

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**YEREL HALKIN YER KİMLİĞİ, TOPLULUĞA BAĞLILIĞI,
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU, TURİZMİN
GELİŞİMİNİ DESTEKLEME TUTUMU VE YAŞAM
MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ**

DOKTORA TEZİ

CEMALİ BUZLUKÇU

BALIKESİR, 2020

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**YEREL HALKIN YER KİMLİĞİ, TOPLULUĞA BAĞLILIĞI,
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU, TURİZMİN
GELİŞİMİNİ DESTEKLEME TUTUMU VE YAŞAM
MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ**

DOKTORA TEZİ

CEMALİ BUZLUKÇU

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. CEVDET AVCIKURT

BALIKESİR, 2020

**“Bu alışma Balıkesir Üniversitesi Rektrlğ Bilimsel Araştırma
Projeleri Birimi tarafından BAP 2018/100 nolu proje ile desteklenmiştir.”**

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201512502004 numaralı Cemali BUZLUKÇU hazırladığı “**Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi**” konulu DOKTORA tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 16.04.2020 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

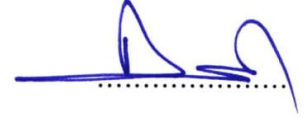
Üye (Danışman): Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT



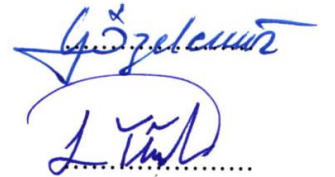
Üye : Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU



Üye : Doç. Dr. Burhan KILIÇ



Üye : Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ

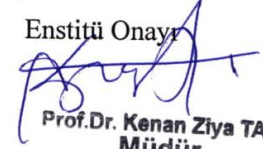


Üye : Dr. Öğr. Üyesi Serkan TÜRKMEN



11.10.2020

Enstitü Onayı



Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ
Müdür

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

16/04/2020

İmza

Cemali BUZLUKÇU

ÖNSÖZ

Turizm araştırmalarında oldukça fazla çalışılan konulardan biri de yerel halkın turizme yönelik tutumlarıdır. Bu tutumlar genellikle sosyoloji temelli kuramlar ile ele alınmıştır. Bu araştırmada yerel halkın turizme yönelik tutumlarını değerlendirmektedir. Fakat bu değerlendirme sosyal psikolojinin bir alt dalı olan evre psikolojisi konularından kimlik kuramı ile yapılmıştır. Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi bu tezin amacını oluşturmaktadır. Yerel halkın turizme yönelik tutumlarının kimlik kuramı perspektifinden incelenmesi turizm alanyazını açısından bir yeniliktir.

Tezimin hazırlanma sürecinde emeği olan başta akademik danışmanım Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT olmak üzere, tez izleme jürisinde yer alan değerli hocalarım Prof. Dr. Ahmet KÖROğLU ve Doç. Dr. Burhan KILIÇ'a ve tezimin veri analizi kısmında ne zaman ihtiyaç duysam yardımını esirgemeyen hocam Dr. Öğr. Üyesi Serkan TÜRKMEN'e teşekkürlerimi sunarım. Akademik hayata gözlerimi açtığım ve ilk günden itibaren kendimi bir parçası olarak hissettiğim Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi (BTİOYO) ailesinin mensubu hocalarım ve araştırma görevlisi arkadaşlarıma bana kattıkları değer için teşekkür ederim. Bu günlere gelmemde en büyük paya sahip olan kıymetli annem Mahigül BUZLUKÇU'ya en içten şükranlarımı sunarım. Son olarak doktora süreci boyunca kendilerinden çaldığım zaman için gösterdiği anlayıştan dolayı sevgili eşim Burcu BUZLUKÇU ve oğlum Uras BUZLUKÇU'ya teşekkürü bir borç bilirim.

BALIKESİR, 2020

CEMALİ BUZLUKÇU

ÖZET

YEREL HALKIN YER KİMLİĞİ, TOPLULUĞA BAĞLILIĞI, SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU, TURİZMİN GELİŞİMİNİ DESTEKLEME TUTUMU VE YAŞAM MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ

BUZLUKÇU, Cemali

Doktora, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2020, 181 Sayfa

Yerel halk-turizm etkileşiminin sonuçları bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından göz ardı edilmeyecek kadar önemlidir. Bu etkileşimlerin olumlu olması turizme ve turistlere yönelik olumlu tutumları doğuracaktır. Olumsuz etkileşimler ise olumsuz tutumları beraberinde getirecektir. Turizm ve yerel halk arasındaki bu etkileşim çeşitli kuramlar çerçevesinde ele alınmıştır. Son zamanlarda ise kimlik kuramı esas alınarak yapılan akademik çalışmalara rastlamak mümkündür. Kimlik kuramı temelinde gerçekleştirilen akademik çalışmalar, bireyin kimlik bileşenlerinin davranışları üzerinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu açıdan ele alındığında, bir bölgede gelişen turizm faaliyetlerinin o bölgede yaşayan bireylerin kimliği ile uyumlu olup olmadığı ve bu durumun turizme yönelik algı ve tutumlar üzerindeki etkisi incelenmesi gereken bir konudur. Bu araştırmada bu temel varsayımlar üzerine tasarlanmıştır. Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Seferihisar'da yaşayan yerel halka yönelik bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze anket uygulaması sonucu 500 kişiden veri toplanmıştır.

Elde edilen veriler istatistik programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma bulguları genel olarak incelendiğinde, katılımcıların yer kimliği ve topluluğa bağlılık düzeylerinin yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiler, kuramsal çerçeveye dayalı olarak geliştirilmiş bir modele bağlı olarak incelenmiştir. Buna göre, yer kimliğinin sürdürülebilir turizm

tutumu üzerinde anlamlı ve olumlu ve turizmin gelişimini destekleme üzerinde anlamlı ve olumsuz etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Topluluğa bağlılık ise yaşam memnuniyeti ve sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde anlamlı ve olumlu etkiler yapmaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların Seferihisar'a yönelik belirli özellikleri ile araştırma değişkenleri arasında istatistiki anlamda farklılıklar olduğu görülmüştür. Son olarak bulgulara dayalı sonuçlara ve Seferihisar'da turizm sektöründe söz sahibi paydaşlara yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılık, Turizme Yönelik Tutum, Yaşam Memnuniyeti, Seferihisar.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN RESIDENTS' PLACE IDENTITY, COMMUNITY ATTACHMENT, SUSTAINABLE TOURISM ATTITUDE, SUPPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT AND LIFE SATISFACTION

BUZLUKÇU, Cemali

Phd Thesis, Department of Tourism Management

Advisor: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2020, 181 Pages

The results of the residents and tourism interaction are too important for tourism activities in a destination. The positive interactions will create positive attitudes towards tourism and tourists. Negative interactions will bring negative attitudes. This interaction between tourism and residents has been handled within the framework of various theories. Recently, it is possible to come across academic studies based on the identity theory. Academic studies carried out on the basis of identity theory suggest that the individual's identity components are effective on their behavior. From this point of view, it is an issue that needs to examine whether the tourism activities developing in a region are compatible with the identity of the individuals living in that region and the effect of this situation on the perceptions and attitudes towards tourism. This thesis is also designed on these basic assumptions. The aim of the study is to examine the relationships between residents' place identity, community attachment, sustainable tourism attitude, support for tourism development and life satisfaction. For this purpose, an application was carried out for the residents in Seferihisar. Data were collected from 500 people as a result of face-to-face survey.

The data obtained were analyzed through statistical programs. When the findings of the research were analyzed in general, it was determined that the participants' place identity and community attachment levels were high. The relationships between the research variables were examined by adhering to a model developed based on the theoretical framework. Accordingly, it has been revealed that place identity has significant and positive effects on sustainable tourism attitude and

significant and negative effects on support for tourism development. The community attachment has significant and positive effects on life satisfaction and sustainable tourism attitude. However, it was seen that there were statistically differences between the participants' specific characteristics towards Seferihisar and the research variables. Finally, suggestions have been developed for the results based on the findings and the stakeholders who have a voice in the tourism sector in Seferihisar.

Keywords: Residents, Place Identity, Community Attachment, Attitude Towards Tourism, Life Satisfaction, Seferihisar.

Uras'a...

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ	xv
1. GİRİŞ	1
1.1.Araştırmanın Problemi	2
1.2. Araştırmanın Amacı	5
1.3. Araştırmanın Önemi	5
1.4.Araştırmanın Varsayımları	6
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları	7
2. İLGİLİ ALANYAZIN	8
2.1. Kuramsal Çerçeve	8
2.1.1. Yer Kavramı.....	8
2.1.1.1. Mimaride Yer/Mekan Kavramı.....	12
2.1.1.2. Coğrafyada Yer/Mekan Kavramı.....	13
2.1.1.3. Sosyolojide Yer/Mekan Kavramı.....	15
2.1.1.4. Çevre Psikolojisinde Yer/Mekan Kavramı	16
2.1.2. Yer ve İnsan Etkileşimine İlişkin Yaklaşımlar.....	18
2.1.2.1. Psikolojik Yaklaşım	19
2.1.2.2. Fenomenolojik Yaklaşım	21
2.1.3. Yerin Fenomenolojisi.....	23
2.1.4. Yer ve İnsan Etkileşimine İlişkin Temel Kavramlar	26
2.1.4.1. Yerin Anlamı.....	26
2.1.4.2. Yeri Kendileme	29
2.1.4.3. Yer Aidiyeti ve Topluluğa Bağlılık.....	31
2.1.4.4. Yer Kimliği ve Kent Kimliği	34
2.1.5. Yerel Halk Turizm İlişkisi	40

2.1.5.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler	41
2.1.5.2. Yerel Halk Turizm İlişkisini Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlar.....	44
2.1.5.2.1. Tolerans Modeli	45
2.1.5.2.2. Turizm Yaşam Döngü Modeli.....	46
2.1.5.2.3. Sosyal Değişim Teorisi	48
2.1.5.2.4. Gruplararası Temas Kuramı (Temas Hipotezi)	50
2.1.5.2.5. Yer Kimliği Yaklaşımı	52
2.1.5.2.6. Topluluğa Bağlılık Yaklaşımı	54
2.1.5.3. Yerel Halk ve Sürdürülebilirlik İlişkisi.....	55
2.1.5.4. Sürdürülebilirlik Anlayışının Kent ile Buluşması (Cittaslow).....	59
2.1.5.5. Bir Yavaş Şehir Olarak Seferihisar	62
2.2. İlgili Araştırmalar	64
3.YÖNTEM	74
3.1.Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	74
3.2.Evren ve Örneklem.....	86
3.3.Veri Toplama Araç ve Teknikleri.....	88
3.4.Veri Toplama Süreci	95
3.5.Verilerin Analizi ve Analize Uygunluğu.....	96
4. BULGULAR	98
4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri	98
4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi	102
4.2.1. Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi	105
4.2.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi	107
4.2.3. Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi	109
4.2.4. Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi	110
4.2.5. Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi.....	111
4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	111
4.3.1. Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	115
4.3.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeğine (SUS-TAS) İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	119
4.3.3. Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	124
4.3.4. Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	126
4.3.5. Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	128

4.4. Fark Testleri	130
4.5. Araştırma Modelinin YEM Analizi ile Test Edilmesi.....	136
4.6. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi	143
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	146
5.1. Sonuç ve Tartışma	146
5.2. Öneriler.....	155
5.2.1. Paydaşlara Yönelik Öneriler	156
5.2.2. Turizm Araştırmacılarına Yönelik Öneriler	157
KAYNAKÇA	159
EKLER.....	179

ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1: Üçlü Deneyimsel Model, Evin Anlamları	27
Çizelge 2: Türkiye’de Bulunan Cittaslow Kentler	61
Çizelge 3: $p=0,05$; $\pm 0,05$ için Örnek Büyüklükleri	87
Çizelge 4: Araştırmada Kullanılan Yer Kimliği Ölçeği İfadeleri.....	90
Çizelge 5: Araştırmada Kullanılan Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği İfadeleri	92
Çizelge 6: Araştırmada Kullanılan Turizm Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği İfadeleri.....	94
Çizelge 7: Araştırmada Kullanılan Yaşam Memnuniyeti Ölçeği İfadeleri	94
Çizelge 8: Araştırmada Kullanılan Topluluğa Bağlılık Ölçeği İfadeleri.....	95
Çizelge 9: Katılımcıların Demografik Özellikleri	99
Çizelge 10: Katılımcıların Seferihisar ile İlgili Özellikleri	100
Çizelge 11: Yer Kimliği Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	106
Çizelge 12: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	108
Çizelge 13: Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi....	109
Çizelge 14: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	110
Çizelge 15: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	111
Çizelge 16: Yaygın Olarak Kullanılan Uyum İndeksleri ve Aralıkları	112
Çizelge 17: Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları ve Aritmetik Ortalamalar	115
Çizelge 18: Yer Kimliği Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	116
Çizelge 19: Yer Kimliği Ölçeği Güvenirlik Geçerlik Değerleri.....	116
Çizelge 20: Yer Kimliği Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	119
Çizelge 21: SUS-TAS Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları ve Aritmetik Ortalamalar	120
Çizelge 22: SUS-TAS Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	120
Çizelge 23: SUS-TAS Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Değerleri	121

Çizelge 24: SUS-TAS Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	124
Çizelge 25: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri	125
Çizelge 26: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	125
Çizelge 27: Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri	127
Çizelge 28: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	127
Çizelge 29: Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri	128
Çizelge 30: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri	129
Çizelge 31: Kendini Seferihisarlı Hissetme ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları	131
Çizelge 32: Ailenin Temel Geçim Kaynağı ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları	131
Çizelge 33: Seferihisar'da Doğma Durumu ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları	132
Çizelge 34: Turizmin Gelişmesinden Ekonomik Olarak Faydalanma ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları	132
Çizelge 35: Seferihisar'ı Ziyaret Eden Turistlerle İletişim Düzeyi ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları	134
Çizelge 36: Katılımcıların Seferihisar'da Yaşama Süresi ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları	135
Çizelge 37: Kuramsal Modele İlişkin Birinci YEM Uyum İyiliği İndeksleri	138
Çizelge 38: Kuramsal Modele İlişkin Birinci YEM Analizi Sonuçları	139
Çizelge 39: Kuramsal Modele İlişkin İkinci YEM Uyum İyiliği İndeksleri	139
Çizelge 40: Kuramsal Modele İlişkin İkinci YEM Analizi Sonuçları	140
Çizelge 41: Nihai Modele İlişkin Uyum İyiliği İndeksleri	140
Çizelge 42: Nihai Modele İlişkin YEM Analizi Sonuçları	141
Çizelge 43: Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları	144

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1: Yere İlişkin Anlamlar	28
Şekil 2: Turizmin Etkilerinin Algılanma Süreci	43
Şekil 3: Tolerans Modeli	46
Şekil 4: Turizm Yaşam Döngü Modeli.....	47
Şekil 5: Sosyal Değişim Süreci Modeli	50
Şekil 6: Araştırmanın Kuramsal Modeli.....	86
Şekil 7: Yer Kimliği Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli.....	117
Şekil 8: Yer Kimliği Ölçeği İkinci Derece Doğrulayıcı Faktör Analizi	118
Şekil 9: SUS-TAS Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli	122
Şekil 10: SUS-TAS Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli.....	123
Şekil 11: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli.....	126
Şekil 12: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli.....	128
Şekil 13: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli	130
Şekil 14: Araştırmanın Kuramsal Modeli.....	137
Şekil 15: Araştırmanın Nihai Modeline İlişkin Yapısal İlişkiler.....	142
Şekil 16: Araştırmanın Nihai Modeli	143

KISALTMALAR LİSTESİ

SUS-TAS: Sürdürülebilir Turizm Tutumu (Sustainable Tourism Attitude Scale)

IUCN: Dünya Doğayı Koruma Birliği (International Union for Conservation of Nature)

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

YEM: Yapısal Eşitlik Modeli

AFA : Açıklayıcı Faktör Analizi

DFA : Doğrulayıcı Faktör Analizi

KMO : Kaiser-Meyer-Olkin

AVE: Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted)

CR: Bileşik Güvenilirlik (Composite Reliability)

1. GİRİŞ

İnsanoğlu hiç olmadığı kadar hızlı bir değişim ve dönüşüm içindedir. Teknolojik gelişmelerdeki önü alınmaz ilerleyiş ile küreselleşme ve kapitalizm olgularının toplumsal yansımaları hayatın her alanında kendisini göstermektedir. Özellikle toplumsal yapı ve ilişkilerdeki etkileri yadsınamaz düzeylere ulaşmıştır. Öyle ki bu etkiler belirli mekansal düzeylerde de farklı şekillerde görülmektedir. Şehirler, kasabalar ve köyler, zamanın yarattığı baş döndürücü hıza ayak uydurmaya çalışmakta ve bunun sonucu olarak birçok toplumda mahalle ilişkileri ve hatta komşuluk ilişkileri en alt seviyelere inmiş durumdadır. Şehirler küresel düzen içerisinde birbirine benzeyen yapılar ve mekanlarla dolmaya başlamıştır. Bundan dolayı, şehir düzeninde tek tipleşme, toplumsal yaşamda ise atomize yani yalnızlaştırılmış bireyler ön plana çıkmaktadır. Aslında birey yaşadığı toplumla bütünleşerek ve buraya karşı aidiyet geliştirerek atomize olmaktan kurtulabilmektedir. Bununla birlikte birey, ailesi ve yaşadığı toplumla kurduğu sosyal ilişkiler vasıtasıyla yerel kültürle bağlantıya geçer ve öz kimliğinin inşasını oluşturmaya başlar. Birey, içerisinde bulunduğu toplum, kültür ve sosyal ilişkilerden ayrı düşünülemez. Yalnızlaşmış bir insan için yer kimliğinden ve topluluğa bağlılıktan söz etmek güçleşecektir. Tam da bu noktada, küreselleşmenin tek tipleştirdiği şehir düzenine itiraz eden ve çıkış noktası olarak yavaş yaşamı destekleyen bir görüş olarak Cittaslow (Yavaş Şehir) akımı kendini göstermektedir.

