesi ve insanlara tatminsiz bir yaşam sağlamasıdır (Durning, 1998). Çünkü tüketim doğal kaynakların hesapsızca kullanımını özendirmekte, insanoğlunun tatminsiz yaşam tarzı ve tüketerek mutluluğa erişeceği düşüncesi ekolojik çevrenin yağmalanması, yok edilmesi ve çirkinleştirilmesine neden olmaktadır (Odabaşı, 2006, s. 60).

Tüketim toplumu ile ortaya çıkan toplumsal, kültürel ve ekonomik sorunların yanı sıra çevresel problemler dünyanın geleceği açısından dikkatle izlenmesi gereken konulardandır. Çünkü tüketim kültürü ile gelen yaşayış şekli dünyanın ekolojik dengesini ciddi anlamda bozabilmektedir. Modernleşme söylemiyle kentlerin bozulması, boş alanların yollar ile donatılması ve bu yolların arabalar tarafından istila edilmesi, havanın ve suyun kirletilmesi, asit yağmurlarının ormanlara ve tarihi kaynaklara zarar vermesi, zehirli atıkların yaygınlaşması ve ozon tabakasının klorla tahrip

edilmesi, sera etkisiyle iklim koşullarının değişmesi vb. sebepler tüketim kültürüyle gelen çevresel zararlardandır (Köroğlu, 2013, s. 223).

Kapitalist yapının mekânı dönüştürürken kullandığı araçlardan biri olan turizm, hizmet tüketiminin bir şeklidir. Ulaşım olanaklarının artmasına paralel olarak keşfedilen yerlerin sayısı da artmaktadır. Keşfedilen bu “mekân”lar turistik bir imge olarak kullanılmış ve metalaşmıştır. Böylece bu alanlar bir ürün olarak turizm pazarında yerini almıştır. Turizm böylece bir bölge için hem şans hem de şanssızlık olabilmektedir (Esmer, 2012, s. 3). Ayrıca turizm çevre üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilirken bu kaynakların korunmasına da katkı sağlayabilmektedir. Turizm bir bölgede doğal koruma için bir kaynak sağlarken su kıtlığı, hava kirliliği gibi çevresel sorunlara da yol açabilmektedir (Ceylan, 2019, s. 336). Doğal çevrenin turizmin önemli bir parçası olması sebebiyle bir bölgede turizm gelişiminin sağlanması mutlaka doğanın gelişmesine ve dönüşmesine sebep olacaktır. Bir bölgenin sahip olduğu iklim, flora ve fauna, su kaynakları, coğrafi yapı ve yaban hayatı turizm potansiyeli oluşturan başlıca kaynaklardır. Fakat bir bölgedeki doğal kaynakların turistik ürüne dönüştürülebilmesi için turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek alt yapı ve üst yapı yatırımları ile desteklenmesi gerekmektedir (Akış Roney, 2018, s. 100). Zaman içerisinde bölgede gerçekleşen yoğun turist artışıyla bu kaynaklar üzerinde yaratılan baskılar artmakta, bölgenin taşıma kapasitesi azalmaktadır. Bu ise alt yapı ve üst yapının iflas etmesine neden olmakta, ekolojik denge bozulmakta, endemik türler yok olmakta ve bunun gibi birçok sorun ortaya çıkmaktadır.

Modern toplumun inşasıyla birlikte ortaya çıkan ekonomik sistemler insanoğluna refah artışı sunmuştur. Bunun gerçekleşmesi ise ekolojik kaynakların sınırsızca tüketilmesine ve buna bağlı olarak atıkların çoğalmasına neden olmuştur. Ayrıca nüfus artışı, küreselleşme gibi unsurlara bağlı olarak ekolojik bozulmalar gün yüzüne çıkmıştır. Bu nedenle günümüz dünyasında yaşayan toplumların en önemli sorunu, kaynakların hızlıca tükenmesiyle kirliliğe doğru sürüklenen çevrenin nasıl korunması gerektiği ve gelecek nesillere nasıl aktarılacağıdır. Bireyler tüketim davranışları ve tercihleri ile doğal çevrenin zarar görmesine sebep oldukları için bir kültür haline gelen tüketim davranışları, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı tüketim kültürünün hegemonyası altında yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizme yönelik çevresel tutumu ve çevresel fedakârlığı üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında bir kısır döngü haline gelen ve turizmin sürdürülebilir yapısıyla çelişen tüketim kültürü ve turizm faaliyetlerini incelemek ve küresel anlamda hızla yayılarak çöp adası haline gelen turizm destinasyonlarını ele almak önemli bir konudur. Çünkü çevresel sorumluluk ilkelerinin yok sayılarak bireylerin tüketim isteklerini karşılamaya yönelik yürütülen turizm faaliyetleri “tüketirken tükenmek” kavramının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Birçok destinasyonda doğal çevrenin tahribatı ciddi boyutlara ulaşmakta ve geri döndürülemez bir hal almasına sebep olmaktadır.

Zaman içerisinde büyüyen turizm bölgelerinde atık bertarafı, kanalizasyon kirliliği, çöp birikintisi, hava, su ve gürültü kirliliği çevreyi önemli derecede tehdit etmektedir. Örneğin, Karayipler'deki yolcu gemileri her yıl 70 bin tondan fazla atık üretmektedir. Bu atıklar, suyun ve kıyı şeridinin fiziksel görünümünü bozmakla kalmayıp suda yaşayan canlı türlerine de zarar vermektedir. Karayip Bölgesi'nde gemi atıklarının yaklaşık %77'si yolcu gemilerinden atılmaktadır. Bölgede yaşayan yerel halkın günlük ürettiği çöp miktarı 0,8 kg'ken yolcu gemilerindeki bir yolcunun bir günde ürettiği çöp 3.6 kg'dır. (Ceylan, 2019, s. 336). Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere bir bölgede turizm gelişiminin kontrolsüz bir şekilde gerçekleşmesi bölgedeki doğal ve çevresel kaynakların ciddi bir şekilde tahribata uğramasına neden olabilmektedir. Bu nedenle turizm gelişim planları yapılırken bölgede yaşayan ev sahibi topluluğun kararlara dahil edilmesi, turizmin ve bölgenin doğal kaynaklarının geleceği açısından önemli olmaktadır.

Bir bölgede turizm gelişimi yerel halkın yaşantısını çeşitli yönlerden etkileyebilmektedir. Yerel halkın bu etkilere yönelik algıları bazen olumlu olurken bazen de olumsuz olmaktadır. Özellikle turizmin bölgeye sağladığı ekonomik getiri sayesinde ilk evrelerde yerel halk turizm gelişimini destekleme eğiliminde olmaktadır. Buna karşılık turizmin gelişip büyümeye devam etmesiyle bölgenin aşırı kalabalıklaşması ve bölgedeki kaynakların turistler tarafından sömürülmesi yerel halkta rahatsızlık uyandırmaktadır. Bu nedenle bir bölgede turizmin sürekliliğinin sağlanabilmesi için yerel halkın fikirlerinin alınması ve topluma dayalı bir gelişme modelinin izlenmesi önemli olmaktadır. Ayrıca bölgede turizm faaliyetleri için alınacak kararlarda yerel halkın fikrini belirtebileceği bir karar mekanizmasının oluşturulmasının da önemli olduğu vurgulanabilmektedir. Bu açıdan tüketim kültürü ideolojisinin turizm bölgelerinde yaşayan yerel halkın çevreyi turizm faaliyetlerinde kullanma ya da değiştirme eğilimi üzerinde etkili olup olmadığı konusunun araştırılması bu soruna sosyolojik bir açıdan bakılmasını sağlayacak ve turizm literatürüne özgün bir değer kazandıracığı düşünülmektedir. Ayrıca alanyazında tüketim kültürünün hegemonyası altında yerel halkın çevresel kaynakları tüketmeye yönelik anlayışının turizme yönelik çevresel tutumlarını ve fedakârlıklarını nasıl etkilediğini tespit etmek amacıyla yapılan çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın ilgili alanyazına bu eksikliğin tamamlanmasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Hipotezleri

Dunlap ve Van Liere (1984) eko-merkezli bir inanç sisteminde insanları diğer canlılar ile aynı kurallara tabi ve doğanın bir parçası olarak görmektedir. 1970'li yıllarda sosyal ve ekonomik yapıların bu görüşe ters bir şekilde geliştiği görülmektedir (Bernstein ve Szuster, 2019, s. 74). Catton ve Dunlap, (1980) bu dönemde yaygın olan baskın sosyal paradigmayı insanların doğadaki diğer canlılardan bağımsız ve üstün olarak görülmesi şeklinde açıklamaktadırlar. Çölleşme, sel afetlerinin yaygınlaşması ve küresel ısınma gibi doğa olaylarının tekrarlamasıyla küresel anlamda çevresel olumsuzluklara neden olan sanayileşmenin sürdürülemez sonuçlarına bir çözüm olarak Yeni Ekolojik Paradigma ortaya çıkmıştır.

Endüstriyel kapitalizmin gelişmesi ile üretim ve tüketim modellerinin uluslararası düzeyde kabulü, insan-çevre ilişkilerinde çevreye verilen tahribatı artırmakta ve orantısız bir kırılmalık oluşturmaktadır. Bu kırılmalık kaynakları kullanmak (sömürmek) ve tüketmek, üretim atıklarını doğaya bırakarak onu kirletmek, faunayı değiştirmek, florayı değiştirmek gibi dört temel faktöre dayanmaktadır (Birdişi, 2014, s. 33). Endüstrileşme ve sanayileşme ile belli bölgelerde yoğunlaşan, ülke nüfuslarına eşdeğer ve kişi başına düşen metrekarelerin azaldığı yoğun kent yapılaşmaları ortaya çıkmaktadır. Bu kentler ise artan gürültü yoğunluğu, izdiham, trafik yoğunluğu ve kitlesel manipülasyonlara maruz kalan yaşam biçimlerinin oluşması ile tehdit edilmektedir. Bu tahribatın yoğunluğu distopik (baskıcı) dünya görüşlerinin ortaya çıkmasına ve toplumsal düzeyde gerilimlerin artmasına sebebiyet vermektedir. Hannigan (2014, ss. 10-11), gezegenin tehlikede olduğuna ve bunun kapitalizmin, aşırı nüfusun, azalan gıda üretiminin, azalan doğal kaynakların, engellenmemiş sanayiciliğin, karbon emisyonlarının artışının ve zehirli kirliliği kontrol edememe, insan açgözlülüğü ve materyalist yaşam tarzlarının peşinde koşmanın bir kombinasyonundan kaynaklandığını belirtmektedir. Kapitalizmin eliyle şekillenen tüketim toplumdaki yeni tüketim kalıpları birçok çevresel felaketin yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu noktada tüketim hegemonyası altında kalan çevresel değerlerin korunmasına istinaden sürdürülebilir tüketim fikri ortaya çıkmaktadır. Warde (2017), “Tüketim: Sosyolojik Bir Analiz” başlıklı kitabında tüketimi şeytanlaştırmakla putlaştırmak arasında bir orta yol olan sürdürülebilir bir tüketimin mümkün olup olmadığını sorgulayarak araştırmaktadır.

Sürdürülebilirlikle ilgili olarak insanın çevreye yaklaşımını belirleyen iki tane paradigma bulunmaktadır. Bu paradigmalardan biri insan merkezci olup doğayı bir kaynak olarak gören İnsan İstisnalığı Paradigması (İİP) iken diğeri çevre merkezci olup insan-doğa etkileşimini kabul eden Yeni Ekolojik Paradigma (YEP)’dir (Eryılmaz, 2017, s. 161). Yeni Ekolojik Paradigma’ya göre insan toplumsal yaşamı etkileyen diğer türlerle etkileşim halindedir ve dünya sonsuz değildir. Biyolojik ve fiziksel sınırlar hem ekonomik gelişmeyi hem toplumsal ilerlemeyi hem de diğer toplumsal olguları kısıtlamaktadır (Catton ve Dunlap, 1978, s. 44).

Sürdürülebilir çevre anlayışının oluşmasında en önemli faktörlerden biri insanoğlunun tüketim kalıplarına ilişkin bakış açısı olmaktadır. Zira çevresel bozulmaların büyük çoğunluğu tüketimin aşırılıklarıyla oluşmaktadır. Bu durum çevresel davranışlarla tüketim arasında güçlü bir bağ olduğunu göstermektedir. Doğal ve çevresel varlıkları dikkate alan ve kaynakların optimal düzeyde kullanımını önemseyen çevre merkezli anlayışa sahip bireylerin çevreyi kullanma ve tüketme eğilimleri düşük olduğu düşünülmektedir. Buna karşılık doğal ve çevresel kaynakların insanın kullanımına hizmet ettiğini ve kaynakların bu şekilde yönlendirilmesi gerektiğini önemseyen insan merkezli anlayışa sahip bireylerin ise çevreyi kullanma ve tüketme eğilimlerinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda yapılan literatür taramasında tüketim ve çevre ilişkisini ele alan birçok çalışmanın var olduğu görülmüş (Gagnon Thompson ve Barton,1994; Princen, 1999; Kortenkamp ve Moore, 2001;

Jorgenson, 2003; Christensen ve ark., 2007; Hertwich, 2011; Savaş, 2012; Dasgupta ve Ehrlich, 2013; Köroğlu, 2013; Erciş ve Türk, 2016; Sevinç ve Duran, 2018; Barakazi, 2019; Özsoy ve Çini, 2019; Çelik ve Küçük, 2020; Rülke ve ark., 2020; Çiçek ve Korkmaz, 2021) ve bu kapsamda bu çalışmalardan faydalanılarak H1 hipotezi oluşturulmuştur.

H1: Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımı pozitif yönlüdür.

Kapitalist üretim biçimlerinin mekân üzerindeki dönüştürücü etkileri, turizm sektöründe de kendini göstermektedir. Turizm, bir boş zaman etkinliği ya da bir seyahat pratiği olmaktan ziyade ekonomik sistemin önemli bir bileşenidir. Seyahat alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak küresel hareketliliğin artması doğal, kültürel veya tarihi özellikleriyle öne çıkan mekânları birer turistik imgeye dönüştürerek pazarlanabilir ürünler hâline getirmiştir. Bu da mekânların, kapitalist sistem içerisinde metalaşmasına ve bir tüketim nesnesine dönüşmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla turizm, mekânın sadece fiziksel yapısını değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel dokusunu da derinden etkileyen çok katmanlı bir olgudur. Bir yandan ekonomik kalkınma, istihdam olanaklarının artması ve altyapı gelişimi gibi olumlu katkılar sağlarken; diğer yandan çevresel tahribat, kültürel yozlaşma ve yerel halkın yaşam pratiklerinde dönüşüm gibi olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. Bu nedenle turizm bir bölge için hem şans hem de şanssızlık olabilmektedir (Esmer, 2012, s. 3). Ayrıca turizm çevre üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilirken bu kaynakların korunmasına da katkı sağlayabilmektedir. Turizm bir bölgede doğayı koruma için bir kaynak sağlarken su kıtlığı, hava kirliliği gibi çevresel sorunlara da yol açabilmektedir (Ceylan, 2019, s. 336). Turizmin çevresel etkilerine bağlı olarak yerel halkın çevresel tutumunu ölçmek amacıyla literatürde birçok araştırma yapılmıştır (Liu, Sheldon ve Var, 1987; Kavallinis ve Pizam, 1994; Green, 2005; Amugandoh, 2010; Dal, 2008; Wang ve Yamamoto, 2009; Konstantaki ve Wickens, 2010; Sirivongs ve Tsuchiya, 2012; Ojong ve ark., 2013; Deng ve ark., 2015; Cheng ve ark., 2019; Akkuş ve Yordam, 2021; Baltacı, 2021). Bu araştırma kapsamında daha önce yapılan çalışmalardan da faydalanılarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H2: Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımı turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H2a: Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2b: Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre kullanma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2c: Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre kullanma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2d: Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Çevresel fedakârlık bireylerin herhangi bir karşılık beklemeden çevreye yönelik davranışlarını içermektedir. Fakat bireyler ekonomik, sosyal ya da fiziksel yaşamlarını idame ettirmek amacıyla çevreyi farklı şekillerde kullanabilmektedirler. Çevre için fedakârlık yapma isteği bireylerin çevresel ikilemlerle karşı karşıya kaldığında kişisel çıkarlarına ya da kişisel çıkarları pahasına bile olsa çevrenin refahına yönelik alacağı kararların boyutunu temsil etmektedir (Davis ve ark., 2011, s. 259). Chen ve Zheng (2016) yaptıkları çalışmada Çin, Japonya ve Güney Kore'deki insanların çevreye yönelik bakış açısı ve çevre için fedakârlık yapma isteğinin araştırmışlar ve Çinlilerin pozitif, Japonların negatif ve Güney Korelilerin bu ikisinin arasında bir eğilime sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Doran ve Hanss (2022) yaptıkları çalışmada çevre merkezci yaklaşıma sahip insanların bile bir seyahate çıktıklarında bu davranışlarını azaltma eğiliminde oldukları bakış açısından yola çıkarak çevre dostu seyahat beklentilerinin bireysel seyahat kararlarını çevresel sonuçlarla açıklanıp açıklanmayacağını araştırdıkları çalışma sonucunda çevreye yönelik bu beklentinin çevre için fedakârlık yapma isteği üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanında yapılan literatür taraması kapsamında çevresel davranışların çevresel fedakârlığı etkilemesine yönelik olarak gerçekleştirilmiş birçok çalışma olduğu görülmektedir (Chen ve Zenhg, 2016; Octavia, 2018; Atay ve ark., 2019; Klösch ve ark., 2021; Reyes, 2021; Xu ve ark., 2021; Doran ve Hanss, 2022). Bu kapsamda bu çalışmalardan yararlanılarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H3: Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizm yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3a: Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3b: Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Turizme yönelik çevresel fedakârlık bir insanın çevresel, tarihi ve kültürel kaynakları veya rekreasyon olanaklarını korumak ve sürdürmek için bazı şeyleri feda etmeye istekli olmasını ifade etmektedir (Knetsch ve Var, 1976). Hedlund (2011), sürdürülebilir turizm üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında çevresel kaygı ile çevreyi korumak için ekonomik fedakarlıkları kabul etme istekliliği arasında pozitif ilişki bulmuştur. Ayrıca literatür taraması kapsamında Davis ve ark., (2011)'nin çevresel davranış ve çevresel fedakârlık ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla çevreye bağlılık modeli oluşturdukları çalışma da yine bu araştırmanın dayanaklarından biri olmaktadır. Buna yönelik olarak Davis ve ark. (2011) yaptıkları çalışmada çevresel bağlılığın çevresel davranış ve çevresel fedakârlık arasında aracı rolü gördüğünü tespit etmişlerdir. Klösch ve ark. (2021), çevresel tutuma ilişkin yapılan önceki analizlerin Covid-19 krizi sürecinde çevre için fedakârlık yapma isteğinin azaldığı araştırmalara dayanarak bir kriz dönemindeki çevresel tutumlarının çevre için fedakârlık yapma isteği üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu araştırma sonucunda çevresel tutum ve değerlerin çevresel

fedakârlık üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Atay ve ark. (2019), yaptıkları çalışmada çevresel fedakârlığın çevre dostu davranış üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Octavia ve ark. (2018), çevresel fedakârlığın çevre dostu davranış üzerindeki etkisini araştırmayı amaçladıkları araştırmanın sonucunda çevresel fedakârlığın çevre yanlısı davranış üzerinde önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte yapılan literatür taraması sonucunda çevresel tutum ve çevresel fedakârlık arasında bir ilişkinin var olduğunu tespit eden birçok araştırma bulunmaktadır (Popp, 1999; Davis ve ark., 2011; Hedlund, 2011; Chen ve Zheng, 2016; Knez, 2016; Pande, 2016; Atay ve ark., 2019; Kim ve Stepchenkova, 2019; Xu ve ark., 2021; Doran ve Hanss, 2022). Bu kapsamda yapılan literatür taramasına dayanarak H4 ve H5 hipotezleri oluşturulmuştur.

H4: Yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H4a: Yerel halkın çevre koruma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H4b: Yerel halkın çevre kullanma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H5: Yerel halkın turizme yönelik çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H5a: Yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre koruma tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H5b: Yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre kullanma tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Sınırlılıklar; araştırmacı açısından kontrol edilmesi zor olan, buna karşılık araştırmanın sonuçlarını negatif olarak etkileyebileceği düşünülen noktalar olarak tanımlanmaktadır. Araştırmadaki sınırlılıklar araştırmanın temeli, uygulanması ve sonuçları açısından ortaya çıkabilmektedir (Büyüköztürk ve ark., 2014, s. 71). Birçok araştırmada ortaya çıkan sınırlılık bu araştırmada da bulunmaktadır. Araştırmadaki en önemli sınırlılık, veri toplama sürecinde gerçekleşen örnekleme yöntemidir. Araştırmanın evreni kapsamına dahil olan bireylerin her birine zaman, emek ve maliyet açısından ulaşmak çok zor olduğu için bu araştırmada örneklem alma yoluna gidilmiş ve olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Ural ve Kılıç (2023, ss. 40-41) olasılık dışı örnekleme yöntemlerinde örnekleme dahil edilecek birimlerin tesadüfen seçildiğini ifade etmektedir. Böylece evren içerisinde bulunan herkesin örnekleme bulunma olasılığı eşit olmaktadır. Bu yöntemin kullanılması sonucunda güvenilirlik derecesi, örneklem hatası vb. bazı parametrelerin istatistiksel olarak tahminini zorlaştırmaktadır. Ayrıca kullanılan bu yöntemde araştırma sonuçlarının evrene genellenmesi zorlaşmaktadır. Bu araştırmada, Kütahya ilinde yaşayan bireyler araştırmanın evrenini oluşturmakta fakat bu bireylerin hepsine ulaşmak zor olduğu için örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırma kapsamına Kütahya'da yaşayan 18 yaş üstü bireyler dahil edilmiştir. Araştırma

kapsamına dahil olan bireylerin hepsine ulaşılammış olması bu araştırmanın sınırlılıklarından biridir ve araştırma sonuçlarının Türkiye'ye genellenmesi olanaksızdır.

Bunun yanında araştırmada ölçülmesi hedeflenen değişkenler daha önce yapılan araştırmalarda kullanılan ölçekler aracılığıyla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda çevresel tüketim yaklaşımını ölçmek amacıyla Dunlap ve ark.'nın (2000) Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği, çevresel fedakârlıklarını ölçmek amacıyla Davis ve ark.'nın (2011) Çevresel Fedakârlık Ölçeği çevresel tutumlarını ölçmek amacıyla ise Kılıç ve Girgin'in (2019) İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Böylece araştırmada belirlenen hipotezlere yönelik ölçümler sadece bu ölçeklerde bulunan ifadelerle yanıt aramakla sınırlı kalmıştır. Bu nedenle yerel halkın görüşlerinin sadece bu anket formu çerçevesinde değerlendirilmesi de araştırmanın bir diğer sınırlılığı olmaktadır.

Ayrıca araştırmada kullanılan anket formu kapsamında veri toplama süreci sadece belirli bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla elde edilen veriler sadece anketin uygulandığı zaman dilimindeki katılımcılar için geçerli olmaktadır. Oysaki bireyler mevsimsel koşullardan, ekonomik olanaklardan ya da fiziki imkânlardan etkilenebilmekte ve farklı zaman aralıklarında farklı görüşlere sahip olabilmektedir. Bu nedenle araştırmada elde edilen verilerin sadece belirli bir dönem içerisinde belirli bir sayıdaki insandan elde edilmesi de araştırmanın bir diğer sınırlılığını ortaya çıkarmaktadır.

Ayrıca araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise çalışmanın Kütahya'da gerçekleştirilmiş olmasıdır. Çünkü Kütahya turizmin henüz gelişim gösteremediği şehirlerden biridir ve yerel halkın turizme ilişkin algılarının nasıl olduğu bilinmemektedir. Oysaki turizmin gelişmiş olduğu destinasyonlarda araştırmadan daha farklı sonuçlar elde edilebilmektedir. Bu nedenle turizmin gelişmediği Kütahya'da araştırmanın gerçekleştirilmiş olması önemli bir sınırlılığı ortaya çıkarmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. TÜKETİM, TÜKETİM KURAMLARI VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

2.1.1. Tüketim Kavramı

Tüketim kavram olarak en eski kullanımlarında “harcamak, bitirmek, tahrip etmek, israf etmek” olarak anlamlandırılmaktadır (Featherstone, 1996, s. 49). Türk Dil Kurumu ise tüketimi tanımlarken “*Üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması; yoğaltım, istihlak, üretim karşısı*” kavramları ile ifade etmektedir (www.sozluk.gov.tr, 2023). Temel anlamda insanların çok farklı şekillerde ortaya çıkan ihtiyaçlarının giderilmesi ile ilgili faaliyetleri tüketim olarak ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra insanın gerçekte ihtiyaç duymadığı halde harcayabildiği değerleri de tüketim kapsamına girebilmektedir. Bu sebeple tüketim, bir ihtiyacın karşılığı olan veya olmayan ve bunların karşılanması için harcanan ya da harcanması göze alınan maddi ve manevi değerlerin seferber edilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Torlak, 2016, s. 21).

Tüketim; ihtiyaçların oluşmasını sağlayan arzular ve bunların karşılanmasında kullanılan mal, hizmet vb. üretim çeşitleri, para veya para yerine kullanılabilecek farklı bir değere dayalı, aynı zamanda zaman ve mekâna da bağımlı olan ekonomik ve sosyal bir ilişkin biçimidir (Öcal ve ark., 2010, s. 16). Tüketim arzusunun oluşmasında, sosyolojik koşullar ile tüketim isteği arasında önemli bir bağ olması nedeniyle toplum tarafından şekillendirilen ve gerçek bir ihtiyaç olmayan isteklerinin karşısında bireyler, tüketim arzusunu gerçekleştirmeye çalışabilmektedir (Papatya ve Özdemir; 2012, s. 163). Dolayısıyla bu arzuların ne şekilde oluştuğu, tüketime ne yönde bir etki ettiği ve tüketimi nasıl yönlendirdiğini tespit etmek daha karmaşık bir hale gelmekte ve toplumsal, bireysel, kültürel ve psikolojik unsurların birlikte ele alınmasını gerektirmektedir.

Bağdaştırıcı bir terim olarak kullanılan tüketim, satın alma ve kullanma arasında kronik bir kararsızlık sergilemektedir. Modern toplumlarda günlük yaşam koşullarının sağlanmasında satın alma önemli bir kavram olmasına rağmen, tüketim pazardaki mübadele eylemi ile sınırlandırılmamaktadır ve bu şekilde tanımlanamamaktadır. Dolayısıyla tüketim ekonomi bilimi içerisinde yer bulan talep kavramı ile karşılık bulamamaktadır. Bu sebeple tüketim günlük yaşamın birçok alanının ayrılmaz bir parçası olmaktadır (Warde, 2005, s. 137).

Günlük deneyimlerin çeşitliliği tek bir tüketim şeklinin olmayacağını açıkça göstermektedir. Her bireyin ihtiyacı birbirinden farklı olduğu için yaptıkları tüketim de birbirinden farklı olmaktadır ve bu da birçok tüketim türünün ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Buna göre tüketim türleri temel anlamda basit tüketim ve karmaşık tüketim olarak iki başlık altında değerlendirilebilmektedir. Basit tüketim başlığı altında zorunlu tüketim, özenli tüketim ve tutkulu tüketim olarak gruplandırılan tüketim türleri bulunurken karmaşık tüketim başlığı altında ise refah tüketimi, gösterişçi tüketim ve sembolik tüketim türleri bulunmaktadır (Odabaşı, 2019, s. 6).

Zorunlu tüketim, yaşamın sürdürülmesinde gerekli olan yiyecek-içecek ve kıyafet gibi ürünlerin tüketimini ifade etmektedir (Quliyev, 2012, s. 4). Özenli tüketim, mal ve hizmetlerin verimliliğinin ve tatmin düzeylerindeki seviyenin yükseltilmesi ile bağlantılı bir tüketim türüdür.

Örneğin; kullanılması zorunlu olmayan ev aletleri, rekreasyonla bağlantılı bazı ürünler bu tüketim türünü oluşturmaktadır (Odabaşı, 2019, s. 7). Tutkulu tüketim, zorunlu ihtiyaçlardan doğan tüketimden çok daha farklı bir tüketim türüdür. Lüks bir lokantada doğum günü kutlamak ya da özel olarak tasarlanmış bir mobilyayı evine almak gibi kişisel zevkin tatminine yönelik yapılan tüketimler bu gruba girmektedir (İpekçi, 2014, s. 59).

Karmaşık tüketim türleri, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ndeki ilk üç basamağın tatmininden sonra ortaya çıkan temel ihtiyaçlardan ziyade daha üst basamaklardaki ihtiyaçlara yönelme ile ortaya çıkmaktadır (İpekçi, 2014, s. 59). Karmaşık tüketim türlerinden biri olan refah tüketimi, tutkulu tüketim tarzındaki bazı zamanlarda yapılan tüketimlerin sürekli hale dönüştüğü tüketim türüdür. Örneğin, alkollü içeceklerin ve tütün ürünlerinin tüketimi ya da lüks ev ürünlerinin tüketilmesi bu tüketim türünün oluşturmaktadır (Odabaşı, 2019, s. 7). Gösterişçi tüketim, mal ve hizmetlerin tüketen kişiye fayda sağlamasından ziyade diğer kişilerde zenginlik göstergesi olarak değerlendirilmesini sağlayan tüketim türüdür (Wong, 1997, s. 199). Bu nedenle gösterişçi tüketimde lüks ve pahalı ürünlerin tüketimi daha çok tercih edilmektedir. Sembolik tüketim ise mal ve hizmetlerin bireyin benliğine uygun olmasının dışında tüketicinin kimliğini yansıtmasına, sosyal varlığını oluşturmasına ve korumasına, bireyin sosyal statüsünü ve sınıfını belirlemesine, kendisini ifade edebilmesine yönelik olarak yaptığı tüketimdir (Çetin, 2016, s. 68).

Tüketimin en önemli yönlerinden biri, bireylerin ürünleri çoğunlukla temel fonksiyonları için satın almadığı daha çok bu ürünlere yüklemiş oldukları anlamlar nedeniyle satın alma eylemini gerçekleştirmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu satın alınan ürünlerin herhangi bir temel fonksiyona sahip olmadıkları anlamına gelmemekte, ürünün gerçek fonksiyonunun ötesinde bir role sahip olmasını ifade etmektedir (Solomon, 2006, s. 15). Baudrillard (2002, s. 68) benzer olarak tüketimi tanımlarken onun bir gösterge olduğunu ifade etmektedir. Baudrillard tüketimin bir maddi pratik olmadığını, insanların yedikleri yiyeceklerle, giydikleri kıyafetlerle, kullandıkları arabalarla ya da aldıkları mesajların sözlü ve görsel yapısı ile tanımlanamayacağını, bunların bir göstergeler örgüsü olarak örgütlenmesini ifade ettiğini belirtmektedir.

Tüketimin bu şekilde toplumsal bir yönünün olması ve farklı bir şekilde evrilmesi 1980'li yıllardan sonra araştırmacı ve kuramcılar daha çok tüketimin kültür ve değerler ile olan ilişkisini incelemeye yönelmektedir. Postmodern toplumla birlikte bir kültür haline gelen tüketim araştırmacılar tarafından farklı yönleri ile ele alınmış ve incelenmiştir.

2.1.2. Tüketim Kuramları

İnsanoğlunun sosyal bir varlık olarak yaratılması nedeniyle ihtiyaçlarını giderebilmek için tüketime katılması olağan bir durum olmaktadır. Fakat tüketimin insan için ifade ettiği anlam ve gereksinim duyduğu ürünün önemi yanında bunu tüketirken harcadığı değerlerin topluma etkileri her zaman tartışılmaktadır. Bu nedenle tüketimin kapsamını net bir şekilde görebilmek, kavramın değişik

açılardan ele alınmasıyla mümkün olabilmektedir (Torlak, 2016, s. 23). Bu bağlamda tüketim ile ilgili oluşturulan kuramların da incelenmesi önem taşımaktadır.

2.1.2.1. İbn-i Haldun'un İhtiyaç ve Tüketim Anlayışı

14. yüzyıl düşünürlerinden olan İbn-i Haldun oluşturduğu “Umran” teorisi ile ihtiyaç kavramına yönelik çalışmalar yapmış ve teorinin temelini ihtiyaç olgusu üzerine oturtmuştur. İbn-i Haldun, arzuları ve ihtiyaçları çözümlenmeye çalışırken bunları iç içe geçen aşamalar silsilesi olarak ifade etmektedir. Bu aşamalar silsilesinde de ihtiyaçların niteliksel ve niceliksel açıdan geliştiğini ya da değiştiğini düşünmektedir. Bu bakımdan ihtiyaçları nitelik ve nicelik açısından modern sosyal bilimlerden daha farklı bir boyutta tahlil etmektedir (Zorlu, 2020, s. 491). İbn-i Haldun'a göre insan göçebe hayattan yerleşik hayata geçerken ve arkasından uygarlık aşamasına ulaşırken ihtiyaçların zorunluluk seviyesine göre seyreden bir yapılanmadan geçmektedir (Pekcan, 2003, s. 532). İbn-i Haldun'a göre insanın yaşamını devam ettirebilmesi için beslenme ve güvenlik gibi “zaruri” yani temel ihtiyaçları, zorunluluk arz etmeyen fakat varlığıyla insanda rahatlama oluşturan “haci” ihtiyaçları ve bu bahsedilen ihtiyaçları karşılamış insanlarda ortaya çıkan estetik ve fikir gibi kayguların giderilmesine yönelik “kemâli” ihtiyaçları bulunmaktadır. İnsanların hayat şartları değiştikçe ihtiyaç duydukları şeylerde değişebilmekte ve buna bağlı olarak toplumların yapısı ve gidişatı da değişebilmektedir. Aynı zamanda zaruri ihtiyaçlardan sonra haci ihtiyaçların giderilmesi aşamasına geçen toplumların gidişatının değiştiğini söylemiş ve hadari toplum seviyesine ulaşıldığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Göcen, 2013, s. 177).

İbn-i Haldun insanı toplumdaki, toplumu insandan hareketle anlamaya çalışırken toplum teorisini iki kategori altında ele almaktadır. Bunlar Bedevi Toplum ve Hadari Toplum'dur. Bedevi toplum; geçimlerini hayvancılık veya çiftçilikle sağlayan, sanayileşmemiş, göçebe veya yerleşik yaşayan ve hadari toplumdaki önce ortaya çıkan toplumlardır. Hadari toplum ise sanayicilik faaliyetlerinin geliştiği, geçimlerini ticaret veya sanatla sağlayan, lüks, aşırı üretim-tüketim ve bolluğun olduğu ve iş bölümünün geliştiği toplumdur (Haldun, 2004, s. 730).

İbn-i Haldun Bedevilik ve Hadarilik yaşam biçimini açıklarken nüfus ve ekonomi arasındaki ilişkiye de dikkat çekmektedir. Ona göre bedevi toplumdaki tüketim yaklaşımı zaruri ihtiyaçları gidermekle ilgiliyken, hadari toplumlarda ihtiyaç ve isteklerdeki değişimin artış yönlü olduğu, daha karmaşık bir yapıya büründüğü ve lüks mallara olan talebin arttığı görülebilmektedir. Toplumdaki daha müreffeh bir yaşam isteğinin ortaya çıkması şehirlere göçü artırmakta dolayısıyla nüfus kalabalıklaşmakta ve üretken emek-iş bölümü gibi unsurlarla üretim fazlası ortaya çıkmaktadır. İbn-i Haldun bu durumu ise umran/bayındır ile açıklamaktadır. Buna göre işgücünün çoğalması üretimi artırmakta, bu da birikim yaratarak servetin kazanılmasına fırsat sunmakta ve dolayısıyla refah düzeyi artmaktadır (Özaydın ve ark., 2021, ss. 49-50).

Umran teorisinden hareketle bakıldığında İbn-i Haldun'un anlayışında üç tür insan doğası çıkarılabilmektedir. Bunlardan ilki; insanın ilk fitrat hali olan iyi, kötülükten uzak doğası olmaktadır. Fakat insan bir fitrata ve bir bedene sahip olduğu için iyi ya da kötü bir insan olma kapasitesine sahip olmaktadır. Bu ise düalistik olan yani ikinci insan doğasını ortaya çıkarmaktadır. Düalistik insan bir insanın hem iyiye hem de kötüye yatkın bir eğilime sahip olması anlamına gelmektedir. İnsanın hangi eğilime yöneleceğini onun sahip olduğu sosyal ortamı belirlemektedir. İbn-i Haldun'a göre insan doğasında sosyal çevrenin etkisi ile iki yönünden biri daha baskın olarak ortaya çıkmaktadır. Üçüncü tür insan doğası ise olumsuz dış çevre koşullarının şekillendirdiği bedeni niteliklerin, bedensel arzuların baskın olduğu saldırgan ve hırslı insan doğası olmaktadır. Bu ikililiğin aşırı uçlarından sakınmanın en iyi yolu ölçülü olmaktır (Dhaouadi, 2008).

İbn-i Haldun'un teorisine özetle bakıldığında insan hayatında temel (zaruri) ihtiyaçların temin edilmesi göçebelikle sağlanmaktadır ve bu sebeple göçebelik insanların yaşam tarzlarında öncelikli konumda olmaktadır. Göçebelerin zamanla temel ihtiyaçlarını karşılayıp hâci ihtiyaçlarını düşünmeye başlamaları ve buna bağlı olarak çevrelerinde yavaş yavaş kontrol gücüne ulaşarak çevrenin imkânlarını kullanmaya başlamalarıyla yerleşik hayata geçmektedirler. Bu süreçte giymek için kıyafet, ikâmetleri için ev, korunmak için kaleler inşa etmektedirler ve bu iş bölümünün ortaya çıkmasına işaret etmektedir. Burada göçebe hayattan yerleşik hayata geçişi İbn-i Haldun zaruri değil imkân kategorisi içinde görmektedir. Hadari bir yaşam tarzına geçen insanların, bu yaşam tarzıyla birlikte gelen düzene uyma zorunluluğu ve toplumsal iş bölümü ile gelen rahat yaşam insanların karakterlerinde de değişimler yaratmaktadır. Bu değişim daha çok yöneticilerin güç kullanarak insanları belli bir davranış kalıbına sokmaya çalışmasıyla açık bir şekilde görülmektedir. Çünkü zalimce yönetilen insanlar teşebbüs gücünü kaybetmekte ve güdülen korkak kişiler haline gelmektedir. Bu sebeple bu zulmü engellemek için hadari bir yaşama geçmiş olan yerlerde hükümdarlar, kurallar koyarak insanların birbirine zulmetmesini engellemeye çalışmaktadır (Pekcan, 2003, s. 531).

Sonuç olarak insanın yaşamı boyunca birçok şeye ihtiyaç duyması, onun yaşamındaki davranışlarında da itici bir güç olarak kendisini göstermektedir. Dolayısıyla insanın doğumuyla birlikte toplumsal bir rol üstlenmesine kadar geçen sürede onu yönlendiren ve motive eden temel unsur ihtiyaç sahibi bir varlık olması ve hayatını ihtiyaç olgusuna uygun yaşamaya çalışmasıdır.

2.1.2.2. Weber'in Tüketim Anlayışı

Max Weber; ekonomi, din, siyaset ve sosyoloji alanında önemli çalışmalarda bulunmuştur (Sakarya ve ark., 2020, s. 4). Weber, *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* eserinde 19. yüzyılın sonlarında yaşanan üretim ile tüketimdeki değişimlerin geleneksel tarzlardan koptuğunu belirtirken insanların normalden daha fazla kazanma gibi bir niyetlerinin olmadığını ancak yaşamlarını devam ettirmek için artı üretim olmadan geleneksel var olma koşullarını üretmeye çalıştıklarını vurgulamaktadır (Yanıklar, 2010, s. 28). Weber insanın daha çok kazanmaya da alışık olmadığını, var olan koşullardan faydalanarak üretmek ve kazanmak istediğini bu nedenle de insanların

alışkanlıklarının değiştirilmesi suretiyle daha fazla tüketime yönlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Nar, 2015, s. 947). Weber, insanların alışkanlıklarının değiştirilmesinde ihtiyaçların farklılaştırılmasının ve yine ihtiyaçların sınırsız hale getirilmesinin bir gereklilik olduğunu savunurken bunun kapitalist gelişmenin bir ürünü olduğunu da eklemektedir. Zaten kapitalizmin temel hedefi, yeni ihtiyaçlar yaratılması ve var olan ihtiyaçların da farklılaştırılması üzerine kurulmaktadır (Yanıklar, 2020, s. 27). Böylece kapitalizmin öncelikli amacı toplumu tüketime yönlendirebilecek koşulları oluşturmaktır (Nar, 2015 s. 947).

Weber'e göre (1999, ss.45-46) kazanmak maddi hayatın ihtiyaçlarını giderebilecek araç değil, insan hayatının amacını oluşturmaktadır. İhtirastan yoksun olan bu duyguların tamamıyla doğal denilebilecek olgulara anlamsız bir şekilde dönüşmesi, kapitalizmin temel ilkesini oluşturmaktadır. Kapitalist etkinin olmadığı kişiler ise bu ilkeye yabancı kalmaktadır (Demir, 2020, s. 27). Kapitalist sistem insanların para kazanmak için kendilerini adanmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle de kapitalist düzenin yapıları ile ekonomik varoluşun savaşında yaşam koşulları içerisinde bulunan dış mallar arasında bir şekilde orantı kurulabilmektedir. Ekonomik ve politik çıkarlar dünya görüşünü etkilediği için kapitalist düzene uyum sağlayamayan yaşam tarzlarına sahip kişiler sistem içinde ya yok olacaklardır ya da yükselemeyeceklerdir (Weber, 1999, s. 62).

Weber, kapitalizmin yükselişini ve tüketim motiflerinin anlaşılması açısından iki farklı yaklaşım öne sürmektedir. Bunlardan biri "Akılcılaştırma" iken diğeri "Protestan Ahlakı Tezi" dir. Akılcılaştırma, bireylerin amaçlarına optimum düzeyde ulaşmaya çalışması için anlaşılmaz kuralların olmaması ve bireyin kendi karar mekanizmasını kullanmasına gerek kalmaması durumunu ifade etmektedir (Sakarya ve ark., 2020, s. 4). Weber'in bir değerler dizisi olarak gördüğü tüketim, araçları ile birlikte belli prensiplere dayanan akılcı yapılar olmaktadır. Weber'in kuramı kapsamında açıklanan akılcılaştırma, toplum içerisinde belirli bir zaman diliminde egemen olan akıl dışı etkenlerin (büyü, gizem vb. unsurlar) yerine modern akılcılaştırma süreci ve sistematikleri gelmekte ve bunlar da insanların tüketim pratiklerini şekillendirmektedir. Bu aynı şekilde modernizmin temel öngörüsüdür. Modernizm her alanda geçmişten gelen mistik ve büyülü yapıyı yok ettiğini ileri sürmektedir. Çünkü bürokrasi, onun denetim unsurları ve otoriter yapılar büyüü kapitalist yapıdan dışlamıştır. Zaten bu "büyünün bozulması" olarak ifade edilmektedir. Buna uygun olarak Weber'de oluşturduğu kuramda tüketim araçları içerisinde büyüünün yeri olmadığını belirtmektedir. Çünkü tüketim araçları nesnel yapılardan oluşmaktadır (Bati, 2009, s. 26). Bu nedenle akılcılaştırmanın temel araçları olan öngörülebilirlik, verimlilik ve denetim gibi unsurların bireyleri tüketime yöneltme şekli Weberci yaklaşımla açıklanmaya çalışılmaktadır. Günlük yaşam içerisinde normal hale gelen tüketim, her alanda akılcılaştırılmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 4).

Akılcılaştırılan yeni tüketim unsurlarının nesnel yapılar olmasının yanında kapitalizmde nesnel bir yapıdan oluşmaktadır. Bu yapı bireyi kendi "kafesi" içerisinde tutan ve kendi tercihlerine uyduran manipülatif bir yapıyı temsil etmektedir. Bu sebeple tüketim unsurları da bir tür kafesi

simgelemektedir (Batı, 2009, s.26). Kafes sistemi içerisinde bir talep oluşturulmadan ya da yeni ihtiyaçlar yaratılmadan fazladan mal üretmek rasyonel olmadığı için öncelikle bireylerin tüketime yönlendirilmesi ve geleneksel gereksinimlerinden başka yeni gereksinimler edinmesi gerekmektedir (Yanıklar, 2010, s. 28). Akılcılaştırılmış sistemin parçaları olan tüketim unsurları da kafes içerisinde bireysel piyasa koşullarında tahakküm altına alınmakta birtakım kurallar ile tüketim faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler (Batı, 2009, s. 26).

Weber'in tüketim ile ilgili düşünceleri bir arada yorumlandığında iki noktayı vurguladığı görülmektedir. İlk olarak bireylerin daha fazla çalışabilmeleri için geleneksel gereksinimlerinden fazlasını arzulamaları gerekmektedir. İkinci olarak ise akılcılaştırma açısından değerlendirildiğinde üretim ile birlikte tüketimin de artması gerekmektedir. Bu nedenle tüketimin artması için tüketicilerin yönlendirilmesi gerektiği ve bunun için sosyokültürel değişimlerin olması gerekmektedir (Yanıklar, 2010, s. 28).

Weber'in bir diğer tezi olan Protestan Ahlakı Tezi ise dini bir şekilde yaşayışın kapitalizme oluşturduğu zemine odaklanmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 4) ve bunu dünyevi asketik ile açıklamaktadır. Dünyevi asketik Protestanlık; bireylerin mal kazancını, elde etme arzusunu yasal hale getirmekle kalmayıp bir de kutsal bir uğraşı olarak göstermektedir. Malların rasyonel olarak elde edilmesine karşı olmayıp bunların akıl dışı kullanımına karşı çıkmaktadır (Çamlı, 2013, s. 23). Weber sınırsız kazanma arzusunun kapitalist sistemle ilişkili ve kapitalist ruh ile aynı olmadığını düşünmektedir. Ancak kapitalizmin bu akıl dışı güdünün dizginlenmesi ve ussal olarak dengelenmesi ile özdeş olabileceğini ve kapitalizmin kazanç ile özdeş olabileceğini vurgulamaktadır (Weber, 1999, s. 17). Dünyevi asketik Protestanlık israfı, açgözlülüğü ve savurganlığı yasaklamaktadır. Asketizm bir burjuva erdemi olarak lüks tüketimi sınırlayarak tasarruf etmeyi zorunlu tutmakta ve böylece sermayenin rasyonel şekilde üretken ve yatırım amaçlı kullanımına imkân tanımaktadır. Bununla birlikte faizin günah olmadığı görüşünü savunarak tasarruf edilen ve bekleyen paraları ekonomiye kazandırmaktadır (Çamlı, 2013, s. 23). Protestan Ahlakı Tezi, bireylerin cennete gidebilmek ve günahattan uzak durmak amacıyla çok sıkı bir şekilde çalıştıkları görüşüne dayandığı için israftan kaçınmalarının sermaye birikimine ve kapitalizmin doğuşuna sebep olmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 4).

2.1.2.3. Veblen'in Aylak Sınıfının Teorisi

Veblen 1899 yılında yayınladığı *The Theory of The Leisure Class* isimli eseri ile gereksinim ve tüketim konularına (Dal, 2017, s. 4), tüketim odaklı yaşayan toplumlara yönelik bir eleştiri getirmektedir (Alımanoğlu, 2023, s. 10). Veblen bu kitabında insanlardaki tüketim davranışlarının amacının sadece biyolojik ihtiyaçlarının tatminine yönelik olmadığını, bireylerin sosyal statülerini göstermek gibi başka bir fonksiyona da sahip olduğunu ileri sürmektedir (Güleç, 2015, s. 71; Dal, 2017, s. 4). Veblen'in (2014) kendi yaşadığı dönemde yaptığı incelemeler üç başlık altında toplanabilmektedir (Odabaşı, 2019, s. 200).

1. Bireylerin benzemek istedikleri kişilerin servetini taklit etme ya da o kişilerle benzer olma dürtüsü bulunmaktadır.

2. Kadının emek gücüyle çalışması yerine şık ve gösterişli kıyafetlerle evde bulunması ve eşi adına temsili tüketim yapması daha doğru olmaktadır. Bu nedenle kadın, kocasının zenginliğini simgeleyen bir reklam aracı olmaktadır.

3. Bireylerin emek gücünden uzak olması çok önemli bir gösterge olduğu için gösterişçi tüketimin unsurları, ayrıcalıklı olmanın göstergesi olmaktadır. Bu sebeple ürünlerin ve zamanın tüketimi toplumsal mesafenin göstergesi olmalıdır.

Veblen, bireylerin sosyal statüsünü belirleyen temel göstergenin zenginlik ve bu zenginliğin beraberinde getirdiği harcamalar olduğunu vurgularken tüketime yönelik arzuların insanın içinde barındırdığı kıskançlıktan kaynaklandığını ifade etmektedir. Kıskançlık insanda doğuştan var olan bir duygu olduğu için sadece zenginlerin değil, toplumsal tabakalaşma içindeki her sınıfın gösteriş amaçlı tüketim davranışında bulunduğunu da belirtmektedir (Nar, 2015, s. 949).

Tüketim konusunu toplumsal sınıflar bazında ele alan Veblen, bireylerin statülerini yansıtmasını sağlayan servete ya da ekonomik kazanca sahip olmanın onlar için yeterli olmadığını ve bunun statü farkını görünür hale getirebilecek şekilde diğer bireylerin imrenmesini sağlayabileceği “gösterişçi tüketim” aracılığıyla açık bir duruma getirmektedir (Odabaşı, 2019, s. 199). Gösterişçi tüketim konusunu boş zamanlar üzerinden açıklayan Veblen, boş zamanların çokluğu ile yapılan aşırı tüketimin de yine statülerini göstermek amacıyla gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, Veblen’de statü göstergesi olarak yapılan tüm araçlar gösterişsel tüketime ve aylaklığa bağlanmaktadır (Güleç, 2015, s. 74).

Veblen’in tüketim şekillerini gösterişçi tüketim kapsamında değerlendirdiği ve bununla birlikte ortaya çıktığını savunduğu aylak sınıf, kültür üzerinde farklı değişimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır (Alımanoğlu, 2023, s. 10). Veblen, aylak sınıfının ortaya çıkışını mülkiyet ile ilişkilendirmektedir. Servetin; en belirgin özelliği çalışmamak olan ve üretken olamayanların yani aylak sınıfın elinde birikmesi, bu sınıfın fiziki çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Çünkü bu sınıfa ait olan ve varlığa sahip olanlar şeref sahibi olarak görülmektedir. Zira emekten kaçış şerefli olarak değerlendirilirken servetin de kanıtı haline gelmektedir. Bu nedenle aylak sınıfta olanlar hem şerefli sınıfta olmalarını hem de ellerinde bulundurdukları varlığı ve gücü, farklı bir tüketim şekli ile göstermektedirler. Veblen bu tüketim şeklini bu nedenle “conspicuous consumption” (gösterişçi tüketim) olarak tanımlamaktadır. Gösterişçi tüketim böylelikle servetin ekonomik olmayan biçimde harcanmasını ve aylak sınıfın statüsünü göstermektedir (Güleç, 2015, s. 71). Kapitalist sistemi eleştiren Veblen bu sebeple bireylerin biyolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak değil, kendilerini üstün gruplara dahil edebilmek amacıyla tüketim davranışı sergilediklerini ifade etmektedir

(Nar, 2015, s. 949; Dal, 2017, s. 4). Böylece bir alt sınıfta olan bireyler bir üst sınıfa çıkmak amacıyla psikolojik olarak tatmin olmalarını sağlayan lüks tüketime yönelmektedirler (Nar, 2015, s. 949).

Veblen'e göre gösterişçi tüketimin var olduğu toplumlarda bireyin ödeme yapabilme kabiliyetindeki bir artış gösterişçi tüketim için çeşitlilik yaratmaktadır. Bireyin yaşaması için gerekli olan araçları daha az emek harcayarak elde etmesi durumunda, toplumda çalışan üyeler gösteriş amaçlı harcamalarını artırmaktadır. Toplumun büyük kesiminin çalıştığı bir yerde, bu bireylerin bedensel ve ruhsal bir uğraşının bulunmaması ve boş zamanının fazla olması bu kişilere seçkinlik kazandırmaktadır (Güleç, 2015, s. 74). Bu seçkin sınıfın aynı zamanda servete de sahip olması statü sembolü sayılmaktadır ve servet statüye dönüşebilmektedir. Bu nedenle serveti elinde tutanlar topluma servet gösterisi yapmaktadır. Servet gösterisi ise boş zaman etkinlikleri ve lüks ürünlere yapılan cömert harcamalar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ürünün fayda özelliği yerine bireye sağladığı yan anlamlar yani sembollerden faydalanmak daha önemli olmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 5). Bunun yanında tüketimi modernizmin bir parçası olarak gören Veblen, modernizmle birlikte gelen moda kavramının da üzerinde durmaktadır. Aylak sınıf, moda uymak, başkalarının sahip olmadığı nesnelere satın alabilmek ve başkalarını kıskandırmak amacıyla harcama yapmaktadır. Bu anlamda bireyler tüketim pratiklerini tüketim kültürü içinde bir statü göstergesi olarak yorumlamaktadır (Batu ve Tos, 2017, s. 1008).

Özetle bakıldığında Veblen'in gösterişçi tüketime yönelik kuramı dört temel argümanı içerisinde bulundurmaktadır. Bunlar; maddi öykünme, gösterişçi tüketim, aylak sınıf ve temsili tüketimdir (Soncu ve Çelik, 2022, s. 18). Veblen'e göre (2014) maddi öykünmede toplumda alt sınıfta bulunanlar üst sınıftakilere öykündüğü için mal biriktirmeye çalışmaktadır. Çünkü mal birikimi bireyi onurlandırmakta ve insanlar arasında bir üstünlük oluşturmaktadır. Gösterişçi tüketim argümanı içerisinde bireylerin statü göstergesi olarak yaptıkları boşa harcamaları barındırmaktadır. Bu boşa harcamalar maddi unsurları barındırdığı gibi zaman unsurunu da içerebilmektedir ve bu harcamalar serveti elinde tutan bireyler tarafından gerçekleştirilmektedir. Fakat varlıklı insanların dışında toplum içerisinde kendini ispatlama güdüsü olan her bireyde de bu durumun gözlemlenmesi mümkündür. Bu sebeple toplumda alt sınıfta bulunan yoksul bireyler dahi belirli bir ihtiyacın baskısı altında bulunmadığında gösterişçi tüketimde bulunabilmektedir. Böylece, kıskançlık güdüsünün temelini kurulan gösterişçi tüketim ortaya çıkmaktadır. Veblen'in aylak sınıf argümanı içerisinde ise soylular, rahipler ve bu kişilere eşlik edenler bulunmaktadır. Ortak bir özelliğe sahip olan bu sınıf genel olarak yönetim, savaş, dinsel, etkinlik ve spor alanlarını kapsamaktadır. Fakat burada Veblen aylak kavramını miskinlik olarak değil üretime katılmayan tüketiciler anlamında kullanmaktadır. Buna göre üretken olmak için meşguliyete sahip olmanın kıymetsiz görülmesi ve aylak yaşam sürmek isteyen bireyin maddi zenginliğini göstererek tüketime katıldığını ifade etmektedir. Son olarak temsili tüketim argümanında ise toplumdaki hiyerarşik düzen içerisinde sınıflar arasında aşağıya doğru inildikçe temsili tüketim görevi eşlere bırakılmaktadır. Orta sınıfta bulunan ailelerde kadınlar, evlerinin ve

eşlerinin şerefi için temsili tüketimi devam ettirmektedir. Evin hanımının gerçekleştirdiği temsili tüketim, toplumsal hiyerarşi içerisinde maddi olarak en altta bulunan bireyler arasında bile en güçlü konumda durmaktadır. Bu nedenle kadın, erkeğin gerçekleştirdiği üretimin törensel tüketicisi konumunda durmaktadır. Ancak, temsili tüketim özgür olmayan kadını simgelemektedir ve kadın erkeğin menkul malı durumundadır. Böylece, temsili tüketimi gerçekleştiren kişi eş ya da hizmetçi de olsa sahibinin saygınlığını, ününü ve prestijini artırmak için yapılan bir yatırımı sembolize etmektedir (Soncu ve Çelik, 2022, s. 18).

2.1.2.4. Karl Marx'ın Yabancılaşma Teorisi

Karl Marx, ihtiyaca yönelik ve lükse dayalı olarak ikiye ayırdığı tüketim araçlarını kapitalist sistemin metaları olarak tanımlarken lükse dayalı tüketim araçlarını bu sistemin bir ürünü olarak görmektedir (Nar, 2015, s. 945). İhtiyaçların da artık soyut hale geldiğini düşünen Marx'a göre zenginliğin en gerçek simgesi paradır. Çünkü bir ihtiyacın ortaya çıkması ve doyuma ulaştırılması için metalara erişime gerek duyulmaktadır. Bu metalara erişebilmek için paranın varlığı şarttır. Bu döngünün devam ettirilmesi için yeni insan ihtiyaçlarının yaratılması gerekmektedir. Bu nedenle ihtiyaçlar mübadele değerinin sağlanmasında kullanılan bir araç haline gelmektedir. (Yanıklar, 2010, s. 26). Marx'a göre bir bireyin hayatta kalmasını sağlayacak olandan daha fazlasını tüketmek meta fetişizmidir. Meta fetişizmi ile ifade etmek istediği ise nesnelere kullanım değerinden ziyade değişim değeridir ve asıl sorun da bu değerlerin fetişist duruma gelmesidir. Buna göre meta fetişizmi nesnelere sembolik değerine indirgenmektedir (Sakarya ve ark., 2020, s. 4). Marx'ın görüşlerine göre meta olmayanın metanın kendisinden türetilmesi zorunludur. Meta olmayanın üretimi ile kullanım değeri elde etmek amaçlanırken meta üretimi ile değişim değeri elde edilmektedir. Bu nedenle Marx'ta her nesne kullanım ve değişim değerinden oluşan iki yanlı bir görünüme sahip olmaktadır (Uluç, 2020, s. 30). Karl Marx, nesnelere kullanım ve değişim değerlerinin birbirinden farklı olduğunu ileri sürmektedir. Bir nesnenin kullanım değeri, ürünün fiziksel özelliğinden kaynaklanmaktadır. Tüketim nesnesinin sosyal anlamı konusunda bilgi vermeyen bu değer tüketim sırasında anlaşılmaktadır. Tüketim nesnesinin sosyal değeri parayla ölçülemeyen bir konumda bulunmakta ve nesneyi üretmek için harcanan zaman, nesnenin değişim değerini ortaya çıkarmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 4). Bu bağlamda, Marx'ta meta olmayı anlamak için metalara bakmak gerekmektedir. Buna göre bireyin kendi ürettiği ve ürettiğini tükettiği her nesne ya da ürün meta olmayı simgelemekte ve üretilen bu nesne sadece onu üretene fayda sağlamaktadır. Bu da nesnenin kullanım değerini oluşturmaktadır. Bunun yanında bireyin başkasının tüketimine yönelik ürettiği her türlü nesne ya da ürün ise meta olanı simgelemektedir (Uluç, 2020, s. 30). Böyle bir nesne ya da ürün insanların ihtiyacını karşılamının yerine satış amacıyla üretilmekte, tüketicinin güdüsel olarak hareket etmesi sağlanmaktadır (Nar, 2015, s. 945).

Marx'ın üzerinde durduğu konulardan biri de yabancılaşmadır. Marx'ın savına göre yabancılaşmanın dört evresi bulunmaktadır. Bunlar ürün, emek, insan ilişkileri ve topluma

yabancılaşma olarak sıralanmaktadır. Marx yabancılaşmanın zincirleme bir süreç olduğu ve insanın emeğine yabancılaşmasının kendi türüne, diğer insanlarla ilişkisine ve doğaya da yabancılaşmasını beraberinde getireceğini düşünmektedir. Marx'a göre insan kendine has olan türsel özelliğinden (üretim yapabilme yetisi) yoksun bırakılması sebebiyle türsel özelliğine ve kendi türüne de yabancılaşmaktadır (Demir, 2020, s. 38). Kapitalist sistemin ortaya koyduğu yeni gereksinimlerin hiçbir zaman doyuma ulaştırılmaması gerçeği yabancılaşma sürecinin bir görüntüsünü oluşturmaktadır. Metalara paralel olarak yaratılan gereksinimler ekonominin yanı sıra bireyleri de kapsayıcı hale gelmektedir (Yanıklar, 2010, s. 27). Kapitalist sistem, her insanı yeni bir haz ile aldatıp onları harcamaya istekli hale yani tüketici durumuna getirmektedir. Piyasaya sürülen her yeni ürün yeni bir gereksinim yaratan koşulları oluşturmaktadır. Böylece yabancılaşmış gereksinimlerin egemenliği altına giren birey psikolojik ve fizyolojik olarak bir makineye dönüşmektedir (Nar, 2015, s. 945). Bu nedenle Marx'ın, yabancılaşma kavramına insanın hem üretime hem de tüketime yabancılaşmasını eklemek gerekmektedir. Çünkü tüketim dışarıdan bir güçle dayatılmakta ve insanlar tüketim sürecinin tamamında kendilerini ifade edememektedir (Yanıklar, 2010, ss. 27-28).

Modernizmle birlikte gelen tüketim olgusu yabancılaşmaya yeni bir biçim kazandırmaktadır. Tüketilen nesne, ürün, hizmetler ya da deneyimler daha önceden yaratılmış, düzenlenmiş, paketlenmiş ve bireylerde istenen tepkiyi uyandıracak şekilde kodlanmıştır. Böylece yabancılaşma kavramı artık yeni bir boyut kazanmıştır. Böylece tüketici konumunda bulunan insanlar hazır yiyecekler satın alabilmekte, televizyonda spor yarışmaları izleyebilmekte, radyodan müzik dinleyebilmekte, paket turlarla seyahat edebilmektedir. Hatta bireyler kendilerinin tamir edemeyeceği otomobillere binerek hem üretime hem de tüketime yabancılaşmaktadır (Demir, 2020, s. 41).

2.1.2.5. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

Eleştirel Teori'nin savunucularından olan Max Horkheimer, Walter Benjamin, Theodor W. Adorno ve Herbert Marcuse Frankfurt Okulu'nun temsilcilerindedir. 19. yüzyılda Marx'ın dile getirdiği sosyalist devrimin gerçekleşmeme sebebine açıklık getirmeye çalışan bu düşünce okulunun temsilcileri olan Adorno, Marcuse ve Horkheimer marksist anlayışı ve sistemi göz önünde bulundurarak yeniden yorumlamaktadır. Frankfurt Okulu düşünürlerine göre Marx, işçi ve ailelerinden oluşan sınıfın yanlış yönlendirilebileceğini ve böylece sömürülebileceğini göz ardı etmektedir. Ayrıca Marx'ın sermayenin bazı sınıflarda toplanması ve kendi emeğiyle ürettikleri ürünleri tüketemeyen işçi sınıfının olduğu düşüncesinin kapitalizmle çeliştiğini vurgulamaktadırlar (Sakarya ve ark., 2020, s. 6). Onlara göre kapitalist sistemde insanları topluma bağlı tutan mekanizma değişmiş ve sosyal kontrol yaratarak yeni ihtiyaçlar oluşturulmuştur (İnce ve ark., 2018, s. 73). Bu bağlamda kapitalizmin yeni bir tahakküm aracı olarak tek tipte toplum yaratma hedefi bulunmaktadır. Bu nedenle bu düşünce okulu eleştirel bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır (Nar, 2015, s. 947). Onlar kapitalizmi ve bireylerin tüketime yönlendirilmesini şiddetli bir şekilde eleştirmektedir. Çünkü artık herhangi bir şeyle meşgul olan bireyler özgürlüğü sadece tüketimde bulmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 6).

Frankfurt Okulu temsilcilerinden olan Adorno ve Horkheimer kapitalist sistemi eleştirirken 19. ve 20. yüzyıllar arasında ortaya çıkan ve Avrupa ve Amerika kıtalarında yükselmeye başlayan eğlence endüstrisine odaklanmışlardır. Kültür endüstrisi olarak tanımladıkları sistemin, eğlence endüstrisi tarafından kültürel biçimlerin metalaşmasına sebep olduğunu vurgulamaktadırlar (Şan ve Hira, 2007, s.330). İlk başlarda kitle kültürü kavramını kullanmayı tercih eden Adorno ve Horkheimer sonradan bu kavramın popüler sanatın çağdaş formu şeklinde algılanması ihtimalini düşünerek kültür endüstrisi kavramını kullanmışlardır (Akkol, 2019, s. 54). Kültür endüstrisi, onlara göre toplumun beğenilerinin yeni bir şekle girmesini sağlamaktadır. Böylece bireyler gerçek ihtiyaçlarının dışına çıkarak arzuları aracılığıyla olmayan ihtiyaçlarına yönlendirilmektedir (Nar, 2015, s. 947). Yani tüketicinin zihni ve eylemleri önceden tahmin edilerek yönlendirilmekte ve değiştirilmektedir (Demir, 2020, s. 44).

Frankfurt Okulu düşünürlerine göre eğlence endüstrisinde yaşanan yükseliş kültürel ürünlerin rasyonalizasyonu ve standartlaşması ile sonuçlanmıştır. Bu endüstride üretilen kültürel ürünler toplumun tüketimi için kapitalist sistemin kâr elde etme amacına uygun olarak üretilmiştir. Bu ürünler aracılığıyla tüketiciye yeni bir yaşam formu, dünya görüşü benimsetilerek şartlandırılmaktadır. Bu ürünler farklı toplumsal sınıflar içerisinde çok sayıda kişi tarafından benimsenir hale geldiklerinde reklam değerleri bir yaşam biçimi yaratmaktadır. Böylece tek boyutlu davranış ve düşünce sistemi şekillenmiş olmaktadır (Şan ve Hira, 2007, s. 330). Horkheimer'a göre de bir plan doğrultusunda toplum tarafından tüketilmesi için üretilen ürünlerin satılması amacıyla kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Bu doğrultuda tüketime önceden hazır hale getirilen kişiler, birbirlerine baskı yaparak ve birbirlerini etkileyerek sistemin parçası olmaktadır. Bu bağlamda kültür endüstrisi içerisinde tüketiciler birey ya da toplum olarak ele alınmamakta, tüketici bir hedef olarak düşünülmekte ve bu şekilde değerlendirilmektedir (Nar, 2015, s. 947). Kültür endüstrisi birçok insanın bilinçaltını yönlendirmesine rağmen kitleler burada birincil olarak değil, ikincil olarak rol almaktadır. Tüketici ise bu sistem içinde tahakkümde bulunan ya da özne olmak yerine nesne olarak ele alınmakta ve makinenin tali parçaları olmaktadır (Demir, 2020, s. 44).

Kültür endüstrisinin ürünleri kitleleri tüketime yönlendirmek ya da bir tüketim nesnesi olarak tasarlamak için üretilmektedir. Bu anlamda kitlelerin tüketime yönlendirilmesi, bir tüketim nesnesi olarak tasarlanmasından daha sık görülmektedir. Genellikle kültür endüstrisinin ürünleri kitleler üzerinde belirleyici olma çabasının bir ürünüdür ve bunlar kapitalist sistemin taleplerine göre tasarlanmaktadır (Akkol, 2019, s. 54). Marcuse, kapitalist düzende yaşayan insanların insanlık dışı tüketimci bir köle haline geldiğini ve tüketim kültürü ile şekillenmiş düzeni sahte ihtiyaçlarla donatılmış bir alan şeklinde betimlemektedir. Ona göre bu düzen sadakatsizlik, adaletsizlik, zahmet ve sefaleti bünyesinde bulundurmaktadır (Nar, 2015, s. 947). Marcuse kitle iletişim araçlarıyla oluşturulan reklamların bu sahte ihtiyaçları üretmeye yardım ettiğini ve böylece benzer kıyafetler giyen, benzer şekilde beslenen ve benzer aksesuarları kullanan insanlar olma arzusunu ortaya

çıkardığını belirtmektedir (İnce ve ark., 2018, s. 73). Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla pazarlanan nesnelere bireylerin tutum ve alışkanlıklarının değişmesine neden olmakta ve bu yolla tüketiciler üreticilere bağlanmaktadır. Pazarlaması yapılmak istenen nesnelere yönelik tüketiciler koşullandırılarak birey açısından bir yaşam şekline dönüştürülmekte ve davranış kalıpları oluşturulmaktadır (Nar, 2015, s. 948). Kültür endüstrisi içinde pazarlanabilecek her şey bir tüketim nesnesine dönüşebilmektedir. Bunların somut ürünler olması zorunlu değildir. Bu bağlamda sanat ürünleri dahi endüstrileşme öncesinde birbirinden ayrı durmasına rağmen kapitalizmle birlikte tüketim ögesi haline gelebilmiştir (Akkol, 2019, s. 55).

Her şeyin bir tüketim nesnesine dönüştüğü kültür endüstrisi ürünleri, derinliği olmayan eğlence amacıyla üretilmiş sığ ürünlere dönüşmektedir. Hayatın kültür endüstrisinin yarattığı ürünler olmadan devam edebileceği çok açık olmasına rağmen tüketicide yaratılan doygunluk ve ilgisizlik çok fazladır (Demir, 2020, s. 44). Erich Fromm, dizginlenemez bir boyuta gelen tüketimin bireyde psikolojik rahatsızlık oluşturma ve hayatın anlamını tüketime indirgeme gibi sorunları ortaya çıkardığından bahsetmektedir. Böyle bir toplumda tüketicilerin bağımlı olduklarını, sürekli ağlayarak biberonunu isteyen bebeklere dönüştüğünü de eklemektedir. Çünkü tüketim toplumlarında nesnelere tüketilmesiyle birlikte tatminsizlik hissi oluşacağı, bu histen kurtulmak isteyen bireylerin tekrar tüketime yöneleceği böylece sürekli ve daha fazla tüketileceği düşünülmektedir. Bu döngü ortadan kalkmadıkça modern yaşamdaki tüketiciler tatminsiz bir şekilde kendilerini “Ben tükettiğim ve sahip olduğum nesnelere dışında bir hiçim” şeklinde ifade edeceklerdir (İnce ve ark., 2018, s. 73).

2.1.2.6. George Ritzer ve Tüketim Mekânları

George Ritzer, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek* adlı kitabında mal ve hizmetlerin tüketildiği alanlar olarak kullanılan tüketim araçlarının değişimine odaklanmaktadır. Bu araçlardaki değişimin sadece tüketim şeklinde değil, toplumsal yaşam üzerinde de önemli bir etkisinin olduğunu vurgulamaktadır. Ritzer'e göre tüketim araçları insanların sadece tüketmesine imkân sağlamasının yanında onları tüketime de yönlendirmek hatta zorlamak için yapılandırılmaktadır (İnce ve ark., 2018, s. 74). Tüketimin bu şekilde bir dayatma şekline bürünmesi, tüketim alanlarının içerisinde birçok şeyi buldurması ve bolluğu ile ilişkilendirilmektedir ve Ritzer bu alanlara *Tüketim Katedralleri* adını vermektedir. Ritzer bu alanların fantastik ve büyülü olması gerektiğini düşünmektedir (Sakarya ve ark., 2020, s. 7). Çünkü o, tüketim katedrallerinin insanları kendisine çekmek için mekânsal olarak onları etkilemek zorunda olduğunu düşünmektedir. Ayrıca bu alanlar büyüleyici olmanın dışında sürekli olarak daha etkili tüketim araçlarına sahiplik yapmak zorundadır. Bu alanlarda yapılacak her tüketim bir arınma ritüelini gerçekleştirecek şekilde sürdürülmelidir. İnsanlar burada tüketerek daha iyi hissetmeli ve bir ibadeti yerine getirmişçesine rahatlamalıdır (Aksakal, 2019, s. 510). Yani, tüketim katedralleri, insanların yaşam şekillerinin yarı dinsel ve büyüleyici özelliklerine işaret etmektedir. Bu nedenle bu alanlar insanların tüketim dinlerinin ibadetini gerçekleştirmek üzere “hacca gidilen” yerler şeklinde tasvir edilebilmektedir. Örneğin, Disney Dünyası, alışveriş merkezleri,

indirimli mağazalar, zincir mağazalar, eğitim ortamları, lüks girişli siteler, spor merkezleri, mega kiliseler, müze ve hayır kurumları bu tüketim araçlarından bazılarıdır (İnce ve ark., 2018, s. 74).

Ritzer, tüketim katedrallerinin büyüdü dünyasından bahsederken Disneyland'ı işaret etmektedir. Çünkü Disneyland müşterilerine gerçeküstü bir ortam yaratmaktadır. Buralarda biriken çöpler dahi yeraltı tüpleri kullanılarak hemen uzaklaştırılmaktadır. Bunun sebebi Disney'de kötü tecrübeler yer verilmek istenmemesidir. Disney'in oluşturduğu bu simülasyon evreninin gerçekliğinin bir önemi kalmamıştır. Bireyler içinde buldukları ve deneyimledikleri simülasyonla var olmaktadır (Sakarya ve ark., 2020, s. 8). Gösteri ve simülasyon evreni olarak donatılan tek tüketim alanları Disneyland değil, alışveriş merkezleri de bireylere gerçeküstü bir deneyim imkânı sağlayabilmektedir. Günümüzde alışveriş merkezleri, bireylerin tüketiminin hac merkezi haline gelmiş ve bu durum sürekli olarak yeniden büyüleme şekliyle devam etmektedir. Tüketim alanları o kadar güzel büyütülmüştür ki bir market ya da mağazaya girildiğinde dünya cenneti ve hazlar bahçesi ile karşılaşmış gibi hissettirmektedir. Bu nedenle buralar uçsuz bucaksız tüketim alanlarının, metrelerce uzayan reyonlarının ustaca düzenlendiği ütopyalar olmaktadır (Aksakal, 2019, s. 510).

