

## Sürdürülebilir Deniz Turizmi ve Tüketim Paradoksu: Tüketirken Tükenmek<sup>1</sup>

*“Günler boyu ne balina gördüm, ne yunus, ne de balık.  
Yalnızca plastik.”*

Charles MOORE



**Figen SEVİNÇ<sup>2</sup>**

**Erol DURAN<sup>3</sup>**

### Öz

*Kitlesele turizm hareketlerinin önemli bir unsuru olan deniz turizmi, çevresel duyarlılığı, ulusal ve uluslararası düzeydeki yatırımları, geliştirdiği iş hacmi, istihdam olanakları, döviz girdileri, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkisi ile önemli hale gelmiş, birçok ülkede deniz turizmine yönelik yatırımlar ve teşvikler hız kazanmıştır. Bu hızlı gelişmeler, aynı zamanda turizmin tüketimin artmasını kolaylaştıran ve tüketilebilen bir alana dönüştürülmesine, çevresel tehditlerin*

<sup>1</sup> Bu çalışma Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresinde sunulmuş olan bildiri geliştirilerek hazırlanmıştır..

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, [sevinc\\_figen@hotmail.com](mailto:sevinc_figen@hotmail.com), <https://orcid.org/0000-0001-5391-1818>

<sup>3</sup> **Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, [eroldurantr@yahoo.com](mailto:eroldurantr@yahoo.com), <https://orcid.org/0000-0003-0116-3189>

**Makale Türü / Paper Type:** Kavramsal Makale / Conceptual Paper

**Makale Geliş Tarihi / Received:** 21.06.2017

**Makale Kabul Tarihi / Accepted:** 05.11.2018

özellikle kıyı ülkelerinde göz ardı edilemeyecek boyutlara ulaşmasına sebep olmaktadır.

*Bu çalışmada, bir kısır döngü haline gelen post-modern tüketim kültürü ve turizm uygulamalarına değinilmekte, deniz turizminin bir sonucu olarak dünyada hızla yayılmaya başlayan çöp adalar, kavramsal çerçevede ele alınmakta ve sürdürülebilir uygulamalara yönelik önerilerde bulunmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Tüketim Kültürü, Deniz Turizmi, Sürdürülebilirlik, Çöp Adalar

## **Sustainable Marine Tourism and Consumption Paradox: Being Consumed while Consuming**

### **Abstract**

*Marine tourism, which is the most significant part of massive tourism movements has become important for the countries which consider tourism as a means of development thanks to its environment awareness, national and international investments, volume of business, employment opportunities, foreign exchange earnings, socio-economic and socio-cultural impacts, and the investments, and incentives for marine tourism have accelerated in a number of countries. These rapid developments have caused tourism to turn into a field which makes the increase in consumption easier and itself becomes consumable, as well as the environmental threats to reach a dimension that can no longer be ignored especially in coastal countries.*

*This study refers to the postmodern consumption culture and tourism practices that have turned into a vicious circle, investigates the pollution islands that have swiftly spread in the world within a conceptual framework as a result of marine tourism, and makes suggestions with regard to some sustainable practices.*

**Key Words:** Consumption Culture, Marine Tourism, Sustainability, Polluted Islands

## Giriş

Özellikle II. Dünya savaşından sonra yaşanan birtakım ilerlemelerin ve savaş sonrası oluşan seyahate yönelik özgürlük ortamının da etkisiyle kitlesel düzeyde turizm hareketleri gelişme göstermeye başlamıştır (Duran, 2016). Barış döneminin getirmiş olduğu toplumsal rahatlama, savaş döneminde gelişen ve askeri amaçlara yönelik olarak kullanılan teknolojinin sivil kullanıma daha fazla açılmaya başlaması, dünya iktisadi hayatında meydana gelen hızlı gelişmeler, turizme katılımda mesafe unsurunun önemini yitirmesini sağlamış, bu yönü ile turizme katılımın yönünü de değiştirmiştir. Bu değişim sektöre yön vererek ulaşım, planlama ve tasarım gibi alt ve üst yapıya yönelik yatırımlara ve pazar çalışmalarına da yön ve ağırlık verilmesini sağlamıştır (Urry, 2009, Duran, 2016).

İnsanların su ve kıyı alanlarında vakit geçirme isteği ve bunu bir yaşam biçimi haline dönüştürmesi, deniz turizminin diğer turizm türleri arasında parlamasına ve çeşitlenmesine olanak sağlamıştır. Bu durum ise deniz turizmini kitlesel turizm hareketlerinin ana unsuru haline getirmiştir. Deniz turizmi, kıyı ve deniz temelli tesis ve aktiviteler ile geniş bir yelpazeye sahiptir ve su alanlarında gerçekleştirilen turistik aktivitelerden oluşan, su temelli turizmin bir bileşenidir (Jennings, 2003: 10-11; Kozan vd., 2014: 115-129; Harman ve Çoban, 2016: 5).

Günümüzde değişen çevre şartlarına uygun olarak kitlesel turizm hareketleri sistemli bir şekilde artmaya ve farklı destinasyonlara yayılmaya devam etmektedir. Öyle ki Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre henüz 1995 yılında 565 milyon toplam turizm hareketliliği rakamı 2015 yılı itibariyle 1 milyar 184 milyon kişiye ulaşmıştır. 2020 yılı itibariyle bu rakamın 1,5 milyar kişiyi aşması öngörülmektedir (UNWTO, 2016). Özellikle son yıllarda, turizmi bir kalkınma aracı olarak gören kıyı ülkelerinde, bu turizm türünün hızla gelişme gösterdiği, ülkelerin, dünya turizm eğilimlerini göz önüne alarak deniz turizmine yönelik yatırımlara yöneldiği, yasal düzenlemelerle ulusal deniz turizmi politikalarını belirledikleri görülmektedir. Fakat deniz turizmine yönelen turist sayısının bölge taşıma kapasitelerinin çok çok üzerinde gerçekleşmesi, deniz turizminin olumlu yapısal ve ekonomik

etkilerinin sınırlı, yüzeysel ve kısa süreli olmasına sebep olmakta, çevre üzerinde ise, yadsınamayacak düzeyde tahribata sebep olabildiği ve zamanla olumsuz etkilerinin artarak gün ışığına çıktığı gözlemlenmektedir.