Yavaş şehir felsefesi sürdürülebilirlik anlayışını bünyesinde barındırır. Yavaş şehirler aynı zamanda, yerin önemini ve yerin sürdürülebilme biçimlerini daha iyi anlamak için bir çerçeve sağlamıştır. Yavaş şehir üyesi kentler, yerel kimliklerini sürdürmek için yer hislerini korumayı hedeflerler. Bu anlayışın çıkış noktası, dünyadaki şehirlerin küreselleşme tehdidiyle karşı karşıya oldukları ve kaçınılmaz olarak her yerde benzer hale geldikleri görüşünde yatmaktadır. Yavaş şehirler esasında bir turistik ürün olarak ortaya çıkmamıştır, fakat insanların bu görüşe karşı artan ilgisi ve yavaş şehirlerin sahip olduğu özelliklerin turistik ürün nitelikleriyle

benzerlik göstermesi turistlerin bu destinasyonları ziyaret etmelerine sebep olmuştur. Aslında yavaş şehir kriterlerinin ancak küçük ölçekli kentler için geçerli olması bu kentlerin kitle turizminin etkilerinden uzak, yerel değerlerini, kimliğini ve yaşam biçimini koruyan kentler olmasını beraberinde getirmiştir. Fakat son zamanlarda yavaş şehirlerin birer marka haline dönüşmesiyle birlikte, özellikle kıyı şeridinde yer alan yavaş şehirlerin yaz dönemlerinde yoğun ziyaretçi akınına uğradığı görülmektedir. Türkiye’de Seferihisar, Akyaka, Gökçeada ve Köyceğiz bunlara örnek gösterilebilir. Artan ziyaretçi sayısı yerel toplum üzerinde birtakım etkiler yaratırken, onların turizme ve turiste yönelik algı ve tutumlarını da yönlendirmektedir. Bu noktada, yavaş şehir felsefesinin yerel kimliği koruyup, toplumsal etkileşimi olumlu yönde geliştirmesi ile turizmin yaratacağı olumsuz etkiler arasında ince bir çizgi bulunmaktadır. Araştırma bu çıkış noktasından hareketle Seferihisar’da yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumları, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir.

Tez beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırma problemi, araştırmanın amacı, önemi, varsayımlar ve sınırlılıklar belirtilmiştir. İkinci bölüm araştırmanın kuramsal dayanağını meydana getiren ilgili alanyazın kısmıdır. Burada yer kavramı, topluluğa bağlılık, turizm ve yerel halk ilişkisi detaylı bir biçimde incelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırma bulgularına dair bilgiler mevcuttur. Son olarak beşinci bölümde elde edilen bulguların sonuçları ve bu sonuçlar doğrultusunda geliştirilmiş öneriler yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Turizm sektörü içinde yer alan paydaşlar düşünüldüğünde, yerel halkın önemli bir unsur olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Yerel halk, turizmin gelişimi ve beraberinde getirdiği olumsuzluklardan doğrudan etkilenen bölge insanlarıdır. Destinasyondaki turizm planlayıcıları turizmin özellikle ekonomik etkilerini maksimize etmeye çalışırken, yerel toplumun maruz kaldığı etkileri göz ardı etmektedir. Bu nedenle, ev sahibi toplulukların turizme yönelik tutumlarının tespitine ve turizmin etkilerine ilişkin algılarının anlaşılmasına dair akademik çalışmaların

fazlalık gösterilmesi şaşırtıcı değildir. Yerel halk ve turizm etkileşimi, ilgili alanyazında farklı açılardan ele alınmış bir konudur. Sharpley (2014), yerel halkın turizme yönelik algılarını, kendinden önce yapılmış araştırmalar üzerinden incelemiştir. Bu çalışmada yerel halkın turizme yönelik algıları içsel ve dışsal faktörlere bağlı olarak gruplandırılmıştır. Dışsal faktörler, yerel toplumu makro düzeyde etkileyen daha çok sosyo-ekonomik ve mekansal faktörler olarak tanımlanırken; içsel faktörler, toplum içindeki bireylerin sahip olduğu değişik karakter ve yapılar dolayısıyla turizmin etkilerini farklı düzeylerde algıladıklarına vurgu yapar. Dışsal faktörleri temel alan çalışmalar daha çok; turizm gelişim düzeyi, turizm türü, mevsimsellik, toplumsal gelişmişlik düzeyi ile ilgilenmektedir. İçsel faktörlere odaklanan çalışmalar ise; turizme ekonomik bağlılık, topluluğa bağlılık, bölgede yaşama süresi, bireyin yaşam alanının turizm merkezine olan mesafesi, turistlerle iletişim, kişisel değerler, sosyal kimlik, turizme ilişkin bilgi düzeyi ve demografik özellikleri temel almaktadırlar (Sharpley, 2014: 43).

Sharpley (2014)'in çalışmasından da anlaşıldığı üzere, yerel halkın turizme yönelik algıları daha çok yerel halkın turizmden fayda elde etmesiyle turizme yönelik tutumlarının olumlu olacağını ileri süren ve sosyoloji temelli bir teori olan Sosyal Değişim Teorisi (Emerson, 1976) üzerinden incelenmiştir. Bunun dışında ilgili alanyazında, dışsal faktörlerin dikkate alındığı, destinasyonun gelişim düzeyi ve destinasyon yaşam eğrisinin hangi aşamada olduğuna bağlı olarak yerel halkın algı ve tutumlarının değişeceğini belirten yaklaşımlar da bulunmaktadır (Butler, 1980; Harrill, 2004).

Yerel halkın turizme yönelik algısını içsel faktörlere bağlı olarak değerlendiren bu çalışmada ise, yukarıda bahsi geçen yaklaşımların dışında, yer kimliği ve topluluğa bağlılık perspektifi kullanılmıştır. Yer kimliği kavramı, sosyal psikolojinin bir alt dalı olan ve 1970'li yıllarda ortaya çıkmış çevre psikoloji alanına ait bir kavramdır. Yer kimliği, ilgili alanyazında, “insanın doğal ve yapılandırılmış çevreyle, fiziksel dünyayla ve diğer insanlarla ilişkilerinde tercihleri, beklentileri, duyguları, değerleri ve inançları tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini yapısında birleştiren karmaşık bir örüntü olarak” tanımlanmaktadır (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983: 62). Kısaca, yer kimliği, bir bireyin öz kimliğine katkıda bulunan ve bireylerin çeşitli fiziksel ortamlarla deneyimlerinin yapılandırmasına yardımcı olan bir faktördür. Topluluğa bağlılık ise, sosyal bağlar üzerinden,

bireylerin yaşadıkları toplumdaki diğer insanlara bağlanmasını ve mekanın temsil ettiği sosyal gruba aidiyeti içerir. Bu durum yer kimliği ile yakından ilişkilidir. Buradan hareketle, daha önce gerçekleştirilen ilgili araştırmalardan farklı olarak, yerel halkın turizme yönelik tutum ve algılarının incelenmesinde yer kimliğinin ve topluluğa bağlılığın önemli bir faktör olabileceği düşünülmüştür.

Araştırma, İzmir'in Seferihisar ilçesinde yapılmıştır. Araştırma alanı olarak Seferihisar'ın tercih edilmesinde birkaç önemli nokta vardır. Bunlardan ilki, Türkiye'nin yavaş şehir unvanına sahip ilk kenti olmasıdır. İkincisi ise Seferihisar'ın bir sahil kenti olması ve yavaş şehir olmadan önce de yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret ediliyor olmasıdır. 2009 yılında yavaş şehir olmasına karar verilen Seferihisar, bu özelliği ile kent kimliğini koruyan, yerel halkın bölgelerindeki gelişmelerde söz sahibi olduğu, toplumsal kalkınmayı önemseyen ve turizmin sürdürülebilir bir felsefe ile yürütüldüğü bir kent olacağına da garantisini vermiştir. Böylece, bölgede yürütülen turizm faaliyetlerinin o bölgeye zarar vermediği, aksine bölge kültürünü ve kimliğini koruyucu yönde çalışmalarla desteklemiş olması beklenmektedir. Bu noktada turizme yönelik fayda temelli bakışın dışında, yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılık algısının turizm faaliyetlerine yönelik tutumları üzerinde ne düzeyde etkili olduğu araştırılmak istenen konuların başında gelmekte ve bu iki değişkenin Seferihisar'ın da sahip olduğu yavaş şehir felsefesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmanın temel problemi, turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini destekleme tutumları ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi oluşturmaktadır. Bu temel problem altında aşağıdaki alt problemlere cevap aranacaktır.

- Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini destekleme tutumları ve genel yaşam memnuniyetleri düzeyi nedir?

- Yerel halkın sosyo-demografik özellikleri nelerdir?

- Yerel halkın Seferihisar'a ilişkin özellikleri ile yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutum, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve genel yaşam memnuniyeti arasındaki ilişki durumu nedir?

- Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini destekleme tutumları ve genel yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişki durumu nedir?

1.2. Araştırmanın Amacı

evre ve insan arasındaki ilişkiyi ifade eden yer kimliği, bireylerin tutum ve davranışlarında fiziksel evre ve sosyal evre gibi birtakım bileşenlerin etkili olduğunu belirtmektedir. Yer kimliği, bireylerin zaman içerisinde yaşadıkları yere bağlılık göstermeye başladıklarını ve nihayetinde kendi öz kimliklerinin yaşadıkları yerin ve toplumun kimliğinin yansması haline geldiğini belirtmektedir. Turizmin gelişmesi ile birlikte bölgenin fiziksel ve sosyal çevresinde değişiklikler olmaya başlamakta, bölge kültürü ve değerleri zaman içerisinde kaybolabilmektedir. Yavaş Şehirler temelinde, bu değişikliğin önüne geçmeyi ve yerel kimliğin korunmasını hedefler. Böylece, günümüz kapitalist toplumlarında tamamen birbirine benzer olmaya başlayan Şehir profillerinden farklı olarak, sürdürülebilir anlayış ile bölgeye özgü değerlerle birlikte doğal ve tarihi çevrenin korunması hedeflenmektedir. Yer kimliği açısından ele alındığında, yavaş Şehirlerde yaşayan halkın zaman içerisinde yavaş Şehir felsefesinden etkilenmesi beklenmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin ilk yavaş Şehri olan Seferihisar, araştırmanın yürütülmesi planlanan destinasyon olarak seçilmiştir. Buradan hareketle Seferihisar'da yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılıkları, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini destekleme tutumları ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. İkinci olarak, elde edilen bulgular sayesinde gelecekteki araştırmalara, turizm sektörüne, sivil toplum kuruluşlarına ve kamu kurumu temsilcilerine yönelik yapıcı önerilerde bulunmak amaçlanmıştır.

1.3. Araştırmanın nemi

Yerel halk turizm etkileşimini inceleyen ve ilgili alanyazında sıklıkla kullanılan teorilerin aksine, bu araştırma, yerel halkın turizme yönelik tutumlarını farklı bir bakış açısı ile ele almaktadır. Bu bakış açısı geliştirilirken sosyal psikoloji ve evre psikolojisi alanlarından faydalanılmıştır. Bireylerin tutum ve davranışlarında birtakım çevresel faktörlerin etkili olabileceğini ve bireysel benliğin

kentsel mekanlarla kurulan karmaşık ilişkiler boyunca oluşan deneyimlerin bir sonucu biçiminde ortaya çıktığını ileri süren yer kimliği kavramı ve bir yerin sakinlerinin birbirleriyle ve o yerle ilgili bilişsel veya duygusal bağlarına vurgu yapan topluluğa bağlılık kavramına dayanmaktadır. Bu kavramların çevre psikolojisinden, mimarlığa, coğrafyadan, psikolojiye kadar farklı alanlarda kullanım örneklerine kavramsal çerçeve bölümünde yer verilmiştir. Fakat turizm alanında oldukça az sayıda kullanıldığı görülmektedir. İlgili konunun bu bakış açısıyla ele alınıyor olması ve Türkiye’de bir destinasyonda gerçekleştirilmesinin araştırmaya özgünlük kattığı ve önemini arttırdığı düşünülmektedir.

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçların, destinasyon yönetimi ve planlanması konusunda; turizm planlayıcıları ve yerel yöneticiler dahil olmak üzere, turizm sektöründe söz sahibi olan diğer kurum kuruluşlar ve turizm girişimlerine, yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik algı ve tutumları hakkında birtakım yapıcı bilgiler sunması planlanmaktadır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırma aşağıdaki varsayımlara dayalı olarak yürütülmüştür:

- Araştırma kapsamında ele alınan değişkenler ve yerel halkın sosyo-demografik özelliklerini belirlemek için anket formunda yer alan ifade ve soruların araştırmanın temel amacına, problemine ve alt problemlerine cevap bulma konusunda yeterli olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anketin, araştırmaya katılanlar tarafından içtenlikle ve tarafsız bir şekilde yanıtlandığı varsayılmıştır.
- Yerel halkın turizme ve turizmin gelişimine yönelik tutumlarını etkileyen, bu araştırmada ele alınan değişkenlerin dışında kontrol edilemeyen bazı değişkenlerin olabileceği varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan değişkenlerin arasında anlamlı ilişkiler olabileceği varsayılmıştır.
- Ulaşılan örneklem sayısının evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan kaynaklar yalnızca ulaşılabilen literatür kaynaklarından derlenmiştir. Bu yönüyle bir sınırlılığa sahip olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarına etki eden ve araştırma da kullanılmamış başka değişkenlerin var olması da araştırmanın sınırlılığı olarak gösterilebilir. Araştırmanın bir diğer önemli sınırlılığı coğrafik olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırma evrenini Seferihisar oluşturmaktadır ve böylece diğer yavaş şehirler kapsam dışı bırakılmıştır. Bundan dolayı araştırma verileri Seferihisar ölçeğinde kabul edilebilmektedir ve Seferihisar'da yaşayan halkın görüşleri ile sınırlıdır. Araştırma verilerinin 2019 yılı Mayıs - Haziran ayları içerisinde toplanmış olması ve araştırma bulgularının bu zaman dilimi ile sınırlı olması da bir diğer sınırlılıktır.

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Çalışmanın bu bölümde araştırmanın kuramsal çerçevesi hakkında bilgiler verilecektir. Araştırmada kullanılan ve çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturacak temel kavramlara ilişkin alanyazın taraması yapılmış olup konuyla ilgili daha önce gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir.