Ritzer tüketim katedrallerinin büyüdü olmasının yanında akılcılaştı alanlar olduğunu düşünmektedir. Tüketim katedrallerinin, araçlarının ve alışveriş merkezlerinin sınır tanımayan yükselişi ve insan hayatına nüfuz etmesi hiper tüketim ve simülasyon kavramlarının varlığını kanıtlamaktadır. Akılcılaştırılmış tüketim araçları (fast food restoranlar, Disneyland vb.) toplumun tüketim şeklini değiştirmektedir. Bunun yanında tüketime yönelik alanlar dışındaki diğer yerler de (hastaneler, dini kurumlar, müzeler, üniversiteler vb.) tüketim katedrallerini taklit etmektedir (Aytaç, 2006, s. 4). Ritzer'a göre akılcılaştırma, bu katedrallerin oldukça verimli satış makinelerine dönüşmesine ve tüketicileri sömürebilme yeteneğinin artmasına yardımcı olmaktadır. Fakat akılcılaştırma bu büyüdü yapıların büyüdü bozulmasına ve dolayısıyla giderek insanları kendine daha az çekme gibi durumları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle akılcılaştırılmış tüketim katedralleri yeni büyüdü imkanları sağlamaktadır. Böylece tüketim katedrallerinin özellikleri ve yapısı yeniden büyüdümeye hizmet etmektedir. Akılcılaştımadan kaynaklanan sorunları gidermek ve satışları artırmak amacıyla mekânların birbirine geçmesiyle farklı bir mekân yaratmak, insanları kitleler halinde katedrallere çekmek, gösteriler düzenlemek ve eğlenceler yaratmak gibi stratejiler uygulanmaktadır (Zorlu, 2020, ss. 164-165).

Tüketiciler kapitalist sistem içerisinde çok önemli bir yere geldiği için bu tüketicilerin kendi kendilerine karar vermelerinin engellenmesi gerekmektedir. Bu sebeple insanların karar vermelerine yardımcı olmak amacıyla reklamcılık geliştirilmiştir. Bireyler tüketim katedrallerinde tutulmak için reklamların ödül ve sınırlamalar koyarak koruduğu fanteziler aracılığıyla tüketim alanlarına cezbedilmiştir. Bu kredi kartlarında da görülmektedir. Bireyler kredi kartları ve kredilerle tüketime çekilmekte ve yüksek kredi limitleri ile daha fazla tüketmeye yönlendirilmektedir (Öztaş ve Özbolat, 2020, s. 120). Böylece tüketici bu ütopyada vitrinlerde yer alan nesnelere alabileceğinden daha

fazlasının var olduğunu bilmekte ve bu ölçüsüzce bolluk içerisinde tüketimi sonuna kadar gerçekleştirememesi tüketemeyen yoksulluğun doğmasına sebep olmaktadır. Bu alanların büyümesi ihtiyaçların kıt olduğu düşüncesinden bireyleri kurtarıp savurganlık kıtlığını ortaya çıkarmaktadır (Aksakal, 2019, s. 510).

Tüketim giderek mal ve hizmet alımından uzaklaşarak daha fazla eğlence alanı ile ilişkilendirilmektedir. Tüketim araçları “şov işi”nin bir parçası olarak katedrallerine tüketicileri çekip paralarını almak için oluşturulmuş sahneler olmaktadır (Arık, 2010, s. 221). Tüketim katedrallerinin en yaygın şekli alışveriş merkezleridir. George Ritzer’ın alışveriş merkezlerine yönelik “kafes” tanımlamasından yola çıkan Lauren Langman bu alanları Neon Kafes olarak tanımlamaktadır. Langman alışveriş merkezlerini her şeyin denetim altında olduğu yalıtılmış yapılar olarak görmektedir. Ritzer ise Langman’ın bu merkezleri hayal üreticisi alanlar olarak görmesini haklı bulmaktadır (Batı, 2007, s. 11). Bu bağlamda alışveriş merkezleri, pratik ve akılcı kullanımının yanında kültürel, sosyal ve sembolik amaçlarla kullanılabilir. Nesnelere doldurulmuş ve nesnelere sunulduğu bu “cennet dünyası” tüketim mekânları, aynı zamanda bu nesnelere sahip olmanın hayal edildiği yerler olmaktadır. Bunun yanında hipermarket, alışveriş merkezi gibi yerler sadece sosyal mekânlar değil, bu nesnelere dokunma ve bu nesnelere büyüme kapılma yerleri de olmaktadır (Zorlu, 2020, s. 161). Bolluğun ve seçimin sentezinin yapıldığı alışveriş merkezleri boş zaman etkinlikleri, nesnelere ilişki kurma, etkinlikleri birleştirme işlevlerini de yürütmede önemli bir yer tutmaktadır. Buralarda kültür de satışa sunulmakta fakat kültürsüzleştirilerek yapılmaktadır. Metalar da kültürsüzleştirilerek genel etkinliklerin bir unsuru haline gelmektedir. Walter Benjamin de alışveriş merkezlerinden metanın ruhu olarak bahsederken bu yerleri kültürün yeniden yaratıldığı mekânlar olarak görmektedir. Burada kültür tüketim nesnelere kullanılarak yapay biçimde oluşturulmaktadır. Benjamin, bunu kültürün fantazmagorik niteliğiyle ele almakta ve aldatıcı görüntülerin bir bütünü olan fantazmagori nesnenin kullanım değerini engellemektedir (Batı, 2007, s. 11).

Zamandan bağımsız bir şekilde yapılan alışveriş merkezleri içerisinde bulunan bireylerin zaman ve saatin farkına varmamasını sağlayarak mekânın büyüme araçları ile tüketimlerine devam etmelerini ve kendilerini bir mutluluk havuzunda hissetmelerini sağlamaktadır. Bu merkezler içinde yapılan her şey (eğlenme, dinlenme, yemek yeme) bir tüketim eylemine dönüştürülmektedir. Bireyler burada kaldıkça bir yandan eğlenmekte bir yandan alışveriş yapmaya devam etmektedir. Yani burada geçirilen her zaman dilimi kapitalist sistemin lehine, tüketicinin aleyhine çarkı döndürmektedir (Arık, 2010, s. 221). Aynı zamanda toplumun bazı kesimleri için özgürlük alanı olarak kullanılan bu katedraller özellikle ev kadınları için sosyal yaşama katılma fırsatı sunan mekânlar olarak da kullanılmaktadır. Bunun yanında sosyal dayanışma simgesi olarak kullanılan bu alanlar özel ilgilerin, sınıf değerlerinin, prestijli markaların ve beğeni tarzlarının paylaşıldığı sembolik dayanışma alanları da olmaktadır. Dolayısıyla bu mekânlar, belirli imajların paylaşıldığı refah içinde yaşamın imajını da oluşturan alanları simgelemektedir (Zorlu, 2020, s. 179). Bu yönüyle alışveriş merkezleri bireylerin

tüketim tarzını da önemli ölçüde değiştirmektedir ve tüketime yönelik birçok farklılığı bünyesinde bulundurmaktadır. Bunlardan ilki alışveriş merkezleri tek bir çatı altında hem yiyecek hem eğlence hem de diğer ürünleri satın alabildikleri yerler durumundadır, bu yüzden alışveriş deneyimini daha verimli hale getirerek tüketim alışkanlığını değiştirmektedir. İkinci olarak buralardaki tüketim araçları kapsayıcı ve çekici özelliklere sahip olduğu için bireyler; gezebilmek, sosyalleşebilmek, istediğinde yardım alabilmek ya da alacaklarına kendisi karar verebilmek için özel bir niyetle bu mekânlara gelmektedir. Üçüncü olarak burada rahat davranabilmeye ortam hazırlayan kendi işini yapma geleneği de bireylerin tüketim şekillerini değiştirmektedir. Birçok tüketim katedrali müşterilerine kendi işlerini yapmaları gerektiğini söylemektedir. Örneğin, bireyler süper marketlerde, mağazalarda, alışveriş merkezlerinde almak istediği ürünleri bulabilmek için saatler harcamaktadır. Fastfood restoranlarda yemeği bireylerin kendisi için servis etmesi hatta masayı temizlemesi, banka memurlarının yapacakları işlerin bankamatiklerde bireyin kendi işlemlerini yapabileceği şekle dönüştürülmesi gibi birçok alanda tüketim tarzı değiştirilmektedir (Öztaş ve Özbolat, 2020, s. 121).

2.1.2.7. Jean Baudrillard'ın Tüketim Toplumu Teorisi

1980'li yıllardan başlayan neo-liberalleşme etkisiyle tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramları ile sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bu kavramları anlamak için tüketim konusuna bir yandan bir ideoloji olarak bakmak gerekirken diğer yandan bir dil olarak düşünülmesi gerekmektedir. Tüketim kültürü ideolojisi hayatın anlamını nesnel çerçevesinde değerlendirmeyi sağlarken kapitalist ülkelerden gelişmekte olan ülkelere transfer olmakta ve ekonomik büyümenin bu ideoloji ile sağlanacağı inancını oluşturmaktadır. Bu nedenle bu ideoloji köklerini sosyal yapıda bulmaktadır (Odabaşı, 2019, s. 35). Endüstriyel sistemin üretici olarak sosyalleştirdiği kitlelerin, tüketim kültürü ideolojisiyle farklı bir şekilde oluşturulan düşünce tarzları içinde sosyalleştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda kitle üretimiyle ilişkilendirilen tüketim toplumu, tüketimin öğrenildiği ve bireylerin tüketime alıştırıldığı toplumdur. Bu toplumsallaşma şekli, yeni üretim güçlerinin ortaya çıktığı ve yüksek verimliliği hedefleyen bir ekonomik sistemin tekeli yapılanmasıyla orantılı olarak ortaya çıkmaktadır (Baudrillard, 2022, s. 95).

Temeli kapitalizme dayanan tüketim toplumunda, toplumun mal ve hizmet üretmesi beklenmeyip boş zamanın ve malların tüketimi çerçevesinde tüketim etrafında örgütlenmesi hedeflenmektedir. Tüketim toplumundaki eğilimler genellikle artan zenginlik, toplumsal sınıfın yok olması, burjuvalaşma, bireyciliğin artması, popüler kültürün gelişmesi ve tüketim sektörlerinin fazlaşması gibi konularla ilişkilendirilmektedir (Dal, 2017, s. 7). Bu bağlamda tüketim toplumunda var olan refah artışı, üretim düzeyinin yükselişi ve tüketim araçlarının (alışveriş merkezleri, kredi kartları, reklamlar vb.) fazlaşması bireysel tüketimi hızla artırmaktadır (Zorlu, 2020, s. 68). Bu toplumda tüketmek herkesin öncelikli görevidir. Toplumun üyeleri tüketici rolünü oynayabilme yeteneğine ve arzusuna göre belirlenmektedir. Toplumun ve üyelerinin sistemin istediğini verebilmesinin ölçüsü ise ekonomik büyüme ve toplumun üretimi gücünden ziyade tüketicilerin

şevklerine bağlanmaktadır. Tüketim toplumu ortaya çıkmadan önce çalışmanın üstlendiği kişisel güdüler, toplumsal bütünleşme ve üretimi birbirine bağlama rolü bu toplumda tüketim aracılığıyla yerine getirilmektedir (Şan ve Hira, 2004, s. 5).

Baudrillard (2022, s. 91) tüketimin hakikatini bir haz işlevi olarak değil, bir üretim işlevi olarak görmektedir. Dolayısıyla ona göre tüketim, maddi bir üretim gibi bireysel değil doğrudan ve tümüyle toplumsal bir işlev olmaktadır. Baudrillard bunu uygun bir şekilde tanımlamak için bolluk çağı kavramını kullanmakta ve bolluk çağında yaşayan bireylerin başkaları tarafından değil nesnelere tarafından kuşatıldığını ifade etmektedir (İnce ve ark., 2018, s. 73). Baudrillard (2022, s. 254) bolluk kavramını şeytanla ilişkilendirmektedir. Şeytanın nasıl ki en şeytani yanı var olmaktan ziyade var olduğuna inandırmaksa bolluğun da var olmadığını aslında var olduğuna toplumun inandırıldığını belirtmektedir. Bu nedenle ona göre tüketim bir söylem şeklidir. Yani tüketim çağdaş toplumun kendi üzerine yazılan bir söz ve toplumun kendisiyle konuşma tarzını oluşturmaktadır. Bu anlamda tüketim fikri, tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliğine karşılık gelmektedir.

Baudrillard'a göre bireylerin tüketimde seçim yapmaya yönelik bir özgürlüğü bulunmamaktadır. Tüketim şekillerinin birçoğu ödev haline gelmiştir hatta bireyler farklılaşabilmek uğruna aslında zevk almadıkları bir tüketim şeklini de tercih edebilmektedir. Bazen bireyler değişik konseptlere katılabilmek için olumsuz deneyimler yaşamayı göze alabilmektedir (Sakarya ve ark., 2020, s. 7). Böylece tüketim temel işlevinin yanı sıra gösterge niteliğindeki farklı yan anlamlara karşılık gelmektedir. Örneğin temel işlevi haberleşme olan telefon, bir statü ve konfor aracı olarak kullanılmaktadır. Bu şekliyle bakıldığında her tüketim nesnesi göstergeler üzerinden bir değer kodu üretmektedir ve doğal ihtiyaçların karşılanmasından daha çok kurallar ve kodlar ile düzenlenmiş göstergelere karşılık gelen sistemin parçası olmaktadır. Bu sistem içerisinde ihtiyaçların yerini toplumsal sınıflandırmalar ve değerler düzeni almaktadır. Yani arzuların tatmin edilmesi rasyonel bir ihtiyacın karşılanmasının önüne geçmektedir. Bu nedenle tüketim toplumunda gerçek ve sahte ihtiyaçlar arasındaki ayırım ortadan kalkmıştır. Nesnelere satın almak ve sergilemek bireylere toplumsal bir saygınlık ve ayrıcalık getirmektedir (Nar, 2015, s. 946). Baudrillard (2022) tüketim toplumunda sadece nesnelere değil, fikirlerin ve görüngülerin de tüketildiğini ifade etmektedir. Çünkü tüketim nesnelere bireylerin kimliğine yönelik bir aidiyet taşımaktadır. Kültürel görüngülerde gösterge, işaret ve imaj baskın bir şekilde durmaktadır. Bu sebeple tüketim ona göre her zaman göstergelerin ve sembollerin tüketimidir. Böylece tamamen tüketime yaslanan bir toplumu tüketim toplumu olarak tanımlamanın doğru olduğunu ileri sürmektedir.

Bu anlamda tüketim; bireylerin kendisine sosyal sınıflandırma içinde yer bulduğu, gösterge ve nesnelere statü kazandırdığı ve nesnelere verilen değer anlamlandırıldığı bir araç haline gelmektedir. Aynı zamanda bir farklılaşma aracı olarak kullanılan tüketim, bireyleri tüm mal ve hizmetleri satın almaya yönlendirmekte ve böylece tüketim toplumuyla bütünleşmektedir. Dolayısıyla tüketim; bu toplumun üyeleri için bir zorunluluk, alışkanlık ve etkinlik alanı olmaktadır (Nar, 2015, s. 946). Bu

alışkanlıklar ve nesne bolluğu içerisinde bireyde sürekli bir tüketim ihtiyacı tetiklenmektedir. Statüye aracılık eden mallar sürekli takip edilmekte ve kullanılmaktadır. Alt sınıfa ait olan bireyler benzer bir tüketim şekline sahip olunca üst sınıf yeni bir arayışa girmektedir. Bireylerin kendini yenilemesi gerektiği döngüsü böylece sürekli devam etmektedir. Bireylerin kendini nasıl yenileyeceği ise tüketim kültürünün sözcüsü görevini yürüten medya aracılığıyla öğretilmektedir (Sakarya ve ark., 2020, s. 7). Tüketim toplumunda tüketiciyi daha fazla ihtiyacı olduğuna ikna eden en etkili medya aracı reklam olarak karşımıza çıkmaktadır. Baudrillard (2022, s. 162) reklamı anlamak ya da öğrenmek için değil umut etmeye sebep olduğu için bir kehanet sözcüsü olarak görmektedir. Ona göre reklamda anlatılanlar nesnenin kullanım değerinin hakikatini değil, yaydığı kehanet göstergesinin gerçekliği ile sonradan gelen bir doğrulamanın varsayıldığı ortamlardır. Yani üreticiler ürünlerinin vadettiği faydanın tüketicinin arzularını karşılayarak satın alma ve satma oyununa dahil edilmesini sağlamaktadır. Böylelikle tüketiciler satışa sunulan nesnelere sahip olmak için fedakârlıkta bulunmaya hazırlanmaktadır. Bu fedakârlık kendisini para kazanmak, kazandığını biriktirmek ve sonuçta bunu harcamak şeklinde göstermektedir. Bunu sağlayabilmenin en iyi yolu reklamları kullanmaktır (Yanıklar, 2010, s. 31). Tüketim toplumunda kitle iletişim araçlarıyla yaratılan dünyada reklamlar “herkes kral olabilir” ya da “herkes zirveye çıkabilir” illüzyonunu vurgulamaktadır. Ayrıca burada prestij ve statü yarışını kazanabilmenin tek yolu başkalarında olmayı elde etmekten geçtiği anlayışı bulunmaktadır. Bu yolla reklam, “sahip olduklarıyla diğerlerini geç” “diğerlerinden geri kalma” sloganını, sosyal bir buyruk havasına sokarak bireyleri daha fazla tüketmeye yönlendirmektedir (Odabaşı, 2019, s. 39).

Kurulan bu sanal düzenin parçası olan tüketim, hem ihtiyaçlar sistemini yönlendirmekte ve üretmekte hem de tüketim nesnelere belirlemektedir. Bireyler açısından bu sonuç ise zamanla topluma yabancılaşma, psikolojik rahatsızlık ve şiddete eğilim gibi olumsuzlukları ortaya çıkarmaktadır (Nar, 2015, s. 946). Tüketim toplumlarında aile vb. ilişkiler zayıfladığı için süreç içerisinde tüketimden kaynaklanan amaçsızlık ve ruhsal yorgunluğu gidermek amacıyla dernek, kulüp vb. kurumlar oluşturularak insanlar arasındaki ilişki dengelenmeye çalışılmaktadır. Bu nedenle tüketim kültürünün baskın olduğu toplumlarda bireyler arasında geçici ilişkilerin olduğu bir düzen bulunmaktadır. Bu geçici düzenin temeli ise tüketim toplumundaki “kullan-at” davranışına dayandırılmaktadır. Kullan at ürünler, modası geçen mallar insan ve nesne arasındaki ilişkileri de geçici hale getirmektedir. Dolayısıyla tüketim bu toplumlarda yaşamı hızlı öğren ve hemen unut şekline dönüşmektedir. Bu toplumdaki en temel döngü “satın al, biraz kulan ve hemen çöpe at” döngüsünden oluşmaktadır. Böyle bir anlayış günümüzde nesnelere geçişini hızlandırmaktadır (Bayhan, 2011, s. 235).

2.1.3. Tüketim Kültürü

Tüketimcilik ideolojisinin temeli tüketim kültürü ve kapitalist ekonominin birlikteliğinden gelmektedir (Odabaşı, 2019, s. 33). Kapitalist ekonominin en önemli aracısı olan tüketim kültürü kapitalist sisteme sahip ülkelerde en zenginden en yoksula kadar tüm kesimlerin tüketim arzusu içerisinde olmalarını gerekli kılmaktadır. Bu arzu herhangi bir mal ya da hizmeti zorunlu olarak karşılanması gerekirse dahi satın alma konusunda kendisini sürekli hissettirmektedir (Yanıklar, 2010, s. 26). Ekonomik bir sistemden çok daha fazlası olan tüketim kültürü çok yaygın ve geniş çapta hayranlık uyandıran bir yapıyı ifade etmektedir (Dröge ve ark., 1993, s. 32). Tüketim olgusu, kapitalist toplumların yanı sıra tarımsal üretim yapan toplumlarda da gösterge ve sembollerin var olduğu bir süreç olarak ele alınmakta ve tüketimin arzulara dayanan bir olgu olduğu açıklanmaktadır. Toplum hangi durumda olursa olsun tüketim, sembolleri içine alan sosyal bir süreci ifade etmektedir (Bocock, 2009, s.13). 18. yüzyılda aşk, romantik akım ve beğeni tarzları ile orta sınıf kadınlarda yaygınlaşan roman okuma alışkanlığı vb. yeni kavramların insan hayatına girmesiyle modern tüketim kalıpları değişime uğramıştır. Tüketim çok yönlü etkisi nedeniyle moda ve kültürel değerler de dahil olmak üzere üst sınıflardan orta ve alt sınıflara doğru yayılmaya başlamıştır. Bu da tüketim ve kültür ilişkisinin kökenlerinin çok eskiye dayandığını göstermektedir (Aydın ve ark., 2015, s. 26).

Tüketim kültürü, kavram olarak tüketimde kültürün etki derecesini konu edinmektedir. Sunulan ürün ve hizmetlerle tüketicilerin semboller sistemine dahil olmalarını sağlayan kültürel yaratıcıların gerçekleştirdiği uygulamalar vasıtasıyla pazarda yaratılan tüketim biçimi bir kültüre dönüşmekte ve bu tüketim kültürü olarak adlandırılmaktadır. Kapitalist sistemin en önemli gücü olan tüketim kültürünün bireylere empoze edilmesi ve sistemin işleyebilmesi için tüketicilerin ürünleri kavrayış ve etkileşim tarzını etkileyen kültürel sistemler arasında bağlantı olmalıdır (Holt, 2002, s. 71). Tüketim kültürü teorisi, tüketim ve pazar davranışları hakkında yinelenen çağrılarını yerine getirirken bireysel düzeydeki anlamları sistematik olarak farklı kültürel süreç ve yapı düzeylerine bağlamaya ve ardından bu ilişkileri tarihsel ve pazar bağlamlarına yerleştirmeye çalışmaktadır. Tüketim kültürü teorisi temel olarak kültürel anlamlar, sosyo-tarihsel etkiler, günlük yaşamın karmaşık bağlamında tüketici deneyimlerini ve kimliklerini şekillendiren sosyal dinamiklerle ilgilenmektedir (Arnould ve Thompson, 2005, s. 875).

Tüketim kültürü; tüketimin kimlikler, değerler, yeniden üretim, siyasi düzen ve çok daha fazlası için merkezi bir öneme sahip olduğunu ve modern insanların sosyal hayatlarını kendi kimliklerinden ziyade tüketici kimlikleri üzerinden yaşadıklarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Slater, 2015, s.1). Yaratılan bu yeni kimlikler yüksek kimlik inşası olarak değerlendirilmektedir ve bu durum kapitalist ülkelerde sıra dışı kimliklerin (yediklerini kusarak çıkaran bulimikler, yiyememe durumu olan anoreksikler, çalma hastalığı olan kleptomancılar, patolojik karakterli kumarbazlar ya da alışverişkolikler vb.) ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu nedenle tüketim kültürü bireylerin benliğini

ve kimliğini şekillendiren ve yaşam tarzını değiştiren bir süreç olmaktadır (Batu ve Tos, 2017, s. 1010).

Tüketim kültürü, üretilen nesnelere toplumsal bir değer kazandırdığı bir düzeni ifade etmektedir. Baudrillard (2017), bireylerin tüketim kültürünün yaratıldığı tüketim toplumunda var olmak için nesnelere ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir. Tüketim kültüründe nesnelere tüketim aracı olarak görülmesi, onların yok edilmesi yönünde bir yaşam felsefesini beraberinde getirmektedir. Çünkü tüketici olmak; tüketime ayrılmış şeylerin çoğunu sahiplenmek, onları satın almak ve bunun için para harcamak, sonuç olarak bunları özel bir mülkiyet haline getirmek demektir (Kara, 2013, s. 93). Tüketim kültüründe ihtiyaç olarak dayatılan nesnelere bireysel olarak ele alındığında aslında hiçbir şey olmadığını sadece bir ihtiyaçlar sistemi olduğunu yani tüketimin zorunlu ve mantıksal olarak üretimin yerine geçtiği görülmektedir (Baudrillard, 2022, s. 87). Tüketim kültürü etkisiyle bireyler tüketim kimlikleri üzerinden maddi ihtiyaçlarını karşıladığı için değil, tüketmeyi istedikleri sembol ve göstergeleri tükettikleri için kendilerini iyi hissetmektedirler. Fakat tüketim eylemi gerçekleşip sona erdikten sonra içsel bir boşluk hissetmektedirler. Zira tüketici bireyler için tüketebilmek ve alışveriş yapmak fikri bu eylemlerin gerçekleşmesinden daha anlamlı görünmektedir (Akarçay, 2018, s. 196).

Postmodern yaklaşım içerisinde tüketim kültürü üç farklı şekilde ele alınabilmektedir. İlk olarak tüketim kültürü, kapitalist meta üretiminin yaygınlaşmasına yaslanmaktadır. Bu yaygınlaşmayı tüketim malları, alışveriş alanları ve tüketim alanları biçiminde büyük miktarda birikimlerle gerçekleştirmektedir. Bu durum bazı gruplar tarafından eşitlikçilik ve özgürlük getirdiği gerekçesiyle olumlu karşılanırken bazı gruplar tarafından ise toplumsal ilişkilerin zarar görmesi ve ideolojik manipülasyona neden olan boş zaman ve tüketim faaliyetlerini ön plana çıkardığı için olumsuz karşılanmaktadır. İkinci yaklaşım, tüketim mallarından elde edilen doyumun ve statünün enflasyon koşulları altında farklılıkların sergilenmesinde mallara erişimin toplumsal olarak yapılmış ilişkiler olmasıyla ilgilidir. Bu durum bireylerin toplumsal farklılıklar yaratabilmek amacıyla ürünleri kullanırken izledikleri yollar üzerinde durmaktadır. Üçüncü yaklaşım ise farklı şekillerde tüketicinin kültürel hayalinde ve tüketim alanlarında coşkuyla karşılanan duygusal hazlar, rüyalar ve arzular sorunu olduğundan bahsetmektedir (Featherstone, 2008, ss. 36-37).

Tüketim kültürü; bireylerin seçim, özgürlük, bireycilik, ihtiyaçlar ve istekler, değer vb. modern deneyimdeki kavramların ve konuların ifade ettiği tartışmalar olarak da görülebilmektedir (Slater, 2015, s. 1). Buna göre bireyler ister zengin ister yoksul olsun bir ürünü satın alırken yalnızca onun kullanım değerini değil, kendileri için ne anlama geldiğini ve hangi mesajları taşıdıklarını göz önünde bulundurmaktadırlar. Marka kıyafetler giyinmek ya da son model arabaları kullanmak aracılığı ile gelen toplumsal saygınlık, bazı koşullarda yetersiz kaynaklara sahip olmanın etkisiyle sağlık, eğitim gibi daha yaşamsal alanlardaki kullanımına tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır. Kısacası, ürün fark etmeksizin herhangi bir alanda yapılan tüketim ve buna yönelik tercihler bu ürünlere yüklenen yoğun anlamlarla örtülüdür. Tüketim aracılığıyla edinilen mallar; sosyal statünün

farklılaştırılabileceği bir düzenek sağlamak ve zaman, mekân, toplumsal konum, bir gruba dahil olma veya dışlanma gibi ayrımlar vasıtasıyla kültürün gerçekleştirdiği sabit ve gözlemlenebilir bir anlamlar sistemi ortaya koymaktadırlar (Bilsel, 2018, s. 134). Ayrıca nesnelere kendi kullanım alanının dışında gösterge değerini ortaya çıkararak yeni anlamlar kazanarak başka nesnelere yer değiştirebilmektedir. Örneğin, çamaşır makinesi bir ev eşyası olarak hizmet etmekte ve konfor, prestij gibi rol oynamaktadır. Tüketim alanı da bu ikinci alanda doğmaktadır. Bu alanda herhangi bir nesne, anlamlı bir öge olarak çamaşır makinesinin yerine geçebilmektedir. Yani göstergelerin mantığında nesnelere bir işlev ya da tanımlı bir ihtiyaca bağlı olmamaktadır (Baudrillard, 2022, s. 89).

Tüketim kültüründe bireyler sadece somut olan nesnelere tüketmenin yanında soyut olan birçok şeyi de tüketebilmektedir. Tüketim yalnızca giyim, dekorasyon ve süslenme ile değil yaşam tarzları, boş zaman aktiviteleri, müzik zevkleri, spor alışkanlıkları, filmler ve çocuk oyunları gibi geniş bir alanda tezahür etmektedir (Harvey, 2014, s.319). Tükettikçe var olmanın temel yolu olan ve sürekli yeniden inşa edilen bu kültürü yaratan en önemli aktörler arasında moda, küreselleşme, boş zaman algılamaları, sosyal sınıf, popüler kültür, reklamlar, materialist düşünce ve medya sayılabilmektedir (Batu ve Tos, 2017, s. 1011).

Tüketim kültürü teorisinde tüketim gerçekleştiği alanda öneme sahip olmaktadır. Tüketim katedralleri olarak algılanan tüketim alanları, mal ve hizmetleri sahiplenmeye ve tüketmeye olanak sağlayan hatta teşvik eden böylece tüketicileri cezbeden bir atmosfere sahip olan özellikleri ile tanımlanmaktadır. Tüketim anlayışının yerleşmesine bağlı olarak tüketim katedralleri oluşmaktadır (Rih, 2021, s.10). Örneğin, turizm sektörüne hizmet eden bütün alanlar bir tüketim katedrali olarak değerlendirilebilmektedir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde kullanılan doğal alanlar, tarihi binalar, arkeolojik alanlardan çıkan eserlerin sergilendiği müzeler, geleneksel alanlar ve bunların yanında tüketimin yoğun olarak hissedildiği otel, restoran, hediyelik eşya alım satım yerleri bir tüketim ortamı yaratmaya hazır olan unsurlardır ve tüm bunlar turizm alanlarının bir tüketim katedrali haline geldiğini göstermektedir.

Tüketim kültürü ne tüketimin gerçek bir sosyal organizasyonu ne de sadece tüketim hakkındaki fikirler olduğu için performatif olarak düşünülmektedir. Böylece kavram modern olmanın, fiili üretiminin, eleştirel düşünce ve pratiklerin merkezinde yer almaktadır (Slater, 2015, s. 1). Tüketim kültürü ideolojisinin 1980'li yıllardan sonra yoğun bir şekilde dikkat çekmesi, kavramın genişlemesine ve tanımlanması zor bir hale gelmesine neden olmaktadır. Bu nedenle tüketim kültürü konusundaki görüşlerin de olumlu ve olumsuz olması arasında net bir sınır olmadığı ve bulanıklaştığı da görülmektedir (Odabaşı, 2019, s. 28). Tüketim kültürüne ilişkin olumlu ve olumsuz yargılar beş temel boyutta değerlendirilebilmektedir (Dröge ve ark., 1993, s. 34).

Tablo 2.1: Tüketim Kültürüne İlişkin Yargılar (Dröge ve ark. 1993 s.34)

	Olumlu	Olumsuz
Sosyo-Kültürel	Ürünler, kendini ifade etmek için mahremiyet, hareketlilik ve anlam sağlamaktadır ayrıca yaşam kalitesini yükseltmektedir.	Toplumun geleneksel yapısı, aile yapısı ve kültürel değerleri zayıflatmaktadır; rekabetçi tüketim ile sonuçlanmaktadır.
Politik	Siyasi despotların gücünü zayıflatmakta, ticareti güçlendirmekte ve böylece savaşı daha az olası hale getirmektedir.	Politikacıları ve iş dünyasını yozlaştırmakta, kitle iletişim araçları ile propaganda mekanizmalarını kontrol altına almaktadır.
Ahlak ve Din	Yoksulluk en büyük adaletsizlik demektir. Tüketim kültürü zenginlik yaratmakta ve dini alanlar bile pazarlamadan işletme gibi faydalanabilmektedir.	Dini inaçları zayıflatma, bencil davranışların ve kamusal sorunların görmezden gelinmesine sebep olmaktadır.
Psikolojik	Tüketim doğuştan gelmektedir ve seçenekler yoluyla bireylere tatmin ve mutluluk sağlamanın yanında kimlik kazandırmaktadır.	Ürünler ihtiyaçları tatmin edemez hale gelmektedir. Tüketim yoluyla elde edilen anlam yanıltıcıdır.
Ekonomik	Piyasa verimliliğini artırmakta, maliyetleri düşürmekte, istihdam ve zenginlik yaratmaktadır	Fiyatların yükselmesi, güvenilir olmayan ürünlerin üretilmesi ve kirlilik gibi dışsallıkların yaratılması ile sonuçlanabilmektedir.

Özetle, tüketim kültürü, bireylerin nesnelere semboller ve anlamlar yüklemeleriyle gerçek ihtiyaçlarından öteye geçerek kullanım değerinden ziyade ürün ve hizmetin satın alınmasının bir haz olarak ortaya çıkmasını ifade etmektedir. Böylelikle tüketim kültürü tüketim toplumu tarafından yaratılan nesnelere ön plana çıktığı bir kültürel süreci bünyesinde bulundurmaktadır. İnsanlara daha fazla alışveriş yaptırarak, daha çok tükettirerek içsel bir rahatlama sağlatan tüketim kültürü aynı zamanda insanların tüketerek sosyal statüsünün değişeceğini düşündüren bir sistem olmaktadır. Tüketim kültürü insan yaşamının herhangi bir alanında tezahür eden bir yaklaşımdır ve hem çevresel hem de sosyo-kültürel süreçlere etki etmektedir.

2.1.3.1. Kültürün Küreselleşmesi ve Yerel Kültürlerin Tüketime Entegrasyonu

Küreselleşme; ekonomik, politik, kültürel, sosyal, ekolojik ve teknolojik konularda global düzeyde bütünleşmenin, dayanışmanın ve entegrasyonun artması anlamında kullanılmaktadır (Buyan, 2007, s. 217). Ayrıca küreselleşme ekonomik, kültürel ve siyasal konularda bütünleşmenin dışında yaratılan teknolojilerin dünyanın her yerinde kullanılması, mekânların yakınlaşması, sermaye dolaşımı ve serbest dolaşımın globalleşmesi, dünya pazarının büyümesi, rekabetin sınırsız olması, dünyanın küçülerek ulusal sınırların dışına çıkılması ve böylece yeni etkileşim şekillerinin ortaya çıkması olarak da tanımlanabilmektedir. Yani dünyanın küçük bir köy ve tek pazar haline gelmesi demektir (Balay, 2004, s. 62).

Küreselleşme fikri ekonomik alanda uluslararası iş birliği, destek ve paylaşım, fayda yaratacak bir eylem olarak tanımlanırken tek tip bir kültürün egemen kültür olarak dayatılması noktasında farklı

görüşler bulunmaktadır (Buyan, 2007, s. 218). Küreselleşmeye yönelik görüşlerin odak noktalarından biri homojenleşme ve evrenselleşme temalarından ortaya çıktığı için sermaye ve bilgi akışı; gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkeler için fırsatlar, evrensel ahlâk ve ilkeler, dünya vatandaşlığı gibi kavramlar olumlu karşılanırken ulus-devlet anlayışının sınırlarının dışına çıkılması, kültürlerin benzeşmesi ve türdeşleşmesi ve yaşam tarzlarının Amerikanlaşması gibi kavramlar olumsuz karşılanmaktadır (Taylan ve Arklan, 2008, s. 87). Bu nedenle küreselleşme karşıt ve yandaş fikirler olarak farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Buna göre küreselleşme bazen kapitalizmin yeni şekli olarak görülürken bazen de hızlı ekonomik büyüme, yeni fırsatlar, yüksek yaşam standartları, bilim ve teknolojiye erişimin kolaylaşması şeklinde değerlendirmektedir (Zeren, 2006, s. 640). Bunun yanında küreselleşmeyi iyimser olarak değerlendirenler dünyayı tek mekân, tek kültür haline getiren süreçler yani küresel bir köy olarak görülürken karamsar olarak değerlendirenler topluluk ruhunu yıkan, bireysel kimlikleri aşındırıp parçalayan yönüyle bakmaktadır (Taylan ve Arklan, 2008, s. 87).

Küreselleşmenin kültür üzerindeki etkisi ise olumlu ve olumsuz iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Küreselleşmenin kültürel engelleri ve kültürün olumsuz boyutlarını ortadan kaldırması ve daha istikrarlı bir dünya yaratarak insanların daha iyi bir yaşam sürmesini sağlaması olumlu olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanında çok uluslu şirketlerin ya da uluslararası kurumların yaygın gücünden korkulması nedeniyle olumsuz olarak değerlendirilmektedir (Lieber ve Weisberg, 2002, s. 275). Kültürün küreselleşmesi terimi, ulusların yakınlaşması ve toplumların kültürel ilişkilerinin genişlemesi sorunuyla bağlantılı olarak 1980'li yılların sonlarına doğru ortaya çıkmıştır (Raikhan ve ark., 2014, s. 9). Kültürün küreselleşmesi, yüksek etkili bir kültürün diğer kültürler üzerinde yarattığı doğrudan ya da dolaylı etkilerin bütünü ve düşük kültürde yaşanan aşınma olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada Amerikan menşeli Batı kültürü baskın kültür olarak bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde diğer toplumlara kabul ettirilmektedir. Böylece modernite olarak benimsenilmeye çalışılan küreselleşme bu şekliyle gelenekselliğin bertaraf edilmesiyle karma bir kimlik anlayışı oluşturulmaktadır. Bu yeni kimlik yapısı daha istikrarsız ve aidiyet duygusunun düşük olduğu bir özellik oluşturmaktadır (Nar, 2015, s. 943). Ayrıca yeni bir kültüre üye olma yönündeki hareket o kültürün mevcut üyeleriyle doğrudan temas veya etkileşim gerektirmemektedir. Televizyon, film, video, müzik ve internet gibi medya araçlarıyla kültürlerin yayılması ve yeni üyelerin doğrudan temasına gerek kalmadan yerleşim birimleri oluşturmasını mümkün kılmaktadır. Sonuçta kitlesel göçün olmadığı kültürel bir diaspora ortaya çıkmaktadır (Bird ve Stevens, 2003, ss. 400-401).

Kültürün küreselleşmesi, modern ulaşım araçlarının ve ekonomik ilişkilerin gelişmesi, medya aracılığıyla ulusötesi şirketlerin ve küresel pazarın oluşması ile dünya üzerindeki bütün toplumların entegrasyonu hızlandırılmaktadır (Raikhan ve ark., 2019, s. 9). Kültürün küreselleşmesinde, dünya toplumlarının sahip olduğu kültürün yayılıp tanıtılmasından ziyade ekonomik gücü yüksek olan tekil kültürün standartlaştırılması söz konusu olmaktadır. Çünkü kültür standartlaştırıldıktan sonra bu kültüre ait ürünlerin pazarlanması fikri ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle küreselleşme tek el şirketlerin

pazarladığı malların tüketim ikonları olmaktadır. Soyut (müzik, sanat, sinema vb.) ya da somut ürünlerin hepsi tüketilebilmektedir ve yeterince reklamı yapılan her şey satılabilmektedir (Buyan, 2007, s. 218).

Toplumun kültürel alışkanlıklarını ve tüketim davranışlarını şekillendirerek bir tüketim ideolojisi yaratmak kapitalist ülkelerin en önemli hedeflerini oluşturmaktadır. Bireyleri belirli kalıplar içinde sınıflandıran bu yaklaşımı Antonio Gramsci hegemonya kavramı ile açıklamaktadır. Hegemonya kavramı içerisinde kültür, siyaset ve ideoloji ilişkisi incelenmektedir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının ve medyanın kullanılmasıyla toplumlara müdahale edilmesi ve sonuç olarak onları şekillendirmesini ifade etmektedir. Bu yönüyle hegemonya kapitalist ülkelerde bulunan egemen sınıfların bir güç mücadelesine değil ideolojik aygıtlara atıfta bulunmaktadır (Gramsci, 1995). Tüketime yönlendirme gücü yüksek olan reklamların ideolojik boyutu ele alındığında tüketim kültürünün temel argümanları hegemonya kavramı altında ortaya çıkmaktadır. Zira burada tüketimin ekonomik yönüne değil kültür yönüne odaklanılmaktadır. Gramsci'ye göre (1995) tüketim, bireyin yaşam biçimi ve sosyal bir etkinlik alanı olmaktadır (Nar, 2015, s. 948).

Bir alanda hegemonyanın olması sömürünün (emperyalizm) olması anlamına gelmektedir. Kültür endüstrisinin temel aygıtı olan kitle iletişim araçları aracılığıyla kurulan hegemonya kültür emperyalizmini doğurmaktadır. Kültürel emperyalizm Batılı kültürlerin artan hegemonyası ile diğer kültürlere sızarak yayılması olarak değerlendirilmektedir. Kültür emperyalizmi medya konusuna iki yönden eğilmektedir. Bunlar, bir kültürün başka bir kültür üzerinde kurduğu medya egemenliği ve kitle iletişim araçları aracılığıyla dolaylandırılan kültürün evrensel olarak yayılmasıdır. Küreselleşmeyle birlikte medyanın kültür emperyalizmi konusunda aldığı rol iyice belirginleşmiştir. Batılı yaşam tarzının (Amerikan kültürü) ve değerlerinin başka kültürlere sızmasında reklamlar, kitle iletişim araçları ve tüketim kültürü önemli bir rol üstlenmektedir (Taylan ve Arkan, 2008, s. 92).

Küreselleşmeye ve uluslararası medya üzerinde Amerika'nın yüksek hakimiyetine yönelik ileri sürülen tüm eleştirilere rağmen Amerika ve diğer ülkeler arasında beliren kültürel ilişkiler tek yönlü oluşmamaktadır. Bu ilişkide Amerika kültürün üreticisi, diğer ülkeler ise sadece tüketicisi olarak değerlendirilmemelidir. Bu nedenle tüm dünya toplumları arasında çift yönlü bir ilişki oluşmaktadır. Kültürün melezleşen doğasının Amerika kökenli olarak değerlendirilmesi Amerikan kültürünün modern zamanın öncüsü olmasından ve dış kaynaklı faktörlere bağlı olarak baskın olmasından kaynaklanmaktadır (Yıldız, 2006, s. 39).

Kültürün küreselleşmesinin avantajları ve dezavantajları ele alındığında Tablo 2.2.'deki gibi sıralanabilmektedir (Raikhan ve ark., 2014, s. 9).

Tablo 2.2. Kültürün Küreselleşmesinin Avantaj ve Dezavantajları (Raikhan ve ark., 2014, s.9)

Avantajları	Dezavantajları
<ol style="list-style-type: none">1. Bir yandan insanların birbirleriyle daha fazla iletişim kurmasını ve birbirleri hakkında bilgi edinmesini sağlamaktadır.2. Modern dünyada kültürel temasların genişlemesi, iletişim ve bilgi alanında ortaya çıkan farklılıkları kapatmaktadır.3. Medya aracılığıyla modern ulaşım araçlarının ve ekonomik bağlantıların gelişmesiyle ulusların küresel sisteme entegrasyonunun hızlanmasını tanımlamaktadır.4. Toplumlar arasındaki kültürel bağların genişlemesine ve insanların göç etmesine katkıda bulunmaktadır.	<ol style="list-style-type: none">1. Kültürel kimliğin kaybolması tehlikesi vardır ve genç neslin farklı kültürlerin modasını, alışkanlıklarını, tercihlerini öğrenmesiyle kültürel bozulmalar yaşanabilmektedir.2. Yerel kültürlerde asimilasyon tehlikesi yaşatmaktadır.3. Küçük kültürlerin büyük kültürler içinde emilmesi ve büyük bir ulusun kültürü içinde kültürel anlamda azınlığın erimesi söz konusu olabilmektedir.4. Farklı ülkelere göç edenlerin ya da bu ülkelere vatandaşlık alanların ata kültürünü dikkate almaması gibi riskler yaratabilmektedir.

Her toplumda otantik olarak üretilen ve yaşatılan bir kültürel ortam bulunmaktadır. Bu kültür toplumun yaşamında yer alan bütün alanlarda (sosyal, iktisadi, politik vb.) görülebilmektedir. Kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmelerle yerel kültürler de üretilip pazarlanan bir meta haline gelmektedir. Dolayısıyla meta haline gelen bu kültürler medyatik ürünlerle birlikte diğer ülkelere ihraç edilebilmektedir (Taylan ve Arklan, 2008, s. 90). Küreselleşme ile birlikte birçok ülkenin kültüründe yeni adetler ve alışkanlıklar oluşturduğu görülmektedir. Milli kültürde görenek olarak tanımlanan bu âdet ve alışkanlık, bir kuşağın daha önceki bir kuşakta gördüğü ve tanık olduğu davranış ve tutumları içermektedir. Küreselleşme öncesinde bir önceki kuşağa tek kaynak olarak referans olan bu tutum ve davranışlar küreselleşmeyle birlikte bu özelliğini kaybederek medya araçları aracılığıyla ikinci bir kaynak olarak küresel kültür kavramı ortaya çıkmıştır (Mahiroğulları, 2005, s. 1282).

Küreselleşmeyle gelen ve tüm toplumlarda tekil hale gelen küresel kültür, bir popülerlik yaratmakta ve günümüzdeki söylemiyle popüler kültürü oluşturmaktadır. Popüler kültür; egemen sınıfların diğer sınıflar üzerinden ideolojilerinin üretildiği, yerel pratiklerin tüketimin etkisiyle orta sınıflara empoze edildiği süreçleri ifade etmektedir. Popüler kültür; herkesin kolaylıkla erişebildiği, ucuza mal edilebilecek nitelikteki nesnelerin kültürüdür ve yerel kültürlerin tüketime entegrasyonudur. Bu yönüyle popüler kültür bağımlı sınıflardaki arabesk yaşam pratikleri olmaktadır (Batu ve Tos, 2017, s. 1011). Popüler kültür aracılığıyla birçok Batılı şirket daha fazla kâr sağlayabilmek ve hedef kitesini daha da genişletebilmek amacıyla farklı ülkelerde şubeler açma yoluna giderek milli kültürleri yeni tüketim alışkanlıkları kazandırmaktadır. Bu şirketler kitle iletişim araçlarını kullanarak reklamların güdüleme özelliği aracılığıyla tüketicilerde davranış değişiklikleri yaratmaktadırlar. Böylece fastfood yemekler, marka alışkanlığı gibi konularda tüketim kültürü oluşturmanın yolunu açmaktadırlar (Mahiroğulları, 2005, s. 1282). Popüler kültür ürünleri gerek sunumu gerekse de tüketime teşvik sloganıyla bütün insanları ihtiyacı olduğunu gözetmeksizin tüketime davet etmektedir. Bu davette temel ihtiyaçlar ile gereksiz olan ihtiyaçlar arasında seçim bilinci ortadan kaldırılmaktadır.

Örneğin “bir alana bir bedava” reklamlarında tüketiciye sunulan ikinci ürün bir dayatma olarak kullanılmaktadır. Tüketici elindeki ürünü henüz kullanmadan gerçekleştirilen indirimler, kampanyalar, bu yılın modası, yeni sezon ürünleri gibi söylemler yoluyla da tüketim sürekli bir hale dönüştürülmektedir (Coşgun, 2012, s. 842). Popüler kültür ürünlerinin tüketim kültürü içine yerleştirilmesine etki eden bir diğer unsur modadır. Din, ahlâk ve ideoloji yaratımının tek göstergesi olan moda, bireylerin yeniden üretilmesi ve yeni bir kimlik kazandırılmasının yanında erkek ya da kadın olması fark etmeksizin cinsiyetçi algılamalar yaratan etkili bir aracı görevi görmektedir. Moda sistemi kullanıcılarına yeni anlamlar kazandıran kültürel pratikler oluşturmakta ve mevcut kültürlerin anlamını değiştirmektedir (Batu ve Tos, 2017, s. 1011). Örneğin, tüketiciler Adidas, Benetton gibi marka kıyafetler giymenin ya da McDonald’s ve alternatifi markalı yerlerden yemek yemeyi bir imaj konusu olarak görmektedir. Yine tüketiciler moda uyararak geleneksel olarak yapılan düğünlerde “halay” yerine “dansı”, dil kullanımında “dükkân” yerine “shop”, “teşhir salonu” yerine “show room” gibi kavramları kullanabilmektedir (Mahiroğulları, 2005, ss. 1285-1286). Popüler kültür etkisiyle bireylerde beden algısı da yaratılabilmektedir. Bireyler popüler olan kişilere benzemeye çalışmakta, popüler olan sporları yapmakta, popüler müzikleri dinlemekte, popüler olan ideolojiler peşinde koşmakta, popüler kitapları okuyup popüler televizyon kanallarını, dizilerini ya da filmlerini izleyebilmektedir.

Kısacası, küresel kültür toplumlarda yeni davranış kalıpları oluşturmakta, milli kültürleri zayıflatarak melez kültürler yaratmaktadır (Mahiroğulları, 2005, s. 1282). Kültürün küreselleşmesiyle zamanın hızlıca tüketildiği, dünyanın hızlı bir şekilde değiştiği dönemde toplumların yaşayış şekli yeniden düzenlenerek toplumsal benliği değiştirilmektedir. Bu anlayış içerisinde bireylerin teknoloji, kıyafet, yeme-içme ve eğlence gibi birçok tüketim alışkanlığı evrensel olarak birbirine benzemektedir. Bu şekliyle popüler kimlik ürünleri yerel kültürün ikamesi olarak görülebilmektedir (Nar, 2015, s. 944). Bunun yanında düşünmeden tüketilen, eleştirel bilinci ortadan kaldıran, sisteme tam olarak güvenilen popüler kültür toplumdaki egemen kültür haline getirilmektedir (Coşgun, 2012, s. 842). Bu nedenle çağdaş toplumlarda kültürel kimliğin korunması, medeniyetin en yüksek başarısı olarak ölçülmektedir (Raikhan ve ark., 2014, s. 9).

2.1.3.2. Küresel Bir Tüketim Kültürü Aracı Olarak Turizm

Kapitalizm fikri dünyada yaygınlaşmadan önce toplumlarda üretim yalnızca nesnenin kullanım değerine odaklanılarak gerçekleşirken kapitalizmle birlikte ürünler kullanım değerinin dışına çıkarılarak değişim değerine göre üretilmektedir. Örneğin, kayak tatili yapmak bir kullanım değerine sahipken Türkiye’de yaşayıp Uludağ yerine İsviçre Alpleri’ne gitmek bir değişim değeri taşımaktadır (Roney, 2018, s. 120). Bu nedenle tüketim sadece ihtiyaçlara yönelik değil, gittikçe arzulara dayanan bir yapıya dönüşmektedir (Çakır, 2017, s. 15). Modern toplumun temel gayesinin “iyi yaşam” koşullarına ulaşmak olduğu, yani tüketim performansını estetik bir boyutta göstermek olduğu görülmektedir. Tüketimin yaşam bulduğu alanlardan biri de çalışma zamanının dışında kalan ve

genellikle tüketimci olarak katılabileceğimiz “boş zamanlar” olmaktadır. Bu nedenle bireylerin tüketimle kazandığı yeni kimlikler ve statülerden daha fazla doyum sağlayabilmesi için daha fazla boş zamana ihtiyaç duyulmaktadır (Aytaç, 2006, s. 27). Baudrillard (2022, s. 196), zamanın tüketim toplumu içinde gerçek ya da imgesel bolluğunda özel bir yeri olduğunu ve boş zaman konusunda da tüketimin trajik bir paradoksu olduğunu belirtmektedir. Baudrillard boş zamanın her dakikasında diğer nesnelerin tüketiminde olduğu gibi arzuların giderilmeye çalışıldığı ve kullanılan her dakikada da sahiplenilen bir nesnede olduğu doyuma ulaşıldığını ve arzunun yok olduğunu düşünmektedir. Ona göre arzudan geriye kalan tek şey arzunun tüketilmişliği olmaktadır (Baudrillard, 2022, s. 196). Fromm ise boş zamanı, bireylere kapitalizmin sunduğunu ve temel amacının tüketimin sürdürülebilirliğinin sağlanması olan bir yanılsama olarak görmektedir. Ona boş zaman faaliyetleri kapitalizmle rasyonelleştirilerek zorlama tüketimin bir aracı haline dönüşmüştür. Bu nedenle Fromm boş zaman faaliyetlerini “boş zaman pasitivitesi” adıyla değerlendirmektedir (Fromm, 2003, ss. 24-51).

Zaman, değişim değeri kuralına boyun eğen, nadir bulunan değerli bir madde olarak boş zamanın kendisinin tüketilmesi amacıyla doğrudan ya da dolaylı olarak satın alınmak zorunda kalmaktadır. Çünkü boş zaman kullanmak için satın alınması gerekli olan “kazanılmış” bir zaman, potansiyel bir üretim gücü ve verim alınabilir bir sermaye olmaktadır. Bu nedenle kronometrikleşmiş, parçalanabilen ve soyut zaman değişim değeri sistemiyle türdeş hale gelmektedir (Baudrillard, 2022, s. 197). Dolayısıyla boş zamanın değişim değerine atıfta bulunan Baudrillard tüketim toplumu olarak tanımladığı bu toplumda boş zamanın metalaştığını belirtmektedir (Çakır, 2017, s. 15). Aynı şekilde (Mills, 2007:278) boş zamanın kapitalizmde piyasa çıkarlarına uygun olarak metalaştırıldığını ve hatta bireyin çalışma saatlerinin dışında kalan zaman dilimlerinin boş zaman endüstrisi tarafından nasıl değerlendirileceğini bile önceden belirlediğini düşünmektedir. Metalaşma; genel anlamda gelenekler, yaşam biçimleri ve bunların karışık sembollerinin şekillendirilerek satılabilir ticari ürünlere dönüştürülmesi süreci olarak tanımlanabilmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 83). Turizm faaliyetlerinin de çoğunlukla hareket eksenli boş zamandır ve içerdiği faaliyetlerin her biri ile meta tüketimi, kurgusal deneyimler, kaçış, sınıf/statü parlatma, unutmama, kimlik edinme ve paket eğlenceler gibi unsurlar ile turizm bir tatmin aracı haline gelmektedir (Çalışkan, 2017, s. 1129). Yani bir boş zaman etkinliği olarak da değerlendirilebilen turizm, bireyler açısından değişim değeri yaratarak tüketim kültürünün topluma nüfuz etmesinde bir aracı rolü görebilmektedir.

Turizmin tüketim kültürü aracı olarak değerlendirilmesinin nedenlerinden biri tüketim kültürünün dayandığı ihtiyaçların sonsuzluğu mottosudur. Bu mottoya uygun olarak medya araçları bireyleri ikna edici bir rol üstlenmektedir. Buna göre daha önceki yıllarda lüks bir istek olarak değerlendirilen tatil yapmak artık kitlesel bir ihtiyaç olarak tanıtılmakta ve tüketimin sürdürülebilmesinde etkili bir görev almaktadır (Yanıklar, 2010, s. 25). Turizmin dünyaya yayılmasında temel unsur olarak kabul edilen ve tüketim kültürünün nüfuz etme gücünü oluşturan

ulaşım ve iletişim teknolojileri (Arnett, 2002, ss. 774-777) tüketim kültürü ve turizm arasında bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Çünkü turizm ulaşım ve iletişim teknolojileri ile birlikte küresel anlamda bir kültür yayma aracı olmaktadır (Özekici ve Ünlüönen, 2019, s. 513).

İdeoloji, kitle kültürü, popüler kültür, kültür emperyalizmi, sentetik kültür, homojenize toplum gibi kavramlar küreselleşmeyle birlikte gelen ekonomik sistem ağı ile medya ve kitle iletişim araçları sistem ağına entegre bir bütünlük sergilemektedir. Turizm imgeler, ütopyik hayaller, sembolik mekânlar aracılığıyla sosyal etkileşimlere dayalı olarak kendi gerçekliğini yaratmaktadır (İlhan, 2022, s. 18). Turizmin bu kavramlara aracılık ederken kullandığı en önemli araçlarından bazıları yine kitle iletişim araçlarının içinden doğmaktadır. Örneğin, popüler kültürün önemli bir bileşeni olan filmler ve diziler kısa sürede insanların algısını değiştirebilme ve hayal dünyasına nüfuz edebilme kapasitesine sahip oldukları için turistik destinasyonlar bir ürün olarak filmlerin ve dizilerin içine yerleştirilebilmektedir. Böylece bu dizi ve filmlerin çekildiği alanlar turistik bir çekim merkezi olabilmekte ve bölgeye kitlesel turizm hareketlerini çekebilmektedir (Güngör ve Uysal, 2018, s. 190).

Turizmin tüketim kültürü aracı olarak değerlendirilmesinin bir diğer sebebi ise turizm faaliyetlerinde yaratılan kültürlerarası etkileşimdir. Özekici ve Ünlüönen (2019, s. 513), bu durumu kitlesel bir göç kapsamında değerlendirerek kıtalar arasında kitlesel hareketlerle gerçekleşen turizm eyleminin küresel tüketim kültürünü hızlandırmada bir rol oynadığını belirtmektedir. Turizm destinasyonlarında birçok farklı yerden turist bulunmakta ve her birinin geldiği yerlerden getirdiği kültür, turizm bölgelerinde etkileşime girerek bir mübadele süreci yaşanmaktadır. Bu mübadeleye konu olan değer ise tüketim kültürü olmaktadır (Gössling, 2002, s. 553; Craig ve Douglas, 2006, s. 338). Bunun yanında turizm kapitalist sistemin mantığına uygun olarak hareket edebilecek, yerel kültüre karşı egemen sentetik kültürün tüketimini özendirecek, kitlesel tüketime ön ayak olacak, endüstriyel sermaye mantığını doğrulayacak ruha ve potansiyele sahip bir sektör olmaktadır. Bu bağlamda yüzeysellik ve anlık yaşam kavramlarının ön plana çıktığı bu dönemde üst gerçekliğin turizme yansması Baudrillard'ın simülasyon teorisine dayanmaktadır (İlhan, 2022, s. 19). Baudrillard'a göre (2022) çağdaş turist deneyim simülasyonlarına dahil olmakta ve bunun da Disneyland ile arasında bir yakınlığı bulunmaktadır. Buna göre tema parkları ve müzeler gibi yerler turistlere simülasyon niteliğinde gösteriler sunmaktadır. Geleneksel dansların veya törenlerin sahnelenmesi ve turistlere geleneksel bir yaşam tarzını göstermek için tasarlanan miras müzeleri ona göre 'simülasyon' örnekleridir ama bunlar bir gösteri ruhu içinde kabul edilmektedir. Bu gösterge ve gösteri dünyası, gerçek bir orijinalliğin olmadığı bir dünyadır. Her şey bir kopya ya da sahte olanın gerçek olandan daha gerçek görüldüğü bir metindir. Buna ek olarak ticari çıkarlar, gerçekte var olmayan otantik cennetler satan yerlerin sahte imajlarını tanıtmakta ve manipüle etmektedir. Böylece turizm, dünyanın simülasyonunu sağlamanın bir yolu olmaktadır (Wickens, 2016, s. 267).

Sınırları aşan sosyal olgular olarak değerlendirilen tüketim kültürü ideolojisinde sıklıkla kullanılan Amerikanlaşma, Batılılaşma veya McDonalddlaşma gibi kavramların (Higgins-Desbiolles,

2009, s. 119) turizme de yansıdığı görülmektedir. George Ritzer'in McDonalddlaşma teorisi hesaplanabilirlik, verimlilik, akılcılık, öngörülebilirlik ve denetim olmak üzere beş temel prensibe dayandırılmaktadır (Göker, 2015, s. 389). Bu McDonalddlaşma prensiplerinin turizme uyarlanarak turistik deneyimin standartlaştırılması ve turizmin, tüketim kültürünün standartlaştırılmış atmosferine dahil olması McDisneyleşme olarak tanımlanmaktadır (Özekici ve Ünlüöner, 2019, s. 514). Bu bağlamda McDisneyleşme ya da Disneyleşme Bryman (1999, s. 25) tarafından Disney tema parklarının ilkeleri, temeli tüketim kültürü ideolojisine dayanan ve toplumun büyük bir kısmına yayılan sosyal kontrol süreci olarak tanımlanmaktadır. Disneyleşme yerel kültürler üzerindeki yıkıcı etkisi nedeniyle eleştirilmektedir. Çünkü Disneyleşmenin olduğu destinasyonlarda yerel kültüre ait olan öğeler kaldırılmakta ve bütün öğeler aynı olmaya başlamaktadır. Böylelikle yerel halk zaman içerisinde bu aynılaşmayı benimsemeye başlamaktadır (Özekici ve Ünlüöner, 2019, s. 514). Disneyleşmenin modern toplumlarda 4 farklı eğilimi bulunmaktadır. Bunlar; alışveriş yapma, tüketimin farklılaşması, duygusal emek ve temadır (Lee, 2017, s. 108). Disneyland tema parkları aracılığıyla küresel kültürün yerel kültürlere indirgenmesi veya yerel kültürlerin küresel kültüre bağlanması söz konusu olmaktadır (Altın, 2017, s. 622).

Bir yöreye ait ürünler ve kültürel etkinlikler, turizm amacıyla paket haline getirilerek fiyatlandırılıp pazara sunulduğunda içsel değerinin yok olmasına neden olmaktadır. Bu amaçla kitlesel turizme hazırlanan paketler otantik deneyimlerin, farklı kültürlerin ve ortamların deneyimlenmesi amacıyla sapmaktan; satış ve kâr amaçlı hale gelmektedir. Buna turizm faaliyetleri aracılığıyla "kültürün metalaşması" denilmektedir. Kültürün metalaşması kültürel ilişkilerin betimlediği anlamı değiştirmekte ve anlamsızlaştırmaktadır (Alımanoğlu, 2023, s. 30). Zaten kapitalist küreselleşme altında tüketim kültürü ideolojisini sunan aktörler fikir alanlarını kontrol etmeye çalışmaktadır. Buradaki temel husus tüketimciliktir ve tüketimcilik olmazsa kapitalist birikimin mantığı çözülmektedir. Bu nedenle ticarileşme ve metalaşma yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesiyle sonuçlanan her alana yayıldığında etkisi çok iyi olmaktadır (Higgins- Desbiolles, 2019, s. 120). Böylece turizmde yerel kültürel etkinlikler ve ritüeller aslında turistlerin kültürel ihtiyaçlarına hizmet etmek ve onların tatmin olmasını sağlamak amacıyla kitlesel olarak üretilip turistler için hazırlanmış gibi gösterilerek paket hale getirilmektedir. Ancak ne var ki halk dansları, festivaller ve dini törenler gibi kültürel etkinlikler anlam kaybına uğrayarak kaybolmaktadır. Bu etkinlikler turist kitlesine "otantik" olarak görünseler de gerçekte sözde etkinlikler olduğu iddia edilmektedir ve metalaşmanın yerel kültürün özgünlüğünü yok ettiği düşünülmektedir (Wickens, 2016, s. 266).

McCannel (1976) modernizmin getirdiği ürünlerden olan "yabancılaşmış" insanı saf, doğal, bozulmamış ve modernizmin henüz orijinalliğini bozmadığı kültürel alanlara yönelterek otantiklik aradığını ifade etmektedir. Bu bağlamda yerel hem peyzaj özellikleriyle görsel tüketime hem de yereldeki otantik ürün, gelenek ve mekânların deneyimlenmesine olanak tanımaktadır (Gülüm, 2015, s. 92). Böylece kültür ve kültürel normlar turizm ile birlikte bir meta haline gelerek otantikliğini,

orijinalliğini ve yerel kimliğini kaybetmektedir. Cohen'e göre (1998) bunlar arasında kültürün metalaşmasının en büyük olumsuzluğu otantikliğin yitirilmesidir. Otantikliğin kaybedilmesi durumunda ise geçmişin kendisi bile yeniden yorumlanıp paketlenerek tüketim nesnesine dönüştürülebilmektedir (Alımanoğlu, 2023, s. 32). Toplumsal hayatın her alanında olduğu gibi seyahat kültüründe yaşanan dönüşüm de kendi tüketicilerini yaratmaktadır (Gülüm, 2015, s. 92). Fakat bu dönüşümden kaynaklanan metâlaşma zamanla yerel halk tarafından da gerçekliğini ve önemini kaybedebilmektedir. Oluşan bu tablo ise zaman içerisinde hem yerel halkta hem de turistte bir kayıtsızlık oluşturabilmektedir (Çalışkan, 2017, s. 1129). Yerel halk için gerçekliğini yitiren yerel kültür turistlerin daha çekici ve egzotik yerleri alternatif olarak aramasına sebep olmaktadır. Bu durum ise yerel kültürün "otantik" gösterilme amacı ile iyice süslenmesini sağlamaktadır. McCannel (1973) buna metalaşmayla birlikte gelen kademeli otantiklik olarak bakmaktadır (Alımanoğlu, 2023, s. 32). Turizmde metalaşan unsurlardan biri de yöreye ait el sanatlarıdır. Turizmde el sanatları pazarı yerel halk açısından önemli bir kazanç kapısı olmakta ve bölgenin ekonomisini destekleyebilmektedir. Fakat buna karşın geleneksel el sanatlarının yaygınlaşması ve talepte yoğunlaşma olmasıyla ustalık kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Yalnızca ticari kâr sağlamak amacıyla üretilen bu sanat ürünleri "havaalanı sanatı" adıyla bilinen kısa sürede ve düşük kalitede üretilmiş taklitlere yol açabilmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 83).

Yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesiyle sonuçlanan ticarileşme ve metalaşma, etkisini "ticarileşmiş ya da şirketleşmiş" turizmde de göstermektedir. Ticarileşmiş turizm, turizm endüstrisinin kapitalist küreselleşmenin ilkelerine göre işleyen bir sistem olarak tanımlanabilmektedir. Bu ticarileşme seyahat acentaları, tur operatörleri, hava yolu hizmetleri, konaklama hizmetleri vb. birçok alanda turizm endüstrisinin çeşitli sektörlerine sahip olan, dikey bütünleşme sağlayan çok uluslu şirketleri içermektedir. Küreselleşen kapitalizm altında bu şirketler kârlarını maksimize edebilmek için turizm sistemini manipüle edebilmekte ve genellikle yerel toplulukların zararına olabilecek şekilde seyahatler düzenleyebilmektedir. Bu nedenle şirketleşmiş ya da ticarileşmiş turizmin mantığı; insanlar, kültürler ve mekânlar da dahil olmak üzere tüm üretim faktörlerinin sömürülmesine ve metalaştırılmasına dayanmaktadır. Bu koşullar altında topluluklar kültürlerini, yaşam biçimlerini ve hatta bazı durumlarda kendi insanlarını küresel pazarda satılmaları için teşvik edilmekte ve baskı altına alınmaktadır (Higgins-Desbiolles, 2009, s. 120).

Turizm sistemi içerisinde tüketim kültürünün etkisiyle sömürgeleştirilen tek şey insanlar, kültürler, mekânlar olmamakta bunun yanında turistlerde çeşitli şekillerde bu durumdan payını almaktadır. Zira turizm genel anlamda soyut ürün satmasına rağmen turistleri daha çok harcamaya itebilmektedir (Tarlow, 2016, s. 235). Önceleri çalışanların dinlenme ihtiyacına cevap verebilmek amacıyla daha çok deniz-kum-güneş turizmi şeklindeki kıyılar tercih edilirken "her şey dahil programlar", "erken rezervasyon", "reklam ve tanıtım araçlarının geliştirilmesi" ve "taksitli ödeme" gibi imkânlar sunulurken toplumda yaşayan tüm sosyal gruplar için turizm sıradan hale getirilmiş ve

turizmde ekonomik ve kültürel dönüşümler gerçekleşmiştir. Bu noktada turizmde kullanılan alanlar da çeşitlilik göstererek klasik turizm anlayışından alternatif turizm anlayışına bir yönelme olmuştur (Emekli, 2021, s. 409). Bu gelişmelerle dünyanın birçok yerinde artık gezmek, eğlenmek, dinlenmek, yemek-içmek vb. eylemler küresel bir boyutta ve standartlaştırılmış bir şekilde sürmektedir. Çünkü turistlere yaşatılan deneyimler, dünyanın neredeyse her yerinde aynı standart ölçülerde gerçekleşmektedir. Örneğin, promosyonlarla desteklenen ve paket haline getirilip sunulan müze turları, doğal alan (dağ, göl vb.) gezileri, eğlence parklarına yapılan turlar günümüzde daha fazla turist katıldığı aktiviteler olmaktadır (Aytaç, 2006, s. 40). Ayrıca yine günümüzde kitle turizmine alternatif olarak sunulan turizm türleri (kültürel turizm, kırsal turizm, sağlık turizmi, yayla turizmi, özel ilgi turizmi, doğa turizmi vb.) artmakta ve bu türlere çevresel, toplumsal ve ekonomik sürdürülebilirlik hedefleri eklenerek satışa sunulmaktadır. Fakat buna rağmen bu alanlardaki turizm şekilleri de kitlesel bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Emekli, 2021, s. 409). Urry (2018, s. 226) kitlesel paket turizmden uzaklaşmanın post-fordist tüketime yönelik gelişen daha büyük bir değişimi yansıttığını belirtmektedir. Ona göre turizmde gerçekleşen bu tüketim şekli değişimi Tablo 2.3.'te gösterilmektedir.

Tablo 2.3. Turizmde Post-Fordist Tüketime Yönelik Değişim (Urry, 2018, s. 226)

Post-Fordist Tüketim	Turist Örnekleri
Tüketicilerin egemen duruma gelmesi ve üreticilerin tüketici yönelimli olmak zorunda kalması	Kitle turizmi şekillerinden bazılarının reddedilmesi ve seçeneklerin çeşitliliğinin çok olması (ucuz paket tatiller vb.)
Tüketicilerin seçimlerindeki değişim	Alternatif çekiciliklerin artması ve tekrarlı ziyaretlerin azalması
Pazar bölümlenmesinin artması	Tatil tiplerinin artması ve yaşam şekillerine göre ziyaretçi alma
Tüketici devinimindeki artış	Kitle iletişim araçlarında alternatif çekicilik ve tatillere yönelik bilginin çoğalması
Daha kısa ömürlü yeni ürünlerin gelişimi	Moda etkisiyle turistik yerlerin ve deneyimlerin hızlı dönüşmesi
Kitlesel olmayan tüketim/üretim şekilleri lehine artan tercihler	“Yeşil turizm” ve turistlere göre bireysel oluşturulan kalacak yer şekillerinin artışı (kır evi otelleri vb.)
Tüketimin işlevsel olması yerine daha çok estetize edilmesi	Turizmin kültürden, eğitimden, boş zamandan, hobilere, spordan, perakende satıştan “ayrısızlaşması”

Turizm sistemi her ne kadar tüketim kültürünü yayma aracı olarak eleştirilere maruz kalsa da bu eleştirilerin tam tersi yönde düşünceler de bulunmaktadır. İlk olarak kültür turizmi, geleneğin koruyucusu olduğu yönünde savunulmaktadır. Buna göre turistlerin kültürel özgünlük talebi yani otantiklik arayışı, ev sahibi toplumun kendi kültürüne olan ilgiyi yeniden uyandırarak gelenek ve göreneklerin sürdürülmesini teşvik etmektedir (Wickens, 2016, s. 266). İkincisi, metalaştırmaya yönelik olmaktadır. Buna göre çağın gerekliliklerine ve değişime ayak uyduramayan herhangi bir unsurun yaşama şansı bulamayacağı öne sürülmektedir. Bu nedenle asıl metalaştırma halk kültürünün

dondurulup, müzeliğe malzemeye dönüştürerek mumyalanmasıdır. Kültürün bir kalıntı gibi ölüme terk edilmesi yerine “otantiklik” koruması altında yeni anlamlar barındırabilen, çağa entegre olabilmiş, esnek ve pratik sürdürülebilir bir halk kültürünün üretilmesi daha makul olmaktadır (Gülüm, 2015, s. 96). Üçüncüsü, tarihsel birçok yapının turizmle yeniden yaşam bulduğu yönündedir. Örneğin, Dublin’de bulunan Aziz Mary Kilisesi; geleneksel yiyecek, içecek ve İrlanda müziği sunan bir bar/restorana dönüştürülmüştür. Yeni Kilise’nin org ve vitray pencereler gibi pek çok orijinal özelliği korunarak kullanılmaktadır. Yine Dublin’de bir başka örnek de bir bankanın orijinal Viktorya Dönemi özellikleri korunarak bar/restorana dönüştürülmesidir. Restoran “Belfast Bankası Nisan 1895’te kapılarını Dublin halkına açtığında her şey aynen olduğu gibi duruyor. Burada hiçbir şey değişmedi, gelecekte de kültürel mirasımızın değerli bir parçası olarak kalacak olan bu yapıda hiçbir şey değişmeyecek” şeklindeki sloganıyla hizmet sunmaktadır (Wickens, 2016, s. 266). Benzer şekilde Tzanelli (2018) de turizme yönelik yapılan eleştirilere karşı çıkmaktadır. Turizm sistemlerinin turistleri ve toplumları üretilmiş pratiklerin ve fikirlerin alıcısı haline getirmedeğini, seyahatlerin sıklaşmasının seyahat sonucu elde edilen deneyimlerin zenginleşmesine katkıda bulunduğunu düşünmektedir. Ona göre turizme katılma ve farklı kültürler, insanlar ve mekânlar tanınması başka faaliyetlerden sağlanamayacak bilgi hazinesine ulaşılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle turizm faaliyetleri bilgi, akıl ve hareket içermektedir. Böylece popüler kültür ve turizm arasındaki ilişki sadece hazır yapım dünyaların tekrarlı bir halde üretilip satılması değil, sürekli yenilerinin üretilerek insan zekâsının canlanmasına hizmet etmesinde söz konusu olmaktadır.

2.1.3.3. Tüketim Kültürünün Etkisiyle Mekânların Turistik Alanlara Dönüşümü

Basit anlamda mekân, içerisinde üç boyutlu cisimlerin olduğu yer olup materyal boyutuna işaret ederek tanımlansa da bu, mekân tanımı için yetersiz kalmaktadır (Acar ve Korumaz, 2020, s.108). Zira filozofların yaklaşımında metafiziksel bir olgu olarak nitelenen mekân yaratılmış bir yapıttır. Oysa Lefebvre mekânı yapıttan ziyade ürün olarak görmektedir. Yapıt ve ürün arasındaki temel farkın emek olduğuna ve insanlar tarafından üretildiğine dikkat çeken Lefebvre doğa için emek harcanmayacağını fakat ürünün bir emekle var olduğunu belirtmektedir. Ona göre Venedik kültürü, meydanları, sokakları ile üretilmiş bir üründür. Lefebvre toplumsal mekânın toplumsal bir ürün olduğu önermesini savunmaktadır (Acar ve Korumaz, 2020, s.108). Dolayısıyla Lefebvre (1991) mekânın edilgen ve yansız bir yapıda olmadığını öne sürerek mekânın üretildiğini ve bu sebeple de bir mücadele alanı olduğundan ve mekânsal görüngülerin hepsinin (arazi, yer ve bölge vb.) mekân ya da mekânsallaşma diyalektik yapısının parçası olarak anlaşılması gerektiğinden bahsetmektedir (Urry, 2018, s. 47).