Dünya üzerinde deniz turizmi bileşenlerine yönelik olarak gerçekleşen yaygın kitlesel turizm hareketleri beraberinde sosyal, kültürel ve doğal kaynakların sorumsuzca kullanımını da getirmiş, gidilen destinasyonlarda geri dönülemeyecek bozulmalara sebebiyet vermiştir (Duran, 2011). Örneğin kitle turizminin, yoğun turist nüfusunu aynı kısa sezonda genellikle kıyı alanları üzerinde inşa edilmiş, tesislerde konaklamaya, yeme ve içmeye, eğlenmeye, gezmeye ve para harcamaya iten paket anlayışı, bu alanlara olan yoğun baskıyı arttırmıştır (Ovalı, 2007). Bu süreç ilgili destinasyonlarda; alt yapı ve üst yapının iflas etmesine, ekolojik dengenin bozulmasına, yöreye özgü endemik türlerin yok olmasına, sosyal ve kültürel yapının bozulmasına, sosyo-ekonomik dengenin bozulmasına ve bunlara benzer pek çok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Turizme kaynak teşkil eden bu unsurların yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalması, yaşamın her alanında olduğu gibi turizmde de sürdürülebilirlik kavramının önem kazanmasına yol açmıştır. Bu bozulma, turizmden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen ve etkileyen tüm paydaşları, hem turizm katılımını özendirme ve geliştirme hem de sosyal, kültürel ve doğal bozulmayı önleme gibi iki ayrı fakat birbirini etkileyen konuyu, aynı platformda değerlendirerek bir sonuç üretme durumunda bırakmıştır (Duran, 2011; Piner ve Paradis, 2004).

Çalışmanın amacı, sürdürülebilirliğin sağlanmasında bir çelişki kaynağı ve kısır döngü haline gelen postmodern tüketim kültürü ve deniz turizmi uygulamalarına değinmek, dünyada hızla yayılmaya başlayan çöp adalarını kavramsal çerçevede ele almak ve sürdürülebilir uygulamalara yönelik farkındalık oluşturmaktır. Kitle turizminin ana unsurunu oluşturan deniz turizmi faaliyetleri, günümüz postmodern kültürünün de etkisiyle aşırı tüketimi özendiren yapısıyla, sürdürülebilirliği ve sürdürülebilirliğe dayalı turizm gelişiminin toplumsal sorumluluk ve çevreye duyarlılık ilkesi ile çelişmektedir. Bu durum aynı zamanda çalışmanın

ana sorunsalını oluşturmaktadır. Zira sürdürülebilir turizm tüm boyutlarıyla (kitlesel ve bireysel tüm alternatifler) ve her aşamasında toplumsal sorumluluk, ekonomik verimlilik ve doğaya karşı duyarlılığı içermektedir. Bu ilkeler göz ardı edilerek, yoğun tüketim isteklerini karşılamaya dönük yürütülen turizm faaliyetleri, aynı zamanda tüketmek ve tüketirken de kıt olan kaynaklarla birlikte tükenmek anlamına gelmektedir. Özellikle ada ülkelerinde bu hızlı tüketim, çevresel tahribatın göz ardı edilemeyecek boyutlara ulaşmasına ve geri dönülemez bir hal almasına sebep olmaktadır.

### **Tüketim Kültürü ve Turizme Etkisi**

Sanayileşmenin etkisiyle önceleri Avrupa'da başlayan, sonrasında ise neredeyse tüm dünyayı etkileyen ekonomik ve sosyo-kültürel yaşantı ve örgütlenme biçimleri, beraberinde modernleşme olgusunu ve bu olgu çerçevesinde oluşan tüketim ekonomisini ve kültürünü getirmiştir (Altıntuğ, 2010; Odabaşı, 2004). Ekonomi, sanat ve düşünsel/felsefi olmak üzere üç temel alanda şekillenen modernizm, aydınlanmanın aklın önderliği olarak açıklanmakla beraber, küresel çapta bir refah ve mutluluk getirmemiştir. Bundan ziyade, aşırı üretim ve bu üretimi eritmeye dayalı aşırı tüketim sorunsalı çerçevesinde hırpalanan ve kaynakları kirlenen bir dünya olarak karşımıza çıkmaktadır (Horkheimer, 2005; Karakehya, 2013). Modern tüketim toplumlarının ortaya çıkmasında kapitalizmin, serbest piyasanın ve kitle iletişim araçlarının etkisi, her geçen gün insanları tüketim odaklı yaşamaya yöneltmiştir (Duman, 2014: 5-10). Bu yaşam tarzı, beraberinde toplumsal değerlerin anlamsızlaştığı, insanların doğadan uzak ve her şeyi tahakküm altına aldığı bir tüketim toplumu yaratmıştır (Touraine, 2004). Özellikle, kapitalizmin etkisiyle ön plana çıkan ve yaşamın birçok alanında yer alan tüketim, insan aktivitelerinin belirleyici özelliklerinden biri haline gelmiştir (Storey, 1998: 21-30).

Kapitalizmin etkisiyle bir tüketim nesnesi haline gelen değer ve anlayışlar ve bu kapsamda sınır tanımayan hizmetler, deniz turizminin birçok alanında görülmeye başlamıştır (Aytaç, 2006: 27). Sanayi devrimi sonrası yaşanan ekonomik gelişmeye paralel olarak yaşanan üretim fazlalığı

ile birlikte, bu fazlalığı eritmeye dönük tüketimi özendirme çalışmaları da hız kazanmıştır (Baharie ve White, 1999). Modern toplumların tüketim odaklı bir kültüre dayanıyor olması (Baudrillard, 2008: 15) ve daha çok fark yaratma ve yenilik arama amacıyla, farklı ürün ve hizmetlerin tüketiciler tarafından arzulanması, zamanla tüketim anlayışının birçok kesimce benimsenmesine sebep olmaktadır. Çünkü yaşamlarının her alanında bu tüketim ağına maruz kalan bireyler, düşünmeden, eleştirmeden ve farkında olmadan hızla tüketmeye yöneltilmektedirler.

Modernizm ve yaratmış olduğu tüketim toplumunun bir devamı mı yoksa sonrası mı olduğu konusunda pek de uzlaşmaya varılamayan postmodernizm kavramı ile birlikte, tüketim kavramının niteliği değişmeye başlamıştır. Merkeziyetçi ve tekilliğe dayalı tüketim olgusu, yerini farklılıkların, çoğulluğun ve kimliklerin öneminin arttığı bir tüketim tarzına bırakmıştır (Hackheimen, 1995; Baudrillard, 2008, Kırılmaz ve Ayparçası, 2016). Değişmemekle birlikte daha da önem kazanan unsur ise tüketime dayalı toplum gelişiminin devam etmesi ve bu kapsamda ortaya çıkan tüketim bağımlılığının bir yaşam biçimi halini alarak, bireylerin kendilerini ifade etme aracı haline gelmesidir. Postmodernizm; “modernliğin parametrelerine, bilimsel bilginin üstünlüğüne, pozitif bilimlere, doğrusal gelişmeye, ulus devlet anlayışına, endüstriyalizme, kapitalizme, demokrasiye, lâikliğe, insan haklarına, teknolojiye, bürokrasi ve uzmanlaşmaya karşı gelen ve onları sorgulayan; buna karşın belirsizliğe, parçalılığa, farklılığa, etnikliğe, alt kültürlere, kültürel çoğulculuğa, bilgiye yönelik çoğulcu bakış açısına, yerel bilgiye, yerelliğe, özgünlük ve özgürlüklere ayrıcalık tanıyan bir hareket” olarak tanımlanmaktadır (Kızılçelik, 1996)