2.1.1. Yer Kavramı

Bireyler, gruplar ya da toplumlar gündelik yaşamları içinde etkileşimde oldukları belirli fiziksel alanlarla; anlamsal, deneyimsel ve sembolik ilişkiler kurmaktadır. Bu ilişkiler sosyolojik, psikolojik ve kültürel çerçeveler içerisinde meydana gelmektedir. Bundan dolayı, yer kavramına ilişkin yargılar; araştırma konularından biri de insan ve çevre etkileşimi olan; felsefe, sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, çevre psikolojisi, coğrafya ve mimari gibi disiplinler tarafından çalışma konusu edilmiştir. Bu disiplinlerin yer kavramına bakışı kimi zaman benzerlikler gösterse de, genelde her bir disiplin kendi kuramsal çerçevesi içerisinde kavramı değerlendirmeye çalışmıştır. Bu nedendir ki, fiziksel çevrenin kavramsallaştırılması disiplinler arası bir bakışa ihtiyaç duyar.

İnsan varlığının temel bir unsuru olduğu için yer önemlidir (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983). Önemi daha iyi anlamak için yerin insanlar için ne ifade ettiğine ve içerdiği anlamlara bakmak gerekir. Brandenburg ve Carroll (1995)'a göre yer, gerçek fiziksel ortamlardan ve bu ortamlarda meydana gelen her şeyden oluşur. Bu; doğal ve insan yapımı fiziksel nesnelere, nesnelere mekansal organizasyonu ve özellikleri, insanlar, hayvanlar, bitkiler ve insanların diğer organizmalarla olan etkileşimini içerebilir. Yer oluşumu iki faktöre dayanır; ilki, sosyal kültürel bağlam, anlamlar, değerler, gelenekler ve insanların mekanları yere

dönüştüren deneyimleridir. İkincisi ise, çoğunlukla kolayca tanımlanamayan ve kategorize edilemeyen mekanın doğası, yani mekanın ruhudur (Steele, 1981).

Yer teorisine göre yer kavramı, insan aktiviteleri, fiziksel ortam ve insanın sosyal ve psikolojik süreçlerini içeren bir tür konum olarak görülür (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983; Brandenburg, ve Carroll, 1995). Benzer şekilde beşeri coğrafya perspektifinde de insanların coğrafi mekanlara anlam yükleyerek buraları birer yer haline dönüştürdüğünden bahsedilir. Bu anlamlar zaman içerisinde yaratılır, düzenlenir ve değişebilir (Kaltenborn, 1997). Yer üzerine yapılan çağdaş tanımların birçoğunda, yer; insan bilinci ve anlamı olmadan var olamayan, insan deneyimine ve niyetine kaçınılmaz bir şekilde bağlı ortamlar olarak tanımlanır. İnsanlar, altyapı, peyzaj unsurları, sosyal ve kültürel süreçlerin tümü yerlerin yaratılmasına katkıda bulunur. Yer kavramının ne olduğunu daha iyi açıklayabilmek için ardında yatan felsefi temellerin neler olduğuna bakmak gerekmektedir.

Bu noktada iki farklı yaklaşım dikkati çeker. Bunlardan ilki, Descartes'in evreni matematiksel, soyut ve homojen olarak yorumladığı kartezyen felsefe temelli öklidken mekan önermesine dayanır (Gür, 2005). Buna göre mekan, yalnızca konum bildiren, matematiksel formüllerle birbiriyle ikame edilebilir spesifik noktalar olarak tanımlanır (Koçyiğit, 2012: 97). Bununla birlikte mekan; homojen, nitelikli, anlamdan bağımsız, anlama kayıtsız, insanın dışında kalan, insan dahil tüm gerçekliği kucaklayan evrensel bir çerçeve olarak görülür. Coğrafya, mühendislik ve mimari alanlarındaki araştırmacılar bu görüşü esas alarak mekanı bir yayılım, genel bir çerçeve olarak nitelendirmiş, mekana ve mekan içindeki varlıklara uzun bir süre kayıtsız ve tarafsız kalmışlardır (Bilgin, 1990: 62).

Fiziksel çevrenin kavramsallaştırılmasında ikinci yaklaşım ise, fenomenoloji yani görüngübilimi temel almaktadır. İlk yaklaşımla arasında farklılıklar görülmektedir. Mekanın fiziksel-matematiksel açıdan ele alındığı mekan anlayışından farklı olarak, fenomenolojik bakışta mekan, yaşanan, canlı bir öge olarak görülür (Aydoğdu, 2018). Aynı zamanda bu anlayışta birey merkezi bir konumda yer almaktadır. Yani mekan anlayışı bireyin algıları üstünde odaklaşan bir mekan anlayışıdır ve algısal, duyuşsal, bilişsel ve yaşantısal bir mekan söz konusudur (Bilgin, 1990: 63). Fenomenoloji ve çevreye ilişkin fenomenolojik bakış açısı ilerleyen bölümlerde detaylı bir şekilde incelenecektir.

Yukarıda bahsi geçen iki yaklaşımda da görüldüğü üzere aynı konu üzerinde farklı görüşler söz konusudur. Bu farklılık, Descartes'in insanı bilen özne konumuna indirmediği matematiksel felsefesi ile, Husserl tarafından temellendirilmiş olan ve Heidegger'in geliştirdiği, insanın yaşayan özne olması gerektiğini söyleyen fenomenoloji felsefesi yaklaşımının sonucudur (Önal, 2014). Bu farklılık insan çevre ilişkisinin yorumlanmasına da etki etmiştir. Bu çalışmada bireyin içinde bulunduğu fiziksel çevreyle olan ilişkisi bu iki görüş doğrultusunda incelenmeye çalışılacaktır. Kartezyen felsefe temelli fiziksel-matematiksel çevre anlayışı, ilgili literatürde bahsi geçen "mekan" (space) kavramına karşılık kullanılırken, fenomenolojik bakışın anlamlandırdığı çevre ise, "yer" (place) kavramına karşılık kullanılacaktır (Proshansky vd., 1983). Yer kavramının tanımlanmasında da mekan kavramından faydalanılacaktır. Tuan (2008: 6) da bu iki kavramın tanımlanmak için birbirlerine ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir.

Hayden (1997), yer (place) kelimesini İngilizce'deki en ince, aldatıcı ve hileli kelimelerden biri olduğunu söyler. Hatta yer kelimesi için, "*kapağımı kimsenin kapatamadığı dolu bir bavul*" benzetmesini yapmaktadır. Türkçede de benzer durumlar mevcuttur. Çoğu zaman sözlüklerde yer ve mekan kavramları eş anlamlı olarak kullanılmakta iken kimi zaman ise ikisi arasındaki anlam farklarına vurgu yapılmaktadır. Esasında iki kavram arasındaki bu ilişki hangi disiplin altında incelendiğine bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Bundan dolayı yer kavramının tanımı yapılırken yerin ne olduğu veya olmadığı, yer ile benzerlikler gösteren fakat farklı anlamları olan mekan kavramı ile birlikte açıklanacaktır.

Yer ve mekan kelimeleri çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır. Yer kelimesi barındırdığı anlamlar itibarıyla mekandan daha fazla kullanım alanına sahiptir. Günlük kullanımda ise, iki kavram arasındaki ayrımı yapmak oldukça güçtür. Dünya, boşluk, mahal, mekan, taban, oturlan bölge, alan, durum, konum, makam, iz, toprak parçası, oda, koltuk kelimeleri yer kelimesinin Türkçedeki karşılıklarından bazılarına örnek verilebilir (Türk Dil Kurumu, 2017). Aslında yer kelimesi Türkçede, neredeyse dünya üzerindeki ve gök altındaki her coğrafi ve mekansal durumu tanımlamak için kullanılabilir. Relph (1985) yer kavramının bir odadan binaya, mahalleden şehire ve hatta belirli bir yöreden daha büyük bölgelere kadar ölçeklendirilebileceğini belirtmektedir. Gündelik dilde ve konuşmalarda ise yer kavramı çoğunlukla, İngilizcedeki karşılığı olan "place" kelimesiyle eş değer

anlamda kendini bulmaktadır. “Burası ev gibi sıcak”, “kendini evinde hisset” ifadeleri ikamet edilen mekana gönderme yapar. Bununla birlikte “sonunda kendi evime döndüm” ve “evime geldik, işte bu mahalle...” ifadeleri ise yurt anlamında kullanılmaktadır (Gürkaş ve Barkul, 2012: 3). Görüldüğü gibi bu kavramı, çeşitli anlamlarda kullanmak mümkündür. Fakat farklı disiplinler açısından yerin anlamlarını ortaya koyabilmek adına mekanla arasındaki kavramsal ayrımın irdelenmesi gerekmektedir.

Her ne kadar yer ve mekan kelimeleri benzerlik, yakınlık ve birliktelik gösterse de farklı anlamlara çağrışım yaparlar. Burada önemli olan yer kavramını anlamak, tanımlamak ve hakkında konuşabilmek için yalnızca fiziksel mekan üzerinden bir tanımlama yapmanın yeterli olmayacağıdır. Bir kavram olarak yer; kişilerarası toplumsal ve kültürel ilişkilerin meydana geldiği bellekler ve bağlamlar olarak tanımlanır ve bu, yalnızca insanların yaşadığı bir mekan değil, sosyal bağlarla da ilişkilidir (Altman ve Low, 1992: 7). Böylece, bir dizi fiziksel çevreyle bağlantılı anlamının yanında bu kavramın sosyal, kültürel ve psikolojik yönlerinin araştırılması da yakın zamanda yapılan çalışmaların konusu olmuştur. Yani yer, illa coğrafi anlamda bir toprak parçasına, tanımlı bir fizik mekana ya da bir kentsel peyzaja karşılık gelmemektedir. Yerin fiziksel karşılıktan, boyutsal yapılardan, koordinatlardan, yükseklikten, uzaklıktan başka bir özelliği vardır (Gürkaş, 2010).

Relph (1976: 43), yeri analiz ederken fenomenolojik bakış açısından yola çıkarak yerin özünü inceler. Ona göre, yerin özü, yerleri insanın varoluş merkezi olarak tanımlayan büyük ölçüde bilinçsiz bir niyette yatar. Neredeyse herkes için doğduğu, büyüdüğü, şu anda yaşadığı ve deneyim ettiği yerlerle arasında derin bir ilişki ve bilinç vardır. Bu ilişki ve bilinç bireyin hem kişisel hem de kültürel kimliğine hayati bir kaynak oluşturur. Cresswell (2004)’de, yer, insanların bir şekilde ilişki kurdukları, değdikleri, bağlandıkları mekanlardır, anlamlı konumlardır diyerek, yerin fiziksel özelliklerinden ve coğrafi konumundan çok içerdiği anlamlara gönderme yapar. Bu tanımlamayı yaparken de mekanı kullanır. İnsanların mekanlara anlam yükleyerek ve mekanlarla ilişki kurarak oraları bir yer haline dönüştürdüklerinden bahseder.

Birçok çalışmada yerin mekan karşısında yüceltilmiş olduğu görülse de, mekan kavramını yerden daha üstün tutan yaklaşımlar da söz konusudur (Gürkaş ve Barkul, 2012). Örneğin, Michel de Certeau (1984) genel kabul gören yer ve mekan

ayrımını tersine çevirerek, mekanı, eylemler tarafından üretilen hareketli bir olgu olarak görür. Buna karşın yeri ise, konum ve mevki olarak ele alıp ölü olarak tanımlar. Yani mekan, içinden insanların geçtiği, yaşanan canlı sokaklar iken, yer, bu sokakları oluşturan binalar ve diğer yapıları çevre ürünleri olarak görülmektedir. Benzer şekilde Fransız sosyolog Lefebvre (2016), mutlak mekandan farklı olarak toplumsal mekan veya toplumsal olarak üretilen mekan tabiri ile insanların ilişki kurdukları, bağlandıkları, deneyimledikleri ve anlam kazandırdıkları yer olgusuna benzer bir tanım yapar. Burada önemli olan, kavramlardan en az birinin, salt fiziksel özelliklerinin dışında, felsefi birtakım anlamları bünyesinde barındırdığına olan inancın çeşitli disiplinler tarafından öne sürülmüş olmasıdır. Mekan ve yer kavramlarının içeriklerinin değişimi, yani mekânın yer kavramına benzer nitelikte, yerin de mekan kavramına benzer nitelikte kullanıldığı örnekler çoğunlukla mimari alanındaki çalışmalarda görmekteyiz (Altan, 1993; Koçyiğit, 2012). Burada yalnızca iki kavram arasında anlamsal bir farklılık söz konusudur. Kavramların içerikleri yer değiştirmiştir.

Yer kavramını daha iyi anlayabilmek amacıyla farklı disiplinlerin yer ve mekan olgularına bakış açılarını incelemek gerekmektedir. Bireylerin, grupların ya da toplumların, çevre ile olan etkileşimini konu alan birçok disiplin bu olgular üzerine araştırmalar yapmaktadır. Bundan dolayı, yer kavramının; mimarlık, coğrafya, sosyoloji ve çevre psikolojisi alanlarında ele alınış biçimleri her bir disiplinin kuramsal temelleri göz önünde bulundurularak kısaca incelenecektir.

2.1.1.1. Mimaride Yer/Mekan Kavramı

Bireylerin çevre ile olan ilişkisi mimarlık disiplini içerisinde önemle incelenmiştir. Bu disiplin içerisinde yer ve mekan sorgulaması uzun yıllar Kartezyen felsefeye dayalı fiziksek-matematiksel anlayış çerçevesinde gelişim gösterse de, özellikle modernleşme sürecine bir tepki olarak özü görüleme ve yorumlamayı hedef alan fenomenolojik ve hermenötik yaklaşımlar ön plana çıkmaya başlamıştır (Koçyiğit, 2012: 97).

Fenomenoloji, “mimarlık için bir felsefe disiplini olarak değil mimari formun anlamının sorgulanması, insan çevre ilişkilerinin anlamı üzerine sorgulama yapmaya odaklanmış bir yöntem olarak değerlendirilebilir” (Güleç Solak, 2017: 26). Mimarlar

bu noktada Auge (2008)'nin Place ve Non-Place (Mekan ve Yok-Mekan) tanımlarına gönderme yaparlar. Auge için yer; toplumsallaşmanın beraberinde getirdiği gelenek, alışkanlık ve yerleşmiş grup ritüellerinin izini taşıırken, kişinin bireysel deneyimlerle, bulunduğu alanı içselleştirmesine de yardımcı olur. Aynı zamanda Auge, moderniteyle birlikte, yok-mekanların, yani yer olmayan mekanların üretildiğini belirtir. Yok-mekanlar olarak ise; alışveriş merkezleri, havaalanları, oteller gibi seyahat, tüketim ve geçiş noktalarını örnek göstermektedir. Auge'de mekan ve yok-mekan tanımları, yerin insan deneyimleriyle anlam kazanan bir olgu olmasına karşılık, mekanın salt fiziksel özelliklerle değerlendirildiği ayrımla benzeşmektedir.

Mimari alanda bir başka bakış açısı ise, Norberg-Schulz (1980)'un Genius Loci (Yerin Ruhu) kavramıyla birlikte ortaya çıkmaktadır. Norberg-Schulz mekanın yere nasıl dönüştüğünü irdelerken, mekan ile yer arasında bulunan organik bağın yerin ruhundan kaynaklandığını ileri sürer. Yerin ruhu, mekan ve karakter kavramlarına bağlı olarak analiz edilen bir olgudur. Ona göre mekan ancak bir karakterle varlık haline gelir ve anlam kazanır. Yerin ruhu olarak belirtilen bu anlam, bir kentsel çevreye kimlik kazandıran, o çevrede yaşayan bireylerin doğrudan açıklayamadıkları, ancak varlığının farkında oldukları bir şeydir. Norberg-Schulz mekanın yere dönüşümünü hermenötik yaklaşıma gönderme yaparak açıklar.

2.1.1.2. Coğrafyada Yer/Mekan Kavramı

Yer kavramının yakından ilişkili olduğu bir diğer disiplin ise coğrafyadır. Coğrafyanın en yaygın tanımlarından birisi olan, insan ile çevre arasındaki karşılıklı ilişkilerin incelenmesi tanımı bunun sebebini açıklar niteliktedir. İnsan ve çevre arasındaki etkileşim coğrafya disiplini içerisinde farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır (Arı, 2017). Bunlardan ilki, doğal çevrenin coğrafi özelliklerinin kişilerin toplumsal davranışlarını, gelenek ve göreneklerini, inançlarını, toplumun ekonomik ve politik yapısını etkilediğini savunan çevresel determinizm görüşüdür. Bu anlayışta özellikle iklim ve fiziki koşullar insan psikolojisi ile sosyal ve kültürel anlamdaki gelişimini etkileyen ana faktörler olarak görülmüştür. Bu noktada insan yalnızca etkilenen konumdadır. Daha sonraları ise, fiziki faktörleri göz ardı etmemekle birlikte, mekanı, esas olarak üzerinde yaşayan toplulukların ekonomik, sosyal, ideolojik ve teknolojik karakterinden oluşan yaşam tarzlarının şekillendirdiğini iddia eden kültürel ekoloji

görüşü ortaya çıkmıştır. Yani çevresel faktörlerin insan davranışları üzerinde bütüncül bir etkisi olmadığı belirtilmektedir (Öztürk, 2007: 6). Ayrıca kültürel ekolojide yaşam tarzlarının peyzaja karakter kattığı görüşü de öne sürülmektedir (Arı, 2017: 8).