Mekân sadece coğrafi ve fiziksel olmadan yerel tahayyül (imge) ve kültürel temsillerin farklılaşan çehreleri üzerinden üretilmektedir. Bir alanın kent planı, mimarisi, kamusal alanları, caddeleri vb. fiziksel özellikleri kadar kitle iletişim araçlarındaki görüntülenme şekilleri ve mekân üzerine yapılan söylemlerde alanın tahayyülünü şekillendirmektedir (Esmer, 2012, s. 15). Lefebvre bu

sebeple en çok kapitalizm koşullarındaki mekân üretimiyle ilgilenmektedir (Urry, 2018, s. 48). Çünkü kapitalizm, mekânı yapısına uygun bir şekillerde kâr maksimizasyonunun sağlanacağı bir yapıya dönüştürerek yayılmasını sağlamaktadır. Bu anlamda kapitalizm, mekâna yönelik tahayyülleri soyut bir düzleme taşımaktadır. Böylece birbirine farklı şekillerde bağlanan coğrafyalar küresel manada etkin olan ekonomik sistemi oluşturan parçalar haline gelmektedir (Özgen ve Karabacak, 2013, s. 124). Kapitalist koşullarda üretilen mekânlar zaman içerisinde çeşitlenmekte toplumsal ilişkilerin de yeniden üretildiği alanlara dönüşmektedir. Lefebvre böylece zaman içerisinde değişik mekân biçimlerinin birbirini izlediğini, doğal mekânlardan soyut mekânlara doğru bir ardışıklık olduğunu ve sonuçta doğanın giderek toplumsal olandan kovulduğunu belirtmektedir. Ona göre soyut mekân olağanüstü bir şekilde yaratılmış mekânlara yol açan kapitalist ilişkilerin zirve noktası olmaktadır (Urry, 2018, s. 48).

Yaratılmış mekânlar kapitalist sistem içerisindeki simülasyonların hâkim olduğu alanları ifade etmektedir. Urry (2018) bunları postmodern mekân olarak tanımlarken bu alanların simüle edilerek birer simülasyon haline geldiği mekânlar olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle bu mekânlarda simülasyon ve gerçek birbirinin yerini alarak gerçek ortadan kaldırılma noktasına gelmektedir. Baudrillard'ın simülasyon teorisine göre toplumsal yaşam giderek kurgusallaşmakta ve yapay bir hale gelmektedir. Bu yapaylaşma her alanda kendini hissettirmekte ve siyasi, politik, ekonomik gündemler, savaşlar, yarışlar gittikçe gerçeklerinin yerini almaktadır ve aslından daha gerçek gibi algılanmaktadır. Simülasyon evreni, yalnızca aslının yerine geçen simülaklar (gerçek olarak algılanmak isteyen görünüm) ve kitle iletişim araçlarıyla değil bireylerin günlük hayatında kullandığı binalar, kurumlar, eğlence, kültür aracılığıyla da yeniden üretilmektedir. Baudrillard buna örnek olarak Beaubourg Müzesi'ni örnek vermekte ve bu alanı toplumsal hayatın işlemsel simülasyon mekânı ve kültür hipermarketi olarak tanımlamaktadır (Güzel, 2015, s. 76). Yapay alanlar yaratmanın yanında toplumsal yaşam içerisinde eğitim, spor, kültür, eğlence, alışveriş ve yemek gibi her alan estetize edilmektedir. Bu estetiklik global kültürün transferini belirli mekânlarda kolaylaştırmaktadır. Çünkü bu alanlar sentetik değil, toplumun mekânsal biçimlenişlerinin temel alanları olmaktadır. Bu nedenle çok uluslu şirketler kültürün belli mekânlar da erimesine ve mekânlar aracılığıyla tüketimin gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Böylelikle çok uluslu şirketlerin getirdiği kültürel değerler yerel kültürleri bazı mekânlarda eritebilecektir (İlhan, 2022, s. 22). Bir toplumda yerel kültürlerin tüketim sınırlarının eritilmesi ise mekânların ve insanların tüketilmesi olarak değerlendirilebilmektedir (Adugit, 2013, s. 16).

Boş zaman aktivitesi olarak zaman geçirmeyi sağlayan mekânlarda bu küresel kültürel çıkarımları mekâna dahil etmektedir. Örneğin devre mülkler, tatil köyleri, lüks oteller, lüks kulüpler, spor kulüpleri, eğlence salonları, pahalı restoranlar, lunaparklar, tarihi mekânlar, yüzme havuzları, tenis kortları, uydu kentler, Home Center'lar, Amerikan Bar'lar gibi mekânlar tüketimciliğin anlam dünyasında sosyal statüye dayalı durumları ve kimliklenme süreçlerini de ifade etmektedir. Yani bu

mekânlar taşıdığı kültürel bağlamlar, bireylerin sınıfsal statüsüne atıfta bulunurken, katılımcılarına yeni kimlikler üreterek mekânsal üretim üssü olmaktadır (Aytaç, 2006, s. 42). Üyelerine yeni kimlikler kazandıran bu statüsel alanlar turizm sisteminde kendini fazlasıyla hissettirmektedir. Turizmin tüketime dönüştürüldüğü yerler olarak mekân, tüketimin hem nesnesi hem de öznesi olmaktadır. Urry (2018) turistik hizmetlerin mekânların tüketilmesi konusunda önemli bir rol oynadığını ve bunun üç şekilde ortaya çıktığını belirtmektedir. Bunlardan ilki, mekân ürünlerin pazarlandığı bir yer olmaktadır ve market, pazar, bakkal gibi öğelerle mekân bir mübadele alanına dönüşmektedir. İkinci olarak mekân bazı durumlarda mübadele sürecini yere özgü kılmaktadır. Örneğin, Londra'da bir tiyatro biletinin satılması yere özgü olmaktadır. Üçüncü olarak ise bazı hizmetler sadece belli yerlerde elde edilebilmektedir. Örneğin, Broadway müzikalini dinlemek için New York'a gitmek gerekmektedir (Acar ve Korumaz, 2020, s. 11).

Hem üretimin hem de tüketimin birlikte gerçekleştiği turistik mekânlar içerisinde turistler de bu mekânın ortakları konumunda olmaktadır. Zira turistik alanların hepsi turistlerin zevklerine ve isteklerine göre düzenlenmiş tüketime hazır mekânlardır ve görsel tüketim burada zirve noktasındadır. Tüketim kültürünün yarattığı tüketim toplumunda tüketmeden yaşamak mümkün olmamakla beraber bireyler tüketim eylemini gerçekleştirmek amacıyla sürekli bir şey satın almak istemektedir. Bu satın alma davranışı diğer sektörlerden farklı olarak turizm sektöründe turist ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Görsel tüketimin çok önemli olduğu turizm sisteminde gerçek olduğu gibi yansıtılmamakta bunun yerine var olan ürünler süslenerek sisteme hizmet edebilecek şekilde tüketime hazırlanmaktadır. Bu nedenle turizmde görsele hitap eden ürünler ve simülasyon evreninin yarattığı ürünlerle sıklıkla karşılaşılabilir.

Simülasyon evreninin yarattığı ürünlere ihtiyaç duymanın tabanında doğal alanlara ulaşmak, kullanmak ve dolayısıyla bu alanların zevkini sürmenin zorlaşması yatmaktadır. Dolayısıyla kurgusal mekânlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yapay alanların pazarı ise turizm sistemi içerisinde gün geçtikçe büyümektedir. Dreamworld, Fantazyland, Disneyland gibi kurgusal mekânlar turist deneyimlerini dönüştürmekte ve turistlere devasa bir eğlence parkı, panayır, tatil köyü ve butik hizmetleri sağlayabilmektedir. Egzotik kültürleri kötü sürprizler barındırmadan bir araya getiren ve masalsı, olağanüstü deneyimler sunan bu parklar yeni şubeler açarak, dünyanın birçok yerinde yaygınlaşarak yerel kültürler içerisine girmektedir. Bu yapay eğlence dünyaları Amerika'da Disney World'ün torunları gibi sayılmakta ve Amerikan yaşam şeklini hissettirmektedir. Main Street, Miki Fare, Fransa'daki Euro Disneyland, Serüven Adası vb. birçok Amerikan eğlence ürünü Disney tarzı paketler sunarak ürünlerini sunmaktadır (Aytaç, 2006, ss. 40-41). Baudrillard (2011), *Simülakrlar ve Simülasyon* kitabında turizm sistemine atıfta bulunan başka bir örnek vermektedir. Güney Fransa'da bulunan Lascaux Mağarası tarihi ve arkeolojik bir değere sahip olması nedeniyle koruma altına alınarak ziyarete yasaklanması sebebiyle mağaranın 5 m ilerisine birebir aynısı inşa edilerek ziyarete açılmıştır. Baurillard (2011) bu durumun mağarayı yapaylaştırdığını dolayısıyla burada fiziksel ve

ontolojik gerçekliğin yanında zihinsel bilme süreçleri sonunda gerçekliğe ulaşma olanağı da kaybolmaktadır. Çünkü referansından ayrılan, gönderilen ya da kopya, artık asıl olanın yerini almakta ve gerçeği bilme ve anlamlandırma daha da zorlaşmaktadır (Güzel, 2015, s. 76). Gerçek olan ve olmayanın arasındaki farkın bu şekilde bulanıklaşması durumu üst gerçeklik olarak ifade edilmektedir. Üst gerçeklik denilen kavram içerisinde benzetilen yapılar gerçekmiş gibi gösterilirken eğlence parklarında olduğu gibi hayal dünyaları yaratılabilmektedir. Üst gerçeklikle bireylerin nostalji eğilimine sahip oldukları fakat bu eğilimin geçmiş ve geleceği bir araya getirerek şimdiki anda yaşayabilme arzusundan kaynaklandığı düşünülmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 29). Örneğin turist, bir kaplanı görmek için Afrika'ya gitmek yerine bulunduğu yerde yaratılmış hayvanat bahçesine giderek kaplan görme arzusunu gerçekleştirmekte ve üst gerçeklik aracılığıyla ihtiyacını tatmin etmektedir (Akoğlan Kozak ve ark., 2013, s. 18). Turist arzularına uygun olarak üretilen bu görsel tüketim alanları, turistlerin başka yerdeliğe ait ihtiyaçlarına cevap verirken dış görünüşlerinin orijinalinden daha gerçeklik sağlayabileceğini göstermektedir. Bu tür simule edilmiş alanlarda bireyler birçok kültüre ait göstergelere ve imajlara bakmaya hatta onları devşirmeye yöreklendirilmektedir. Bu durum küresel minyatürleşme de denilen zaman-mekân sıkışması ile olanaklı kılınmaktadır (Urry, 2018, s. 223).

Urry (2018), turistik pratiklerin temelindeki konunun turist bakışı olduğunu ve bu görme şeklinin devrimden kaynaklanan, metalar aracılığıyla nesneleşen görme arzusundan beslendiğini belirtmektedir. Turizm kolektifleştikçe modern bir seyahat anlayışına hitap eden turist bakışı da kolektifleşmeye devam edecektir. Turist kitlesi önemli bir nüfusa dönüştükçe turist bakışı toplumsallaşacak ve turistlerin gittikleri yeri dönüştürme gücü de artacaktır. Turistlere sunuş şekline göre mekânlar değişime uğrayabilmektedir. Çünkü turist bakışında yerler bakılmak amacıyla seçilmektedir. Buna hizmet eden temel araçlar ise kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar ile turistlere görmek istedikleri yerler öncesinde iletilmektedir. Reklamlar, broşürler, filmler gibi araçlarla kişilerde görme arzusu oluşturulmaktadır (Acar ve Korumaz, 2020, s. 111).

Urry, turist bakışının fotoğraflar aracılığıyla somut hale getirildiğini savunmaktadır. Çünkü ona göre bireyler belirli sahneleri kaçırmamaları gerektiğini hissetmekte, aksi durumda fotoğraf fırsatlarının kaçırılmış olacağını düşünmektedir. Dolayısıyla seyahatin büyük kısmının fotojenik seyahat arayışına dönüştüğünü ve bunun bir fotoğraf biriktirme stratejisi olduğunu ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında turistler için önemli olan, seyahatlerinde belirli işaretlerin görülmesidir. Yani turistlerin seyahatlerinde tipik İngiliz köyü, tipik Amerikan gökdeleni, tipik Alman bira bahçesi, tipik Fransız şatosu gibi belirli işaretlerin görülmesi söz konusudur. Bu bakış biçimi, turistlerin bir bakıma nasıl göstergibilimci olduklarını, seyahat ve turizmin çeşitli söylemlerinden türetilen önceden belirlenmiş belirli kavramların veya işaretlerin göstergeleri için manzarayı okuduklarını göstermektedir (Wickens, 2016, s. 268). Böylece mekânlara turist bakışına hizmet edecek şekilde işaretler eklenerek ve gösterge değeri oluşturularak dönüştürülebilmektedir.

Buna uygun olarak MacCannel (1999)'da turistik cazibenin gösterge değeri analizini yaparak sıradan bir manzaranın turistik cazibeye dönüşmesinin yapısını ortaya koymaktadır. Ancak Maccannel (1999) manzara ve işaret arasındaki yer değiştirmenin toplum tarafından yapıldığını kendiliğinden ortaya çıkmadığını düşünmektedir. Buna uygun olarak Urry de konuya inşacı bir yaklaşımla bakarak bir mekânın turist bakışına uygun bir şekilde inşa edildiğini vurgulamaktadır. Fakat MacCannel'den farklı olarak bu inşayı kimin nasıl gerçekleştirdiğini de tartışmaktadır (Başdaner, 2018, s. 123). Buradaki asıl gerçeklik mekânların turist bakışına göre düzenlendiği olmaktadır. Örneğin, İsrail kökenli bir acente olan The Bedouin Tours turistleri baraka ve çadır gibi yerlerde konaklatmakta, deve ve eşek turlarına katılmalarına fırsat yaratmakta ve yerel halkın hikayelerini, seremonileri ve yemekleri deneyimlerini sağlamaktadır. Yine benzer bir örnek olarak Güney Afrika'da yer alan Emoya Luxury Hotel and Spa turistlere gecekondlu şeklinde bir tatil hizmeti sunmakta ve bu mekânda yoksul turizmüne uygun olarak demir yataklar üzerinde yatmalarını sağlamaktadır (Ceylan, 2022, s. 202).

Kısacası, Urry (2018) kullan-at çağında her şeyin tüketildiği gibi mekânlarında tüketilmesi ve yok edilmesini olağan görmekte ve tezini dört maddede açıklamaktadır. Birincisi, yöresel mekânlar tüketim alanları olarak yapılandırılıp ürün ve hizmetlerin satıldığı yerlere dönüşmektedir. İkincisi, bu mekânlar özellikle görsel tüketimin fazla olduğu alanlardır ve hem turistlere hem de yerel halka yönelik hizmetler üretilmektedir. Üçüncüsü, bir mekâna ait olan değerli şeyler zamanla tüketilerek yok edilmektedir. Dolayısıyla mekânlar da tüketilmektedir. Dördüncüsü ise neredeyse her şeyin tüketildiği bu yerlerde yerel kimlikler de tüketilmektedir (Alımanoğlu, 2023, s. 39).

2.1.3.4. Tüketim Kültürü ve Çevre İlişkisi

Dar anlamda bir organizmanın yaşamını etkileyen biyolojik ve fiziksel faktörlerin bileşimini ifade eden çevre, geniş anlamda bireylerin faaliyetlerinde belirli bir süre içerisinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkide bulunabilecek kimyasal, fiziksel, biyolojik ve toplumsal etkenlerin toplamı olarak tanımlanmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014, s. 22). Dolayısıyla çevre kavramı içerisine insan ve doğada bulunan canlı ya da cansız varlıklar arasındaki ilişkiler dahil olmaktadır. İnsanın yaşamını sürdürmesi için doğayı ve doğada bulunan varlıkları kullanması ve doğal olarak bunlarla etkileşim içerisine girmesi olanaklıdır. Fakat dünya genelinde yaşanan ekonomik ve toplumsal anlayış şekilleri insan ve doğa etkileşiminde bazı aşırılıkların görülmesini ve dolayısıyla çevresel bozulmaların önünü açmaktadır. Bu nedenle küreselleşme ile birlikte gelen ve Batı kültürlerinin dünyanın her yerinde egemen olmaya başlaması küresel olarak insan-çevre etkileşiminin yönünü değiştirmektedir.

İnsan çevre ilişkisindeki etkileşimin boyutunun değişmesinde kapitalizmin dikte ettiği yaşam tarzı yani tüketim davranışları ön plana çıkmaktadır. Kapitalist sistem içerisinde kendisine devasa bir yaşam alanı açılmış olan tüketim kültürü; bireylere toplumsal statü ve kimlik tanımlamayla birlikte kitle iletişim araçları, reklamlar, alışveriş mekânları ve moda gibi araçları kullanarak cinsiyet, yaş, meslek, sosyal sınıf farkı vb. farklılıkları gözetmeksizin herkesin tüketim tercihlerini önemli düzeyde

etkilemektedir (Savaş, 2012, s. 136). Çünkü kapitalist sistemde üretim çarkının işlemesi tüketim çarkının kusursuz işlemlerini gerektirmektedir. Bireyler reklamlar aracılığıyla yeni üretilen ürünlerden haberdar olmakta ve moda etkisiyle de onu satın almak zorunda olduğunu hissetmektedir. Bu nedenle günümüzde bireyler modası geçen eşyalarını çöpe atıp hemen yenisini alarak tüketiciye dönüşmektedir (Çelik ve Küçük, 2020:3). Yani tüketim kültürü bireylerin kendilerini ve başkalarını belirli bir yaşam tarzı ile yargıladıkları, ürettiklerinden çok daha fazlasını tükettikleri, doğal kaynakların sınırsızca tüketildiği bir kültürel ortamda var olma durumu olarak tanımlanmaktadır (Zorlu, 2020, s. 69).

Tüketim kültürü ve çevre arasındaki ilişki incelenirken dikkat edilmesi gereken konulardan biri, bireyin aşırı tüketim davranışlarını sergilerken sadece kendi çevresine değil dünyadaki birçok yere zarar verdiğini fark etmemesidir. Birey herhangi bir ülkede ihtiyaç fazlası olarak gerçekleştirdiği tüketim davranışı ile okyanuslardaki balıklara, Güney Yarım Küre'deki ormanlara ya da Uzak Doğu'daki doğal su kaynaklarına zarar verdiğini bilememektedir ya da bilmesi durumunda bile tepki verememektedir. Baudrillard (2022, ss. 227-229) bunu bolluk toplumunda anomi durumuyla açıklamaktadır. Baudrillard bolluk toplumunun temel çelişmesini gelişmiş ülkelerde yerleşiklik kazanmış amaçsız şiddet ve şiddetin alt türleri ile betimlemektedir. Ona göre bolluk, bir cennet veya bolluğun hayali ahlaksızlığında ahlakın ötesine sıçramak değil aksine yeni bir ahlak şekli tarafından yönlendirilen bir nesnel konum olmaktadır. Böylece birey bolluk söylemi içerisinde şiddetin her şekline başvurabilmekte ve bu zorlamalar sistemi içerisinde tepkisiz kalabilmektedir. Baudrillard bireyin bolluk arttıkça bu suçluluk durumunun derinleştiğini de ifade etmektedir. Arıbaş ve Yürüdür'e göre (2015, s. 42) bireyin nasıl tepki vereceğini bilmemesinin ya da çevre sorunlarının önlenmesinde küresel başarı elde edilemeyeceğine inanmasının onun sadece küçük tepkiler vermesini sağlamak ve böylece bireyin eğlence kültürü ile günlük yaşamın kaotik yapısı içinde kaybolup gitmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla bireyde toplumsal duyarlılık da azalmaktadır.

Her nesnenin tüketime konu olduğu böyle bir toplumsal yapıda göz ardı edilen en önemli konu çevredir. Modasının geçmesi nedeniyle ya da zaman kazanmak amacıyla kullanılıp çöpe atılan her nesne atık olarak çevreye dönmektedir. Tüketici gruplar tüketmeye devam ettiği sürece eko-sistem dengesi bozulacak, iklim değişikliği yaşanacak, deniz seviyesi yükselecek ya da su kaynakları azalacaktır (Çelik ve Küçük, 2020, s. 3). Aynı zamanda tüketimin sadece gıda, barınma ve giyim tüketimi gibi ihtiyaçların dışında aşırı tüketim haline evrilmesi halihazırda birçok çevre sorununun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Örneğin, ozon tabakasının delinmesi, gecekondulaşma ve kentsel kirlilik, çölleşme, küresel ısınma, ormanların tahrip edilmesi, yer altı sularının boşalması, su kirliliği, biyo-çeşitliliğin yok olması ya da çöplerden oluşan dağların temelinde tüketim kültürünün getirdiği alışkanlıklar bulunmaktadır (Arıbaş ve Yürüdür, 2015, s. 32). Çünkü bireyler hızlıca artan tüketim çılgınlığı içerisinde doğadaki değişimleri fark etmemektedir. Dünyanın bir bölgesi tüketimin baş döndürücü dünyasını yaşarken başka bölgeleri bu bölgelerin tüketiminden kaynaklanan sıkıntılarla boğuşmaktadır. Örneğin, UNICEF'e göre birçoğu Güney Asya'da olmak üzere her yıl yedi milyon

çocuk yetersiz beslenme sebebiyle hayatını kaybetmektedir. Amerikalı biri bir Meksikalı'dan 17, bir Etiyopyalıdan yüzlerce kat fazla tüketmektedir. Yine dünyadaki %5'lik kesim kaynakların %25'ini kullanıp tüketmekte ve kirletmektedir. Aynı şekilde dünyada 1 milyon tondan fazla zehirli atık çevreye atılmakta ve bu nedenle doğal kaynakların %30'luk kısmı kaybedilmektedir (Odabaşı, 2019, ss. 239-240).

Aşırı tüketimin çevresel bozulmalar üzerindeki en önemli etkisinin nüfus artışı olduğu ifade edilse de insanın doğaya yabancılaşması, ben merkezci anlayış ve mutlak mülkiyet anlayışı gibi konuların da çevresel tüketimde önemli bir payı bulunmaktadır (Ardoğan, 2012). İnsanın doğaya ve kendine yabancılaşması, insanın doğayı fethetmek amacıyla makineleri kullanmasıyla ürettiği teknolojinin onu hakimiyeti altına almasından kaynaklanmaktadır. Bu süreçte otomatikleşen bireyin temel sloganı “çok üret, çok tüket” şekline dönüşerek kendilerini kendi yaptıkları makinelerin çarkları arasında bulmaktadır. Artık birey için anlamlı yaşam; farklılıkları ile en çok ilgi topladığı, maksimum kâr sağladığı, daha fazlasına sahip olduğu ve tüketimden pay aldığı bir yaşama dönüşmüştür (Ardoğan, 2012, ss. 82-83). Marx'ın düşüncesinin temelini oluşturan insanın yabancılaşması, insan ve doğa arasındaki metabolik ilişkide kapitalizm ve özel mülkiyet sebebiyle kopmaların yaşanması, insanın kapitalist üretim ilişkileri içinde topluma ve kendisine yabancılaşması doğaya da yabancılaşmasına sebep olmuştur. Hem kendisine hem de doğaya yabancılaşan birey kapitalist üretim ilişkilerinin bir parçası haline gelmektedir (Güven, 2024, s. 852). Batı kültürünün temelini oluşturan ben merkezci yaklaşım bireyciliği; görecelik, özerklik ve sekülerlik gibi kavramlarla oluşturulmuş birey açısından toplumu nesneleştiren bir anlayış şeklidir. Toplumdan soyutlanmış bireylerin, bireysel yaşam sürdüğü anlayışta birey ve doğa arasındaki uyumlu ilişkilerde tartışılmaktadır. İnsanın bile sömürüldüğü bu vasat düzende doğa da sömürülmektedir (Ardoğan, 2012, s. 84). Mutlak mülkiyet anlayışı ise tüketim gücünü elinde tutanların özel mülkiyetleri üzerinde istediği şekilde tasarrufta bulunmasını ifade etmektedir. Mülkiyet ile gelen gücün kötüye kullanılması sonucunda doğaya verilen zararlar görmezden gelinebilmektedir. Çünkü mülkiyet anlayışı, özel mülkün kullanılması sonucu oluşan doğal çevre tahribatı ile ilgilenmemektedir. Özel mülkiyet anlayışı, tek başına çevresel kötülüğün ya da adaletsizliğin kaynağı olmasa da onun mutlaklaştırılması, doğadaki dengenin ve düzenin bozulacak şekilde kullanılmasına zemin hazırlamaktadır (Ardoğan, 2012, ss. 86-87).

Tüketim kültürü ile birlikte gelen tüketim alışkanlıkları toplumsal yozlaşmayla birlikte toplumsal kaynak israfını da beraberinde getirmektedir. Doğal zenginlikler, hava, su, toprak gibi yer altı ve yer üstü kaynakları ile diğer toplumsal kaynakların israf edilmesine ekonomik ve politik araçlar neden olabilmektedir. İnsanlar aşırı ve zorlanmış tüketim isteklerinin peşinde koşarken zenginliklerini artıran kişi veya kuruluşlar toplumsal kaynaklardan kendilerine daha fazla pay ayırabilmektedir (Torlak, 2016, s. 171). Fakat kapitalizmin geldiği aşamada doğayı aşırı tüketmesi sonucu yaşanan çevre sorunları kapitalist sistemin de zarar görmesine neden olmaktadır (Eryılmaz, 2017, s. 168). Eleştirel Sosyal Bilim Paradigmaları içerisinde yer alan Kapitalizmin İkinci Çelişkisi yaklaşımı da

konuya bu açıdan yaklaşmaktadır. Buna göre sürekli büyümeye odaklanan kapitalizm, kaynakları daha fazla kullanarak daha fazla atık üretmektedir. Ancak doğanın bu sınırsız büyüme döngüsüne ayak uyduramaması nedeniyle taşıma kapasitesi aşılmaktadır. Böylece kapitalizm kendi büyüme sürecini baltalamakta ve olağan şartları yok etmektedir. Bu nedenle yaşanan çevre sorunları hem doğayı hem de kapitalist ekonominin varlığını tehdit etmektedir (O'Connor, 1998, s. 22).

Doğanın varlığını ve verimliliğini devam ettirebilmesi açısından tüketim davranışlarının değişmesi gerekmektedir. Moran, ve ark. (2020) tüketici davranışlarında yapılabilecek bir değişikliğin Avrupa Birliği'nin karbon ayak izini yaklaşık %25 oranında azaltabileceği tahmin edilmektedir. Thorgesen (2021, s. 9) ise bu tüketim davranışlarında yapılacak değişiklikte tüketim modelinde değişiklik yapılmasının %28, tüketimin azaltılmasının %26, üretimde karbon ayak izi daha düşük olan ürünlere geçişin sağlanmasının %17 ve karbon salınımı daha az olan ürünlere geçişin ise %19 oranında çevreye etki edeceğini belirtmektedir. Ayrıca sektörel açıdan bakıldığında da tüketimin karbon izinin en yüksek payını ulaşım (%39), inşaat (bina) (%24) ve gıda (%26) sektörleri oluşturmaktadır. Talep yönlü davranış değişikliğinin ulusal düzeyde karbon ayak izi düzeyinin düşmesine katkıda bulunduğunu, bu nedenle de davranış değişikliklerine odaklanılmasını gerektirmektedir (Moran ve ark., 2020). Özellikle yüksek gelir esnekliğine sahip bireylerin hava yolu ve araba kullanımı gibi yüksek karbonlu davranışlarının olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu gelir düzeyine sahip kişilerin davranışlarının değiştirilmesi daha önemli olmaktadır (Thorgesen, 2021, s. 9).

Karbon ayak izine yüksek düzeyde etki eden sektörler aynı zamanda turizm sisteminin alt elemanlarını oluşturmaktadır. Tüketim kültürü, çevre ve turizm ilişkisi birlikte düşünüldüğünde çevresel bozulmalara turizmin de neden olabileceği görülmektedir. Bir dinlenme, eğlenme ve öğrenme etkinliği olan turizm faaliyetleri içerisinde doğanın ve doğal kaynakların aşırı tüketilmesi hem çevrenin hem de turizmin kendisini tüketmektedir. Barakazi (2019, s. 144) Bahama Adaları'nda bulunan sahillerin kıyıya kurulan oteller ve bu otellerin ürettiği atıklar nedeniyle çevrenin bozulduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla kapitalizmin ikinci çelişkisi yaklaşımında olduğu gibi turizm de kendi faaliyetlerinin sonunu getirebilmektedir. Urry (2018) de turizmin aşırılık içermesi durumunda çevresel kaynakların ve mekânların tüketimle birlikte doğal yapısını kaybedebileceğini ve bu kaynaklardan gelecekteki nesillerin faydalanamayacağını belirtmektedir. Aytaç (2006, s. 40) da buna örnek olarak Yosemite Ulusal Parkı'nın aşırı kalabalık nedeniyle bir otoyol haline geldiğini, Kenya'da safari araçlarının bulunduğu yollardan kaçmak isteyen fillerin Amboselli Ulusal Parkı'na zarar verdiğini, Corno Gölü'nün kirlendiğini göstermektedir. Bu nedenle turizm sisteminin sürdürülebilirliğinin sağlanması için öncelikle doğal kaynakların ve çevrenin korunmasına odaklanmak, aşırı tüketim davranışlarından kaçınmak önemli bir gerekliliktir.

Kısacası, insanlar, fikirler, nesnelere, mekânlar hatta bedenlerin bile tüketime konu olduğu tüketim kültüründe çevrenin de tüketilmesi olağandır. Doğal kaynaklar, tarihsel kaynaklar, kültürel

yapıların belki de en iyi tüketilebileceği yerlerden biri turistik alanlardır. Öyle ki bu kültür içerisinde bozulmamış vahşi doğanın romantik bir fantezi olduğu söylenmekte ve doğa “kültürel olarak inşa edilmiş” yerler olarak görülmektedir. Sanayileşmiş ülkelerde, antik ormanların bile sözde “kültürel manzaralar” olduğu yönünde tarihsel bir revizyonizm bulunmakta ve doğal tarih insan tarihiyle değiştirilmektedir. Vahşi doğa anlayışındaki bu değişimler insanın kendine yönelik anlayışındaki paralel değişimlerle birlikte işlemektedir. Kişilik ve kültürdeki gerçek çeşitlilik, bireysel çıkar modeline uyacak şekilde yeniden yapılandırılmaktadır. Böylece insanın her zaman kapitalist olduğuna yönelik örtük bir mesaj ortaya çıkmaktadır (Kidner, 2014).

2.2. İNSAN-DOĞA ETKİLEŞİMİNE YÖNELİK PARADİGMALAR VE ÇEVRESEL TÜKETİM

İnsan ve doğa etkileşimi insanın varoluşuyla birlikte başlamaktadır. Modern toplumlardaki en belirgin tartışma konularından birini oluşturan bu etkileşim bazen insanın doğaya hâkim olma düşüncesine bazen de yaşamın devamlılığını sağlayan doğayla bütünlük anlayışına karşılık gelmektedir. Bu iki yaklaşım da insanın kendi toplumsal ilişkilerini sunduğu ekseninde doğayı anlama tarzına karşılık gelmektedir (Yardımcı, 2006, s. 4). İnsanın dünyada varlık buluşuyla başlayan insan-doğa etkileşiminin ilk insan topluluklarındaki şekli, insan yaşamının devam etmesine yönelik eylemlerinden oluşan doğayı gözlemlemesi ve gözlemleri sonucu çıkarımda bulunmasına ve yaşamını devam ettirebilmesine dayanmaktadır. Fakat dünya üzerinde ortaya çıkan önemli devrimlerden biri olan insanın tarım yapmaya başlaması, sadece avcı ve toplayıcı olarak yaşamını devam ettiren insana toprağı işleyerek üretim yapma fırsatı sunmuş ve insan toprak üzerinden doğaya hâkim olmaya başlamıştır. Bu noktada doğa insana hayatını devam ettirebilecek kaynakları sağlamış fakat “çevre kirliliği”, “tahribat” ve “bozulma” gibi durumlar ortaya çıkmamıştır. Bu durum insan eylemlerinin çevre için tehlike oluşturmaması ve doğanın kendini yenileyebileceği bir dengeye sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Sulak, 2018, s. 118). İnsan ve doğa etkileşimi yüzyıllar süren iş birliği ve uyum içinde gelişmesine rağmen insan doğa üzerindeki yeteneklerini keşfedince doğaya hâkim olmak için çaba sarf etmiştir. Kaynakları kullanmayı öğrenmiş ve giderek hem kirletmiş hem de tahrip etmiş ve kaynakları tüketmeye başlamıştır. Bu da insan ve doğa arasındaki uyumun ve iş birliğinin bozulmasına neden olmuştur (İğit, 2016, s. 952).

İnsan ve doğa etkileşimi ortaya çıktığından beri insan bu ilişki üzerinde düşünmektedir. Bu düşünceler modern disiplinler içerisinde doğa felsefesi olarak kategorize edilmiş ve çevre hareketlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda göze çarpan en önemli iki düşünür Platon ve Aristo olmuştur. Platon İdealar Kuramı’nda doğayı önemsenmeyecek aşağı bir alan olarak tanımlarken insana diğer türlerden daha üstte bir yaşam alanı tanımaktadır. Platon’un insan ve doğa arasındaki ilişkiyi öncelik-ikincilik şeklinde tanımlaması insanın doğaya hâkim olma anlayışına zemin hazırlamıştır. Aynı şekilde Aristoteles’te insana ayrı bir özellik atfetmiş, evreni ve içindeki varlıkları sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmayı basitten karmaşığa göre yaparak en altta hareketsiz maddeden

başlayıp bitkiler, sürüngenler şeklinde ilerleyip en üstte memeliler ve insan ile sonlanmıştır (Yardımcı, 2006, ss. 5-7; Sulak, 2018, s. 118). Yani insan ve doğa arasındaki ilişkinin bir öncelikler bazında ele alınması ve insanın daha değerli görülmesi insanı doğanın üstünde konumlandırmasına sebep olmuştur.

İnsan ve doğa arasındaki radikal dönüşüme neden olan Batı uygarlığı yarattığı sonucun bedellerini tüm dünya ülkelerine ödetmektedir. Bu dönüşüm organik doğa anlayışından mekanik doğa anlayışına geçişi ifade etmekte ve insan-doğa etkileşiminde varoluşun temeline insanı oturtmaktadır. İnsanın çevresini oluşturan her şeyi ona hizmet eden ve tahakkümü altında tutan metalar olarak tasarlamaktadır (Yaylı, 2006, s. 68). Doğanın bir makine olarak değerlendirilmesi, insanın doğal çevreye yönelik tavırlarını da etkilemektedir. Orta Çağ'da insanın doğaya yönelik değerlendirmesi organik iken ekolojik davranışlar sergilemekteydi. Doğa yaşayan bir organizma olarak değerlendirildiği için insanlar üzerinde dizginleyici bir unsur oluşturmaktaydı. Fakat makineleşmenin ortaya çıkmasıyla doğayı koruyacak herhangi bir engel kalmamıştır. Batı kültürü doğanın kullanılıp sömürülmesi için bilimsel bir yetki haline gelmiş ve bilimsel bilgi, insanın kendisini doğanın sahibi ve hatta efendisi yapma amacına uygun olarak kullanılmıştır (Yaylı ve Yaslıkaya, 2015, s. 455). İnsanın kendini doğanın üstünde görmesi, Endüstri Devrimi'nin ortaya çıkmasıyla teknolojinin ve sanayileşmenin gelişmesi doğanın birtakım sorunlarla başa çıkması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Çevresel sorunların ortaya çıkmasında elbette ki salt olarak ele alınabilecek nedenler bunlar olmamakla birlikte çevre sorunlarının yaratılmasına aracılık eden unsur "insan zihniyeti" olarak vurgulanmaktadır (İgit, 2016, s. 952).

İnsanın doğadaki faaliyetlerine ilişkin yargılar iki temel görüş arasındaki zıtlık açısından çerçevelenmektedir. Bu iki görüşün ilki "insan doğadan ayrıdır" ikincisi ise "insan doğanın bir parçasıdır" şeklinde oluşmaktadır. Bu görüşlerden ilki insanın doğadan farklı olduğunu yani doğanın bir parçası olmadığını, insanların eserlerinin ve faaliyetlerinin doğal ortamlar ile uyumsuz olabileceğini savunmaktadır. İkinci görüş ise insanın doğanın bir parçası olduğunu ve etkileşimde bulunduğu doğal sistemlerden ayrı tutulamayacağını ve bu bağlamda doğa, insanı da içerdiği için insanın faaliyetlerinin ve eserlerinin doğal ortamlar ile uyumlu olacağını savunmaktadır (Schroeder, 2007, s. 293).

İnsan ve doğa etkileşimine yönelik farklı görüşlerin bulunması ekolojik hareketlerin şekillenmesinde de etkili olmuştur. Bu ekolojik harekette temelde iki ana düşünce temel tezleri üzerinden kendi paradigmalarını geliştirmeye çalışmıştır. Sosyalist ya da Marksist düşüncede çevre sorunlarının çözümünün kapitalist üretim biçiminin terk edilerek gerçekleştirilebileceğini ve bunun için radikal bir dönüşümün gerekli olduğunu iddia etmektedirler. Kapitalist düşünce içinde kalanlar ise atıkların yok edilmesi ve kaynak havuzunun korunmasıyla doğanın sürdürülebilirliğinin sağlanabileceğini ve çevrenin korunabileceğini iddia etmektedir (Yaslı ve Yaslıkaya, 2015, s. 452). Bu görüşlerin şekillendirmesiyle ortaya çıkan ve insanın doğaya yaklaşımını belirleyen farklı yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bunlar İnsan Merkezci Yaklaşım ve Çevre Merkezci Yaklaşım olarak

sıralanmaktadır. Bu bölümde bu iki görüş ayrıntılı incelenmiştir ve bunun yanında insan-çevre ilişkisine yönelik ekolojik hareketlere yer verilecektir.

2.2.1. İnsan Merkezci Anlayış: Antroposentrizm

Sosyoloji bilimi içerisinde gelişim gösteren çevreci olmayan karakteri ve bu bakış açısından kaynaklanan Egemen Batı Kültürü ile sosyolojide sıklıkla kullanılan varsayımlar dört maddede ifade edilmektedir (Özerkmen, 2002, s. 175-176).

1. İnsanlar genetik yapılarının yanında bir kültür mirasına ve hayvanlardan daha farklı bir yapıya sahiptir.
2. Bireyler arasındaki ilişkilerin temel belirleyicisi kültürel ve toplumsal faktörlerdir.
3. Bireyler arasındaki ilişkide biyofiziksel çevre önemsiz iken toplumsal ve kültürel çevre önemli bir koşuldur.
4. Kültür birikimsel ilerlediği için toplumsal ve teknik ilerleme mutlaka toplumsal sorunlara çözüm getirecek biçimde sürdürülebilir.

Bu varsayımlar birlikte düşünüldüğünde ortaya çıkan düşünce tarzı doğal kaynakların sınırsız olduğunu ve sonsuza kadar yenilenebileceğini ayrıca insanın kültür alt yapısı nedeniyle diğer varlıklara göre eşsiz olduğunu, bu kültür birikimi sebebiyle de bütün toplumsal sorunların çözülebileceğini yansıtmaktadır (Catton ve Dunlap, 1978, ss. 42-43). Bunlar insanın kültürel ve sosyal yapısına işaret ederek “insanın istisnai yapısına” vurgu yapmaktadır. Bu nedenle Catton ve Dunlap (1978, s. 42) “İnsan İstisnallığı Paradigması” (İİP)’na işaret etmektedir. İnsan İstisnallığı Paradigması’nın kökenleri Endüstri Devrimi, aydınlanma ve ilerleme düşüncesine dayanmaktadır (Eryılmaz, 2017, s. 161). Sosyoloji bilimi içerisinde yer alan işlevselcilik, Marksizim, etkileşimcilik ve çatışma kuramı ile diğer kuramların birçoğu farklı düşünce yapılarında kurulmuş olmalarına rağmen insan-çevre etkileşimine bakışı açısından İnsan İstisnallığı Paradigması içinde yer almaktadır (Eryılmaz, 2019, s. 141). Marx, doğanın içsel bir değeri olmadığını ve bir ham madde kaynağı olduğunu vurgulayarak insanın düşünme yeteneğini kullanmasıyla çevreyi dönüştürebileceğini ifade etmektedir. Aynı şekilde Durkheim metodolojisi üzerinde şekillenen sosyoloji kuramları da insan kültürünü ve ilişkilerini bir arada ele alarak “toplumsal inşacı” niteliğinde değerlendirmektedir (Eryılmaz, 2017, s. 160). Toplumsal inşacılık yaklaşımında da doğanın insan üzerinde var olan etkisi reddedilmemekte fakat bu etkinin büyüklüğü ve tarzının insanların inşa etmesine açık olduğu düşünülmektedir (Eryılmaz, 2017, s. 167). Toplumsal inşacılık, çevre sorunlarının çözümünde bilginin toplumsal deneyimden soyutlanamayacağını ve bu konudaki toplumsal gerçekliğe nesnel bir yaklaşımla ulaşamayacağını düşünmektedir. Çevre sorunlarının tanımlanmasında güç ilişkileri ve çıkarlar ön plana çıkmakta ve çevre sorunu ve çözümü eksenindeki gerçeklikler de tartışmalı olmaktadır. Her ne kadar tartışmalı olsa da gerçekliğin inşasına ilişkin farklı seçenekler arasında bir seçim yapılması gerekmektedir (Jones, 2002, s. 248). 1950-1960 yılları arasında hakimiyetini sürdüren

sosyolojik kuramlar toplumsal değişim amacıyla gelişmemiş ülkeler için hazırladıkları kalkınma reçetelerinde çevreyi ham madde olarak kullanabileceklerini ifade etmektedir. Yine ülkelerin kalkınması için Marksist ve Neoliberal kuramlarda doğaya yönelik benzer yaklaşımlar sergilemektedir (Eryılmaz, 2017, ss. 160-161).

İnsan İstisnalığı Paradigması insanın doğayı sömürebileceği ve istediği kadar da kullanabileceğini savunmaktadır (Madappalli, 2016, s. 1020). Çağdaş varoluşçu anlayışa göre insan, gelişimini kendi iradesiyle belirleyen özgür ve sorumlu bir varlıktır. İnsanın kendini geliştirmeye yönelik bu çabasıyla birlikte dünya da daha iyiye gitmektedir. İnsanoğlu ve dünya arasındaki bu birbirine bağlı gelişim fikrine Meliorizm denir. İnsanoğlunun, dünyanın enerjisini en üst düzeyde kullanarak sosyo-ekonomik koşullarını geliştirme yönünde doğuştan gelen bir arzuya sahip olduğunu ve insanların dünyayı, ondan en yüksek faydayı elde edebilecekleri şekilde dönüştüreceklerini belirtmektedir (Hossain, 2021, s. 44). İnsan İstisnalığı Paradigması insanoğlunun biyolojik çevreye olan bağlılığını gizlemekte (Rice, 2013, s. 238) ve insanın kendisini merkeze alarak çevrede bulunan canlı ve cansız diğer türlerin insanın hizmetine sunulduğunu düşünen bir görüşe atıf yapmaktadır. Bu nedenle İngilizcede “anthropocentrism” olarak adlandırılan insan merkezci anlayışın temelini oluşturmaktadır.

İnsanoğlu doğanın ayrılmaz bir parçası olduğu için insan ve doğa arasındaki ilişki karşılıklı, kaçınılmaz ve nedensel olarak ilerlemektedir. Buna karşılık, 1970'lerden önce, insan ve doğa arasındaki ilişki açısından, insan ahlâki değerlendirmeye layık tek fail olarak ve doğal nesnelere yalnızca insan amaçlarına hizmet ettikleri sürece değerli olarak görülmekteydi (Hossain, 2021, s. 43). Ekofilozoflara göre insan merkezlik doğaya yönelik etik kuralları etkileyen ontolojik bir konumdur. Zira insan merkezlik insanoğlu ile doğanın geri kalanı arasında net ve ahlaki açıdan önemli bir ayrım çizgisi olduğu, insanoğlunun dünyadaki tek temel değer ya da anlam kaynağı olduğu inancı olarak tanımlanmaktadır (Purser ve ark., 1995, s. 1054). Batı geleneğindeki çoğu filozof, yalnızca insanların ahlaki bir konumu hak ettiğine, doğal nesnelere ise ahlaki bir konumu olmadığına inanmaktadır (Hossain, 2021, s. 43).

Doğal dünyanın kendine özgü varlığı hem Yunan filozoflar hem de modern filozoflar tarafından dışarıda bırakılmaktadır. Çünkü bu filozoflar insanların insan olmayan varlıklara ve diğer yaşam biçimlerine karşı ahlaki yükümlülüğü olmadığını savunmaktadırlar. Bunun nedenini de doğal dünyadaki her şeyin insan ihtiyaçlarını karşılamak üzere var oldukları şeklinde açıklamaktadırlar. Örneğin, Filozof Protagoras insanın varlığını “İnsan her şeyin ölçüsüdür.” şeklinde tanımlamaktadır (Hossain, 2021, s. 46). Bu fikirlerden güç alan insan merkezci anlayış doğada bulunan diğer varlıkların kendi çıkarları doğrultusunda kullanılmasında etik bir sıkıntı görmemektedir. Buna göre insanın akıllı varlık olması sebebiyle kendi dünyası bulunmakta ve içsel olarak sadece insan değerli olurken diğer varlıklar ise insana hizmet eden araçsal varlıklar olarak değerlendirilmektedir (Aşar, 2017, s. 17). Yani insan merkezci anlayışa göre dünyada bulunan her şey insana tabi olmakta ve değerler sadece insan

tarafından belirlenmektedir (Casas ve Burgess, 2012, s. 184). İnsanın her şey üzerinde hakimiyeti bulunmakta ve dolayısıyla insanlar kendi refahları için ne isterlerse yapabilmektedir. İnsanlar açısından yapılacak her şey adil olarak değerlendirilmektedir. Doğa insan çıkarları için sadece bir araç niteliğinde görülmektedir (Hossain, 2021, s. 46).

İnsan merkezci görüş, insani ilerlemenin doğanın sunduğu sonsuz kaynakların sömürülmesiyle mümkün olabileceğini ve bunun için insanın doğaya işkence edebileceğini temsil etmektedir. Buna uygun olarak insan doğadan üstün görülmede, doğa sonsuza kadar bölünebilmekte ve iç güçlerden ziyade dış güçler tarafından hareket ettirilen hareketsiz bir makine olarak değerlendirilmektedir. Clive Staples Lewis (1953, s. 44) bu durumu “Şeyleri, onları ‘fethedebilmek’ için salt doğaya indiriyoruz. Her zaman doğayı fethediyoruz, çünkü ‘doğa’ bir dereceye kadar fethettiğimiz şeyin adıdır.” şeklinde tasvir etmektedir (Hoffman ve Sandelans, 2005, s. 144).

İnsan merkezilik, kuruluşlar ve doğal çevre arasında temel bir ikilik algısına dayanmaktadır (Purser, 1995, s. 1054). Ayrıca insan merkezilik terimi, endüstriyelizmin insan çıkarları doğrultusunda işlediği kavramını gizlice insan yaşamına adapte ettiği için önemli bir ideolojik rol oynamaktadır (Kidner, 2014). Donnelly ve Bishop (2007, s. 90) insan merkezci bir eylemi, eylemde bulunma nedeninin insanlara bir fayda sağlamak olduğu faaliyetler olarak tanımlamaktadır. Buradaki insan merkezci eylem gelecek nesilleri düşünmeden, doğanın şimdiki nesillerin yararına yönetilmesi ve korunması düşüncesine atıf yapmaktadır (Cooks and Simpson, 2015, s. 218). İnsan merkezci bireyler yani antroposentrikler faydacı anlayışa sahiptir. Antroposentriklerin çevreyi desteklemelerinin altında yatan temel değer de faydacılıklarından kaynaklanmaktadır. Buna ek olarak bireylerin maddi yaşam kalitesi veya servet birikimi gibi diğer insan merkezli değerlerin araya girmesi durumunda da çevreyi korumak gibi bir niyetleri oluşmamaktadır (Thompson ve Barton, 1994, s. 150).

Antroposentrik düşünceye sahip bireyler yalnızca insana değer verdiği ve insan dışındaki diğer şeyleri insana sağladığı fayda derecesinde değerlendirdikleri (Callicott, 1984, s. 299) için çevre sorunlarını önemsememekte ve bunu önemsemenin kendilerine zarar verdiğini düşünmektedirler. Çünkü antroposentrikler doğaya bu kadar önem vermenin gerekli olmadığına ve doğada bulunan kaynakların da düşünüldüğü gibi hızlı bir şekilde azalmadığına inanmaktadırlar. Onlara göre çevrecilerin ifade ettiği durumlardan olan ozon tabakasının zarar görmesi ya da ormanların yok olması gerçeği yansıtmamaktadır. Bu nedenle antroposentrikler doğal kaynakların aşırı kullanımı söz konusu olduğunda onların ilgilendiği temel konu insana hizmet eden maddelerin zarar görmesine bağlı olarak yaşam kalitelerinin düşmesi olmaktadır. Aksi durumda kaynakların tahribatı konusuyla ilgilenmemektedirler (Erten, 2007, s. 73). Bu sebeple çevrenin korunmasına yönelik önlem almak, bilinçlendirme programları yapmak ya da çevreci aktiviteler düzenlemeyi gereksiz görürler ve çevre koruma konusunda görev alanların kötümser ve paranoyak olduğunu düşünürler (Bjerke ve Katlenborn, 1999, s. 418). Antroposentrik görüşe sahip bazı bireyler ise doğanın kullanımına yönelik iyimser bir bakış açısı sergilemektedir. Çevredeki bileşenlerin keyfi kullanımı, yine çevresel

bileşenlerin canlı ya da cansız fark etmeksizin bir meta haline gelmesi ve üretim-tüketim faaliyetlerinin sınırsızlığı sebebiyle doğanın dengesinin bozulması gibi durumların kötü bir şeye yol açacağını düşünmemektedirler. Onlara göre zaten insan kendi iyiliğini istediği ve buna uygun hareket ettiği için kendisine fayda sağlayan doğanın da iyiliğini isteyecektir. Bu sebeple insanın merkeze alınması çevrenin dışlanması olarak değerlendirilmeyecektir (Hayward, 1997, s. 58).

Bryan Norton (1991) antroposentrik görüşü, güçlü antroposentrizm ve zayıf antroposentrizm olarak iki farklı boyutta değerlendirmekte ve kavramlar arasında net bir ayrım yapmaktadır. Güçlü insan merkezilik doğal kaynakları tüketim amacıyla kullanırken zayıf insan merkezilik doğaya somut açıdan yaklaşmamakta ve daha kapsayıcı değerler içermektedir. Bu değerler arasında ruhsal gelişim, kişisel yenilenme ve hatta insan ve doğa arasındaki yakın ilişkiyi vurgulayan bir dünya görüşüne sahip olduğu için kendinden memnuniyet duygusu da yer alabilmektedir. Zayıf insan merkezilik görüşünün güzelliği Norton'a göre doğanın içsel ahlâki haklara sahip olup olmadığı gibi bir felsefi bataklığa girmeden ekomerzci görüş ile aynı kaygıların çoğunu kapsamamasından kaynaklanmaktadır (Cooks and Simpson, 2015, s. 219).

Genel olarak insan merkezci bakış açısında her şey insana göre ayarlanmakta ve diğer varlıklar insanın hizmetine sunulmaktadır. Bu nedenle bu anlayışa yöneltilen en önemli eleştirilerden biri bu noktada ortaya çıkmaktadır. Onur sahibi olarak doğada varlık gösteren insan diğer canlılardan üstün tutulmakla birlikte, diğer varlıklar insan için bir araç olarak konumlandırılmaktadır. Bu anlayışın dinsel içeriklerden kaynaklandığı düşünülmektedir (Aşar, 2017, s. 18). Hristiyanlık ve Yahudilik'te Orta Çağ Dönemi'nde hayvanlar ve bitkiler insanlar gibi değerlendirilmemektedir. Bitkiler his ve ruh sahibi olmadıkları için duyguları bulunmamakta bu nedenle de acıyı hissetmemektedir. Hayvanlar ise his ve ruh sahibi olmakla beraber insan gibi düşünebilme yetisi olmadığı için herhangi bir hak sahibi olmamaktadır. Doğal olarak insan üstün bir varlık olarak yaratıldığı için doğa üzerinde sonsuz hak sahibi olmakta ve çevre ile bileşenlerini kendi rahatına yönelik kullanabilmektedir (Baltacı, 2019, s. 42).

İnsan merkezci bakış açısının temel dayanakları bunlar olsa da insanın çevre ve bileşenlerine karşı bu denli acımasız olmasının ve bu acımasızlığın gittikçe şiddetlenmesinin farklı nedenleri bulunmaktadır. Bunlar; kapitalist ekonomik sistem, insanın doğaya hakimiyet sağlama çabası, kapitalist sistem içerisinde insanların sürekli tüketme güdüsüdür. Teknolojik ve bilimsel ilerleme ile birlikte insanın doğaya hakimiyet sağlaması ve bununla birlikte gelişen üretim ve tüketim kalıplarının değişmesi insanlar ve diğer canlılar arasındaki etkileşimin başkalaşmasına sebep olmaktadır. Bu ilişkide doğadaki tüm canlılar insanın çıkarı doğrultusunda kullanılmakta ve kapitalist sistem içerisinde diğer canlıların birer “mal” ya da “şey” olarak görülmesini sağlamaktadır (Aşar, 2017, ss. 32-33).

İnsan merkezci bakış açısının temel mottoları birlikte değerlendirildiğinde bu anlayışa sahip bireylerin doğayı kendi lehine uygun şekilde dönüştürebileceği ve doğadan sınırsızca faydalanmak isteyeceği açıkça görülmektedir. Bu nedenle bu anlayışa sahip bireylerin çevreyi ve çevresel unsurları tüketme eğilimi yüksek olmaktadır. Çevreyi tüketme eğiliminin yüksek olmasının yanında bu bireylerin çevreye yönelik özgeci değerleri (fedakârlık) ve çevresel tutumları negatif yönlü gelişmektedir. Sosyolojik kuramlardan ve dinsel öğelerden de faydalanarak doğaya yönelik bir tavır geliştiren insan merkezilik, endüstrileşmeyle birlikte kapitalist yaşam tarzının insan hayatına adapte olması sebebiyle kendisini daha yoğun hissettirmektedir. Kapitalist düzen içerisinde gelişen tüketim kültürünün de etkisiyle insanoğlu hem üretimde hem de tüketimde doğadan fazlasıyla yararlanmakta ve bu önemli tahribata yol açabilmektedir. Dolayısıyla insan merkezci anlayışın en önemli sakıncalarından biri doğanın kendi değerinin yok sayılması ve bir araç olarak görülmesi olmaktadır. Bu bakış açısına yöneltilen en büyük eleştirilerden biri olan çevre merkezci anlayış diğer yaşam formlarına saygıyı da odak noktasına almaktadır. Buradan hareketle ilerleyen kısımda İnsan İstisnalığı Paradigması'na karşıt olarak ortaya çıkan Yeni Ekolojik Paradigma ve paradigma içerisinde gelişen çevre merkezci anlayış açıklanacaktır.

2.2.2. Çevre Merkezci Anlayış: Ekosentrizm

Aydınlanma Çağı'nın çıktısı olan sanayileşme ve kentleşme ile birlikte insanın bilgi ve becerilerinin artmasıyla bir dönem insandan bağımsız olan doğa sonrasında insan tarafından yönlendirilen ve yönetilen bağımsız bir araç haline gelmiştir. Doğanın insana bağımlı kılınması insanın hakimiyet ve sahiplenme dürtüsünden kaynaklanmaktadır. Faydacı bir anlayışla insanın doğa üstünde tahakküm sahibi olması, dünyanın bir kurban haline dönüşmesine sebep olmuştur. Bu durum modernizmin doğayı evcilleştirerek toplumsallaşmasına, toplumsallaşmış doğa ise insanın doğaya müdahalesine karşılık gelmektedir (Maltaş, 2015, s. 3). İnsanın doğaya bu şekilde müdahale etmesi İnsan İstisnalığı Paradigması'nın temsilini oluşturmakta ve doğa ile insan arasındaki bağın sadece insana fayda sağlayan yönüne işaret etmektedir. İnsan İstisnalığı Paradigması'nın doğa üzerinde ciddi sorunlar oluşturan yapısı ve doğanın giderek zarar görmesi eleştirilmesine ve karşıt görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İİP'nin çevresel bozulmalara neden olan görüşlerine karşı Yeni Ekolojik Paradigma (YEP) geliştirilmiştir.

Catton ve Dunlap tarafından geliştirilen Yeni Ekolojik Paradigma sosyal tabakalaşma, sınıf yapısı ve çatışmanın sosyopolitik morfolojisinin (toplumun tüm yapı taşlarının birlikte incelenmesi) uygulanması ile çevre sosyolojisine pragmatik bir statü atanmasının sınırlarının olduğunu göstermektedir (Buttel, 1978, s. 254). Ayrıca Durkheimci görüşün olayları sadece sosyal olgular üzerinden açıklaması ve buna bağlı olarak sosyologların fiziksel çevreyi görmezden gelmesine neden olması, kaynak bolluğu ve teknolojik ilerleme ile birlikte büyüme ve refah döneminde bu görüşlerin daha da güçlenmesi, artan kentleşme ile birlikte doğayla temasın azalması ve insan yaşamının biyofiziksel dünyadan giderek daha bağımsız hareket etmesi ve insanın istisnai özelliklere sahip olduğu için

sanayileşmiş toplumların doğanın kısıtlamalarından muaf tutulduğu varsayımının oluşması YEP ya da benzer içerikli başka bir paradigmanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Çünkü çevresel koşullarda yaşanan değişim insanın muafiyetçi kimliğinden kurtulup tüm insanların ekosisteme bağımlılığını kabul ederek ekolojik bir paradigmaya dönmesini gerekli kılmaktadır (Dunlap ve Catton, 1994, s. 6). Bunun dışında her ne kadar toplumda hem egemen sınıf hem de işçi sınıfı ekonomik genişleme fikrinin kendi çıkarlarına en iyi şekilde hizmet ettiğini düşünme eğiliminde olsa da bu genişlemeden kaynaklanan çevresel maliyetlerin (kirlilik, yerleşim yerlerinin tahribatı vb.) büyük kısmını işçi sınıfı üstlenmektedir (Buttel, 1978, s. 254). Dolayısıyla ekoloji yanlısı bir paradigma gelişimi hem çevresel zararların önüne geçilebilmiş hem de sınıf farklılıklarından kaynaklanan toplumun belirli bir kısmının çevresel zararlardan ortaya çıkan maliyetleri üstlenmesinin önüne geçilmiş olacaktır.

Yeni Ekolojik Paradigma çevre sosyolojisinin önemli kuramlarından biri olarak insan ve doğanın birbirine karşılıklı bağıllılığının olduğunu, ekolojik sorunların temel kaynağının insan davranışları ve düşünme tarzları olduğunu savunmaktadır (Özerkemen, 2002, s. 180). Çevre merkezci yaklaşım yani YEP doğanın insanlar tarafından ciddi bir şekilde istismar edildiğini, insanların dışında bitki ve hayvan türlerinin de yaşam hakkının olduğunu, nüfusun artması sebebiyle dünyanın taşıma kapasitesinin aşıldığını düşünmektedir (Alıncaçık, 2010, s. 517). Ayrıca doğanın bozulmasının ve doğal kaynakların tükenmesinin temel sebebinin kapitalist sistem veya elitlerin kararları olmadığını antroposentrik Batılı dünya görüşü olduğunu savunmaktadır. (Konak, 2010, s. 276). Çevre merkezci düşünceye göre doğal alanların gün geçtikçe daha fazla tahrip edilmesinin nedeni nüfusla birlikte ortaya çıkan zorunlu büyümedir (Baltacı, 2019, s. 43). Bu nedenle Yeni Ekolojik Paradigma çevresel krizlerin aşılmasında ve buna yönelik bir toplumsal bilinç geliştirilmesinde etkili bir araç olmaktadır (Yücel ve Konak, 2021, s. 29).

İnsan İstisnalığı Paradigması (İİP) içsel değeri yalnızca insanlarla sınırlayan ve ahlaki duruşu yalnızca insanlara atfeden teorik bir bakış açısı içermektedir. Oysaki insanlar doğaya bir değer biçse de değer, tanınmaya ya da bazı dışsal değerlendirmelere bağlı olarak gelişmemektedir. Çünkü doğanın “değeri” insanlar tarafından yaratılmamış sadece keşfedilmiştir (Dzwonkowska, 2018, s. 726). Bu nedenle değer kavramının değerli olmakla aynı şey olmadığını ve varlıkların yalnızca insan yargısıyla bir “değere” sahip olmadığını vurgulanması gerekmektedir (Attfield, 1991, ss. 146-147). Zaten doğaya yönelik bir değer kavramının insanlık ortaya çıkana ve doğaya yönelik bir yargıda bulunana kadar ortaya çıkması mantıksız olmaktadır (Dzwonkowska, 2018, s. 726). Dolayısıyla Yeni Ekolojik Paradigma insan doğasının insan gelişimine katkılarından ayrı olarak içsel bir değere sahip olmadığını savunan ekosentrik ya da çevre merkezli görüşü temsil etmektedir. Bu görüşe göre insan doğadan ayrı ya da üstün değildir, ancak doğanın sistemi içindeki yerini almaktadır. Bundan dolayı YEP insanın gelişiminin sadece doğal ekosistemlerin bütünlüğünü ihlal etmediği sürece sağlanmış olması gerektiğini savunmaktadır (Hoffman ve Sandelands, 2005, s. 144).

Yeni Ekolojik Paradigma insanın istisnai bir tür olduğu görüşüne meydan okumamaktadır. Sadece kültür birikimi, bilim ve teknolojiye sahip olan insanın doğayı istediği gibi kullanamayacağını ve doğal olarak ekolojik kısıtlamalardan muaf olmadığını vurgulamaktadır. Yeni Ekolojik Paradigma'nın öncüleri olan Catton ve Dunlap (1980) görüşlerini daha açık hale getirerek toplumun çevre, çevrenin de toplum üzerindeki etkilerinden bahsedilmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Buna dayanarak Catton ve Dunlap daha az insan merkezci bir görüş önermektedir (Konak, 2010, s. 275). İnsanı merkezde değil çevrenin bir bileşeni olarak kabul eden Yeni Ekolojik Paradigma çevrenin biyotik ve abiyotik faktörlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Çevreyi bütüncül bir bakış açısıyla ele aldığı için çevre merkezci görüş ya da ekosentrizm olarak da isimlendirilebilmektedir.

Çevre merkezci anlayışın temelinde bütünsellik görüşü bulunmaktadır ve bu görüş çevrede bulunan her unsurun birbiriyle bağlantısı olduğu fikrine dayanmaktadır. Bütün, kendisini oluşturan parçaların birleşiminden meydana geldiği için parçaların toplamından daha büyük olmaktadır. Bu parçalardan birinin eksilmesi bütünün de zarar görmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla ekolojik bütünsellik zorunlu bir ilkeyi yansıtmaktadır. Çünkü çevresel süreçler ekosistemi bütün olarak oluşturan parçaların ilişkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Kırkpınar Özsoy ve Çini, 2020, s. 29).

Ekosentrizm, ekosferi (tüm ekosistemler, atmosfer, su ve toprak vb.) tüm yaşamı doğuran matris ve yaşamın tek geçim kaynağı olarak görmektedir. Bu, ekosistemlerde ve bunların içerdiği biyolojik ve fiziksel unsurlarda ve ayrıca bunları mekânsal ve zamansal olarak birbirine bağlayan ekolojik süreçlerde içsel değeri tanıyan bir dünya görüşüdür. Dolayısıyla insan istekleri doğa ya da ekosistemlerden birinin sağlığıyla çatıştığında doğayı koruyacak seçeneğin aktif edilmesi gerekmektedir. Çünkü ekosentrizme göre diğer türlerin ihtiyaçları gibi insan ihtiyaçları da doğanın yanında ikincil seçenek olarak kalmaktadır (Gray ve ark., 2018, s. 130). Yani insanın refahından ziyade doğanın refahı öncelikli olmakta ve olaylar insana etkileri açısından değil tüm ekosisteme etkisi bakımından ele alınmaktadır (Kırkpınar Özsoy ve Çini, 2020, s. 29). Ekosentrizm refahı insanın sosyal, psikolojik ve ekonomik girişiminin merkezine yerleştirmektedir. Dünyayı iş birliğine dayalı bir ağlar, ekolojiler ve ilişkiler sistemi olarak algılamaktadır. İnsan sistemlerinin doğa sistemlerinin bir alt kümesi olduğunu ve ancak onlar hayatta kalırsa hayatta kalacağını kabul etmektedir. Bu türden bir toplumsal zihniyet değişiminin derin sonuçları olacak ve insanların yaşama, kendisini yönetme ve küresel ekonomiyi yapılandırma şeklinde değişikliklere yol açacaktır. (Douglas, 2015, s. 609).

Ekosentrik düşünceye sahip olanlar, doğanın hassas bir dengesinin olduğunu ve çok çabuk bozulabilecek bir yapısının olduğunu düşünmektedir. Bunun yanında insanın doğaya müdahale etmesinin felaketle sonuçlanacağını ileri sürmektedir (Kopnina, ve ark., 2018, s. 144). Ekosentrik ve antroposentrik bakış açılarının kısaca karşılaştırılması gerekirse çevre merkezli yani ekosentrik bir bakış açısına sahip bireyler doğayı tek başına bir değer olarak görmekte ve kendi çıkarlarını

gözetmeden koruması gerektiğine inanmaktadır. Bu kişiler bitki ve hayvanları da eşit bir değerde görebilmektedir. Buna karşılık, insan merkezli bakış açısına sahip bireyler de çevreyi korumak istemektedirler. Ancak antroposentrik bireyler çevreyi yaşam kalitelerinin yükseltilmesi ve insan yaşamının sürdürülmesi ve çevrenin insan yararına olmasından kaynaklı olarak korunması gerektiğine inanmaktadır. Örneğin “çevre kirliliği insan sağlığı üzerinde ciddi bir tehdit oluşturduğu için önlem alınmalıdır” ya da “insan gelecekte enerji sıkıntısı çekmesin diye doğal kaynaklar makul bir şekilde kullanılmalıdır” şeklinde düşünmektedir (Erten, 2008, s. 144).

Yeni Ekolojik Paradigma ve İnsan İstisnalığı Paradigması karşılaştırıldığında aralarında dört temel farklılığın olduğu görülmektedir (Kılınç, 2023, s. 55; Sezgin, 2023, s. 134).

- YEP, insanların doğada bulunan varlıklar arasında istisnai bir tür olduğu fikrine karşı çıkmamaktadır. Fakat her ne kadar istisna olsa da diğer türlerle birbirine bağlı olduğu için diğer türlerden biri olarak değerlendirilmesini vurgulamaktadır.
- YEP, sosyal ve kültürel güçlerin insan ilişkilerini etkilediğini kabul etmektedir. Fakat insanın sosyal yaşantısının biyofiziksel çevreden de etkilendiğini vurgulamaktadır.
- İİP, insan ilişkilerinde sosyal ve kültürel çevrenin belirleyici bir etkisi olduğunu vurgulayıp biyofiziksel çevreyi göz ardı etmektedir. Buna karşılık YEP, insan ilişkilerinin yalnızca bazı çevresel koşullar altında mümkün olduğunu ifade etmektedir.
- İİP, büyüme ve kalkınmanın sınırsız olduğunu vurgularken YEP bilim ve teknolojideki ilerlemenin bile ekolojik ilkelere bağımlı olduğunu ve doğal olarak büyümenin de bir sınırı olduğunu kabul etmektedir.

Çevre merkezci anlayış sürdürülebilir bir topluma ulaşmak için ekolojik senteze yönelik hareketin gerekli olduğunu savunmaktadır. Yeni Ekolojik Paradigma'nın eksik kaldığı noktalardan biri de burada açığa çıkmaktadır. Çünkü bu ekolojik senteze ulaşmak için sosyal değişimlerin en iyi nasıl kavramsallaştırılabileceği sorunu ortaya çıkmaktadır (Buttel, 1978, s. 254). Zira sürdürülebilirliğe yönelik bir ekolojik sentezin gerçekleştirilebilmesi için öncelikle toplumsal bir hareketin oluşturulması gerekmektedir. Ancak zaman içerisinde çevre etiği konusunda yaşanan gelişmeler ister istemez bir paradigma değişimini zorunlu kılmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri bitki örtüsü ve fauna türlerinin muhafaza edilmesinde ihtiyatlı olunması sonucunda insanların korunmasını sağlayacak olması, ikincisi ise doğal kaynakların korunması için genel anlamda yasal ve idari eylemler şeklinde çok şey yapılması olarak düşünülmektedir (Shastri, 2013, s. 525).

Çevresel tahribat nedeniyle doğada bulunan varlıkların hem niteliğinde hem de niceliğinde gerçekleşen değişim, insanlığın geleceği konusunda da kaygıların artmasına neden olmaktadır. Fakat burada ortaya çıkan kaygıların temelinde doğayı yaşamsal bir sistem olarak görmek yerine üretimin önemli bir girdisi yani kaynak deposu olarak görmek ve bu kaynaklarda oluşacak bir tahribatın

ekonomide bir daralma yaratacak olması sebebiyle çevre sorunlarıyla ilgilenen bir anlayışın bulunması yatmaktadır. Çevresel kaynakları bir meta olarak değerlendiren, ihtiyaca uygun şekilde üretim yapmak yerine tüketim ve kâr sağlama amacıyla fazlasıyla üretim yapan bir anlayışın duyduğu çevresel kaygının çevre sorunları konusunda kalıcı çözümler üretebilmesinin mümkün olmadığı düşünülmektedir. Çünkü sürekli üretip tüketmeye dayalı kurgulanmış bir sistem içerisinde kalıp çevre sorunlarının gerçek sebebini anlamak mümkün görünmemektedir (Birdişi, 2014, s. 27). Zira çevreye yönelik alınan tedbirler, yürütülen politikalar ve değişen paradigmlar nesli tükenmek üzere olan veya tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olan çeşitli flora ve fauna türlerini korumak için yeterli olmamaktadır. Bazen bu türler insanoğlu için çok önemli olmamakta ve onların hiçbir işine yaramamaktadır. Ancak bu türler aynı zamanda doğanın temsili örnekleri şeklinde görülmektedir. Sayısız flora ve fauna türü, kalkınma adına insan faaliyetleri tarafından bilerek ya da bilmeyerek yok edilmektedir (Shastri, 2013, s. 525). Çevre merkezci anlayış çevre sorunlarına neden olan ve bu sorunlara çözüm önerisi getirecek olan şeyin kültürel değerler olduğunu savunmaktadır (Konak, 2010, s. 276). Ekosentrik görüş her ne kadar doğayı bütün unsurları ile ele alıp pragmatik anlayıştan uzak dursa da kapitalist sistem içerisinde sadece tüketim odaklı yaşayan insanoğlunun çevreye yönelik bakış açısının değişmesi uzun zaman alabilmektedir. Ayrıca ekosentrik görüş önemli bir paradigma değişiminin önünü açmış olsa da antroposentrik bakış açısının temel duvarlarının yıkılması ve etkisini kaybetmesi hemen gerçekleşmeyecektir. Çünkü antroposentrik görüşün dayandığı temel felsefe (Kapitalizm) ekonomik sistemin en güçlü yaşam alanı olarak görülmektedir.

2.2.3. İnsan- Doğa İlişisine Yönelik Ekolojik Hareketler

Doğa; yaşamın sürdürülmesi için gerekli olan yaşam alanını meydana getiren ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilerin geliştirildiği başlangıç zeminini oluşturmaktadır. İnsanoğlu bu zemini bir mücadele alanı olarak görmüş ve uzun yıllar boyunca doğayı değiştirme, dönüştürme ve doğaya hükmetme çabası içinde yaşamını sürdürmeye çalışmıştır (Güven, 2024, s. 834). Doğayı dönüştürmenin yanında anlama çabasını da yürüten insan, kültür-toplum ilişkisini anlamlandırmaya yönelik tartışmaların da içinde yer almaktadır. Batı felsefesinde Kartezyen ikiliğe (evrende farklı iki tip varlığın olduğu) dayanan düşüncede doğa ve toplum farklı olarak ele alınmaktadır. Doğa ve toplumu birbirinden farklı olarak gören ikili yaklaşım insanı doğaya müdahale edebilecek bir güç olarak konumlandırmaktadır (Kaşdoğan, 2020, s. 32). Kendisini doğadan üstün ve doğanın efendisi olarak gören insanoğlu aynı zamanda teknolojik imkânları sebebiyle doğaya egemen olduğunu düşünmektedir. İnsanın sınırsız istekleri nedeniyle doğaya karşı tutumu hava, su, toprak gibi temel elementlerin kirlenmesine ve hayvan türlerinin neslinin tükenmesine, bitki örtüsünün bozulmasına ve doğal yaşamın zarar görmesine neden olmaktadır. Bu durum ise zaman içerisinde insanın, kendisinin neden olduğu bu davranışların sonuçlarına katlanmaya başlamasına ve kendi geleceğine yönelik kaygıların oluşmasına sebep olmuş ve bu sorunları aşmak için çabalamasına yol açmıştır (Güven, 2024, s. 835). Bu nedenle insan ve doğa arasındaki karşılıklı ilişki insanın varoluşundan bu zamana

kadar önemli değişimlere sebep olmuştur. Özellikle modern insanın doğada tamamen uzaklaşıp ona yabancılaşması insan-doğa ilişkisini incelemeyi gerektirmektedir. Böylece doğaya gösterilen değerlerin değişimine sebep olan etmenler ele alınarak değerlendirilmesi birçok ekolojik hareketin ortaya çıkmasını da sağlamıştır (Maltaş, 2015, s. 2). Bu kapsamda araştırmanın bu kısmında insan-doğa ilişkisinde ortaya çıkan ekolojik hareketlerden bazıları açıklanacaktır.

2.2.3.1. İnsan Ekolojisi

Ekoloji genellikle doğada bulunan organizmaların çevreleriyle ve birbirleriyle olan etkileşimlerinin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda organizmaların dağılımı ve bolluğunun incelenmesi şeklinde de tanımlanabilmektedir (Richerson ve ark., 1996, s. 4). Bundan hareketle insan ekolojisi ise genellikle insan popülasyonları ile çevrelerinin ve biyosferin fiziksel, biyotik, kültürel ve sosyal özellikleri arasındaki dinamik ilişkilerin incelenmesini ifade etmektedir (Lawrence, 2003, s. 31). İnsan ekolojisi insanların çevreleriyle olan etkileşimlerinin veya insanların dağılımını ve bolluğunu incelemektedir. İnsan ekolojisi aslında bu ilişkileri incelemenin çok daha fazlasını içermektedir. Çünkü insanların içinde olduğu ve yaptığı her şey diğer ekolojik sistemlerin dağılımını ve bolluğunu etkilemektedir. Bu nedenle insan ekolojisi kavramını kullanmak aslında insan davranışını anlamaya yönelik geniş bir tutkuyu da ifade etmektedir (Richerson ve ark., 1996, s. 4). Yani insan ekolojisi bireylerin birbirleriyle ve daha geniş topluluklarla olan karşılıklı ilişkilerini yöneten yasaları anlamaya çalışmaktadır.