Postmodernizm ile birey, bir tüketici olarak sosyal yapıdaki yerini sahip olduğu ve tükettiği ürünle konumlandırmakta ve değerlendirmektedir (Odabaşı, 2004). Çünkü tüketim, insanların kendi kimliklerini, sosyal farklarını gösterme, etkinliklere katılma vb. isteğini sağlayan uygulamaları kapsamaktadır (Ward, 1991: 11-20). Baudrillard’ın (2010) deyimiyle, günümüzün postmodern tüketim toplumu, bireyleri bir taraftan “tüketici” kimliği ile nesneleştirerek kimlik kazandırırken diğer

tarafından rasyonellikten uzak, arzularına teslim olmuş kişilere dönüştürmektedir. Tüketici azmettiriciliği olarak da adlandırılabilir bu durum, bireyin toplum içerisindeki yerinin oluşmasında, hangi marka ayakkabı giydiği, hangi parfümü kullandığı, hangi saati taktığı gibi tüketimin yüceltilmesine dayalı kavramları ön plana çıkarmıştır (Karakehya, 2013).

Alanyazın incelendiğinde, sosyal çevre ve kültürün, bireylerin ihtiyaçlarını şekillendirebildiği (Veblen ve Chase, 1934; Galbraith 1976; Marshall ve Guillebaud 1961), tüketim nedenlerinin çeşitlendiği ve tüketim kavramının ekonomik, sosyo-psikolojik ve kültürel açıdan olmak üzere farklı disiplinlerce ele alındığı görülmektedir (Campbell, 1995; Featherstone, 1996; Baudrillard 2008; Duman, 2014). Postmodern tüketim, insanların benliklerine yönelik tutumlarını etkilemektedir ve kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla iç içedir. Bu nedenle, ekonomik olduğu kadar toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgudur (Bocock, 1997: 10-13). Buradan hareketle, bireylerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda var olan kaynakları kullanması, günümüzde tüketim olgusunu birçok alanda önemli hale getirmektedir.

Tüketim olgusu, yapısı gereği, somut varlıkları kapsadığı gibi soyut, manevi değerleri de kapsamaktadır. Bu nedenle, tüketimin nesnelere yanı sıra toplumla ve dünyayla etkin bir ilişki biçimine dönüştüğü bilinmektedir. (Baudrillard, 2008: 25-32). Campbell, (1995) tarafından bir ürün veya hizmetin seçim, satın alma, kullanma, tamir ve atılma aşamalarını kapsayan eylemler bütünü olarak tanımlanan tüketim, Featherstone'a (1996) göre ise tahrip etme, harcama, israf etme ve bitirme anlamlarını taşımaktadır. Modern toplum yapısını takiben, toplumsaldan bireyesele evrilerek ortaya çıkan postmodern toplum yapısı, tüketim odaklı bir kültüre dayanmakta (Baudrillard, 2008: 15) tükettikçe daha fazlasını talep eden, farklı ürün arayışına giren, ihtiyaçların karşılanmasından ziyade, ihtiyaçmış gibi görünen ve algılananın elde edilmesine dayalı bir tüketim toplumuna dönüşmektedir. Bu durum, günümüzün postmodern toplumunda tüketim olgusunu, nesnelere yanı sıra fikirlerin, görüngülerin, kavramların ve zevklerin tüketilmesi anlamına getirmektedir.

Tüketici arzusunun oluşumunda, tüketim fantezileriyle sosyolojik

koşullar arasında kuvvetli bir bağ olduğundan, tüketimin olgusunun dayattığı ve toplumun şekillendirdiği sahte gereksinimler ve istekler karşısında birey, arzusuna da yenik düşebilmektedir (Dal, 2017). Bireyler, istek ve arzularına ulaştıkça bir yenisi daha eklemekte ve bu döngü düzenli bir şekilde tekrarlanmaktadır (Bauman, 1999; Baudrillard, 2008). Özellikle, tüketim döngüsünün her alanda sürekli hissedilmesinin insanları etkilediği ve bu aşırı tüketim isteğinin, elde edilenden memnun ve tatminkâr olmayı zorlaştırdığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, bu arayış ve tüketim isteği, ürün ve hizmetlerde farklılıkların sunulmasını sağlarken, öte yandan tüketim anlayışının yol açtığı olumsuzluklara da neden olabilmektedir. Bu kapsamda, son zamanlarda tüketimin artmasını kolaylaştıran gelişmelerden biri olarak görülen turizmin (Odabaşı, 1999), bir kısır döngü haline dönüştüğünü söylemek de yanlış olmayacaktır.

Çeşitli sebeplerle ortaya çıkan ve gelişen bir turizm olayı, insan yaşamının bütün alanlarında yer almakta, her yönüyle ekonomik, sosyal, politik ve kültürel sonuçlar oluşturmaktadır (Barutçugil, 1982: 10-15). Nitekim ekonomik güç göstergesi haline gelen tüketim olgusunun (Başcı, 2015: 1), turistik faaliyetlere yansımaları ve turistler tarafından ilgi çekici bir unsur olarak görülmesi, turizmde aşırı tüketimin günümüzdeki şeklini almasında etkilidir. Bireysel istek ve arzuların karşılanması hususunda atılan adımlarda, farklılaşma, üretim ve tüketim alışkanlıklarında değişiklikler, sunulan hizmetlerle tüketici gereksinimlerinde var olan yönlendirmeler söz konusudur. Zira turizmde, her anı önemsenen işten arda kalan zamanlar, tüketime dayalı ve metalaşan bir boyuta dönüşmektedir. Fakat bu durum aynı zamanda, toplumsal ve kültürel alanda etkin bir rol oynayan tüketim nedenleri ve oluşan sonuçlar sebebiyle insanları çevrelerine karşı sorumlu kılmaktadır. Her alanda olduğu gibi turistik faaliyetlerde de ihtiyaçtan fazla tüketme, diğer bir deyişle, var olan kaynakları gereğinden fazla tüketerek diğer canlıların haklarını elinden alma, yani aşırı tüketim geri dönülemez bir hal alabilmektedir. Turistler tarafından ilgi çekici bir unsur olarak görülen tüketim olgusunun etkileyici yüzü, zamanla çevresel sorunların oluşmasına neden olabilmektedir.