İnsan yer ilişkilerini coğrafya disiplini içerisinde ele alan bir başka yaklaşım ise, insan odaklı beşeri coğrafya yaklaşımıdır. Bu aynı zamanda çevresel algı faktörünün ön planda olduğu bir görüştür. Bu yaklaşım daha önceki yaklaşımlarda insan unsurunun eksik olmasına tepki olarak gelişmiştir. Davranışsal coğrafyacılar psikoloji biliminden esinlenerek insanın çevresiyle ilişkisinin nasıl olduğunu anlamaya çalışmışlardır. Her insanın çevresini algılama şeklinin aynı olmayıp, kendine özgü olduğu görüşü savunulmuştur. Böylece algı ve zihin kavramları coğrafya disiplinine girmeye başlamıştır. Zihin haritaları, anket ve algı testleri bu yaklaşımla birlikte gündeme gelmiştir (Öztürk, 2007).

Coğrafya disiplininin etkin yaklaşımlarından biri olan beşeri coğrafya, insan yaşamı ile çevre arasındaki etkileşimlerin içsel anlamlarını ortaya koymaktadır. Bunu yaparken de coğrafi özelliklere yönelik görüngüleri yani fenomenleri kullanmaktadır (Özgen, 2010: 8). Yer ve mekan kavramları arasındaki ilişkiyi ve kavramsal farklılıkları fenomenolojik bakış açısıyla detaylı bir biçimde incelen Relph ve Tuan'da beşeri coğrafya disiplininden gelmektedir. Relph (1976), "Place and Placeness (Yer ve Yersizlik)" adlı eserinde, yerin üç temel bileşeni olduğunu ileri sürmüştür. Bunlar; fiziksel ortam, aktiviteler ve anlamlardır. Bu üç bileşen içerisinde anlamlar diğerlerine göre anlaşılması en zor olanıdır ve aynı zamanda büyük bir öneme sahiptir. Canter (1983)'de yerin üç boyutlu modelini önermektedir. Bu modele göre yer, edimler, kavramlar ve fiziksel atıflar arasındaki ilişkiden meydana gelmektedir. Canter, fiziksel atıfların psikolojik ve davranışsal süreçler üzerindeki etkisiyle daha fazla ilgilenilmesi gerektiğini, aynı zamanda yerin anlamlarının subjektif olduğunu ve bu sebeple de yerleri, onları kullananların bakışıyla değerlendirmenin önemli olduğunu belirtmektedir (Göregenli, 2010: 174). Hümanist akımın temsilcilerinden Çinli coğrafyacı Yi Fu Tuan tarafından yayımlanan "Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values" adlı kitabında Topophilia (Yer Sevgisi) kavramı ilk defa tanımlamıştır. Tuan (1974: 4), Topophilia kavramını insanoğlunun fiziksel çevre ile olan duygusal bağlarını tanımlayan bir kelime olarak yenilikçi bir yaklaşımla ortaya atmıştır. Tuan'da Relph

ve Carter gibi mekanların bireylerin içsel dünyasında oluşturduğu anlamlara gönderme yapar.

2.1.1.3. Sosyolojide Yer/Mekan Kavramı

Sosyoloji disiplini yer/mekan ve toplum etkileşimi üzerine değerlendirmelerini insanlık tarihinin en önemli sosyal olgularından olan kent ve kentleşme üzerinden yapmaktadır. Modernleşme sürecinin bir sonucu olan günümüz kentleri, tarım dışı üretimin yapıldığı, kontrol işlevlerinin toplandığı, nüfus açısından belirli büyüklük, heterojenlik ve bütünleşme düzeylerine varmış bir mekan olarak tanımlanmaktadır. Kentleşme ise, kent kültürüne ait değer, davranış ve tutumların benimsenmesidir (Keleş, 1993). Kentleşme aynı zamanda sanayileşmeye ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak kent sayısının artması, mevcut kentlerin büyümesine yol açan, toplumda artan iş bölümü ve uzmanlaşma yaratan bir olgu olsa da (Keleş, 1993:19), burada bireylerin ve toplulukların davranış ve tutumları üzerinde yarattığı etkiler açısından ele alınmıştır.

19.yy sosyologları yer/mekan ve insan ilişkisini kendi sosyal teori anlayışları içerisinde ve daha geniş toplumsal faktörlerle değerlendirmişlerdir. Bu yöndeki araştırmalar Marksist görüşü esas alan sosyologlar ve coğrafyacıların çalışmaları ile birlikte yoğunluk kazanmıştır. Bu çalışmalarda mekanın daha derinlerde işleyen toplumsal yapılarla ilişki içinde ele alınmasının ve mekansal süreçlerin ardında yatan ekonomik ve toplumsal ilişkilerin analiz edilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır (Işık, 1994: 17). Kent sosyolojisinin bir disiplin olarak ortaya çıkması ise bu süreci takip etmektedir.

Bu noktada Henry Lefebvre, Michel Foucault ve Edward Soja gibi sosyologların kentsel mekan üzerine çalışmaları ön plana çıkmıştır. Bu çalışmalarda mekan, genellikle bir ideolojik yapılanmanın yansıması olarak ele alınmıştır. Lefebvre (2016), mekanın toplumsal değerler ve anlamlara dayalı olan ve mekansal algı ve uygulamaları belirleyen bir toplumsal ürün olduğunu savunur. Aynı zamanda her toplumun, her üretim tarzının kendi mekanını ürettiğini belirtip üretim tarzıyla mekan arasındaki yakın ilişkiye değinerek, üretim tarzındaki değişim ve dönüşümün mekan üzerinde yansımaları bulacağına dair bir değerlendirme yapar (Şentürk, 2014: 89). Lefebvre'nin üretim tarzının mekan üzerindeki etkisiyle kastettiği kapitalist

sistemin mekanın yapısını nasıl etkilediğidir. Lefebvre (2016), mekanı üç boyuta ayırmıştır; ilki görece nesnel, insanların günlük yaşam çevrelerini içeren, duyu organları ile algılanan yani somut bir mekanı tanımlayan algılanan mekandır. İkincisi mekanın tasarımını, kuramsal ve soyut kavramlarını, mekanı planlama ve düzenlemeyi biçimlendiren tasarlanan mekan ve son olarak, kişinin günlük hayatındaki gerçek mekan deneyimini temsil eden, doğrudan sosyal hayatın geçtiği edilgen bir sahneyi ifade eden yaşanılan mekandır (Aytaç, 2013: 146).

Foucault da kentsel mekan üzerine çalışmalar yapmıştır. Kent planlarının, iktidarın ideolojisiyle doğrudan bağlantısı olduğunu ve mekanın, ideolojik aktarımların gerçekleştiği bir sahne olduğunu belirtmektedir. Foucault, “büyük jeopolitik stratejilerden konut, kurumsal mimari, sınıf ya da hastane düzenlemesindeki küçük taktiklere kadar, ekonomik siyasi tesisleri de unutmadan, mekanların tarihini tümüyle yazmak gerekir, bu aynı zamanda iktidarlarında tarihi olacaktır”, diyerek mekan ve iktidar ilişkisini mimari üzerinden yorumlamıştır (Güleç Solak, 2017: 31).

Soja da mekanı, Lefebvre ve Foucault ile benzer şekilde, ideolojik yapılanmanın bir ürünü olarak görür. Hatta Lefebvre gibi üçlü bir sınıflamayla mekanı ele almaktadır. Bunlardan ilki gerçek mekan olarak adlandırılan, üzerinde yaşanılan doğa, yani fiziksel mekandır. İkinci sınıflandırma imgesel mekandır. İmgesel mekan, mantıksal ve formel soyutlamaların dahil olduğu zihinsel mekana karşılık gelir. Son olarak algılanan ya da deneyimlenen mekan ise, sosyal yani üretilen mekandır (Güleç Solak, 2017: 33).

Sosyoloji, mekana insani bir pratik, insani form olarak bakar. Onu, duvarların ve çatıların çerçevelediği içi boş bir form olarak değil, yaşama dair anılar, pratikler, düşünümsellik, unutulmuşlar ve ortak duygulanımlar içeren; tarih, bellek, hafıza ve kimliğin yansıdığı kolektif aidiyetler olarak kurar. Bu açıdan mekan, varoluşu ikame çabaları, hayatı sürdürme konusundaki duyarlılıklar ve kimliğin gösterenlerini bünyesinde barındırır (Aytaç, 2013: 144).

2.1.1.4. Çevre Psikolojisinde Yer/Mekan Kavramı

Çevre psikolojisi disiplinler arası bir çalışma alanı olma özelliğini taşır. Bu nedenle mimarlık, planlama, sosyoloji, antropoloji, ekoloji, psikoloji ve sosyal

psikoloji alanlarından girdiler olarak geliştirilen kavram, kuram ve yöntemler yine bu disiplinler kapsamında değişik amaçlarla kullanılmıştır (Türksoy, 1986).

Yer ve mekan kavramları çevre psikolojisi için oldukça önemlidir. İnsan çevre arasındaki ilişkileri inceleyen bu disiplin, insanı çevresinden etkilenen, çevresini değiştiren, zamanla kendi de değişen aktif bir organizma olarak ele almaktadır. Çevre psikolojisi bu özelliği ile sosyal psikolojiye yakınlaşırken, geleneksel psikolojiden ayrılır. Çünkü geleneksel psikolojide insan davranışları çevreden uzakta belirli laboratuvar koşullarında incelenir (Türksoy, 1986). Sosyal psikoloji ise, olayları birey ve toplumsal bağlam içerisinde ele alır. Çevresel psikoloji, sosyal psikolojinin algı, biliş, tutum vb. gibi çok temel kavramlarına ve ilgili kuramlarına da dayanarak çevresel algı, çevresel biliş, çevresel tutum, öğrenme, çevresel stres ve bununla başa çıkma yolları, kent yaşamı, gürültü, hava kirliliği gibi pek çok konu üzerinde çalışır (Göregenli, 2010).

Çevre psikolojisi alanında yapılan pek çok araştırma kişilerin fiziksel çevreleri ile kişisel duygu, düşünce, tutum ve toplumsal kültür arasında ilişki olduğunu açıkça ortaya koymakta ve özellikle toplumsal aidiyet duygusu ile ilişkisine vurgu yapmaktadır (Güleç Solak, 2017: 535). Çevre psikolojisi insan çevre etkileşiminde pek çok konuyu inceleme alanına dahil eder. Bunlar; mekansal değişkenlerin insan davranışını nasıl etkilediğinden, aşırı kalabalıklaşmış kentlere, hava kirliliğinin insan davranışlarına etkilerine, gizlilik ve mahremiyet kavramlarından, bireylerin çevreyi nasıl algıladıklarına kadar çeşitlilik göstermektedir.

Çevre psikolojisinde insanların çevreyi nasıl algıladıkları; yer duygusu, yer bağlılığı, yer aidiyeti, kendileme ve yer kimliği gibi kavramlarla değerlendirilmektedir. Bu anlamlandırma süreci daha çok, çevrenin imgesel gücüne vurgu yapan fenomenolojik yaklaşım ile gerçekleşir (Göregenli, 2010). Fenomenoloji insan ve mekan ilişkisinde kaynağa ulaşmak, özü anlamak ve birtakım kavramlara açıklık getirmek amacıyla kuram ve pratik arasındaki ilişkide felsefi olduğu kadar psikolojik dayanakları da olan bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Olgun, 2009: 86). Bundan dolayı öncelikle yere ilişkin yaklaşımlara kısaca değinilecek ve daha sonra bunlardan biri olan fenomenolojik yaklaşımın incelenmesi yapılacaktır.

2.1.2. Yer ve İnsan Etkileşimine İlişkin Yaklaşımlar

Yer kavramını açıklamaya ve anlamlandırmaya yönelik çalışmaların yukarıda da bahsi geçen farklı disiplinler içerisinde; sembolik etkileşimci, yapısalcı, Marksist, psikolojik ve fenomenolojik yaklaşımlar altında incelendiği görülmektedir. Bu yaklaşımların birçoğunda yerleşenin mekanda bir özne olarak davrandığı ve öznenin mekandan ya da mekanın öznenin ayrı tutulduğu kabulü vardır. Bu durumda özne, içinde bulunduğu dünyadan bağımsız değerlendirilir ve mekan da öznenin ayrı bir gerçekliktir (Bolak Hisarlıgil, 2007: 6).

Örneğin Marksist yaklaşımda mekansallaşma ve özel mülkiyet alanları üzerinde durulmaktadır. Kent içerisindeki alanların kimler tarafından ve nasıl kullanıldığı konusu önemsenmektedir (Hubbard ve Kitchin, 2018: 482). Sembolik etkileşim ve yapısalcı yaklaşımlarda mekanın sembolik bir üretim sonucu olduğu, bireylerin ise bu sembolleri yorumlayıp onlara anlam yükleyerek bu anlamlar doğrultusunda davranış sergiledikleri vurgulanmaktadır (Güleç Solak, 2017: 28).

Psikolojik yaklaşım mekanın kimliğin oluşumunda bir veri olarak kabul edip, sosyo-kültürel yapıya vurgu yapar. Buna göre yer kimliği, benliğin bir parçası olarak görülebilmektedir (Lalli, 1992: 287; Güleç Solak, 2017: 28). Aslında, benlik algısı bireyin yalnızca diğer bireylerle olan ilişkisiyle değil, aynı zamanda günlük yaşamını tanımlayan ve yapılandıran fiziksel çevre ortamları ile de ifade edilmektedir (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983: 58).

Fenomenolojik yaklaşımda ise amaç, olguya ilişkin neden sonuç ilişkileri üretmekten çok, onu, yaşantısal anlamda derinlemesine kavramaya çalışmaktır. Fenomenolojik çalışmalar, yeri maddeleştirmeden ya da idealize etmeden anlamaya çalışan araştırmaları içermektedir. Bu durumda yer soyut bir düşünce ya da deneyimden bağımsız bir orada olan, varlıktan ayrı olan olarak kabul edilmez. Yere fenomenolojik bakış açısıyla yaklaşmak, yerin dünyanın bütünü ya da deneyimleyen kişi için önemini ortaya koyan deneyimlemeyi anlamaya çalışmaktır (Bolak Hisarlıgil, 2007: 7). İnsan, çevre ve kimlik etkileşimi çerçevesinde, yere ilişkin yaklaşımlardan yalnızca psikolojik ve fenomenolojik yaklaşım üzerinde durulacak ve ilgili kavramlar incelenecektir.

2.1.2.1. Psikolojik Yaklaşım

İnsan, çevre ve kimlik etkileşiminin açıklanmasında oldukça önemli olan bu yaklaşım; sosyal bilimlerde sıklıkla incelenen benlik kavramı ve benlik kuramı üzerine temellendirilir (Lalli, 1992: 287). 1970’li yıllara kadar; bireyin doğumundan itibaren çeşitli faktörlerin etkisiyle oluşan ve ölümüne kadar gelişimini devam ettiren benlik ve benlikle yakından ilgili kimlik ve kişilik gibi diğer olguların oluşmasında fiziksel çevrenin etkisi neredeyse göz ardı edilmekteydi. Bunun sebepleri arasında; psikoloji biliminin çalışma alanlarının bu yıllara kadar daha çok klinik ortamlarda sıkışıp kalması, bireyin diğer faktörlerle etkileşimini dikkate almaması gösterilebilir (Türksoy, 1986). Bununla birlikte sosyoloji ve sosyal psikoloji alanlarında devamlı araştırılan birçok kavramın (toplum, kent, milliyet, ulus devlet, cemaat) esasında fiziksel çevre ile ilişkili olmasına rağmen, bu alanlarda daha çok “biz kimiz” soruna odaklanılıp, “biz neredeyiz” sorusunun göz ardı edilmesi de bir diğer sebep olarak değerlendirilebilir (Azak, 2016: 19).