İnsan ekolojisi hareketinin “İnsan türü nasıl hayatta kalır?” gibi bir biyolojik soru sorulmasıyla ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu sorunun sosyolojik bir ilgi alanına yol açması ise bu soruya verilen cevaptan kaynaklanmaktadır. “İnsan türü, doğal kaynakların sömürülmesinde kolektif bir örgütlenme şekliyle hayatta kalmaktadır.” Bu soru biyolojik kökenli olarak sorulmuş olsa da kolektif örgütlenme ile yani sosyolojinin merkezinde yer alan terimlerle yanıtlanmaktadır (Gibs ve Martin, 1959, s. 30). Bu nedenle insan ekolojisi kavramı sosyolojik bir hareket olarak görülmektedir. İnsan ekolojisi kavramı ilk kez 1921 yılında Robert Park ve Ernest Burgess tarafından kullanılmış ve onlar insan ekolojisini insanların çevrenin seçici, dağıtıcı ve uyumlu güçleri açısından mekânsal ve zamansal örgütlenmesinin ve ilişkilerinin incelenmesi olarak tanımlamaktadır (Lawrence, 2003, s. 31).

İnsan ekolojisi Durkheim tarafından ileri sürülen dinamik yoğunluk ve Malthus tarafından ileri sürülen nüfus artışı anlayışlarını kullanmaktadır. Malthus nüfusun gıda temininden daha hızlı bir şekilde arttığını ve buna bağlı olarak toplumun doğal kaynakların sınırlı olması sebebiyle teknolojiyi geliştirerek iş bölümü ve uzmanlaşmayı artıracaklarını düşünmektedir. Ayrıca Malthus doğal kaynakların sınırlı olduğu için nüfusun sonuçta azalacağını da düşünmektedir. Buna karşılık Durkheim toplumsal etkileşimin ve nüfusun arttığı dinamik yoğunluk süresince toplumun mekanik bir yapıdan organik bir yapıya geçeceğini düşünmektedir. Bunun yanında teknolojik gelişmenin ve uzmanlaşmanın nüfusun azalmasını engelleyeceğini savunmaktadır (Eryılmaz, 2017, s. 65).

İnsan ekolojisinin ekolojiden aldığı kavramlardan biri de dengedir. Nüfus artışının dengeye ulaşabilmesinin yollarını göç, teknolojik ilerleme, alternatif kaynakların araştırılması, yeni kaynakların bulunması ve rekabet gibi mekanizmalarla açıklamaktadır. Fakat dengeye nasıl ulaşılacağı konusu belirsiz bir şekilde kalmaktadır. Çünkü nüfus, doğum ve ölüm gibi toplumsal örgütlenmeye bağlı olarak değişebilmektedir (Eryılmaz, 2017, s. 65). İnsan ekolojisi doğa ve toplumu birbiriyle bağlantılı ve doğayı ise kültürel bir kavram olarak görmektedir (Glaser, 1992, s. 58). Yakın fiziksel çevre, düzenli ev yaşamının günlük döngüsünde yer alan eserler, aletler, hammaddeler çevre ve süreçler anlamına gelmektedir. İnsanların sosyal varlıklar olarak doğası, sosyal bir çevrede diğerleriyle etkileşim anlamına gelmekte ve burada ilişkiye yapılan vurgu, insanlar ve çevre arasındaki ekolojik ilişkinin önemine işaret etmektedir (Bubolz ve Sontag, 2009). Yani insan ekolojisinin temel konusu “bozulmamış doğa” değil, insanlar tarafından “kültürleşmiş doğa” olmaktadır. İnsanlar doğa ile sürekli olarak maddi etkileşimlerde bulunabilmektedir. Bu etkileşim doğa bilimlerinin araçlarıyla ölçülebilmekte ve tanımlanabilmektedir. Böylece insanlar kendi dünyalarını inşa edebilmektedir. Doğanın bu maddi inşası, öznel insan gerçekleri tarafından belirlenen tarihsel ve kültürel kalıpları ifade etmektedir (Glaser ve ark., 2008, s. 77).

İnsan yerleşimleri, güvenli yaşam koşulları sağlamak ve insanın geçiminin garanti altına alınması amacıyla dünyanın her kıtasında, birkaç bin yıl boyunca, tüm yerleşik toplumlar tarafından inşa edilmiştir. İnsan yerleşim süreçleri, biyosferin doğal döngülerini etkilemekte ve onlardan etkilenmektedir. İnsanlar nüfuslarını sürdürebilmek için doğal kaynakların mevcudiyetine ihtiyaç duymaktadırlar. Bunun için insanlar mal ve hizmetlere dönüştürülen enerji, yakıt, malzeme ve suyu ithal etmektedir. Şehirlerdeki yüksek aktivite, nesne ve insan yoğunluğu ile kırsal ve kentsel alanlar arasındaki akışlar, insan yerleşimlerinin ulusal ekonomilere ve yerel, bölgesel ve küresel ölçeklerde çevresel değişime önemli katkıda bulunduğu anlamına gelmektedir (Lawrence, 2003, s. 34). İlk yıllarda çevrenin sağlığı ve güvenliği ile aileler tarafından kullanılan maddi mallar ve fiziksel kaynaklar üzerinde durulmuştur. Araştırılan sorunlar dönemin bilimsel bilgi birikimini, teknolojisini, sosyal koşullarını ve değerlerini yansıtmaktaydı. Bunlar arasında hava ve su kirliliği sanitasyon ve atık bertarafı, yemek pişirme ve ısınma amaçlı yangınlarla ilgili yaşam ve sağlık tehlikeleri, gıdaların korunması, saklanması, pişirilmesi ve kullanılması, beslenme, insan vücudunu çevresine uydurmanın bir aracı olarak uygun kıyafetler, verimlilik ve ekonomi için tasarlanmış konut, mobilya, ekipman ve çalışma ortamları yer almaktadır (Bobolz ve Sontag, 2009, s. 420).

İnsan ekolojisi toplumsal analiz sürecinde fiziksel ve biyofiziksel etkenleri içine almakta fakat insanların doğada bulunan diğer türlerle ortak özelliklerinden daha çok istisnai özelliklerini öne çıkarmaktadır. Hatta toplumsal ve kültürel etmenleri öne çıkararak doğanın kısıtlamalarını yadsımaktadır. Bu nedenle bu anlayışın İnsan İstisnallığı Paradigması'na daha yakın bir düşüncesi bulunmaktadır (Eryılmaz, 2017, s. 166).

2.2.3.2. Toplumsal Ekoloji

Toplumsal ekoloji anlayışı, Murray Bookchain tarafından 1962 yılında yayınlanan *Sentetik Çevremiz* kitabı ile çevre sorunlarına dikkat çekerek 1970'li yıllarda geliştirilmiştir (Eryılmaz, 2017, s. 169). Toplumsal ekoloji anlayışı, toplumun doğanın içinden çıkarak geliştiğini gösterirken toplumda gerçekleşen gelişim ve farklılaşmaya vurgu yapmaktadır (Maltaş, 2015, s. 5; Kabak, 2018, s. 277). Böylece toplumsal ekoloji bir taraftan toplum ve doğa arasındaki farklılıkları incelerken diğer taraftan toplum ve doğanın yoğun etkileşimini ve doğanın aşama aşama nasıl toplumun içine sızdığını araştırmaktadır (Yıldırım, 2017, s. 296). Toplumsal ekoloji bunu araştırırken ayrıca tarih öncesi dönemlerden itibaren toplumsal evrim içerisinde meydana gelen ve doğal yaşamla toplumu karşı karşıya getiren kırılma noktalarını da incelemektedir (Kabak, 2018, s. 277).

Bookchain'e göre toplumsal ekoloji anlayışının ekoloji düşüncesine en önemli katkısı toplum ve doğa ilişkisindeki sorunlara toplumun ya da doğanın sebep olmadığı, bu sorunların toplumsal gelişmeden kaynaklandığı görüşüdür (Yıldırım, 2017, s. 296). Bu anlayış insanın doğaya sadece zarar verdiği fikrine karşı çıkmakta ve aynı zamanda insanın bilinçli çabaları ile doğayı güçlendirebilecek bir canlı olduğunu savunmaktadır. İnsanın yaşam dünyasını sömüren ve asalaklara dönüştüren unsurları ortaya çıkarması toplumsal ekoloji için çok önemli olmaktadır (Maltaş, 2015, s. 5). Böylece toplumsal ekoloji merkezine insanı ya da doğayı almamaktadır. Toplumsal ekoloji insanların benzersizliği, insan özneliği, rasyonalite, estetik duyarlılık ve insanın etik potansiyeli gibi özelliklerini inkâr eden biyosentrizmi reddetmektedir. Aynı şekilde bazı ayrıcalıklı azınlık olan insanlara doğayı yağmalama hakkı veren antroposentrizmi de reddetmektedir. İster insanın doğaya hakimiyeti isterse de doğanın insan üstündeki hakimiyeti gibi hiyerarşi ve egemenlik için yeni bir kelime olarak türetilen merkeziliğe karşı çıkmaktadır (Bookchain, 1987, s. 5).

Toplumsal ekoloji, çevre sorunlarının yerküredeki yaşamı ve devamlılığını tehdit eden bir ekolojik kriz düzeyine ulaştığını ve ekolojik krizin nedenini ise teknolojiye ya da nüfus artışında görmemektedir. Ekolojik krizin nedeni insanın doğa üstündeki tahakkümü ve doğanın bir kaynak veya sahiplenilecek bir nesne olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. İnsanın doğa üstündeki tahakkümü ise insanın insana olan tahakkümünden kaynaklanmakta ve bu durum ekolojik krizi bir sosyal adalet sorununa dönüştürmektedir (Eryılmaz, 2017, s. 169). Bu düşüncesini desteklemek ve derin ekolojinin çevre merkeziliğine karşı çıkmak için ikinci doğa kavramını ileri sürmektedir. İnsan yapımı olmayan başlangıç durumundaki organik dünyayı birinci doğa, insan yapımı ve doğadaki sorunların ana kaynağı olan ve doğrudan toplumu tanımlayan doğayı ise ikinci doğa olarak tanımlamaktadır (Güven, 2023, s. 845). Bu bağlamda doğanın tahakkümü anlayışının gelişmesini sağlayan Bookchain toplumdaki genç, yaşlı, dini azınlık, etnik grup, kadın, erkek ya da yoksul gibi tüm ötekilere yapılan tahakkümün toplumun doğayla olan ilişkisine yansıtıldığını ve bu tahakküm sorunlarının çözülmesiyle çevre sorunlarına da çözüm bulunabileceğini düşünmektedir (Eryılmaz, 2017, s. 169). Yani toplumsal ekoloji toplum ve doğayı karşı karşıya getiren sorunların temelinde insanlar arasında yaşanan

çatışmaların olduğunu vurgulamaktadır. Bookchain ekosistemin içinde herhangi bir hiyerarşinin olmadığını hayvanlar arasında bir kral olmadığı gibi karıncaların da alt sınıf olmadığını, bu ayrımın toplumsal tutumların bir yansıması olduğunu belirtmektedir (Güven, 2023, s. 845). Böylece Bookchain çevre sorunlarının çözümü için bir ekolojik toplumun kurulmasının gerekliliğini dile getirerek bunun ancak tahakküm, sömürü ve hiyerarşik bir düzenin esiri olunmadan gerçekleşebileceğini düşünmektedir. Ekolojik toplumun kurulması için gerekenleri ise Bookchain “Burjuva toplumu ve kapitalist teknolojinin ürünü olan emeğin ve makinelerin ayrıntılarının belirlenmesi, insanların ve kaynakların kentlerde ve endüstriyel teşebbüslerde yoğunlaştırılması, bürokratikleştirme, insan ve doğanın nesnelleştirilmesi, kır yaşamının kentten ayrılması, yaşamın katmanlara bölünmesi gibi birçok eğilimin tersine çevrilmesi gerekir.” şeklinde ifade etmektedir (Maltaş, 2015, s. 5).

Toplumsal ekoloji anlayışına göre toplum ve doğa arasında bir dengenin kurulması gerekmektedir. Bu sebeple genel bir kabul gören temel kavramların değişmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Doğal dengenin bir unsuru olan insanın bunu sağlayabilmesi için insanların doğanın döngüsüne aktif bir şekilde katılması, yani insanın doğal çevresinde katılımcı olarak rol alması ve doğal çevreyi yönlendirmemesi gerekmektedir (Ekmekçioğlu ve Dere, 2023, s. 149). Bunun yanında Bookchain toplumsal yapıyı etkisi altına alan merkezileşmiş siyasal ve ekonomik yapının da dönüşmesi gerektiğini ve ademimerkezi bir yapıyla zor olsa da bunun sağlanabileceğini düşünmektedir. Bu dönüşümün hemen sağlanamayacağını fakat geçiş döneminde özgürlükçü kurumların üretilmesini ve katılımın ön plana çıkarılmasını önermektedir. Yaratılan bu ekolojik toplumun ise insanların rahat edebilmesi için yeni bir ekolojik ve ademimerkeziyetçi teknoloji ile desteklenmesi gerektiğini de belirtmektedir (Yıldırım, 2017, s. 297).

Toplumsal ekolojinin bu düşünceleri farklı şekillerde eleştirilmiştir. Bu eleştirilerden ilki toplumsal ekolojinin en temel argümanı olan tahakküm ve hiyerarşiye yöneliktir. Buna göre bu argüman insan merkeziliğinin farklı bir yüzü olarak görülmekte ve hiyerarşinin ortadan kaldırılmasının, çevre sorunlarının çözümüne doğrudan etki etmeyeceği düşünülmektedir. İkinci eleştiri toplumsal ekoloji tarafından insana biçilen role yöneliktir. Buna göre doğanın evriminde onu yönetme gücüne sahip olarak insanın tanımlanmasıyla insanların çıkarlarına yönelik bir üstünlük sağlanmakta ve doğanın insanların çıkarlarına göre yönlendirilmesinin zeminini oluşturduğu düşünülmektedir. Üçüncü eleştiri ise toplumsal ekolojinin doğaya yönelik içkin bir etiğin varlığına yaptığı göndermelere yöneliktir. Buna göre Bookchain, doğanın özüne ilişkin bilgilere ulaşabileceğini varsayarak doğaya atfedilen anlamlarının bütününe toplumsal içeriğini göz ardı etmektedir. Doğanın ademimerkezi bir yapıda olup hiyerarşinin olmadığı bir toplumsal yaşamın doğayla uyum içinde olacağı düşüncesinin yanlış olduğu düşünülmektedir (Yardımcı, 2006, ss. 106-109).

2.2.3.3. Derin Ekoloji

Derin ekoloji hareketi Norveçli Ame Naess tarafından reformcu çevrecilik hareketinin tam tersi bir şekilde kuramsallaştırılmıştır. Derin ekoloji insanı merkeze alan akımlara karşı çıkararak doğayı merkezine almaktadır (Tamkoç, 1994, s. 87). Bu bağlamda derin ekoloji hareketi insan merkezci anlayışın tam tersi bir şekilde çevre merkezci bir bakış açısına sahip olmaktadır (Çüçen, 2011, s. 265). Doğayı merkezine alan bu hareket doğayla bütünleşme yolunun Taoizm ve Budizm gibi Doğu dinlerindeki mistik bir birlikle sağlanacağını düşünmektedir. Buna göre insanın doğadan uzaklaşması ilk günah olarak görülmekte ve canlılar arasındaki farklılıkları göz ardı ederek doğadaki canlı ya da cansız fark etmeksizin bütün unsurların eş değer olduğunu kabul etmektedir. Doğadaki bütün unsurların eş değerliliğinin doğaya yönelik yabancılaşmayı ortadan kaldıracığına inanmaktadır. Bu nedenle derin ekoloji mistik ekoloji olarak da değerlendirilmekte ve doğada bulunan bütün yaşam şekillerini (bakteriler, virüsler, hayvanlar vb.) içsel değerler açısından birbiriyle eşitleyerek biyomerkezcilik görüşünü savunmaktadır (İdem, 2002, s. 8; Çüçen, 2011, s. 265; Yıldırım, 2017, s. 294).

Naess tarafından formüle edilen derin ekoloji hareketi sekiz temel ilkeye dayandırılmaktadır. Bu ilkeler aşağıda sıralandığı gibidir (Maltaş, 2015, s. 4).

1. Yeryüzünde hayatın gelişmesi ve ilerlemesi için insan olan ya da olmayan unsurlar bir değere sahiptir. Bu değerler, insan amaçları için yararlı olmasından bağımsızdır.
2. Bütün yaşam şekillerinin çeşitliliği ve zenginliği kendi içinde değerlidir. Yaşam şekillerinin çeşitliliği ve zenginliği bu değerlerin gerçekleşmesine katkıda bulunmaktadır.
3. İnsanların zorunlu ihtiyaçlarını karşılamasının dışında bu çeşitlilik ve zenginliği azaltma hakkı yoktur.
4. İnsan hayatının ve kültürünün gelişimi için insan nüfusunun azaltılması gerekmektedir. İnsan olmayan yaşam şekillerinin de gelişmesi için nüfusun az olması gerekmektedir.
5. İnsanın insan olmayan yaşama müdahalesi aşırı düzeydedir ve bu durum hızla kötüleşmektedir.
6. Politikaların değişmesi gerekmektedir. Politikaların değişmesiyle birlikte temel ekonomik, ideolojik ve politik yapılar etkilenecek ve sonuç mevcut halinden daha farklı olacaktır.
7. İdeolojide yapılacak değişiklik, yaşam standartlarını yükseltmeyi hedeflemekten ziyade hayatın niteliğini değerli kılacaktır. Bu noktada ortaya çıkan bilinç yücelik ve büyüklük arasındaki farka ilişkin olacaktır.
8. Bahsedilen diğer ilkelere katılanlar yapılması gereken değişiklikleri gerçekleştirmek amacıyla çalışmak üzere doğrudan ya da dolaylı olarak yükümlü olacaktır.

Naess derin ekolojinin adeta bir manifestosu olan ilkelerini oluştururken iki temel prensipten faydalanmıştır. Bunlar: biyosentrik eşitlik ve varoluşsal bütünlüktür. Biyosentrik eşitlik için değer üzerinden kurulmuş ve tüm varlıkların eşit olduğu fikri üzerinden inşa edilmiştir. Dolayısıyla derin ekoloji anti-antroposentrik özellik taşımaktadır. Varoluşsal bütünlük ise insanlar ve diğer varlıklar arasında ontolojik bir sınırın çizilemeyeceğini ve “Dünya senin bedenindir, diğer varlıklara zarar verirsek kendimize de zarar vermiş oluruz.” önermesi ile hareket etmektedir. Kısacası insanı bütünün bir parçası, bu bütünlükle özdeşlik kuran bir unsur olarak görmektedir (Doğru, 2020, s. 10-11). Bu prensiplerine dayanarak derin ekoloji doğada bulunan canlı ya da cansız bütün varlıkları insana fayda sağlayacak bir kaynak olarak görmemektedir. Bunların kendi başlarına değerli olduğuna, çevresel bozulmaların insanın yanında diğer varlıkları da etkileyebileceğine ve teknolojinin ekolojik sorunların üstesinden gelemeyeceğine inanmaktadır. Çözümün tüketime dayalı yaşam formlarının değişmesi, endüstriyel hareketlerin azaltılması ve nüfustaki artış oranının dengelenmesi gibi eylemlerle gerçekleşeceğini savunmaktadır. Böylece hem gezegen hem de insanlar sağlıklı bir yaşama kavuşabilecektir (Uzunyayla, 2020, s. 144).

Naess derin ekoloji hareketini daha sağlam bir temele dayandırmak için sığ ekoloji ve derin ekoloji ayırımına gitmektedir. Sığ ekolojiyi gelişmiş ülkelerin insanların refahını ve sağlığını koruyabilecek bir çevre hareketi olarak görmektedir. Sığ ekoloji adı altında kaynak tüketimi ve kirlilik ile mücadele edildiğini düşünmektedir. Ayrıca sığ ekolojiyi insan merkezci olarak değerlendiren Naess, doğaya cansız bir varlık olarak bakıldığı için insana doğaya hükmedebilme hakkının verildiğini ve doğanın içsel değil araçsal bir değeri olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle sığ ekolojinin “aydınlanmış despotizmin” bir şekli olduğunu savunmaktadır (Yaylı ve Çelik, 2011, s. 373). Sığ ekoloji ve derin ekoloji formülasyonuna yönelik düşünce tarzı tabloda verilmektedir.

Tablo 2.4. Derin ve Sığ Ekoloji Formülasyonu (Çüçen, 2011, s. 266; Yaylı ve Çelik, 2011, s. 373; Cihanalp, 2019, s. 39)

Derin Ekoloji	Sığ Ekoloji
1. Doğanın çeşitliliği kendisi için önemli bir kaynaktır.	1. Doğanın çeşitliliği insan için önemli bir kaynaktır.
2. Değeri sadece insana özgü görmek, ırkçı bir önyargıyı göstermektedir.	2. İnsana yönelik olamayan değerlerden bahsetmek saçmadır
3. Bitkiler özlerinde değerli oldukları için korunmalıdır.	3. Bitkiler tarım ve tıpta kullanılması ve insana fayda sağlaması sebebiyle değerlidir.
4. Kirlenmeyi durdurmak ekonomik büyümeden önce gelmelidir.	4. Ekonomik büyümeyi etkileyen kirlenme durdurulmalıdır.
5. Nüfusun artışı tehlikelidir fakat gelişmiş ülkelerin nüfusu ve davranışları daha tehlikelidir.	5. Dünyadaki nüfusun artması ekolojik dengeyi tehlikeye düşürmektedir.
6. Kaynak tüm yaşam formları için kaynak demektir.	6. Kaynak demek insan için fayda sağlaması demektir.
7. İnsanlar yaşam standartlarının değil, genel yaşam niteliğinin düşmesine razı olmamalıdır.	7. İnsanlar yaşam standartlarının düşmesine razı olamazlar.
8. İnsan zalimdir ve bu bir gereklilik değildir.	8. Doğa zalimdir ve bu bir gerekliliktir.

Derin ekoloji anlayışına göre günümüzde servet nicel yerine nitel olarak değerlendirilecektir. İnsanlar da sahip oldukları eşyalardan ziyade doğa sevgileri ve saygıları ile önemseneceklerdir. Ayrıca insanlar doğayı sahiplenecek bir eşya olarak görmekten vazgeçip onunla bütünleşmeyi isteyeceklerdir (Tamkoç, 1994, s. 89). Doğa ve insan arasında bir eşitliğin sağlanması insanların doğadaki isteklerinin öncelikli olmasını engellemektedir. Bu nedenle ekolojik krizin sonlanması için öncelikle insan bilincinin değişmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu bilinç ise insanın doğayı sınırsız bir kaynak olarak görmesinden ve doğanın ona hizmetkâr olarak yaratıldığı düşüncesinden vazgeçmesiyle sağlanmaktadır (Yıldırım, 2017, s. 295). Derin ekoloji ayrıca kirliliğin ve çevre sorunlarının gelişmiş ülkeler tarafından üretildiğini, bu kirliliğin ise farklı ülkelere ihraç edilmesinin hem doğaya hem de insanlığa karşı işlenmiş bir suç olduğunu savunmaktadır (Güven, 2024, s. 839).

Derin ekoloji hareketinin bazı görüşlerine eleştiriler yöneltilmiştir. Bunlardan ilki, derin ekoloji anlayışının siyasal eleştiri yapmamasına yöneliktir. Çünkü derin ekolojistler kapitalist sistemi eleştirmekten kaçınmaktadırlar. İkinci olarak insanı doğanın bir parçası gibi görseler de yaban hayatla insan arasında bir uçurum olduğunu belirtmektedirler ve insanı doğanın dışına atmaktadırlar. Üçüncü olarak dünyadaki açlığın sebebini taşıma kapasitesinin aşılmasında görmektedirler. Bu yüzden açlık sorununun giderilemeyeceğini, hatta bunun iyi bir şey olduğunu ve bunun için ekolojik değil sosyal bir dönüşümün gerektiğini düşünmektedirler (Yıldırım, 2017, ss. 295-296).

2.2.4. Çevrenin Tüketimi ve Turizm İlişkisi

Yüzeysel olarak bakıldığında tüketim ve çevre arasındaki sorun basit bir şekilde açığa çıkmaktadır. Dünyanın birçok yerinde refah seviyesinin artmasıyla birlikte küresel iklim, biyolojik çeşitlilik, çevresel faktörleri etkileyen malzeme ve enerji kullanımı da artmaktadır (Princen, 1999, s. 349). Zira, çevrenin ve doğal kaynakların tükenmeyeceği varsayılarak kendini yenileyebilme hızından daha fazla kullanıldığı ve kaynak tüketiminin sınırına yaklaşıldığı konusunda genel bir kabul bulunmaktadır (Yavuz, 2010, s. 64). Dünya Ekonomik Forumu Risk Raporu (2020)'nda 10 yıl içerisinde biyoçeşitlilikte yaşanacak kayıp en etkili ikinci risk olarak değerlendirilmektedir. Biyoçeşitlilik kaybının ise sağlık sistemlerinin zarar görmesi ve tedarik zincirlerinin bozulması gibi insan yaşamı için kritik etkileri bulunmaktadır. Raporda yüzyılın sonuna doğru küresel ısınmada en az 3 derecelik bir artış yaşanacağı ve iklim değişikliğinin sert ve ani bir şekilde gerçekleşeceği yer almaktadır (Akdoğan, 2023, s. 46).

Günümüz tüketim kalıplarında yaşanan değişim ve dünya nüfusunun hızlıca artmasıyla bireylerin doğal kaynaklara yönelik tüketim isteği artmaktadır. Bireylerin doğaya yönelik tüketim davranışı doğanın kendini yenileyebilme kapasitesinden daha fazla gerçekleşmektedir (Govindan, 2018, s. 419). Bireylerin diğer kişilerden daha fazla ürün ve hizmetleri tüketmek ya da diğerlerinden daha farklı yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri davranışları çevre üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yaratabilmektedir. (Savaş Alma, 2022, s. 84). Çevresel tüketim ile bireylerin yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları arasında doğrudan ilişkili kurulabilmektedir. Matušík ve Kočí (2019), insan

tüketiminin çevresel etkilerini inceledikleri çalışmada bireylerin tüketim alışkanlıklarından kaynaklanan enerji ve gıda tüketiminin çevre üzerinde baskın bir rol oynadığını tespit etmişlerdir. Bu bulgular ise tüketimden kaynaklı çevresel etkilerin azaltılması için toplumdaki tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi gerektiğini göstermektedir (Matušík ve Kočí, 2019). Bu nedenle çevreyi daha az kirletecek ve kaynakların verimli kullanılmasını sağlayacak tüketim kalıplarının değişmesine yönelik toplumun teşvik edilmesi amacıyla politika yapımcılar yeni politikalar oluşturabilmektedir (Jones, 2011, s. 329).

Bireylerin sahip olduğu çevre bilgisi ve kaygısı da çevresel tüketim alışkanlıklarını etkileyen önemli bir faktör olmaktadır. Bilgin Turna (2024), algılanan çevre bilgisinin bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerindeki etkisini çevresel kaygının aracılık rolü ile inceledikleri çalışmada bireylerin çevre konusunda bilgi sahibi olmasının tüketim davranışlarına doğrudan etki ettiği ve bu etkinin çevresel kaygı üzerinde dolaylı etkisinin olduğunu tespit edilmiştir (Bilgin Turna, 2024). Dolayısıyla bireylerin çevre bilgisine sahip olması da çevresel tüketim kararları konusunda önemli olmaktadır. Bunların dışında küreselleşme, kentleşme, yaşam kalitesinin yükselmesi, ürün fiyatlarında yaşanan düşüş, kadınların çalışma hayatında daha fazla yer alması ve çevre sorunlarının daha belirgin olması da bireylerin tüketim davranışları üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011).

Tüketim kavramı olarak ilk kez 14 Haziran 1992 tarihinde Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı iş birliği ile Rio'da gerçekleştirilen Dünya Zirvesi'nde kabul edilen Gündem 21'de ele alınmıştır. Konferans çok geniş katılımın olması sebebiyle Yeryüzü Zirvesi olarak da anılmaktadır. Gündem 21, çevrenin korunması gerekliliğini aksi takdirde çevrede yaşanacak bir bozulmanın herhangi bir ekonomik kazançla karşılanamayacağını belirten, bazı eylem planlarının oluşturulduğu bir uluslararası belge özelliği taşımaktadır (UN, 1993, s. 16-18). Rio Konferansı'ndan sonra Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu ve Acentelerüstü Sürdürülebilir Kalkınma Komitesi adı altında iki farklı komisyon oluşturulmuştur. Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu sürdürülebilir turizme de çalışmaları içerisinde yer vermiştir. Bu konuda turizm hareketlerinin sürdürülebilir bir şekilde kavuşturulması ve önceliklerin belirlenmesi için gerekli adımların atılmasını sağlayan çalışmalar yürütmüştür. 1999 yılında 7. oturumunda toplanan komisyon turizmi ekonomik bir sektör olarak ele alıp uluslararası bir çalışma programını kapsayan 7/3 nolu kararı almıştır. Daha sonraki gelişmelerde ise genel kurul 1998 yılında 2002 yılını Uluslararası Ekoturizm Yılı olarak ilan etmiştir (Kahraman ve Türkay, 2014, ss. 107-109). Konunun bu şekilde ele alınması turizmin de bir sektör olarak çevresel tüketimde etkili bir unsur olduğunu göstermektedir. Çevresel kaynaklar turizm için çekim unsuru oluşturan girdiler olmaktadır. Dolayısıyla doğal çevre unsurları turizm sektörü için bir hammadde görevi görmekte ve tüketime konu olmaktadır. Çevresel kaynaklarda yaşanan olası bozulma ve tükenme turizm sektörünün varlığını tehdit edebilme potansiyeli taşıdığı için çevre ve turizm arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusu olmaktadır.

Kısacası turizmin bir bölgede var olabilmesi için çevreye ve çevresel kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır.

Doğal çevrenin turizm amaçlı kullanımı çok farklı şekillerde oluşabilmektedir. Konaklama ve seyahat gibi alt sektörlerin faaliyetlerini yürütebilmesi amacıyla doğal çevreyi kullanması kaçınılmaz olmaktadır. Bunun yanında doğal çevre kayak tesisleri, marinalar, plaj alanları gibi aktivite alanları olarak da kullanılabilir. Aynı şekilde birçok turizm türü doğal alanlar içerisinde gerçekleşmekte ve avcılık, balıkçılık gibi bazı etkinlikler doğrudan tüketimsel içerikli oluşabilmektedir (Buckley, 2011, s. 399). Doğal çevre unsurlarının her biri farklı turizm türlerine dayalı etkinliklerde kullanılmaktadır. Örneğin; kaplıca ve ılıca gibi kaynakların sağlık turizmi, doğal oluşum gösteren obruk, mağara gibi alanların mağara turizmi, yine doğal alan olan yaylaların yayla turizmi, ekoturizm, flora ve faunanın özel ilgi turizmi türleri (kuş gözlemciliği, fotoğrafçılık, seyir, kır gezileri vb.), bazı hayvanların ve bulunduğu alanların av turizmi, orman ve dağ alanlarının doğa turizmi (trekking, tırmanma vb.), nehirlerin spor turizmi (kano, rafting vb.) amacıyla kullanımı söz konusu olmaktadır. Turizmin doğal çevreyi kullanımı farklı müdahaleler ile de gerçekleştirilebilmektedir. Kamu arazilerinin turizm etkinlikleri, alışveriş merkezleri, rezidanslar gibi alanlara tahsis edilmesi, kıyılarda bulunan tarım arazilerinin ve sit alanların turizme açılması ve buna yönelik kamu-özel sektör ortak projelerin oluşturulması mekânsal müdahalelerin varlığına işaret etmektedir (Mukul ve Sarı, 2015, s. 901-902).

Turizmin önemli ekonomik getiriler sağlaması ve dolayısıyla ekonomik yönünün güçlü olması turizm sektöründen kaynaklanan birçok olumsuz etkinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bu olumsuzluklar ekonomik açıdan oluşabileceği gibi sosyal ve çevresel yönden de açığa çıkmaktadır. Özellikle turizm ve çevre arasındaki etkileşimin yoğun olması fiziksel çevrenin bozulmasına sebep olabilmektedir. Bu nedenle çevresel kaynakların akılcı bir şekilde kullanılması, turizm sektöründeki gelişmelerin sürdürülebilir temele dayanarak gerçekleştirilmesi ve çevresel kaynakların kullanımında hem şimdiki hem de gelecekteki nesillerin yaşam kalitesini artıracak şekilde değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Nitekim, çevresel kaynaklar kullanılırken gelecek nesillerinde bu kaynaklara ihtiyaç duyacağı göz önünde bulundurularak hem çevrenin çekiciliğinin korunması hem de kaynakların dengeli kullanılması gerekmektedir. Bunu sağlayabilmek amacıyla son yıllarda sürdürülebilir turizm anlayışı baskın bir görüş olarak kullanılmaktadır. Çelik (2016, s. 69) sürdürülebilir turizmi, günümüzde ve gelecekte doğal kaynakların sahip olduğu üretkenliğin devam edebilmesi ve yenilenmesinin sağlanması, toplumların yaşam tarzının yansıtılarak bireylerin turizm deneyimi yaşamalarının sağlanması ve yerel halkın turizmin ekonomik faydalarını adil bir şekilde paylaşması amacıyla ortaya çıkan altyapılar sistemi olarak tanımlamaktadır. Alkan (2015, s. 6693) sürdürülebilir turizmin doğal kaynakların korunarak gelişimin sağlanmasını ve turizm gelişiminin planlı bir şekilde gerçekleştirilmesinin ön koşul olduğunu böylelikle bölgede bulunan doğal ve kültürel kaynaklar korunurken sosyal ve ekonomik gelişim de sağlanabileceğini belirtmektedir. Her ne kadar

sürdürülebilir turizm anlayışının çevresel kaynakların korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına olumlu yönde etki edeceği düşünülse de Butler (1991, s. 208) turizmin karmaşık yapısından kaynaklı olarak bunun sağlanmasının zor olduğunu belirtmektedir. Turizmde somut bir ürün satılmasa da endüstri olarak diğer sektörlerle çok benzediğini ve normal işletmelerin tüm özelliklerini taşıdığı da ayrıca eklemektedir. Bu nedenle turizm endüstrisinin destinasyon alanlarını ve kaynakları kullandığı sürece çevre üzerinde etki etmeye devam edeceğini düşünmektedir. McCool (2016, s. 27) ise, sürdürülebilir turizm kavramında bir anlam karmaşası olduğunu ve kavram tanımlanırken yerel gelişmenin ön planda olduğu küçük boyutlu bir turizm gelişiminden bahsedildiğini fakat doğa ve kültür temelli turizm deneyiminde turistlerin ihtiyaç duyduğu yeme-içme, konaklama, seyahat ve rehberlik gibi ihtiyaçların işletmeler tarafından karşılanmasının ölçek ve etki bağlamında geniş bir alanı kapsadığını, bunun yanında ölçek ve etki alanı gibi unsurların dışında ise turizm gelişiminin finansal çıktılara odaklandığını vurgulamaktadır (Ödemiş ve Çalık, 2019, ss. 8-9).

Çevre ve mirasın korunması bağlamında turizmin gelişiminin sürdürülebilir bir temelde olması ancak bu temelin tam olarak ne olduğunun ve nasıl yönetilebileceğinin belirlenmesi gerekmektedir (Butler, 1991, s. 208). Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için beş temel unsura dikkat çekilmektedir (Edgell, 2006, s. 18). Bu unsurlar;

- Mevcut kaynakların kullanımında gelecek kuşakların dikkate alınması,
- Kaynak verimliliğinin sürdürülmesi,
- Biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesi ve çevresel değişikliklerde geri dönüşümü sağlanamayacak uygulamalardan kaçınılması,
- Günümüzdeki ve gelecek nesiller arasındaki eşitliğin sağlanması,
- Toplumların kültürel ve doğal miraslarının korunarak devam ettirilmesi,

Sonuç olarak turizm ve çevre etkileşimi turizm endüstrisi var olduğu sürece devam edecek ve turizm doğal kaynakları kullanmaya devam edecektir. Dolayısıyla çevre üzerinde yaratılan baskıların azalması ve kaynak verimliliğinin sağlanması için çevresel tüketime yönelik bir duyarlılık oluşturulması gerekmektedir. Çevresel tüketimin azaltılmasında en etkili yöntem sürdürülebilirlik anlayışının benimsenmesidir. Bu anlayışın etkili bir şekilde uygulanması ise destinasyondaki bütün aktörlerin sorumluluğu olmaktadır. Yerel halk, ziyaretçiler, işletmeler ve yerel yönetimler bazında çevreye yönelik sorumlu davranışların gerçekleştirilmesi çevresel tüketimin azalmasını ve kaynakların sürdürülebilir olmasını sağlayabilecektir.

2.2.4.1. Çevrenin Turizm Üzerindeki Etkileri

Turizm ve çevre arasında karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Çevresel değerler alanları turizm destinasyonlarına dönüştürme yeteneğine sahipken turizmde bu alanları bir pazara dönüştürebilmektedir. Bir turistik ürüne dönüşen çevresel değerler ise bulunduğu destinasyona

ekonomik ve toplumsal yönden birçok fayda sağlamaktadır. Kozak ve ark., (2010) turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerde ekonomik yönlü olarak turizmin gelir yaratıcı etkisi, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi etkisi, bölgedeki diğer ekonomik sektörlere olan etkisi, yerel halka sağlanan istihdam yaratıcı etkisi ve bölgenin ekonomik olarak diğer bölgelerin kalkınma seviyeleri ile dengesizliğin kaldırılması gibi olumlu etkilerinin olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda yine turizmin hoşgörü ortamının gelişmesi, kırsal yerlerin kentleşmesinin sağlanması, halkın tarih ve kültür değerlerine sahip çıkma bilincinin gelişmesi, yabancı dil öğrenmeye yönlendirmesi, temizlik bilincinin gelişmesinin sağlanması gibi toplumsal yönden olumlu etkileri de bulunmaktadır. Bu faydaların yaratılması için bir bölgede turizmin gelişimi önemli bir konu olmaktadır. Bu sebeple turizm ve çevre arasındaki ilişkinin devam edebilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için çevrenin turizm faaliyetlerini beslemesi, turizmin de çevreyi koruması gerekmektedir.

Bir turizm bölgesi turistik bakımdan güçlü çekim elemanlarına sahip olan ve elinde bulundurduğu turizm varlıklarıyla önemli düzeyde turistik hareketlere hedef olan alanlardır (Avcıkurt, 2017, s. 31). Doğal çevre ya da ekosistem bir turizm bölgesinde turizmin temel çekim kaynaklarından olmaktadır (İçöz ve ark., 2019, s.48). Çekicilik, turistlerin gitmek istediği bir bölgeyi diğer bölgelere tercih etmesini sağlayan (Kozak ve ark., 2010, s. 41) ve isteklerini bir bölgede yoğunlaştırma derecesini gösteren tarihi, kültürel, doğal ve sosyal unsurların varlığıyla ortaya çıkmaktadır (Artun, 2016, s. 128). Turizm potansiyeli oluşturan başlıca doğal kaynaklar arasında flora-fauna, yaban hayatı, coğrafi yapı, su kaynakları ve iklim sayılabilmektedir (Akış Roney, 2018, s. 100). Turizmde doğal varlıklardan çok çeşitli amaçlarla faydalanılmaktadır. Denizler, dağlar, içmeler, kaplıcalar gibi yerlerden tedavi ve sağlık amacıyla yararlanılabildiği gibi spor yapmak ya da dinlenmek amacıyla da yararlanılabilmektedir (Usta, 2014, s. 124). Bir bölgede bulunan doğal kaynaklar turistleri cezbetmeyi sağlayan çekim unsurlarından olsa da turizm ürününe dönüşebilmesi için altyapı ve üst yapı yatırımları ile desteklenmesi gerekmektedir (Akış Roney, 2018, s. 100). Bu da çevrenin ve çevresel değerlerin turizm yatırımlarının çekilmesine ve turizm hareketliliğini başlatmasına etki ettiğini göstermektedir.

Hem fiziksel çevre (doğal ve yapay) hem de toplumsal çevre unsurları farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasında, turistik bölgeye yönelik talebin artırılmasında ve bölgede turizmin tüm yıla yayılan bir faaliyet alanı olmasına ve dolayısıyla bölgenin turizmden sağladığı gelirlerin artırılmasına etki etmektedir (Türksoy ve Dilek, 2016, s. 15). Tamamen insan yapımı yapay bir çevreye sahip olan Las Vegas'ı 2023 yılı verilerine göre yaklaşık 41 milyon turist ziyaret etmiştir (<https://www.lvcva.com>, 2024). Aynı şekilde doğal bir çekim unsuru olan ABD'de bulunan Grand Canyon Milli Parkı her yıl yaklaşık 5 milyon kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Milli park içerisinde ziyaretçilerin konaklama talebini karşılayabilmek amacıyla birçok otel ve pansiyon inşa edilmiştir (<https://www.usparklodging.com>, 2024). Kıyı bölgeleri ise turisti en fazla çeken bölgeler olmaktadır. Kıyı ve deniz turizmi faaliyetleri çeşitlilik arz etmektedir. Deniz kıyıları; kıyıda faaliyetler (ör. yürüyüş, eşya toplama, hayvan gözleme, arazi dışı araç turları), kıyı sularındaki faaliyetler (ör.

yüzme, sörf, tekne gezileri), açık deniz sularındaki faaliyetler (gemi gezisi, deniz memelileri gözlemlene, balıkçılık), su altındaki faaliyetler (ör. dalış, köpekbalığı besleme) ve özel niş faaliyetleri (örn, deniz araştırma turizmi, macera turizmi) gibi etkinlikler amacıyla kullanılabilir (Gladstone ve ark., 2013, s. 375). Türkiye kuş göç yolları üzerinde bulunduğu için kuşların göç dönemlerinde birçok turist Türkiye'yi ziyaret etmektedir. Bu kapsamda İstanbul'da Keskin Viraj, Toygartepe, Samsun'da Ladik Gölü, Muğla- Aydın sınırında Bafa Gölü, Kars'ta Kuyucak Gölü kuş gözlemciliği kapsamında ziyaret edilmektedir. Bunun dışında İstanbul Boğazı, Düden Şelalesi, Pamukkale, Kaz Dağları, İhlara Vadisi Kaçkar Dağları, Kapadokya Türkiye'de turizme imkân yaratan doğa eliyle oluşturulmuş alanlar olarak sıklıkla ziyaret edilmektedir. Türkiye dışında Ukrayna'da Aşk Tüneli, Alaska'da Mendenhall Buz Mağaraları, Çin'de Gökkuşuğu Dağları, Bolivya'da Salar de Uyuni, Arizona'da Antilop Kanyonu ve Avusturya'da Eisriesenwelt Mağarası yine doğal çekicilik unsurları olarak dünyanın farklı yerlerinde karşımıza çıkmaktadır (Akgündüz ve Yüksek, 2019, s. 162-163). Bunlar turizmde çevre üzerinde belirli etkilerinin olduğunu göstermektedir. Çünkü çevresel değerler turizm için bir cazibe unsuru olmakta ve önemli bir çekim unsuru oluşturmaktadır.

2.2.4.2. Turizmin Çevre Üzerindeki Etkileri

Çevre, bireylerin faaliyetleri üzerinde belirli bir zaman diliminde doğrudan ya da dolaylı olarak etkide bulunabilecek fiziksel, kimyasal, toplumsal ve biyolojik etkenlerin toplamıdır. İnsan faaliyetleri büyük oranda fiziksel çevre üzerinde gerçekleşmekte ve fiziksel çevre doğal ve yapay çevre olarak incelenebilmektedir. Doğal çevre insan müdahalesi olmadan doğanın kendisinin hazırladığı çevre; yapay çevre ise bireylerin kültür ve bilgi birikimine dayanarak yarattığı, insan elinden çıkmış çevre olarak tanımlanmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014, ss. 21-23). Turizm gelişimi büyük ölçüde doğal ve sosyo-kültürel çevrenin varlığına bağlı olmaktadır. Bu nedenle bir destinasyonun kalitesini korumak ve geliştirmek esas olmaktadır. Ancak, bir bölgede turizm gelişimi iki ucu keskin bıçak gibi etki uyandırmaktadır. Turizm bir bölgede yalnızca olumlu etkiler yaratmanın yanında, iyi planlanamaz, geliştirilemez ve yönetilmezse çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Zhong ve ark., 2011, s. 2972; Olalı ve Timur, 1988, s. 364). Biyolojik ve fiziksel kaynaklar aslında turistleri çeken varlıklar olmaktadır. Ancak turizm faaliyetlerinin kırılgan ekosistemler üzerinde yarattığı baskı, bu ekosistemlerin tükenmesini hızlandırmakta ve şiddetlendirmektedir. Paradoksal olarak, turizmin başarısı doğal çevrenin bozulmasına yol açabilmekte ve doğal kaynakları tüketerek, turizmin turistler için sunması gereken meta olan sahanın çekiciliğini azaltabilmektedir (Gazta, 2018, s. 7).

Turizmin bir destinasyon üzerindeki etkisi iki şekilde ortaya çıkmaktadır: Algılanan etkiler ve gerçek etkiler. Algılanan etkiler bir destinasyonda turizmden kaynaklanan etkilerin algılanma şekli ile ortaya çıkmaktadır. Gerçek etkiler ise her zaman görünür nitelikte ortaya çıkmamakta, herhangi bir belirti vermeden de ortaya çıkabilmektedir (Kavallinis ve Pizam, 1994, s. 26). Dolayısıyla turizmin çevresel etkileri karmaşık bir yapıya sahip olmaktadır. Birçok çevresel etki doğrusal olmayan bir

karaktere sahipken, bazı çevresel etkiler ise yavaş yavaş ve kümülatif bir şekilde birikerek, çok geç olana kadar fark edilmeyen uzun vadeli değişikliklere de neden olmaktadır. Ayrıca, etkilerin mekânsal ve zamansal süreksizliklerinden (yani, etkilerin nerede ve ne zaman meydana geldiğinden) kaynaklanan komplikasyonlar da bulunmaktadır. Turizm olaylarının çoğu oldukça yerel bir ortamda oluşmasına rağmen, bozulmamış doğa rezervlerindeki turizm faaliyetlerinden kaynaklanan hava, su ve gürültü kirliliğinin etkileri çok uzak bölgelerde de hissedilmektedir (Belsöy ve ark., 2012, s. 65).

Turizm destinasyonlarında çevresel etkiler bazı faktörlere bağlı oluşmaktadır. Bunlar; turistik alan kullanımının ve gelişiminin yoğunluğu, ekosistemin esnekliği (direnci), turizm aktörlerinin zaman perspektifi ve turistik gelişimin dönüşümsel karakteridir (Cohen, 1978). Sun ve Walsh (1998, s. 327) ise Avustralya’da yaptıkları araştırmada bunlara ek olarak diğer bazı faktörlerin varlığından da söz etmektedirler. Buna göre çevresel etkilerin derecesi hem yoğunluk hem de sıklık olarak çevrenin kullanımı, rekreasyonel faaliyetlerin türü ve bölgeye özgü bitki örtüsü, iklim ve toprak yapısı ile ilgili unsurlar arasındaki etkileşime bağlı olarak değişmektedir.

Sun ve Walsh (1998, s. 327) çevresel etki derecesinin her zaman olmasa da çoğunlukla rekreasyonel kullanım seviyesiyle birlikte arttığını, bitki örtüsü ve toprak yapısının rekreasyonel kullanımda farklı dayanma eşiğine sahip olduklarını vurgulamaktadır. Bir destinasyonda turizm amaçlı faaliyetlerden de kaynaklanan birçok çevresel maliyet bulunmaktadır. Bunlar arasında hava, su ve gürültü kirliliği; çöp ve katı atık, su sıkıntısı, kanalizasyon sorunu; toprak ve sahil erozyonu, mercanların zarar görmesi; kalabalık ve sıkışıklık, ekosistemlerin zarar görmesi; flora ve fauna kaybı; yakacak odun için yoğun kereste kesimi; vahşi yaşamın rahatsız edilmesi; yangın sıklığının artması; vandalizm ve kentleşme yer almaktadır (Kavallinis ve Pizam 1994, s. 26). Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında fiziksel çevreye yönelik turizm faaliyetlerinden kaynaklanan birçok olumsuz etkiden bahsedilebilmektedir. Bu etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

Tablo 2.5. Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri (Pizam 1978; Belisle ve Hoy 1980; Liu ve Var 1986; Perdue ve ark., 1987, Milman ve Pizam 1988; Long ve ark.,1990, Schluter ve Var 1989; Caneday ve Zeiger 1991; Demir ve Çevirgen, 2006; Tuna 2007; Kahraman ve Türkay 2014; Boyacıoğlu 2015; Türksöy ve Dilek, 2016; Usta 2014; Avcıkurt 2017; İçöz ve ark. 2019, Güler ve ark., 2019; Sadeghian, 2019)

Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri	
-Su, hava, gürültü, görüntü kirliliği	-Arazi kullanım sorunları
-Kimyasal kirlenme	-Yaban hayatının zarar görmesi
-Ormansız alanların çoğalması	-Fauna yapısının avlanma alışkanlığında bozulma
-Tarım alanlarında azalma	-Çöp ve atık sorununun artması
-Doğal kaynaklarda azalma	-Atıkların imha edilememesi
-Betonlaşmanın artması	-Sit alanlarının kirlenmesi
-Ekolojik bozulma	-Doğal afet riskinin artması (sel, erozyon vb.)
-Doğal çekicilik unsurlarının kaybedilmesi	-Çevrede stres yaratılması
-Kalabalık	-Trafik sorunu
-Tarihi alanların zarar görmesi	-Kaynakların tükenmesi
-Küresel ısınmanın tetiklenmesi	

Turizm ve çevre ilişkisi değerlendirilirken olumsuz etkiler değerlendirildiği gibi olumlu etkilerin de ele alınması gerekmektedir. Turizm ve çevre arasındaki etkileşim sadece olumsuz sonuçların doğmasına sebep olmamakta aynı zamanda doğal ve yapay çevre üzerinde olumlu etkilerde yaratabilmektedir. Usta (2014, s. 124) çevresel değerlerin turizmde iki yönden önemi olduğundan bahsetmektedir. Birincisi; çevresel değerler değerlendirilmediğinde herhangi bir ekonomik yarar sağlamamaktadır. Bunlar turizm faaliyetleriyle birlikte yararlı ve ekonomik yarar sağlayan kaynaklara dönüşebilmektedir. İkincisi ise hem doğal çevre hem de çevrede bulunan varlıklar bireylerin merak güdülerinin turizm faaliyetleri aracılığıyla tatmin edilmesini sağlamaktadır. Turizm aracılığıyla bireyler doğanın gizemlerini, canlı ve cansız varlıkların ortak yaşamını ve doğal çevrenin farklı boyutlarını görerek öğrenebilme fırsatı yakalamaktadır. Dolayısıyla bir destinasyonda turizm faaliyetleri iyi bir şekilde planlanıp yönetildiğinde çevrenin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve iyileştirilmesi noktasında olumlu etkiler yaratabilmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 43; İçöz ve ark., 2019, s. 34). Örneğin, eski bir binanın restorasyonu, çevrenin yeşillendirilmesi, bölgenin altyapı ve kanalizasyon yapısının iyileştirilmesi ve yerel halkta çevre bilincinin gelişmesinin sağlanması turizmin olumlu çevresel etkilerinden kaynaklanmaktadır (Güler ve ark., 2019, s. 109). Bunların dışında; turizm ulusal mirasın korunması ve devamlılığının sağlanması, ulusal ve bölgesel parkların turizm amaçlı kullanımı ile bölgenin flora ve faunasının korunabilmesi, kültürel mirasın turizmde kullanımıyla yeniden keşfedilmesi, terkedilmiş alanların yeniden kullanılmaya başlaması gibi olumlu etkilerle destinasyonun gelişmesine de katkı sağlayabilmektedir (Kahraman ve Türkay; 2014, s. 64). Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında fiziksel çevreye yönelik turizm faaliyetlerinden kaynaklanan birçok olumlu etkiden de bahsedilebilmektedir. Bu etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

Tablo 2.6. Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri (Roney, 1996; Demir ve Çevirgen, 2006; Nyaupane ve Thapa; 2006; Belsoy ve ark., 2012; Kahraman ve Türkay, 2014; Boyacıoğlu, 2015; Türksoy ve Dilek, 2016; İçöz ve ark., 2019; Güler ve ark., 2019).

Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri

- Doğal alanların korunması
 - Tarihi ve arkeolojik alanların korunması
 - Çevre kalitesinin geliştirilmesi
 - Çevre bilincinin ve çevre duyarlılığının geliştirilmesi
 - Altyapının geliştirilmesi
 - Eski yapıtların yeni kimlikleriyle yaşatılmasının sağlanması
 - Çevre değerinin artırılması
 - Tarihi yapıtlarda mimari tarzın korunması
-

Özetle turizm ve çevre arasında yoğun bir ilişki bulunmakta ve turizm çevre üzerinde çeşitli yönlerden etki yaratmaktadır. Bu etkiler bir yandan olumsuz etkiler olabilirken diğer yandan olumlu etkiler olarak ortaya çıkmaktadır. Bir bölgede turizmden sağlanan faydanın maksimum düzeyde

gerçekleşmesi için olumsuz etkilerinin minimum düzeylere indirilmesi olumlu etkilerinin ise artırılabilir düzenlemelerin yapılması gereklidir.

2.2.4.3. İklim Değişiklikleri ve Turizm

Günümüzde yaşanan en önemli çevresel sorunlardan biri iklim değişikliği olmaktadır. İklim değişikliği çevre dışında ekonomik, sosyal ve politik boyutlarda da incelenmesi gereken bir yaklaşım gerektirmektedir. İnsan eyleminin atmosferin şu anki ısınmasında temel bir itici güç olduğu ve bu sürecin gelecek on yıllarda insanlık üzerinde önemli bir etki yaratacağı yönünde güçlü bilimsel kanıtlar bulunmaktadır (Pang ve ark., 2013, s. 5). Bilindiği gibi, yeryüzü güneşten gelen ışık enerjisini alarak bunun bir kısmını yer yüzeyi ve atmosfer tarafından geri yansıtılmaktadır. Diğer kısım ise metan, karbondioksit ve su buharı gibi bazı gazlar tarafından tutularak dünyanın ısınmasını sağlamaktadır. Bu olaya sera etkisi ve buna sebep olan gazlara da sera gazları adı verilmektedir. Sera etkisi dünyanın doğal bir olayı olmasına rağmen sanayi devrimi sonrasında fosil yakıtların kullanılması ve orman alanlarının tahribatı nedeniyle atmosferde bulunan sera gazı miktarı çok hızlı artmakta ve bu da yeryüzünün daha çok ısınmasına neden olmaktadır (Akış Roney, 2018, s. 104). Yeryüzünün ısınmasının en önemli nedeni sera gazlarının oranında yaşanan değişimle güneş ışınlarının yeryüzünde tutulma oranının artması ve işleyiş dengesini bozması olmaktadır. Bu bozulma ile birlikte 2050 yılına kadar yeryüzünde sıcaklığın 1-4,5 °C artacağı düşünülmektedir. Sıcaklığın artması ile deniz suyu seviyesinde ise 15-95 cm arasında bir artış olacağı öngörülmektedir (Kahraman ve Türkay, 2014, s. 27). İklim değişikliği mevsim değişimlerine neden olmakta ve bu değişimle birlikte çölleşme, hortumlar, yağış dengesizlikleri, kuraklık, taşkınlar ve aşırı sıcaklar yaşanabilmektedir. Bunların dışında iklim değişikliği gıda ve su miktarı ile birlikte bunların kalitesini de azaltacağı için insan sağlığı üzerinde de olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Yalçın, 2022, s. 34).

İklim değişikliğinin etkileyebileceği sektörlerin başında turizm gelmektedir. Turizmin uzun vadeli sürdürülebilirliği, çevrenin korunmasına ve geliştirilmesine bağlı olmaktadır. İklim değişikliği ise ekosistemlerin turizme sağladığı çeşitli hizmetleri etkilemektedir (Arabadzhyan ve ark., 2020, s. 3). Turizm faaliyetlerinin birçoğu da hava koşullarına ve doğal kaynaklara bağımlı olmakta ve turizm esnek bir talebe sahip olduğu için bir turizm bölgesinde yaşanan iklim değişikliği turist talebini doğrudan etkileyebilmektedir (Hein ve ark., 2009, s. 170).

Turizm ve iklim değişikliği arasındaki etkileşimler üzerine yapılan çalışmalar ilk olarak 1980'lerin ortalarında ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalarda temel odak noktası iklim değişikliğinin turizm destinasyonları ile kış sporları ve kıyı turizmi gibi yüksek riskli sektörler üzerindeki etkisi üzerine olmuştur. Sera gazı emisyonları yoluyla turizmin iklim değişikliğine katkısı ise ilk olarak 1996 yılında tartışılmış ve turist başına hesaplandığında havacılık sektörünün emisyon salımına katkıda bulunan bir faktör olduğu belirlenmiştir. Bu sonucun özellikle ada destinasyonları başta olmak üzere destinasyonlar için önemli bir sorun olduğu tespit edilmiştir (Scott ve ark., 2012, s. 214). Gelinen

noktada turizm ve iklim değişikliği arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalar, iklim değişikliği üzerine yapılan diğer çalışmaları önemli ölçüde geride bırakmıştır (Pang ve ark., 2013, s. 5).

Turizm sektörü aynı anda hem sera gazlarının emisyonuna önemli bir katkıda bulunmakta hem de değişen iklimin önemli bir kurbanı olmaktadır (Pang ve ark., 2013, s. 5). Yani turizm ve iklim değişikliği arasında da karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Turizm faaliyetlerinin bir kısmı sera gazı salınımlarının artmasına sebep olmaktadır. Roney (2018, s. 107) turizmden kaynaklanan salınımların %75'ine ulaşım faaliyetlerinin; ulaşım faaliyetleri içerisinde de en yüksek payın %40'lık bir oranla havayollarına ait olduğunu belirtmektedir. Buna ek olarak konaklama sektöründen kaynaklanan salınım ise yaklaşık %20 oranında gerçekleşmektedir. Akyurt (2023, s. 91) konaklama sektöründe klimalar, su ve oda ısıtma ile spa ve havuzlar gibi ekstra hizmetlerin sunulması için büyük ölçüde fosil yakıtlara ihtiyaç duyulduğunu ve fosil yakıtların tüketilmesinin küresel çapta iklim değişikliğini etkilediğini vurgulamaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, turizm faaliyetleri amacıyla gerçekleştirilen havayolu taşımacılığında kaynaklanan sera gazlarının 2035 yılına kadar %52 dolaylarına yükseleceğini, diğer ulaşım bağlantılı sera gazı salınımının ise %188 düzeyinde artacağını tahmin etmektedir. Herhangi bir önlem alınmadığı takdirde 2035 yılına kadar turizm faaliyetlerinden kaynaklanan sera gazlarının %152 artabileceği, önlem alındığı durumda da %68 dolaylarında bir emisyon tasarrufuna ulaşılabileceği düşünülmektedir (Bayazıt, 2018, s. 224).

İklim değişikliği üzerinde belirli bir oranda payı olan turizm sektörü iklim değişikliğinden en çok etkilenen sektör olmaktadır. İklim değişiklikleri destinasyonların iklim konforunu bozacağı için arz ve talebin etkileneneceği (Arabadzhyan ve ark., 2020, s. 3) ve turizm faaliyetlerinde yaşanan değişime ayak uydurmak için turizm işletmelerinin yeni çekicilik unsurları bularak değişime ayak uydurmaları gerekmektedir (Yalçın, 2022, s. 34). İklim değişikliği, ekosistem üzerinde yaratacağı baskı ile turizmin mekânsal dağılımı, seyahat zamanlamaları ve konaklama süresini etkileyebilecektir. Turizm destinasyonları ve sektörü iklim değişikliğine karşı hassasiyet oluşturarak turizm türleri, turizmdeki hizmet kalitesi, turist harcamaları ve hizmet maliyeti değişim gösterecektir (Bayazıt, 2018, s. 223). İklim değişiklikleri sebebiyle oluşabilecek sıcak hava dalgaları ve deniz seviyesinin yükselmesi birçok kıyı yapısını bozarak plajların kullanılabilirliğini azaltabilecek ve doğal olarak destinasyonun turizm talebi ve harcamalarını etkileyebilecektir (Arabadzhyan ve ark, 2020, s. 3). Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında iklim değişikliğinden kaynaklı olarak ortaya çıkabilecek birçok tehdit ya da fırsat turizmi yakından etkileyebilecektir. Bu etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

Tablo 2.7. İklim Değişikliğinin Turizme Olası Etkileri (Hoegh- Guldberg, 1999; Maddison, 2001; Williams ve ark., 2003; Maddison ve ark., 2005; Amelung ve ark., 2007; Sevim ve Ünlüönen, 2010; Pang ve ark., 2013; Kahraman ve Türkay, 2014; Bayazıt, 2018; Akış Roney, 2018; Yalçın, 2022).

İklim Değişikliğinin Turizme Olası Etkileri

- Alçak bölgelerde bulunan turistik adalar sular altında kalabilir.
- İspanya, Fransa, İtalya, Yunanistan ve Türkiye gibi yerlerde sıcaklık değerleri insanların konfor düzeyini aştıkça talep düşebilir.
- Mercan beyazlamasının etkisiyle mercan resiflerinin olduğu bölgeler cazibesini kaybedebilir.
- Sıcaklık artışıyla yağmur ormanlarındaki biyolojik çeşitlilik azalabilir.
- Hava koşullarında yaşanan aşırılıklar sıcak hava yoğun yağış riski ortaya çıkabilir.
- Büyük şiddetli siklon riski nedeniyle daha büyük yangınlar yaşanabilir ve bu da Avustralya destinasyonlarının talebini etkileyebilir.
- İklim değişikliği turistik alanların daha yüksek enleme ve rakıma sahip bölgelere kaymasına yol açacaktır.
- İklim değişikliği kutup bölgelerine yakın Avrupalı turistlerin yaşadıkları bölgelere yakın yerleri tercih etmelerine neden olacaktır ve bu da uluslararası turist sayısının ve seyahat edilen mesafelerde düşüş yaşanabileceğini göstermektedir.
- İklim değişikliği nedeniyle güneş ışınlarına karşı hassas bir yapıda olan Kuzey Avrupalı turistlerin sıcak bölgelere seyahat etmeleri imkânsız bir hale gelebilir.
- Deniz seviyesindeki yükseliş nedeniyle turistik tesis ve plajlar sular altında kalabilir.
- Kıyı erozyonu sebebiyle plajlar yok olabilir.
- Aşırı hava olaylarına bağlı olarak su baskınları, seller ve fırtınalar daha sık görülebilir.
- Çölleşme ve kuraklığa bağlı olarak temiz su kaynaklarına erişim zorlaşabilir.
- Kar yağışının azalması kış turizmi imkânlarının bozulmasına sebep olacak ve bu bölgelerin ekonomik yaşantısını tamamlamamasına neden olabilir
- Doğal kaynakların bozulmasıyla kullanılan malzemelerin kalitesi düşebilir ve bu da salgın hastalıkların yaşanmasına sebep olabilir
- Talepte yaşanan değişim nedeniyle turizme bağımlı destinasyonların ekonomik varlığını sürdürebilmek için yeni turistik ürünlerin ve turizm çeşitlerinin yapılandırılması, yeni yerlerin değerlendirilmesi gerekmektedir.

2.3. ÇEVRECİ DAVRANIŞA YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Çevreci davranış; bireylerin çevreye zarar vermeyen, bunun aksine çevreye fayda sağlayacak davranışları sergilemesini içermektedir (Steg ve Vlek, 2009, s. 309). Çevreci davranış, bireylerin çıkarlarının dışında diğer canlılar ve ekosistem için endişe duymanın bir karışımını içermektedir (Bamberg ve Möser, 2007, s. 15). Çevreci davranış, insan eylemlerinin doğa ve yapılı çevre üzerindeki olumsuz etkisini bilinçli olarak en aza indirmeye çalışan çevreye ilişkin insan davranışı olarak da tanımlanmaktadır (Singh ve Gupta, 2013, s. 7). Çevreci davranış alanyazında çevresel davranış, yeşil davranış, çevreye duyarlı davranış, çevre dostu davranış ve çevre yanlısı davranış gibi farklı terimlerle de kullanılmaktadır. Dolayısıyla çevreci davranış çevreye yönelik pozitif davranışların sergilenmesini konu edinmektedir. Bireylerin çevreye yönelik davranış tarzı olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilmektedir. (Timur ve Sancak, 2022, s. 95). Ayrıca çevreci davranış doğrudan ve dolaylı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Evsel atıkların bertaraf edilmesi ve ormanların temizlenmesine yönelik davranışların doğrudan olduğu ifade edilirken tüketicilerin çevre için tüketim tercihlerini değiştirme ve şekillendirme karar ve eylemleri dolaylı davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Stern, 2000; Singh

ve Gupta, 2013, s. 7). Bireylerin çevreci davranışlarını etkileyen davranışlara yönelik yapılan araştırmalarda inanç, tutum, bilinç, çevreye yönelik kaygı gibi etmenlerin çevreci davranışı ortaya çıkardığı görülmektedir (Hines, ve ark., 1987; Burgess ve ark., 1998, s. 1447). Çevreci davranışı açıklamak için en sık başvurulan teorik modellerde de kişisel çıkar ve toplum yanlısı güdülerin karışımının çevresel davranışları yansıttığına yer verilmektedir. Bu nedenle çevreci davranışı toplum yanlısı olarak gören modellere (Norm-Aktivasyon Modeli) yer verildiği gibi kişisel çıkarı önemli bir güdü olarak gören modeller de (Planlı Davranış Teorisi) bulunmaktadır. Bu bilgilerden hareketle bu bölümde bu çok yönlü yapıyı anlamak amacıyla çevreci davranışa yönelik kuramlar incelenecek ve çevreye yönelik kavramsal açıklamalara yer verilecektir.

2.3.1. Planlı Davranış Teorisi

Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından geliştirilen Mantıksal Eylem Kuramı'nın, Ajzen (1985)'nin genişletmesiyle oluşturulan Planlı Davranış Teorisi'ne göre bireylerin bir davranışı gerçekleştirmesinde niyetlerin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Buna göre bir davranışın gerçekleştirilmesinde niyet olumlu ya da olumsuz hangi yöne doğru güçlüyse o davranışın sergilenmesinde çaba gösterme ve davranışı gerçekleştirme olasılığı o derece yüksek olmaktadır. Kurama göre bireylerin kendilerine uygun olan mantıklı seçimler yapmakta olduğu ve davranışsal niyetin bu davranışla sonuçlandığı açıklanmaktadır (Balçıklı ve Hasta, 2020, ss. 165-167).

Planlı Davranış Teorisi; bireylerin davranışlarını etkileyen tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerini içermektedir. Planlı Davranış Teorisi'nin temel önermesi, davranışsal kararların kendiliğinden alınmadığını ancak davranışın tutumlar, normlar ve davranış üzerindeki kontrol algıları tarafından dolaylı da olsa etkilendiğini savunmaktadır. Model tutumun (hedef davranışın değerlendirilmesi), öznel normların (davranışın performansına ilişkin algılanan sosyal baskı) ve algılanan davranışsal kontrolün (davranışın performansı üzerinde algılanan kontrol) davranışı öncelikle davranışsal niyet üzerindeki etkileri yoluyla etkilediğini öne sürmektedir. Dolayısıyla niyet davranışın en yakın belirleyicisi olarak görülmektedir ve kişi belirli bir davranışta bulunmaya ne kadar niyetliyse bu davranışta bulunma olasılığı da o kadar yüksek olmaktadır (Smith ve McSweeney, 2007, s. 365).

Planlı Davranış Teorisi bireylerin gerçekleştirdiği davranışı, yapacakları eylemin sonuçlarına yönelik oluşan inançlarının bir fonksiyonu olarak görmektedir. Buna göre birey bir davranışı gerçekleştirirken birden fazla inanca sahip olabilir ancak bu inançların sadece bir kısmını göz önünde bulundurmaktadır. Bu sebeple bu teoride üç farklı inançtan bahsedilmektedir. Bunlar davranışsal tutumları etkileyen davranışsal inanç, öznel normlardan oluşan normatif inanç ve algılanan davranışsal kontrolü yönlendiren kontrol inancı olarak açıklanmaktadır (Türk, 2020, s. 43). Planlı Davranış Teorisi'ne göre davranışa yönelik olumlu tutumlara sahip olan, davranışı gerçekleştirmek için normatif desteğinin olduğunu düşünen ve davranışı kolayca gerçekleştirebileceklerini algılayan bireylerin davranışı gerçekleştirmek için güçlü niyetlere sahip olmaları gerekmektedir. Buna ek olarak algılanan

davranışsal kontrolün, davranış üzerinde doğrudan bir etkiye de sahip olabildiği düşünülmektedir (Fielding ve ark., 2008, ss. 24-25).

Planlı Davranış Teorisi literatürde sıklıkla çevreci davranışları ve davranışa sebep olan öncülleri de araştırmak amacıyla kullanılmaktadır (Boldero, 1995; Taylor and Todd, 1995; Chang, 1998; Cheung ve ark., 1999; Harland 1999; Cordano ve Frieze, 2000; Fielding ve ark., 2008). Ayrıca literatürde Planlı Davranış Teorisi'nin turizm sektöründeki çevreci davranışları açıklamaya yönelik olarak da kullanıldığı görülmektedir. Sparks (2007), çalışmasında tüketicilerin şarap turizmine yönelik niyetlerini genişletilmiş Planlı Davranış Teorisi ile incelemektedir. Bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerinin dışında önceki şarap deneyimlerinden sağlanan tutum, duygusal tutum ile şarap ile ilgili aktivitelere bağlılık kullanılmaktadır. Han ve ark. (2010), çalışmalarında tüketicilerin yeşil yıldızlı otelleri tercih etme niyetini Planlı Davranış Teorisi modeli ile açıklamaktadır. Han ve Kim (2010), çalışmalarında tüketicilerin yeşil yıldızlı otel işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetini genişletilmiş Planlı Davranış Teorisi ile açıklamaktadır. Bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerine ek olarak geçmiş ziyaret sıklığı, müşteri tatmini, hizmet kalitesi ve genel izlenim değişkenleri de eklenmiştir. Quintal ve ark. (2010) çalışmalarında, Avustralya'yı ziyaret eden turistlerin seyahat öncesi niyetlerini genişletilmiş Planlı Davranış Kuramı ile açıklamaktadır. Bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerine ek olarak algılanan belirsizlik ve algılanan risk değişkenleri eklenmiştir. Martin ve ark. (2011) çalışmalarında tüketicilerin sağlık turizmine yönelik niyetlerini tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenleri temelinde Planlı Davranış Teorisi ile açıklamaktadır. Özer ve ark. (2015), çalışmalarında tüketicilerin yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyetlerini genişletilmiş Planlı Davranış Teorisi'ne hizmet kalitesi değişkenini ekleyerek açıklamaktadır.

2.3.2. Norm Aktivasyon Modeli

Schwartz (1977) tarafından geliştirilen Norm Aktivasyon Modeli çevre yanlısı davranışların ortaya çıkmasında kişisel normların önemli olduğunu ifade etmektedir. Model kişisel normların yanında bu normları etkinleştiren unsurlar ile davranışlar arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır (Balçıklı ve Hasta, 2020, s. 168). Norm Aktivasyon Modeli öncelikle bir bireyin kendi çıkarlarını başkalarının refahı için feda etmesiyle ilgilenmektedir. Dolayısıyla bu modelin temelinde özgeci (fedakâr) davranışlar (örneğin; kan bağıışı, gönüllülük, başkalarına yardım etme vb.) bulunmaktadır. Norm Aktivasyon Modeli bir bireyin özgeci inançlarının yanı sıra ahlaki inançlarından kaynaklanan davranışlarına da odaklanmaktadır (Park ve Ha, 2014, s. 281).

Schwartz'a göre davranışlar bir kişinin temel değer sistemini yansıtmaktadır ve belirli davranışlar, durumlar bu değerlerin ve normların etkinleştirilmesine elverişli olduğunda gerçekleştirilmektedir (Ebreo ve ark., 2003, s. 220). Norm aktivasyon modeli, insanların eylemlerinin sonuçlarının farkında olduklarında ve bu sonuçların sorumluluğunu kendilerine atfettiklerinde özgeci yardım davranışları sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ileri sürmektedir. Bu iki koşul

yerine getirildiğinde, insanlar başkalarına fayda sağlayacak şekilde hareket etmek için ahlaki bir yükümlülük hissederler (Liere ve Dunlop, 1978, s. 176). Sonuçların farkındalığı, bireyin kendi davranışını başkalarının refahıyla ilişkilendirme eğilimini temsil ederken sorumluluk atfedilmesi ise kişinin sorumluluk duyup duymadığına ilişkin kişisel hissini ifade etmektedir (Park ve Ha, 2014, s. 281).

Norm Aktivasyon modelinde kişisel normların niyetler üzerinden değil ahlaki yükümlülük duyguları üzerinden deneyimlendiği belirtilmektedir. Norm Aktivasyon Modeli, bir aracı model ya da bir moderasyon modeli olarak yorumlanmaktadır. Aracı model, sonuçlara ilişkin farkındalığın atfedilen sorumluluk yoluyla kişisel normları etkilediğini öne sürmektedir. Moderasyon modeli ise kişisel normların davranış üzerindeki etkisinin hem sonuçlara ilişkin farkındalık hem de atfedilen sorumluluk tarafından yönetildiğini öne sürmektedir (Onwezen ve ark., 2013, s. 142). Norm Aktivasyon Modeli birçok araştırmada çevre yanlısı davranışları açıklamada yeterli bir kuram olarak görülmektedir (Bamberg ve ark., 2007; Bamberg ve Moser, 2007; Cordano ve ark., 2011; De Groot ve Steg, 2009; Onwezen ve ark., 2013; Zhang ve ark., 2013).