Aşırı tüketimden kaynaklanan çevresel riskler, yaşamın her alanını olumsuz yönde etkilemekte, ekosistemin bozulmasına sebep olmaktadır. Su kirliliği, radyasyon artışı, ekonomik ve estetik değerlerin tüketimi, yiyecek-içeceklerde kimyasal ürünlerin kullanımı, verimli alanların yok edilmesi, yer altı su rezervlerinin kurutulması, küresel ısınma ve buna bağlı iklim değişikliklerinin yansımaları, dengeli bir tüketim politikasının gözetilmediğini de ortaya koymaktadır (Odabaşı, 1999:120-130). Tüketim kavramının rasyonalizmden hedonizme doğru evrilmesi çevreye olan olumsuz etkilerin de hızlanarak artmasına yol açmıştır (Baurdrilard, 2008; Karakehya, 2013).

Featherstone'un da (1996, 2005) vurguladığı üzere, artık bireyler ihtiyaçlarını, ellerinde olmayan üründen ziyade olanın imajına göre belirlemektedirler. Bu durum, ürünün varlığı veya yokluğu üzerinden değil, imajının, diğer bir ifade ile modasının geçip geçmemesi üzerinden ihtiyaç kavramının şekillenmesi anlamına gelmektedir. Ortaya çıkan yoğun istek, isteği karşılamaya dönük kullan at tarzı üretim, çevreye olan baskıyı daha da arttırmaktadır. Özellikle maliyeti, hafifliği, esnekliği ve kolay şekil verilebilirliği ile kullan at tarzı üretime elverişli olan sentetik polimerlerin, atıldıklarında uzun süre doğada varlığını sürdürmesi, onları çevre açısından önemli bir tehdit haline getirmiştir (Derraik, 2002; Karakehya, 2013).

Sentetik polimerlerin yaşamın neredeyse her alanında yaygın bir şekilde kullanılıyor olması, deniz turizmini de olumsuz etkilemiş, Pasifik Okyanusunda neredeyse Fransa'nın yüzölçümü büyüklüğünde çöp adaların oluşmasına neden olmuştur ([www.olaganustukanitlar.com](http://www.olaganustukanitlar.com)). Bu durum, yaşanan sürecin vehametini gösterebilmek amacıyla Birleşik Krallık merkezli bir reklam ajansının öncülüğünde, Plastik Okyanuslar Vakfı ve LADbible adlı sosyal medya şirketinin, "Çöp Adalar" adı ile dünyanın çöpten oluşan ilk ülkesi olarak tanınması için Birleşmiş Milletler'e başvurularına yol açmıştır. Bunun başarıya ulaşması, aynı zamanda diğer tüm ülkelerin temizliğe yardım etmesi anlamına gelmektedir ([www.pazarlamasyon.com](http://www.pazarlamasyon.com)).

Elbette bu sorunlar tüm boyutlarıyla çevrenin büyük bir önem taşı-

dığı turizm endüstrisini yoğun bir şekilde etkilemektedir. Çünkü turistik faaliyetlerde üreticiler ve tüketiciler tarafından tüketim dengesinin göz ardı edilmesi, birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Özellikle son zamanlarda gündeme gelen çevre kirliliği, doğanın tahribatı, baş edilemeyen atıklar vb. durumlar (Topçuoğlu, 2017; Tuna, 2017; Türkus, 2017) turizmde aşırı ve bilinçsiz tüketimin sonuçları arasındadır. Turistlerin, otel konsepti çerçevesinde aşırı yiyecek-İçecek ve su israfı, katı ve sıvı atıklar, doğaya ve çevreye karşı bilinçsiz ve duyarsız tutum ve davranışlar, metalaştırma, sınırsız tüketim isteğine bağlı “*bugün var yarın yok*” anlayışının benimsenmesi, bir kısır döngünün sebep ve sonuçlarını sergilemektedir. Öyle ki 160 bin nüfusa sahip Bodrum’un 10 günlük tatil süresince nüfusunun 1,5 milyona ulaşması ve 5 milyon 300 bin kilo çöpün oluştuğunun tespit edilmesi (Kocadon, 2017), turizmde aşırı tüketimi bir kez daha gün yüzüne çıkarmaktadır. Çünkü turizm hareketliliğinin günümüzde ulaştığı kitlesel boyut, ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri gözardı edilemez konuma getirmektedir. Her iki turistik seyahatten birinin kıyı alanlarına yapıldığı (UNWTO, 2015) dikkate alındığında, böyle bir tüketim anlayışının, her geçen gün taleplerin arttığı, yatırımların yapıldığı deniz turizmi bileşenlerinde de geri dönülemez sonuçlar doğurabileceği, yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **Aşırı Tüketimin Deniz Turizmine Yansımaları**

Postmodern tüketim kültürünün hâkim olduğu günümüz dünyasında turistler, statülerini kendi istekleri çerçevesinde gösterecek, kendilerini ifade edecek ve kimliklerini olmak istedikleri yönde yansıtacak turizm ürünlerini talep etmekte ve bunları yoğun bir şekilde tüketmektedir. Turistin bir sosyal yapıya ve statüye ilişkin sembolik anlamlara sahip olmak amacıyla gerçekleştirdiği tüketimler, deniz turizmi açısından da deneyimin algılanan özgünlüğünde önemli bir bileşen olarak yer almaktadır (Aşan ve Kozak, 2015). Zira denize dayalı rekreasyonel faaliyetler, odağında deniz konseptinin olduğu ve bireyin deneyimine yönelik haz ve tatmin boyutlarını en üst düzeylere çıkarmasını sağlayabilecek, sembolik anlamlara sahip pek çok bileşene sahiptir. Bu çerçevede birey,

aynı zamanda hem kitlesel katılımın yoğun olduğu deniz turizmi türlerini deneyimleyebilmekte (kıyı turizmi, kruvaziyer turizmi, ada turizmi vb.) hem de bireysel katılımın yoğun olduğu deniz turizmi türlerini (sualtı dalış turizmi, yat turizmi, su sporları turizmi, su ürünleri turizmi vb.) deneyimleyebilmektedir (Harman ve Çoban, 2016; Kozan, vd., 2014). Dolayısıyla postmodern tüketim kültürü çerçevesinde turizmde bireyin, hem içsel hem de dışsal faktörler tarafından şekillenen ve çeşitlenen tüketim davranışlarının (İslamoğlu ve Altunışık, 2017), bünyesinde yer alan bileşenlerin tesis ve aktivite çeşitlilikleri (Harman ve Çoban, 2016) ile her bir bileşenin hazzal (hedonik) ve fiziksel bağlamda tüketici nezdinde içerdiği anlam farklılıkları nedeniyle deniz turizmine yoğunlaştığı görülmektedir.