Benlik bireyin kendisine ilişkin inançlarının tümüne verilen addır. Benlik bilgisi toplumsallaşmadan, başkalarından yansıyan değerlendirmelerden, çevresel farklılıklardan, toplumsal karşılaştırma sürecinden, toplumsal kimlikten ve kültürden kaynaklanır. Benlik, insanın kimliğinin ve kişiliğinin en merkezi noktasında bulunur ve onun algı, duygu ve zihin dünyasının bütününe ifade eder (Tutar, 2012: 112).

Benlik kavramını görece ayrışık ve genelde oldukça çeşitli kimliklerden oluşan bir repertuar olarak düşünmek daha doğru bir yaklaşımdır. Benlik sosyal deneyimlerin aracılık ettiği toplumsal farklılaşma süreçlerinin bir sonucudur. Bu süreçler bireylerin kendilerini, başkalarını ve fiziksel çevreyi birbirinden ayırt etmelerini ve buna dayalı bir benlik geliştirmelerini sağlar. Bunun sonucunda ise, birbirleriyle etkileşime giren bireyler ve referans grupları tarafından paylaşılan, ortak anlamlar yüklenmiş nesnelere ve yerlere meydana gelmektedir (Tutar, 2012: 122). Ortak anlamlar yüklenmiş nesnelere ve yerlere, sosyal, kültürel değerleri, kuralları ve beklentileri ve aynı zamanda kişisel ve sosyal deneyimleri de sembolize ederler. Proshansky, Fabian ve Kaminoff (1983), bireylerin belirli bir yer veya çevreye (oda, ev, mahalle, kasaba, şehir) karşı hissettiği güçlü bağlar üzerinden kim ve ne olduklarını tanımladıklarından söz ederler. Bu yerlerin bireylerin benliklerinin oluşumunda oldukça etkili olduğunu ileri sürmekle birlikte, çevrenin benlik üzerindeki etkisinin daha geniş kapsamlı ele alınması gerektiği düşünerek yer kimliği

tanımını yaparlar. Buna göre, yer kimliği, yer ile duygusal bağların ötesine geçen ve belirli yerlere ait bir dizi tutum, değer, düşünce, anlam ve davranış eğilimi ile karakterize edilen karmaşık bilişsel bir yapı olarak tanımlanır ve benliğin bir parçası olarak değerlendirilir (Lalli, 1992: 287).

Nesneler ve yerler üzerinden bir kimlik tanımlaması yapıldığında, Henri Tajfel ve John Turner tarafından 1970'lerin ortalarında geliştirilmiş olan Sosyal Kimlik Kuramı'na da değinmek gerekmektedir. Sosyal kimlik kuramı; grup üyeliği, grup süreçleri ve gruplar arası ilişkileri esas alan bir sosyal psikoloji kuramıdır (Demirtaş, 2003: 123). Kuram, bireylerin benlik kavramlarının bir parçası olan sosyal kimliklerini belirli bir sosyal grubun üyesi olmalarına ilişkin bilgilerinden, buna yükledikleri anlamdan ve bu üyeliğe yönelik duygularından yola çıkarak oluşturdukları varsayımı üzerine kuruludur (Demirtaş, 2003: 129). Yani birey, kendini ait hissettiği grup ile tanımlamakta, o grubun sahip olduğu davranış kalıpları çerçevesinde tutum sergilemektedir.

Sosyal kimlik kuramı; nesnelerin ya da insanların belirli birtakım ortak niteliklerini gözeterek gruplara veya sınıflara ayırma sürecini ifade eden “sosyal kategorizasyon” ile bir grubun diğer gruplar karşısında kendini kayırması ve farklı görmesini temsil eden “sosyal karşılaştırma” kavramlarına dayanarak şekillendirilmiştir. Bu ayrımında bireyin dahil olduğu grup veya gruplar “iç grup”, diğer grup veya gruplar ise, “dış grup” olarak adlandırılmaktadır. Sosyal kategorizasyon sonucunda olumlu bir kimlik arayışı içinde olan bireyler, kendi gruplarıyla diğer gruplar arasında bir sosyal karşılaştırma yaparlar. Karşılaştırma sonucunda grup içi benzerlikler artarken, grup dışı farklılıklar çoğalır (Tajfel ve Turner, 1979).

Bernardo ve Palma-Oliveria (2012) bireyin sosyal kimliklerinin mekansal bağlama göre farklılaşabileceğini ve buradan hareketle birçok kimlik tanımlamasının mekan temelli olduğunu vurgulamıştır. Turner (1975)'a göre, bir bireyin benlik kavramı ve dolayısıyla da benlik saygısı (self-esteem), onun sosyal sınıf üyeliğine, yani algıladığı sosyal kimliğine demirlenmiştir. Hernandez, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess (2007) ise, yer kimliğini, kişisel ve sosyal kimliğin bir bileşeni olarak görüp, insanların mekanlarla etkileşimi ile kendilerini belirli bir yere ait olarak tanımladığı bir süreç olarak ifade etmişlerdir. Yer kimliği ile sosyal kimlik arasındaki, benlik ve benlik saygısı kuramı temelli ilişki bu noktada açığa çıkmaktadır. Twigger-Rose ve

Uzzell (1996), yer ve kimlik arasındaki ilişkiyi iki farklı açıdan ele almaktadırlar. Bunlardan ilkinde, yeri sosyal bir kategori olarak düşünüp, sosyal kimlik kuramı içerisindeki herhangi bir kimlik türüyle aynı özelliklerde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu açıdan bakıldığında, birey kendini belirli bir yer ile tanımlamaktadır. Yani Londra’da doğmuş bir birey kendini Londralı olarak adlandırmaktadır. Twigger-Rose ve Uzzell (1996)’in açıkladığı diğer yer ve kimlik ilişkisi Proshansky ve arkadaşlarının (1983) ileri sürdüğü yer kimliği kavramıyla ilişkilidir. Bu konu ilerleyen bölümlerde detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

Bireyler benlik saygılarını arttırmak için, dahil oldukları grupları daha üstün, daha başarılı görme eğiliminde olurlar. Bu düşünce eğer belirli bir mekan için ele alınırsa, kendisini yaşadığı yer ile tanımlayan, özdeşleştiren (identification) bireylerin, diğerlerine göre o yere yönelik daha pozitif algıları olacağı söylenebilir. Kısaca bireyin ait olduğu milliyet, sosyal kimliğinin temel bir unsuru olarak değerlendirilmiştir. Yani birey coğrafi olarak kendini konumlandığı, tanımladığı ve yaşadığı mekan üzerinden bir kimlik tanımlaması yapabilir (Bernardo ve Palma-Oliveria, 2012). Bu durumun temel sebepleri öncelikle bireyin kendini belirli bir mekan üzerinden tanımlaması ve bunun sonucunda benlik saygılarını arttırma niyetidir.

2.1.2.2. Fenomenolojik Yaklaşım

Fenomenoloji, bir diğer adıyla görüngübilim, 20. yüzyılın ilk çeyreğinde doğup gelişen bir felsefi akımdır. Yunanca phainomenon (görünüş) ve logos (bilim, öğreti) kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir. Hem bir felsefi düşünce tarzı hem de bir yöntem olmasından dolayı tanımlanması ve kalıba sokulması güç bir kavramdır. Fenomenoloji; birey ve onun bilinçli deneyimleri ile başlayan ve daha önceden var olan kabuller, ön yargılar ve felsefi doğmalardan kaçınmaya çalışan bir yöntemdir ve olayları (görünümleri) toplumsal aktörler tarafından doğrudan doğruya algılandığı şekilde incelemektedir (The Blackwell Encyclopedia of Sociology: 3401).

Fenomenoloji felsefesinin temelinde fenomenler vardır. Fenomen kelimesine farklı disiplinlerce olgu, görünen şey, var olan şey, açıkça duran şey, ortaya çıkan şey, kendisini gösteren şey, ortaya çıkmasından dolayı görünen şey, bilişten önce var olan şey ve tezahürü vasıtasıyla bilinen şey anlamları yüklenir. Fenomenoloji, özü

görüleme yöntemi olmakla birlikte, bu yöntemle fenomenin ne oluşu ve nasıl kavranabileceği de sorgulanır ve incelenir. Bu nedenle fenomenoloji, fenomenlerin bilimi olarak anılmaktadır. Fakat her bilim dalı kendi fenomenlerinden söz etmektedir (Öktem, 2005: 29). Mesela; fizik bilimi fizik fenomenlerinden, psikoloji bilimi ruhi fenomenlerden ve sosyoloji bilimi de toplum fenomeninden beslenmektedir. Fenomenoloji felsefesindeki fenomen ise; mahiyet, öz, görünen şeyin içyüzü olarak ele alınmaktadır (Mengüşoğlu, 1945: 48-50).

Fenomenoloji, felsefe tarihi içerisinde çeşitli filozoflar tarafından farklı anlamlarda kullanılmıştır. Ancak bugün kabul gördüğü şekliyle yöntem ve düşünceleri Edmund Husserl tarafından temellendirilmiştir. Husserl fenomenolojiyi varlıkların ilk ve asıl anlamlarına inmek isteyen bir felsefi yöntem olarak geliştirmiştir (Husserl, 2003). Aslında Husserl'in bu düşünceleri kendinden önce kabul gören pozitivist yöntemlere bir eleştiri getirmektedir. Genel felsefe akımlarında olduğu gibi özne-nesne ilişkisini konu edinen fenomenoloji, nesneyi, en genel anlamda öznenin dış dünya ile kurduğu ilişkilerinde algıladığı, deneyimlediği şey'ler olarak görmesiyle pozitivism ve ampirizmle aynı noktada dursa da, temelde bu iki felsefe akımına karşı çıkan bir akımdır (Olgun, 2009).

Husserl, felsefeyi “*mevcut felsefelerden veya onların tenkitlerinden değil, fenomenlerden hareket etmelidir*” diye tanımlayarak, özü görülemenin yani özü sezgisel olarak kavramanın, özün sezgisini elde etmenin esas olduğunu vurgulamıştır (Mengüşoğlu, 1945: 48). Çünkü Husserl'e gelene kadar fenomen kavramı yalnızca vakıalarla (olay) ilişkili olarak kullanılmaktaydı, halbuki Husserl felsefesinde fenomen kavramı mahiyet, öz, esas anlamlarını içermektedir (Öktem, 2005: 30). Husserl (2003)'a göre pozitivism sadece duyuşsal verilere dayanarak yanılgıya düşmüştür. Oysa insanlar, nesne ve varlıkların özlerini kavrar. Bu özlere de salt öz denir. Örneğin, kırmızı, yeşil, üçgen vb. birer fenomendir. Biz fenomenin içinde var olan özü bilincimiz ile yakalayabiliriz. Aynı zamanda Husserl, bilimleri ikiye ayırır; olgu bilimleri ve öz bilimleri. Örneğin, psikoloji olgu bilimi, mantık ise öz bilimidir.

Fenomenolojik yaklaşımda bireysel evren araştırılır. Yani fenomenoloji yaklaşımının temelini bireysel tecrübeler oluşturur. Bu yaklaşımda araştırmacı katılımcının kişisel tecrübeleri ile ilgilenmekte, bireyin algılamaları ve olaylara yükledikleri anlamları incelemektedir. Fenomenolojik bakış açısında göre bir tek gerçeklik yoktur, gerçeklik kişisel algılamalara dayanır ve zamanla değişebilir.

Fenomenolojik bakış açısının diğer bir varsayımı da ne bildiğimizin içinde bulunduğumuz çevre ve şartlara göre değişeceği varsayımdır (Tutar, 2012: 71).

Fenomenoloji insan deneyimini yorumlayıcı bir şekilde ele almaktadır. Buradaki yorumlayıcı çalışmada amaç, insanların günlük yaşamlarında farkında olmadan içinde buldukları olayları, anlamları ve deneyimleri incelemek ve açıklığa kavuşturmadır (Seamon ve Sowers, 2008: 43). Fenomenoloji, kentsel mekanı anlamada kaynağa ulaşmak, özü yakalamak ve bazı kavramlara açıklık getirmek amacıyla son yıllarda, özellikle kuram ve pratik arasındaki ilişkiyi güçlendirme çabasında olan araştırmacılar tarafından başvurulan felsefi olduğu kadar psikolojik dayanakları da olan bir yaklaşımı oluşturmaktadır (Olgun, 2009). Özellikle öze ulaşmak noktasında pratiğe dönük kolaylıklar sağlaması sebebiyle de bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Bu yöntemde her zaman aynı sıralamayla olmasa da belirli teknikler uygulanır. Bunlar; özü görmek ve kavramak için iç içe geçmiş; fenomenolojik tavır, yönelimsellik (intentionnalité), paranteze alma (epoché), fenomenolojik indirgeme (réduction phénoménologique) ve fenomenolojik refleksiyon (réflexion phénoménologique) gibi karmaşık ve zor tekniklerdir (Aydoğdu, 2018: 1315). Bir fenomenin öz bilgisine varabilmek için öncelikle hiçbir bilgi, bilgi olarak kabul edilmemeli ve fenomenin gerçeğine ulaşabilmek için indirgeme yapılmalıdır. Bu da ancak paranteze alma yöntemi ile gerçekleşebilir. Paranteze alma, bir nesnenin özüne ulaşabilmek için onun özüne ait olmayan özelliklerin bir kenara konulmasını gerektirir. Fenomenolog ancak bu yöntem sayesinde inceleyeceği mutlak varlık yani salt bilinç alanına girebilir (Öktem, 2005: 30).

2.1.3. Yerin Fenomenolojisi

İnsanın çevresiyle olan etkileşimini inceleyen yaklaşımların zaman içerisinde, felsefi akımlarda yaşanan birtakım görüş farklılıkları ile paralel olarak geliştiği söylenebilir. Yani, mekanın sembolik anlamları, değerlendirmeleri, özellikleri ve bireylerin davranışları üzerindeki etkisini göz ardı eden pozitivist yaklaşım yerini; mekanın bireye, gruba veya ortama özgü doğasını vurgulayan fenomenolojik bir bakış açısına bırakmıştır (Lalli, 1992; Stedman, 2002). Bu yaklaşımın sonuçlarından biri olarak, yere yönelik fenomenolojik bakış, çevreyle insan arasındaki duygusal

bağı vurgulamaktadır. Bu bağ zaman içerisinde özdeşleşme boyutuna varmaktadır. Çevreyle özdeşleşme durumu büyük oranda bilinçsizdir ve ancak tehdit edildiğinde farkına varılır (Relph, 1976; Lalli, 1992: 287). Örneğin, bireylerin isteyerek veya zorunlu göçleri durumunda bu özdeşleşme yerini daha önceden tanınmayan, bilinmeyen bir mekanda olmanın getirdiği yersizlik hissine bırakır. Birey böyle bir olay sonrasında yaşadığı yerle olan duygusal bağının farkına varabilir.

Fenomenoloji, yer kavramının insan hayatında ne anlam ifade ettiğini, onun davranışlarını nasıl şekillendirdiğini anlamak ve açıklamak amacıyla kullanılacak en iyi yöntemlerden biridir. Fenomen, kendini ve dış dünyayı kendine özgü bir biçimde algılayan kişinin öznel yaşantısına verilen isimdir. Fenomenolojik yaklaşım ise, bireyin davranışlarını anlayabilmek için, onun kendine özgü algılayışını ve yaşantısını bilmemiz gerektiğini savunur. Bireyin davranışını ne çevre koşulları ne de organizmadaki biyolojik dürtüler, istekler, gereksinimler belirler; bireyin davranışını biçimlendiren en önemli etken, onun kendini ve çevreyi o andaki anlamlandırış biçimi, başka bir deyişle bireyin o andaki fenomenidir (Cüceloğlu, 1997: 32).

Fenomenolojik yaklaşım yere ilişkin değerlendirmelerinde, fiziksel dünyanın asla değişmeyen ve bütün insanlar için aynı olan gerçek bir dünya olmadığını ve insanların yorumlarına veya ona yükledikleri anlamlara bağlı, göreceli bir dünya olduğunu savunmaktadır (Eyce, 2011: 6). Benzer bir şekilde, çevreye ilişkin deneyimin öznel olduğu, buradan hareketle de, mekanlar, yerler ve kentlere ilişkin deneyimin dışarıdaki gerçeklikle değil, insanın öznel deneyiminin oluşturduğu içsel bir gerçeklikle ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Göregenli, 2010: 182).