Norm Aktivasyon Modeli'nde çevreye yönelik kişisel normları etkinleştiren dört etmen bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, bireyin çevreye kötü davranması sonucunda ortaya çıkacak olumsuzlukların farkında olmasıyla ilgili olan *problemin/ihtiyacın farkında (problem awareness/awareness of need)* olmaktır. İkincisi, bireyin çevresel sorunlarla ilgili olarak sorumluluk hissetmesi gerektiğini ifade eden *sorumluluk üstlenme (ascription of responsibility)* olmaktır. Üçüncüsü, bireyin davranışlarının değişmesi sonucunda çevresel sorunları iyileştirip iyileştirmeyeceğine yönelik inançlarını yansıtan *müdahale etkisi (outcome efficacy)* olmaktır. Dördüncüsü ise bireyin kendisini çevresel sorunları düzeltebilecek davranışlarda bulunabilecek yeterlilikte bulunmasını ifade eden *öz-yeterlilik (self efficacy)* kavramını ifade etmektedir. Bunlar durumsal etmenler olarak adlandırılmaktadır (Balçıklı ve Hasta, 2020, s. 168). Steinheider ve ark. (1999), Norm Aktivasyon Modeli'ni ekolojik davranışın yordayıcıları olarak kullandıkları çalışmalarında sosyal normların çöp ayrıştırma, çevreye bağlılık, kaynak tasarrufu gibi konularda etkili yordayıcı olduğunu tespit etmişler ve sosyal normların bu tür davranışlar üzerinde tutumlardan daha etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Dolayısıyla çevre yanlısı davranışlar, bireylerin doğal çevre ile birlikte toplumu bir bütün olarak korumak için yaptıkları davranışların kendilerine olan maliyetleri veya ödülleri önemsemedikleri durumda özgeci olarak kavramsallaştırılabilmektedir. Ayrıca çevre yanlısı davranışlarda bulunan kişiler dışsal nedenlerden ziyade içsel nedenlerle yapmaya motive olmaktadır (Ebreo ve ark., 2003, s. 220).

Yapılan literatür taramasında Norm Aktivasyon Teorisi'nin turizm sektöründe gerçekleştirilen çalışmalarda da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Zhang ve ark. (2016) yerel halkın çevre koruma davranışlarını etkileyen faktörleri anlamak, turistik alanların çevresinin yönetilmesine yardımcı olmak amacıyla yaptıkları çalışmada norm-aktivasyon modeli ve bilişsel-duygusal modeli tek bir teorik

çerçevede birleştirerek turistik alanlara yakın yerel halkın çevre koruma davranışlarını nasıl oluşturduklarına dair bütünleştirici bir anlayış sunmaktadırlar. Han ve ark. (2017) otel misafirlerinin satın alma sonrası karar alma süreçlerinin net bir şekilde anlaşılmasını ve bunun çevresel açıdan sorumlu bir şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğini sağlamayı amaçladıkları çalışmada pro-sosyal/pro-çevresel tüketici davranışında zorunlu olan istemli, duygusal, deneyimsel ve alışkanlığa dayalı süreçleri Norm Aktivasyon Modeli'ne (NAM) entegre etmişlerdir. Qiao ve Gao (2017) Çinli turistlerin iklim değişikliği algılarının kaynakları kullanımının azaltılması davranışları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarını Norm Aktivasyon Teorisi'ne dayandırmışlardır. Meng ve ark.. (2020) pro-sosyal bir faaliyet olarak gönüllü turizm aktivitelerine katılan turistlerin davranışsal niyetlerini açıklayan çalışmalarında Norm Aktivasyon Modeli, Planlı Davranış Teorisi ve Kişisel Değer Teorisi'ni birlikte kullanmışlardır. Kiatkawsin ve ark. (2020) akıllı turistlerin çevresel açıdan sorumlu davranışlarını incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında, genişletilmiş Norm Aktivasyon Modeli'ni kullanmış ve bu modele çevresel açıdan sorumlu davranışın ek öngörücüleri olarak kültürün ve kültürel korumaya yönelik tutumun katılımını ölçen iki yeni yapıyı eklemişlerdir. Confenti ve Scarpi (2020) turistler ve yerli halkın turizmin olumsuz çevresel sonuçlarına ilişkin farkındalıklarından başlayarak, sorumluluk atfetme, çevresel duyarlılık, yere bağlılık ve çevreye karşı sorumlu davranışlarını ele aldıkları çalışmalarında, Norm Aktivasyon Teorisi'ni turizme uyarlayarak kullanmışlardır. Waris ve Suki (2024) müşterilerin yeşil otelleri ziyaret etme niyetini tahmin etmeyi amaçladıkları çalışmalarında genişletilmiş Norm Aktivasyon Modeli'ni kullanmış ve bu modele çevresel endişe, fiyat bilinci ve estetik değerler değişkenlerini inceleyen üç değişken eklemişlerdir. Anlaşılacağı üzere, NAM çevreci davranışları açıklamak üzere sıklıkla kullanılan ve önemli olarak görülen bir teori niteliği taşımaktadır.

2.3.3. Değer- İnanç- Norm Teorisi

Stern'in Değer-İnanç-Norm Teorisi sürdürülebilir tutum ve davranışları teşvik eden normatif faktörlerin araştırılması için bir çerçeve sunmaktadır. Teori, değer teorisini (Schwartz, 1992), yeni çevresel paradigma perspektifini (Dunlap ve ark., 2000) ve norm-aktivasyon teorisini (Schwartz, 1977) bütünleştirmektedir. Teori, değerler ve genel çevresel kaygılardan, belirli eylemlerin olumsuz sonuçlarına ilişkin spesifik inançlara ve bireylerin bu olumsuz sonuçları önleme yeteneği ve sorumluluğuna kadar uzanan bir değişkenler zinciri önermekte ve bu da sürdürülebilir kişisel davranış normlarını harekete geçirmektedir. (Lind. Ve ark., 2015, s. 120).

Değer-İnanç-Norm (VBN) Teorisi Değer Teorisi'ni genelleştirerek Norm-Aktivasyon Teorisi'ne bağlamaktadır. Bu teori kişisel normların harekete geçirilmesinde önemli olan sonuçların, bireyin değer verdiği şeylere yönelik olumsuz sonuçlar olduğunu varsaymaktadır. Dolayısıyla doğada yaşayan diğer canlılara değer veren bireyler, diğer insanları önemseydiği ve insanların refahını tehdit eden çevresel koşullardan endişe duyduğu gibi, diğer canlıları tehdit eden çevresel koşullardan da endişe duyabilmektedir. Bu yüzden bu teori, Yeni Çevresel Paradigma'nın (NEP) çevresel

değişikliklerden kaynaklanan olumsuz sonuçlara ilişkin inançların çıkarılabileceği bir tür “halk” ekoloji teorisi olduğu argümanı ile NEP’i norm-aktivasyon teorisine bağlamaktadır (Stern, 2000, s. 403).

Stern ve ark. (1999, s. 85-86) teoride bulunan Değer Teorisi, Yeni Çevresel Paradigma ve Norm Aktivasyon Teorisi’ni beş farklı değişkenden (değer, ekolojik dünya görüşü, sorumluluk üstlenme, sonuçların farkında olma ve kişisel norm) oluşan nedensel bir zincirle birbirine bağlamaktadır. Bu zincirdeki her bir değişkenin kendinden sonra gelen değişkeni doğrudan etkilediği varsayılmaktadır. Aynı zamanda zincirdeki her bir değişken aynı zamanda zincirin daha aşağısındaki değişkenleri de doğrudan etkileyebileceği varsayılmaktadır.

Değer yönelimi, arzu edilen veya uygun durumlar veya sonuçlarla ilgili bir rehber ilke olarak tanımlanmaktadır ve insanların çevresel inançlarını nasıl formüle edip yapılandırdıklarını doğrudan etkilediği varsayılmaktadır. Değer-İnanç-Norm Teorisi modeli, üç tür değer yönelimi belirlemektedir. Bunlar; biyosferik değerler, altruistik (özgeci) değerler ve benmerkezci (egoist) değerler olarak sıralanmaktadır (Chen, 2015, s. 145). Biyosferik değer yönelimine sahip olan bireyler ekosistem ve biyosferi bir bütün olarak algılayarak çevreci davranma kararlarını algılanan maliyet ve algılanan faydaya dayandırmaktadırlar. Altruistik değer yönelimine sahip olan bireyler, çevreci tüketim kararlarını alırken diğer insanlar için algılanan maliyetlere ve faydalara dayandırmaktadırlar. Benmerkezci değer yönelimine sahip olan bireyler ise çevreci davranışın kendilerine olan maliyetlerine ve faydalarını önemsemekte ve algılanan faydalar algılanan maliyetleri aşarsa çevre dostu davranış sergileyeceklerini, algılanan maliyetler algılanan faydayı aşarsa tam tersi davranacaklarını ifade etmektedir (Jansson, ve ark. 2011, s. 52).

Değer-İnanç-Norm Teorisi’nde çevreci davranışı etkileyen faktörler sıralamasında inanç grubu gelmektedir. İnanç grubu içinde ekolojik dünya görüşü, sonuçların farkında olma ve sorumluluk üstlenme değişkenleri bulunmaktadır. Bu grup içerisinde yer alan ekolojik dünya görüşü insan ile doğa arasındaki bağlantı hakkındaki genel inançları ifade etmektedir (Ay, 2017, s. 7). Bu teoride ekolojik dünya görüşünü ölçmek amacıyla Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği kullanılmaktadır. Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği ilk olarak Dunlap ve Van Liere tarafından geliştirilmiş olup 2000 yılında revize edilerek çevreci davranışları ölçmede yaygın olarak kullanılmaktadır (Dunlap ve ark., 2000). Bu teoride ekolojik dünya görüşünün bireyin eylemlerinden doğan sonuçlara yönelik farkındalığı ile arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki düzeyi ise bireyin davranışlarından kaynaklanan olumsuz sonuçları azaltmaya yönelik sorumluluğunun farkına varmasını sağlamaktadır. Bireyde olumsuz sonuçlara yönelik farkındalığın oluşması ise çevresel problemleri çözmeye yönelik sorumluluk üstlenme değişkenini etkilemektedir. Dolayısıyla birey sonuçların getirdiği olumsuz durumları ortadan kaldırmak için çevresel sorumluluk üstlenmesi gerektiğini hissetmektedir. Bu tür inançlar çevre yanlısı niyetle yapılan bütün davranışları etkileyen genel bir yatkınlık yaratır (Stern, 2000, s. 413). Değer-İnanç-Norm Teorisi ahlaki normların davranışların doğrudan öncülleri olduğunu

ve bunları harekete geçiren değerler ve bir dizi inançla bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Teorinin çerçevesine göre bireyler eylemlerinin çevre üzerindeki sonuçlarından (sonuçların farkındalığı) sorumlu hissettiklerinde (sorumluluk yüklenme) uygun şekilde davranma konusunda ahlaki bir yükümlülük hissettikleri için belirli bir çevre dostu davranışta (ahlaki norm) bulunmaktadırlar (Fornaro ve ark., 2016, ss. 2-3).

Değer-İnanç-Norm Teorisi'nin son yapı taşı ve dolayısıyla fiili davranışla en yakından ilişkili olan tutumsal faktör kişisel normlardır. Harekete geçmek için ahlaki bir zorunluluk hissi olarak deneyimlenen kişisel normlar, bireylerde çevre yanlısı davranma isteği yaratmaktadır. Kişisel normların birçok bağlamda yeşil tüketici davranışının başarılı öngörücüleri olduğu belirtilmektedir (Jansson ve ark., 2011, s. 53). Kişisel normların çevreci davranış üzerindeki etkilerine yönelik bilgiler Norm Aktivasyon Teorisi başlığı altında açıklanmaktadır. Choi ve ark., (2015) ise kişisel normları bireyin kendisini etik olarak çevreye yönelik olumlu davranışta bulunmaya zorunlu hissetmesi ve davranışlarından kaynaklanan olumsuz sonuçları fark ederek sonuçlarının etkisinin giderilmesine ilişkin çaba sarfetmesi olarak ele almaktadır.

Yapılan literatür taramasında Değer-İnanç-Norm Teorisi'nin turizm sektöründe gerçekleştirilen çalışmalarda da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Han (2015) çevreci olmayan alternatiflerin çekiciliğini göz önünde bulundurarak yeşil konaklama bağlamında seyahat eden turistlerin çevre yanlısı niyetlerinin oluşumuna ilişkin kapsamlı bir anlayış sağlamak amacıyla Değer-İnanç-Norm Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi'ni tek bir teorik çerçevede birleştirmiştir. Kiatkawsin ve Han (2017) genç gezginlerin seyahat ederken çevre yanlısı davranma niyetlerini inceledikleri çalışmalarında Değer-İnanç-Norm Teorisi'ni Wroom'un Beklenti Teorisi ile birleştirerek kullanmışlardır. Landon ve ark. (2018) turistlerin sürdürülebilirlik yanlısı davranışlarının psikolojik öncüllerinin modellenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada Değer-İnanç-Norm Teorisi'nden yola çıkarak sürdürülebilirlik yanlısı davranışın çevresel etkileri azaltan davranışlar, yerel mal ve hizmetlerin tüketimi ve sürdürülebilir seçenekleri tercih etmek için zaman ve paradan fedakârlık etme istekliliği ile ilgili üç niyet boyutunda yansıtıldığını ve bu davranışların özgeci değerler, inançlar ve normların bir fonksiyonu olduğunu varsaymışlardır. Sharma ve Gupta (2020) Hindistan'da milli parkları ziyaret eden turistlerin çevre dostu davranış şekillerini inceledikleri çalışmalarında Değer-İnanç-Norm Teorisi'nden yararlanmışlardır. Park ve ark. (2022) Güney Kore'nin Jeju Adası'nda Clean Olle adlı bir çevre programına katılan gönüllü turistlerin sürdürülebilir turizm gelişimine verdikleri desteği öngörmek amacıyla yaptıkları çalışmada Değer-İnanç-Norm Teorisi'ni ve özgecilik (fedakârlık) kavramını birlikte kullanmışlardır. Kim ve ark. (2023) sürdürülebilir turizm için toplu taşıma kullanmanın önemini araştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY) faktörleri, hava kalitesi ve iklim değişikliğini içeren Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) ile adil dağılım, etkin tahsis ve sürdürülebilir ölçek gruplarını karşılaştıran bir genişletilmiş Değer-İnanç-Norm modeli oluşturmuş ve değerlendirmişlerdir.

2.3.4. Hedef Çerçeveleme Teorisi

Daha çok psikoloji biliminde kullanılan Hedef Çerçeveleme Teorisi, belirli bir hedefin hem değer önceliklerine hem de durumsal faktörlere bağlı olarak etkinleştirilebileceğini veya odak noktası haline gelebileceğini belirtmektedir. Teori, bireylerin birbiriyle uyumlu olan ya da olmayan birden fazla hedefi olduğunu ve aktif hale gelen hedeflerin dikkat, bilgi ve tutumları 'çerçeveleyerek' bireylerin belirli bir durumu nasıl değerlendirdiklerini ve hangi hedeflerin peşinden gittiklerini etkilediğini açıklamaktadır (Onwezen, 2023, s. 2). Hedef çerçeveleme teorisi, sosyal bağlamların farklı kapsayıcı hedeflerinin belirgin hale getirilmesindeki rolüne odaklanmakta ve böylece bireylerin bilişlerini, eylemlerini ve karar verme süreçlerini etkilemektedir. Bu nedenle, çevresel davranış, uyum, sosyal bulaşma, yönetim ve sürdürülebilir iş birliği gibi orta ve makro düzeydeki sosyal etki süreçlerini analiz etmek için kullanılan önemli bir teori olmaktadır (Lindberg, 2022, s. 115).

Hedefler, öz düzenleyici davranışları motive eden refahın zihinsel temsilleri olarak tanımlanmaktadır. Teori ayrıca bireylerin birçok çatışan hedefi gerçekleştirmek amacıyla çabaladıklarını ve birden fazla hedefi "hedef çerçevelerine" uygun düzenlemek için daha yüksek düzeyde bir öz düzenleyici bilişsel işleve girdiklerini varsaymaktadır. Bunun yanında bu hedef çerçevelerinin davranışı yönlendiren bilişsel ve motivasyonel süreçleri oluşturduğunu varsaymaktadır (Serido ve ark., 2020, s. 522). Hedef Çerçeveleme Teorisi'ne göre hedefler motivasyonlarla ilişkili olmaktadır. Bir hedef, arzulanan bir durumun bilişsel temsilini tanımlarken, motivasyon, hedefin peşinde harekete geçmeye yol açan psikolojik itici gücü ifade etmektedir. Bireylerin kararları ve davranışları genellikle sahip oldukları hedeflerin veya güdülerin sonucu olmaktadır (Fatoki, 2022, s. 1622).

Hedef Çerçeveleme Teorisi'nde çerçevelerin iki farklı boyutta çalışmasına olanak sağlayan özellikleri bulunmaktadır. Bunlar; belirginlik ve geçirgenliktir. Bir hedefin ön ya da arka planda olmasını sağlayan gücün düzeyi çerçevenin belirginliğini göstermektedir. Bireylerin bir eylem sonucundaki etkiyi görmek için bekledikleri süre uzadıkça çerçevenin belirginliği az güçlü anlamına gelmektedir. Her bir çerçevenin diğer çerçevelerin etkisinde kaldığını göstermesi ise çerçevenin geçirgenliğini göstermektedir. Bir çerçeve ön planda bile olsa diğer çerçevelerin etkisini azaltmadan arka plana atmaktadır. Yani geçirgenlik özelliğinde çerçeveler arka planda da olsa etkin kalmaya devam ettirmektedir (Balçıklı ve Hasta, 2020, s. 172).

Hedef Çerçeveleme Teorisi üç kapsayıcı hedef arasında bir ayrıma gitmektedir. Bunlar; bireyin ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ilgili olarak kendini iyi hissetme arzusundan oluşan hedonik hedefleri, bireyin kaynaklarını iyileştirme veya koruma arzusundan oluşan kazanç hedefleri ve bir kuruluş veya bir grup gibi kolektif bir varlığın hizmetinde uygun şekilde hareket etme arzusundan oluşan normatif hedeflerden oluşmaktadır (Foss ve Lindberg, 2013, ss. 87-88). Hedonik hedef çerçevesi şimdiki zamana odaklanarak anlık refahı iyileştirmeye yönelik harekete geçirmektedir. Kazanç hedefi çerçevesi planlı karar alma davranışı ile ilgili olmakta ve kaynakları koruma ve geliri

artırma gibi alt hedefleri içermektedir. Normatif hedef çerçevesi ise kısıtlayıcı karar almaya odaklanmakta ve bireyin farklı gruplardan ya da kurumlardan yararlanarak yapması gereken sezgisel davranışlarına atıfta bulunmaktadır (Serido ve ark., 2020, s. 523). Bu üç hedeften biri odak noktası haline geldiğinde bilişsel ve motivasyonel süreçlerin çoğunu kapsamakta ve durumu tamamen çerçevelemektedir (Foss ve Lindberg, 2013, s. 88).

Hedonik hedefler, kazanç hedefleri ve normatif hedefleri kapsayan kategoriler bireylerin çeşitli heterojen hedefler temelinde nasıl tercihler oluşturabileceğini anlamak için araçlar sağlamaktadır (Etienne, 2011, s. 314). Çevre yanlısı davranışların açıklanmasında bu üç hedef kategorisinden faydalanılabilmektedir. Lindberg ve Steg'e göre (2007, ss. 119-120) hedonik çerçeveye sahip bireyler zevklerini neyin artırıp azalttığına ve ruh hallerini neyin etkilediğine duyarlı oldukları için kararlarını kısa süreli duygu durumlarına (çabadan kaçınma, doğrudan zevk alma, olumsuz düşüncelerden kaçınma vb.) göre almaktadır. Dolayısıyla çevre yanlısı davranışlarında da kendini iyi hissetmesini vadeden alt hedefleri gerçekleştirmekte ve çevre yanlısı olarak davranmamaktadır. Kazanç hedefi çerçevesine sahip bireyler kişisel kaynaklarındaki değişikliklere karşı duyarlı oldukları için kararlarını orta veya uzun süreli duygu durumlarına (maliyetin düşürülmesi, para biriktirmek, kazanç sağlamak vb.) göre almaktadır. Dolayısıyla çevre yanlısı davranışlarında da bireyin kaynaklarının ya da kaynaklarının verimliliğinin iyileştirilmesi ya da azalmasının önlenmesine yönelik alt hedefleri gerçekleştirmekte ve kazançlarına göre çevre yanlısı olarak davranmaktadırlar. Normatif hedef çerçevesine sahip bireyler ne yapmaları gerektiğini düşündükleri konusunda hassas hale getirdiği için kararlarını uygunlukla ilişkili duygu durumlarına (doğru şekilde davranmak, örnek davranışlar sergilemek, çevreye katkıda bulunmak vb.) göre almaktadır. Dolayısıyla bireyler çevre yanlısı davranışlarında da hem kişinin kendine veya başkalarına göre gerekliliklere duyarlı olması hem de başkalarının yaptıklarını gözlemlemesi anlamında normatif olmaktadır.

Çevre yanlısı davranış bağlamında normatif hedef, bireylerin neden çevre yanlısı davrandıklarını göstermektedir. Kazanç hedefleri ve hedonik hedefler genellikle bireylerin çevreye duyarlı bir şekilde hareket etmemesine neden olmaktadır. Çevre yanlısı davranış, normatif hedefleri güçlendirerek veya kazanç ve hedonik hedefleri normatif hedeflerle daha çok uyumlu hale getirerek teşvik edilebilmektedir (Fatoki, 2022, s. 1622). Örneğin, normatif amaç çerçevesindeki bir kişi, ısıtma faturasını ödemek zorunda olmasa bile, sırf yapılması gereken "uygun" şey bu olduğu için pencereyi açarken kaloriferi kısma zahmetine katlanmaktadır. İnsanlar normatif bir amaç çerçevesi içerisindeyken, kişinin kendini nasıl hissettiği ve kişisel kaynaklarıyla ilgili alt amaçlar bilişsel arka plana itilmektedir (Lindberg ve Steg, 2007, s. 120). Steg ve ark. (2016, ss. 181-182) yine bireylerin çevreye yönelik tutumlarını başka bir örnekle hedef çerçeveleme teorisini kullanarak açıklamaya çalışmaktadırlar. Bir markette sebze reyonunda organik olan ve organik olmayan sera domatesleri bulunduğu varsayıldığında; güçlü bir hedonik hedefe sahip bireyler özellikle domateslerin lezzetini, şeklini veya görünümünü dikkate alarak, güçlü bir kazanç hedefi olan bireyler domatesin fiyatını (ucuz

olan) dikkate alarak ve güçlü normatif hedefleri olan bireyler ise domateslerin çevresel etkilerini göz önünde bulundurarak organik olan domatesi tercih etmektedirler.

Yapılan literatür taramasında Hedef Çerçeveleme Teorisi'nin turizm sektöründeki çevresel davranışları açıklamak amacıyla da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bösehans ve Walker (2020) İngiltere'de farklı ulaşırma araçlarını kullanan turistlerin bireysel tercihlerine uygun olarak seyahat davranışlarına göre bir pazar bölümlendirmesi yapmak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında Hedef Çerçeveleme Teorisi'ni kullanmışlardır. Rodriquez-Sanchez ve ark. (2020) İspanya'nın güneş, kum, deniz ve eğlence turizm destinasyonu Benidorm'daki dört yıldızlı otellerde kalan turistlerin odalardaki su tasarrufu davranışlarının altında yatan nedenleri incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada Hedef Çerçeveleme Teorisi'ni kullanmışlardır. Ko ve Ço (2022) sürdürülebilir turizme yönelik Koreli turistlerin etik davranış niyetini belirleyen değişkenleri araştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada Hedef Çerçeveleme Teorisi'nin alt hedeflerinden olan Normatif Hedef Çerçevesi'ni kullanmışlardır. Zhang ve ark. (2024) hedef çerçeveleme teorisinin yeşil seyahat davranışı üzerindeki etki mekanizmasını araştırmayı ve böylece "çift karbon" hedefleriyle uyumlu olarak çevresel bozulmayı ve kaynak israfını azaltmak için sürdürülebilir ulaşım modlarının teşvik edilmesini desteklemeyi amaçladıkları çalışmalarında yerel halkın öznel çevresel kaygılarını ve medyanın yeşil seyahat davranışı üzerindeki etkisini de tanımlamak için hedef çerçeveleme teorisini kullanmışlardır. Deng ve ark. (2024) çevresel farkındalığın özgeci inançlar ile kazanç çerçevelerine ve kişisel çıkar inancı ile kayıp çerçevelemesine aracılık etkisinin yanında turistlerin çevre bilgisinin hedef çerçeveleme ve fayda inançlarının çevre dostu seyahat davranışı üzerindeki etkileşimli etkisini hafiflettiği hipotezlerini açıklamaya çalıştıkları çalışmada turistlerin çevre dostu davranışlarını Hedef Çerçeveleme Teorisi'ni kullanarak açıklamaktadırlar.

2.3.5. Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli

Klöckner ve Blöbaum tarafından geliştirilen Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli, sosyoloji ve psikoloji alanında ekolojik davranışa yönelik oluşturulan detaylı bir model olarak önerilmektedir. Model oluşturulurken daha önce oluşturulmuş Planlı Davranış Teorisi ve Norm Aktivasyon Modeli gibi çalışmalar incelenmiş ve bunların çevreci davranışı çok yönlü olarak açıklayamadığı düşünülerek alışkanlık süreçleri modele eklenmiştir. Oluşturulan modele göre çevreci davranışa doğrudan etki eden değişkenler niyet süreçleri, alışkanlık süreçleri, normatif süreçler ile durumsal etkiler olmaktadır. Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli'ne göre normatif süreçler ve çevreci davranış arasındaki ilişkiye alışkanlık ve niyet süreçleri değişkenleri aracılık etmektedir (Klöckner ve Blöbaum, 2010, s. 576). Alışkanlık (habits) gücü daha önceki Planlı Davranış Teorisi, Norm Aktivasyon Modeli ve Değer-İnanç-Norm Teorisi gibi modellerde ele alınmamasına rağmen bireylerin davranışlarının belirleyicisi olabilmektedir. Alışkanlıklar istikrarlı bağlamlarda tekrarlanan eylemlere dönüşebilmektedir. Bireylerin niyet, algılanan davranışsal kontrol ve kişisel normları zaman içinde değişmezse bunlar

alışkanlık gücü ile ilişkili olmaya devam edecektir çünkü bu unsurlar bireyin davranışını belirli bir zaman önce belirlemiş olmaktadır (Klößner, 2013, ss. 1031-1032).

Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli'ne göre çevreci davranışa etki eden dört değişken (niyet süreçleri, alışkanlık süreçleri, normatif süreçler ve durumsal etkiler) birbirinden bağımsız var olamamakta ve zaman içerisinde karmaşık bir şekilde etkileşime girmektedir. Normatif süreçler bireylerin karar verirken niyetlerinin nasıl oluştuğu üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca normatif süreçler zamansal istikrarı nedeniyle tutum ve algılanan davranışsal kontrole kıyasla alışkanlıkları da etkilemektedir. Kişisel normlar herhangi bir zamanda aktif olmasa da normun kendisi değer sisteminde uzun süre varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle kişisel normlar her zaman aktif olmayan ancak her durumda potansiyel olarak aktif hale gelebilen istikrarlı referanslar olarak değerlendirilmektedir. Eğer bir durum ilk olarak ihtiyaç farkındalığı, sonuç farkındalığı ve gerekli algılanan davranışsal kontrol yaratarak bir kişisel normu aktive ediyorsa ve bu da kişisel normları etkiliyorsa, kişisel normlar bu doğrultuda hareket etme niyeti yaratmada önemli hale gelebilmektedir. Birey açısından sorumluluğu reddetme ve kişisel bir normu devre dışı bırakma olasılığı bulunabilmektedir. Bu da niyetler üzerindeki etkilerini değiştirebilmekte ancak genellikle kişisel normun kendisini değiştirmemektedir. Bu durum kişisel normların kendilerinin oldukça istikrarlı kabul edildiği ve durumlar arasında değişebilen şeyin niyetler üzerindeki etkileri olduğu anlamına gelmektedir (Klößner ve Blöbaum, 2010, s. 576).

Algılanan davranışsal kontrol normatif süreçleri ve niyet süreçlerini etkinleştirmek için gerekli olmaktadır. Bu nedenle durumsal etkiler normatif ve niyet süreçlerini etkilemektedir. Modelde kişisel normların uzun vadede durumsal koşullara uyum sağladığı varsayılmaktadır çünkü öznel veya nesnel kısıtlamalar uzun vadede değişerek devre dışı kalmaktadır (Klößner ve Blöbaum, 2010, s. 576). Durumsal etkilerden biri olan nesnel kısıtlamalar çevreci davranışı doğrudan etkilemektedir. Örneğin elektronik fatura kullanımı çevre yanlısı bir davranış olarak kabul edilmektedir. Fakat birey elektronik cihazları kullanmayı bilmiyorsa bu nesnel bir kısıtlama olmaktadır. Öznel kısıtlama ise algılanan davranışsal kontrole denk gelmektedir. Bu ise bireyin bir davranışın gerçekleştirilmesine yönelik algısından kaynaklanan öznel kısıtlama anlamına gelmektedir. Örneğin; bireyin elektronik faturaları takip etmeyi zorlayıcı bir etmen olarak algılaması öznel kısıtlama olmaktadır. Dolayısıyla bu durumsal etkilerin normatif, niyet ve alışkanlık süreçlerini etkilemesi mümkün olmaktadır (Kaşdarma, 2024, s. 386).

Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli'nde niyet süreçleri, bireylerin yapmak istedikleri davranışa yönelik düşünceleri ve bunu gerçekleştirmek için gösterdikleri çabaları kapsamaktadır. Bunlar, bireylerin davranışlarını şekillendiren odak noktaları olmaktadır. Bireyler bir davranışta bulunurken kendilerine göre bir yarar-maliyet hesabı yapacakları varsayımı söz konusu olmasına rağmen bireylerin niyetlerinin davranışa geçmesinde veya davranışların engellenmesinde etkili olan rutinler ve alışkanlıklar geliştirmektedir. Örneğin, dışların nasıl ve ne zaman firçalanacağı konusunda bireyler her

gün yeni kararlar almamaktadır. Dolayısıyla bireyler sonuca götüren davranışları gerçekleştirirken bilgiyi saklamakta ve bir sonraki seferde aynı koşullar altında seçim yapmaları gerektiğinde aynı davranışı tekrarlamaktadır (Balçıklı ve Hasta, 2020, s. 179). Bu nedenle alışkanlık süreçleri, bireylerin şu ana dek yapmaya alıştığı davranış örüntülerine karşılık gelmektedir. Örneğin, yıllar boyunca basılı fatura kullanan bir insan kâğıt tasarrufu konusunda güçlü bir niyete sahip olsa dahi alışkanlığından kaynaklı olarak kendisine sağladığı konfordan vazgeçemeyerek basılı fatura kullanmaya devam edebilecektir (Kaşdarma, 2024, s. 386).

Açıklanan etmenlerle Kapsamlı Eylem Belirleme Modeli'nin çevreci davranışları diğer teorilere oranla daha detaylı açıkladığı düşünülmektedir. Çevreci davranışları anlamak amacıyla yapılan çalışmalara bakıldığında bireylerin geri dönüşüm davranışlarının incelendiği (Klöckner ve Oppedal, 2011; Ofstad ve ark., 2017; Fang ve ark., 2021), yakıt tasarruflu otomobilleri satın alma davranışı açıkladığı (Nayum ve Klöckner, 2014) kıyafet tüketimini azaltmayla ilgili psikolojik belirleyicilerin saptandığı (Joanes ve ark., 2020), kullanılmış elektronik ürünlerin ticareti ve geri dönüşümünün açıklandığı (Tang ve ark., 2022) görülmektedir. Yapılan literatür taramasında Kapsamlı Eylem Belirleme Teorisi'nin turizm sektöründeki çevreci davranışları açıklamaya yönelik kısıtlı çalışma olduğu tespit edilmiştir. Fakat buna rağmen model geliştirilirken bireylerin seyahat davranışı (seyahat şekli seçimi) örneği kullanılmaktadır. Dolayısıyla turizm sektöründeki çevreci davranışların açıklanmasında da bu modelin kullanılabilirliğini göstermektedir

2.3.6. Çevresel Fedakârlık

Fedakârlık Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde özveri ve özverlilik gibi kavramlarla açıklanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>). Bunun yanında fedakârlık Türkçede özgecilik (Karadağ ve Mutafçılar, 2009, s. 42), diğerkâmlık (Ersanlı ve Çabuker, 2015, s. 44) gibi kavramlarla da açıklanabilmektedir. Özgecilik, bir kişinin diğerine iyilik olarak yaptığı, diğer kişilere fayda sağlayan ve kişinin başka birinden ya da dışarıdan bir ödül beklemeden gerçekleştirdiği davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Karadağ ve Mutafçılar, 2009, s. 42). Diğerkâmlık, herhangi bir çıkar gütmeksizin birine ihtiyaç duyduğu bir konuda yardımcı olmak amacıyla isteyerek ve bilerek tüm menfaatlardan arınmış olan duygu ve düşünceler olarak tanımlanmaktadır (Ersanlı ve Doğru Çabuker, 2015, s. 44). Fedakârlık da bu kavramlara benzer bir şekilde bir kişinin kendi beklentileri ve isteklerini göz ardı ederek bir başkasının iyiliği için yardımda bulunması olarak tanımlanabilmektedir. Ersanlı ve Doğru Çabuker'e göre (2015, s. 44) fedakârlık (özgecilik, diğerkâmlık) ve yardım etme gibi davranışlar genellikle prososyal davranışlar altında incelenmektedir. Fedakârlık antisosyal davranış şeklinin zıttı olarak açıklanabilmekte ve başka kişilerin beklentileri yönünde ihtiyaçlarını karşılamak ve hizmette bulunmak amacıyla gösterilen tutumları içermektedir. Bir fayda yaratmak için oluşturulan bu tutumlar herhangi bir zorunluluk olmadan geleneksel davranışlara oranla çeşitlilik sağlamaktadır (Ballı, 2019, s. 24).

İlk olarak Auguste Comte tarafından ortaya atılan fedakârlık (özgecilik) bencilliğin zıttı, başkaları için yaşama isteği olarak tanımlanmıştır. Comte kişiyi başkaları için yaşamaktan alıkoyan şeyin bencillik olduğunu düşünmektedir (Öztürk Küçük, 2019, s. 78). Fedakârlık bireyin risk alması gereken bir durum bile olsa başkalarının yararına uygun olarak hareket etmesini ifade etmektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli noktalardan biri fedakârlığın bir eylem içermesi gerektiğidir. Sadece iyi niyet ya da iyi niyetli düşünceler yeterli olmamaktadır. Bir diğeri eylemin bir amacının olması ve bu amacında başkasının refahını artırmaya yönelik olması gereğidir. Eğer bir başkasının refahı, öncelikle kişinin kendi refahını artırmak için tasarlanmış bir davranışın kasıtsız veya ikincil bir sonucu olarak ele alınıyorsa eylem özgeci olarak değerlendirilememektedir. Böylece niyetler sonuçlardan daha önemli olmaktadır (Monroe, 1994, s. 862). İnsanlar yüksek düzeyde bağlılık içeren ilişkilerde, bu ilişkiyi sürdürülebilmek amacıyla daha fazla çaba harcamaktadır. Bu nedenle fedakârlık isteği bu ilişkinin devam ettirilmesi amacıyla kişinin kendi çıkarlarından vazgeçmesini içermektedir. Güçlü bağlılık bireyin fedakârlık yapma isteğini etkilemekte ve bu kişiler genellikle gelecek odaklı olmaktadır (Van Lange, ve ark., 1997, s. 1331).

Çevre bağlamında güçlü bir biyosferik değer yönelimine sahip olan bireyler, çevre için fedakârlık yapmaya daha istekli olmaktadır. Olağan bir ekolojik ikileme karşı karşıya kalındığında çevre için fedakârlık yapma istekliliği bir bireyin eylemlerinin kişisel çıkar, çaba ve maliyetleri pahasına çevrenin refahına öncelik verme derecesini ifade etmektedir (Davis ve ark., 2011, s. 259). Benzer şekilde isteklilik terminolojisi konatif (birincil anlamının dışında bireyde uyandırdığı duygu ve düşünce) bir yapı içermektedir. Bu kavramsal çevremizde fedakârlık yapma istekliliği bilişsel bir doğaya sahip olan değer ve endişe gibi değişkenlerden farklı olarak değerlendirilmektedir. Çevre için fedakârlığa hazır olma düzeyi yüksek olan bireyler, kendileri için biraz sakıncalı olsa bile, çevreye zarar vermesi halinde yapmaktan hoşlandıkları şeylerden vazgeçmeye istekli olmaktadır (Han ve ark., 2018, s. 5). Dolayısıyla çevresel fedakârlık bir bireyin çevreye yönelik oluşabilecek zararlı sonuçları tanıması ve bunu değiştirmek için sergilediği çevresel davranışlar olarak tanımlanabilmektedir (Atay ve ark., 2019, s. 401). Çevre için fedakârlık yapma isteği, katılımcıların çevreyi korumak için “çok daha yüksek fiyatlar ödemek”, “çok daha yüksek vergiler ödemek” ve “yaşam standartlarında kesintileri kabul etmek” gibi belirli yönlerle karşılık gelen takaslar veya kişisel fedakârlıklar yapma isteği olarak da anlaşılmaktadır (Reyes, 2021, s. 1297).

Çevre için fedakârlık yapma isteği bireylerin algıları ile kamusal ve özel alanlarındaki çevre dostu davranışları arasındaki ilişkiyi açıklayan bir aracı olabilmektedir. Bunun nedeni üç şekilde açıklanabilmektedir. Birinci olarak daha önce yapılan ampirik çalışmalar fedakârlık yapma isteği ile çevre dostu kişisel normlar arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu tespit etmişler ve dolayısıyla çalışmalarla desteklenebilmektedir (Stern ve ark., 1999; Tsai ve ark., 2021, s. 9). İkinci olarak çevre için fedakârlık yapma isteği bazen politika desteğinin bir yaklaşımı olarak hizmet etmektedir. Bireyler politika yapıcılara karşı olumlu tutumlara sahipse veya çevresel riskin farkındaysa çevre dostu

davranışlarını sergilemek için mevcut politikaları desteklemeleri gerekmektedir. Üçüncü olarak ise bireylerin hem kamusal hem de özel alanlarındaki çevre dostu davranışları büyük ölçüde yaşam tarzlarını değiştiren, zamansal ve parasal maliyeti olan ya da belirli risklerle karşı karşıya kalınan gönüllü eylemleri içerebilmektedir. Yani bireylerin çevre için fedakârlık yapma isteği olduğu varsayıldığında bu amaca ulaşabilmek için belirli eylemlerde bulunarak zaman, para, yaşam kalitesi vb. maliyetlerle karşı karşıya kalabileceklerini fark edebilmektedir (Tsai ve ark., 2021, s. 9). Bu sebeple bireyleri çevre için fedakârlık yapmaya yönlendiren faktörler gelir ve eğitim durumu gibi bazı demografik değişkenlerle de ilişkilendirilebilmektedir (Davis ve ark., 2011, s. 259).

Buna göre çevre için fedakârlık yapma konusunda daha fazla isteklilik gösteren bireyler, çevresel açıdan daha anlamlı davranışlar sergilemektedir (Davis, 2011, s. 259; Rahman ve Reynolds, 2016, s. 109). Aynı zamanda çevresel fedakârlık bir bireyin tarihi, kültürel ve çevresel kaynaklar ile rekreasyon olanaklarını korumak ve devamlılığını sağlamak için bazı şeyleri feda ederek vazgeçmeye istekli olmasını da içermektedir (Atay ve ark., 2019, s. 401). Örneğin, çevre için fedakârlık yapma istekliliğinin eko-etiketli bir ürüne gösterilen ilgiyle olumlu yönde ilişkili olduğu ve bunun da çevre yanlısı bir satın alma niyetine yol açtığı düşünülmektedir. Aynı şekilde çevre için fedakârlık yapma istekliliği tüketicilerin ziyaret niyetini ve yeşil bir otele daha fazla ödeme yapma istekliliğini de olumlu yönde etkileyebilmektedir (Rahman ve Reynolds, 2016, s. 109). Han ve Hyun (2017) ise müzeler bağlamında ziyaretçilerin çevre için fedakârlık yapma istekliliğinin kişisel normları harekete geçiren ve çevre yanlısı niyetleri artıran önemli bir güç olduğunu ifade etmektedir.

2.3.7. Çevresel Tutum

Bireyin davranışının genel bir değerlendirmesi olan tutumun (Conner ve Armitage, 1998, s. 1431) literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Tutum, bireyin bir şeye karşı gösterdiği durum ve tepkilerin üstünde etkin ve yönlendirici bir güç oluşturan ve bir davranışta bulunmaya hazır olma durumu olarak tanımlanabilmektedir. Bir başka tanımda ise tutum, bireyin bir nesne, konu, olay vb. durumlara karşı bilgi, motivasyon, deneyim ve duygularına dayanarak oluşturduğu davranışsal, zihinsel ve duygusal tepkilerin ön eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Temizkan, 2008, s. 462). Tutumlar davranışı doğrudan etkileyebilmektedir (Jain, 2014, s. 2). Davranışsal niyetlere yönelik bir yordayıcı olan tutumlar (Conner ve Armitage, 1998, s. 1431), bir davranış olarak değerlendirilmeyen buna karşılık davranışı etkileyen, oluşturan ve şekillenmesinde rol alan önemli durumları ifade etmektedir. Bu nedenle bireyin sevdiği ve sevmediği kişiler ve nesnelere, politik eğilimler, üye olunan gruplar, dini duygular, sosyal ve ekonomik yapı, meslek, iş, aile, iş ortamı, arkadaşlar tutumları oluşturan öğeler olarak sıralanabilmektedir (Aksoy, 2010, ss. 198-199).

Bir tutumun bireyi etkileyebilmesi için duygularının, düşüncelerinin ve davranışlarının birbiri ile uyumlu olması gerekmektedir. Tutumlarda uyum içerisinde olan bu üç faktör tutumların bileşenleri ya da ABC Modeli olarak adlandırılmaktadır (Baykara Pehlivan, 2008, s. 152). Duygusal bileşen bir nesneye ya da duruma yönelik oluşan duygusal tepkiyi yani beğenme veya beğenmeme durumunu

ifade etmektedir. Davranışsal bileşen bireyin bir nesneye ya da duruma yönelik oluşan eylemleri veya gözlemlenebilir tepkilerinden oluşmaktadır yani bireyin bir nesneye ya da duruma ilişkin bir şey yapmaya yönelik sözlü ya da sözsüz davranışlarını içermektedir. Bilişsel bileşen bireyin bir nesne ya da durum hakkında sahip olduğu düşünce ve inançları (inanma/inanmama) ifade etmektedir. Buna göre bireyin nesne ya da durum hakkında bir bilgisi bulunmakta ve bilişsel bileşen bireyin bilgiyi organize ettiği depolama bölümü olmaktadır (Jain, 2014, ss. 5-7). Duygusal, davranışsal ve bilişsel ögeler güçlü tutumlarda bir bütün olarak bulunmaktadır. Tutum güçlü değil ise bu ögelerden davranışsal öge daha zayıf kalmaktadır. Örneğin, bir kişinin ulaşmak istediği amaç, amaca ulaşmak için yaptığı eylem, eylemin sonucunda elde edilen sonuç ve kendi kişilik özelliklerine yönelik olumlu tutum takınması gerekli olmaktadır. Bir duruma karşı geliştirilen olumsuz tutum, kişinin durumu reddetmesine ve dolayısıyla durumu irdeleme, bilgi ve becerilerini eylem için kullanma konusunda güçlük çekmesine neden olmaktadır (Baykara Pehlivan, 2008, s. 152).

Tutumlar üzerindeki etki süreçleriyle ilgili araştırmalar, güçlü tutumların zaman içerisinde daha istikrarlı olduğunu ve zayıf tutumlara kıyasla davranış üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Güçlü tutumlar uç noktalarıyla erişilebilirlikleriyle ve tutum sahiplerinin güveniyle tanımlanabilmektedir. Güçlü tutumların gelişimini etkileyebilecek çok çeşitli değişkenler bulunmaktadır. Bu değişkenler arasında kapsamlı sorunla ilgili düşünme, kalıtsal bir bileşen ve tutarlı ve organize bir inanç yapısı bulunmaktadır (Eilam ve Trop, 2012, s. 2214).

Bireyler herhangi bir nesneye ya da davranışa ilişkin tutumlar geliştirebilmektedir. Çevre bir nesne olarak ele alındığında çevreye karşı geliştirilen tutum çevresel tutum olarak adlandırılabilir ve genellikle belirli çevre konularına ilişkin zihin seti olarak kabul edilebilmektedir (Singh ve Gupta, 2013, s. 6). Çevresel tutumlar, bireyin çevreyle ilgili konulara ve faaliyetlere yönelik sahip olduğu niyetler, inançlar ve etkilerinin tümü olarak tanımlanabilmektedir (Schultz ve ark., 2004, s. 31, Singh ve Gupta, 2013, s. 6). Çevresel tutum bireylerin çevrenin korunması konusundaki değerine odaklanan rasyonel yargılar olarak da anlaşılabilir. Çevresel tutumlar belirli bir zaman içerisinde kazanılmakta ve bireylerin çevresel kaygıları ve çevreyi korumaları ile artmaktadır (Dagher ve ark., 2015, ss. 185-186). Dolayısıyla çevresel tutum çevresel konularla ilgili görüş ve düşünceleri ifade etmektedir. Mevcut çalışmalar, çevresel tutumu çevresel farkındalık, değer ve duygular gibi kavramlarla birleştirebilmektedir. Örneğin, Ajzen (1991) Planlı Davranış Teorisi'nde tutumların kararları etkileyeceğini savunmaktadır. Bir birey veya kuruluş, bir şeye karşı yüksek derecede kabul ve olumlu tutum gösterdiğinde, çevresel davranışı uygulamaya daha meyilli olacaktır. Bu nedenle, çevresel davranış büyük ölçüde çevresel tutumlar tarafından yönlendirilmektedir. Temel değerler teorisi ise çevresel tutumun kişisel çıkar, fedakârlık ve ekolojik yönelimler dahil olmak üzere değerlerin bir bileşimi olduğunu öne sürmektedir. Böylece çevre odaklı birey veya kuruluşun çevresel davranışı uygulama olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmektedir (Liao, 2017, s. 120).

Geleneksel olarak bir kişinin çevresel tutumunun nesnesi doğal çevrenin kendisi, çevrenin bazı yönleri (hava kalitesi gibi) ya da çevrenin korunmasına yönelik davranışı (geri dönüşüm vb.) olabilmektedir. Çevresel tutum genellikle iki boyut altında ele alınmaktadır. Bunlar, egoist (faydacı) ve özgeci (fedakâr) bir kaygı türünü temsil etmektedir ve bu kaygılar çevrenin kullanımı ve korunması olarak ifade edilmektedir. Koruma, doğal çevrenin (özgeci veya biyosferik değerlere dayanan) az ya da çok özverili bir şekilde muhafaza edilmesini ve korunmasını ele almaktadır. Buna karşın yararlanma, doğal çevrenin temel faydalanıcı olarak kişinin kendisi tarafından kullanılmasını (kişisel çıkar ve egoist değerlere dayanan) tanımlamaktadır (Kaiser ve ark., 2007, s. 243). Bunun yanında çevrenin korunmasına ilişkin olumlu görüşlere sahip kişiler aynı anda doğal çevreye ve doğadaki faaliyetlere ilişkin de olumlu görüşlere sahip olurken tam tersi durumda her ikisine de yönelik olumsuz görüşlere sahip olabilmektedir (Baierl ve ark., 2022, s. 2).

Çevresel tutumları açıklamak için Campbell Paradigması sıklıkla kullanılmaktadır. Campbell Paradigması, bireylerin tutumlarının hedeflerine ulaşmak için söyledikleri ve yaptıkları şeylerde belirginleştiğini öne süren teorik bir çerçeve sunmaktadır. Bu, bireylerin “çevreyi korumak esastır” ya da “insanlar çevreyi kötüye kullanmamalıdır” şeklindeki söylemleriyle iletilebilecek mesajların öne çıktığı geleneksel görüşe aykırı bir durumdur (Baierl ve ark., 2022, s. 2). Campbell Paradigması’na göre insanlar tutum düzeylerini, tutum nesnesine ilişkin değerlemelerini veya tutumla ima edilen davranışsal hedefe bağlılıklarını davranışsal maliyetler içeren sözlü ve sözsüz davranışlarda buldukları ölçüde açıklamaktadır. Başka bir deyişle, insanların çevresel tutum düzeyleri, gerçekleştirdikleri çevre koruyucu faaliyetlerden türetilmektedir. Örneğin, bireyler çevrenin korunmasını onayladıklarını açıkça ifade ettiklerinde, kâğıt ve kartonları geri dönüştürdüklerinde, arabayla gidip gelmekten kaçındıklarında ve beslenmelerinden eti çıkardıklarında, çevreyi korumaya yönelik kişisel taahhütlerini ortaya koymuş olmaktadır (Kaiser ve Lange, 2021, s. 2). Campbell Paradigması’na göre maliyetler genellikle davranışa karşı etkili engeller oluşturmaktadır. Örneğin bir odadan çıkarken ışıkları kapatmak, davranışsal maliyete çok az etki eden bir eylem olmaktadır. Buna karşılık, çevre örgütlerine düzenli olarak zaman ve para ayırmak davranışsal maliyete daha fazla etki etmektedir. Buna göre birey çevreyi korumaya çalışıyorsa çevresel tutumun gücüyle uyumlu bir ölçüde maliyetleri kabul etmesi beklenebilmektedir (Kaiser, 2021, s. 71; Kaiser ve Lange, 2021, s. 2; Baierl ve ark., 2022, s. 2). Tutumların belirginleşmesi ise daha zorlu engeller karşısında oluşmaktadır. Örneğin, birey tek kullanımlık ürünler almaktan kaçınmak, mevsimlik ürünler satın almak ve çevre örgütlerine katkıda bulunmak gibi eylemlerde bulunuyorsa nispeten daha güçlü tutuma sahip olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Ancak küçük de olsa bir rahatsızlık çevre dostu seçimler yapmasını engelliyorsa çevresel tutumlarının zayıf olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Kısacası bu paradigmaya göre bireylerin sahip olduğu tutumlar sözlü ve sözsüz eylemlerinde kendisini göstermektedir. Bir tutumsal hedefe ulaşmak için bireyin aşmaya istekli olduğu engel ne kadar çoksa tutumu da o kadar güçlü olmaktadır (Baierl ve ark., 2022, s. 2). Dolayısıyla çevresel tutum, çevre kalitesini etkileyen

faktörler de dahil olmak üzere doğal çevreye ilişkin algı ve inançların bir dereceye kadar lehte ve aleyhte değerlendirilmesiyle ifade edilen psikolojik bir eğilim olmaktadır (Singh ve Gupta, 2013, s. 6).

2.3.8. Turizm, Tüketim ve Çevre Döngüsü: Tüketirken Tükenmek

Günümüzde çevre sorunlarına yönelik önemli çalışmalar yürütülmesine rağmen mevcut durum ciddi karşıtlıklar içermektedir. Bunun sebebi çok basit bir denklemle açıklanabilmektedir. İkel toplumlardaki gelişme düzeyi doğadan üstün olmayıp doğrudan doğanın sunduğu imkânlar ile oluşturulmaktadır. Buna karşılık sanayi toplumunda gelişim imgesi doğanın bir ikamesi olarak değer görmektedir. Yani doğanın gelişmeye yönelik sunduğu fiziksel olanaklar bir bakıma doğanın aleyhine işleyen bir gerçekliği ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle gelişim imgesine hizmet eden makineleşmenin artması doğanın insan zihninde yatan önemini azaltmaktadır (Çalışkan, 2017, s. 1127). İkel toplum yaşamında daha az şeye ihtiyaç duyulmakta ve o ihtiyacı karşılamaya odaklanılmaktadır. Fakat uygarlık tarihinde yaşanan gelişimle birlikte ortaya çıkan her ürün ihtiyaç haline getirilmektedir. Ortaya çıkan her ürün ise toplumu tüketime yönlendirerek başka şekillerde insanlara sunulmaktadır. Her eşya hızlıca tüketilmeli, eskimeli ve sonrasında eskiyerek yenilenmeli şeklinde oluşturulan bakış açısı modern toplumda tüketimi bir hayat felsefesi haline getirmektedir (Yurdakul, 2018, s. 79). Temel çıkış noktası ihtiyaçlar olan tüketim, kapitalist tüketim kültürünün etkisi ile bireylerin isteklerini de ihtiyaçlar listesine almasını sağlamaktadır. Burada önemli olan konu ihtiyacın meşruiyeti ve tüketim adına harcanan kaynakların neler olduğudur. Birey açısından bir ihtiyacın meşruluğunu ortaya koyan en temel unsur; tüketime konu olan kaynakların çevreye ve insan sağlığına etkileri, evrensel ahlaki değerler ve toplumsal değer yargıları olmaktadır. Örneğin, yakacak ihtiyacının karşılanması için bir yerdeki yaş ağaçların kesilmesi meşru bir ihtiyacın meşru olmayan yollarla karşılanması demektir. Yine tüketime konu olan nesnelerin elde edilme şekli de tüketimin boyutlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, bir bireyin kamuya ait olan kaynakları haksız yollarla tüketmesi bu kaynakların şahsi menfaatler doğrultusunda tüketildiğini gösterebilmektedir (Torlak, 2016, ss. 24-25).

Toplumlarda yaşam tarzının değişimi ve tüketime atfedilen değer çevresel sonuçları ortaya çıkarabilmektedir. Toplumun yaşam şeklinin değişmesiyle doğaya insan rahatlığına hizmet eden bir anlam yüklenmekte ve bu da çevresel tahribatları somutlaştırmaktadır. Doğa içerisinde doğal bir varlık olan insanoğlu doğallığını tamamen kaybederek doğayı yapaylaştırmaktadır (Çalışkan, 2017, s. 1128). İnsanoğlunun doğayı kendi refahına orantılı bir şekilde kullanma isteği tüketime daha fazla alan açılmasını sağlamakta ve tüketim kültürünün odaklandığı konuya açıklık getirmektedir. Kapitalizmin gelişmesini ürün sayısı ve ürün çeşitliliğinin artması sağlamaktadır. Kapitalist üretim çarkının dönmesi için tüketim çarkına da büyük oranda ihtiyaç duyulmakta ve bunu sağlayabilmek amacıyla tüketimin özendirilmesi gerekmektedir. Yeni üretilen ürünler reklamlar vasıtasıyla tüketicilere duyurulmakta ve bu da moda sektörüne hizmet etmektedir. Doğal olarak bireyler ellerinde bulundurdukları ürünleri modası geçtiği için çöpe atarak yenisini alan bir tüketici kimliğine kavuşmaktadır (Çelik ve Küçük, 2020, s. 3). Bununla birlikte alışveriş çılgınlığı, benzinli araç kullanımı, lüks harcamalar ve kullan-at

ürünler tüketim sorununun aşırılık imgelerini de çağrıştırmaktadır. Aşırı tüketimin çevresel etkileri maddi zevk düşkünlüğünün yol açtığı ahlaki çürümenin de işareti olmaktadır (Princen, 1999, s. 349). Çünkü aşırı tüketimde, ihtiyaçların karşılanmasından daha çok bireylerin sahip olduğu nesnelerin, insan yaşamında önemli sembolik rollere vurgu yapması söz konusu olmaktadır (Akdoğan, 2023, s. 49). Bu durum ise tüketim kültürü ideolojisinin temel varsayımları içerisinde yer almaktadır. Modern toplumlarda tüketim kültürünün etkisiyle şekillenen tüketim anlayışının ihtiyaçlarla sınırlı olmadığı, nesnelerin sembolik imgelerine atıf yapıldığı vurgulanmaktadır.

Son yıllarda sürdürülemez tüketim kalıplarına fazlaca vurgu yapılmaktadır. Bunun en önemli nedeni sanayileşmiş ülkelerdeki tüketim uygulamalarının çevresel bozulmalara önemli bir derecede etki etmesidir (Fuchs ve Lorek, 2004, s. 3). Bireylerin refahı ve mutluluğu için daha fazla tüketerek daha fazla kaynağa sahip olamayacakları görüşü, gelecek nesillere yer bırakacak sürdürülebilir yaşam şeklinin çözüm olabileceği düşünülmektedir. Bu amaçla önerilen konular arasında çevreye duyarlı yaşam şekli, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir tüketim kavramları yer almaktadır (Odabaşı, 2019, s. 242). Sürdürülebilirlik adına, tüketicilerin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çevre dostu tüketim pratikleri geliştirmeleri önem taşımaktadır. Son yıllarda buna yönelik gerçekleşen gönüllü sadelik gibi tüketici eğilimleri dikkat çekmektedir (Fuchs ve Lorek, 2004, s. 19). Buna rağmen tüketiciler sürdürülebilir bir satın alma modeli benimserken kişisel tercihleri ile çevre ve toplum ihtiyaçları arasında bir denge kurmakta zorlanabilmektedir. Böyle bir durumda bir tüketicinin kişisel tercihleri çevre dostu eylemlerinin önüne geçebilmektedir. Buna “Tükettikçe var oluruz” söylemi katkıda bulunmakta ve bireyler mevcut sisteme ayak uydurmanın tek yolunun bu olduğuna inanabilmektedir. Dolayısıyla insanlar ihtiyaçlarından çok daha fazlasını tüketebilmekte ve aşırı tüketimcilik ise bireylerin manevi ve entelektüel ideallerini kaybetmelerine neden olabilmektedir. Sonuç olarak aşırı tüketim, üretimin artması, dikkatsiz kaynak tüketimi, çocuk işçi istihdamı ve sera gazı emisyonlarının artışı gibi çeşitli sorunlara yol açabilmektedir (Sargın ve Durgun, 2024, s. 296).

Çevre sorunlarında aşırı tüketime odaklanıldığı kadar yetersiz tüketime de odaklanılması gerekmektedir (Clark, 2007, s. 492). Bu nedenle sürdürülebilir tüketim kavramı olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından farklı olarak değerlendirilmektedir. Dünyada gerçekleşen toplam tüketimin %86’lık kısmı dünyanın en zengin çeyreği, %1,3’lük kısmı ise dünyanın en fakir çeyreği tarafından yapılmaktadır. Yani dünyada yaşayan insanların bir kısmı tüm kaynakları sınırsızca kullanabilirken başka bir kısmı temel ihtiyaçlarını bile karşılayamamaktadır. Örneğin, bir Amerika vatandaşı, bir Çin ya da Hindistan vatandaşıdan 20 kat, bir Bangladeş vatandaşıdan ise 70 kat daha fazla tüketim yapabilmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 67). Ek olarak, 1970’li yıllardan beri küresel tüketim harcamalarında ortalama olarak her yıl %3’lük bir artış yaşanmaktadır. Fakat bu tüketim oranı bütün dünya insanları arasında eşit olarak ortaya çıkmamaktadır. Örneğin, 1973-1998 yılları arasında bir Afrika vatandaşının tüketim harcaması ortalama %20 düzeyinde azalış göstermiştir (Clark, 2007, ss. 492-493). Bu nedenle aşırı tüketimden kaynaklanan çevre sorunlarının yanında

yetersiz tüketimden kaynaklanan çevre sorunları da önem taşımaktadır. Örneğin, yetersiz tüketim sebebiyle Güneydoğu Asya Bölgesi'nde yaşayan balıkçılar siyanürle balık avlamak ve doğal olarak denizaltı ekosistemine zarar vermek zorunda kalmaktadır. Yine Sahra Çölü'nün güneyinde yaşayan fakir çiftçiler ağaçları yakarak pirinç yetiştirmek amacıyla alan açmaya çalışmaktadır. Bu ise erozyon ihtimalini artırmakta ve çölleşmeye neden olmaktadır. Sonuçta uzun vadede yoksulluk ve yoksunluğun öne açılmaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 67). Tüm bu sebeplerle sürdürülebilir tüketim, tüketim şekillerinin her durumuna yönelik bir bakış açısı oluşturmalıdır.

Sürdürülebilir tüketim, gelecek nesillerin ihtiyaç duyacağı çevreyi bozmadan ve doğal kaynakları aşırı kullanmadan ihtiyaçların karşılanmasını içermektedir (Mortensen, 2006, s. 142). Sürdürülebilir tüketim var olan tüketim şekillerine alternatif olarak ortaya çıkan bir anlayıştır. Fakat bazen sürdürülebilir tüketim kavramı da ütöpik bir kavram olarak yansıyabilmektedir (Dobers ve Strannegard, 2005, s. 333). Literatüre fazlaca konu olan sürdürülebilirlik yaklaşımının teorik olarak ele alındığı, uygulama aşamasında birçok sorunla karşılaştığı da vurgulanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramına bu konu da yöneltilen bazı eleştiriler de yer almaktadır. Bu eleştirilerden biri Jewons Paradoksu diğeri ise yeşil göz boyama ile açıklanmaktadır.

Jevons Paradoksu: Jevons Paradoksu ya da diğeri bilinen adıyla Rebound Etkisi kömür kullanımına daha az ihtiyaç duyulmasını sağlayan teknolojik gelişmelerin uzun vadede daha fazla kömür talebi yarattığını ve bunun tüketimle sonuçlandığını belirtmektedir (Arslan, 2024, s. 46).

Jevons Paradoksu'nda buhar motorlarının geliştirilmesiyle kömür tüketiminin azaldığı ve kömür tüketiminin azalması ile kömür fiyatlarının düştüğü, bu düşüşe bağlı olarak daha fazla insanın kömüre erişebildiği ve doğal olarak kömür talebinin yükseldiği, sonuç olarak da kömür tüketiminin arttığı ifade edilmektedir. Rebound etkisi bu bağlamda, enerji etkinliğinin artması ve enerji fiyatlarının düşmesi nedeniyle elde edilen iktisadi kazançların daha fazla enerji tüketimine neden olduğunu açıklamaktadır (Akıncı ve ark., 2018, s. 79). Jevons Paradoksu sadece enerji kaynaklarına yönelik talep açısından değil bütün kaynakların talebi açısından da kullanılabilen bir teori olduğuna ilişkin kanıtlar sunmaktadır. Örneğin, otoyol sayısını iki katına çıkarmak kişisel araç kullanımını teşvik ederek trafik sorununu çözmek yerine daha da artırmıştır. Benzer olarak petrol fiyatlarının artması ile hibrit ve elektrikli otomobiller üretilmeye başlanmış ve bu da otomobil sahiplerinin araçlarını daha fazla kullanmasını teşvik etmiştir. Aynı şekilde son yıllarda gıda üretiminin verimliliğini artırmak gıdaya ihtiyaç duyanların ve yetersiz beslenen insanların sayısını artırarak açlık sorununu çözmek yerine daha da kötüleşmesine neden olmuştur. Kısacası enerji verimliliğinin teşvik edilmesi toplumun enerji tüketimini artırmasına neden olmaktadır (Turgut ve Gökten, 2022, s. 91).

Yeşil Göz Boyama: Sürdürülebilirliğe yönelik başka bir eleştiri ise yeşil göz boyama yaklaşımıdır. Bu yaklaşım işletmelerin yeşil pazarlama etkinlikleri ile bireyleri daha fazla tüketime yönlendirmeleri ve buna karşılık daha fazla kâr sağlamalarına dayanmaktadır. Yeşil göz boyama

işletmelerin çevre dostu faaliyetlerde bulunduğu iddiasıyla tüketicileri yanıltması yani, firmanın çevreci olmadığı halde çevreci faaliyetlerde bulunduğunu, ürün ve hizmetlerinin yeşil olduğunu söyleyerek tüketiciyi kandırması olarak tanımlanabilmektedir (Ecevit, 2018, s. 484). Litratürde greenwashing olarak ifade edilen yeşil göz boyama ilk olarak 1986 yılında Jay Westerveld tarafından otellerin çevre dostu olduklarını otel odalarına yazılar asarak iddia etmesine dayanarak kullanılmıştır. Buna göre otel misafirlerinden havluların her gün yıkanmasını talep etmek yerine yeniden kullanılarak enerji ve doğal kaynaklardan tasarruf edileceğine yönelik yazılan yazıların aslında çevreci bir yaklaşım ile yapılan iyi niyetli bir davranış olmadığı sadece kâr artırmak için izlenen bir yol olduğunu ifade etmiştir (Arslan, 2024, s. 48). Yeşil göz boyama faaliyeti çok iyi bilinen işletmeler tarafından kullanılan bir davranış şekli olup çevreye ve doğal kaynaklara ciddi zararlar veren bir yaklaşımı içermektedir. Örneğin, BP Global dünya tarihindeki en yıkıcı petrol sızıntılarından birinden sorumlu olduğu halde, kendisini yeşil teknoloji lideri olarak tanıtmak için milyonlarca dolar harcamıştır. Farklı bir örnek olarak ise IBM, bilgisayar ve diğer aygıtların değiştirilmesinin yeşil bir uygulama olduğunu ileri süren reklamları yayınlaması sonucunda atılan eski ürünler, ciddi bir atık yükü oluşmasına sebep olmuştur. Benzer şekilde, bir enerji şirketi olan Southern firması temiz kömür reklamları yayınlamak aslında çevreye çok önemli zararlar veren ve küresel ısınmanın temel sebeplerinden olan karbondioksit salınımının artmasına neden olmuştur (Kumar ve Kumar, 2013, s. 152). Anlaşılacağı üzere, çevre koruma vurgusu yapılarak firmalar tarafından daha fazla kâr sağlamak amacıyla yapılan reklamlar hem aşırı tüketim sorununa bir aracılık etmekte hem de doğal kaynaklar üzerinde ciddi tahribatlar yaratabilmektedir. Bu nedenle yeşil olarak nitelendirilen faaliyetler bazen sürdürülebilir kavramına hizmet etmekten çok uzak olabilmektedir. Çalışkan (2017, s. 1128) sürdürülebilir turizmin temel çıkış noktası olan sürdürülebilir kalkınmanın çevresel kaynak tüketimini azaltmak yerine bu kaynakların yeniden çevrimine odaklandığını belirtmektedir. Çünkü tüketim süreklilik arz etmekte ve sistemin işleyişi için üretim devam etmektedir. Doğada denge esassen kalkınmanın dinamikliği doğanın statik yapısı ile tezat düşmektedir. Bu görüntü ise sürdürülebilirliğin çelişkisi olabilmektedir.

Doğa konusunda yaşanan bu belirsizlik turizm ve çevre zıtlaşmasında da kendini göstermektedir. Turizm sektörü çevreye en çok ihtiyaç duyan sektörlerden biri olmakla beraber çevre konusunda ciddi baskılar yaratan ve çevreyi tüketen bir sektör olabilmektedir. Aynı zamanda turizm ekonomik faydalar yaratabilen bir sektör olurken kendi bünyesinde yönetilmesi gereken çevresel ve sosyal faktörleri buldurmaktadır. Çevreyi kullanırken dönüştüren turizm sektörü mekânların yanında bu mekânların sosyal ve çevresel bağlarını da değiştirebilmektedir. Turizmin en önemli aktörlerinden olan turistler ve yerel halk doğayı ve çevreyi tüketebilmektedir.

Turistlerin kullanımına sunulan konaklama ve yiyecek içecek tesisleri, seyahat etmelerini kolaylaştırmak için inşa edilen deniz ve hava limanları, karayolları ve demiryolları ekosistemin önemli parçalarından olan toprağa müdahale etmektir. Dünyanın birçok yerinde ormanlar turistik tesisler için, tarım alanları ise havalimanı inşa etmek için kullanılmıştır (Akış Roney, 2018, s. 102). Bacasız sanayi

olarak değerlendirilen turizm sektörü aslında küresel olarak en çok kirleten endüstriler arasında yer almaktadır. Dünyada yaratılan sera gazı emisyonlarının %8'i, küresel ısınmaya sağlanan katkının %12'si turizm endüstrisinin eylemlerinden kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde atık üretiminde yıllık 35 milyon ton etkisi bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Turizm Örgütü'nün 2012 raporlarında tek bir turist için bir gecelik konaklamasında ortalama 300 litre su kullanmakta olduğu belirtilmektedir. Ayrıca dünyadaki turist akışı devam etmekte ve turizm sektörünün her yıl %5'lik bir büyüme yaşayacağı öngörülmektedir (Dolnicar, 2020, s. 2).

Turist akışında yaşanan fazlalığın dünya nüfusundan çok daha hızlı artış göstermesi çevresel açıdan olumsuz sonuçları birlikte getirmektedir. Yani turizm gelişimi ile gelişimden beklenen arasında yaşanan ikilem bizzat insan tarafından beslenmektedir. Turizm gelişiminin ise bir yerle uyumunun her zaman kolay olmaması güçlüğü turizmin sürdürülebilirliği konusunda yapısal bir duvar oluşturabilmektedir (Çalışkan, 2017, s. 1128). Ayrıca turizmde kullanılan alanlar gün geçtikçe daha fazla mal ve hizmetin satın alındığı ve değerlendirildiği tüketim merkezleri haline gelmektedir. Bu alanlar mal ve hizmet değiş tokuşunun yanında görsel olarak kendileri de tüketilebilmektedir. Bu alanların bina, tarih, çevre vb. değerli görülen özellikleri tüketime konu olabilmektedir. Burada önemli olan tek şey turistlere ve yerel halka tüketici hizmetlerinin sunulması olmaktadır. Yerel halkın bu noktada kimliklerini bile tüketebilmesi mümkün olabilmekte dolayısıyla bu alanlar her şeyin tüketildiği yerlere dönüşebilmektedir. (Urry, 2018, s. 12).

Turizmin doğal çevrenin tüketimi ile ilişkisi değerlendirilirken, doğa dostu olarak tanıtılıp "tüketmeden keşfetmek" sloganı ile pazarlaması yapılan alternatif turizm türleri de çevreye zarar verebilmektedir. Örneğin, vahşi hayvanların doğal ortamlarında gözlemlenip fotoğraflarının çekilmesine olanak tanıyan yaban hayatı turizmi, çevre dostu olarak pazarlansa dahi ekosistemin işleyişini bozabilmektedir. Turistlerin vahşi hayvanlara yaklaşmasıyla hayvanlarda stres düzeyi artmakta, çiftleşme alışkanlıkları bozulabilmekte ve hatta turistlerin hayvanları beslemesiyle avlanma alışkanlıkları değişebilmektedir (Akış Roney, 2018, s. 104). Aynı şekilde tırmanış ve gezi yapan turistler çöplerini ve kamp ekipmanlarını geride bırakarak çöp toplama hizmetinin yeterli olmadığı alanlarda çevrenin kirlenmesine neden olmaktadır. And Dağları (Peru) ve Himalaya Dağları'nda (Nepal) turistlerin akınına uğrayan bazı yollar "Coca Cola Rotası", "Tuvalet Kâğıdı Patikası" gibi isimlerle anılmaktadır. Bu tarz alanlarda arazi kullanımının yoğunlaşması su ve toprağın kirlenmesine neden olmaktadır (Akış Roney, 2018, s. 104; Ceylan, 2019, s. 337).

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği mekânların o bölgede yaşayan halklardan yalıtılması ise mümkün olmamaktadır. Zira bir turizm bölgesinde uzun süre kalacak olan kişiler yerel halktır ve turistler ve turizme hizmet sunan işletmeler bu yerlerden ayrılrsa dahi yerel halk orada kalmayı sürdürerek bölgenin kaynaklarından yararlanmaya devam edecektir. Ayrıca yüksek sezonda turistlerin gelmesiyle tüketim hızı yükselen ve yıpranan kaynaklar yüksek sezon dışındaki zaman dilimlerinde de yerel halkın kullanımına konu olmaktadır. Böylece kaynakların yenilenmesi süreci uzamaktadır

(Baltacı, 2021, s. 218). Bir alandaki kaynaklar büyük oranda turizm faaliyetlerine yönlendirilirse yerel halkın kullandığı kaynaklar büyük oranda değişerek zayıflayacaktır. Aynı zamanda burada sunulan hizmetler mekânsal değişim yaratarak çevresel bozulmaları da tetikleyebilmektedir (Kervankıran, 2014, s. 134). Turizm sektörü gelişim gösterdiği yerlerde mekânsal değişim yaratmanın yanında ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan da önemli sonuçlar yaratabilmektedir (Gümüş ve Özüpekçe, 2009, s. 400). Dolayısıyla yerel halk bölgede sadece çevresel açıdan yaratılan değişimlerle ilgilenmemekte sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri ile de ilgilenebilmektedir. Bu etkiler bazen yerel halk tarafından olumlu olarak değerlendirilirken bazen de olumsuz olarak değerlendirilebilmektedir (Korça, 1998; Zhang ve ark., 2006; Cotrell ve ark., 2007; Raymond ve Brown, 2007).

Yerel halkın turizme karşı tutumunda bölgede yaratılan ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler belirleyici olmaktadır (Yoon ve ark., 2001, s. 364). Gökteş Kulualp ve Sarı'ya göre (2019, s. 644) bu etkilerden en çok etkilenen turizm paydaşı yerel halk olmaktadır. Turistler tatillerini bitirip evlerine döndükten sonra burada bıraktıkları etkilerle yerel halk baş başa kalmaktadır. Bu etkiler kendisini sadece turizmin yoğun olarak yaşandığı dönemlerde değil düşük sezonlarda da göstermektedir. Yani yerel halk turizmden kaynaklanan olumlu ya da olumsuz etkileri yoğun ve uzun soluklu hissedebilmektedir. Bu etkiler yerel halkın turizm algısını kendilerine sağladığı imkânlar bakımından değerlendirebilmesini sağlamaktadır.

Bunların dışında bir bölgede turizm faaliyetlerinin gelişim gösterdiği ilk evrelerde tesisleşme olmadığı için turist- yerel halk etkileşimi çok yüksek düzeyde gerçekleşmektedir. Bu aşamada yerel halkın turiste karşı tutumu turizm faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesini sağlayacağı gibi bitmesine de sebep olabilmektedir (Baltacı, 2021, s. 217). Turizm faaliyetlerinin ilerleme kaydettiği ve etkilerinin gözle görülür duruma geldiği yerlerde yerel halk turizmin etkilerini daha kolay algılayabilmektedir. Bu noktada algıladıkları olumsuz etkiler ve olumlu etkilerin baskınlığı turizm faaliyetlerine yön vermektedir. Yapılan çalışmalar yerel halkın turizmin olumsuz etkisinden daha fazla olumlu etkilerinin olduğunu hissettiklerini ve doğal olarak turizmin olumsuz etkilerini tolere etmek yoluna gittiklerini göstermektedir (Opperman, 1996; Fleischer ve Pizam, 1997; Teye ve ark., 2002; Harrill, 2004). Turizmin ekonomik olarak bölge refahını iyileştirmesi yerel halkın olumsuz etkileri kabul görür düzeye getirmesini de sağlamaktadır. Dolayısıyla çalışmalar bazen yerel halkın turizmin faydalarından yararlanmak için olumsuz etkilerini görmezden geldiğini de belirtmektedir (Fleischer ve Pizam, 1997; Teye ve ark., 2002; Su, 2011). Kuvan ve Akan (2005) Antalya'nın Belek Bölgesi'nde yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını araştırdıkları çalışmada, bölgede turizmin gelişmesi amacıyla yapılan altyapı ve üstyapı çalışmalarının bölgenin orman yapısını ciddi düzeyde bozduğunu fakat turizmin ekonomik fayda ve sosyo-kültürel değişim sağlaması sebebiyle yerel halkın turizmi desteklediklerini tespit etmişlerdir. Bu çalışmalar aslında yerel halkın turizmin diğer faydalarından yararlanmak için çevreyi feda edebileceklerini ve çevreyi tüketmeye hazır olduklarını göstermektedir. Yani turizm faaliyetlerinden algılanan fayda algılanan maliyetlerden büyük ise yerel

halk kendi doğasının bozulması pahasına bile olsa turizmin gelişmesine izin verebilmektedir. Turizm, yerel halkın gösterdiği pragmatist (faydacı) yönden ele alındığında bu durum Sosyal Değişim Teorisi ile açıklanabilmektedir.