Günümüz kent toplumu kendi bireyselliklerini sergileyebilmek, buradan statü yaratabilmek ve koruyabilmek amacıyla belirli tüketim kalıplarına yönelmektedir. Bireyler kent hayatıyla baş edebilmek için statü, moda etiketleri ya da bireysel farklılık peşinde koşmakta ve sahte bireysellikler yaratma peşine düşmektedir (Storey, 2000). Bu kapsamda günümüz dünyasında, yoğun kentleşmenin verdiği stres, rutin yaşamdan uzaklaşma isteği, teknolojik gelişmeler, refah düzeyinin yükselmesi, tatil sürelerinin uzaması, insanların denize, su alanlarına ve doğaya olan ilgisi ve merakı, deniz turizmine yönelik talebi artıran diğer unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir destinasyonda denizin ve kıyıların güzelliği, koyların ve bitki örtüsünün çekiciliği, bölgelerin bozulmamış doğal yapısı, tarihi kalıntıları ve uygun iklim şartları o bölgeye yönelik deniz turizmi talebinin oluşmasında yadsınamayacak kadar önemlidir (Sevinç ve Güzel, 2016: 98). Bununla birlikte, deniz turizmi doğa ile iç içe ve bozulmamış bir çevrede, altyapı ve üstyapı hizmetlerinin tamamlandığı oranda gelişme göstermektedir. Dolayısıyla, deniz turizmine yatırım yapan kıyı ülkelerinde, çevrenin tahribata uğramaması ve doğal kaynakların zarar görmemesi gerekmektedir. Ayrıca destinasyonların sürdürülebilir turizm uygulamalarına önem vermeleri, sahip oldukları doğal ve kültürel varlıkları uzun vadede korumaları beklenmektedir (Sevinç ve Güzel, 2017: 64- 66). Fa-

kat aşırı tüketim anlayışında tüm bunların gerçekleşmesi gittikçe zorlaşmakta ve bu tüketim anlayışı her geçen gün geri dönülmesi zor sonuçlar doğurmaktadır.

Son 35 yılda oldukça büyük 5 çöp adanın oluşmasının NASA tarafından tespit edilmesi (Zolfagharifard, 2015), Hawaii ile California arasında yer alan mevcut çöp adalarının en büyüğünün çöplerinin, yoğunluklu bölge alanının yaklaşık bir milyon metrekareye ulaşması (Bawden, 2017), tonlarca atığın denizlerde olduğunu göstermektedir. Öyle ki UNESCO dünya mirası olarak ilan edilen, yaşam alanlarına oldukça uzak olan Henderson Adası, Güney Pasifik Okyanusun ortasında yer alan ıssız bir ada olmasına rağmen, yaklaşık 38 milyon parça çöp ile kıyılarında en fazla atık bulunan ada olarak kayıtlarda yer almıştır (Hunt, 2017). Bununla birlikte eğer aşırı malzeme tüketimi kontrol edilemez ve atık yönetimi iyi yönde geliştirilmezse 2025 yılına kadar okyanuslara girebilecek plastik atık miktarının, yılda 17,5 milyon tonu bulabileceği ön görülmektedir (Jambeck vd., 2015: 768-770).

Aşırı tüketim ve plansız yapılaşmadan dolayı çöp adalara dönüşen kıyı alanları, turizm taleplerini olumsuz etkilemesinin yanı sıra turizm faaliyetlerinin nihai sonuçları arasında da yer alabilmektedir. Deniz turizminin bileşenlerine yönelik alanyazın ve istatistiksel veriler incelendiğinde (Lett, 1983; Payeras vd. 2011; UNEP, 2013; Cruise Market Watch, 2015; European Boating Industry, 2016) yoğunlukla deniz turizminin oluşturduğu ekonomik, sosyal ve fiziksel faydanın ön plana çıktığı görülmektedir. Fakat postmodernizmin tüketimi merkeze alan toplum yapısı ve kültürü, bireyleri tüketime dayalı yaşam biçimlerini satın almaya zorlayan yanlış ve sahte ihtiyaçlar üretmektedir (Şan ve Hira, 2004). Postmodern kültürün yaratmaya devam ettiği sahte ihtiyaçlar ve bunlar çerçevesinde oluşan sınırsız istekler karşısında sınırlı kaynakların tüketilmesi, kaynakların etkili ve verimli kullanılmaması, sürekli üretim için tüketimin ön planda olması, günümüz tüketim toplumunun yansımalarını turizm endüstrisinde hissettirmektedir.

Özellikle Maldivlerde yaşanan son gelişmeler, turizmde aşırı tüketimin sonuçlarını gözler önüne sermektedir. Gelen turistlerin istek ve arzu-

larına cevap verebilmek için ithal edilen ürünler, aşırı gıda, su ve enerji tüketimi, turistlerin tonlarla ifade edilen çöp ve baş edilemeyen atıklara sebep olması ülkede, ekolojik ve sağlık sorunlarına neden olmaktadır. 1992 yılında ıslah projesi olarak yapılan ve yapay çöp ada olan Thilafushi'nin son yıllarda yeterli gelmediği, adanın her geçen gün büyüdüğü ve çöp ihracatının başladığı gözlemlenmektedir (Ramesh, 2009). Buradan hareketle, turistlere sunulan ürün ve hizmetlerin yanı sıra statü, güzellik ve güç gibi kültürel öğeler, turizmin arka yüzünü gizlemekte ve aşırı tüketim isteği, yaşananların kanıksanmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla turistlere yaşanabilir güzel bir dünya sunulurken, yerli halkın ve yaşam alanlarına müdahale edilen canlıların, turistik faaliyetlerden olumsuz etkilenmesine, sosyal ve fiziksel olumsuzluklara neden olunabilmektedir. Bu alanda yapılan açıklamalar (IRF, 2016; GBRMPA, 2017), özellikle son zamanlarda deniz turizmi faaliyetlerinin de ekosisteme zarar verdiğini ortaya çıkarmaktadır.

Ülkelerin deniz turizmi varlıklarını sürdürebilmeleri çevreye duyarlılığına, denizlerinin ve kıyılarının varlığına paralel ilerlemektedir. Bu nedenle, kıyıların ulaşım ve turizm fırsatlarını bir arada barındırması, çevre dengesinin korunmasını zorunlu hale getirmektedir (Sevinç ve Güzel, 2017: 71). Türkiye'nin sahip olduğu konum itibarıyla, doğal ve görece temiz koylara sahip olması, deniz turizmi destinasyonu olma nedenleri arasında ilk sırada gelmektedir. Gökova, Hisarönü, Fethiye, Göcek, Kekova ve Antalya çevresi olmak üzere birçok özelliği bir arada taşıyan destinasyonlar, deniz turizmi bileşenlerinin önemli duraklarıdır. Fakat Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesi'nin yaptığı bir araştırma olumsuz gidişin vehametini gözler önüne sermektedir. Buna göre, Edremit Körfezi -Antalya Faselis arasında deniz turizmine uygun toplam 239 adet koy olduğu, 2013 yılı itibarı ile 41 adet koyun geri dönüştürülemez şekilde tahrip edildiği, 104 tanesinin Milli Park kapsamında koruma altına alındığı ve 94 koyun ise yoğun yapılaşma ve çevre baskısı ile korumasız bir şekilde tahribat altında bırakıldığı ortaya çıkmıştır (IMEAK DTO, 2015: 4). Nesli tükenme tehlikesi altında olan canlılar için de durum benzer şekildedir. Öyle ki caretta caretta'nın turistlere saldırdıklarına yöne-

lik haberlerden, çapa demirlerine sıkışmalarına, enfeksiyon sebebiyle ölen yunuslardan, kıyı alanlarına vuran deniz canlılarına kadar birçok habere, son zamanlarda sıklıkla rastlanmaktadır (Atagöz, 2017; DHA, 2016).