İnsan çevre etkileşimini fenomenolojik yaklaşımla yorumlayan ve yaklaşımın öncülerinden olan Relph (1976) fiziksel çevrenin kendisinden, ortamda yaşanan sosyal ilişkilere gönderme yapmıştır. Relph (1976) “Place and Placelessness” adlı kitabında yere felsefi açıdan yaklaşır ve fenomenolojik bir bakış üzerinde durur. Relph, daha önce yer kavramı başlığı altında açıklanmaya çalışılan, yer ve mekan arasındaki anlamsal farklılığını ortaya koymuştur. Aslında bu çalışmaya kadar yer kavramı, fiziksel mekandan farklı bir kavram olarak fark edilmiş olmasına rağmen bu ayrım net olarak yapılamamıştır. Relph’in yere ilişkin değerlendirmesi, Alman filozof ve varoluşçu felsefenin önemli isimlerinden sayılan Martin Heidegger’in “dasein” (insanların dünyada bulunma / var olma biçimleri / yolları) ve “dwelling” (ikamet etme / mesken tutma) kavramlarına dayandırmaktadır. Heidegger’in

“dasein” ve “dwelling” düşüncelerine göre insan, dünyada ‘yüzer-gezer’ bir zihin olarak varolamaz, “mesken tutmalıdır”. Yani; belirgin özelliklere sahip belirli bir ‘yer’e ait olmalıdır. Buna göre yer, herhangi bir lokasyon değildir. İnsanlar arasında zaman içinde paylaşılan deneyimlerin oluşturduğu bir olgudur. İnsanlar zamanla bir mekana kök saldıkça, kültürlerini orada yoğunlaştırdıkça mekanlar yere dönüşür (Norberg-Schulz, 1980). Bu noktada yer ve “mekan” kavramlarının birbirinden ayrıldığı görülmektedir. Bu ayrım E. Husserl ve M. Heidegger gibi fenomenologların düşüncelerini temel alan E. Relph ve Y. Tuan gibi araştırmacılar tarafından netleştirilmiştir.

Fenomenolojik yaklaşıma göre, insan ve çevresi arasında eşzamanlı olarak ortaya çıkan bilişsel ve duyuşsal ilişkiyi anlamada sezgisel kavrayış öncelik kazanır (Husserl, 2003). Mekanlar ve bu mekanlara yüklenen anlamlar birey ve çevresi arasındaki etkileşimin önemli bir unsuru olur. Bu bağlamda, algılanan nesne algılayan öznenin bağımsız değildir. Özne ve nesne ayrımı ortadan kalkmıştır (Aydınlı, 2004). Yer in fenomenolojik incelenmesi, fiziksel dünyanın bileşenlerinin o çevrede yaşayan insanların psikolojik, sosyal, kültürel ve manevi dünyalarını bütün boyutlarıyla ortaya koyduğunu ve bu unsurları yansıttığını göstermektedir (Coates ve Seamon, 1984: 9). Yani fiziksel çevre, içinde yaşayanların geleneklerini, kültürlerini, değer yargılarını, dünya görüşlerini ileten ve etkileyen bir ortam haline dönüşür ve pek çok anlamı bünyesinde barındırır.

Fenomenolojik çalışmaların gösterdiği gibi, yer olgusu, oldukça karmaşık bir yapıdadır. Bu karmaşık yapıyı fenomenolojik yaklaşımdan faydalanarak açıklamaya çalışan araştırmacılardan biri de Seamon (1993, 1994, 2014)’dur. Seamon (2014, 11) insan hayatının ayrılmaz bir parçası olan mekanın karmaşık yapısını üç boyut açısından ele alarak anlaşılabilirliğini iddia etmektedir. Bu yapıya ise insan-yer üçlemesi (The People-Place Triad) adını vermiştir. Üçlemenin ilki, daha çok fiziksel unsurları ifade eden; topoğrafya, jeoloji, hava durumu, bitki örtüsü, fauna ve peyzaj gibi doğal yapılar ile, binalar, cadde ve sokaklar, arazi kullanımı gibi mekansal düzenlemelerden oluşan insan yapımı bileşenlerin dahil olduğu fiziksel çevre (*Geographical Ensemble*); ikincisi, fiziksel çevrede meydana gelen, birey ve grupların bilinçli veya bilinçsiz eylemleri, niyetleri ve o çevreye yönelik içerdikleri anlamları temsil eden sosyal bileşenler (*People-in-Place*); üçüncüsü ise, çevrenin kendine özgü ambiyansını, atmosferini ve karakterini ifade eden yer hissidir (*Genius*

Loci - Sense of Place). Seamon bu üç boyutun göreceli olarak bağımsız olduğunu ancak her birinin yeri anlamlandırmada ve o yerde gelişen olay ve eylemlerde merkezi bir rolü bulunduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte Seamon, aynı çalışmada, fiziksel unsurlar ile sosyal bileşenlerin, yer hissini oluşmasına katkı sağladığını, fakat yer hissini insanlar tarafından kavranabilecek kendine has bir fenomen olduğunu da belirtmektedir.

2.1.4. Yer ve İnsan Etkileşimine İlişkin Temel Kavramlar

Bu noktada insan ve çevre etkileşiminin yeterince anlaşılabilmesi amacıyla, bu etkileşime temel oluşturan birtakım kavramlara yer verilecektir. Bu kavramlar daha çok fenomenolojik bakışın, insan ve fiziksel çevre etkileşimine ilişkin ortaya attığı kavramlardır. Fenomenolojik yaklaşım insanla fiziksel mekan ilişkilerinin genel bir sorgulamasını sunmaktadır (Göregenli, 2010: 123). Bu sorgulamanın belki de en temel kavramlarından olan, insan çevre deneyiminin analizinde kullanılan ve birbiriyle yakından ilişkili; yerin anlamı (meaning of place), kendileme (appropriation), yer aidiyeti (place attachment) ve yer kimliği (place identity) kavramları incelenecektir. Bununla birlikte yer aidiyeti başlığı altında, topluluğa bağlılık (community attachment) ve yer kimliği başlığı altında da kent kimliği (urban identity) incelenecek diğer kavramlardır.

2.1.4.1. Yerin Anlamı

Fenomenolojik yaklaşımda mekanlar ve bu mekanlara yüklenen anlamlar birey ve çevre arasındaki etkileşimde önemli bir unsur olarak ele alınır. Tuan (1977), bilinmeyen bir ortamın bir boşluk (blank space) olduğunu, yalnızca yaşanmış deneyimlerle anlam taşıyan bir yer (place) haline dönüştüğünü öne sürmüştür. Relph (1976) ise mekanı fenomenolojik ve hümanistik coğrafya bakışıyla; fiziksel ortam, aktiviteler ve anlamlar olarak incelemiştir. Yere dair benzer modellemeler farklı araştırmacılar tarafından da yapılmıştır. Örneğin, Agnew; “locale, location ve sense of place”i içeren ve Relph’in ortaya attığı ayrıma benzer bir modelleme ileri sürmüştür. Sosyal ilişkilerin oluştuğu, kurulduğu ortamlar (aile, okul, iş yeri, ibadethane, sendika, spor kulüpleri vb.) olarak locale, sosyal etkileşim için varolan ortamları çevreleyen coğrafi alan için location ve son olarak duygusal veya sembolik

olarak bir yerle yaşanan özdeşleşme için ise sense of place tanımını kullanmıştır (Agnew'den aktaran Göregenli, 2010: 174). Sixsmith (1986), yerin anlamını ev ölçeğinde incelediği çalışmasında, evin günlük çevre deneyimleri ile bireyler için ne anlam ifade ettiğini fenomenolojik temel çerçevesinde ele alır. Britanya'da yaşayan 22-29 yaş arası toplam 22 öğrenciyle gerçekleştirdiği derinlemesine mülakatlar sonucunda evin 20 farklı anlamına ulaşmıştır. Daha sonra bu anlamları 3 ana kategori altında toplayan Sixsmith, bunlara; kişisel, sosyal ve fizikse adını vermiştir. Çizelge 1'de üçlü deneyimsel model olarak adlandırılan bu kategorilerde yer alan anlamlar belirtilmiştir.

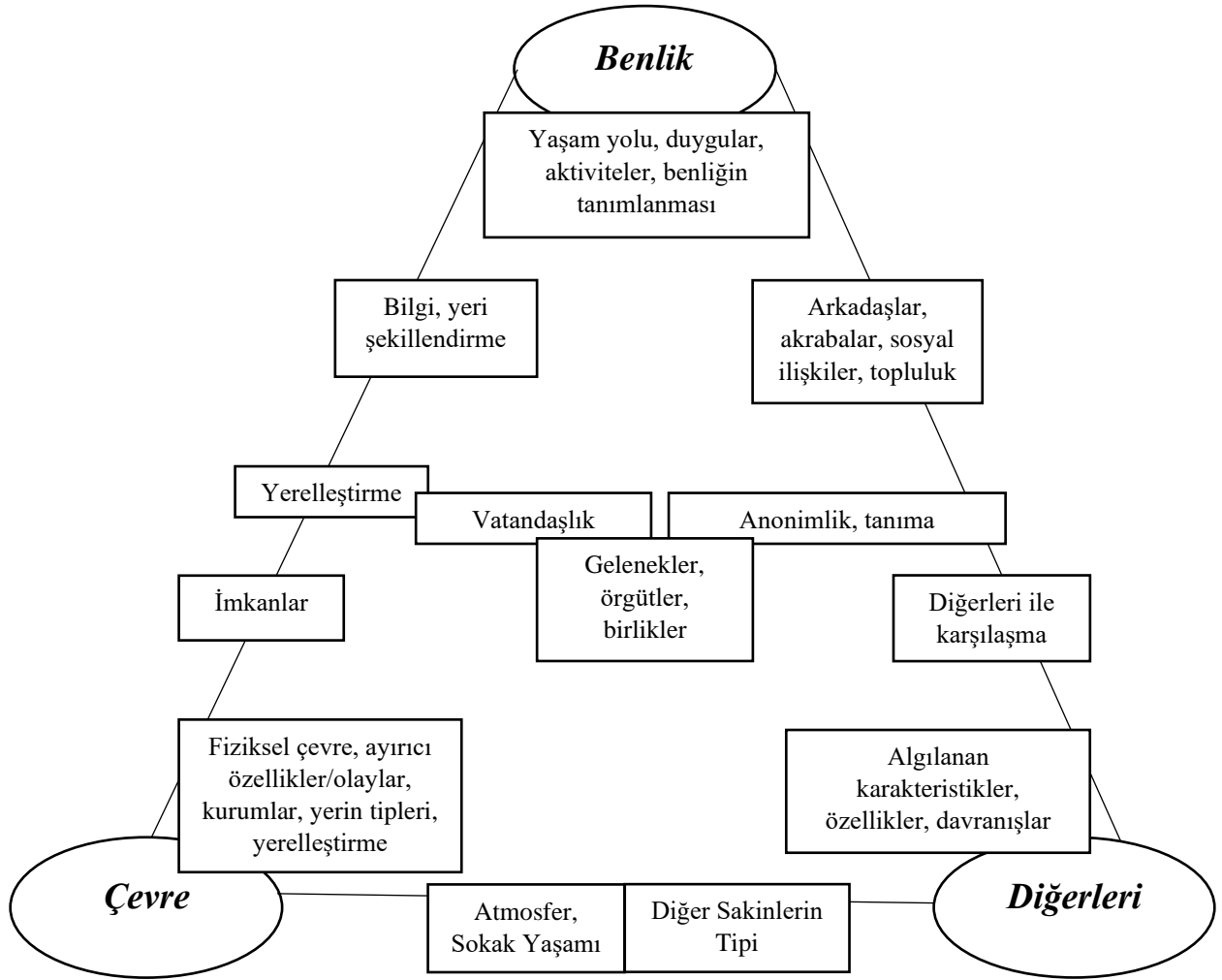
Çizelge 1: Üçlü Deneyimsel Model, Evin Anlamları

<i>Kişisel</i>	<i>Sosyal</i>	<i>Fiziksel</i>
Mutluluk	İlişki Tipi,	Yapı,
Aidiyet	İlişki Kalitesi,	Araç-Gereç
Kendini İfade Etme	Arkadaşlar ve Eğlence,	Mimari
Önemli Deneyimler	Duygusal Çevre	İş Çevresi
Süreklilik		Alansallık
Mahremiyet		
Zaman		
Anlamlı Yerler		
Bilgi		
Geri Dönme Arzusu		

Kaynak: Sixsmith, J. (1986). The Meaning of Home: An Exploratory Study of Environmental Experience. Journal Of Environmental Psychology, 6(4), 281-298.

Gustafson (2001)'un yerin anlamlarını keşfetmeye yönelik gerçekleştirdiği çalışmasında ise, katılımcıların kendileri için önemli gördükleri yerleri listelemeleri ve bu yerlerin kendileri için ne anlam ifade ettiğini açıklamaları istenmiştir. Aynı zamanda farklı mekansal ölçeklere olan bağlılıkları da bu çalışma çerçevesinde incelenmiştir. Görüşme sonucunda katılımcıların tanımladıkları yerlere kendiliğinden atfettikleri anlamların; “benlik, çevre ve diğerleri” başlıkları etrafında toplandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların atfettikleri anlamlar 3 kutba ayrılmak yerine bu kutuplar arasında haritalandırılmıştır. Bu haritalandırma Şekil 1'de belirtilmiştir.

Yerler genellikle kişisel anlamlar içermektedir. Bundan dolayı Şekil 1'deki üçlü modelde yer alan "benlik", bireyin uzun süre yaşadığı, birçok kez gidip geldiği, kök saldıgı veya süreklilik ilişkisi içinde olduğu yerlerle arasındaki yaşam yolu süreci ile yakından ilişkilidir. Yaşam yolu süreci daha çok bireyin çocukluk, ergenlik, ebeveynlik gibi yaşam aşamaları olarak ifade edilir. Diğer bir anlam teması duygulardır, birçok katılımcı, ikamet yerlerini güvenlik ve ev hissi ile ilişkilendirmektedir. Benlik ve yer arasındaki bağlantıyı sağlayan bir diğer tema ise, yerlerin, katılımcıların iş veya eğlence alanlarıyla ilişkilendirdiği faaliyetlerdir. Böylece yerler bir özdeşleşme kaynağı olarak görülür. Bireyler ikamet ettikleri yerleri, başkalarına kim olduklarını göstermek amacıyla kullanırlar.



Şekil 1: Yere İlişkin Anlamlar

Kaynak: Gustafson, P. (2001). Meanings of Place: Everyday Experience and Theoretical Conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.

Bir diğerk önemli anlam kategorisi “diğerkleri”dir. Yerler kimi zaman herhangi bir sosyal ilişkiye veya karşılaşmaya atıfta bulunmadan diğerkleri ile ilişkilendirilir. Bu durumda yerler, orada yaşayanların algılanan özellikleri, nitelikleri ve davranışları aracılığıyla anlam kazanmaktadır. Son kategori olan “çevre” de ise, hava durumu ve mevsimler gibi doğal çevre koşullarına ve yapıli fiziksel çevreye vurgu yapılmaktadır. Bunlarla birlikte, bir yerle ilgili ayırt edici özellikler ve olaylar da bu çerçevede değerlendirilir. Bu durumda yerin anlamları, yalnızca fiziksel bir ortam olarak değil, aynı zamanda sembolik ya da tarihsel bir ortam olarak da atfedilir (Gustafson, 2001).

Gustafson (2001) yere dair birtakım anlamları doğrudan üçlü modelin uç noktalarına yerleştirmekten kaçınmıştır. Bunun sebebi olarak ise, bu anlamların uç noktalardaki temaların birbiriyle ilişkisinden kaynaklı olduğunu ileri sürmesidir. Örneğin; benlik çevre, çevre ve diğerkleri veya benlik ve diğerkleri arasındaki ilişki sonucu ortaya çıkan anlamlar olduğunu belirtir.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşıldığı üzere, anlamdan bağımsız bir yer tanımının olması mümkün görünmemektedir. Fiziksel çevre, orada yaşayan insanların geleneğini, kültürünü, değer yargılarını, dünya görüşünü yansıtan ve şekillendiren bir ortamdır ve bünyesinde birçok anlamı saklar. Anlam genelde sübjektiftir yani kişiden kişiye değişiklik gösterebilir. Bireyin yaşadığı ortamlara değer yüklemesi, o ortamın birey için taşıdığı anlamla ilişkilidir. Önemli olan sosyal dünyadaki mekanın, sembollerin ve metinlerin anlamıdır. Anlam toplumsal mekansallaşmanın bir ürünüdür. Kısaca bireyler, yaşadıkları çevreyi yalnızca fiziksel unsurları gözeterek yaşamazlar, aynı zamanda bilişsel süreçler sonucu oluşan yoruma dayalı anlamlar vasıtasıyla da yaşarlar (Ploger, 2001: 64).