Sosyal Değişim Teorisi sosyolojik bir teori olup herhangi bir etkileşim durumunda bireyler arasındaki kaynak değişimini anlama ile ilgili genel bir bakış açısına dayanmaktadır (Ap, 1992, s. 368). Sosyal Değişim Teorisi'ne göre bireyler arasındaki ilişki, bir ödül beklentisinden kaynaklanmakta ve ödüller artmaya devam ederse ilişki de devam etmektedir. Yine aynı şekilde bireyler arasındaki ilişkide sunulan ödüller diğerine adil olarak yansiyorsa ilişki devamlılık arz edecektir. Fakat buradaki hassas nokta ilişkiden doğan maliyetlerin faydaları geçmemesi ve ödülü alma ihtimalinin yüksek olması gerekliliğidir (Searle, 2000, s. 139). Anlaşılacağı üzere, Sosyal Değişim Teorisi'nin temelinde faydacılık ve yarar ilkeleri bulunmaktadır.

Sosyal Değişim Teorisi turizm açısından ele alındığında da yerel halk turizme sunduğu kaynakların karşılığında turizmin etkilerini fayda ve maliyet açısından değerlendirmektedir. Yerel halk turizmden sağladığı faydaların maliyetleri aşması durumunda turizme yönelik olumlu bir tutum sergilerken faydaların maliyetlerden az olması durumunda turizme yönelik olumsuz bir tutum sergilemektedir. Aynı şekilde faydaları daha fazla hissettiğinde turizm gelişimine yönelik katılımcı bir davranış sergileyerek turizm etkinliklerinin içerisinde var olmaktadır (Perdue ve ark., 1987; Ap, 1992; Harrill, 2004; Lee, 2013; Göktaş Kurualp ve Sarı, 2019).

Sosyal Değişim Teorisi'nin yanında Doxey'in Irridex Modeli'nin ilk aşamasında da yerel halkın turisti ve turizm faaliyetlerini memnuniyetle kabul ettiğinden bahsedilmektedir. Bu modelin ilk aşaması olan Euphoria'da yerel halk kendilerine fayda sağlayacağına ve gelir getireceğine inandığı için turist ziyaretlerini hoşgörüle karşılamakta ve kaynaklarını turizme yönlendirebilmektedir (Roney, 2018, s. 117). Aynı şekilde Butler'ın Yaşam Döngüsü Modeli'nin Keşif (Exploration) ve Katılma (Involment) evrelerinde de yerel halkın turisti misafir gibi gördüğü ve gelen ziyaretçileri hoşgörüle karşılayarak turizm gelişimine önemli bir destek verdiği vurgulanmaktadır (Avcıkurt, 2017, s. 35).

Ayrıca bir bölgede turizm faaliyetlerinin başlaması ve devam etmesinde önemli olan paydaşlardan biri de doğrudan yerel halk tarafından seçilerek yetkilendirilen yerel yönetimlerdir. Yerel yönetimler bir bölgede turizm gelişimini kentsel büyüme için desteklemekte ve yerel halkı turizm gelişimini kabul etmeye yönlendirerek ikna edebilmektedir. Yerel yönetimler eliyle alınan kararlar daha çok siyasi nitelikli olup kentsel mekânların dönüştürülmesinde önemli bir güce sahip olmaktadır. Bununla birlikte yerel yönetimler buldukları yerde halkı temsil etmenin yanında merkezi yönetimin aldığı kararları kentsel büyüme için uygulayabilmektedir. Yani yerel halkın turizme yönelik tutumları ve çevresel davranışları yerel yönetimlerin faaliyetleri sonucunda da şekillenebilmektedir. Bu durum Büyüme Makinesi Teorisi ile açıklanabilmektedir.

Büyüme Makinesi Teorisi kentsel mekânın inşa edilmesinde siyasetin önemine ve merkezi yönetimin kararlarına vurgu yapmaktadır. Kentteki üretim yerlerinin konumları, vergi oranları, üretilen ürünlerin transferi ve pazarlanması gibi konular merkezi yönetimin kararıyla alınmaktadır. Ayrıca kentteki sübvansiyon alanları, demir yolu, hava yolu, kara yolu taşımacılığının desteklenmesi ve limanlar gibi konular kentin büyümesini etkilemektedir. Yerel halk tarafından seçilen yerel yönetimler büyüme için önemli bir rol oynamakta ve kentsel arazilerin dağıtılmasında belirleyici olmaktadır (Moloth, 1976, s. 312-313). Bunun yanında kentin büyümesinde çıkar sahibi olan yerel elitler (yerel iş adamları, emlak komisyoncuları, mülk sahipleri, arazi sahipleri vb.) kenti günlük yaşam için kullanan yerel halkı “büyüme, iş ve refah sağlar” mottosu ile ikna etmeye çalışmaktadır (Aydın ve Şentürk, 2016, ss. 373-374). Bu teori gelişme ve büyüme konusunda yerleşik çıkarların yönlendiği kent anlayışını ortaya koymaktadır. Turizm araştırmacıları bu teoriyi sosyal ve psikolojik değişimler karşılığında veya kalkınma ve gelişim politikalarına karşılık olarak belirlenen desteğin yerine bölgenin ekonomik olarak büyüme ve gelişmeyi arazi tahsisleri ve siyasi koalisyonlar yoluyla ele almaktadır. Kentte yaşanacak büyüme, doğal çevrede tahribat, konut fiyatlarında oluşan yükselme, vergi oranlarında artış, trafik sıkışıklığı, güvenlik sorunları ve doğal kaynakların tükenmesi tehdidine rağmen yerel elitlerin bir kısmı bunu arzu edilen bir amaç olarak görmektedir (Büyükkuru, 2019, s. 74).

Özetle turizm faaliyetleri doğal çevreye bağımlı olarak gelişebilmektedir. Turizm sektörünün bu özelliği turizmin devamlılığının sağlanması amacıyla doğal çevrenin tahrip edilmeden sürdürülebilir kullanımına odaklanmak gereklidir. Yine turizmin gelişmesinde ve sürdürülebilmesinde yerel halk büyük bir role sahiptir. Yerel halk genellikle turizmin sağladığı diğer olumlu etkilerden faydalanmak amacıyla kendi kaynaklarını feda edebilmekte ve turizme karşı olumlu tutumlar sergileyebilmektedir. Turistik alanların inşası için geniş alanlara ihtiyaç duyulduğu için yerel halk bazı durumlarda geniş tatil köylerinin, büyük otellerin yapılabilmesi için elinde bulundurduğu tarım alanlarını ya da mülklerini kısa vadeli kazançlarını düşünerek satabilmekte ve bu alanların turizm amaçlı kullanılmasını isteyebilmektedir. Fakat turizmin plansız ve kontrolsüz bir şekilde gelişmesi sonucunda bu alandaki doğal varlıklar zarar görebilmekte ve çevre kirlenebilmektedir. Nihayetinde ise bozulmuş çevre karşısında yerel halk hem kaynaklarını kaybetmiş hem de kirli bir çevrede kalmış olmaktadır. Bu nedenle yerel halkın çevresel bozulmanın önüne geçebilecek şekilde bilinçlendirilmesi ve turizmin planlı büyüme sürecine katılmış olması gerekmektedir. Yerel halkın beklentilerinin ve taleplerinin turizm gelişimiyle birlikte tespit edilmesi bölgede yaşanacak olası bozulmaların önüne geçebilecektir. Böylece yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının ve turizm faaliyetlerine karşılık çevresel fedakârlıkları ve tutumlarının tespit edilmesi önem arz etmektedir.

2.4. ALAN YAZIN TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde alanyazın taraması yapılarak araştırmanın değişkenlerine yönelik daha önce yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Alanyazın taraması kapsamında öncelikle

tüketim ve çevre ilişkisine, daha sonra da bireylerin çevresel tutumuna ve çevresel fedakârlıklarına yönelik çalışmalar incelenmiştir.

2.4.1. Tüketim ve Çevre İlişkisine Yönelik Yapılmış Çalışmalar

Teknolojik ilerlemede ciddi bir gelişim gösteren insanoğlu, insan-doğa ilişkisini yönetme konusunda zayıf kalmış ve her şeyi sömüren, tüketime yönlendirilmiş bir toplumsal yapı yaratmıştır. Bu yapı, bir yandan hem doğayı hem de insanı kontrol altında tutan bir yandan da çevre tüketimini sıradanlaştıran bir algı oluşturmayı hedeflemiştir. Kapitalist düzen yarattığı bu süslü dünyada insanın doğayı egemenliği altına almasına ve ona hükmetmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca bu tahakkümünü rasyonel bir şekilde sunmak için farklı araçlar geliştirmiş ve doğayı sömürmeyi toplumsal bir gerçeklik olarak belirlemiştir (Gül, 2013, ss. 18-19). Günümüzde tüketim davranışları çevre problemlerinin temel sebeplerinden biri olarak görülmektedir. Bunun yanında tüketim davranışları birçok kaynak gibi çevresel kaynaklarında israf edilmesinin önünü açmaktadır. Tüketim kültürünün hegemonyası altında kalan kapitalist ülkelerde tüketim; sosyalleşme, statü ve mutluluk göstergesi olarak kullanılmaktadır. Birçok nesnenin tükenmesi gibi doğal ve çevresel kaynaklarda bu tüketimden nasibini almaktadır. Çünkü tüketim kültürü ideolojisinin etkisinde kalan bireylerin çevreye bakış açıları değişmekte ve bireyler insan merkezci (antroposentrik) bir yaklaşıma sahip olmaktadır. Bunun yanında tüketim kültürü ideolojisinin etkisinde olmayan bireyler ise daha çok çevre merkezci (ekosentrik) anlayışa sahip olabilmektedir. Bu bağlamda bu başlık altında tüketim ve çevre ilişkisine yönelik araştırmalar hakkında bilgi verilmiştir.

Gagnon Thompson ve Barton (1994) tarafından gerçekleştirilen çalışmada bireylerin ekosentrik ve antroposentrik çevre anlayışlarının ve çevre sorunlarına karşı ilgilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Nicel yöntemler kullanılarak yapılan çalışmada Lagon Uluslararası Havalimanı'ndaki bekleme alanlarında bulunan 129 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre doğayı kendi başına değerli gören bireylerin çevreye yönelik ilgileri ve çevre koruma eğilimlerinin daha yüksek olduğu, buna karşılık doğayı insanlık için koruma inancı olan bireylerin ise çevreye yönelik daha fazla ilgisizlik ve daha az koruma davranışı eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.

Princen (1999) tarafından yapılan çalışmada tüketim ve çevre sorunlarını kavramsal olarak açıklamak amaçlanmıştır. Çalışmada tüketim farklı yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşımlara üretim ve tüketim ilişkisinin incelenmesi, ürün satın alınmanın yanında ürün kullanımı ve satın alma dışı kararların incelenmesi, tüm kaynakların tüketilmesi ve hangi riskler doğurduğunun açıklanması şeklinde bakılmıştır. Çalışmaya göre tüketimin kaynaktan uzaklaştıkça riskleri artırdığı ve maddi tedarik olarak görüldüğü vurgulanmıştır. Ayrıca tüketim ve çevre konusunun kişisel, analitik ve politik aktörler tarafından takip edilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Kortenkamp ve Moore (2001) çevresel sorunlara odaklanarak yaptıkları çalışmada antroposentrik ve ekosentrik çevre anlayışına yönelik sosyal ikilemleri araştırmayı amaçlamışlardır.

Nicel yöntemler kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada 175 katılımcıdan yanıtlar toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre ekolojik zararın çevreye ve vahşi yaşama etkisi hakkında bilgi sahibi olanların daha çok ekosentrik anlayışa sahip oldukları tespit edilmiştir.

Jorgenson (2003) tarafından yapılan çalışmada tüketim ve çevre sorunları ilişkisini modern dünya devletlerinin ekolojik ayak izi kapsamında tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışmada 208 ülke arasında konum, gelir eşitsizliği, kentleşme ve okuryazarlık oranları ile doğal kaynakların kişi başına tüketiminin ekolojik ayak izi üzerindeki etkisine bakılmıştır. Çalışmada aracı değişkenler olarak sırasıyla Gini Endeksi, kentleşme düzeyi, 15 yaş üstü nüfusun okuryazarlık oranları kullanılmıştır. Bu değişkenlerin ekolojik ayak izi üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yapısal eşitlik modelinden faydalanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ülke konumunun tüketim üzerinde en güçlü pozitif etkiye sahip olduğu ve bunu sırasıyla kentleşme ve okuryazarlığın izlediği, gelir eşitsizliğinin kişi başına tüketim üzerinde güçlü bir negatif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Christensen ve ark. (2007) Danimarka’da uygulanan tüketim ve çevre politikalarının sonuçlarını, politik önlemlerin çevresel etkilerini ve politikaların artan tüketimin arkasındaki dinamiklerini ele almada başarılı olup olmadığını değerlendirmek amacıyla çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada tüketimin gelişimi konut, ulaşım ve bilgi-iletişim teknolojisi alanındaki 20 yıllık süreç açısından incelenmiş ve sürdürülebilir tüketim politikasının başarıya ulaşp ulaşmadığı bu kapsamda değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bazı bölgelerde tüketimin çevresel etkilerinin tüketici odaklı çevre politikaları sayesinde özellikle hanelerin su tüketimini ve daha az oranda da hanelerin enerji tüketimini azalttığı tespit edilmiştir. Çevresel politikaların daha çok sosyal statü ile güçlü bir şekilde ilişkili olmayan ve genel ekonomik büyüme için büyük önem taşımayan, örneğin buzdolabı ve tuvalet gibi daha verimli teknolojilerle ikame edilmesiyle ilgili olduğu vurgulanmıştır. Buna karşılık araştırmaya göre çevresel politikaların enerji tüketiminin hızla arttığı ulaşım ve bilgi-iletişim teknolojileri alanında sınırlı kaldığı görülmüştür. Çünkü bu alanlar ekonomi ve bireyin sosyal statüsü için büyük önem taşımakta ve özellikle bilgi iletişim teknolojileri için hızlı ürün inovasyonu ile karakterize edilmektedir. Dolayısıyla Danimarka'nın tüketici odaklı çevre politikalarının tüketim artışı ve “normal tüketim” için yükselen standartları ele almada başarısız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hertwich (2011) tarafından yapılan çalışmada ürünlerin üretim ve atık bertarafını dikkate alarak tüketimden kaynaklanan çevresel etkilere ilişkin değerlendirmeleri gözden geçirmek amaçlanmıştır. Hane halkı tüketimini anlamaya odaklanan bu çalışmada OECD ülkeleri ve bazı gelişmekte olan ülkelerin tüketimlerinin değerlendirilmesi için girdi-çıkı analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yapılan incelemelerde çevresel baskılar ve tüketim faaliyetleri arasında önemli bir bağlantı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre konut ve gıdaya yönelik tüketimin bütün ülkelerde önemli olduğu, hızla gelişen ekonomilerde özellikle alt yapı ve binalara yapılan yatırımların

çevresel baskıları artırdığı tespit edilmiştir. Bunun yanında araştırmada ülkeler arasında üretim koşulları ve kirlilik yoğunlukları arasında önemli farklılıklar bulunmuştur.

Savaş (2012) tarafından yapılan çalışmada, tüketim toplumunun çevresel performans indeksi ve Türkiye'nin çevresel performansının indekse göre değerlendirilmesi ile tüketim toplumu ve çevre ilişkisi üzerinde durulmuştur. Çalışmada Türkiye'nin çevresel performansı 2010 ve 2012 yılı performans değerlemesine göre analiz edildikten sonra 2012 yılı performans değerlemesine göre beş kategoriye ayrılan ve her kategorinin başında yer alan ülkelerle Türkiye'nin karşılaştırmalı durumu grafiksel olarak ele alınmıştır. Araştırma sonucuna göre Türkiye'nin 2012 yılındaki Çevresel Performans Endeksi 109. sırada olup çevresel performansının iyi bir sırada olmadığı tespit edilmiştir. Sonuca göre tüketim kültürünün etkisiyle Türkiye'de de değişen tüketim kalıpları ve tüketilen nesnelere, ülkenin çevresel performansını düşürmektedir ve çevre sorunlarına yol açmaktadır.

Dasgupta ve Ehrlich (2013) tarafından yapılan çalışmada, bireylerin üretim, tüketim ve doğal çevrenin kullanımı konusunda aldığı kararların dışsallıkları (günümüz ve gelecekteki insanlar için hesaba katılmayan sonuçların) ortaya çıkarabileceğini vurgulamak amaçlanmıştır. Çalışmada, birleşik bir teorik çerçeve oluşturmak amacıyla tüketim ve yeniden üretim kararları ile doğal çevrenin kullanımındaki dışsallıkları tanımlamışlardır. Çalışmanın sonucuna göre piyasadaki dışsallıkların kendi kendini düzeltmediği, birkaç dışsallık kategorisine yerleştirilmiş temel unsurların, bağlantı noktasında işleyen sosyo-ekolojik süreçleri güçlendirdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle dışsallıkların ortadan kaldırılmasının küresel düzeyde toplu eylem gerektirdiği vurgulanmıştır.

Köroğlu (2013) tarafından yapılan çalışmada, tüketim kültürünün çevre üzerindeki etkileri ve buna bağlı olarak ortaya çıkan çevre sorunları üzerinde durulmuştur. Çalışmada ayrıca tüketimin bir kültür haline gelişiyle yaygınlaşan kullan-at mantığının çevre üzerinde yarattığı tahribata İslam dininin bakış açısıyla bakılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda bir kültür olarak doğan tüketimin aslında bir ihtiyaç giderme davranışı olarak insan için zorunlu olduğu ancak tüketim eyleminin haz ve doyum sağlamak için her şeyin bir nesne olarak görülmesinin çevre üzerinde tahribata yol açtığı ortaya konmuştur.

Erciş ve Türk (2016) tarafından yapılan çalışmada tüketici etiği ve çevre etiğinin etik tüketim üzerindeki etkisi ile tüketici etiğinin çevre etiği üzerindeki etkisini incelemek bunun yanında çevre etiğinin aracı, ekolojik okuryazarlığın tüketici etiği ve etik tüketim arasındaki ilişki üzerinde moderatör etkiye sahip olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma İstanbul'da 517 kişinin katılımıyla yüz yüze anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Analizler STATA paket programında yapılmış ve aracılık etkisi Sobel Test ile doğrulanmıştır. Analizler sonucunda değişkenler arasında pozitif ve anlamlı etki olduğu görülmüştür. Ayrıca çevre etiğinin aracılık etkisine, ekolojik okuryazarlığın moderatör etkiye sahip olduğu da tespit edilmiştir.

Sevinç ve Duran (2018) tarafından yapılan çalışmada bir kısır döngü haline gelen post-modern tüketim kültürü ve turizm uygulamalarına değinilmiş, deniz turizminin bir sonucu olarak dünyada hızla yayılmaya başlayan çöp adalar kavramsal çerçevede ele alınmıştır. Çalışmanın sonucuna göre postmodern tüketim kültürünün etkisiyle denizler ve kıyıların yoğun şekilde kullanılmasıyla kıyı alanlarının zarar gördüğü, denizlerdeki atık miktarının arttığı, çöp adaların oluştuğu ve doğal alanların bozulduğu vurgulanmıştır.

Barakazi (2019) tarafından yapılan çalışmada tüketim kültürü ideolojisiyle turizm tüketiminin değerlendirilmesinin yanı sıra çevreyi çarpık yapılaşma, düzensiz ve sistemsiz altyapı, kirlilik ve gürültü ile tahrip eden turizmin tüketim yoluyla insanlar üzerinde bıraktığı olumsuz etkiler tartışılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre tüketimin insan hayatında mutlak bir ihtiyaç olduğu ancak tüketim davranışları ile insanın gelecek yaşamını tehdit edecek yaklaşımlardan uzak durması gerektiği, aksi takdirde ekonomik, sosyolojik ve psikolojik yönden ilk olarak insanın tükeneceği vurgulanmıştır.

Özsoy ve Çini (2019) tarafından yapılan çalışma çevre politikalarının küresel hangi çevre anlayışına (antroposentrik ya da ekosentrik) yönelik hazırlandığını tespit etmek ve üretilen politikalarına karşılık çevre sorunlarının giderek artmasının sebeplerini araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda çalışmada 968 yılından başlayarak küresel olarak gerçekleştirilen konferanslar ve programlar incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre çevre problemlerinin çözülmesi ve doğanın korunması amacıyla üretilen küresel çevre politikalarının daha çok antroposentrik anlayışla hazırlanıp uygulandığı için çevrenin tüketiminin devam ettiği, çevre sorunlarının çözüme kavuşmadığı ve her geçen gün sorunların arttığı tespit edilmiştir.

Çelik ve Küçük (2020) tarafından yapılan çalışmada tüketim-kapitalizm ilişkisi incelenmiş, kapitalizmin tüketimi teşvik etmek için kullandığı alışveriş merkezleri, reklam ve moda araçları analiz edilmiş, tüketim toplumu ve çevre sorunları arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Çalışma kavramsal bir boyutla ele alınmış olup çalışmanın sonucunda toplumdaki tüketim kalıplarının değiştiği, tüketimin ihtiyaçları karşılamaktan ziyade bir haz duygusuyla gerçekleştiği, insanların bilinçsizce yaptığı tüketimlerin çevreye ciddi anlamda zarar verdiği, tüketim toplumunun doğal çevre üzerinde büyük tahribatlara yol açtığı ve bu zararların geri dönüşü olmayan şekilde gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Rülke ve ark. (2020) yerel halkın çevreye ilişkin algısını değerlendirmek ve doğa koruma anlayışlarını araştırmak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada nicel ve nitel yöntemlerden faydalanmışlardır. Nicel yöntem kapsamında 300 katılımcıya 6 bölüm 43 sorudan oluşan anket uygulanırken nitel yöntem kapsamında ise 100 katılımcıya görüşme tekniği uygulanmış ve 30 günlük saha gözlemi gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarına göre katılımcıların yüksek endemik biyolojik çeşitliliğin farkında olmasına rağmen hayvan yapısına yönelik aynı düzeyde farkındalığının olmadığını tespit etmişlerdir. Gözlem sonuçlarına göre ise katılımcıların %71'inin doğaya ve onun korunmasına karşı antroposentrik, %23'ünün ise ekosentrik bir bakış açısına sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Ayrıca araştırmada cinsiyetin ve eğitim düzeyinin doğaya ve doğanın korunmasına karşı bakış açılarını etkilediğini, daha düşük eğitim düzeyinde olumsuz etkiler gözlemlendiğini vurgulamışlardır.

Çiçek ve Korkmaz (2021) tarafından yapılan çalışmada doğa turizmine katılan bireylerin antroposentrik ve ekosentrik çevre yaklaşımlarının ve bunun yanında turistlerin doğa temelli turizm türlerinden hangisini tercih ettiklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmalarında nicel yöntemlerden faydalanarak anket tekniğini kullanmışlar ve bu kapsamda oluşturulan anketleri 285 katılımcıya uygulamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcıların çevre yaklaşımlarının ortalaması 4,13 olarak hesaplanmış ve katılımcıların daha çok ekosentrik (çevre merkezli) yaklaşıma sahip oldukları tespit edilmiştir. Bunun yanında katılımcıların çevresel yaklaşımlarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerinde farklılık göstermediği fakat yaş, eğitim düzeyi ve katılım durumuna göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Genel itibariyle bir tüketim etkinliği olan turizm faaliyetleri gelişim gösterdiği bölgede olumlu ve olumsuz bazı çevresel etkiler bırakabilmektedir. Ayrıca turizm, bireylerin ihtiyaçları kapsamında yaptıkları tüketim faaliyetlerinden daha farklı ihtiyaçlara yönelik oluşmaktadır. Yapılan tüketici araştırmaları tüketimin deneyimsel yönlerini oluşturan hayaller, duygular ve eğlence isteğinin tüketicilerin satın alma davranışını etkilediğini göstermektedir (Hirschman ve Holbrook, 1982; Mannell ve IsoAhola, 1987). Bireylerin turizme yönelik satın alma davranışları ise itme ve çekme faktörlerinden oluşmaktadır. İtme faktörleri içerisinde prestij, sosyal ilişkileri geliştirme, dinlenme, bilgi edinme ve rutinden kaçış gibi unsurlar bulunurken çekme faktörleri içerisinde doğal güzellikler, yeme-içme hizmetleri, konaklama ve ulaşım hizmetleri, eğlence olanakları, sportif etkinlikler ve alışveriş olanakları vb. unsurlar bulunmaktadır (Türkay ve Atasoy, 2021, s. 63). Bu faktörler bireylerin turizme daha fazla katılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla turizme yönelik artan talep turistik tüketimin artmasına ve doğal çevre üzerinde baskılar oluşturmasına sebep olmaktadır. Turistik tüketimden kaynaklı olarak doğal çevre üzerinde oluşan baskılar çarpık kentleşme, peyzajın bozulması, iklim değişikliği, fauna ve floranın tahribatı, çevresel aşınma, mimari kirlilik, su, hava, gürültü ve toprak kirliliği gibi etkilere yol açabilmektedir (Arıca ve Sönmez Gök, 2019, s. 347). Bu kapsamda bu başlık altında turistik tüketim ve çevre arasındaki ilişkiye yönelik de alanyazın taraması gerçekleştirilmiş ve bu kapsamda yapılan çalışmalar aşağıda sunulmuştur.

Sethna ve Richmond (1978) Virgin Adaları'nda yaptıkları çalışmada turizmden kaynaklı olarak suyun ve sahillerin zarar gördüğünü belirtmişlerdir. Pizam (1978), Cod Burnu'nda yaptığı çalışmada çöp artışında, hava ve su kirliliğinde turizmin etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Mathieson ve Wall (1982) yaptıkları çalışmada turizmden kaynaklı olarak araçların neden olduğu hava ve gürültü kirliliği, kanalizasyon suları ve zehirli atıkların çevreye olumsuz etkileri, mineraller, taşlar, fosiller ve arkeoloji ile ilgili araçların ortadan kaldırılması, toprak üzerinde meydana gelen kimyasal değişimler, hassas türlerin yerini daha dayanıklı türlerin alması, hayvanların turistler tarafından beslenmesiyle onların yeme alışkanlıklarının ve beslenme biçimlerinin değiştirilmesi, mercan ve midye gibi türlerin

hediyeye amaçlı toplanarak ekosisteme zarar verilmesi gibi etkiler üzerinde durmuşlardır. Sindiyo ve Pertet (1984) Kenya’da yaptıkları çalışmada turizmden kaynaklı olarak yerleşim yerlerindeki görsel etkiler ile bölgenin mimari görünüşünde yaşanacak değişimlere etki eden, türlerin yapısında ve sosyal davranışlarında değişime neden olan, hayvanların ve nesli tehlikede olan türlerin yok olmasına sebep olan etkiler üzerinde durmuşlardır. Lankford (1994), Oregon ve Washington’un Columbia River Gorge bölgesindeki 13 şehir ve altı ilçeyi turizm ve çevre ilişkisi açısından araştırmak amacıyla yaptığı çalışmada turizmin bölgede çöp ve atık problemlerine neden olduğunu tespit etmiştir. Evert (1999) tarafından yapılan çalışmada turistlerin hayvanların fotoğraflarını çekerek ve onların yuvalarını izleyerek habitatlarına zarar verebileceği üzerinde durulmuştur. Ayrıca turistlerin kullandıkları bisikletler, off-road araçlar, yürüyüş safarileri ve vahşi yaşamı izleme aktivitelerinin sonucunda ortaya çıkan gürültü nedeniyle hayvan habitatları üzerinde olumsuz etkiler yarattığı ortaya çıkmıştır. Doğanay (2003) yaptığı çalışmada Altındere Milli Parkı’nın yoğun rekreasyonel kullanımı ile milli park çevresindeki orman örtüsünün önemli ölçüde tahrip edildiğini, doğal dengenin bozulmasıyla özellikle yaban hayvanlarının yaşam alanlarının daraldığını ve parktaki doğu ladini ağaçlarına zarar veren *Dendroctonus micans* adlı bir böcek türünün ürediğini tespit etmiştir. Sunlu (2003) araştırmasında hem doğal hem de insan yapımı çevrenin kalitesinin turizm için gerekli olduğu sonucuna varmıştır. Ancak turizmin çevre ile ilişkisinin karmaşık olduğunu, olumsuz çevresel etkileri olabilecek birçok faaliyeti içerdiğini, bu etkilerin çoğunun yollar ve havaalanları gibi genel altyapıların ve tatil köyleri, oteller, restoranlar, mağazalar, golf sahaları ve marinalar dahil olmak üzere turizm tesislerinin inşasıyla bağlantılı olduğunu tespit etmiştir. Turizm gelişiminin olumsuz etkilerinin, bağlı olduğu çevresel kaynakları kademeli olarak yok edebildiği de ortaya çıkmıştır. Lacitignola ve ark. (2007) turizm ve ekosistem kalitesi arasındaki etkileşime odaklanmış, iki ana turist tipolojisini –kitle ve eko-turist– ayırt etmiş ve ekosistem mal ve hizmetleri açısından ekosistem kalitesini dikkate alarak zamana bağlı bir işlevle ve çatallanma parametresi olarak kullanılacak turistik alanın bozulma katsayısını tanımlamıştır. Genel sonuçları ve sistem dayanıklılığını, sürdürülebilir turistik destinasyon yönetimine etkilerini dikkate alarak ortaya koymaya çalışmıştır. Hayır ve Demir (2008) Sapanca köylerinde yaptıkları çalışmada köylülerin yazlıkçılara topraklarını satarak ellerinden çıkardıkları ve ellerine geçen parayı kısa sürede tüketerek maddi olarak zor duruma düştüğünü belirlemiştir. Araştırmaya göre köylerde hızla gelişen tatil evleri yapılaşmayı artırarak yeşil alanların azalmasına, doğanın tahribatına ve ekosistemin bozulmasına neden olmuştur.

Alpaslan ve Ortaçşeme (2009) tarafından yapılan çalışmada turizm hareketlerinin başladığı 1980’li yıllardan günümüze kadar geçen süreçte Side-Manavgat kıyılarında görülen fiziksel arazi kullanım değişimleri araştırılmış, bölgenin ekolojik ve ekonomik sürdürülebilirliği için kıyı yönetimi ve planlamasına yönelik öneriler geliştirilmiştir. Araştırmaya göre Manavgat-Side kıyıları bölgede turizm gelişimine paralel olarak 1990 yılından itibaren önemli derecede nüfus artışına neden olmuştur. Bu nüfus artışı beraberinde fiziksel alan ve altyapı ihtiyacını getirmiş olup kıyıda bulunan tarım ve

orman alanları, kentsel ve turizm yerleşimlerine dönüşmüştür. Manavgat ilçe merkezi nüfusu 1970 yılında 11.787 iken otuz yılda yaklaşık 6 kat bir artışla 2000 yılında 71.679'e yükselmiştir. Manavgat ilçesinin kentsel büyüme endeksi de 1950'lerde 100 iken 1990'da 270'e yükselmiştir. Türkiye ve Antalya'nın kentsel büyüme endeksleri 1990 yılında sırasıyla 156 ve 218 olarak gerçekleşmiştir. Manavgat'ın bu şekilde Türkiye ve Antalya'nın üstünde bir kentsel gelişme göstermesi bölgedeki doğal ve tarihi kaynaklar üzerinde bir baskı yaratmaktadır. Çakır ve Çakır (2010) yaptıkları çalışmada turizm sektöründe yer alan konaklama işletmelerinin su kaynaklarını hem yüzme havuzlarında hem golf sahalarında hem de misafirlerin kullanım alanlarında kullandıklarını belirterek otellerin toplam suyun %45-50'sinin otel odalarında tüketildiğini ve otel odasında kullanılan suyun %56'sının duş veya banyoda, %25'inin tuvalette, %9'unun lavaboda ve %10'unun temizlemede kullanıldığını vurgulamışlardır. The Global Development Research Center (2018) yayınladığı raporda Karayipler'deki yolcu gemilerinin her yıl 70 bin tondan fazla atık ürettiğinin tahmin edildiğini, Florida'dan Fransız Guyanası'na uzanan Geniş Karayip Bölgesi'nde gemi atıklarının yaklaşık %77'sinin yolcu gemilerinden geldiğini, bir yolcu gemisinde kişi başı 3,6 kg çöp üretildiğini belirtmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en popüler 10 dağlık milli parkın ziyaretçi sayısı 12 kat artmıştır. Avrupa Alpleri'ni 100 milyon kişi turizm amaçlı ziyaret etmektedir. Hint Himalayaları'nı her yıl 250 binden fazla hacı ve 25 bin yürüyüşçü ziyaret etmektedir. Bu alanların yoğun bir şekilde kullanılması ve ziyaretçi sayısının artması bölgelerde su ve toprağın kirlenmesine neden olmaktadır. Ehigiamusoe (2020), 31 Afrika ülkesinde turizmin çevresel bozulma üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yaptığı çalışmada değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisini araştırmak için Pedroni, Johansen-Fisher ve Westerlund panel eşbütünleşme testlerini kullanmıştır. Araştırmaya göre Afrika ülkelerinde turizmin çevresel bozulma üzerinde U şeklinde doğrusal olmayan bir etkiye sahip olduğu, özellikle turizmin ilk evrelerinde çevresel bozulmayı azalttığı ama turizm yoğunlaştıkça çevresel bozulmaların şiddetlendiği sonucuna ulaşılmıştır.

2.4.2. Çevresel Tutuma Yönelik Yapılmış Çalışmalar

Liu, Sheldon ve Var (1987) tarafından yapılan çalışmada yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarına odaklanılmıştır. Çalışma Havaii, Kuzey Galler ve İstanbul'da ayrı ayrı yürütülen 3 vaka çalışmasından oluşmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre turizmin çevre üzerindeki etkisinin coğrafi konum ya da olgunluk seviyesi fark etmeksizin bölge halkı tarafından hissedildiği tespit edilmiştir. Ayrıca turizm endüstrisinin daha olgun olduğu bölgelerde yaşayan sakinlerin hem olumlu hem de olumsuz çevresel etkilerin daha fazla farkında oldukları da ortaya çıkmıştır.

Kavallinis ve Pizam (1994) tarafından yapılan çalışmada Yunanistan'ın Mikonos adasında turizmin olumsuz çevresel etkilerine yönelik yerel halkın, girişimcilerin ve turistlerin algılarının araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada Mikonos'un başkenti Hora'da yerel halk, girişimciler ve turistlerden oluşan 115 kişiyle çalışma yürütülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına göre turistler, turizmin olumsuz çevresel etkilerinden hem yerel halkı hem de girişimcileri kendilerinden daha sorumlu olarak

görüyoruz hem girişimciler hem de yerel halk çevresel etkileri turistlerden daha düşük olarak algılamışlardır. Ayrıca yerel halkın kendisi de dahil olmak üzere araştırma grupları turizmin olumsuz çevresel etkilerinin yaratılmasından yerel halkı sorumlu tutmuşlardır.

Green (2005), Tayland'ın Koh Samui adasındaki küçük bir kasabada yaşayan topluluk üyelerinin, turizm ve turizmle ilgili gelişmeler nedeniyle hızla değişen çevre ve sosyal ilişkiler bağlamında günlük mekanları nasıl algıladıklarını araştırmıştır. Öncelikle yerel çevresel ortamları tanımlamak için en fazla değişime uğramış çevresel alandan nispeten daha az değişmiş olanlara doğru bir sıralamanın izlendiği projektif bir haritalama tekniği kullanılmıştır. Daha sonra bu alanlar fotoğraflanmıştır. Yerel halka fotoğraflanmış alanların kendi toplumları için uygun olup olmadığı sorulmuştur. Yerel halkla yapılan görüşmelerin sonucuna göre yerel halkın yaşadıkları çevreyi altı çevresel özellik türüne ayırdığı görülmüştür. Bunlar; yerel halk için kültürel ve sosyal öneme sahip turistik olmayan binalar, turistik işletmeler ve konaklama alanları, turizmin gelişmesinden kaynaklı sosyo-çevresel problemler, sosyal problemlerle ilgili turistik imkanlar, yerel halk için önemli su kaynakları ve bozulmamış doğayı temsil eden yerlerdir. Sonuç olarak turizmin hızlı bir değişimin katalizörü olduğuna vurgu yapılmıştır.

Amuguandoh (2010) Gana'daki Bosomtwe Gölü Havzası'nda yaşayanların turizmin fiziksel etkilerine ilişkin algılarını araştırmak amacıyla yaptığı çalışmada 660 kişiden oluşan bir katılımcı grubuyla çalışmayı gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucuna göre yerel halkın turizmin olumsuz çevresel etkilerini daha az kabul ettiğini, gölün kirliliği de dahil olmak üzere bu olumsuz etkilerin ortaya çıkmasında turizmin etkili olduğuyla ilgili bir belirsizlik veya şüphe ifade ettiklerini tespit etmiştir.

Dal (2008) Kuşadası'nda gerçekleştirdiği çalışmada özellikle arazi kullanımı üzerinde turizmin etkilerini ve yerel halkın tutumunu belirlemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda 125 kişiyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda yöre halkının Kuşadası'nda turizmin çevresel etkileri konusunda olumsuz bir tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

Wang ve Yamamoto (2009) Pekin Bölgesi'nde yerel halkın tabiat koruma alanları ve doğal kaynaklara ilişkin tutum ve katılım algısını belirlemeye çalışmıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılarak verilere ulaşılmış ve yapısal eşitlik modeliyle birlikte varyans analizi yapılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre yerel halkın çoğunluğunun olumlu tutumlara sahip olduğu ve bu kaynakların yönetimine katılma niyetinde olduğunu tespit etmişlerdir.

Konstantaki ve Wickens (2010) yerel halkın Londra 2012 Olimpiyat Oyunları ile ilgili çevre ve güvenlik sorunlarını araştırmayı amaçladıkları çalışmalarını 100 kişilik bir katılımcı grubuyla gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucuna göre 2012 Olimpiyat Oyunları'nın yerel halk tarafından ezici bir çoğunlukla desteklendiği ve Londra'nın ev sahibi şehir olmasından dolayı yerel halkın ulusal bir gurur ve heyecan duygusuyla dolduğu tespit edilmiştir. Ancak bulgular, 2012 Oyunlarının çevresel

etkilerine ilişkin algılarında yaş grupları arasında farklılıklar olduğunu da ortaya koymuştur. Grup B kirlilik, trafik sıkışıklığı ve park yeri mevcudiyeti ile ilgili olarak Grup A'ya kıyasla sürekli olarak daha olumsuz tutumlara sahipken her iki grup da ulaşım sisteminin yetersizlikleri konusunda eşit derecede endişeli olduklarını belirtmişlerdir.

Sirivongs ve Tsuchiya (2012) yerel halkın ulusal korunan alanlara yönelik algı, tutum ve katılımını inceledikleri araştırmayı Lao PDR'nin merkezindeki Phou Khao Khouay Ulusal Koruma Alanı'nın güney çevresinde dört köyde yaşayan 405 hane ile gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucuna göre yerel halkın Ulusal Koruma Alanına karşı olumlu algı ve tutumlara sahip olduğu ve tutumun katılım üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Ojong ve ark. (2013) tarafından yapılan çalışmada Cross River Milli Parkı ve Okwangwo bölgesinde yaşayan yerel halktan iki ayrı topluluk seçilmiş ve 250 kişiye anket yapılmıştır. Yapılan bu çalışmanın bulgularına göre bölgede yaşayan yerel halkın ekoturizm algısının düşük, ekoturizm bilgi ve bilincinin ise zayıf olduğu sonucuna varmışlardır. Ankete katılan yerel halkın ekoturizm konusunda kayıtsız kaldığı ortaya çıkarken yerel halka ekoturizm konusunda eğitim verilmesine yönelik öneri sunulmuştur.

Deng ve ark. (2015) tarafından yapılan çalışmada yerel halkın yaşadığı bölgedeki doğal kaynaklara yönelik algı ve tutumlarını araştırmak amaçlanmıştır. Baimaxueshan Ulusal Doğa Parkı'nın çevresindeki üç köyden 36 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre yerel halkın doğal kaynaklara yönelik olumlu tutumlara sahip oldukları tespit edilmiştir. Bunun yanında araştırma sonuçlarından yerel halkın tutumlarını cinsiyet, ailede bu alanda çalışan birinin olup olmadığı ve alana yakınlıklarının olması gibi ana faktörlerin etkilediği elde edilmiştir.

Cheng ve ark. (2019) çalışmasında yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumlarını ve çevresel sorumlu davranışları üzerindeki güçlü aracılık etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Tayvan'daki 5 eko-turizm topluluğundan 362 yerel halkla yapılan bir anketi kullanarak tutum, topluluk katılımı ve çevresel sorumlu davranış arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumlarının hem katılımı hem de çevreye duyarlı davranışı önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halkın toplum katılımının derecesi de çevreye karşı sorumlu davranışı olumlu yönde etkilemektedir.

Akkuş ve Yordam (2021) yerel halkın milli parklara yönelik olarak çevresel kimlik, çevresel tutum ve çevresel katılımı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada anket tekniğinden faydalanmışlar ve bu kapsamda 399 katılımcıya anket uygulamışlardır. Yapısal eşitlik modellemesi kullanarak verilerin analizinin gerçekleştiği araştırma sonuçlarına göre çevresel kimliğin çevresel tutumu, çevresel tutumun da katılımı güçlü bir şekilde pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bunun yanında yerel halkın doğa derneklerine üyelik durumu, doğal alanları ziyaret sıklığı

ve ildeki ikametgâh sürelerinin çevresel kimlik, çevresel tutum ve katılım boyutlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Baltacı (2021) bir turizm destinasyonunun sürdürülebilir gelişim sürecinde yerel halkın davranışsal rolünü ve bu role etki eden faktörleri belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada yerel halktan oluşan 450 kişilik katılımcı grubuyla araştırmayı gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda yerel halkın çevresel tutumlarının, davranışsal rolleri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yerel halkın, Alanya’da sürdürülebilir turizm gelişimini de (STG) desteklediği tespit edilmiştir. Yerel halkın davranışsal rollerini sergileme derecesi ve çevreye yönelik tutumlarının bir model dahilinde sürdürülebilir turizm gelişim sürecine verdikleri destek üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

2.4.3. Çevresel Fedakârlığa Yönelik Yapılmış Çalışmalar

Fedakârlık kişisel çıkarların söz konusu olmadığı durumlarda başka birinin ya da başka bir şeyin refahına yönelik olarak hareket etmektir. Kişisel ve kolektif çıkarlar arasında ikiliklerin ortaya çıkabileceği alanlardan biri de turizm faaliyetleridir. Turizm faaliyetleri sırasında ortaya çıkan olumsuz çevresel etkiler yerel halk tarafından ekonomik ya da sosyal kazançlar söz konusu olduğunda görmezden gelinebilirken herhangi bir kazancın olmaması durumunda rahatsızlık uyandırabilmektedir. Bununla birlikte turistlerin çevresel uygulamaları da seyahat sürecinde değişiklik gösterebilmektedir. Normal yaşantısında çevreye duyarlı olan turistler tatile çıktıklarında bu uygulamaları azaltabilmektedir (Doran ve Hanss, 2022). Bu kapsamda araştırmada ele alınan değişkenlerden biri olan çevresel fedakârlık konusunda yapılan araştırmalar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

Popp (1999) tarafından yapılan çalışmada bireylerin çevresel koruma kararı verirken gelecek nesillerin çevresel kaliteden elde edecekleri değeri göz önünde bulundurma konusundaki fedakârlık düzeylerini tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında nicel yöntemlerden faydalanılarak 1016 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmada bireylerin çevresel koruma konusunda kendi çıkarlarını önemsemedikleri, güçlü fedakârlık düzeyi ve bireyin hem kendi hem de gelecek nesillerin çıkarını önemsedikleri zayıf fedakârlık düzeyine odaklanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre bireylerin daha çok zayıf fedakârlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Davis ve ark. (2011) tarafından yapılan çalışmada çevreye bağlılığın öngörücüleri (memnuniyet, yatırım, alternatifler) ile çevreye bağlılığın sonuçlarını (ekolojik davranış ve çevre için fedakârlık yapma isteği) içeren bir çevreye bağlılık modeli oluşturulmuştur. Ayrıca çalışmada ekolojik davranışın ve çevre için fedakârlık yapma isteğinin yordayıcılarını incelemek de amaçlanmıştır. Nicel yöntemlerden yararlanılarak yapılan çalışma Virginia Commonwealth Üniversitesi’nde öğrenim gören 248 lisans öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre çevreden duyulan memnuniyet ve çevreye yapılan yatırımların çevreye daha fazla bağlılıkla ilişkili olduğu tespit edilmiş ve bu, ekolojik davranışın ve çevre için fedakârlık yapma isteğinin güçlü bir yordayıcısı olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte çalışmada çevreye bağlılığın, bireylerin çevreyle ilgili memnuniyetlerinin ve çevreye

yaptıkları yatırımların, geçmiş ekolojik davranış raporları ve çevre için fedakârlık yapma isteği üzerindeki etkilerine kısmen aracılık ettiği tespit edilmiştir.

Chen ve Zheng (2016) tarafından yapılan çalışmada Çin, Japonya ve Güney Kore’de yaşayan insanların çevre bilincini çevresel fedakârlıkları perspektifinden açıklamak amaçlanmıştır. Çalışmada Norm Aktivasyon Teorisi kullanılarak nicel yöntemlerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan anket Japonya’da 47 ilde 894 kişiye, Güney Kore’de Jeju Adası’nda 1002 kişiye ve Çin’de Beijing Eyaleti’nde 1000, Hangzhou Eyaleti’nde 1002 kişiye uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Çinlilerin özellikle Pekin vatandaşlarının çevre için fedakârlık yapma eğilimine sahip olduğu, Japonların çevre için fedakârlık yapma eğilimlerinin düşük olduğu ve Güney Korelilerin ise Çinliler ve Japonlar arasında bir eğilime sahip olduğu tespit edilmiştir.

Knez (2016) tarafından yapılan çalışmada çevre dostu davranış, egoizm ve fedakârlığın iklim değişikliği üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında nicel yöntemlerden yararlanılarak İsveç’in Göteberg şehrinde yaşayan 773 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre iklim değişikliğiyle ilgili egoizm ve fedakârlık değer yönelimlerinin çevre dostu davranışları önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir.

Pande (2016) tarafından yapılan çalışmada stajyer öğretmenlerin fedakârlık düzeylerinin çevreye yönelik tutumları etkileyip etkilemediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında nicel yöntemlerden yararlanılarak RIE Bhopal’de öğrenimlerine devam eden 72 öğrenciye anket uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre çevresel tutumlar ile fedakârlık düzeyleri arasında pozitif bir korelasyon olduğu, farklı eğitim geçmişine sahip stajyer öğretmenlerin özgeci davranışları arasında anlamlı bir fark olmadığı ve yine farklı eğitim geçmişine sahip stajyer öğretmenlerin çevreye yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Octavia ve ark. (2018) tarafından yapılan çalışmada fedakârlık yapma isteğinin çevre yanlısı davranış üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır. Nicel yöntemlerden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmada Jakarta’da yaşayan 21-65 yaş arasındaki 332 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre Jakarta vatandaşlarının çevre yanlısı davranışlarında fedakârlık yapma istekliliğinin önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir.

Atay ve ark. (2019) tarafından yapılan çalışmada Kapadokya/Göreme Milli Parkı’na gelen ve sıcak hava balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre endişeleri, çevresel fedakârlıkları, sübjektif ve kişisel normları, yer tutumu algıları ile çevre dostu davranışları ve çevreci satın alma davranışları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek için kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modeli (PLS-SEM) kullanılmıştır. Nicel yöntemlerden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmada Kapadokya/Göreme Milli Parkı’na gelen ve sıcak hava balonuna binmeyi tercih eden 386 rekreasyon katılımcısına anket uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre

rekreasyoncuların sübjektif normları ve çevresel fedakârlıklarının çevre dostu davranışı önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir.

Kim ve Stepchenkova (2019) tarafından yapılan çalışmada turistlerin özgeci (fedakârlık) değer ve tutumlarının çevreye duyarlı davranış ve destinasyon sadakati üzerindeki varsayılan etkilerini test etmek amaçlanmış ve bu kapsamda değer-tutum-davranış modeli kullanılmıştır. Çalışmada nicel yöntemlerden yararlanılarak Jeju Adası'nı ziyaret eden 287 Güney Koreli turiste anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre doğa temelli turizm bağlamında özgeci (fedakârlık) değerlerin, tutumların ve çevre bilgisinin önemli bir rolü olduğu tespit edilmiştir.

Klösch ve ark. (2021) tarafından yapılan çalışmada bir kriz sürecinde bireylerin çevreye yönelik fedakârlık yapma düzeylerini tespit etmek amaçlanmıştır. Nicel yöntemlerden yararlanılan çalışmada Covid-19 krizinin ilk dalgasında Avusturya'da bulunan 2018 kişiye çevrimiçi olarak anket uygulanmıştır. Araştırmada ilk olarak demografik değişkenlerin fedakârlık isteği üzerindeki etkisine bakılmıştır. Buna göre siyasi tutum bakımından sol görüşlü olanların çevresel fedakârlıklarının yüksek, eğitim düzeyi düşük olanların üniversite mezunu olanlara göre çevresel fedakârlıklarının düşük ve hane geliri daha yüksek olan bireylerin çevresel fedakârlıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İkinci olarak krize ilişkin değişkenlerin çevresel fedakârlık üzerindeki etkisi incelenmiş ve bu değişkenlerin çevresel fedakârlığı önemli düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Üçüncü olarak ise Inglehart'ın postmateryalizmi, Schwartz'ın Değer Teorisi'nin unsurları (evrenselcilik ve iyilikseverlik), çevresel endişe ve iklim değişikliğinin kökenine ilişkin bir soru eklenmiştir. Inglehart'ın postmateryalizmi fedakârlık yapma isteği üzerinde hiçbir etkiye sahip değilken Schwartz'ın evrenselcilik ve iyilikseverlik maddelerinin anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Evrenselciliğin güçlü bir pozitif etkisi, iyilikseverliğin negatif bir etkisi bulunmaktadır. Son olarak bu değişkenler birlikte değerlendirildiğinde etkiler değişmekte ve hastalanma korkusu artık önemli olmazken ekonomik zorluk korkusu önemli olmaya devam etmekte ve bu korkunun son modeldeki en güçlü yordayıcılardan biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Reyes (2021) tarafından yapılan çalışmada İskandinavya Bölgesi'nde çevre için ekonomik fedakârlık yapma isteğinin üç boyutunu (daha yüksek fiyatlar ödemek, daha yüksek vergiler ödemek, çevreyi korumak için yaşam standartlarını düşürmek) farklı katılımcılar açısından değerlendirmek amaçlanmıştır. Bunun yanında çalışmada çevre için ekonomik fedakârlık yapma istekliliğinin düzeyi ve bu tutumları etkileyen faktörler arasındaki farklılıklar araştırılmıştır. Çalışmaya Danimarka (1305), Finlandiya (1211), İzlanda (798), Norveç (1382) ve İsveç (1181) ülkeleri dahil edilmiştir. Çalışmada Uluslararası Sosyal Araştırma Programı'nın (ISSP) çevre modülünden alınan veriler (N = 5877) kullanılmış, parametrik olmayan istatistiksel testler ve çok değişkenli lojistik regresyon yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre İskandinav ülkelerinde çevre için fedakârlık yapma istekliliğinin Batı Avrupa ve diğer AB ülkeleri ile kıyaslandığında daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada diğer tüm etkenler sabit kalmak kaydıyla hükümete karşı daha yüksek kurumsal güven,

çevresel konulara ilişkin genel endişe, 'paraya mal olsa ve zaman alsa bile doğru olanı yap' yönündeki çevresel tutum, çok taraflılığa onay, post-materyalizm, algılanan tehlikeler, ülkelerinin enerji güvenliği için güneş, rüzgar, su enerjisini tercih etme, çevre dostu kamusal davranışlarda bulunma, özel tüketici davranışlarına katılma, aşırı sol (komünist vb.), sol, merkez sol siyasi yönelime sahip olma ve daha yüksek kendine özgü sosyoekonomik statü gibi etmenlerin fedakârlık isteği üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Xu ve ark. (2021) Çin'de yaşayan yerel halkın çevresel endişe, fedakârlık ve çevre dostu davranışları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada bireylerin çevre dostu davranışlarını bireysel, örgütsel ve politik düzeyde ölçen bir anket formu hazırlamışlardır. Çalışma kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden faydalanarak çalışmalarını 603 katılımcı ile tamamlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre insan merkezci anlayışa sahip bireylerin bireysel ve örgütsel düzeydeki çevre dostu davranışlarının olumsuz, çevre merkezci anlayışa sahip bireylerin ise bireysel düzeydeki çevre dostu davranışlarla ilişkisinin olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında çalışmada bireylerin fedakâr davranışlarının çevre dostu davranışları ile olumlu yönde bir ilişkisinin olduğu fakat sosyo-ekonomik göstergelerin bireysel düzeyde çevre dostu davranışları olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum bireylerin yaşam standardı yükseldikten sonra çevre dostu davranışlarını devam ettirecekleri konusuna şüpheli yaklaşılması gerektiğini düşündürmektedir.

Doran ve Hanss (2022) tarafından yapılan çalışmada turistlerin çevre dostu seyahat beklentilerinin bireysel seyahat kararları üstündeki ve bireylerin iş birliği beklentisinin çevresel fedakârlıkları üstündeki etkisini açıklamak amaçlanmıştır. Nicel yöntemlerden faydalanılan çalışmada Norveç'in Bergen şehrindeki 771 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre bireylerin iş birliği beklentisinin çevre için fedakârlık yapma istekliliğine açıklayıcı bir değer kattığı ayrıca bireylerin iş birliği beklentisi ile çevre için fedakârlık yapma istekliliği arasındaki ilişkiye kolektif yeterlilik ve öz yeterliliğin sıralı olarak aracılık ettiği tespit edilmiştir. Bunun yanında çalışmada turistlerin diğer turistlerin de kendi paylarına düşen katkıyı yaptığına inanmaları durumunda çevre dostu bir şekilde seyahat etmeye daha meyilli görüldükleri sonucuna ulaşılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada yöntem kısmının uygulanma süreçlerine başlanmadan önce araştırmayı etik kurallar çerçevesinde tamamlamak amacıyla etik kurul izni alınmıştır. Bu kapsamda Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşerî İlimler Etik Kurulu 26.09.2023 tarih ve 209 sayılı kararı ile araştırma etik açıdan uygun bulmuştur. Etik kurul kararı sonrasında araştırmanın yöntem bölümü üzerinde çalışılmaya başlanmıştır.

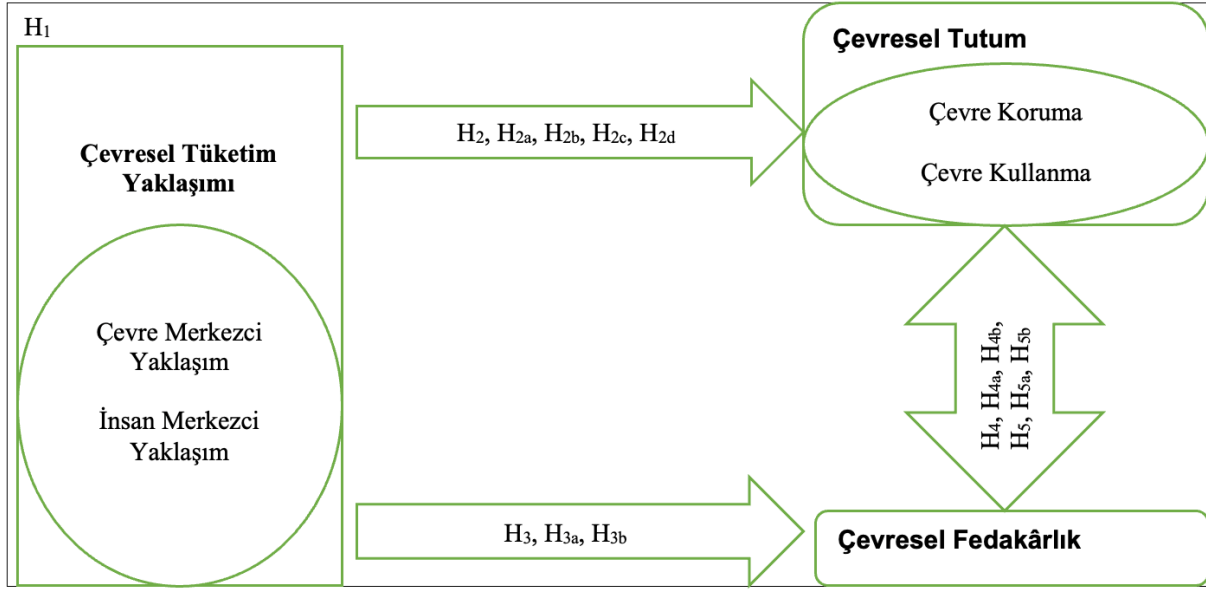
Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın gerçekleştirilmesi sürecinde başvuru yöntemine ilişkin bilgiler verilmektedir. Buna yönelik olarak araştırmanın modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama araçları, pilot uygulama ve veri toplama süreci, veri analiz teknikleri ile veri hazırlama sürecine ilişkin bilgiler aktarılmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma deseni (modeli), araştırmanın sorularını cevaplamak ya da hipotezlerini test etmek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen bir plandır. Araştırma modeli, araştırma amacına uygun ve ekonomik olarak, verilerin toplanması ve çözümlenmesi için gerekli koşulların düzenlenmesidir (Karasar, 2014, s. 76). Araştırma modeline karar verilirken araştırmanın problemine uygun bir çözüm önerisi sunan tekniği ve yolu seçmek, verilerin nesnel bir şekilde toplanmasını sağlayacak teknikte karar kılmak ve geçerli bir bilgiye ulaşabilmek önemlilik arz etmektedir. Bu nedenle araştırmanın modeli amaca ulaşmayı sağlayacak etkin bir çalışma modeliyle belirlenmeli ve çalışma alanı ile verilerin analizinden ayrı tutulmalıdır (Erkuş, 2013, s. 94).

Karasar (2014), araştırma modellerini tarama modelleri ve deneme modelleri olmak üzere iki başlık altında incelemektedir. Tarama modeli, geçmişte ya da şu anda var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi tanımlamaya çalışan model iken, deneme modeli araştırma değişkenleri arasındaki neden-sonuç ilişkilerini belirlemek amacıyla gözlenmek istenen verilerin üretildiği bir modeldir. Genel tarama modelleri yalnızca bir değişkenin incelendiği tekil tarama modeli veya birden fazla değişkenin arasında bulunan ilişkinin belirlenmesi amacıyla incelendiği ilişkisel tarama modelleri olarak gruplandırılmaktadır (Büyüköztürk ve ark., 2014, s. 178). Tarama modelleri kullanılarak gerçekleştirilen araştırmalarda veri toplama ve kontrol gücü yaşama gibi sınırlılıklar oluşabilmektedir. Geçmişte yaşanan bir olaya ya da nesneye ilişkin veri ve kanıt bulunulabilmesinin zor olması, kanıt bulunması durumunda da araştırmacının amacından sapma durumu mümkün olmaktadır. Verilerin herhangi bir yolla bulunması durumunda, araştırmacının katılımcılardan elde ettiği verileri hangi değişkenler ile kontrol etmesi gerektiği belirsiz olduğu için neden sonuç ilişkisine göre yorumlamanın yanlış olabileceği ifade edilmektedir (Karasar, 2014, s. 77). Tarama modelleri içerisinde bulunan ilişkisel tarama yöntemi olgunun oluşmasına zemin hazırlayan faktörlerin aralarındaki ilişkisini ve bunlar arasında olgunun gerçekleşmesine neden olanların belirlenmesi için çalışılan bir yöntemdir. Bu nedenle ilişkisel tarama yöntemi nedensel araştırmalar içerisine dahil edilmemektedir (Sekaran, 2002, s. 100).

Araştırmanın temel amaçlarından biri olan “Tüketim kültürünün etkisiyle yerel halkın çevreyi tüketme eğilimi nedir?” sorusu ile bu araştırma sorusundaki etkide yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumu ile çevresel fedakârlığının olup olmadığını test etme durumu göz önünde bulundurulduğunda genel tarama modellerinden ilişkişel tarama modelinin kurulmasının uygun olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda oluşturulan araştırma modelinin simgesel gösterimi Şekil 3.1’de sunulmaktadır.



Şekil 3.1. Araştırma Modelinin Simgesel Olarak Gösterimi

3.2. Evren ve Örneklem

Evren, bir araştırmada toplanması istenilen verilerin analizinin yapılmasıyla elde edilecek olan sonuçların geçerli olduğu ve yorumlandığı canlı cansız varlıklardan oluşan bir gruptur (Büyüköztürk ve ark., 2014, s. 80). Evren, genel evren ve çalışma evreni olmak üzere iki grupta incelenebilmektedir. Genel evren, ulaşılması güç tanımlanması kolay olan bir grup olarak soyut bir kavrama karşılık gelmektedir. Bununla birlikte hakkında bazı genellemelerin yapılabileceği yapı ise çalışma evrenini ifade etmektedir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 31). Evren içerisinden o evreni temsil edebilme yeterliliğine sahip olduğu kabul edilen bazı kurallara göre seçilen küçük bir gruba ise örneklem denilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s. 70). Örneklem, olasılık kuramında türetilen pratik bir araştırma aracı olarak belirli özelliklerin evrende normal dağıldığı ilkesine dayanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.129).

Bu araştırmanın evrenini, 2023 yılında Kütahya ilinde ikamet eden 15 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin sayısal tespitini yapmak amacıyla 2023 yılı Türkiye İstatistik Kurumu raporları içerisinde bulunan Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçları esas alınmıştır. Araştırmanın örnekleminin belirlenmesi sürecinde 2023 yılı Adrese Dayalı Nüfus Sistemi sonuçlarının kullanılması sebebiyle örneklem hesaplaması da 2023 yılı verilerine göre gerçekleştirilmiştir. Buna

göre 2023 yılında Kütahya’da ikamet eden toplam nüfus sayısı 575.674’tür. Bu sayıdan 0-15 yaş arasında bulunan kişiler çıkarıldığında 481.772 kişi kalmaktadır. Bu nedenle araştırmanın evrenini Kütahya ilinde 2023 yılında yaşayan 481.772 kişi oluşturmaktadır. Fakat araştırmanın evrenini oluşturan bu bireylerin her birine ulaşmanın zaman, emek ve maliyet açısından neredeyse imkânsız olması sebebiyle olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, evren içerisinde seçilecek olan örnek grubun araştırmacının genel yargılarına göre belirlenen tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örnekleme yönteminde verilerin evren içerisinde en hızlı, kolay ve ekonomik bir şekilde toplanması sağlanmaktadır (Haşiloğlu ve ark., 2015, s. 20). Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında birim sayısı 10.000’den fazla olan evrenler için aşağıdaki formülden yararlanılabilmektedir. (Ural ve Kılıç 2013, s. 45).

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

n: Örneklem büyüklüğü (örnekleme dahil edilecek birey sayısı)

σ : Standart sapma değeri (0.5)

d: Etki büyüklüğü-Örnekleme hatası (+/-0,05)

Z: Belirli bir anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer (0,05=%95=1.96)

$n=0.52 \cdot 1.962 \div 0.052= 384$ sonucuna ulaşılmaktadır.

Büyüköztürk ve ark. (2014, s. 98) ise farklı sapma miktarlarına uygun olarak örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında 0.95 güven düzeyinde (0.05 anlamlılık düzeyi) 100.000 ve 500.000 kişilik bir evren içerisinde alınması gereken örneklem büyüklüğünün 383 olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu nedenle araştırmanın evren büyüklüğü 481.772 kişi olduğu için örneklem büyüklüğünün 384 kişi olması uygun görülmektedir. Özen ve Gül (2007, s. 415) örneklem büyüklüğünün küçük olmasının genellenabilirliğine zarar verdiğini ve olabildiğince büyük örneklem grubu ile çalışmanın gerekli olduğunu belirtmektedir. Buna uygun olarak da araştırmada uygun görülen örneklem büyüklüğü ile yetinilmeyerek olabildiğince büyük bir örneklem grubu ile çalışmak adına 650 kişiye anket uygulanmıştır. Fakat anketlerin 67 tanesinin eksik ve hatalı doldurulduğu tespit edildiği için 583 adet anket formu araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, araştırmanın örneklem grubunun evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada verilerin toplanması sürecinde anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket 4 bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik bilgilerini ölçmek amacıyla hazırlanmış 10 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde 15 maddeden oluşan Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği, üçüncü bölümde 5 maddeden oluşan Çevresel Fedakârlık Ölçeği ve

dördüncü bölümde 20 maddeden oluşan İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği kullanılmıştır.

Demografik bilgiler kapsamında cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir düzeyi, tatil çıkma sıklığı, turizm çeşidi tercihi, çevre ile ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olunup olunmadığı ve ailede turizm sektöründe çalışan birinin olup olmadığı sorularına yer verilmiştir.

Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği: Çevreye yönelik davranışlar açısından sıklıkla kullanılan Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği çevre merkezci ve insan merkezci anlayışlar arasında ayırım yapmaya imkân sağlamaktadır. Ölçek ilk kez Dunlap ve Van Liere tarafından 1978 yılında geliştirilmiş ve daha sonra 2000 yılında Dunlap ve ark. tarafından revize edilmiştir. Ölçek, baskın sosyal paradigma olan İnsan İstisnalığı Paradigması'na karşı çıkarak insanların doğada bulunan diğer bileşenlerden farklı olmadığını ve insanın da diğer varlıklar gibi doğanın kurallarına tabi olduğunu vurgulamak amacıyla bir paradigma değişimi sağlayabilmek adına geliştirilmiştir. Orjinal YEP Ölçeği 1978 yılında geliştirildiğinde 8 olumlu, 4 olumsuz madde olmak üzere 12 maddeden oluşmuş ve 4'lü Likert Tipi Ölçek olarak kullanılmıştır. Dunlap ve ark. (2000) daha sonra Yeni Çevresel Paradigma adıyla geçen ölçeği Yeni Ekolojik Paradigma olarak değiştirerek YEP Ölçeği'ni revize etmişlerdir. Revize edilen YEP Ölçeği 8 olumlu, 7 olumsuz soru olmak üzere toplam 15 sorudan oluşturulmuş ve 5'li Likert Tipi'nde hazırlanmıştır. Ölçekte çevre merkezci yaklaşımları ölçen 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13 ve 15. sorular ve insan merkezci yaklaşımları ölçen 2, 4, 6, 8, 10, 12 ve 14. sorular kullanılmıştır. Yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda 6. madde olan "Eğer biz nasıl geliştireceğimizi öğrenebilirsek dünyamız çok fazla doğal kaynağa sahiptir" ifadesi ile 12. madde olan "İnsanlar doğanın kalan kısmına da hükmetmeyi istemektedir" ifadesi ölçeğin faktör yapısını bozduğu ve güvenilirliğini düşürdüğü gerekçesi ile veri setinden çıkarılmıştır.

YEP Ölçeği geliştirildiği günden bu zamana kadar bireylerin çevresel davranışlarını anlayabilmek amacıyla çok kez kullanılmıştır. Ölçek 1978 yılında geliştirildiği orijinal formunda 3 boyutlu olarak, revize edilmiş formunda ise 5 boyutlu olarak kullanılmıştır. Fakat daha sonra gerçekleştirilen çalışmalarda 1, 2, 3, 4 ve 5 boyut şeklinde kullanılmıştır. Örneğin, Han ve ark. (2018) müze ziyaretçileri üzerinde, Pintassilgo ve ark. (2021) kuş gözlemcileri üzerinde yaptığı çalışmada ölçeği tek boyutlu olarak kullanmışlardır. Liu ve ark. (2020) yaptıkları çalışmada "yeni çevresel paradigma" ve "insan istisnalığı paradigması" olarak ve Sezer ve ark. (2021) ise rekreasyon faaliyetlerine katılıma yönelik yaptıkları çalışmada "çevre merkezci yaklaşım" ve "insan merkezci yaklaşım" olmak üzere iki boyut kullanmışlardır. Öz Aydın ve ark. (2023) Türkiye'de lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada ölçeği üç boyutlu olarak, Jeong ve ark. (2021) ise Kore'de milli parkları ziyaret eden kişilerle gerçekleştirdikleri çalışmada ölçeği dört boyut olarak kullanmışlardır.

Ayrıca bu çalışmada kullanılan YEP Ölçeği bireylerin çevreyi kullanma (tüketme) niyetini ölçmek amacıyla kullanılmış ve araştırma kapsamında çevresel tüketim olarak değerlendirilmiştir.

Çünkü endüstriyel kapitalizmin gelişiminin getirdiği üretim ve tüketim modelleri, insan-çevre etkileşiminde tahribatı artırmakta ve çevrede orantısız bir kırılmalık oluşturmaktadır. Bu kırılmalık 4 madde ile özetlenebilmektedir. Bunlar (i) kaynakları sömürmek (kullanmak) yoluyla tüketmek, (ii) üretim ile ortaya çıkan atıkları çevreye bırakarak kirletmek, (iii) faunayı değiştirip yapısını bozmak ve (iv) florayı değiştirip yapısını bozmaktır (Birdişi, 2014, s. 33). Catton ve Dunlap (1980, s. 16) yeni toprakları keşfetmek amacıyla yola çıkan Columbus'un kişi başına Avrupa'da 24 dönüm bir arazi düştüğünü belirttiğini fakat biraz zaman sonra sömürülecek yeni kıtalarla kişi başına düşen arazi miktarının 120 dönüme çıktığını gözlemlediğini belirtmektedirler. Buna göre doğanın taşıma kapasitesi birdenbire beş kat artırılıp sınırsız fırsat olarak görülen bir dünya görüşü ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Catton ve Dunlap kapitalist yaşam tarzı ile değişen tüketim kalıplarının çevre üzerinde bir baskı oluşturduğunu ve bu egemen dünya görüşüne karşı çevreyi korumanın bir paradigma değişimi ile gerçekleşeceğini düşünmektedir (Catton ve Dunlap, 1980). Zira, doğa insan müdahalesi olmadığı zaman kendini yenileyebilme ve sürdürme kapasitesine sahiptir. Günümüzde endüstrileşme, sanayileşme ve modernleşme, bireylere ihtiyaç olarak benimsettiği kaynakları doğal ve çevresel alanlardan sağlama konusunda sınır tanımamaktadır. Doğanın bu şekilde kullanılması çevrede orantısız bir üretim-tüketim şeklinin ortaya çıkmasına ve çevresel bozulmalara neden olmaktadır. Bu araştırmada YEP Ölçeği bireylerin çevreyi koruma veya sömürme niyetini anlayabilmek amacıyla Sezer ve ark.'nın (2021) kullandığı şekilde iki boyutlu (çevre merkezci yaklaşım, insan merkezci yaklaşım) ve 13 maddeli formu ile kullanılmıştır.

Çevresel Fedakârlık Ölçeği: Bireylerin çevreye yönelik fedakârlık yapma düzeyini ölçmeye çalışan çevresel fedakârlık ölçeği Davis ve ark. (2011) tarafından geliştirilmiş 5 madde tek boyuttan oluşan bir ölçektir. Davis ve ark. (2011) tarafından oluşturulan ölçek 0- Hiç Katılmıyorum ve 8- Tamamen Katılıyorum arasında değişen 9'lu Likert Tipi bir ölçek olarak hazırlanmıştır. Ölçek daha sonra Atay ve ark. (2019) tarafından Türkçeye uyarlanarak 1- Hiç Katılmıyorum ve 5- Tamamen Katılıyorum arasında değişen 5'li Likert Tipi ölçek şeklinde kullanılmıştır. Çevresel Fedakârlık Ölçeği bu araştırmada Atay ve ark. (2019)'nin kullandığı şekli ile turizme uyarlanarak kullanılmıştır.

İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği: Bireylerin çevreye yönelik tutumunu ölçmek amacıyla hazırlanan ve orijinal ismi Two Factors Model of Environmental Values (2-MEV) olan ölçek Kibbe ve ark. (2014) geliştirilmiştir. Ölçek "takdir edici" ve "sömürücü kullanım" olarak isimlendirdikleri iki boyuttan oluşmaktadır. 20 maddeden oluşan ölçek 1-Hiç Katılmıyorum ve 5- Çok Katılıyorum arasında değişen 5'li Likert Tipi ölçek şeklinde kullanılmıştır. Ölçek daha sonra Kılıç ve Girgin (2019) tarafından Türkçeye uyarlanarak 1-Hiç Katılmıyorum ve 5- Çok Katılıyorum arasında değişen 5'li Likert Tipi ölçek şeklinde kullanılmıştır. Ölçekte 1, 2, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18 ve 20. maddeler koruma davranışına, 3, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 17 ve 19. maddeler ise kullanma davranışına yönelik iki boyut tespit edilmiştir. Bu araştırmada yerel halkın çevresel tutumlarının tespit edilmesi

amacıyla İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği Kılıç ve Girgin (2019) tarafından geliştirilen şekliyle turizme uyarlanarak kullanılmıştır.