Bilhassa, son yıllarda kıyı tesislerinin atık sularını ne şekilde yok edilebileceği konusu bir sorun haline gelmiş, denize bırakılan yağ, petrol ürünleri, deterjan ve katı atıklar deniz suyundaki oksijen miktarının azalmasına ve deniz kirliliğine yol açmıştır (Jansen vd., 2009: 8-11; Angelis, 2015; IMO, n.d.; ISO, n.d.). Nitekim kıyı turizmine yönelik alanyazında, özellikle son yıllarda çeşitli sebeplerle deniz ekosisteminin zarar gördüğü sıklıkla ifade edilmekte, eylem planları ve projelerde mevcut durumun ele alındığı görülmektedir (Lockhart vd., 2002; UNCED, 1992; UNEP, 2004; Jennings, 2007; Cave ve Brown, 2012; Kahraman ve Türkay, 2014; Mcmah, 2016). Dolayısıyla, çevre kavramının tüm boyutlarıyla ne kadar geniş olduğu da göz önüne alındığında, deniz kirliliğinin tüm dünya ülkeleri için ne kadar büyük bir tehdit oluşturduğu anlaşılmaktadır. Çünkü bir şifa kaynağı olarak görülen denizler, insan sağlığında etkin bir role sahiptir ve insanları turizme çeken en önemli sebepler arasında yer almaktadır. Deniz suyu havanın temizlenmesini ve oksijen oluşumunu sağlamakta, içeriğinde melatonin ve serotonin seviyesini dengeleyen maddeleri barındırması ile insanlara huzur ve canlılık vermektedir (Nakasone ve Akeda, 1999; Sevinç ve Güzel, 2017: 140). Bu sebeple aşırı tüketime yönelmiş olan günümüz postmodern tüketicilerinin, sürdürülebilir turizm uygulamalarına dâhil olmasına yönelik farkındalık oluşturulması oldukça önemlidir.

## Sonuç

Bireyselleşmenin ve tüketici odaklılığın baskın olduğu bu yeni dönem, denetlenmesi mümkün olmayan tüketicileri de beraberinde getirmiş, tüketim olgusu, bir araç olmaktan çıkarak bir amaç haline gelmiştir. Bu durum, bireyleri aşırı tüketen ve aynı zamanda toplumsal statülerini ortaya koymaya dönük pazarlanan ürünler haline getirmekte, bir bakıma her geçen gün tükettikçe daha fazla tüketilen unsurlara/metallere dönüştürmektedir. Zira postmodern tüketici, kendini kimliklendirdiği ve

tanımladığı tüketim davranışını sergilerken, aynı zamanda, toplumun üyelerini şekillendirme biçimi çerçevesinde statü elde etmek, mevcut statüyü korumak ve durmadan haz tatmini ile mutlu olmak için bireysel özgürlük adı altında toplum genel kabulüne uygun tercihler yapan bir tüketici rolüne bürünmektedir.

Birey kendini ifade ediş tarzıyla da toplumsal açıdan bir pazarlama aracına dönüşmektedir. Bu yönüyle postmodern tüketici aynı zamanda kendi kendini toplum beğenilerine sunmakta ve pazarlamaktadır (Marcuse, 1997; Tomlinson, 1999; Bauman; 1999). Bu yaklaşım postmodern tüketiciyi, günlük mutluluk peşinde koşan, anında tatmin isteyen, ihtiyacının (gerçek ya da sahte) tatminini ertelemeyen, gelecek için bugünden fedakârlık etmeyen, geçmiş ve geleceği bir arada denemeyi büyük bir arzuyla isteyen, içerik yerine biçime daha fazla önem verebilen birey haline getirmektedir. Onun için sunulmuş imajlar ve oluşturulmuş anlamlar ön plandadır (Odabaşı, 2004).

Dünyada, ozon tabakasının delinmesinden ormanların her geçen gün yok edilmesine kadar, aşırı tüketimin neden olduğu birçok felaket söz konusudur (Odabaşı, 1999). Tüm dünyanın aşırı ve bilinçsiz tüketimden yoğun bir şekilde etkilendiği yadsınamaz bir gerçektir. Bilhassa, turistik faaliyetlerde gıda, su ve enerji tüketimindeki küçük bir artış, ekolojik dengeyi etkileyebilmekte ve o destinasyonda büyük, öngörülemez sonuçlar doğurabilmektedir. Buna engel olmak adına günümüzde uluslararası, ulusal ve bölgesel olmak üzere birçok alanda çevresel projeler geliştirilmekte, sürdürülebilir turizm politikaları, programları ve uygulamaları yer almaktadır. Sürdürülebilir turizm uygulamaları, yasalarla uyumlu olma, güncellenerek geliştirilme, kontrol mekanizmaları, belgelendirme, gönüllü katılım ve üyelik gibi dikkat çeken temel unsurlara sahiptir ki bu unsurlar çevre bilincine sahip potansiyel turistler için bir tercih sebebidir. Deniz turizmi bileşenlerinin sürdürülebilir uygulamaları, geliştirilen belgelendirme programları ve projeleri incelendiğinde, Mavi Kart, CE-Avrupa Uyum belgesi, Mavi Bayrak, Altın Çıpa, Odyssea Mavi Turizm ve Seabin Projesi gibi çevresel duyarlılık uygulamaları ve sertifika programları ön plana çıkmaktadır.

Bölgesel ve ülkesel bazda deniz turizminin gelişmesine katkıda bulunmak için, su alanlarının ve doğal çevrenin korunması, sürdürülebilirliğe yönelik farkındalığın artırılması gerekmektedir. Özellikle turizm destinasyonlarında geri dönüşüme önem verilmeli, enerji, gıda ve su tüketimine dikkat edilmelidir. 100 yıldan fazla doğada kalmaları ve canlılara zarar vermeleri sebebiyle plastik ve benzeri ürünlerin kullanımından kaçınılmalıdır. Bununla birlikte, ulusal düzeyde sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için daha fazla sorumluluk taşıyan kamu otoritelerinin, yerel yönetimlerin, ilgili işletmelerin, sivil toplum örgütlerinin ve bölge halkının katılımı gereklidir. Ayrıca deniz turizmi birlikleri ve derneklerinin de sürdürülebilirliğin sağlanmasında sorumluluk sahibi olması ve bu yönde planlı faaliyetler gerçekleştirmeleri, çevre bilincinin yaygınlaşması adına elzemdir. Çünkü deniz turizmi kaynaklarının yoğun kullanımı, kıyı kullanımında arz fazlalığı, çevre bilincinin oluşmaması, yaygın ve yoğun tüketime dayalı deniz turizmi kültürü ve korumacılıktan uzaklaşma vb. durumlar, deniz turizminin çevresel değerlere yönelik olumsuz etkilerini artırmaktadır. Bu sebeple, deniz turizminin sürdürülebilirliği için taşıma kapasitesine dikkat edilmelidir.