2.1.4.2. Yeri Kendileme

Fenomenolojik bakışla yer, yaşamın hammaddesi olarak görülür ve dolayısıyla bir nicelik olarak değerlendirilir, çünkü yer, insan eylem ve etkinlikleri için gerekli bir donanım, bir hammaddedir. Her varlık minimum bir mekan sermayesinin varlığına ihtiyaç duymaktadır. Öyle ki, köylü tarlasında, işçi işyerinde, memur ofisinde, hasta yatağında, tutuklu cezaevinde az ya da çok, geçici veya kalıcı kendine ait bir mekana ihtiyaç duymaktadır. Her birey kendisine ait kıldığı bu

mekanları düzenlemekte, organize etmekte ve diğerlerinin mekanına ve çevreye göre farklılaştırmaktadır. Bu durum genel olarak kendileme veya kendinin kılma olarak tanımlanır (Bilgin, 1990: 63).

Kendileme en basit tanımıyla, insanların herhangi bir şeyi kendisine almasını veya sahiplenmesini ifade eden eylem veya süreç olarak tanımlanır (Grauman, 1976: 113). Yeri kendileme ise, insanların aktif bir şekilde kullandıkları fiziksel çevreyi kendilerine ait hissettikleri ve sonunda buraları anlamlı bir yer haline getirip o yerlere bağlanma sürecini ifade eden karmaşık bir yapıyı tanımlar. Kendileme, aslında insanların mekanları anlamlı birer yer haline dönüştürdüğü bir sistem olarak değerlendirilmektedir (Rioux, Scrima ve Werner, 2017).

Çevre ve davranış bilimleri araştırmalarında yeri kendileme kavramı, bireyin veya grupların bir mekanı yaratmasını, seçimini, sahipliğini, değiştirmesini, geliştirmesini, ilgilenmesini ve kullanımı sonucu orayı kendisinin yapmasını tanımlamak amacıyla kullanılan bir terimdir (Feldman ve Stall, 1994). Kullanmak eylemi, kendileme kavramını açıklamak için kilit öneme sahiptir. Buna göre herhangi bir nesne veya mekanı kendilemek için onun sahibi olmaya gerek yoktur. Bireyler nesnelere ve mekanları kullanımları sonucu onları psikolojik olarak kendinin kılarlar.

İnsan bir şeye biçim verirken, ona, isteklerini, taleplerini kabul ettirmekte ve o şey artık insanın kişiliğini yansıtmaktadır. Yani insanın kimliğini yansıtan şeylerin niteliği, biçim verme sonucunda ortaya çıkacaktır. Tıpkı bir yeri kendi arzularına göre düzenleyip, kendi zevkine ait biçim, renk ve dokusuyla eşyaları isteğine göre yerleştirip çevrenin varlığını etkilemek ve böylece mekanın kendilenmesi sonucunda kişinin özünün dışı vurumunun gerçekleşmesidir (Öymen Gür, 1996: 107).

Yeri kendileme kavramı içerisinde, egemenlik ve faydayı barındırır. Bireyler bölgesel kontrol sağlayarak çevrenin başkaları tarafından kullanımını da düzenlemiş olurlar aynı zamanda fiziksel unsurlara sahip olarak veya bunları kullanarak fayda elde ederler (Werner, Altman ve Oxley, 1985: 5). Benzer şekilde yer aidiyeti ve yer kimliği kavramları da, insanların belirli nesnelere ve mekanlara sosyal, kültürel ve psikolojik önem atfettiklerini ve böylece kendilerini o nesne ve mekanlar vasıtasıyla bir topluluğa bağladıklarını ileri sürer (Relph, 1976). Kendileme, aynı zamanda kabul etme ve gönüllülük gerektirmektedir. Gönüllü olarak sahip olmadığımız eşyalarla hiçbir ilişki kuramayız. Kabul etme ve gönüllülüğün kendileme için gerekli koşullar

olduğunu belirtmek, bu sürecin her durumda sahip olmayı gerektirmediği düşüncesini beraberinde getirmektedir. Kentlere, sokaklara ya da bazı genel mekanlara sahip olamayız, fakat onlara kendimizden pek çok şey katabiliriz, onlarda kök salabiliriz. Bu aşinalık ilişkisi onların kimliğini bizim kimliğimizle birlikte oluşturur ve kendiliğimizi, kimliğimizi onlarla tanımlarız (Göregenli, 2010: 124).

Moles, kendilemeyi, bireyin evrene demir atması, kök salması olarak nitelendirmektedir. Yalnızca bir yere ait olmayan insanların çevreyi kendilemede sorunlar yaşadığını, böylece kendileme için, insanların bir yere ve hatta bunun da ötesinde bir yersel kimliğe ihtiyaç duyduğunu vurgulamıştır (Moles'dan aktaran Bilgin, 1990). Bu noktada kendileme ile yer kimliği arasında bir bağlantı ortaya çıkmaktadır. Buna göre kendileme yer kimliğinin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Yer kimliğinin birtakım özelliklerinden olan; bir yerde kök salma, psikolojik olarak “burası” (bireyin bulunduğu, ait olduğu yer) ve “orası” (bireyin bulunmadığı, ait olunmayan yer) noktaları oluşturma, bir yeri anlamlandırıp oraya aidiyet hissetme gibi davranışlar aynı zamanda kendilemenin de belirtileridir. Kısaca yer kimliği, bir mekanın kendilenmesi yoluyla oluşmaktadır. Kendileme, yer kimliğinin oluşumunda birinci dereceden ve belki de en önemli bileşendir. Bireyin çevre ile diyalogunda en açık dil, en anlamlı söz, en yalın ifade biçimidir. Kısaca yer kimliği oluşumunda birey kaynaklı en önemli etkidir (Örer, 2002: 84).

2.1.4.3. Yer Aidiyeti ve Topluluğa Bağlılık

Yer aidiyeti, bireyler veya grupların zaman içerisinde sosyal ve fiziksel çevre ile arasında oluşan; davranışsal, duygusal ve bilişsel bağlardan geliştirilen olumlu tecrübeli deneyimleri içermektedir. Bu deneyimler kimi zaman bilinçsiz bir şekilde oluşmaktadır (Brown ve Perkins, 1992: 284). İnsanlar ve mekanlar arasındaki duygusal ilişkiyi açıklamaya çalışan birçok çalışma, genellikle, yer kimliği ve yer bağlılığı bileşenlerinden oluşan iki boyutlu yer aidiyeti yapısını kullanılsa da, yer aidiyetinin duygusal bağlılığı ölçen, her iki bileşenden farklı bir kavram olduğu ifade edilmektedir (Jorgensen ve Stedman, 2001; Brocato, 2006). Kısaca yer aidiyeti, bireylerin bir çevreye yönelik duygusal anlamda hissettikleri bağlılığı vurgulamaktadır. Tuan (2008) duyguların fiziksel dünyada elde edilen insan deneyimleri ile ilgili olduğunu ve kişisel deneyim ve sosyal etkileşimin bireyi bir

yere ait hissettiren temel unsurlar olduğunu belirtmektedir. Moore ve Grafe (1994), bir bireyin daha önce ziyaret etmediği bir yere kendini ait hissetmesinin mümkün olabileceğini, fakat bireylerin bir yere duygusal anlamda ait hissetmelerinin genellikle ziyaretlerinden sonra gelişmeye başladığını belirtmektedirler.

Scannell ve Gifford (2010), yer aidiyetinin üçlü bir yapısı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Buna göre yer aidiyeti bireysel, psikolojik ve mekan olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Bireysel boyut, kişisel veya toplu olarak belirlenmiş, deneyimlere ve önemli anılara dayanan yerin anlamlarına vurgu yapar. Bununla birlikte kültürün, tarihin ve dini inanışların, toplumun üyelerini, paylaşılan tarihsel deneyimler, değerler ve semboller aracılığıyla yere bağladığından bahseder. Psikolojik boyut ise, aidiyetin duygusal, bilişsel ve davranışsal bileşenlerini içermektedir. Aidiyetin nasıl oluştuğu, bilişsel ve davranışsal belirtilerinin neler olduğu gibi sorulara cevap aranmaktadır. Bu boyuta benzer bir şekilde, yer aidiyetinin üçlü psikolojik yapısı (duygusal, bilişsel ve davranışsal) Jorgensen ve Stedman (2001) tarafından yer hissi (sense of place) olarak adlandırılmıştır. Scannell ve Gifford (2010)'e göre yer aidiyetinin en önemli ve son boyutu, mekan, yani yerin kendisidir. Bu boyut farklı coğrafi düzeylerde incelenmiş ve genellikle sosyal ve fiziksel yer aidiyeti olmak üzere iki farklı seviyeye ayrılmıştır. Mekan boyutu; mekansal seviye (ev, mahalle, şehir), özgüllük, sosyal ve fiziksel öğelerin önemi gibi yer aidiyetinin özelliklerini vurgular. Scannell ve Gifford (2010)'un yukarıda açıklanan üçlü modeline göre yer aidiyeti, bir birey veya grup ile yer arasındaki; mekansal seviye, özgüllük derecesi ve yerin sosyal veya fiziksel özellikleri bakımından değişebilen, duygusal, bilişsel ve davranışsal birtakım psikolojik süreçlerle ortaya çıkan bağlıdır.

Yer aidiyeti insan çevre bağının farklı yönlerini ve bir yere ilişkin duygu, bilgi, inanç ile o yerle ilgili davranış ve eylemlerin karşılıklı etkileşimini içeren çok yönlü ve karmaşık bir olgudur (Rollero ve De Piccoli, 2010: 198). Yer aidiyeti bireylerin, kendilerini rahat ve güvende hissettikleri belirli çevrelerle kurdukları duygusal bağlar olarak tanımlanmaktadır (Hidalgo ve Hernandez, 2001). Öyle ki, bireyler bir parçası olmaktan memnuniyet duydukları yerler ile duygusal bağlar kurarlar. Çünkü bu yerler kontrole izin verir ve mahremiyet, güvenlik ve huzur için imkan sağlarlar (Altman ve Low, 1992).

Altman ve Low (1992) yer aidiyetinin; yer sevgisi (Tuan, 1974), yer kimliği (Proshansky vd. 1983), yer hissi (Jorgensen ve Stedman, 2001), köklülük (Chawla, 1992), topluluk duygusu ve kimliği (Hummon, 1992) gibi çeşitli benzer fikirleri içerdiğinden bahseder. Bununla birlikte yer aidiyeti ile ilgili birtakım varsayımlar ortaya koyar. Buna göre yer aidiyeti, birbiriyle ilişkili ve ayrılmaz yönlerden oluşan bütünleştirici bir kavramdır. Yer aidiyetinin kökenleri farklı ve karmaşıktır. Son olarak yer aidiyeti, bireyin veya grubun kültürel öz tanımlamasına ve toplulukla bütünleşmesine katkı sağlar.

Bazı araştırmacılar yer aidiyetinin oluşması ve sürdürülmesi ile ilgili olarak, doğrudan veya dolaylı, dört sürecin etkili olduğundan bahseder. Bunlar; biyolojik, çevresel, psikolojik ve sosyokültürel süreçlerdir. Riley (1992), biyolojik süreç olarak adlandırdığı ilk süreçte, insan türlerinin, birey ve yer arasında ekolojik bir uyum sağlayan belirli ortamlara evrimsel ve fizyolojik adaptasyonlarından bahseder. Bu süreç birey tarafından bilinçli bir şekilde deneyim edilmese de, temel bir insan-yer bağlantısıdır. Çevresel süreçte ise, doğal çevrenin coğrafi özelliklerinin kişilerin toplumsal davranışlarını, gelenek ve göreneklerini, inançlarını, toplumun ekonomik ve politik yapısını etkilediğini savunan çevresel determinizm ile mekanın, üzerinde yaşayan toplulukların ekonomik, sosyal, ideolojik ve teknolojik karakterinden oluşan yaşam tarzlarının şekillendirdiğini iddia eden kültürel ekoloji kavramlarına göndermelerde bulunulur. Psikolojik süreç, yer aidiyetinin oluşmasında önemli bir rol oynar. Bu süreç çocukluk dönemindeki yere ilişkin psikolojik deneyimlerle başlamaktadır (Chawla, 1992). Yere ilişkin psikolojik süreç bireyin erişkin döneminde devam etmekte ve bununla birlikte insanların hayatının herhangi bir aşamasında yer ile etkileşimi sonucu yaşadığı önemli olaylar da yer aidiyetinin oluşmasında etkili olmaktadır (Brown ve Perkins, 1992). Son süreçte ise, sosyokültürel kökenlere ve yerin sosyal dinamiklerine vurgu yapılmaktadır. Örneğin, sosyal normların ve ideolojilerin bireylerin evlerine bağlılıklarına ve diğer mekanlarla olan ilişkilerine nasıl yön verdiği ele alınmaktadır. Bununla birlikte kültürel ve toplumsal anlamların ve sembollerin bireyin topluluğa ve mahalleye bağlılığı üzerindeki etkisi incelenmektedir (Hummon, 1992).

Topluluğa bağlılık ve yer aidiyeti birbiriyle ilişkili ve benzer kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kasarda ve Janowitz (1974), topluluğu kendi yaşam döngüsü ve ekolojisi olan, kurumsal ve normatif boyutlara sahip bir sosyal yapı

olarak tanımlanmaktadır. Bu sosyal yapı; aile hayatına ve toplumsallaşma süreçlerine dayanan karmaşık bir arkadaşlık, dostluk ve akrabalık ağları sistemi ve resmi ve gayri resmi ilişkisel bağlar olarak görülmektedir. Topluluk kavramı, fiziksel çevrenin, sosyal bağların, sembolik anlamların ve kültürel mirasın yer aldığı birtakım iç içe geçmiş olgulara atıfta bulunurken, yer kavramı daha çok fiziksel çevreyi ön plana çıkarır. Topluluk kavramı, fiziksel unsurları, bir coğrafi mekanı anlamlı ve yaşanabilir hale getirmek için diğer olgularla bütünleştirir. Bu açıdan bakıldığında topluluk, yer kavramını bünyesinde barındırmaktadır (Mannarini, Tartaglia, Fedi ve Greganti, 2006).

Topluluğa bağlılık kavramı, bir toplumda yaşayan bireyler arasındaki sosyal ilişkileri esas almaktadır (Brehm, Eisenhauer ve Krannich, 2004). Başka bir ifadeyle bir toplumda yaşayan bireylerin diğer bireylerle olan ilişkilerini ve bireyin topluma sosyal anlamda katılmasını ve toplumla bütünleşmesini ifade etmektedir (McCool ve Martin, 1994). Bireylerin toplumsal ve sosyal iletişimlere girerek yaşadıkları yere olan bağlılığını sağlayan unsurlara gelenekler, aile bağları, ekonomik, sosyal ve politik bağlar örnek verilebilir (Trentelman, 2009). Bununla birlikte bireylerin topluluğa bağlılığı genellikle o toplumda yaşama süresi ve topluluğun bulunduğu coğrafyada doğmuş olmakla yani ortak bir mirasa sahip olmakla da ilişkilendirilmektedir (Um ve Crompton, 1987).

Topluluğa bağlılık üzerine yapılan çalışmalarda bir yere aidiyet, bireylerin, orada yaşayanlara ve yerin onlara sağladığı sosyal etkileşimlere bağlanması anlamına gelmektedir (Woldoff, 2002). Lalli (1992)'de, mekansal bağların büyük ölçüde önem kazandığını, çünkü sosyal bağları sembolize ettiğini belirtmiştir. Dolayısıyla, sosyal bağların bir kısmı, bireylerin yaşadıkları yerlerde etkileşimde buldukları diğer insanlara bağlanma ve bir kısmı da mekanın temsil ettiği sosyal gruba bağlanmayı içerir. Bu tür bir bağlanma ve yerin bir kişinin sosyal grubunu sembolize ettiğinin kabulü yer kimliği ile yakından ilişkilidir.

2.1.4.4. Yer Kimliği ve Kent Kimliği

Mekana dayalı kimlik ya da yer kimliği; coğrafya, kentsel planlama, kentsel tasarım, peyzaj mimarlığı, çevre psikolojisi, kent sosyoloji, çevre sosyoloji alanlarında mekan ve kimlik arasındaki ilişkiyi inceleyen bir olgu olarak ele alınır.