3.4. Pilot Uygulama ve Veri Toplama Süreci

Katılımcıların anketi oluşturan sorular ile ilgili herhangi bir sorunu (anlaşılabilirlik, açıklık, yanlış kelime vb.) olup olmadığını belirlemek amacıyla anket uygulanmadan önce bir pilot çalışma yapılması gerekmektedir (Presser ve ark., 2004, s.115; Padem ve ark., 2012, s. 86). Bu nedenle bu araştırmada önce pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu uygulama anket formu yerel halka dağıtılmadan önce örnekleme temsil yeterliliğine sahip 114 kişi üzerinde 2023 yılının aralık ayında yapılmıştır. Bu uygulama sonucunda ölçeklerin güvenilirliğini tespit etmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılarak Cronbach's Alpha değerine bakılmıştır. Cronbach's Alpha değerinin 1'e yaklaştıkça güvenilirlik düzeyinin arttığı ifade edilmektedir. Gliem ve Gliem'e göre (2003, s. 87) > 0,9 mükemmel, > 0,8 iyi, > 0,7 kabul edilebilir, > 0,6 belirsiz, > 0,5 zayıf ve < 0,5 kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir. Bu amaca yönelik olarak gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Ölçekler için Hesaplanan Cronbach's Alpha Değerleri

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri
Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği	15	.900
Çevre Merkezci Yaklaşım Alt Boyutu	8	.907
İnsan Merkezci Yaklaşım Alt Boyutu	7	.760
Çevresel Fedakârlık Ölçeği	5	.954
İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği	20	.909
Koruma Alt Boyutu	11	.946
Kullanma Alt Boyutu	9	.814

Pilot uygulama sonucunda yapılan güvenilirlik analizleri ile ölçeklerin Cronbach's Alpha değerlerinin mükemmel düzeye yakın olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında araştırmada kullanılan ölçeklerin alt boyutlarının da güvenilirlik düzeyinin iyi olduğu Tablo 3.1'de görülmektedir. Ayrıca pilot uygulama sürecinde soruların yeterince açık ve anlaşılır olduğu ayrıca şekilsel bir düzenleme ihtiyacı doğmadığı tespit edildiği için ankette bir değişiklik yapılmadan hedef gruba anket uygulama aşamasına geçilmiştir ve Ocak 2024- Nisan 2024 tarihleri arasında yerel halktan anket toplanmaya başlanmıştır.

3.5. Veri Analiz Teknikleri ve Veri Hazırlama Süreci

Araştırmada anketler aracılığıyla toplanan veriler analiz edilmek üzere bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin analizinde IBM SPSS27 ve IBM AMOS 24 paket programı kullanılmıştır. Verilerin incelenmesi amacıyla güvenilirlik analizi, normal dağılım analizleri, homojenlik testleri, çoklu doğrusal bağlantı testleri, frekans analizleri, araştırma modelinin testi için doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli ile regresyon analizleri yapılmıştır.

3.5.1. Güvenilirlik Analizi

Araştırma kapsamında ilk olarak ölçeklere yönelik güvenilirlik analizi yapılarak ölçeklerin güvenilirliği kontrol edilmiştir. Güvenilirlik analizi kapsamında ölçeklerin Cronbach's Alpha değerlerinin tespit edilmesi amacıyla içsel tutarlılık analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3.2' de gösterilmektedir.

Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları Tablosu

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri
Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği	15	,781
Çevre Merkezci Yaklaşım Alt Boyutu	8	,790
İnsan Merkezci Yaklaşım Alt Boyutu	7	,622
Çevresel Fedakârlık Ölçeği	5	,897
İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği	20	,791
Koruma Alt Boyutu	11	,852
Kullanma Alt Boyutu	9	,783

Tablo 3.2'de gösterildiği üzere araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin Cronbach's Alpha değerleri sırasıyla Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği için 0,781, Çevresel Fedakârlık Ölçeği için 0,897 ve İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği için ise 0,791 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin hepsinin Cronbach Alpha katsayısının 0,700 üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeklerden olan Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği'nin çevre merkezci yaklaşım alt boyutu 0,790, insan merkezci yaklaşım alt boyutu ise 0,622 olarak İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli Tutum Ölçeği'nin koruma alt boyutu 0,852 ve kullanma alt boyutu 0,783 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla ölçeklerin güvenilirlik düzeyinin iyi olduğu ve içsel tutarlılıklarının yüksek olduğu söylenebilmektedir.

3.5.2. Normal Dağılım Analizleri

Araştırmada verilerin analize hazırlanması sürecinde bazı temel varsayımların kontrolü sağlanmıştır. Buna yönelik olarak ilk önce normal dağılım varsayımı göz önünde bulundurulmuştur. Bu varsayımın kontrolünün sağlanmasında tekli ve çoklu normal dağılımlara bakılmış ve tek değişkenli normal dağılım kontrolünün sağlanmasında basıklık (skewness) ve çarpıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda araştırma değişkenlerine ilişkin elde edilen basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.3' te gösterilmiştir.

Tablo 3.3. Değişkenlerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Çevresel Tüketim Yaklaşımı			Çevresel Tutum			Çevresel Fedakârlık
	Çevre Merkezci	İnsan Merkezci	Toplam	Koruma	Kullanma	Toplam	
Basıklık	-1.01	1.02	-.79	-1.23	1.05	-1.25	-.92
Basıklık Ss	.19	.19	.19	.19	.19	.19	.19

Tablo 3.3. (Devamı)

	Çevresel Tüketim Yaklaşımı			Çevresel Tutum			Çevresel Fedakârlık
	Çevre Merkezci	İnsan Merkezci	Toplam	Koruma	Kullanma	Toplam	
Çarpıklık	1.41	-1.17	1.14	1.03	1.01	.88	1.06
Çarpıklık Ss	.37	.37	0.37	.37	.37	.37	.37

Bir araştırmada çarpıklık, veri dağılımının normal değerlerden uzaklaşp sağa ya da sola doğru eğim kazanarak yamuk bir şekil almasını ifade etmektedir. Basıklık ise normal dağılım eğrisinin dik ya da basık olma durumunu ortaya koymaktadır. Basıklık katsayısının pozitif bir değer alması, eğrinin normale göre daha dik, negatif değer alması ise eğrinin normale göre daha basık olduğunu göstermektedir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin +2.0 ile -2.0 arasında olması değişkenlerin tekli normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve ark., 2013). Buna göre Tablo 3.3 incelendiğinde çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin alt boyutları olan çevre merkezci ve insan merkezci, çevresel tutumun alt boyutları olan koruma ve kullanma ile çevresel fedakârlık değişkenlerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin normal değerler aralığında olduğu görülmektedir. Bu nedenle elde edilen değerler verilerin tekli normal dağılım varsayımını sağladığını göstermektedir.

Araştırmada çarpıklık ve basıklık değerleri normal kabul edilen aralıkta belirlense bile bir modelin çalışılmasında çok değişkenli normalliğin de sağlanması gerekmektedir. Bu noktada çok değişkenli normalliğe ulaşmada tek değişkenli normallik gerekli bir koşul olmasına rağmen yeterli olamamaktadır. Dolayısıyla araştırma değişkenleri tek değişkenli normallik gösterse dahi çok değişkenli normallik sağlanmayabilmektedir. Bu sebeple her iki durumunda incelenmesi gerekmektedir (Yıldırım, 2023, s. 137).

Buna dayanarak araştırmada tekli normal dağılım varsayımının yanında çoklu normallik varsayımı da göz önünde bulundurulmuş ve çoklu normallik varsayımının kontrolünün sağlanmasında Mardia's test değerleri incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda araştırma değişkenlerine ilişkin elde edilen Mardia's basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.4'te gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Değişkenlerin Mardia's Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Çevresel Tüketim Yaklaşımı			Çevresel Tutum			Çevresel Fedakârlık
	Çevre Merkezci	İnsan Merkezci	Toplam	Koruma	Kullanma	Toplam	
Basıklık	.92	1.15	.97	1.19	1.36	1.22	.98
Basıklık Ss	.03	.02	.03	.03	.03	.03	.02
Çarpıklık	.85	1.00	.98	.84	1.45	1.08	1.29
Çarpıklık Ss	.04	.04	.04	.05	.05	.05	.05

Çoklu normallik varsayımının kontrolünün sağlanması için belirli bir önem seviyesinde ($p=0.05$) katsayı (coefficient) değerinin 1.96'dan küçük olması beklenmektedir (Tabachnick ve Fidel,

2007). Buna göre Tablo 3.4 incelendiğinde çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin alt boyutları olan çevre merkezci ve insan merkezci, çevresel tutumun alt boyutları olan koruma ve kullanma ve çevresel fedakârlık değişkenlerinin Mardia's basıklık ve çarpıklık değerlerinin 1.96'dan küçük olduğu görülmektedir. Bu nedenle bulgular araştırmada çoklu normalliğin sağlandığını göstermektedir.

3.5.3. Homojenlik Testleri

Araştırmada verilerin analize hazırlanması sürecinde ikinci olarak homojenlik varsayımı göz önünde bulundurulmuştur. Homojenlik testleri de normal dağılım analizleri gibi tek ve çok değişkenli homojenlik olarak ele alınmaktadır. Her bir bağımlı değişkenin gruplar arası varyanslarının homojenlik düzeyinin hesaplanmasında Levene Testi uygulanmaktadır. Levene Testi ile tek değişkenli homojenlik varsayımı değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda oluşan Levene Testi değerleri Tablo 3.5' te gösterilmiştir.

Tablo 3.5. Levene Test Değerleri

Değişken	Boyut	Levene İstatistik	sd1	sd2	p
Çevresel Tüketim Yaklaşımı	Çevre Merkezci	1.22	13	576	.25
	İnsan Merkezci	1.15	13	576	.41
	Toplam	1.18	24	576	.38
Çevre Tutum	Koruma	.88	13	576	.11
	Kullanma	1.17	13	576	.08
	Toplam	1.12	24	576	.10
Çevresel Fedakârlık		1.32	13	576	.33

Tabachnick ve ark.'a göre (2023) Levene Test değerlerinin belirli bir düzeyde anlamlı olmaması ($p > 0.05$) beklenmektedir. Tablo 3.5 incelendiğinde çevresel tüketim yaklaşımı değişkenini ve alt boyutları olan çevre merkezci ve insan merkezci, çevresel tutum ve alt boyutları olan koruma ve kullanma ile çevresel fedakârlık değişkenlerinin her birinin anlamlılık (p) düzeyinin 0,05'ten küçük olduğu ve anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre Levene Testi sonuçları ile araştırmada tek değişkenli homojenlik düzeyinin sağlandığı görülmektedir.

Tek değişkenli homojenlik varsayımının yanında çok değişkenli homojenlik varsayımı da kontrol edilmiş ve bunun için Box's M Test Değeri sonucuna bakılmıştır. Box's M Testi kovaryans matrisinin homojenlik düzeyinin değerlendirilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Box's M Testi büyük veri dosyalarına duyarlı olduğu için küçük sapmaları bile test edebilmekte ve normallik varsayımından sapmalara duyarlı olabilmektedir. Kovaryans eşitliğinin sağlanmaması Multivariate sonuçlarına şüphe ile yaklaşılmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kovaryans matrislerinin eşitliğine bakılması araştırma açısından önem arz etmektedir. Yapılan analizler sonucunda oluşan Box's M Test değerleri Tablo 3.6'da gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Box's M Test Değerleri

Box's M Değeri	93.08
F	.76
df1	572
df2	2425.23
P	.41

Tek bir değer olarak ifade edilen Box's M Test değerinin Tabachnick ve ark.'a göre (2013) Levene Test değerlerinde olduğu gibi önem (p) 0.05 değerine göre anlamlı olmaması beklenmektedir. Tablo 3.6 incelendiğinde Box's M Testi sonucunda p düzeyinin anlamlı olmadığı ve değer 0.41 düzeyinde olduğu görülmektedir. Box's M Testi'nde p değerinin 0,05 altında oluşması çok değişkenli homojenlik varsayımının sağlandığını göstermektedir.

Bu varsayımların dışında araştırma analizlerinin kontrolünün sağlanmasında son varsayım ise bağımsız gözlem varsayımdır. Bu varsayım araştırmacı tarafından sağlanmıştır. Araştırmacı toplanan verilerin tümünde bağımsız bir gözlem gerçekleştirdiğini beyan etmiştir. Buna uygun olarak verilerin analizine başlanmış ve analizlerden elde edilen bulgular dördüncü bölümde verilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinin yapılması sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu doğrultuda araştırma katılımcılarını tanımlayan bulgular, yol analizi bulguları ve yapısal regresyon analizi bulguları bu bölümde ele alınmıştır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özelliklerinin tanımlanması amaçlanmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, gelir durumu gibi temel demografik özelliklerinin yanında turizme (tatile çıkma sıklığı, turizm türü tercihi, ailede turizm sektöründe çalışan olması durumu) ve çevreye (çevresel sivil toplum kuruluşlarına üyelik durumu ve hangi topluluğa üye olduğu) yönelik de bazı demografik bilgileri elde edilmiştir. Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin bilgiler Tablo 4.1’de gösterilmektedir.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Demografik Özellikler		Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	238	40,8
	Erkek	345	59,2
Medeni Durum	Evli	220	37,7
	Bekar	363	62,3
Yaş	18-20 Yaş	106	18,2
	21-30 Yaş	241	41,3
	31-40 Yaş	113	19,4
	41-50 Yaş	64	11,0
	51-60 Yaş	33	5,7
	61 yaş ve Üzeri	26	4,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	66	11,3
	Lise	116	19,9
	Önlisans	65	11,1
	Lisans	287	49,2
	Yüksek Lisans	35	6,0
	Doktora	14	2,4
Gelir Durumu	0- 5.500 tl	192	32,9
	5.501- 11.500 tl	112	19,2
	11.501- 22.500 tl	140	24,0
	22.501- 30.500 tl	76	13,0
	30.501- 40.500 tl	43	7,4
	40.501 ve üzeri	20	3,4
Meslek	Öğrenci	87	14,9
	Kamu Personeli	101	17,3
	Ev Hanımı	25	4,3
	Serbest Çalışan	27	4,6
	Ücretli Çalışan	28	4,8
	İşletme Sahibi	28	4,8
	Emekli	38	6,5
	Diğer	226	38,8
	Çalışmıyor	23	3,9

Tablo 4.1. (devamı)

Demografik Özellikler		Frekans (N)	Yüzde (%)
Tatile Çıkma Sıklığı	Hiç	145	24,9
	2 yılda 1 kez	104	17,8
	Yılda 1 kez	214	36,7
	Yılda 2-3 kez	92	15,8
	Yılda 4 ve üzeri	28	4,8
	Toplam	583	100
Turizm Çeşidi Tercihi	Deniz ve Kıyı Turizmi	346	59,3
	Macera ve Aktivite Turizmi	51	8,7
	Şehir Turizmi	45	7,7
	Kültür Turizmi	76	13,0
	Yayla Turizmi	10	1,7
	İnanç Turizmi	42	7,2
Çevresel Sivil Toplum Kuruluşlarına Üyelik	Sağlık turizmi	13	2,2
	Evet	37	6,3
	Hayır	546	93,7
Ailede Turizm Çalışanı Olma Durumu	Evet	47	8,1
	Hayır	536	91,9
Toplam		583	100

Tablo 4.1’de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Buna göre 583 katılımcıdan %40,8’inin kadın %59,2’sinin erkek olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların %37,7’si evli iken %62,3’ü bekerdir. Katılımcıların yaş aralığına bakıldığında en yüksek sayının %41,3 ile 21-30 yaş arası olduğu, bunu %19,4 ile 31-40 yaş arasındaki bireylerin takip ettiği anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasındaki en düşük yaş oranını ise %4,5 ile 61 yaş ve üzerindeki bireyler oluşturmaktadır. Eğitim durumlarına göre katılımcıların %49,2’si lisans, %19,9’u lise, %11,3’ü ilköğretim, %11,1’i önlisans, %6’sı yüksek lisans ve %2,4’ü doktora mezundur. Gelir durumu dağılımına göre ise katılımcıların %32,9’unun 0-5500 TL arasında, %24’ünün 11.501 TL ve 22.500 TL arasında, %19,2’sinin 5.501 TL ve 11.500 TL arasında, %13’ünün 22.501 TL ve 30.500 TL arasında %7,4’ünün 30.501 TL ve 40.500 TL arasında, %3,4’ünün ise 40.501 TL ve üzerinde bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Meslek dağılımına göre ise katılımcıların %38,8’i diğer meslek dalları, %17,3’ü kamu personeli, %14,9’u öğrenci, %6,5’i emekli, %4,8’i işletme sahibi, %4,8’i ücretli çalışan, %4,6’sı serbest çalışan, %4,3’ü ev hanımı ve %3,9’u ise çalışmadığını belirtmiştir. Bu bilgilerin yanında katılımcıların turizme yönelik hareketliliğinin hangi sıklıkta olduğunu ve katılmaları durumunda hangi turizm türlerini tercih ettiklerini anlayabilmek amacıyla da iki soru yöneltilmiştir. Buna göre Kütahya’da yaşayan yerel halkın %36,7’sinin yılda bir kez, %24,9’unun hiçbir zaman, %17,8’inin 2 yılda 1 kez, %15,8’inin yılda 2-3 kez ve %4,8’inin yılda 4 kez ve üzerinde tatile çıktığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların turizm tercihi durumlarına bakıldığında ise %59,3’ünün deniz ve kıyı turizmini, %13’ünün kültür turizmini, %8,7’sinin macera ve aktivite turizmini, %7,7’sinin şehir turizmini, %7,2’sinin inanç turizmini, %2,2’sinin sağlık turizmini ve %1,7’sinin yayla turizmini tercih ettiği anlaşılmaktadır. Ayrıca araştırma kapsamında katılımcılara ailelerinde bir turizm çalışanı olup olmadığı Buna göre katılımcılardan %8,1’i ailede turizm çalışanı olduğunu ve %91,9’u ailede bir turizm çalışanı olmadığını belirtmiştir.

Bunlara ek olarak katılımcıların çevreye yönelik faaliyetlerinin ne düzeyde olduğunu anlaşılması için herhangi bir çevresel sivil toplum kuruluşuna üyelik durumlarının olup olmadığı ile ilgili bir soru yöneltilmiştir. Buna göre katılımcıların %6,3'ünün çevresel bir sivil toplum kuruluşuna üyeliğinin olduğu buna karşılık %93,7'sinin ise herhangi bir çevresel sivil toplum kuruluşuna üyeliğinin olmadığı tespit edilmiştir. Çevresel sivil toplum kuruluşlarına üyeliği olan kişilerden 10'u TEMA, 8'i Kızılay, 4'ü Yeşilay, 4'ü Eğitimciler Derneği, 2'si Meşe Der, 2'si TOG Vakfı ve diğer 7 kişi ise LOÇADER, EÇFOD, Kütahya Yamaç Paraşütü Kulübü, Doğaya Doğru, TEMA PADOK gibi kuruluşlara üye olduklarını belirtmişlerdir.

4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Araştırma kapsamında anketin oluşturulmasında kullanılan ölçeklere yönelik bir model belirlenerek bu doğrultuda doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ile ölçüm modelinde tahmin edilen parametrelerin tahmin edilen varyans- kovaryans matrisiyle örneklem varyans kovaryans matrisinin mümkün olan en yakın değerlerini tahmin etmek amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi başka bir örneklem grubu üzerinde geliştirilen ölçme aracının başka bir kültür ya da örnekleme uyarlanması sürecinde kullanılan geçerlilik belirleme yöntemidir. Bu nedenle öncelikle ölçme aracının yakınsak geçerliliğinin test edilmesi amacıyla CR ve AVE değerlerine bakılarak kontrolü sağlanmıştır. Yakınsak geçerlilik aynı yapının uyum içindeki birden fazla göstergesinin korelasyon düzeyinin ölçülmesi amacıyla yapılan bir değerlendirmedir. Yakınsak geçerliliğin yeterli olması amacıyla AVE değerinin 0,50'den büyük (Ab Hamid ve ark., 2017; Shresta, 2021), bileşik güvenilirliğin ise çıkarılan ortalama varyanstan ($CR > AVE$) büyük olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981; Hair ve ark., 2011; Hair ve ark., 2014; Singh ve Kaur, 2016; Sharif ve ark., 2020). Bu nedenle CR katsayısının 0,70'ten büyük olması gerekmektedir (Hair ve ark., 2011; Hair ve ark., 2014). Buna göre araştırmada kullanılan ölçeklerin yakınsak geçerliliğinin testine yönelik yapılan kontrollerin sonucu Tablo 4.2'de gösterilmektedir.

Tablo 4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Yapı Geçerliliği Tablosu

DEĞİŞKENLER	CR	AVE
Çevresel Tüketim Yaklaşımı	0,91	0,81
Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlık	0,88	0,72
Turizme Yönelik Çevresel Tutum	0,90	0,79

Tablo 4.2'ye göre çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin 0,91, çevresel fedakârlık değişkeninin 0,88 ve çevresel tutum değişkeninin 0,90 CR değerine sahip olduğu, bunun yanında çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin 0,81, çevresel fedakârlık değişkeninin 0,72 ve çevresel tutum değişkeninin 0,79 AVE değerine sahip olduğu görülmektedir. CR ve AVE değerlerinin kabul edilebilir değerlerin üstünde oluşması yakınsak geçerliliğin sağlandığını göstermektedir.

Bunun yanında DFA ile elde edilen bulgulara göre uyum iyiliklerine de bakılmıştır. Bu kapsamda öncelikle X^2/df ve RMSEA değerleri, ardından GFI, CFI, NFI, IFI, AGFI değerleri de uyum iyilikleri kapsamında incelenmiştir. Bu değerlerin incelenmesinin temel amacı, örneklem büyüklüğü, modelin karmaşıklığı, serbestlik dereceleri gibi hususları dikkate alıp almadığını diğer uyum iyilikleri açısından modelin uyuşma geçerliliğinin test edilmesini sağlamaktır (Şimşek, 2007, s. 47-49). Bu kapsamda elde edilen uyum iyilikleri değerleri Tablo 4.3'te gösterilmektedir.

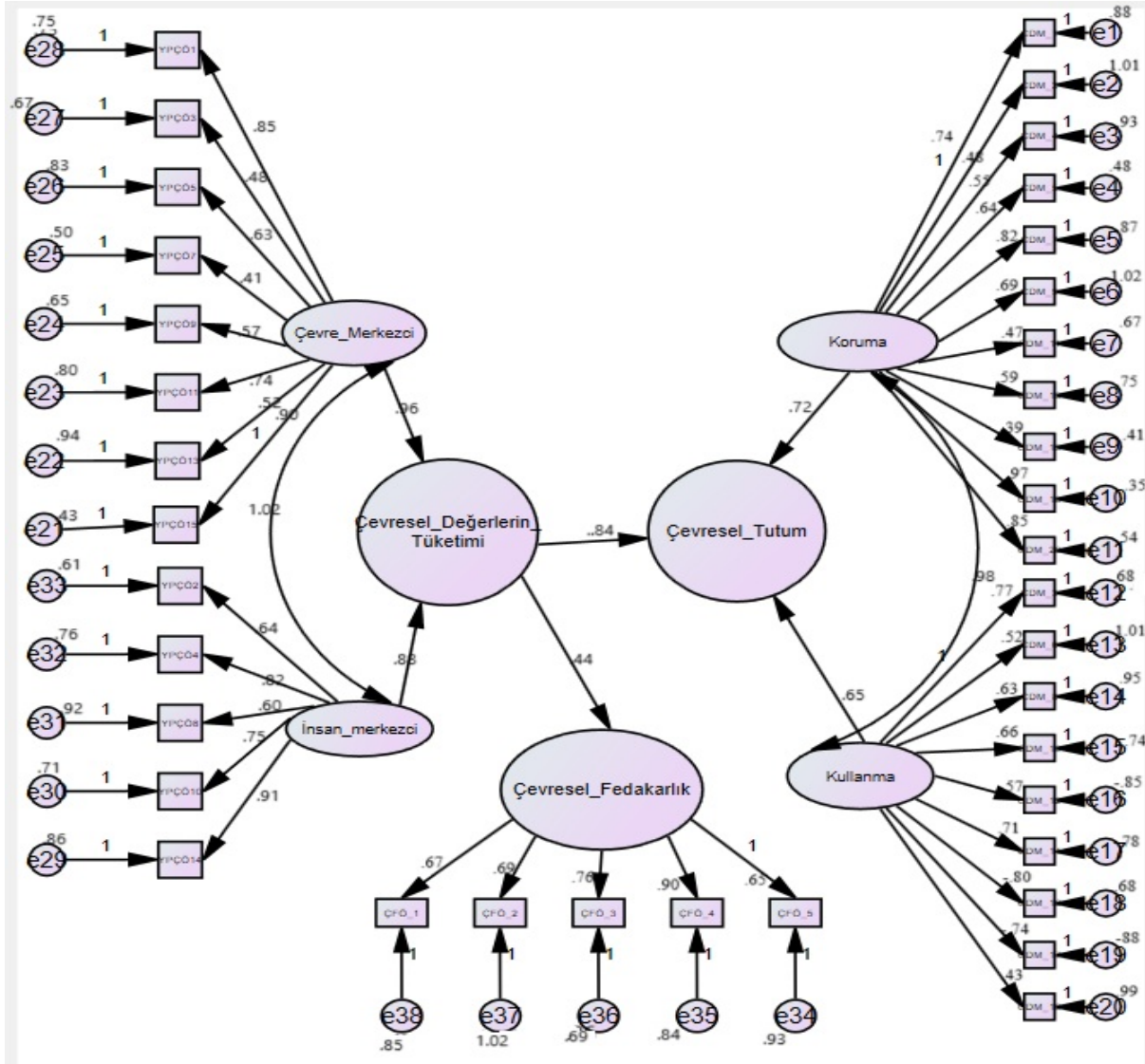
Tablo 4.3. DFA Uyum Değerleri Tablosu

Model Uyum İndeksi	Mükemmel Aralık	Kabul Edilebilir	Aralık Ölçek Değeri
X^2/df	$0 < X^2/df < 2$	$2 < X^2/df < 5$	1.17
RMSEA	$.00 < RMSEA < .05$	$.05 < RMSEA < .08$.04
GFI	$.95 < GFI < 1.00$	$.90 < GFI < .95$.95
CFI	$.95 < CFI < 1.00$	$.90 < CFI < .95$.96
NFI	$.95 < NFI < 1.00$	$.90 < NFI < .95$.95
IFI	$.95 < IFI < 1.00$	$.90 < IFI < .95$.95
AGFI	$.95 < AGFI < 1.00$	$.50 < AGFI < .95$.94

Tablo 4.3'te gösterilen modelin DFA uyum değerleri sonuçları incelendiğinde modelin DFA değerlerinin beklenen uyum indeksi değerlerini karşıladığı görülmektedir. Tablo 4.3'te X^2/df değeri 1.17, RMSEA değeri 0,04, GFI değeri 0,95, CFI değeri 0,96, NFI değeri 0,95, IFI değeri 0,95 ve AGFI değeri 0,94 olarak tespit edilmiştir. Uyum iyiliği değerlerinin mükemmel aralıklarda oluşması ölçme modelinin uygun olduğunu ve dolayısıyla modelin doğrulandığını göstermektedir (Bayram, 2010; Meydan ve Şeşen, 2011; Aytaç ve Öngen, 2012).

4.3. Yapısal Eşitlik Modeli ve Yol Analizi Bulguları

Araştırmada yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumlarını ve çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıklarını yordayıp yordamadığına yönelik de analizler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumlarına ve çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıklarına etkisi yol analizi ile kontrol edilmiştir. Bu kapsamda yapılan DFA sonucunda elde edilen bulgular ile modelin uyum iyiliği değerleri kontrol edilmiş ve bu değerler modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermiştir. Modelin uyum iyiliği değerleri X^2/df 1.17, RMSEA 0,04, GFI 0,95, CFI 0,96, NFI 0,95, IFI 0,95 ve AGFI 0,94 olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda kurulan yol analizi bulguları Şekil 4.1'de gösterilmektedir.



Chi-Square= 678.13, sd=579, p=.00, RMSEA= .04

Şekil 4.1. Yerel Halkın Çevresel Tüketim Yaklaşımı, Turizme Yönelik Çevresel Tutumları ve Çevresel Fedakârlıkları Modeli Yol Analizi Bulguları

Şekil 4.1’de gösterildiği üzere ölçülen modelin serbestlik derecesi (sd) 579 ve Ki-Kare değeri ise 678,13 olarak tespit edilmiştir. Modelin uygunluğunu test etmek amacıyla Ki-Kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesi ile elde edilen oran ise 1,17 olarak belirlenmiştir. Bu değerin 2,0 değerinden küçük olması nedeniyle modelin mükemmel bir dereceye sahip olduğu söylenebilmektedir (Ayyıldız ve Cengiz, 2006). Ayrıca RMSEA değerinin ise 0,04 olarak tespit edilmesi bu değerinde mükemmel değer aralığında olduğunu göstermektedir (Bagozzi ve Yi, 1988).

Yol analizinden elde edilen bulgulara dayanarak modelin regresyon katsayılarına göre yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizme yönelik çevresel tutum ve çevresel fedakârlık düzeylerine etkisi de değerlendirilmiştir. Buna uygun olarak modelin yapısal eşitlik modeli regresyon katsayıları Tablo 4.4’te gösterilmektedir.

Tablo 4.4. Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Katsayıları

Değişkenlerin İlişkisi		β	t
Çevresel Tüketim Yaklaşımı	→ Çevresel Tutum	.53	11.63
Çevresel Tüketim Yaklaşımı	→ Çevresel Fedakârlık	.59	12.65

Tablo 4.4'te görüldüğü üzere model katsayıları incelendiğinde yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizme yönelik çevresel tutum değişkenini anlamlı düzeyde yordadığı görülmektedir ($\beta=.53$, $t=11.63$, $p<.05$). Bununla birlikte yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıklarını da anlamlı düzeyde yordadığı tespit edilmiştir ($\beta=.59$, $t=12.65$, $p<.05$). Elde edilen bulgulara yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımının turizme yönelik çevresel tutumları ve çevresel fedakârlıkları ile pozitif yönlü ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna yönelik olarak bulguların araştırmanın temel dayanağı olan yerel halkın çevreyi tüketme niyetlerinin çevresel tutumlarını ve çevreye yönelik fedakârlıklarını etkilediği düşüncesini destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

4.4. Hipotez Testlerine Yönelik Regresyon Bulguları

Araştırma kapsamında kurulan hipotezlerin tamamı değişkenler arasındaki ilişkileri ve birbirlerine olan etkilerini tespit etmeye yönelik olarak oluşturulmuştur. Bu kapsamda araştırmada oluşturulan ana hipotezler yol analizi ile tespit edilirken diğer alt hipotezler arasındaki etkilerin tespit edilmesi amacıyla regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin alt boyutları ile çevresel tutum değişkeninin alt boyutları arasındaki etkiye yönelik regresyon analizine ait model tablosu Tablo 4.5'te gösterilmektedir.

Tablo 4.5. Çevresel Tüketim Yaklaşımı Boyutları ile Çevresel Tutum Boyutları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu

H	Değişken	Etki	Değişken	B	SE	β	t	p	R^2
H _{2a}	Çevre Merkezci Yaklaşım	→	Çevre Koruma	.71	.03	.69	23.16	.00	.48
H _{2b}	İnsan Merkezci Yaklaşım	→	Çevre Kullanma	.53	.03	.55	15.67	.00	.30
H _{2c}	Çevre Merkezci Yaklaşım	→	Çevre Kullanma	-.05	.04	-.05	-1.16	.25	.00
H _{2d}	İnsan Merkezci Yaklaşım	→	Çevre Koruma	.9	.04	.08	1.99	.05	.01

Tablo 4.5'te çevresel tüketim yaklaşımı alt boyutları ile çevresel tutum alt boyutları arasındaki etkileri tespit etmek amacıyla oluşturulan hipotezlere yönelik bulgular gösterilmektedir. Bu kapsamda H₂ alt hipotezlerinin etkilerinin belirlenmesi amacıyla B, SE, β , t , p , R² değerleri tespit edilmiştir. Bunun yanında yine alt hipotezler arasındaki ilişkilerin tespiti amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları da Tablo 4.6'da gösterilmektedir.

Tablo 4.6. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Tutum Alt Boyutları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu

H	Değişken	Değişken		sd	\bar{X}^2	F	p
H _{2a}	Çevre Merkezci Yaklaşım →	Çevre Koruma	Regresyon	1	175.57	536.28	.00
			Artık (Residual)	581	.33		
			Toplam	582			
H _{2b}	İnsan Merkezci Yaklaşım →	Çevre Kullanma	Regresyon	1	111.00	245.67	.00
			Artık (Residual)	581	.45		
			Toplam	582			
H _{2c}	Çevre Merkezci Yaklaşım →	Çevre Kullanma	Regresyon	1	.85	1.35	.25
			Artık (Residual)	581	.63		
			Toplam	582			
H _{2d}	İnsan Merkezci Yaklaşım →	Çevre Koruma	Regresyon	1	2.53	3.97	.05
			Artık (Residual)	581	.64		
			Toplam	582			

Araştırmada hipotez testlerine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizinden elde edilen bulgular Tablo 4.6'da gösterilmektedir. Buna göre H₂ kapsamında ileri sürülen yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.48$, $F_{(1,581)}=536.28$, $p<.05$), yerel halkın insan merkezci yaklaşımının çevre kullanma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu ($R^2=.30$, $F_{(1,581)}=245.67$, $p<.05$), yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının çevre kullanma tutumu üzerinde bir etkisi olmadığı ($R^2=.00$, $F_{(1,581)}=1.35$, $p>.05$) ve yerel halkın insan merkezci yaklaşımının çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu ($R^2=.01$, $F_{(1,581)}=3.97$, $p<.05$) tespit edilmiştir.

Araştırmada H₃ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik analizler yapılmıştır. Bu kapsamda çevresel tüketim yaklaşımı değişkeninin alt boyutları ile çevresel fedakârlık değişkeni arasındaki etkiye yönelik regresyon analizine ait model tablosu Tablo 4.7'de gösterilmektedir.

Tablo 4.7. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu

H	Değişken	Etki	Değişken	B	SE	β	t	p	R ²
H _{3a}	Çevre Merkezci Yaklaşım	→	Çevresel Fedakârlık	.61	.03	.68	22.38	.00	.46
H _{3b}	İnsan Merkezci Yaklaşım	→	Çevresel Fedakârlık	.15	.04	.17	4.18	.00	.03

Tablo 4.7'de çevresel tüketim yaklaşımı alt boyutları ile çevresel fedakârlık değişkeni arasındaki etkileri tespit etmek amacıyla oluşturulan hipotezlere yönelik bulgular gösterilmektedir. Bu kapsamda alt hipotezlerin etkilerinin belirlenmesi amacıyla B, SE, β , t, p, R² değerleri tespit edilmiştir. Bunun yanında yine çevresel tüketim yaklaşımı ile turizme yönelik çevresel fedakârlık

arasındaki ilişkilerin tespiti amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları da Tablo 4.8'de gösterilmektedir.

Tablo 4.8. Çevresel Tüketim Yaklaşımının Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu

H	Değişken	Değişken		sd	\bar{X}^2	F	p
H _{3a}	Çevre Merkezci Yaklaşım →	Çevresel Fedakârlık	Regresyon	1	169.38	501.05	.00
			Artık (Residual)	581	.34		
			Toplam	582			
H _{3b}	İnsan Merkezci Yaklaşım →	Çevresel Fedakârlık	Regresyon	1	10.90	17.47	.00
			Artık (Residual)	581	.34		
			Toplam	582			

Araştırmada H_{3a} ve H_{3b} hipotezlerine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizinden elde edilen bulgular Tablo 4.8'de gösterilmektedir. H₃ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın çevre merkezci yaklaşımın çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.46$, $F(1,581)=501.05$, $p<.05$) ve yerel halkın insan merkezci yaklaşımın çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.03$, $F(1,581)=10.90$, $p<.05$) tespit edilmiştir.

Araştırmada H₄ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumlarının çevresel fedakârlıkları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik analizler de yapılmıştır. Bu kapsamda çevresel tutum değişkeninin alt boyutları ile çevresel fedakârlık değişkeni arasındaki etkiye yönelik regresyon analizine ait model tablosu Tablo 4.9'da gösterilmektedir.

Tablo 4.9. Çevresel Tutum Alt Boyutları ile Turizme Yönelik Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkilerin Model Tablosu

H	Değişken	Etki	Değişken	B	SE	β	t	p	R ²
H _{4a}	Çevre Koruma	→	Çevresel Fedakârlık	.61	.03	.70	23.65	.00	.49
H _{4b}	Çevre Kullanma	→	Çevresel Fedakârlık	.04	.04	.04	.95	.34	.00

Tablo 4.9'da çevresel tutum alt boyutları ile çevresel fedakârlık değişkeni arasındaki etkileri tespit etmek amacıyla oluşturulan hipotezlere yönelik bulgular gösterilmektedir. Bu kapsamda alt hipotezlerin etkilerinin belirlenmesi amacıyla B, SE, β , t, p, R² değerleri tespit edilmiştir. Bunun yanında yine turizme yönelik çevresel tutum alt boyutları ile çevresel fedakârlık arasındaki ilişkilerin tespiti amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları da Tablo 4.10'da gösterilmektedir.

Tablo 4.10. Çevresel Tutum Alt Boyutları ile Çevresel Fedakârlıkları Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu

H	Değişken	Değişken		sd	\bar{X}^2	F	p
H _{4a}	Çevre Koruma →	Çevresel Fedakârlık	Regresyon	1	172.72	559.48	.00
			Artık (Residual)	581	.34		
			Toplam	582			

Tablo 4.10. (Devamı)

H	Değişken	Değişken		<i>sd</i>	\bar{X}^2	<i>F</i>	<i>p</i>
H _{4b}	Çevre Kullanma →	Çevresel Fedakârlık	Regresyon	1	.61	.90	.34
			Artık (Residual)	581	.68		
			Toplam	582			

Araştırmada H_{4a} ve H_{4b} hipotezlerine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizinden elde edilen bulgular Tablo 4.10'da gösterilmektedir. H₄ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın çevre koruma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.49$, $F(1,581)=172.72$, $p<.05$) ve yerel halkın çevre kullanma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde etkisinin olmadığı ($R^2=.00$, $F(1,581)=.90$, $p>.05$) tespit edilmiştir.

Ayrıca araştırmada H₅ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın turizme yönelik çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik analizler yapılmıştır. Bu kapsamda çevresel fedakârlık değişkeni ile çevresel tutum değişkeninin alt boyutları arasındaki etkiye yönelik regresyon analizine ait model tablosu Tablo 4.11'de gösterilmektedir.

Tablo 4.11. Çevresel Fedakârlık Değişkeninin Çevresel Tutum Üzerindeki Etkileri Model Tablosu

H	Değişken	Etki	Değişken	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	R^2
H ₅	Çevresel Fedakârlık	→	Çevresel Tutum	.07	.00	.64	20.12	.00	.41
H _{5a}	Çevresel Fedakârlık	→	Çevre Koruma	.80	.03	.70	23.65	.00	.49
H _{5b}	Çevresel Fedakârlık	→	Çevre Kullanma	.04	.05	.04	.95	.34	.00

Tablo 4.11'de H₅ hipotezi kapsamında oluşturulan etkilere yönelik bulgular gösterilmektedir. Bu kapsamda H₅ hipotezi ve alt hipotezlerin etkilerinin belirlenmesi amacıyla *B*, *SE*, β , *t*, *p*, R^2 değerleri tespit edilmiştir. Bunun yanında yine hipotezler arasındaki ilişkilerin tespiti amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları da Tablo 4.12'de gösterilmektedir.

Tablo 4.12. Çevresel Fedakârlık ve Çevresel Tutum Arasındaki Etkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları Tablosu

H	Değişken	Değişken		<i>sd</i>	\bar{X}^2	<i>F</i>	<i>p</i>
H ₅	Çevresel Fedakârlık →	Çevresel Tutum	Regresyon	1	188.39	404.68	.00
			Artık (Residual)	581	.68		
			Toplam	582			
H _{5a}	Çevresel Fedakârlık →	Çevre Koruma	Regresyon	1	225.11	559.48	.00
			Artık (Residual)	581	.68		
			Toplam	582			
H _{5b}	Çevresel Fedakârlık →	Çevre Kullanma	Regresyon	1	.71	.90	.34
			Artık (Residual)	581	.79		
			Toplam	582			

Araştırmada H₅, H_{5a} ve H_{5b} hipotezlerine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizinden elde edilen bulgular Tablo 4.12'de gösterilmektedir. H₅ hipotezi kapsamında ileri sürülen yerel halkın

çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.41$, $F(1,581)=404.68$, $p<.05$), yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre koruma tutumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($R^2=.49$, $F(1,581)=559.48$, $p<.05$) ve yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre kullanma tutumları üzerinde etkisinin olmadığı ($R^2=.00$, $F(1,581)=.90$, $p>.05$) tespit edilmiştir.

Yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgulara yönelik olarak araştırma hipotezlerinin kabul/ret durumu genel olarak Tablo 4.13'te gösterilmektedir.

Tablo 4.13. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

H	Hipotezler	Kabul/Ret
H ₁	Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımı eğilimi pozitif yönlüdür.	Kısmen Kabul Orta Düzeyde Eğilim
H ₂	Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımları turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul
H _{2a}	Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{2b}	Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre kullanma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{2c}	Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre kullanma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Ret Etki Yoktur
H _{2d}	Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevre koruma tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H ₃	Yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{3a}	Yerel halkın çevre merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{3b}	Yerel halkın insan merkezci yaklaşımının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H ₄	Yerel halkın çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{4a}	Yerel halkın çevre koruma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{4b}	Yerel halkın çevre kullanma tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Ret Etki Yoktur
H ₅	Yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{5a}	Yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre koruma tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H _{5b}	Yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevre kullanma tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Ret Etki Yoktur

Tablo 4.13'te araştırma kapsamında kurulan hipotezler yer almaktadır. Yapılan analizler sonucunda yerel halkın çevreyi tüketmeye olan eğilimi orta düzeyde olduğu tespit edilmiş ve bu nedenle H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Araştırmanın temel odak noktalarından biri olan yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş olup H₂ hipotezi kabul edilmiştir. Buna bağlı olarak H₃ hipotezi altında kurulan H_{2a}, H_{2b} ve H_{2d} hipotezleri de yapılan analizlere göre kabul edilirken H_{2c} hipotezinde etki

bulunmadığı için reddedilmiştir. Ayrıca araştırmanın bir diğer odak noktası olan yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş olup H_4 hipotezi de kabul edilmiştir. H_3 hipotezi altında kurulan H_{3a} ve H_{3b} hipotezleri de yapılan analizler sonucunda kabul edilmiştir. Bunun yanında araştırmada yerel halkın çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edildiği için H_4 hipotezi ve buna bağlı kurulan H_{4a} hipotezi kabul edilirken H_{4b} hipotezinde etki bulunmadığı için reddedilmiştir. Ayrıca yerel halkın çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edildiği için H_5 ve bu hipoteze bağlı olarak kurulan H_{5a} hipotezi kabul edilirken H_{5b} hipotezi herhangi bir etki bulunmadığı için reddedilmiştir.



SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Kapitalist yaşam tarzı ile gelişen tüketim modelleri insanların çevreyi aşırı düzeyde kullanması hatta sömürmesiyle sonuçlanabilmektedir. Bu durum insan ve çevre arasındaki ilişkinin tahribatını artırmakta ve çevresel kırılganlığa sebep olabilmektedir. Çevresel kaynakların tüketilmesi doğal çevrede kirlenme, flora ve faunanın değişmesi gibi bazı sorunları ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanında tüketimin itici güçlerinden biri olan sanayileşme ile birlikte kent yapılaşmalarında yoğunlaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı ve kalabalıklaşma gibi durumlarda hem çevresel hem de sosyal sorunları ortaya çıkarmaktadır. Yani kapitalist yaşam tarzı ile bütünleşen tüketim kalıpları ve tüketim kültürü çevresel felaketlerin yaşanmasına sebep olmaktadır.

Tüketim kültürünün getirdiği tüketim kalıpları ile yaşam şekli değişen insan, tamamen faydacı bir bakış açısına sahip olmakta ve çevresinde gördüğü her şeyi tüketim uğruna feda edebilmektedir. Özellikle doğa üstünde yaratılan tahakküm düzeyi çevrenin bir kurban durumuna düşmesine sebep olabilmektedir. Doğanın bir araç olarak kullanıldığı hatta doğrudan faaliyetlerinin genişliğini etkilediği sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Turizm sektöründe çevre temel kaynaklardan biri olarak değerlendirilebilmektedir. Bir destinasyondaki çevresel kaynaklar çekicilik unsurlarını oluşturarak bu bölgeye ziyaretçi akınının gerçekleştirilmesini sağlayabilmektedir. Turizm faaliyetleri bu kaynakları hem koruma hem de kullanma şeklinde iki önemli etkiye sahip olabilmektedir. Bu nedenle doğal çevrenin bir parçası olması sebebiyle turizm faaliyetleri gelişim gösterdiği destinasyonlarda dönüşüme sebep olabilmektedir. Öyle ki bir destinasyonun sahip olduğu flora ve fauna, iklim, coğrafi yapı gibi unsurlar turizm potansiyeli oluştururken aynı zamanda bir turistik ürüne dönüştürülerek turistlere hizmet sunulması sağlanmaktadır. Belli bir zaman içerisinde bölgeye turist akışının fazlalaşmasıyla kaynakların taşıma kapasitesi azalmakta ve kaynaklar üzerindeki baskılar artmaktadır. Böylece ekolojik dengenin bozulması, endemik türlerin yok olması, çevresel kaynakların aşınması gibi birçok sorun ortaya çıkmaktadır. Bu noktada tüketimin hegemonyasının azaltılması ve kaynakların korunması amacıyla sürdürülebilir tüketim fikri ortaya çıkmaktadır.

Turizm destinasyonları için sürdürülebilirlik, tüketim kültürünün etkisiyle çelişkili bir durumu ortaya çıkarmakta ve destinasyonlar hızlıca çevresel bozulmayla karşı karşıya kalmaktadır. Çünkü turizm sektörü ile birlikte yoğunlaşmaya başlayan bölgeler bir çöp adası haline gelerek atık sorunu ile ya da başka sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Buna karşılık turizm faaliyetleri bölgede yaşayan yerel halk açısından önemli ekonomik ve sosyo-kültürel etkilere de sahip olduğu için bölge sakinleri turizmin gelişmesini arzulayabilmektedir. Çünkü turizm faaliyetleri bölgede yaşayan yerel halk açısından ek gelir fırsatı, istihdam olanakları ya da ellerinde bulunan mülklerin değer kazanması gibi olumlu ekonomik etkilerden faydalanmak istemektedir. Bu faydaları sağlayabilmek amacıyla tarım arazilerini feda edebilmekte, evlerini konaklama işletmelerine dönüştürebilmekte, turiste hizmet sağlayabilecek alanların dönüşümünü destekleyerek çevresel kaynaklarını bilinçsizce tüketebilmektedir. Yine zaman içerisinde turistik faaliyetlerin etkisiyle bölgede trafik sıkışıklığı,

gürültü kirliliği, su kaynaklarının verimsizliği, aşırı kalabalıklaşma ve doğal çevresel kaynaklarda bozulma ile karşı karşıya kalabilmektedir. Çevreye karşı sorumluluk ilkelerinin yok sayılıp bireylerin kendi lehine geliştirdiği davranış şekli sürdürülebilirliğe zarar vermekte ve tükettikçe turizmin de tükenmesine sebep olmaktadır. Böylece birçok destinasyonda doğal çevreye yönelik tahribat ciddi boyutlara ulaşarak geri döndürülemez bir hal almaktadır. Bu nedenle turizmin gelişmeye başladığı bölgelerde yerel halkın çevreye yönelik tüketim davranışları, çevresel tutumları ve fedakârlıklarının ele alınması önemli bir konudur. Bu kapsamda gerçekleştirilen bu araştırmanın amacı, tüketim kültürü ile şekillenen davranış kalıplarının etkisiyle çevresel değerlerin turizm faaliyetleri ile kullanımına ilişkin yerel halkın çevresel tutumu ve çevre konusundaki fedakârlıklarının araştırılmasıdır.

Araştırma, turizmin henüz gelişim aşamasında olduğu Kütahya ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı çerçevesinde Kütahya’da yaşayan yerel halkın çevreye yönelik tüketim davranışı, tutumları ve fedakârlık yapma isteklerine yönelik hipotezler geliştirilmiştir. Bu kapsamda araştırmadan elde edilen verilerin analizi gerçekleştirilerek bulgular ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda katılımcıların 238 kadın 345 erkek birey, 220 evli 363 bekar bireyden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu katılımcılardan 15-20 yaş arasında olanların sayısı 106, 21-30 yaş arası olanların sayısı 241, 31-40 yaş arası olanların sayısı 113, 41-50 yaş arası olanların sayısı 64, 51-60 yaş arası olanların sayısı 33 ve 61 yaş üzeri olanların sayısı ise 26 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların 66’sının ilköğretim, 116’sının lise, 65’inin önlisans, 287’sinin lisans, 35’inin yüksek lisans ve 14’ünün doktora mezunu olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı zaman itibarıyla katılımcılardan 192 kişinin 0-5.500 TL, 112 kişinin 5.501-11.500 TL, 140 kişinin 11.501-22.500 TL, 76 kişinin 22.501-30.500 TL, 43 kişinin 30.501- 40.500 TL ve 20 kişinin ise 40.501 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların dahil oldukları meslek gruplarına bakıldığında 87 öğrenci, 101 kamu personeli, 25 ev hanımı, 27 serbest çalışan, 28 ücretli çalışan, 28 işletme sahibi, 38 emekli, 23 çalışmayan, 226 diğer meslek dallarından bireylerin olduğu tespit edilmiştir. Tatile çıkma sıklıklarına göre katılımcıların 145’inin hiç tatile çıkmadığı, 104’ünün 2 yılda 1 kez, 214’ünün yılda 1 kez, 92’sinin yılda 2-3 kez ve 28’inin yılda 4 kez ve üzerinde tatil yaptığı belirlenmiştir. Katılımcıların turizm çeşidi tercihlerine bakıldığında ise, 346 kişinin deniz ve kıyı turizmini, 51 kişinin macera ve aktivite turizmini, 45 kişinin şehir turizmini, 76 kişinin kültür turizmini, 10 kişinin yayla turizmini, 42 kişinin inanç turizmini ve 13 kişinin sağlık turizmini tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Bunun yanında katılımcıların 37’sinin çevresel sivil toplum kuruluşlarına üye olduğu buna karşılık 546 kişinin ise herhangi bir kuruluşa üye olmadığı ve yine katılımcıların 47’sinin ailesinde turizm çalışanı olduğu ve 536’sının ailesinde herhangi bir turizm çalışanı olmadığı da araştırma sonucunda tespit edilmiştir.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda öncelikle bireylerin çevreye yönelik tüketim davranışlarındaki eğilimin hangi yönde olduğu belirlenmeye çalışılmış ve bu kapsamda H₁ hipotezi ileri sürülmüştür. Araştırma sonuçlarına göre yerel halkın çevreye yönelik hem pozitif hem negatif yönlü olarak orta düzeyde çevresel tüketim eğilimine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda

yerel halkın kısmen çevre merkezci kısmen de insan merkezci bir bakış açısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bu sonuç alanyazında benzer amaçla yapılan diğer çalışmalarla benzerlikler göstermektedir. Gagnon Thompson ve Barton (1994) tarafından yapılan çalışmada da doğayı kendi başına değerli bulan bireylerin çevresel tüketim yaklaşımları eğilimin düşük fakat doğayı insanlık için koruma inancı olan bireylerin ise çevresel tüketim yaklaşımları eğilimin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında Kortenkamp ve Moore (2001) tarafından yapılan çalışmada ise tüketimin çevresel zararı konusunda bilgi sahibi olan bireylerin çevre merkezci bir anlayışa sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Savaş (2012) tarafından yapılan çalışmada da tüketim kültürünün etkisiyle Türkiye’de değişen tüketim kalıpları ve tüketilen nesnelere ülkenin çevresel performansını düşürdüğü ve çevre sorunlarına yol açtığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Rülke ve ark. (2020) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların yüksek endemik biyolojik çeşitliliğin farkında olmasına rağmen, hayvan yapısına yönelik aynı düzeyde farkındalığının olmadığını ve bunun yanında katılımcıların %71’inin doğaya ve onun korunmasına karşı insan merkezci (antroposentrik), %23’ünün ise çevre merkezci (ekosentrik) bir bakış açısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Alanyazındaki benzer araştırmalardan da görüldüğü üzere yerel halkın çevreye yönelik tüketim yaklaşımlarındaki eğilimler durumsal farklılıklara göre değişmekte ve her zaman net bir şekilde çevre merkezci ya da insan merkezci bir eğilime sahip olamayabilmektedir. Bu nedenle bu araştırmadaki H₁ hipotezine yönelik bulgular alanyazındaki diğer araştırmalar ile desteklenmektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucuna göre yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir ve H₂ hipotezi kabul edilmiştir. Alanyazında yerel halk üzerinde benzer amaçlarla yapılan çalışmalarda da bu doğrultuda sonuçlara ulaşılmıştır. Kavallinis ve Pizam (1994) tarafından yerel halk, girişimciler ve turistler üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın sonucunda turistler, turizmin olumsuz çevresel etkilerinden hem yerel halkı hem de girişimcileri kendilerinden daha sorumlu olarak görüyorken hem girişimciler hem de yerel halk çevresel etkileri turistlerden daha düşük olarak algılamışlardır. Aynı şekilde Green (2005) tarafından yapılan çalışmada yerel halkın yaşadıkları çevreyi türlerine göre yerel halk için kültürel ve sosyal öneme sahip turistik olmayan binalar, turistik işletmeler ve konaklama alanları, turizmin gelişmesinden kaynaklı sosyo-çevresel problemler, sosyal problemlerle ilgili turistik imkânlar, yerel halk için önemli su kaynakları ve bozulmamış doğayı temsil eden yerler olarak altıya ayırdığı ve turizmin bölgede hızlı bir değişime sebep olduğu tespit edilmiştir. Amuguandoh (2010) tarafından yapılan araştırmada da yerel halkın turizmin olumsuz çevresel etkilerinin daha az kabul ettiğini, gölün kirliliği de dahil olmak üzere bu olumsuz etkilerin ortaya çıkmasında turizmin etkili olduğuyla ilgili bir belirsizlik veya şüphe ifade ettiklerini tespit edilmiştir. Ojong ve ark. (2015) tarafından yapılan araştırmada ise yerel halkın ekoturizm algısının düşük olduğu, ekoturizme yönelik bilgi ve bilincinin zayıf olduğu ve yerel halkın ekoturizm konusunda kayıtsız kaldığı tespit edilmiştir. Benzer olarak Baltacı (2021) tarafından yapılan araştırmada yerel halkın çevresel tutumlarının,

davranışsal rolleri üzerinde etkili olduğu ve yerel halkın Alanya’da sürdürülebilir turizm gelişimini desteklediği tespit edilmiştir. Alanyazındaki benzer araştırmalardan da görüldüğü üzere yerel halk turizmin olumsuz çevresel etkilerini bazen kabul bazen de reddedebilmekte ve turizm faaliyetlerini devam ettirmek isteyebilmektedir. Bu nedenle araştırmadaki H₂ hipotezine yönelik bulgular alanyazındaki diğer araştırmalar ile desteklenmektedir.

Araştırmanın başka bir sonucuna göre yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde bir etkisinin olduğu tespit edilmiş ve H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Alanyazında çevresel fedakârlıkla ilgili yapılan çalışmalarda da yerel halkın bazılarının fedakârlık yapma eğiliminde olduğu bazılarının da böyle bir eğilimlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Chen ve Zehg (2016) tarafından Çin, Japonya ve Güney Kore’de yapılan çalışmada Çinlilerin özellikle Pekin vatandaşlarının çevre için fedakârlık yapma eğilimine sahip olduğu, Japonların çevre için fedakârlık yapma eğilimlerinin düşük olduğu ve Güney Korelilerin ise Çinliler ve Japonlar arasında bir eğilime sahip olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde Octavia ve ark. (2018) tarafından yapılan çalışmada Jakarta vatandaşlarının çevre yanlısı davranışlarında fedakârlık yapma istekliliğinin önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Atay ve ark. (2019) tarafından yapılan araştırmada da rekreasyoncuların subjektif normları ve çevresel fedakârlıklarının çevre dostu davranışı önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Bunun yanında Xu ve ark. (2021) tarafından Çin’de yapılan çalışmada insan merkezci anlayışa sahip bireylerin bireysel ve örgütsel düzeydeki çevre dostu davranışlarının olumsuz, çevre merkezci anlayışa sahip bireylerin ise bireysel düzeydeki çevre dostu davranışlarla ilişkisinin olumlu olduğu; bireylerin fedakâr davranışlarının çevre dostu davranışları ile olumlu yönde bir ilişkisinin olduğu fakat sosyo-ekonomik göstergelerin bireysel düzeyde çevre dostu davranışları olumsuz olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazındaki benzer araştırmalardan da görüldüğü üzere yerel halkın çevre merkezci ve insan merkezci eğilimlere sahip olmasının çevresel fedakârlıklarını etkiledikleri görülmektedir. Bu nedenle H₃ hipotezine yönelik bulgular alanyazındaki diğer araştırmalar ile desteklenmektedir.

Araştırmanın başka bir sonucuna göre yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiş ve H₄ hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre yerel halkın çevresel tutumları düşük düzeyde ise çevresel fedakârlık düzeylerinin zayıf, çevresel tutumları yüksek düzeyde ise çevresel fedakârlık düzeylerinin güçlü olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç alanyazında benzer amaçla gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Popp (1999) tarafından yapılan araştırmada bireylerin çevresel koruma konusunda kendi çıkarlarını önemsemedikleri güçlü fedakârlık düzeyi ve bireyin hem kendi çıkarını hem de gelecek nesillerin çıkarını önemsedikleri zayıf fedakârlık düzeyine odaklanılmış ve araştırmanın sonucuna göre bireylerin daha çok zayıf fedakârlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Hedlund (2011) tarafından sürdürülebilir turizm üzerine gerçekleştirilen araştırmada, çevresel kaygı ile çevreyi korumak için ekonomik fedakarlıkları kabul etme istekliliği arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Benzer şekilde Pande (2016) tarafından stajyer öğretmenler üzerinde yapılan araştırmada öğretmenlerin çevresel tutumları ile fedakârlık düzeyleri arasında pozitif bir korelasyon olduğu, farklı eğitim geçmişlerine sahip stajyer öğretmenlerin özgeci davranışları ve çevreye yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Klösch ve ark. (2021) tarafından yapılan araştırmada çevresel tutum ve değerlerin çevresel fedakârlık üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Reyes (2021) tarafından İskandinavya Bölgesi'nde yapılan araştırmada çevresel tutum ve ona eşlik eden birçok faktörün fedakârlık yapma üzerinde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Alanyazındaki araştırmalardan da görüldüğü üzere, yerel halkın çevresel tutumları çevresel fedakârlık düzeylerini hem olumlu hem de olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Bu nedenle H₄ hipotezine yönelik bulgular alanyazındaki diğer araştırmalar ile desteklenmektedir.

Araştırmanın diğer sonucuna göre ise yerel halkın turizme yönelik çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumlarına etkisi olduğu tespit edilmiş ve H₅ hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre yerel halkın çevreye yönelik fedakârlık yapma eğilimi çevresel tutumlarını olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir. Araştırma kapsamında tespit edilen bu sonuç alanyazında benzer amaçlarla gerçekleştirilen araştırmalarla paralellik göstermektedir. Davis ve ark. (2011) tarafından yapılan araştırmada çevresel bağlılığın çevresel davranış ve çevresel fedakârlık arasında aracı rolü gördüğünü tespit etmişlerdir. Knez (2016) tarafından yapılan araştırmada iklim değişikliğiyle ilgili egoizm ve fedakârlık değer yönelimlerinin çevre dostu davranışları önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Octavia ve ark. (2018) tarafından yapılan araştırmada çevresel fedakârlığın çevre yanlısı davranış üzerinde önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Atay ve ark. (2019), yapılan araştırmada çevresel fedakârlığın çevre dostu davranış üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kim ve Stepchenkova (2019) tarafından turistler üzerinde yapılan araştırmada da doğa temelli turizm bağlamında özgeci (fedakârlık) değerlerin, tutumların ve çevre bilgisinin önemli bir rolü olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Xu ve ark. (2021) tarafından yapılan araştırmada bireylerin fedakâr davranışlarının çevre dostu davranışları ile olumlu yönde bir ilişkisinin olduğu fakat sosyo-ekonomik göstergelerin bireysel düzeyde çevre dostu davranışları olumsuz olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazındaki araştırmalardan da görüldüğü üzere, yerel halkın çevresel fedakârlık düzeyleri çevresel tutumlarını etkilemektedir. Bu nedenle H₅ hipotezine yönelik bulgular alanyazındaki diğer araştırmalar ile desteklenmektedir.

Araştırma sonuçları kısaca özetlendiğinde yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının hem çevre merkezci hem de insan merkezci anlayışa yönelik orta düzeyde bir eğilime sahip oldukları, yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel tutumları üzerinde bir etkisinin olduğu, yerel halkın çevresel tüketim yaklaşımlarının turizme yönelik çevresel fedakârlıkları üzerinde bir etkisinin olduğu, yerel halkın turizme yönelik çevresel tutumunun çevresel fedakârlıkları üzerinde etkisi olduğu ve yerel halkın turizme yönelik çevresel fedakârlıklarının çevresel tutumlarına etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yerel halkın kapitalizmle birlikte gelen insan merkezci bakış

açısının ve tüketim kültürünün hegemonyasının bireylerin çevreye yönelik davranışlarını etkilediği fakat çevre merkezci anlayışın etkisiyle de belirli bir oranda çevresel kaynaklarını korumak istediği söylenebilmektedir. Yine tüketim kültürünün hegemonyası altında bulunan yerel halkın çevreye yönelik fedakârlık isteği de buna orantılı olarak değişebilmektedir. Bu doğrultuda araştırmada tespit edilen sonuçlara uygun olarak farklı paydaş gruplarına öneriler getirilmiştir.

Gelecekte Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

- Bu araştırma Kütahya’da yaşayan yerel halk üzerinde gerçekleştirilmiş ve araştırma evreninin tümüne ulaşmak çok zor olacağı için sınırlı sayıda insandan oluşan bir örneklem ile araştırmaya devam edilmiştir. Bu kapsamda daha sonra Kütahya’da gerçekleştirilecek olan araştırmalar daha farklı bir örneklem grubu ile gerçekleştirilebilir.
- Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve farklı demografik gruplardan bireyler rastgele seçilmiştir. Bu nedenle oluşturulan demografik gruplarda değişen sayılarda kişilere ulaşılmıştır. Bu kapsamda sonraki araştırmalar farklı örnekleme teknikleri kullanılarak gerçekleştirilebilir ve bütün gruplarda grubu temsil yeterliliğine sahip olan kişilere ulaşılması sağlanabilir.
- Araştırma gerçekleştirilirken veri toplama süreci sadece belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiş ve yerel halkın görüşlerinde mevsimsel etkiler olup olmayacağı konusu irdelenmemiştir. Bu kapsamda sonraki araştırmalar mevsimsel koşullar göz önünde bulundurularak bütün mevsimleri içeren bir zaman diliminde veri toplama yoluna gidilebilir.
- Araştırmada veriler sadece yerel halktan bireylerden toplanmıştır. Oysaki yerel halkın çevresel davranışlarının yanında turistlerin de çevresel davranışları etkili olabilmektedir. Bu nedenle sonraki araştırmalar Kütahya’yı ziyaret eden turistler üzerinde gerçekleştirilebilir.
- Araştırma sonuçları sadece Kütahya ili ile sınırlı kalmakta ve Türkiye’nin tamamına genellenememektedir. Oysaki ülkenin diğer bölgelerindeki halkın çevresel davranışları da toplumun tamamının çevresel davranışlarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle ülkenin tamamına genellenebilmesi kolay olan bir araştırma gerçekleştirilebilir.
- Bunun yanında araştırmada ölçülmesi arzulanan değişkenler için daha önce yapılan araştırmaların ölçme araçları kullanılmış ve daha önce geliştirilen ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda araştırmacının tekrarlanması durumunda farklı ölçme araçları kullanılabilir.
- Araştırma turizmin henüz gelişmediği Kütahya ilinde gerçekleştirilmiş ve bu bir sınırlılık olarak belirlenmiştir. Bu nedenle sonraki araştırmaların turizm faaliyetlerinin daha yoğun yaşandığı bölgelerde yapılması sağlanabilir.

Yerel Yönetimlere ve Politika Yapıcılara Yönelik Öneriler

- Yerel halkın çevreye yönelik tüketim davranışlarını değiştirmek amacıyla politikalar geliştirilebilir ve yeni eylem planları hazırlanabilir.
- Yerel halkın çevreye baskısının azalması için bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir ve çevre eğitimi programları ya da kursları düzenlenebilir.
- Yerel halkın çevreye yönelik bilinçlendirilmesinin yanı sıra turizme yönelik de bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir ve seminerler ya da konferanslar düzenlenebilir.
- Yerel halkın doğal kaynakları kullanımında azami ölçütlere dikkat etmesine yönelik kamu spotu şeklinde programlar düzenlenebilir ve kamuoyu ile paylaşılabilir.
- Yatırım aşamasından önce turizm tesislerinin ilde oluşturabileceği etkiler değerlendirilebilir ve planlamalar yapılabilir. Planlama aşamasında bölgeye yönelik turizm potansiyelinin tespit edilmesi, bütün paydaşları içerek veri toplama sürecinin gerçekleştirilmesi, doğal alanları işgal etmeyecek yerlerin turizm tesislerine ayrılması, tesisleşme sürecinde ise belirli standartların sağlanması ve denetim mekanizmasının oluşturulması gerekmektedir.
- Turizm gelişim aşamasında tesislerin kapasitesi hesaplanarak taşıma kapasitesinin aşılmasının önüne geçilebilir.
- Plansız bir şekilde gerçekleşen tesisleşme ilde alt yapı sorunlarını ortaya çıkarabilir. Bu nedenle tesisleşme öncesinde alt yapıya yönelik çalışmalar yapılması elektrik, su ve kanalizasyon alt yapısının güçlendirilmesi gerekebilir.
- Hazırlanacak planlar içerisine yerel halkın çevreye yönelik baskılarını azaltabilecek çalışmalar eklenebilir ve bir takvim haline dönüştürülebilir.
- İlde turizm gelişiminin kontrollü bir şekilde gerçekleştirilmesi için risk analizleri yapılarak buna yönelik önlemler alınabilir.
- Tüketim kültürünün etkisinin zayıflatılması için turizmin gelişmesinde metalaşma, otantikliğin kaybedilmesi ve ticari odaklılık gibi durumları azaltabilecek önlemler alınması sağlanabilir.
- Çöplerin yarattığı kirlilik ve atıkların bertaraf edilmesinde turizm henüz gelişme aşamasındayken planlamalar yapılabilir ve belediye bu konuda hizmet kapasitesini artıracak çalışmalar yürütebilir.
- Yerel halk yaşadığı bölgede turizmin ekonomik getirilerinden (istihdam, kazanç vb.) faydalanabilmek için turizm faaliyetlerinin yerine getirilmesi için bütün kaynaklarını kullanabilmektedir. Bunun için bölgede yerel halk için kazanç sağlayacak alternatif sektörler araştırılabilir ve çevreye minimum düzeyde zarar verecek sektörlerin gelişimine odaklanılabilir.

- Turizm gelişiminde sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yerel halkın yaşam kalitesini artıracak ve ilde dönüşümü sağlayabilecek yeni planlamalara da odaklanılabilir.
- Kütahya’da turizme hizmet edebilecek en önemli arz kaynakları kültür turizmi ve sağlık turizmine yönelik alanlardır. Bu alanlarda baskıyı azaltabilmek amacıyla akıllı turizm uygulamalarından faydalanarak kalabalıklaşmanın önüne geçilebilir.
- Sahip olunan doğal ve kültürel güzelliklerden turistlerin faydalanmasının yanında yerel halkın da faydalanabileceği rekreatif alanlar oluşturulabilir.
- Turizmin geliştiği bölgelerde yaşanan en önemli çevresel sorunlardan biri de trafiktir. Trafikten kaynaklanabilecek sorunların önüne geçilmesi için bisiklet yolları oluşturulabilir ve bisiklet kullanımı özendirilebilir, alternatif ulaşım imkânları geliştirilebilir, otopark alanlarının oluşturulması sağlanabilir ve anayollar dahil olmak üzere ilden geçen bütün yollara yönelik yeni düzenlemeler yapılabilir.



KAYNAKLAR

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., ve Sidek, M. M. "Discriminant validity assessment: Use of Fornell ve Larcker criterion versus HTMT criterion". Inside *In Journal of physics: Conference Series*, 890 (1), 012163. IOP Publishing, 2017
- Acar, M. S., ve Korumaz, S. A. G. (2020). Sille'yi yeniden düşünmek: Tüketim ve turizm bağlamında toplumsal mekânın değişimi. H. H. Kozlu (Ed.), *Mimarlık bilimlerinde akademik çalışmalar* (ss. 107-121). Livre De Ryon.
- Adugit, Y. (2013). Göreli mekânlarda ahlâki kayıtsızlık. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 1-24.
- Akarçay, E. (2018). Tüketim kültürü. *Kültür Sosyolojisi* (ss. 189-207) içinde. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Akdoğan, L. (2023). Sürdürülebilir tüketim: kavramsal bir çalışma. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 43-53.
- Akgündüz, Y., ve Yüksek, G. (2019) Turizmde cazibe unsurları. C. Çakıcı (Ed.), *Kavramlar ve örneklerle genel turizm* (ss. 161-179). Detay Yayıncılık.
- Akıncı, M., Sevinç, H., ve Yılmaz, Ö. (2018). Jevons paradoksu: Enerji etkinliği ve rebound etkisi üzerine ekonometrik bir analiz. *Fiscaoeconomia*, 2(1), 77-98.
- Akkol, M. L. (2019). Kitle endüstrisi ve kitle kültürü kavramlarının Frankfurt Okulu düşüncesi üzerinden analizi. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 49-64.
- Akkuş, Ç., ve Yordam, S. (2021). Yerel Halkın Milli Parklara Yönelik Çevresel Kimlik, Çevresel Tutum ve Katılım Yaklaşımları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(1), 19-30.
- Aksakal, E. (2019). Kentsel Olandan Sanala Tüketim Mabetleri ve Etik-Estetik Karmaşası. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (65), 497-519.
- Aksoy, M. E. (2010). Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine ilişkin tutumları (Gaziosmanpaşa Üniversitesi Örneği). *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 197-212.
- Akyurt, H. (2023). Turizmin Çevresel Etkileri. R. A. Wolff, K. Y. Genç ve N. Hüsnüoğlu (Ed.), *Çevre ve Ekonomi* (Ed.), (ss. 76-101) içinde. Ekin Yayınevi.
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Alımanoğlu, Ç. (2023). *Turizmde postmodern tüketim kültürünün cittaslow destinasyonlar üzerindeki etkisi: Ege Bölgesi örneği*. [Yayımlanmamış Doktora tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir turizm: Alaçatı destinasyonuna yönelik bir uygulama. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6692-6710.
- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Pine Forge Press.
- Alnıaçık, Ü. (2010). Çevreci Yönelim, Çevre Dostu Davranış ve Demografik Özellikler: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 507-532.
- Alpaslan, A. Ö., ve Ortaçşme, V. (2009). Side-Manavgat kıyı kesimi alan kullanımlarının kıyı planlaması ve yönetimine yönelik değerlendirilmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 169-178.
- Alpar, R. (2001). *Spor bilimlerinde uygulamalı istatistik*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Amelung, B., Nicholls, S., ve Viner, D. (2007). Implications of global climate change for tourism flows and seasonality. *Journal of Travel research*, 45(3), 285-296.
- Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana. *Journal of sustainable tourism*, 18(2), 223-238.

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Arabadzhyan, A., Figini, P., García, C., González, M. M., Lam-González, Y. E., & León, C. J. (2021). Climate change, coastal tourism, and impact chains—a literature review. *Current Issues in Tourism*, 24(16), 2233-2268. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1825351>.
- Ardoğan, R. (2012). Tüketim, nüfus ve çevre sorunları: Orantısız denklem. *Journal of History Culture and Art Research*, 1(4), 81-106.
- Arıbaş, K., ve Yürüdü, E. (2015). Çevre sorunları ve tüketim kültürü. *Elektronik Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 30-48.
- Arıca, R., ve Sönmez Gök, N. (2019). Turizmin çevresel etkilerine yönelik algıların incelenmesi: Turizm öğrencileri üzerine bir araştırma. F. Alaeddinoğlu, S. Özer, S. Şahin, ve H. Arslan Kalay (Ed.), *Turizm araştırmaları* (ss. 347–365) içinde. Paradigma Akademi.
- Arık, M. B. (2010). Alışveriş merkezleri ve “rasyonel” büyüleme stratejileri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (13), 211-233.
- Arnett, J. J. (2002). The psychology of globalization. *American psychologist*, 57(10), 774.
- Arnould, E. J., ve Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), 868-882.
- Arslan, S.G. (2024). *Tüketim değerlerinin çevresel kaygı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkisi: bir uygulama*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Artun, C. (2016). Sürdürülebilir turizmin başarı koşulları ve etkin bir turizm politikasının belirlenmesine etki eden etmenler. H. Çeken (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Temel Kavramlar ve İlkeler* (ss. 117-140) içinde. Detay Yayıncılık.
- Aşar, H. (2017). *Canlı-merkezcilik insan merkezlik ikileminde biyoetiği yeniden düşünmek*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Atay, L., Soyulu, Y., ve Gökdemir, S. (2019). Çevre endişesi, çevresel fedakarlık, normlar ve yer tutumunun çevre dostu davranışa etkisi: Kapadokya/Göreme Milli Parkı örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 398-417.
- Attfield, R. (2017) Postmodernism, value and objectivity. *The Ethics of the Environment* (ss. 41-58) içinde. Routledge.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Detay Yayıncılık.
- Ay, U. (2017). Çevreci tüketim davranışlarının Değer-İnanç-Norm kuramı temelinde incelenmesi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 1–33.
- Aydın, A.E., Marangoz, M. ve Fırat, A. (2015). Tüketim kültürü çalışmaları üzerine bir literatür taraması. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 23-40.
- Aydın, M. (2005). *Büyük alışveriş merkezlerinin aile içi tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Aydın, S. Ö., Öztürk, G., Aydar, M., ve Avcu, M. (2023). Lise öğrencilerinin düşünme stilleri ile çevresel bakış açıları arasındaki ilişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (55), 1-20. <https://doi.org/10.53444/deubefd.1099961>
- Aydın, Ş. ve Şentürk, M. (2016, Ekim, 20-22). *Kentsel büyüme kuramının Türkiye kentleşme deneyiminde yerel aktörlerin konumunun anlaşılmasında uygulanabilirliği* [Sözlü Sunum]. 4. Uluslararası Kentsel ve Çevresel Sorunlar ve Politikalar Kongresi, İstanbul, Türkiye.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve metalaşma kısılcacında boş zaman. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 27-53.
- Aytaç, M. ve Öngen, B. (2012). Doğrulayıcı faktör analizi ile yeni çevresel paradigma ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi. *İstatistikçiler Dergisi*, 5(1), 14-22.