Kullanılan enerji, su, kâğıt ve diğer malzemelerin tüketiminde tasarrufa, atık miktarını azaltmaya ve katı atık geri dönüşümüne dikkat edilmeli, ayrıca sıvı atıkların toplanmasını sağlayan sistemlerin yaygınlaşmasına ve kullanımın artmasına önem verilmelidir. Çünkü deniz turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi, doğal çevre ile uyum içinde ve kaynakların bozulmadan korunmasıyla mümkündür. Her ne kadar çevrenin korunması, doğal ve temiz kalması deniz turizminin var olma sebebi olsa da kaynakların etkin ve verimli kullanımı söz konusu olduğunda, her bir kıyının deniz turizmi açısından değerlendirilmesi gerektiği doğru bir çıkarım olmayacaktır. Yani, deniz turizmi, bir kıyı bölgesinin gelişmesine katkı sağlayacak turizm çeşitlerinden sadece birisidir. Dolayısıyla bir destinasyon, deniz turizmi açısından değerlendirildiği gibi ekosisteme zarar vermeyecek uygulamalar ve faaliyetler açısından da ele alınabilmelidir. Böylece tüketici anlayışından tüketicinin anlayışına geçişte önemli adımlardan birinin atılacağını belirtmek mümkündür. Çünkü ya-



şananları kanıksayan, yalnızca anı tüketmeyi arzulayan, duygulara sağır olan bir toplumun tüketirken tükendiği de unutulmamalıdır.

Bir kısır döngü haline gelen tüketim ve turizm uygulamalarına yönelik olan bu çalışma, son zamanlarda su alanlarında göz ardı edilemeyecek boyuta ulaşan atıklarla ve deniz turizmi yansımalarıyla sınırlıdır. Son yıllarda deniz turizminin ve çevrenin önemi kavranmış olup sürdürülebilir uygulamaların çeşitlendiği ve uygulama alanlarının genişlediği görülmektedir. Buna rağmen çevresel tahribatın engellenmesi ve farkındalık oluşturulması yeterli düzeyde değildir. Bu uygulamaların farklı boyutlarda ele alınması, evreni en iyi şekilde temsil edecek bir örneklem grubu geliştirilerek, turizmde tüketim arzusuna yönelik uygulamaların sonuçlarının belirlenerek, uluslararası karşılaştırmalar yapılması ileriki araştırmalara yönelik ana problem olarak ortaya çıkmaktadır.

### Kaynakça

- Altıntuğ, N. (2010). Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt. 2, Sayı, 2. Ss. 111-118.
- Angelis, De E. (2015). Sustainable Development Goals the Future of International Development, [www.fee.global](http://www.fee.global) (2016, 18 Temmuz).
- Aşan, K., Kozak, M. A. (2015). Postmodern Turist Deneyimi ve Bisiklet Turizmi, *IJOES International Journal of Eurasia Social Sciences*, Vol. 6, Issue, 21, pp. 265-288.
- Atagöz, İ. (2017, 2 Eylül). Tatilcilerin gözdesi sevimli yunus ölü bulundu. <http://www.iha.com.tr>
- Aytaç, Ö. (2006) Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş zaman Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(1), 27-53.
- Bahaire, T, White, M. E. (1999). The Application of Geographical Information Systems (GIS) in Sustainable Tourism Planning: A Review. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 7, No. 2, p. 159-174.
- Barutçugil, İ. S. (1982). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa:Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Başçı, E. (2015). *Pazarlama ve Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Bakış: Tüketim Karşılığına İlişkin Nitel Bir Model*, (Doktora Tezi) Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü Eskişehir.
- Baudrillard, J. (2010). *Nesneler Sistemi*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu, Söylenceleri ve Yapıları*, H. Deliceçaylı ve F.Keskin (Çev.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999) *Çalışma, Tüketimcilik ve Yeni Yoksullar*, Ü. Öktem (Çev.), İstanbul: Sarmal Yayıncılık.
- Bocock, R. (1997), *Tüketim*, İrem Kutluk (Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.

- Bawden, T. (2017 2 Eylül). A new plastic island could be forming—in the Arctic <https://inews.co.uk/essentials/news/environment/new-plastic-island-forming-arctic>
- Campbell, C. (1995). The Sociology of Consumption. Daniel Miller (Ed.) İçinde Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. (s. 95-124). London: Routledge.
- Cave, J. ve Brown, K. G. (2012). Island tourism: destinations: an editorial introduction to the special issue, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 95-113.
- Cruise Market Watch, (2015). <http://www.cruisemarketwatch.com/articles/cruise-market-watch-announces-2015-cruise-trends-forecast/02.09.2017>.
- Dal, N.E.. (2017). Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt. 9, Sayı. 19, ss. 1-21.
- Derraik, J. G. B. (2002). The Pollution of the Marine Environment by Plastic Debris: A Review, *Marine Pollution Bulletin*, 44, 842-852.
- DHA, (2016), İzmir’de ölü caretta caretta sahile vurdu, görenler selfie yarışına girdi <http://www.diken.com.tr> (10.07.2016).
- Duman, Z. (2014). *Tüketim Toplumu, Eleştirel Bir Bakış*, Ankara: Kadim Yayınları.
- Duran, E. (2016). *Turist Perspektifinden*, Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri, Ed: Erol Duran ve Cumhur Aslan, Paradigma Akademi Yayın Evi, ss. 171-190.
- Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(19), 291-313.
- European Boating Industry, (2016). EU Affairs Tourism, *Nautical tourism in Europe*, <http://www.europeanboatingindustry.eu/eu-affairs/tourism>, (10.07.2016).

- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Mehmet Küçük (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Mehmet Küçük (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Galbraith, J. K. (1976). *The Affluent Society*, Boston: Houghton Mifflin
- GBRMPA, Great Barrier Reef Marine Park Authority (2017). “Managing for a resilient Reef”[http://www.gbrmpa.gov.au/corp\\_site/info\\_services/publications](http://www.gbrmpa.gov.au/corp_site/info_services/publications) (10.09.2017).
- Harman, S. ve Çoban Ö. (2016). *Deniz Turizmi ve Tarihçesi*. Tolga Fahri Çakmak ve Füsun İstanbullu Dinçer (Ed.) İçinde Deniz Turizmi Detay Yayıncılık, (s. 1-54).
- Horkheimer, M. (2005). *Akıl Tutulması*, Metis Yayınları. (Çev. Orhan Koçak), İstanbul.
- Hunt, E. (2017). 38 million pieces of plastic waste found on uninhabited South Pacific Island <https://www.theguardian.com/environment> (Erişim, Eylül 2017).
- IMEAK DTO, (2015). Deniz Turizminin Dünü, Bugünü ve Sürdürülebilirliği <http://www.denizticaretodasi.org.tr>,
- IMO, International Maritime Organization (n.d.), Prevention of Pollution by Garbage from Ships, MARPOL Annex V. <http://www.imo.org/en/Our-Work/Environment/PollutionPrevention/Garbage>,
- ISO, International Organization of Standardization (n.d.), Tourism and related services, Yacht harbours-Minimum requirements” [http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/),
- IRF, Island Resources Foundation (2016), Island Resources Foundation’s Legacy for the Future <http://www.irf.org/browse-the-legacy-of-irf/>
- İslamoğlu A.H., Altunışık, R. (2017). *Tüketici Davranışları*, Beta Yayınları, Geliştirilmiş ve Gözden Geçirilmiş 5. Baskı. İstanbul.
- Jansen, P. Mayer, H. Roeder, K. ve Wittamore, K. (2009) Nautical Activities: What Impact on The Environment? A Life Cycle Approach

For “Clear Blue” Boating Commissioned By The European Confederation of Nautical Industries – ECNI.

Jennings, G. (2007). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Jennings, G. (2003). *Marine Tourism* Simon Hudson (Ed.) İçinde Sport and Adventure Tourism, Haworth Hospitality Press, New York (125-164).

Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andraday, A., Narayan, R., Law, K.L., (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean *Science* 347(6223):768-771 DOI: 10.1126/science.1260352

Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kocadon, M. (2017). 1,5 milyon turistin 5 milyon 300 bin kilo çöp bıraktı, <http://www.tourismtoday.net>

Karakehya N., (2013). Tüketim Toplumunun Çevresel Etkileri. *International Conference on Euroasian Economies, Bildiriler kitabı*, ss. 778-782.

Kozan, G. Y., Özdemir, S. S. ve Günlü, E. (2014), Turizm Yazınında “Deniz Turizmi”nin Olgusal Gelişimi *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, (6)2,115- 129.

Kırılmaz, H. ve Ayparçası, F. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları, *İNSAN & İNSAN*, 3 (8), Bahar, ss. 32-58.

Kızılcılık, S. (1996). *Postmodernizm Dedikleri*, Saray Kitabevleri, İzmir.

Lett, J. W. (1983). Ludic and Liminoid Aspects of Charter Yacht Tourism in the Caribbean. *Annals of Tourism Research* 10(1), 35-56

Lockhart, D. G., Schembri, P. J. ve Smith, D. (2002). *The Development Process in Small Island States*. Great Britain: Routledge.

- Marcuse, H. (1997). *Tek Boyutlu İnsan*. (Çev. M. H. Doğan). İstanbul: Yapı kredi Yayınları.
- Nakasone, T. and Akeda, S. (1999), *The application of deep sea water in Japan*. UJNR Technical Report No. 28, <https://www.lib.noaa.gov>
- Marshall, A. ve Guillebaud, C.W. (1961), *Principles of economics*, London: Macmillan for the Royal Economic Society.
- Mcmaah, L. (2016), Here are three more places you can't visit in Thailand anymore <http://www.news.com.au/travel/world-travel/asia>
- Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern Pazarlama*, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Odabaşı, Y. (1999), *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Toplum*, İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Ovalı, P. K. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması, *MUGARON YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, Vol. 2, Issue 2, S. 64-79.
- Payeras, M. Marta J. Garica A. M. Alemany M. Alcover A. Martínez-Ribes L. (2011) The Yachting Charter Tourism Swot: A Basic Analysis To Design Marketing Strategies, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6: 111-134.
- Piner, M.J., Paradis, W. T. (2004). Beyond The Casino: Sustainable Tourism and Cultural Development on Native American Lands. *Tourism Geographies*, Vol. 6, No. 1, pp. 80-98.
- Ramesh, R. (2009). Paradise lost on Maldives' rubbish island <https://www.theguardian.com/environment/>
- Sevinç, F. ve Güzel, T. (2017) Sustainable Yacht Tourism Practices *Management&Marketing*, 15(1):61-76
- Sevinç, F. ve Güzel, T. (2016), *Yat Turizmi*, T. F. Çakmak ve F. İstanbullu Dincer (Eds.) içinde *Deniz Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık, 89-156.

- Storey, J. (1998). *Cultural Studies & The Study of Popular Culture*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları* (Çev. K. Şahin), İstanbul: Babil yayınları.
- Şan, M. K., Hira, İ. (2017). Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları. *Bilgi* 1.(8). ss, 1-19.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm* (Çev. E. Zeybekoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Topçuoğlu, A. (2017). *Çöpünüzden Çıkan Cevherler*, <http://hotelgazetesi.com>
- Touraine, A. (2004). *Modernliğin Eleştirisi*, Yapı Kredi Yayınları, 5. Baskı, İstanbul.
- Tuna, M. (2017) *Ucuzcu Turist Destinasyonu Olmak ya da Olmamak!* <http://hotelgazetesi.com>
- Türkus, İ. (2017) *Kapıdaki Tehlike 2* <http://hotelgazetesi.com>
- UNCED, (1992), United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 AGENDA 21, <https://sustainabledevelopment.un.org>,
- UNEP, The United Nations Environment Programme (2004), *Convention for the Protection of the Marine Environment and the Coastal Region of the Mediterranean*, <http://web.unep.org/unepmap/who-we-are/legal-framework>,
- UNWTO (2015), Dünya Turizm Örgütü, Sustainable Marine Tourism. <https://sustainabledevelopment.un.org/>
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*, Çev. Enis Tataroğlu, İbrahim Yıldız, Bilge-Su Yayıncılık, 1. Basım, Ankara.
- Veblen, T. ve Chase, S. (1934). *The theory of the leisure class; an economic study of institutions*. New York: Modern Library.
- Warde, A., (1991). *Gentrification and Consumption: Issues of Class and*

Gender. Environment and Planning. Dr, Society and Space, London.

Zolfagharifard, E. (2015). *Watch humanity ruin the oceans: Nasa animation shows how vast 'garbage islands' have taken over the seas in the last 35 years* <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3206442>

<http://www.olaganustukanitlar.com/pasifik-okyanusunda-ulkemizin-yuzolcumunden-daha-buyuk-cop-adalar-ve-onlari-olusturan-mikroplastikler/> (Erişim Mart 2018).

<http://www.pazarlamasyon.com/reklam/pasifik-okyanusundaki-dev-cop-adasinin-ulke-olmasi-icin-bmye-basvuruldu/> (Erişim Mart 2018)