- Ayyıldız, Y., ve Cengiz, A. (2006). Pazarlama modellerinin testinde kullanılabilir yapısal eşitlik modeli (yem) üzerine kavramsal bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 63-84.
- Bagozzi, R. P., ve Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16, 74-94.
- Baierl, T. M., Kaiser, F. G., ve Bogner, F. X. (2022). The supportive role of environmental attitude for learning about environmental issues. *Journal of Environmental Psychology*, 81, 1-11, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101799>.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37, 61-82.
- Balçıklı, M.B. ve Hasta, D. (2020). Çevreci Davranışa Kuramsal Yaklaşımlar. G. Kırıl Uçar ve D. Hasta (Ed.), *Çevre Psikolojisi İnsan- Doğa Etkileşimi ve Çevre Davranışı* (ss. 165-185) içinde. Nobel Yayıncılık.
- Ballı, A. (2019). *Bir grup üniversite öğrencisinin çocukluk çağı travmaları ve fedakârlık doyumlarının arasındaki ilişkinin incelenmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Baltacı, F. (2019). *Turizmin sürdürülebilir gelişiminde yerel halkın davranışsal rolü, çevresel tutumu ve verdiği destek arasındaki ilişki: Alanya örneği*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baltacı, F. (2020). Turizmin sürdürülebilir gelişiminde yerel halkın davranışsal rolü, çevresel tutumu ve verdiği destek arasındaki ilişki: Alanya örneği. *Journal of Economy Culture and Society*, 63, 213-236. <https://doi.org/10.26650/JECS2020-0067>.
- Bamberg, S., ve Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of environmental psychology*, 27(1), 14-25.
- Bamberg, S., Hunecke, M., ve Blöbaum, A. (2007). Social context, personal norms and the use of public transportation: Two field studies. *Journal of environmental psychology*, 27(3), 190-203.
- Barakazı, M. (2019). Turistik tüketim ve turizm faaliyetlerinin turizmi tüketmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 138-149.
- Başdaner, O. (2018). *Turizm alanının sosyolojik ve kuramsal inşası için bir taslak*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Batı, U. (2007). Tüketim katedralleri olarak alışveriş merkezlerinin toplumsal gösterebilimi: Forum Bornova alışveriş merkezi örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-26.
- Batı, U. (2009). Tüketimin akılcılaşması, büyümesi ve yeniden büyümesinin IKEA süper mağazası üzerinden görünümü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (37), 20-48.
- Batu, M., ve Tos, O. (2017). Tüketim kültürü odağında modernizm ve postmodernizmin karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 991-1023.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri/Yapıları*, (Deliceçaylı H. Ve Keskin F. Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). *Tüketim toplumu*. (N. Tural ve F. Keskin Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2002). *Tüketimin Tanımına Doğru, Mimarlık ve Tüketim*. Boyut Yayın.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim toplumunda bireyin ontolojik mottosu: Tüketiyorum öyleyse varım. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, (43), 221-24.
- Bayazit, S. (2018). İklim değişikliği ve turizm ilişkisinin Türkiye iç turizmi açısından incelenmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 221-231.

- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Amos Uygulamaları*. Ezgi Kitabevi
- Belisle, F. J., ve Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of tourism research*, 7(1), 83-101.
- Belsoy, J., Korir, J., ve Yego, J. (2012). Environmental impacts of tourism in protected areas. *Journal of Environment and Earth Science*, 2(10), 64-73.
- Bernstein, J., ve Szuster, B. W. (2019). The new environmental paradigm scale: Reassessing the operationalization of contemporary environmentalism. *The Journal of Environmental Education*, 50(2), 73-83.
- Bilsel, H. (2018). Kültürün toplumsal simge üretme özelliği: Kalıcı ve dönüştürücü öğeler. *Kültür Sosyolojisi* (ss. 122-143) içinde. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Birdişi, F. (2014). Çevreye metaekolojik yaklaşım ve doğada karşılıklı dayanışma ilkesi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 9(1), 25-46.
- Bird, A., ve Stevens, M. J. (2003). Toward an emergent global culture and the effects of globalization on obsolescing national cultures. *Journal of International Management*, 9(4), 395-407.
- Bjerke, T., ve Kaltenborn, B. P. (1999). The relationship of ecocentric and anthropocentric motives to attitudes toward large carnivores. *Journal of Environmental psychology*, 19(4), 415-421.
- Boldero, J. (1995). The prediction of household recycling of newspapers: The role of attitudes, intentions, and situational factors 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(5), 440-462.
- Bocock, R. (2009), *Tüketim*, (İ. Kutluk Çev.). Dost Kitabevi Yayınları.
- Bookchin, M. (1987). Social ecology versus deep ecology: A challenge for the ecology movement. *Green Perspectives: Newsletter of the Green Program Project*, 1987, 4-5.
- Boyacıoğlu, E.Z. (2015). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Etkisi. D. Küçükaltan, H. Çeken ve Ş.O. Mercan (Ed.), *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması* (ss. 195-210) içinde. Detay Yayıncılık.
- Bösehans, G., ve Walker, I. (2020). Do supra-modal traveller types exist? A travel behaviour market segmentation using Goal framing theory. *Transportation*, 47(1), 243-273.
- Bryman, A. (1999). The disneyization of society. *The Sociological Review*, 47(1), 25-47.
- Bubolz, M. M., ve Sontag, M. S. (2009). Human ecology theory. P. Boss, W. J. Doherty, R. LaRossa, W. R. Schumm, ve S. K. Steinmetz (Ed.), *Sourcebook of family theories and methods* (ss. 448-451) içinde. Springer.
- Buckley, R. (2011). Tourism and environment. *Annual review of environment and resources*, 36(1), 397-416.
- Burgess, J., Harrison, C. M., ve Filius, P. (1998). Environmental communication and the cultural politics of environmental citizenship. *Environment and Planning A*, 30(8), 1445-1460.
- Butler, R. W. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental conservation*, 18(3), 201-209.
- Buttel, F. H. (1978). Environmental sociology: A new paradigm? *The American Sociologist*, 13(4), 252-256.
- Buyan, B. (2007). Küreselleşme ve sinema. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 214-226.
- Büyükkuru, M. (2019) *Turizmin etkilerinin yerel halk ve diğer paydaşlar tarafından değerlendirilmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma: Nevşehir örneği*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak Kılıç, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.

- Callicott, J. B. (1984). Non-anthropocentric value theory and environmental ethics. *American Philosophical Quarterly*, 21(4), 299-309.
- Caneday, L., ve Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gaming community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 30(2), 45-49. <https://doi.org/10.1177/004728759103000210>.
- Casas, A. B., ve Burgess, R. A. (2012). The practical importance of philosophical inquiry for environmental professionals: A look at the intrinsic/instrumental value debate. *Environmental Practice: Journal of the National Association of Environmental Professionals*, 14(3), 184–189.
- Catton Jr, W. R., ve Dunlap, R. E. (1978). Environmental sociology: A new paradigm. *The american sociologist*, 41-49.
- Catton Jr, W. R., ve Dunlap, R. E. (1980). A new ecological paradigm for post-exuberant sociology. *American behavioral scientist*, 24(1), 15-47.
- Çavuş, Ş., ve Tanrisevdi, A. (2003). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kuşadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3–4), 259–269.
- Ceylan, S. (2019). Doğal kaynaklar yönetimi ve sürdürülebilir turizm. O. Türkay ve İ. Çalık (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm: Gösterge Geliştirme ve Ölçme Yaklaşımı* (ss. 336-352) içinde. Detay Yayıncılık.
- Ceylan, S. (2022). Turizmde postmodern uygulamalar: Ürgüp'te mağara oteller. *International Journal of Geography and Geography Education*, (45), 197-218. <http://dx.doi.org/10.32003/igge.1010398>.
- Chang, M. K. (1998). Predicting unethical behavior: a comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *Journal of business ethics*, 17(16), 1825-1834.
- Chen, M. F. (2015). An examination of the value-belief-norm theory model in predicting pro-environmental behaviour in Taiwan. *Asian Journal of Social Psychology*, 18(2), 145-151. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12096>.
- Chen, Y., ve Zheng, Y. (2016). Willingness to sacrifice for the environment: A comparison of environmental consciousness in China, Japan and South Korea. *Behaviormetrika*, 43(1), 19-39.
- Cheng, T. M., Wu, H. C., Wang, J. T. M., ve Wu, M. R. (2019). Community Participation as a mediating factor on residents' attitudes towards sustainable tourism development and their personal environmentally responsible behaviour. *Current issues in tourism*, 22(14), 1764-1782.
- Cheung, S. F., Chan, D. K. S., ve Wong, Z. S. Y. (1999). Reexamining the theory of planned behavior in understanding wastepaper recycling. *Environment and behavior*, 31(5), 587-612.
- Choi, H., Jang, J., ve Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87-95.
- Christensen, T. H., Godskenen, M., Gram-Hanssen, K., Quitzau, M. B., ve Røpke, I. (2007). Greening the Danes? Experience with consumption and environment policies. *Journal of Consumer Policy*, 30, 91-116.
- Cihanalp, C. (2019). Derin Ekoloji ve tarım. *Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 35-45.
- Clark, G. (2007). Evolution of the global sustainable consumption and production policy and the United Nations Environment Programme's (UNEP) supporting activities. *Journal of cleaner production*, 15(6), 492-498. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.05.017>

- Cocks, S., ve Simpson, S. (2015). Anthropocentric and ecocentric: An application of environmental philosophy to outdoor recreation and environmental education. *Journal of Experiential Education*, 38(3), 216-227.
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism research*, 5(2), 215-237.
- Confente, I. ve Scarpi, D. (2020). Achieving environmentally responsible behavior for tourists and residents: A norm activation theory perspective. *Journal of Travel Reserach*, 60(6), 1-17. <https://doi.org/10.1177/0047287520938875>
- Conner, M., ve Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Cordano, M., ve Frieze, I. H. (2000). Pollution reduction preferences of US environmental managers: Applying Ajzen's theory of planned behavior. *Academy of Management journal*, 43(4), 627-641.
- Cordano, M., Welcomer, S., Scherer, R. F., Pradenas, L., ve Parada, V. (2011). A cross-cultural assessment of three theories of pro-environmental behavior: A comparison between business students of Chile and the United States. *Environment and behavior*, 43(5), 634-657.
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 837-850.
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F., ve Ritter, P. (2007). Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China. *Society and Natural Resources*, 20(6), 511-525. <https://doi.org/10.1080/08941920701337986>
- Çakır, O. (2017). Boş Zaman ve Boş Zaman Teorileri. M. Akoğlan Kozak (Ed.), *Rekreasyonel Liderlik ve Turist Rehberliği* (ss. 6-29) içinde. Detay Yayıncılık.
- Çakır, G., ve Çakır, A. (2010). Konaklama tesislerinde sürdürülebilir turizm kapsamında su kaynaklarının korunmasına yönelik uygulamalar. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 3(1), 31-36.
- Çalışkan, C. (2017). Sürdürülebilir turizmin çevre ikilemi: toplum ve tüketim. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1123-1136.
- Çamlı, A. (2013). *Max Weber'de rasyonelleşme ve iktisadi gelişme ilişkisi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Celal Bayar Üniversitesi.
- Çelik A. ve Küçük A. (2020). Tüketim toplumunun çevre sorunlarına etkisi, *Econharran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(5), 1-22.
- Çelik, N. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kavramı ve Gelişimi. H. Çeken (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Temel Kavramlar ve İlkeler* (ss. 67-85) içinde. Detay Yayıncılık.
- Çetin, E. (2016). Sembolik tüketimin araçları: Alışveriş merkezleri ve moda. *Sosyoloji Dergisi*, 1(Özel Sayı), 65-74.
- Çımat, A., ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* 6, 1-18.
- Çınar, R., ve Çubukçu, İ. (2009). Tüketim toplumunun şekillenmesi ve tüketici davranışları-karşılaştırmalı bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 277-300.
- Çiçek, D. ve Korkmaz, E. (2021). Reviewing nature-based tourism participants' environmental attitudes. *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(4), 2666-2682.
- Çüçen, A. "Derin ekoloji". İçinde *International Symposium on Kazdağları* 260-270. https://scholar.google.com/scholar?cites=18252207331378545622&as_sdt=2005&sciodt=0,5&hl=tr. 2011.

- Dagher, G., Itani, O. S., ve Kassar, A. N. (2015). The impact of environment concern and attitude on green purchasing behavior: Gender as the moderator. *Contemporary Management Research*, 11(2), 179-206.
- Dal, N. (2008). *Kuşadası 'nda kıyı kullanımı ve turizmin çevresel etkileri üzerine yerel halkın tutumları* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Dal, N. E. (2017). Tüketim toplumu ve tüketim toplumuna yöneltilen eleştiriler üzerine bir tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21. <https://doi.org/10.20875/makusobed.311006>.
- Dasgupta, P. S., ve Ehrlich, P. R. (2013). Pervasive externalities at the population, consumption, and environment nexus. *Science*, 340(6130), 324-328.
- Davis, J. L., Le, B., ve Coy, A. E. (2011). Building a model of commitment to the natural environment to predict ecological behavior and willingness to sacrifice. *Journal of environmental psychology*, 31(3), 257-265. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2011.01.004>
- De Groot, J. I., ve Steg, L. (2009). Morality and prosocial behavior: The role of awareness, responsibility, and norms in the norm activation model. *The Journal of social psychology*, 149(4), 425-449.
- Deng, H., Chen, Z., Cao, H., Shen, Y., Wang, Y., ve Shan, P. (2015). Bir doğa rezervindeki yerel sakinlerin algıları ve tutumları: Baimaxueshan Ulusal Doğa Rezervi'nde bir vaka çalışması. *Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma ve Dünya Ekolojisi Dergisi*, 22(2), 165-170.
- Deng, P., Zhou, X., Xie, D., ve Zheng, P. (2024). How to drive tourists' pro-environmental behavior: interactive effect of benefit appeals and goal framing. *Sustainability*, 16(13), 5600. <https://doi.org/10.3390/su16135600>
- Demir, A. C. (2020). *Tüketim kültüründe melezleşme: Bişkek örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Manas Üniversitesi.
- Demir, C., ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve çevre yönetimi: Sürdürülebilir gelişme yaklaşımı*. Nobel Yayıncılık.
- Dhaouadi, M. (2008). The forgotten concept of human nature in Khaldunian studies. *Asian Journal of Social Science*, 36(3-4), 571-589.
- Dobers, P., ve Strannegård, L. (2005). Design, lifestyles and sustainability. Aesthetic consumption in a world of abundance. *Business Strategy and the Environment*, 14(5), 324-336. <https://doi.org/10.1002/bse.495>
- Doğanay, S. (2003). Coğrafi özellikleri açısından Altındere vadisi milli parkı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 8(10), 43-64.
- Doğru, H. E. (2020). Modern çevre kuramları. O. Beklan Çetin (Ed.), *Çevre Sosyolojisi* (ss. 3-18) içinde. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102933.
- Donnelly, B., ve Bishop, P. (2007). Natural law and ecocentrism. *Journal of Environmental Law*, 19(1), 89-101.
- Doran, R., ve Hanss, D. (2022). Expectation of others' cooperation, efficacy beliefs, and willingness to sacrifice personal interests for the environment. *Scandinavian Journal of Psychology*, 63(4), 357-364.
- Douglas, B. (2015). Transforming human society from anthropocentrism to ecocentrism: Can we make it happen in time?. C. D. Butler, J. Dixon, ve A. G. Capon (Ed.), *Health of People, Places and Planet: Reflections based of Tony McMichael's four decades of contribution to epidemiological understanding* (ss. 607-616) içinde. ANU Press.

- Dröge, C., Calantone, R., Agrawal, M., ve Mackoy, R. (1993). The consumption culture and its critiques: A framework for analysis. *Journal of Macromarketing*, 13(2), 32-45. <https://doi.org/10.1177/027614679301300205>
- Dunlap, R. E., ve Catton, W. R. (1994). Struggling with human exemptionalism: The rise, decline and revitalization of environmental sociology. *The American Sociologist*, 25(1), 5-30.
- Dunlap, R. E., ve Liere, K. D. (1984). Commitment to the dominant social paradigm and concern for environmental quality. *Social science quarterly*, 65(4), 1013-1028.
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., ve Jones, R. E. (2000). New trends in measuring environmental attitudes: measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale. *Journal of social issues*, 56(3), 425-442.
- Durgun, S., ve Avşar, Y. (2025). Çevresel performans endeksi kapsamında Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma: Çevresel ve kentsel göstergeler ışığında bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(Özel Sayı), 157-171. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.1608499>
- Durning, A., (1998). *Ne Kadarı Yeterli? Tüketim Toplumu ve Geleceği* (S. Çağlayan Çev.). Tübitak Tema Vakfı Yayınları.
- Dzwonkowska, D. (2018). Is environmental virtue ethics anthropocentric?. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31, 723-738.
- Ebreo, A., Vining, J., ve Cristancho, S. (2003). Responsibility for environmental problems and the consequences of waste reduction: A test of the norm-activation model. *Journal of Environmental Systems*, 29(3), 219-244.
- Ecevit, M. Z. (2018). Yeşil kalite ve yeşil imaj algısının daha fazla ödeme niyeti ile ilişkisi: Yeşil göz boyamanın düzenleyici rolü. *Business and Management Studies: An International Journal*, 6(3), 482-496.
- Edgell, D. L. (2016). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future*. Routledge.
- Ehigiamusoe, K. U. (2020). Tourism, growth and environment: Analysis of non-linear and moderating effects. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1174-1192.
- Eilam, E., ve Trop, T. (2012). Environmental attitudes and environmental behavior—which is the horse and which is the cart?. *Sustainability*, 4(9), 2210-2246. <https://doi.org/10.3390/su4092210>
- Ekmekcioğlu, A., ve Dere, A. (2023). Toplumsal Ekoloji Yaklaşımını Bölgesel Gelişmeler Üzerinden Yeniden Tartışmak. *Türkiye Ortadoğu Çalışmaları Dergisi*, 10(1), 141-178.
- Elmasoğlu, K. (2017). Tüketim kültüründe etkili bir araç olarak reklamın işlevlerine dair genel bir değerlendirme. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 27-42.
- Emekli, G. (2021). Coğrafya, turizm, kültür ilişkilerinin turizm coğrafyasına yansımaları ve kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(2), 405-428.
- Erciş, A., ve Türk, B. (2016). Etik çerçevesinde tüketim, tüketici ve çevre: ekolojik okuryazarlığın moderatör rolü. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 1-24.
- Erkuş, A. (2011). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Seçkin Kitabevi.
- Ersanlı, K., ve Çabuker, N. D. (2015). Diğerkâmlık Ölçeği'nin psikometrik özellikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(52).
- Erten, S. (2007). Ekosentrik, antroposentrik ve çevreye yönelik antipatik tutum ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması. *Eurasian Journal of Educational Research*, 28, 67-74.
- Erten, S. (2008). Insights to ecocentric, anthropocentric and antipathetic attitudes towards environment in diverse cultures. *Eurasian Journal of Educational Research*, 33(8), 141-156.

- Eryılmaz, Ç. (2017). Sosyal bilim paradigmaları çerçevesinde çevre sosyolojisinin kuramları ve kavramları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1), 159-174.
- Eryılmaz, Ç. (2019). Durkheim’da toplum-çevre etkileşimi: Dışlayıcı toplumsal olgulara karşı çevreci potansiyel. *İstanbul University Journal of Sociology*, 39(1), 135-157. <http://doi.org/10.26650/SJ.2019.39.1.0005>
- Esmer, G. (2012). *Tüketim kültürünün mekansallaşması: Bodrum örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Etienne, J. (2011). Compliance theory: A goal framing approach. *Law & Policy*, 33(3), 305-333. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9930.2011.00340.x>
- Evert, A. W. (1999). Outdoor recreation and natural resource management: An uneasy alliance. *Parks & Recreation*, 34(7), 58-67.
- Fang, W. T., Huang, M. H., Cheng, B. Y., Chiu, R. J., Chiang, Y. T., Hsu, C. W., ve Ng, E. (2021). Applying a comprehensive action determination model to examine the recycling behavior of Taipei city residents. *Sustainability*, 13(2), 490. <https://doi.org/10.3390/su13020490>
- Fatoki, O. (2022). Determinants of household energy saving behaviour: An application of the goal framing theory. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(5), 1621-1628.
- Featherstone, M. (2008). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (M. Küçük, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Fielding, K. S., Terry, D. J., Masser, B. M., ve Hogg, M. A. (2008). Integrating social identity theory and the theory of planned behaviour to explain decisions to engage in sustainable agricultural practices. *British Journal Of Social Psychology*, 47(1), 23-48. <https://doi.org/10.1348/014466607X206792>
- Fleischer, A., ve Pizam, A. (1997). Rural tourism in Israel. *Tourism management*, 18(6), 367-372.
- Fornara, F., Pattitoni, P., Mura, M., ve Strazzera, E. (2016). Predicting intention to improve household energy efficiency: The role of value-belief-norm theory, normative and informational influence, and specific attitude. *Journal of environmental psychology*, 45, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.11.001>
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Foss, N. J., ve Lindenberg, S. (2013). Microfoundations for strategy: A goal-framing perspective on the drivers of value creation. *Academy of Management Perspectives*, 27(2), 85-102. <https://doi.org/10.5465/amp.2012.0103>
- Fromm, E. (2003). *Sahip Olmak Ya Da Olmak* (A. Arıtan, Çev.). Arıtan Yayınevi.
- Fuchs, D. A., ve Lorek, S. (2004). *Sustainable consumption: Political debate and actual impact* (SERI No. 4). SERI Background.
- Thompson, S. C. G., ve Barton, M. A. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. *Journal of environmental Psychology*, 14(2), 149-157. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80168-9](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80168-9)
- Gazta, K. (2018). Environmental impact of tourism. *AGU International Journal of Professional Studies & Research*, 6(6), 7-17.
- Gibbs, J. P., ve Martin, W. T. (1959). Toward a theoretical system of human ecology. *Pacific Sociological Review*, 2(1), 29-36. <https://doi.org/10.2307/1388334>
- Gladstone, W., Curley, B., ve Shokri, M. R. (2013). Environmental impacts of tourism in the Gulf and the Red Sea. *Marine pollution bulletin*, 72(2), 375-388.

- Glaeser, B. (1992). Natur in der Krise? Ein kulturelles Missverständnis. B. Glaeser ve P. Teherani-Krönner (Ed.), *Humanökologie und Kulturökologie* (ss. 49-70) içinde. Westdeutscher Verlag.
- Glaser, M., Krause, G., Ratter, B., ve Welp, M. (2008). Human/Nature interaction in the anthropocene potential of social-ecological systems analysis. *Gaia-Ecological Perspectives for Science and Society*, 17(1), 77-80.
- Gliem, J. A. ve Gliem, R. R. "Calculating, interpreting, and reporting cronbach"s alpha reliability coefficient for likert-type scales". In Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education, October 8-10, 82-88. The Ohio State University, Columbus, OH, 2003.
- Govindan, K. (2018). Sustainable consumption and production in the food supply chain: A conceptual framework. *International Journal of Production Economics*, 195, 419-431.
- Göcen, G. (2013). İbn Haldun'un toplum ve insan yaklaşımının günümüze düşen izdüşümleri: Tüketim toplumu ve narsist İnsan. *Toplum Bilimleri Dergisi*. 7(14), 175-198.
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 389-410.
- Gössling, S. (2002). Human–environmental relations with tourism. *Annals of tourism research*, 29(2), 539-556.
- Gramsci, A. (1995). Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci, Q. Hoare & G. N. Smith (eds.), New York: International Publishers.
- Gray, J., Whyte, I., ve Curry, P. (2018). Ecocentrism: What it means and what it implies. *The Ecological Citizen*, 1(2), 130-131.
- Green, R. (2005). Community perceptions of environmental and social change and tourism development on the island of Koh Samui, Thailand. *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 37-56.
- Gül, F. (2013). İnsan-doğa ilişkisi bağlamında çevre sorunları ve felsefe. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 17-21.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve gösterişçi tüketim kavramı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(38), 62-82.
- Güler, O., Ekici, R., ve Türkay, O. (2019). Turizmde çevre ve sürdürülebilirlik. C. Çakıcı (Ed.), *Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm* (ss. 105-124) içinde. Detay Yayıncılık.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm-halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Milli Folklor*, 27(105), 87-98.
- Gümüş, N., ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Güngör, Ş., ve Uysal, A. (2019). Film tourism: The influence of film and tv series on the tourism activities in Nevşehir. *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 189-202.
- Gürsoy, D., Chi, C. G., ve Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of travel research*, 49(3), 381-394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Güven, M. E. (2024). Ekolojizm ve Eleştirileri: İdeolojiler Üzerinden Bir Mukayese. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 833-861.
- Güzel, M. (2015). Gerçeklik ilkesinin yitimi: Baudrillard'ın simülasyon teorisinin temel kavramları. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 65–84.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., ve Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism management*, 47, 164-177. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.014>
- Han, H., Hsu, L. T. J., ve Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism management*, 31(3), 325-334.
- Han, H., Hwang, J., Kim, J., ve Jung, H. (2015). Guests' pro-environmental decision-making process: Broadening the norm activation framework in a lodging context. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 96-107. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.03.013>
- Han, H., ve Hyun, S. S. (2017). Fostering customers' pro-environmental behavior at a museum. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(9), 1240-1256.
- Han, H., ve Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International journal of hospitality management*, 29(4), 659-668.
- Han, H., Olya, H., Cho, S., ve Kim, W. (2018). Understanding museum vacationers' eco-friendly decision-making process: Strengthening the VBN framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377210>
- Han, H., Yu, J., Kim, H.-C., ve Kim, W. (2018). Impact of social/personal norms and willingness to sacrifice on young vacationers' pro-environmental intentions for waste reduction and recycling. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1538229>
- Hannigan, J. (2014). *Environmental sociology*. Routledge.
- Harland, P., Staats, H., ve Wilke, H. A. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 29(12), 2505-2528.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *CPL Bibliography*, 18(3), 251-266.
- Harvey, D. (2014). *Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri* (S. Savran, Çev.). Metis Yayınları.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., ve Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1), 19-28.
- Hayır, M. ve Demir, M.T. (2008). Sapanca köylerinde kırsal yapının değişimi. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Dergisi*, 16, 60-79.
- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hayward, T. (1997). Anthropocentrism: A misunderstood problem. *Environmental Values*, 6(1), 49-63.
- Hedlund, T. (2011). The impact of values, environmental concern, and willingness to accept economic sacrifices to protect the environment on tourists' intentions to buy ecologically sustainable tourism alternatives. *Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 278-288. <https://doi.org/10.1177/1467358411423330>
- Hein, L., Metzger, M. J., ve Moreno, A. (2009). Potential impacts of climate change on tourism; a case study for Spain. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 1(2), 170-178. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2009.10.011>

- Hertwich, E. G. (2011). The life cycle environmental impacts of consumption. *Economic Systems Research*, 23(1), 27-47.
- Higgins-Desbiolles, F. (2010). The elusiveness of sustainability in tourism: The culture-ideology of consumerism and its implications. *Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 116-129. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.31>
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., ve Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *The Journal of Environmental Education*, 18(2), 1-8.
- Hirschman, E. C., ve Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Hoegh-Guldberg, O. (1999). Climate change, coral bleaching and the future of the world's coral reefs. *Marine and Freshwater Research*, 50(8), 839-866.
- Hoffman, A. J., ve Sandelands, L. E. (2005). Getting right with nature: Anthropocentrism, ecocentrism, and theocentrism. *Organization & Environment*, 18(2), 141-162.
- Holt, D. B. (2002). Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. *Journal of consumer research*, 29(1), 70-90.
- Horkheimer, M. (2005). *Akıl Tutulması* (O. Koçak, Çev.). Metis Yayınları.
- Horkheimer, M. Ve Adorno, W. Theodor. (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği* (Felsefi Fragmanlar), (O. Özügül çev.), Kabalıcı Yayınları.
- Hossain, M. F. (2021). Anthropocentric approach to the environment: An overview. *Journal of Social Science*, 1711, 43.
- <https://www.lvcva.com/research/visitor-statistics/>, 31.12.2024 tarihinde alınmıştır.
- https://www.usparklodging.com/grandcanyon/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAyc67BhDSARIsAM95QztvEBLmakeqz1XPI4fDXhKmMIN3EDf1tKqQRM4aULoCaHWk2vesaAsZFEALw_wcB, 31.12.2024 tarihinde alınmıştır.
- İbn Haldun. (2004). *Mukaddime II* (S. Uludağ, Çev.). Dergah Yayınları.
- İçöz, O., Var, T., ve İlhan, İ. (2009). *Turizm planlaması ve politikası: turizmde bölgesel planlama*. Turhan Kitabevi Yayınları.
- İdem, Ş. (2002). Toplumsal ekoloji nedir? Ne değildir?. *Toplumsal Ekoloji Dergisi*, 1, 7-20.
- İğit, A. (2016). Animasyon filmlerinde insan ve doğa ilişkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 951-980.
- İlhan, G. (2022). Turizm ile Kültürü Bozma: Disneyleşme. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 17-26.
- İnce, A., Erultunca, T., Kılıçsal, S., ve Turan, A. (2018). Tüketim Dinamikleri Ölçeği: Kurumsal Din Eğitimi Almış Bireylerde Tüketim Eğilimleri. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 22(1), 63-92.
- İpekçi, M.V. (2014). *AVM'lerin tüketim kültürüne etkisi ve Türkiye örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Jain, V. (2014). 3D model of attitude. *International journal of advanced research in management and social sciences*, 3(3), 1-12.
- Jansson, J., Marell, A., ve Nordlund, A. (2011). Exploring consumer adoption of a high involvement eco-innovation using value-belief-norm theory. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(1), 51-60.
- Jeong, E., Lee, T., Brown, A. D., Choi, S., ve Son, M. (2021). Does a national park enhance the environment-friendliness of tourists as an ecotourism destination?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8321.

- Joanes, T., Gwozdz, W., ve Klöckner, C. A. (2020). Reducing personal clothing consumption: A cross-cultural validation of the comprehensive action determination model. *Journal of Environmental Psychology*, 71, 101396.
- Jones, B. (2011). Driving a green economy through public finance and fiscal policy reform. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 2(2), 325-349.
- Jones, S. (2002). Social constructionism and the environment: through the quagmire. *Global Environmental Change*, 12(4), 247-251.
- Jorgenson, A. K. (2003). Consumption and environmental degradation: A cross-national analysis of the ecological footprint. *Social Problems*, 50(3), 374-394. <https://doi.org/10.1525/sp.2003.50.3.374>
- Kabak, T. (2018). Toplumsal ekoloji bağlamında Türklerin doğa ile ilişkilerine genel bir bakış: Mandıra filozofu filminin düşündürdükleri. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(1), 276-291.
- Kadioğlu, Z. K. (2014). *Tüketim iletişimi: Süreçler, Algular ve Tüketici*. Pales Yayınları.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*. Detay Yayıncılık.
- Kaiser, F. G. (2021). Climate change mitigation within the Campbell paradigm: doing the right thing for a reason and against all odds. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 70-75. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.03.024>
- Kaiser, F. G., ve Lange, F. (2021). Offsetting behavioral costs with personal attitude: Identifying the psychological essence of an environmental attitude measure. *Journal of Environmental Psychology*, 75, 101619. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101619>
- Kaiser, F. G., Oerke, B., ve Bogner, F. X. (2007). Behavior-based environmental attitude: Development of an instrument for adolescents. *Journal of environmental psychology*, 27(3), 242-251. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.004>
- Kara, Z. (2013). *Bauman Sosyolojisi*. Ayrıntı Yayınları.
- Karadağ, E., ve Mutafçılar, I. (2009). Prososyal davranış ekseninde özgecilik üzerine teorik bir çözümleme. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 41-69.
- Karakehya, N. (2013). Tüketim Toplumun Çevresel Etkileri. *International Conference on Eurasian Economies*, 778-782.
- Karalar, R., ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaşdarma, E. (2024). İklim Değişikliğiyle Mücadeleye Etki Eden Psikolojik Engellerin İncelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 382-403.
- Kaşdoğan, D. (2020). Modern bilim ve doğa. O. Beklan Çetin (Ed.), *Çevre Sosyolojisi* (ss. 29-43) içinde. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Kavallinis, I., ve Pizam, A. (1994). The environmental impacts of tourism—whose responsibility is it anyway? The case study of Mykonos. *Journal of Travel Research*, 33(2), 26-32. <https://doi.org/10.1177/004728759403300205>
- Kaya, K., ve Oğuz, Z. N. (2010). Üniversite gençliğinin alışveriş tercihlerinde tüketim kültürünün rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (22), 147-164.
- Kervankıran, İ. (2014). Beypazarı/Ankara örneğinde turizmin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerine yerel halkın yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (31), 133-153.

- Kılıç, S. (2006). Modern topluma ekolojik bir yaklaşım. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 108-127.
- Kılınç, B. (2023). *Sosyolojik bakışla çölleşmenin topluma yansıyan etkileri: Konya-Karapınar örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Kırcı, H. (2014). Hedonik tüketim davranışları ve toplumsal etkileri. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 10(1), 80-100.
- Kırkpınar Özsoy, N., ve Çini, P. (2020). Antroposentrik küresel çevre politikalarının ekosentrik çevre etiği görüşü çerçevesinde değerlendirilmesi. *Alternatif Politika*. 12(1), 20-49.
- Kiatkawsin, K., ve Han, H. (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism management*, 59, 76-88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.018>
- Kiatkawsin, K., Sutherland, I., ve Lee, S. K. (2020). Determinants of smart tourist environmentally responsible behavior using an extended norm-activation model. *Sustainability*, 12(12), 4934. <https://doi.org/10.3390/su12124934>
- Kibbe, A., Bogner, F. X., ve Kaiser, F. G. (2014). Exploitative vs. appreciative use of nature—Two interpretations of utilization and their relevance for environmental education. *Studies in Educational Evaluation*, 41, 106-112.
- Kidner, D. W. (2014). Why ‘anthropocentrism’ is not anthropocentric. *Dialectical anthropology*, 38(1), 465-480.
- Kim, M. J., Hall, C. M., Chung, N., Kim, M., ve Sohn, K. (2024). What makes tourists use public transport? Value-belief-norm theory, environmental, social, and governance factors, and the sustainable development goals. *Journal of Travel Research*, 63(6), 1426-1441. <https://doi.org/10.1177/00472875231191708>
- Kim, M. S., ve Stepchenkova, S. (2020). Altruistic values and environmental knowledge as triggers of pro-environmental behavior among tourists. *Current Issues in Tourism*, 23(13), 1575-1580.
- Klöckner, C. A. (2013). A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis. *Global environmental change*, 23(5), 1028-1038.
- Klöckner, C. A., ve Blöbaum, A. (2010). A comprehensive action determination model: Toward a broader understanding of ecological behaviour using the example of travel mode choice. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 574-586.
- Klöckner, C. A., ve Oppedal, I. O. (2011). General vs. domain specific recycling behaviour—Applying a multilevel comprehensive action determination model to recycling in Norwegian student homes. *Resources, Conservation and Recycling*, 55(4), 463-471.
- Klösch, B., Wardana, R., ve Hadler, M. (2021). Impact of the COVID-19 pandemic on the willingness to sacrifice for the environment: The Austrian case. *OZS, Österreichische Zeitschrift Fur Soziologie*, 46(4), 457.
- Knez, I. (2016). Is climate change a moral issue? Effects of egoism and altruism on pro-environmental behavior. *Current Urban Studies*, 4(02), 157.
- Ko, E. E., ve Cho, M. (2022). Exploring determinants of tourists’ ethical behavior intention for sustainable tourism: The role of both pursuit of happiness and normative goal framing. *Sustainability*, 14(15), 1-17.
- Konak, N. (2010). Çevre sosyolojisi: Kavramsal ve teorik gelişmeler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 271-283.
- Konstantaki, M., ve Wickens, E. (2010). Residents' perceptions of environmental and security issues at the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 15(4), 337-357.

- Kopnina, H., Washington, H., Gray, J., ve Taylor, B. (2018). The 'future of conservation' debate: Defending ecocentrism and the Nature Needs Half movement. *Biological Conservation*, 217, 140-148.
- Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212.
- Kortenkamp, K. V., ve Moore, C. F. (2001). Ecocentrism and anthropocentrism: Moral reasoning about ecological commons dilemmas. *Journal of environmental psychology*, 21(3), 261-272.
- Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, M., Kozak, N. ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm-İlkeler ve Kavramlar*. Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, C. Z. (2013). Tüketim kültürü ve çevre: İslam perspektifinden bir değerlendirme. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(14), 217-232.
- Kulualp, H. G., ve Sarı, Ö. (2019). Destekleme davranışı ve sosyal değişim teorisi kapsamında kırsal turizmin etkilerinin değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643-666.
- Kumar, R., ve Kumar, R. (2013). Green marketing: Reality or green washing. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(5), 147-153.
- Kuvan, Y., ve Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism management*, 26(5), 691-706.
- Lacitignola, D., Petrosillo, I., Cataldi, M., ve Zurlini, G. (2007). Modelling socio-ecological tourism-based systems for sustainability. *Ecological modelling*, 206(1-2), 191-204.
- Landon, A. C., Woosnam, K. M., ve Boley, B. B. (2018). Modeling the psychological antecedents to tourists' pro-sustainable behaviors: An application of the value-belief-norm model. *Journal of sustainable tourism*, 26(6), 957-972. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1423320>
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of travel research*, 32(3), 35-43.
- Lawrence, R. J. (2003). Human ecology and its applications. *Landscape and urban planning*, 65(1-2), 31-40 Lawrence, R. J. (2003). Human ecology and its applications. *Landscape and urban planning*, 65(1-2), 31-40.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.
- Lee, Y. H. (2017). A case of "Disneyization"? The Cheung Chau Bun Festival, Hong Kong. *Tourism, Culture & Communication*, 17(2), 107-117. <https://doi.org/10.3727/109830417X14966810027553>
- Liao, Z. (2018). Market orientation and FIRMS'environmental innovation: The moderating role of environmental attitude. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 117-127. <https://doi.org/10.1002/bse.1988>
- Lieber, R. J., ve Weisberg, R. E. (2002). Globalization, culture, and identities in crisis. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 16, 273-296.
- Van Liere, K. D., ve Dunlap, R. E. (1978). Moral norms and environmental behavior: An application of Schwartz's norm-activation model to yard burning. *Journal of applied social psychology*, 8(2), 174-188. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1978.tb00775.x>
- Lind, H. B., Nordfjærn, T., Jørgensen, S. H., ve Rundmo, T. (2015). The value-belief-norm theory, personal norms and sustainable travel mode choice in urban areas. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 119-125.
- Lindberg, S. (2022). *Psychologie environnementale: 100 notions clés* (D. Marchand, Çev.). Dunod.

- Lindenberg, S., ve Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social issues*, 63(1), 117-137. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>
- Liu, J. C., ve Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of tourism research*, 13(2), 193-214.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., ve Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism research*, 14(1), 17-37.
- Liu, P., Teng, M., ve Han, C. (2020). How does environmental knowledge translate into pro-environmental behaviors?: The mediating role of environmental attitudes and behavioral intentions. *Science of the total environment*, (728), 138126. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138126>
- Long, P. T., Perdue, R. R., ve Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of travel research*, 28(3), 3-9.
- Madappalli, M. (2016). Interrogating environmental sociology: Revisiting academic importance of Durkheimian ideas. *Man in India*, 96(4), 1019–1027.
- Maddison, D. (2001). In search of warmer climates? The impact of climate change on flows of British tourists. *Climatic change*, 49(12), 193-208.
- Maddison, D. J., Tol, R. S., ve Hamilton, J. M. (2005). Climate change and international tourism: A simulation study. *Global Environmental Change*, 15(3) 253-266.
- Mahiroğulları A. (2005). Küreselleşmenin kültürel değerler üzerine etkisi. *Journal of Social Policy Conferences*, (50), 1275-1288.
- Maltaş, A. (2015). Ekoloji ekseninde insan-doğa ilişkisi ve özne sorunu. *Karamanoglu Mehmetbey University Journal of Social & Economic Research/Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(29).
- Mannell, R. C., ve Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of tourism research*, 14(3), 314-331.
- Martin, D. S., Ramamonjiravelo, Z., ve Martin, W. S. (2011). MEDTOUR: a scale for measuring medical tourism intentions. *Tourism Review*, 66(1), 45-56.
- Mathieson, A., ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Longman House.
- Matušík, J., ve Kočí, V. (2019). Environmental impact of personal consumption from life cycle perspective—A Czech Republic case study. *Science of The Total Environment*, 646, 177-186. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.07.233>.
- Meng, B., Chua, B. L., Ryu, H. B., ve Han, H. (2020). Volunteer tourism (VT) traveler behavior: Merging norm activation model and theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 1947-1969.
- Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Milman, A., ve Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of tourism research*, 15(2), 191-204.
- Mills, C. W. (2007). *Toplumbilimsel Düşün* (Ü. Oskay, Çev.). Der Yayınları
- Molotch, H. (1976). The city as a growth machine. *American Journal of Sociology*, 82(2), 309–330.
- Monroe, K. R. (1994). A fat lady in a corset: Altruism and social theory. *American journal of political science*, 38(4), 861-893.

- Moran, D., Wood, R., Hertwich, E., Mattson, K., Rodriguez, J. F., Schanes, K., ve Barrett, J. (2020). Quantifying the potential for consumer-oriented policy to reduce European and foreign carbon emissions. *Climate Policy*, 20(1), 28-38.
- Mortensen, L. F. (2006). Sustainable household consumption in Europe? *Consumer Policy Review*, 16(4), 141-147.
- Mukul, İ., ve Sarı, S. (2015). Türkiye'de dönüşüm mekânı olarak kentler: Kentsel dönüşüm. *Journal of International Social Research*, 8(39), 893-922.
- Nar, M. Ş. (2015). Küreselleşmenin tüketim kültürü üzerindeki etkisi: Teknoloji tüketimi. *Journal of International Social Research*, 8(37), 941-954.
- Nayum, A., ve Klöckner, C. A. (2014). A comprehensive socio-psychological approach to car type choice. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 401-411.
- Nyaupane, G. P., ve Thapa, B. (2006). Perceptions of environmental impacts of tourism: A case study at ACAP, Nepal. *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 13(1), 51-61.
- <https://doi.org/10.1080/13504500609469661>
- O'Connor, J. (1998). Capitalism, nature, socialism: A theoretical introduction. *Capitalism, Nature, Socialism*, 1(1), 11-38.
- Odabaşı, Y. (2019). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. Agora Kitaplığı.
- Odabaşı, Y. (2006) *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. Sistem Yayıncılık.
- Octavia, N., Arlinkasari, F. ve Caninsti, R. "The role of willingness to sacrifice towards pro-environmental behavior in Jakarta citizens". *3rd International Conference of Computer, Environment, Agriculture, Social Science, Health Science, Engineering and Technology*, pp.288-293. <https://doi.org/10.5220/0010041902880293>. 2018.
- Ofstad, S. P., Tobolova, M., Nayum, A., ve Klöckner, C. A. (2017). Understanding the mechanisms behind changing people's recycling behavior at work by applying a comprehensive action determination model. *Sustainability*, 9(2), 204. <https://doi.org/10.3390/su9020204>
- Ojong, F. E., Eja, E. I., Undelikwo, V. A., ve Agbor, E. A. (2013). Indigenous peoples' perception of ecotourism in cross river state, Nigeria. *Social Sciences and Humanities*, 4(1), 275-281.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Onwezen, M. C., Antonides, G., ve Bartels, J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of economic psychology*, 39, 141-153. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.005>
- Onwezen, M. C. (2023). Goal-framing theory for sustainable food behaviour: The added value of a moral goal frame across different contexts. *Food Quality and Preference*, 105, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104758>
- Öcal, F. M., Darici, B., ve Okyar, M. C. (2010). *Düş toplumu-tüketim ilişkisi: Şırnak fenomeni*. Çizgi Kitabevi.
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in southern Germany. *Annals of tourism research*, 23(1), 86-102.
- Ödemiş, M. ve Çalık, İ. (2019). Sürdürülebilir Turizm Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Göstergeler Yoluyla İncelenmesi. O. Türkay ve İ. Çalık (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm: Gösterge Geliştirme ve Ölçek Yaklaşımı* (ss. 2-36) içinde. Detay Yayıncılık.
- Özaydın, A., Arslan, İ., ve Bayar, İ. (2021). İbn Haldun'un iktisadi kalkınma anlayışını inşa eden iktisadi faktörler. *İlahiyat Akademi Dergisi*, (13), 31-56.

- Özekici, Y. K., ve Ünlüöner, K. (2021). Bir küresel tüketim kültürü aracı: Turizm. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(7), 508-524.
- Özen, Y., ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.
- Özer, L., Kement, Ü., ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi kapsamında yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Özerkmen, N. (2002). İnsan merkezli çevre anlayışından doğa merkezli çevre anlayışına. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 42(1-2), 167-185.
- Özgen, Ö., ve Karabacak, Z. İ. (2013). Tüketim mekanlarının dönüşümünde görsel iletişimin rolü: küresel kahve dükkanları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37, 120-149
- Özgen Şanlıöz, H. K., Dilek, S. E., Türksoy, S. S., ve Kaygalak Çelebi, S. (2016). *Sürdürülebilir turizm yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Öztaş, F., ve Özboilat, A. (2020). Kimlik, mekân, kutsallık: Tüketim mabetlerinde kimlik arayışı. *Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(17), 111-128.
- Öztürk, A. B., Özer, O., ve Çalışkan, U. (2015). The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kuşadası, Turkey. *Tourism Review*, 70(3), 232-242.
- Öztürk Küçük, H. (2019). *Sorumlu tüketim bağlamında islami dindarlık algısı ve özgecilik düzeyinin müslüman tüketici davranışı üzerine etkisi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Özünel Ölçer, E. (2011). Kültür turizminde yöresel ve otantik olanı sorgulamak ve tüketilmiş mekânları yeniden üretmek üzerine. *Turkish Studies – International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 6(4), 255-262.
- Padem, H., Göksu, A., ve Konaklı, Z. (2012). *Araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. IBU Publications.
- Pande, D. (2016). A study of altruistic behavior of pupil-teachers and their attitude towards environment. *International Education & Research Journal*, 2(12), 68-70.
- Pang, S. F., McKercher, B., ve Prideaux, B. (2013). Climate change and tourism: An overview. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(1-2), 4-20.
- Papatya, N., ve Özdemir, Ş. (2012). Hazcı tüketim davranışları ve televizyon programlarını izleme eğilimleri arasındaki ilişki: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4), 161-183.
- Park, C., Lee, S., Lee, C. K., ve Reisinger, Y. (2022). Volunteer tourists' environmentally friendly behavior and support for sustainable tourism development using Value-Belief-Norm theory: Moderating role of altruism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 25. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100712>
- Park, J., ve Ha, S. (2014). Understanding consumer recycling behavior: Combining the theory of planned behavior and the norm activation model. *Family and consumer sciences research journal*, 42(3), 278-291. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12061>
- Pehlivan, K. B. (2008). Sınıf öğretmeni adaylarının sosyo-kültürel özellikleri ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları üzerine bir çalışma, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 151-168.
- Pekcan, A. (2003). İhtiyaç kavramı ve İbn Haldun'un umran teorisine etkileri. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16(4), 525-526.
- Perdue, R. R., Long, P. T., ve Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism research*, 14(3), 420-439.

- Pintassilgo, P., Pinto, P., Costa, A., Matias, A., ve Guimarães, M. H. (2021). Environmental attitudes and behaviour of birdwatchers: a missing link. *Tourism Recreation Research*, 48(7), 399-418. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1920755>
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of travel research*, 16, 8-12.
- Popp, D. (1999). Altruism and the Demand for Environmental Quality. https://kuwpaper.ku.edu/Archive/papers/Pre1999/wp1999_10.pdf. 25.02.2025 tarihinde alınmıştır.
- Presser, S., Couper, M. P., Lessler, J. T., Martin, E., Martin, J., Matin, J., Rothgeb, J. M., ve Singer, E. (2004). Methods for testing and evaluating survey questions. *Public Opinion Quarterly*, Spring, 109–130.
- Princen, T. (1999). Consumption and environment: some conceptual issues. *Ecological Economics*, 31(3), 347-363. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00039-7)
- Purser, R. E., Park, C., ve Montuori, A. (1995). Limits to anthropocentrism: Toward an ecocentric organization paradigm? *Academy of management review*, 20(4), 1053-1089. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280035>
- Qiao, G., ve Gao, J. (2017). Chinese tourists' perceptions of climate change and mitigation behavior: An application of norm activation theory. *Sustainability*, 9(8), 1322. <https://doi.org/10.3390/su9081322>
- Quintal, V. A., Lee, J. A., ve Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism management*, 31(6), 797-805.
- Quliyev, O. (2012). *Gösteriş tüketimi ve tüketim tarzlarının incelenmesi: Azerbaycan örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Rahman, I., ve Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International journal of hospitality management*, 52, 107-116. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.09.007>
- Raikhan, S., Moldakhmet, M., Ryskeldy, M., ve Alua, M. (2014). The interaction of globalization and culture in the modern world. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 8-12.
- Raymond, C., ve Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of sustainable tourism*, 15(5), 520-540. <https://doi.org/10.2167/jost681.0>
- Reyes, J. A. L. (2021). How different are the Nordics? Unravelling the willingness to make economic sacrifices for the environment. *Sustainability*, 13(3), 1294-1325.
- Rice, J. (2013). Further beyond the Durkheimian problematic: Environmental sociology and the co-construction of the social and the natural. *Sociological Forum*, 28(2), 236–260.
- Richerson, P. J., Mulder, M. B., ve Vila, B. (1996). *Principles of human ecology*. Simon & Schuster Custom Publishing.
- Rih, B. (2021) *Tüketim kültürünün genişletilmiş benlik bağlamında incelenmesi: Futbol taraftarlarının tüketim kültürü üzerine nitel bir araştırma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Rodriguez-Sanchez, C., Sancho-Esper, F., Casado-Diaz, A. B., ve Sellers-Rubio, R. (2020). Understanding in-room water conservation behavior: The role of personal normative motives and hedonic motives in a mass tourism destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100496>
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: bir sistemin analizi*. Detay yayıncılık.

- Roney, S. (1996). Turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel Etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 10-15.
- Rülke, J., Rieckmann, M., Nzau, J. M., ve Teucher, M. (2020). How ecocentrism and anthropocentrism influence human–environment relationships in a Kenyan biodiversity hotspot. *Sustainability*, 12(19), 8213.
- Sadeghian, M. M. (2019). Negative environmental impacts of tourism: A brief review. *Journal of Novel Applied Sciences*, 8(3), 71–76.
- Sakarya, A., Alkan, A., ve Dörtüol, İ. T. (2020). Tüketim Sosyolojisi'nin Dünü, Bugünü ve Yarını. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar*, 4(1), 1-12.
- Samuel Craig, C., ve Douglas, S. P. (2006). Beyond national culture: implications of cultural dynamics for consumer research. *International Marketing Review*, 23(3), 322-342.
- Sargın, S., ve Dursun, Y. (2024). The effect of environmental ethics awareness, ecological intelligence and the love of nature on sustainable consumption behavior. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(2), 290-313.
- Savaş, D. A. (2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre araştırmalarına yönelik bir analiz. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81-100.
- Savaş, H. (2012). Tüketim toplumu, çevre performans indeksi ve türkiye'nin çevre performansının indekse göre değerlendirilmesi. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, (4), 132-148.
- Searle, M. S. (2000). Is leisure theory needed for leisure studies?. *Journal of leisure research*, 32(1), 138-142.
- Sevinç, F., ve Duran, E. (2018). Sürdürülebilir deniz turizmi ve tüketim paradoksu: Tüketirken tükenmek. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 173–196.
- Schlüter, R., ve Var, T. (1988). Resident attitudes toward tourism in Argentina. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 442-445.
- Schroeder, H. W. (2007). Place experience, gestalt, and the human–nature relationship. *Journal of environmental psychology*, 27(4), 293-309.
- Schultz, P. W., Shriver, C., Tabanico, J. J., ve Khazian, A. M. (2004). Implicit connections with nature. *Journal of environmental psychology*, 24(1), 31-42.
- Scott, D., Gössling, S., ve Hall, C. M. (2012). International tourism and climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 3(3), 213-232. <https://doi.org/10.1002/wcc.165>
- Serido, J., Tang, C., Ahn, S. Y., ve Shim, S. (2020). Financial behavior change and progress toward self-sufficiency: A goal-framing theory application. *Emerging Adulthood*, 8(6), 521-529. <https://doi.org/10.1177/2167696819861467>
- Sethna, R. J., ve Richmond, B. O. (1978). Virginia islanders' perceptions of tourism. *Journal of Travel Research*, 17(1), 30–37.
- Sevim, B., ve Ünlüönen, K. (2010). İklim değişikliğinin turizme etkileri: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 43-66.
- Sevinç, F., ve Duran, E. (2018). Sürdürülebilir deniz turizmi ve tüketim paradoksu: Tüketirken tükenmek. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 173-196.
- Sezer, B., Öğretmenoğlu, M., ve Akova, O. (2020). Yeni ekolojik paradigmanın rekreasyon faaliyetlerine katılım ve demografik değişkenlerle ilişkisi: İstanbul örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 73-94.
- Sezgin, Ö.T. (2023). *Çevre sosyolojisinin kuramsal gelişimi: Riley Dunlap'ın katkıları* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.

- Sharif Nia, H., Pahlevan Sharif, S., Koocher, G. P., Yaghoobzadeh, A., Haghdoost, A. A., Mar Win, M. T., ve Soleimani, M. A. (2020). Psychometric properties of the death anxiety scale-extended among patients with end-stage renal disease. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 80(3), 380-396.
- Sharma, R., ve Gupta, A. (2020). Pro-environmental behaviour among tourists visiting national parks: Application of value-belief-norm theory in an emerging economy context. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(8), 829-840. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1774784>
- Shastri, S. C. (2013). Environmental ethics anthropocentric to eco-centric approach: A paradigm shift. *Journal of the Indian Law Institute*, 55(4), 522-530.
- Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American journal of Applied Mathematics and statistics*, 9(1), 4-11.
- Sindiyo, D. ve Pertet, F. (1984). Tourism and its impact on wildlife conservation in Kenya. *UNEP Industry and The Environment*, 14-19
- Singh, F., ve Kaur, M. (2016). Why exporting SMEs switch banks?. *Global Business Review*, 16(4), 652-664.
- Singh, N., ve Gupta, K. (2013). Environmental attitude and ecological behaviour of Indian consumers. *Social Responsibility Journal*, 9(1), 4-18. <https://doi.org/10.1108/17471111311307787>
- Sirivongs, K., ve Tsuchiya, T. (2012). Relationship between local residents' perceptions, attitudes and participation towards national protected areas: A case study of Phou Khao Khouay National Protected Area, central Lao PDR. *Forest policy and economics*, 21, 92-100.
- Slater, D. (2015). Consumer Culture. İçinde *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer studies* (s.1-7).
- Smith, J. R., ve McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(5), 363-386.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard S., ve Hogg, M. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Prentice Hall.
- Soncu, A. G., ve Çelik, Ö. (2022). Veblen'in gösterişçi tüketim kültürünün sosyal paylaşım ağlarında yansması: Instagram. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 12(1), 16-31.
- Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism management*, 28(5), 1180-1192.
- Steg, L., ve Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of environmental psychology*, 29(3), 309-317.
- Steg, L., Lindenberg, S., ve Keizer, K. (2016). Intrinsic motivation, norms and environmental behaviour: the dynamics of overarching goals. *International Review of Environmental and Resource Economics*, 9(1-2), 179-207.
- Steinheider, B., Fay, D., Hilburger, T., Hust, I., Prinz, L., Vogelgesang, F., ve Hormuth, S. E. (1999). Soziale Normen als Prädiktoren von umweltbezogenem Verhalten. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 30, 40-56.
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., ve Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human ecology review*, 6(2), 81-97.

- Storey, J. (1998). *Cultural studies and the study of popular culture*. Edinburgh University Press.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., ve Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism management*, 45, 260-274.
- Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism management*, 32(6), 1438-1441.
- Sulak, H. (2018). İnsan-doğa ilişkisinin dönüşümü: Tarihsel bir perspektif. *Kent Akademisi*, 11(33), 117-124.
- Sun, D., ve Walsh, D. (1998). Review of studies on environmental impacts of recreation and tourism in Australia. *Journal of Environmental management*, 53(4), 323-338. <https://doi.org/10.1006/jema.1998.0200>
- Sunlu, U. (2003). Environmental impacts of tourism. D. Camarda ve L. Grassini (Ed.), *Local resources and global trades: Environments and Agriculture in the Mediterranean region* (ss. 263-270) içinde. Ciheam.
- Şan, M. K., ve Hira, İ. (2007). Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi eleştirisi. *Sosyoloji yazıları I*, 324, 340.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ekinoks.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate statistics* (5. Baskı). Allyn & Bacon / Pearson Education.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. Baskı). Pearson.
- Tamkoç, G. (1994). Derin ekolojinin genel çizgileri. *Birikim Dergisi*, 57, 87-91.
- Tang, Z., Zhou, Z., ve Warkentin, M. (2022). A contextualized comprehensive action determination model for predicting consumer electronics recommerce platform usage: A sequential mixed-methods approach. *Information & Management*, 59(3), 103617. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103617>
- Tarlow, P. (2016). Tourism, terrorism, morality and marketing: A study of the role of reciprocity. A. Nedelea, M. Korstanje ve B. George (Ed.), *Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services* (ss. 233-246) içinde. IGI Global.
- Taylan, H. H., ve Arklan, Ü. (2008). Medya ve kültür: Kültürün medya aracılığıyla küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.
- Taylor, S., ve Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information systems research*, 6(2), 144-176.
- TDK Sözlük. (t.y.). Fedakârlık. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü içinde, <https://sozluk.gov.tr/>, 03.01.2025 tarihinde alınmıştır.
- TDK Sözlük (t.y.) Tüketim. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü içinde, <https://sozluk.gov.tr/> 20.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- Temizkan, M. (2008). Türkçe öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları üzerine bir araştırma. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 461-486.
- Terzi, H., ve Altunışık, R. (2016). Müslüman tüketicilerin israf kavramına bakışı: Türkiye, Katar ve Endonezya ölçeğinde kültürlerarası bir mukayese. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 86-104.
- Teye, V., Sirakaya, E., ve Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of tourism research*, 29(3), 668-688.

- The Global Development Research Center (2018). <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html>, 15/01/2022 tarihinde alınmıştır.
- Thompson, S. C. G., ve Barton, M. A. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. *Journal of environmental Psychology*, 14(2), 149-157. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80168-9](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80168-9)
- Thøgersen, J. (2021). Consumer behavior and climate change: Consumers need considerable assistance. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 9-14. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.008>
- Timur, İ. ve Sancak, B. (2022). Çevresel bilincin, tutum ve davranış üzerindeki etkisinin incelenmesi: Bingöl üniversitesi örneği. *Akademik Matbuat*, 6(1), 91-110.
- Toffler, A. (1981). *Gelecek Korkusu Şok*. (S. Sargut, Çev.). Altın Kitaplar Yayınevi.
- Torlak, Ö. (2016). *Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü*. İnkılâb Basım Yayım.
- Tsai, C. C., Li, X., ve Wu, W. N. (2021). Explaining citizens' pro-environmental behaviours in public and private spheres: The mediating role of willingness to sacrifice for the environment. *Australian Journal of Public Administration*, 80(3), 510-538. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12504>
- Tuna, M. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum*. Detay Yayıncılık.
- Turgut, E., ve Gökten, Y. S. (2023). Jevons paradoksu hala geçerli mi? yükselen piyasa ekonomileri örneği. *Verimlilik Dergisi*, 57(1), 85-102.
- Turna, G. B. (2024). Algılanan çevre bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisinde çevresel kaygının aracılık rolü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 1392-1417.
- Türk, B. (2020). *Planlı davranış teorisi perspektifinden sürdürülebilirlik için pazar bölümlerinin politik ve sosyal önerileri*. Nobel Yayınevi.
- Türkay, O., ve Atasoy, B. (2021). İten ve çeken faktörlerin destinasyon memnuniyetine etkileri: yayla ve şehir turizmüne katılan Arap turistler üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 61-76.
- Türksoy, S. ve Dilek, S.E. (2016) Turizm ve Çevre: Kavramsal Çerçeve. N. Koçak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Yönetimi* (ss. 1-22) içinde. Detay Yayıncılık.
- Tzanelli, R. (2018). Tourism and popular culture: Socio-cultural considerations. C. Lundberg ve V. Ziakas (Ed.), *The Routledge Handbook of Popular Culture and Tourism* (ss. 19-30) içinde. Routledge.
- Uluç, M.A. (2020). Karl Marx ve Yabancılaşma: Sosyolojik bir analiz. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 26-38.
- United Nations. (1992, June, 3-14). *Report of The United Nations Conference on Environment and Development*. Rio de Jenerio.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2018). *Mekanları Tüketmek* (R. G. Ögdül, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Usta, Ö. (2014) *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Uzunyayla, F. (2020). Çevre Hareketleri. O. Beklan Çetin (Ed.), *Çevre Sosyolojisi* (ss. 129-144) içinde. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Van Lange, P. A. M., Agnew, C. R., Harinck, F., ve Steemers, G. E. M. (1997). From game theory to real life: How social value orientation affects willingness to sacrifice in ongoing close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(6), 1330-1344. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.6.1330>

- Veblen, T. (2014). *Aylak Sınıfının Teorisi*. Tutku Yayınevi.
- Wang, Q., ve Yamamoto, H. (2009). Local residents' perception, attitude and participation regarding nature reserves of China: Case study of Beijing area. *Journal of Forest Planning*, 14(2), 67-77.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of consumer culture*, 5(2), 130-153.
- Warde, A. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. Palgrave Macmillan.
- Waris, I., ve Mohd Suki, N. (2024). Predicting sustainable tourism: examining customers' intention to visit green hotels using an extended norm activation model. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 36(1), 228-248.
- Weber, M. (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhü* (Z. Gürata, Çev.). Ayraç Yayınları.
- Wendling, Z. A., Emerson, J. W., de Sherbinin, A., Esty, D. C. (2020). 2020 Environmental Performance Index. New Haven, CT: Yale Center for Environmental Law & Policy. epi.yale.edu.tr.
- Wickens, E. (2016). The consumption of cultural experiences in city tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 17(3), 264-271.
- Williams, S. E., Bolitho, E. E., ve Fox, S. (2003). Climate change in Australian tropical rainforests: An impending environmental catastrophe. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 270, 1887-1892.
- Wong, N. Y. (1997). Suppose you own the world and no one knows? Conspicuous consumption, materialism and self. *Advances in consumer research*, 24(1), 197-203.
- Xu, Y., Li, W., ve Chi, S. (2021). Altruism, environmental concerns, and pro-environmental behaviors of urban residents: a case study in a typical Chinese city. *Frontiers in Psychology*, 12, 643759. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.643759>
- Yalçın, A. (2022). İklim değişikliğinin turizm üzerine etkileri. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-37.
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yardımcı, S. (2006). *İnsan-Doğa ilişkisi ekseninde derin ekoloji ve toplumsal ekoloji* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik kavramı ve işletmeler açısından sürdürülebilir üretim stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- Yayla, H. (2006). Mekanik düşünceden ekolojik düşünceye: Yeni bir insan-doğa ilişkisi tasarımının doğuşu. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (34), 67-82.
- Yaylı, H., ve Çelik, V. (2011). Çevre sorunlarının çözümü için radikal bir öneri: Derin ekoloji. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 369-377.
- Yaylı, H. Y., ve Yaslıkaya, R. Y. (2015). İnsan doğa ilişkisi tasarımında radikal dönüşüm: Derin ekoloji. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3, 452-465.
- Yıldırım, A., ve Şimsek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, C. (2017). Ekoloji düşüncesinde insan ve toplum anlayışı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 289-308.
- Yıldırım, M. (2023). Yapısal eşitlik modelinde normallik ihlali: Bootstrap ML ve bayesci istatistik. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 132-145.
- Yıldız Altın, K. (2017). Eğlence endüstrisi bağlamında kültürün tektürleşmesi: Folklorun tema parklarda kullanımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 621-628. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1797>

- Yıldız, S. (2006). Kültürün küreselleşmesi ve toplumsal boyutta medya etkinliğine yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23(2), 33-44.
- Yoon, Y., Gursoy, D., ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), 363-372.
- Yurdakul, M. (2018). *Alternatif Tüketim Yaklaşımları* (1. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Yücel, A., ve Konak, N. (2021). Derin ekoloji ve İslam'da insan-doğa ilişkisi. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (8), 28-38.
- Zeren, G. (2006). Bilgi çağı ve küreselleşme sürecinde sanat eğitimcisi kimliği sorunsalı. *Kastamonu Education Journal*, 14(2), 637-646.
- Zhang, C., Yu, Z., Huang, Y., Wang, M., Martin, S., Xiao, G., ve Lu, X. (2024). Investigating the influence mechanism of goal-framing theory on urban residents' green travel behavior. *Sustainable Development*, 32(5), 5144-5160. <https://doi.org/10.1002/sd.2962>
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., ve Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—Guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism geographies*, 8(2), 182-204. <https://doi.org/10.1080/14616680600585455>
- Zhang, Y., Wang, Z., ve Zhou, G. (2013). Antecedents of employee electricity saving behavior in organizations: An empirical study based on norm activation model. *Energy Policy*, 62, 1120-1127.
- Zhang, Y., Zhang, J., Ye, Y., Wu, Q., Jin, L., ve Zhang, H. (2016). Residents' environmental conservation behaviors at tourist sites: Broadening the norm activation framework by adopting environment attachment. *Sustainability*, 8(6), 571. <https://doi.org/10.3390/su806057>
- Zhong, L., Deng, J., Song, Z., ve Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of environmental management*, 92(11), 2972-2983.
- Zorlu, A. (2020). *Tüketim Sosyolojisi*. Altınordu Yayınları.
- Zorlu, A. (2020). Gereksinimlerin, ihtiyaçların ve arzuların dönüşümü bağlamında İbn Haldun'un ihtiyaçları kuramı. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 487-528.

EKLER**EK1 ANKET FORMU**

Sayın Katılımcı,

Bu anket bilimsel bir araştırma amacıyla Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Çalışmada tüketim kültürü ile şekillenen davranış kalıplarının etkisiyle çevresel değerlerin turizm faaliyetleri ile kullanımına ilişkin yerel halkın çevresel tutumu ve çevre konusundaki fedakârlıklarının araştırılması amaçlanmaktadır. Araştırma kişisel bilgi toplama, kullanma veya işleme amacı içermemekte ve araştırmada kimliğinizle ilgili bir veri talep edilmemektedir. Anketi cevaplama süresi 4-7 dakika arasında değişmektedir. Lütfen tüm bölümleri eksiksiz bir şekilde doldurunuz. Anketi cevapladığınız ve araştırmaya katkı sunduğunuz için şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen aşağıdaki ifadelerden size uygun olan seçeneği (X) ile işaretleyiniz.			
Cinsiyetiniz	Medeni Durumunuz	Yaşınız	Eğitim Durumunuz
Kadın Erkek	Evli Bekar	15- 20 Yaş Arası 21- 30 Yaş Arası 31- 40 Yaş Arası 41- 50 Yaş Arası 51- 60 Yaş Arası 60 Yaş Üstü	İlköğretim Lise Ön Lisans Lisans Yüksek Lisans Doktora
Gelir Düzeyiniz	Tatile Çıkma Sıklığınız	Hangi Turizm Çeşidini Sıklıkla Tercih Edersiniz?	Mesleğiniz
0- 5500 TL Arası 5.501- 11.500 TL Arası 11.501- 22.500 TL Arası 22.501- 30.500 TL Arası 30.501- 40.500 TL Arası 40.501 ve Üzeri	Hiç 2 Yılda 1 Kez Yılda 1 Kez Yılda 2- 3 Kez Yılda 4 ve Üzeri	Deniz ve Kıyı Turizmi Kültür Turizmi Yayla Turizmi Şehir Turizmi Sağlık Turizmi Macera ve Aktivite Turizmi İnanç Turizmi	Kamu Personeli Ücretli Çalışan İşletme Sahibi Emekli Ev Hanımı Serbest Çalışan Öğrenci Çalışmıyor Diğer
	Ailenizde turizm sektöründen gelir sağlayan biri var mı?		Çevre ile ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üyeliğiniz var mı?
	Evet Hayır Evet ise kişi sayısı belirtiniz. _____		Evet Hayır Evet ise sivil toplum kuruluşunun adını yazınız. _____

	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi (X) ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	<u>Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği</u>					
1	Dünyada yaşayabilecek insan sayısının sınırına yaklaşmaktayız.	1	2	3	4	5
2	İnsanlar, ihtiyaçları için doğal çevrede değişiklik yapma hakkına sahiptir.	1	2	3	4	5
3	İnsanların doğaya müdahale ettiğinde bu, genellikle felaketle sonuçlanmaktadır.	1	2	3	4	5
4	İnsanın yaratıcılığı dünyanın yaşanmaz bir hal almasını engelleyecektir.	1	2	3	4	5
5	İnsanlar, çevreye çok fazla zarar vermektedir.	1	2	3	4	5
6	Eğer biz nasıl geliştireceğimizi öğrenebilirsek dünyamız çok fazla doğal kaynağa sahiptir	1	2	3	4	5
7	Bitki ve hayvanların da en az insanlar kadar var olma hakkı vardır.	1	2	3	4	5
8	Doğanın dengesi, sanayileşmenin olumsuz etkileriyle mücadele edecek kadar güçlüdür.	1	2	3	4	5
9	Özel yeteneklerine rağmen insanoğlu hala doğanın kurallarına bağlıdır	1	2	3	4	5
10	İnsanoğlunun karşı karşıya kaldığı “ekolojik kriz” çok abartılmaktadır.	1	2	3	4	5
11	Dünya, bir uzay gemisi gibi sınırlı yer ve kaynaklara sahiptir.	1	2	3	4	5
12	İnsanlar doğanın kalan kısmına da hükmetmeyi istemektedir.	1	2	3	4	5
13	Doğanın dengesi, çok hassastır ve kolayca bozulabilir	1	2	3	4	5
14	İnsanlar eninde sonunda doğayı nasıl kontrol edebileceklerini öğreneceklerdir.	1	2	3	4	5
15	Şu an içinde bulunduğumuz durum aynen devam ederse yakında büyük bir çevre felaketi yaşayacağız.	1	2	3	4	5

	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi (X) ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	<u>Çevresel Fedakârlık Ölçeği</u>					
1	Turizm bölgelerinde davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.	1	2	3	4	5
2	Turizm bölgelerinde doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım	1	2	3	4	5
3	Turizm bölgelerinde çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.	1	2	3	4	5
4	Turizm bölgesi dışındaki yerlerde de her zaman çevre için iyi olduğunu düşündüğüm şeyleri yaparım	1	2	3	4	5
5	Turizm bölgelerinde çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.	1	2	3	4	5

	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi (X) ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	<i>İki Faktörlü Çevresel Değerler Modeli (2-CDM) Tutum Ölçeği</i>					
1	Turizme açılan kırsal bölgelerin inşaat alanlarıyla kaplandığını görmek beni üzüyor.	1	2	3	4	5
2	Konaklamalarım sırasında uzun bir banyo yapmak yerine duş alarak su tasarrufu yaparım.	1	2	3	4	5
3	Turizm bölgelerinde nesli tükenme tehlikesi altındaki canlıları korumak için özel alanlar ayırmak zorunda değiliz.	1	2	3	4	5
4	Turizmin temel kaynağı olan doğa ile uyum içinde yaşamazsak insanlık yavaş yavaş yok olup gidecektir.	1	2	3	4	5
5	İhtiyacım olmadığında ışığı daima kapatırım.	1	2	3	4	5
6	Turizm bölgelerinde de toplum en büyük çevre sorunlarını bile çözmeye devam edecektir.	1	2	3	4	5
7	Turizm bölgelerinde oluşan çevresel kirlilikler beni kızdırır	1	2	3	4	5
8	Turizme açılmayan bölgelerdeki Sessiz doğal dış mekanlar beni tedirgin eder.	1	2	3	4	5
9	Göllerde ve nehirlerde ne çeşit canlılar yaşadığını bilmek ilgi çekicidir	1	2	3	4	5
10	Bir gölün kenarında oturup yusuflukları uçarken izlemek sıkıcıdır.	1	2	3	4	5
11	Turizm bölgelerindeki yabancı otlar güzel çiçekler kadar önemlidir.	1	2	3	4	5
12	Gezeganimiz sınırsız kaynaklara sahip olduğu için turizm alanlarını istediğimiz gibi kullanabiliriz.	1	2	3	4	5
13	Çevre için endişelenmek ülkenin turizmin kalkınma planlarını engellemez.	1	2	3	4	5
14	Turizmin temel çekicilik unsuru olan doğa kendini her zaman yenileyebilir.	1	2	3	4	5
15	İnsanlar doğayı turizm faaliyetlerine uygun gördükleri şekilde değiştirmemelidir.	1	2	3	4	5
16	Turizm alanları açmak için ormanları yok edebiliriz.	1	2	3	4	5
17	İnsanların şehir dışına yolculuk yapabilmesi için daha fazla yol yapmalıyız.	1	2	3	4	5
18	Turizm bölgelerinde yaşayan diğer canlılar da insanlar kadar önemlidir.	1	2	3	4	5
19	İnsanlar turizmin yarattığı çevre kirliliği konusunda aşırı endişeleniyor.	1	2	3	4	5
20	Korunması gerekenler sadece turistik değeri olan bitki ve hayvanlar değildir.	1	2	3	4	5

BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI

TÜKETİM KÜLTÜRÜ İDEOLOJİSİNİN HEGEMONYASI ALTINDA ÇEVRESEL DEĞERLERİN TURİZMDE KULLANIMI VE YEREL HALKIN ÇEVRESEL TUTUMU İLE FEDAKÂRLIĞI

ORJİNALLİK RAPORU

%**8**

BENZERLİK ENDEKSİ

%**6**

İNTERNET KAYNAKLARI

%**5**

YAYINLAR

%**2**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	% 1
2	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	% 1
3	www.researchgate.net İnternet Kaynağı	<% 1
4	dspace.balikesir.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
5	acikerisim.mersin.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
6	Yeşilyurt, Hülya. "Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Desteğinde yer Kimliği ve yer İmajının Rolü: Adıyaman Örneği", Dokuz Eylül Üniversitesi (Turkey), 2024 Yayın	<% 1
7	docplayer.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
8	nek.istanbul.edu.tr:4444 İnternet Kaynağı	<% 1
9	doaj.org İnternet Kaynağı	<% 1
10	YILDIRIM, Cuma. "Ekoloji Düşüncesinde İnsan ve Toplum Anlayışı", Karabük Üniversitesi,	<% 1

ÖZGEÇMİŞ