1970'lerin başından beri incelenen bu olgu (Proshansky, 1978), belirli bir yerde yaşayanlar için o yerin anlam ve önemi ve bu anlamların bireylerin kimlikleri üzerinde nasıl etkide bulunduğu incelenmektedir. Bazı yönlerden yer aidiyeti (place attachment) ve yer hissi (sense of place) kavramları ile de ilişkilidir (Altman ve Low, 1992).

İlgili alanyazın incelendiğinde yer aidiyeti ve yer kimliği arasındaki ilişkiye dair farklı bakış açıları olduğu belirtilmiştir (Hernández, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess, 2007). Buna göre; yer aidiyeti ve yer kimliği kimi zaman aynı kavramlar olarak görülebiliyorken (Brown ve Werner, 1985), kimi zaman yer aidiyeti yer kimliğinin bir parçası olarak ele alınmıştır (Lalli, 1992). Bazı çalışmalarda ise, yer kimliği, yer aidiyetinin bir alt boyutu olarak değerlendirilmiştir (Kyle, Graefe ve Manning, 2005). Bu görüşlerin dışında her iki kavramın üst düzey bir olgunun bileşenleri olduğu düşüncesi de literatürde bulunmaktadır. Jorgensen ve Stedman (2001), bu kavramı yer hissi olarak adlandırmıştır. Yer hissi (sense of place) temelde bir çevre psikolojisi kavramı olmasına rağmen sosyoloji, psikoloji, kültürel antropoloji, ekoloji, mimari, planlama, ekonomi ve turizm gibi sosyal bilimlerin birçok farklı alanında kavramsal ve ampirik çalışmalarda yer bulmuştur (Lawicka, 2011). En genel tanımıyla yer hissi, bireyler ile spesifik yer veya alanlar arasında kurulan duygusal bağlar olarak tanımlanmaktadır (Hidalgo ve Hernandez, 2001:274). Yer hissi genellikle yerlere her türlü bağlantıyı belirtmek için daha geniş bir terim olarak düşünülürken, yer aidiyeti daha açık bir şekilde insanlar ve yerler arasındaki duygusal bağ olarak tanımlanır. İki kavram arasında bu açıdan benzerlikler ortaya çıkar.

Rollero ve De Piccoli (2010) ise, yer aidiyeti ve yer kimliği arasındaki farkı ortaya koymayı amaçladıkları çalışmalarında, birey ve çevre arasındaki ilişkinin birbirleriyle bağlantılı fakat farklı yönleri olan iki boyutuna vurgu yapmaktadırlar. Buna göre; duygusal boyut, yani yer ile olan duygusal bağ yer aidiyeti olarak adlandırılırken; bilişsel boyut, yani fiziksel alanın bir üyesi olmaktan kaynaklı oluşan benlik hakkındaki bilişler yer kimliği olarak tanımlanmıştır. Yer kimliği, toplumsal cinsiyet ve sosyal sınıf gibi benliğin bir alt yapısını oluşturmakta ve çevreye ilişkin algı ve kavrayışlardan meydana gelmektedir. Bu algılar ve kavrayışlar iki tür küme altında incelenebilir. Bunlardan ilki anılar, düşünceler, değerler ve anlamlardan oluşuyorken, ikincisi ev, okul, mahalle gibi farklı düzeylerde fiziksel çevre ile olan

ilişkiden ortaya çıkmaktadır (Proshansky ve Fabian, 1987: 23). Bu çalışmada da yer aidiyeti ve yer kimliği arasında yukarıda belirtilen ayırım gözetilmiştir.

Proshansky vd. (1983), yer kimliğini benlik teorisine dayandırarak açıkladıkları çalışmaları ile bu kavramın çevre psikolojisi alanında kuramsal temellerinin atılmasına katkı sağlamışlardır. Proshansky (1978), yer kimliğini, insanın doğal ve yapılandırılmış çevreyle, fiziksel dünyayla ve diğer insanlarla ilişkilerinde tercihleri, beklentileri, duyguları, değerleri ve inançları tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini yapısında birleştiren karmaşık bir örüntü olarak tanımlamaktadır. Kısaca, yer kimliği, bir bireyin öz kimliğine katkıda bulunan ve bireylerin çeşitli fiziksel ortamlarla deneyimlerinin yapılandırmasına yardımcı olan bir faktördür. Proshansky vd. (1983) yer kimliğinin benlik teorisi ile ilişkisini bir bebeğin kimlik kazanma süreci üzerinden açıklamıştır. Bebek bu süreçte kendisi ile diğer insanlar arasında farklar olduğunu keşfetmeye başlar. Buna göre bebek anneyi öğrenmekle birlikte, kendi annesini diğer annelerden ayırt etmeyi de öğrenir. Bu ayırım bebeğin annesi ile olan ilişkisine dayanmaktadır ve artık bebek, kendisini bu ilişki üzerinden tanımlar. Onlara göre, kimliğin gelişimi bebeğin kendisini diğer insanlarla ayırt etmesiyle sınırlı kalmaz. Günlük yaşamı tanımlayan nesnelere, şeylere, mekanlara ve yerlere, kısaca fiziksel unsurlara da benlik algısı üzerinde oldukça etkilidir. Örneğin bir bebeğin odası kendisinden ayrı ve farklıdır ancak onunla ilişkilidir. Odanın ona ait olması ve onu tatmin etmesi, bebeğin kendi bedensel deneyimini tanımlamasına ve ayrı bir birey olduğu bilincine varmasına yardımcı olur. Kısaca Proshansky vd. (1983), benlik teorisinin ayırt edicilik özelliğine atıfta bulunurlar. Bir bireyin benliğinin gelişimi sürecinde, görsel, işitsel ve diğer algısal modlarla kendini diğerlerinden ve fiziksel çevreden ayırt etmesi araştırmacıların yer kimliği kavramını geliştirmesinde çıkış noktası olmuştur.

Breakwell (1986) ise, kimlik süreci teorisi olarak adlandırdığı teoride, yerlerin kimliği oluşturan önemli unsurlardan biri olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre ait olduğumuz yerlere bağlı olarak kimliğin farklı yönleri ortaya çıkar, çünkü yerler bizim için anlamı ve önemi olan sembollere sahiptir. Yerler kişisel hatıraları temsil etmekle birlikte, gruplar arası ilişkilerde sosyal ve tarihsel olarak da mevcuttur, yani toplumun sosyal anılarını da temsil eder. Yerlerin kalıcı bir anlamı yoktur; anlamları sürekli yeniden müzakere edilir ve bu nedenle kimliğe olan katkıları asla aynı değildir. Proshansky ve Fabian (1987)'da benzer şekilde yer

kimliğindeki değişikliklerin bir insanın yaşamı boyunca meydana gelebileceğinden bahseder.

Breakwell (1986, 2001), kimlik süreci teorisinde dört temel boyuttan bahseder. Bunlar ayırt edicilik veya benzersiz olma (distinctiveness), süreklilik-devamlılık (continuity), benlik saygısı (self-esteem) ve öz-yeterlidir (self-efficacy). İlk boyutta kişisel bir ayırt edicilik veya benzersiz olma duygusunun kurulması gerektiği ileri sürülür. Buna göre ayırt edici özelliklerin vurgulanması bireylerin sosyal kimliğini tanımlaması için temel bir unsurdur. Örneğin, kültürel ve fiziksel olarak benzersiz bir mekanda yaşayan halkın, bu mekana diğer mekanlara göre daha fazla aidiyet duyacağı ileri sürülmektedir. İkinci boyut olan süreklilik-devamlılıkta, bir yerin fiziki ve işlevsel niteliklerinin bu yere bağlılık derecesini etkileyeceğinden bahsedilir. Benlik saygısı boyutunda ise, bireyin kendisini ait hissettiği grupla ilgili yapmış olduğu değerlendirmeler ön plana çıkar. Bu aidiyet bir yer ile ilişkili olarak değerlendirildiğinde, o yerin niteliklerinin benlik saygısını desteklediği ifade edilebilir. Örneğin, tarihi olarak önemli bir destinasyonda yaşamak, oradaki topluluğa ait olduğunu hissetmek, bireylerde gurur duyma hissini açığa çıkarabilir. Kısaca bir yerin niteliklerine bağlı olarak o yere ait olma duygusu, bireyde olumlu bir benlik saygısı oluşturabileceği gibi, yine ait olunan yerin niteliklerine bağlı olarak bireyde olumsuz duygular oluşturması ise memnuniyetsizliğe sebep olabilmektedir. Son olarak öz-yeterlik, yaşanılan yerin, bireyin çeşitli durumlarda oluşan taleplerine karşılık verebilme yeterliğine olan inancını ifade etmektedir. Yaşanılan yerlerin bireylerin yaşam biçimlerini desteklemesi veya en azından engellememesi öz yeterlik duygusunun korunmasını sağlayabilmektedir. Breakwell (1986, 2001), bireylerin kimlik yapılarının bu dört boyutu elde etmek için motive olduklarını ileri sürmektedir. Bu dört boyut zamana ve duruma bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu boyutlar tatmin edilmediğinde kimlik için bir tehdit oluşur. Eğer birey bu boyutlara ilişkin bir tehdit algırsa, onları korumak veya yeniden kazanmak için çeşitli stratejiler geliştirecektir.

Mekan insan ilişkisinde bahsi geçen ve daha önceki başlıklar altında incelenen; kendileme, mekansal algı ve aidiyet bir bütün olarak yer kimliğinin oluşmasında etkili olmaktadır. Öyle ki kendileme ve kimlik ilişkisinde, yalnızca diğer insanlarla olan ilişki sonucu bir kendilik duygusu meydana gelmemekte, aynı

zamanda kişinin günlük yaşamını tanımlayan fiziksel çevre aracılığıyla da bu durum gerçekleşmektedir (Proshansky vd. 1983; Twigger-Ross ve Uzzell, 1996).

Korpela (1989: 246), fiziksel çevrenin kullanımı ile ilgili deneyimler sonucunda, bireylerin kendilik duygusu oluşturabileceklerini, bunu güçlendirebileceklerini ve kendilerini diğer bireylere açıklayabileceklerini ileri sürmektedir. Ona göre bu psikolojik yapının temelinde ait olma hissi yatar. Buradan hareketle yere aidiyet, yer kimliğinin tek bir yönü değil ancak var olması için gerekli bir unsurdur. Bu görüş çerçevesinde, yerin sosyal, kültürel, biyolojik tanımları ile yere dair bilişler yerin, bireyin kimliğinin bir parçası olmasını sağlar.

İnsan ve mekan arasında yaşanan etkileşim farklı perspektiflerden ve farklı kavramlarla ifade edilmiş olsa da çoğunun benzer anlamlar içerdiği görülmektedir. Bu etkileşimin tanımlanmasında kullanılan en yaygın kavramlar; yer kimliği (Proshansky, 1978; Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983; Proshansky ve Fabian, 1987), yer aidiyeti (Low ve Altman, 1992), yer bağlılığı (Kyle, Graefe ve Manning, 2005) ve yer bağlarıdır (Hammitt, Backlund ve Bixler, 2004). Kimi araştırmalarda yer kimliği ve yer bağlılığını içeren iki boyutlu yer aidiyeti yapısı görülmektedir (Bricker ve Kerstetter, 2000; Kyle, Absher ve Graefe, 2003; Williams, Vaske, 2003; Williams, Patterson, Roggenbuck ve Watson, 1992). Sosyal bağların da üçüncü bir bileşen olarak yer aidiyetine ilave edildiği çalışmalara rastlamak mümkündür (Kyle ve diğerleri, 2005). Bir başka çalışmada ise; yer aidiyeti, yer kimliği ve yer bağlılığının; tutumun üç boyutu olan duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarla kavramsal olarak benzer olduğu ileri sürülmüştür (Jorgensen ve Stedman, 2001; Yüksel, Yüksel ve Bilim, 2010; Chen ve Phou, 2013). Bu bakış açılarında bahsi geçen yer kavramı, bir evi, daireyi, sosyal bağların bulunduğu bir mahalleyi, iş yerini veya diğer ilgili ortamları kastetmektedir. Aynı zamanda bu bakış açılarının ortak noktası kişinin fiziki bir çevre ile olan ilişkisinin esasen bu yerlerle arasında geçen somut deneyimlerden kaynaklandığının kabul edilmesidir. Bu yerler birey tarafından doğrudan tecrübe edilebilecek ve kendisi için öznel olarak anlamlı olan yerlerdir.

Yer kimliği temelinde gerçekleştirilen araştırmaların genellikle ev, mahalle bölge gibi yaşam çevrelerine, park, yapay göletler vb. gibi doğal çevre ve rekreasyon alanlarına veya kutsal mekanlar, iş yerleri, sanal mekanlar gibi diğer mekanlara olan bağlılıkla sınırlı kaldığı görülmektedir (Karakuş, 2014: 69). Tüm bunlara ilave olarak Lalli (1988: 304), insan ve mekan etkileşimini kent ölçeğinde ele almış ve kent

kimliği kavramını ortaya atmıştır. Kent kimliğini, Proshansky (1978) tarafından ileri sürülen yer kimliği kavramına dayandırarak, bir kişinin öz kimliğinin parçası olarak tanımlamıştır. Buna göre kent kimliği, bireyin benliği ve kentsel çevre arasındaki karmaşık bir ilişkinin sonucudur.

Kentler birbirinden ayırt edilebilir kimi niteliklerine bağlı olarak farklı biçimlerde tanımlanmışlardır. Bir kenti diğer kentlerden ayırt eden, kendine has özellikleri ile tanımlanmasını, nitelendirilmesini sağlayan birçok değişken vardır (Ünlü, 2017: 76). Kentleri farklılaştıran bu özellikler kentin kimliğini oluşturmaktadır. Kentin kimliğini oluşturan, onu diğerlerinden farklılaştıran, doğal, sosyal ve yapısal çevre arasındaki ilişki ve etkileşimlerdir. Kentler birbirinden farklı özelliklere sahip olsa da, kenti ve kentliliği çok farklı tarzlarda yaşayan insan gruplarının bir araya gelmesi sonucunda tek bir kent kimliği yerine kolektif birer “burası noktası” olarak inşa edilen birden fazla kimlikten söz edilebilir. Bu kimlikler, insanların, içinde yaşanılan çevrenin (evin, sokağın, mahallenin, köyün, kentin) ayırt edici özelliklerini ortaya çıkarır (Bilgin’den aktaran Karakuş, 2014: 70).

Göregenli (2010: 188), kent kimliğinin “*bireysel benliklerin, kimliklerin ve yer kimliklerinin, kentsel mekanlarla kurulan karmaşık ilişkiler boyunca oluşan karmaşık deneyimlerin bir sonucu biçiminde ortaya çıktığını*” belirtmektedir. Lalli (1992: 294)’de kentleri, “*bireysel deneyim zenginliğinden ortaya çıkan genel semboller bütünü*” olarak tanımlamıştır. Bu anlayış yalnızca kentsel mekanların deneyimlenmesi sonucunda yaşanan basit bir çevresel algıyı değil; birey, grup, topluluk ya da alt kültürler düzeyinde öznel ve zamansal bir sürekliliği yansıtır. Kentler; bireyler, gruplar ya da alt kültürler için tekil ya da bir arada olma ihtiyacını aynı anda karşılar. Bu durum bireysel kimliklerin inşa edilme sürecinde ortaya çıkan “biz ve onlar” ayrımında olduğu gibi, kentsel kimliklerde de “burası ve orası” ayrımı olarak meydana gelir (Göregenli, 2010).

Bireysel kimlik, ben ve diğerleri arasındaki farkın ortaya koyulması sonucu oluşmaktadır. Kendini belli bir kentin sakini olarak görmek ve tanımlamak, beraberinde, kendini oralı olmayan, başka bir yerde yaşayan diğer insanlardan ayırt etmek için gerekli bir işlevi de yerine getirir. Bu sadece soyut bir farklılaşma değil, aynı zamanda somut içeriklerle de desteklenebilir. Belli bir kasabada yaşayan birey, o kasabayla ilişkilendirilen bir dizi psikolojik özelliği de bünyesinde barındırır. Örneğin, kentlerin kendi kimlikleri vardır. Buna göre belirli bir kent kozmopolit veya

taşra olabilir. Varlıklı, geleneksel, sıcak, cesur veya soğuk olabilir. Kente ait bu özellikler çeşitli etkileşimler sonucu orada yaşayan bireylere huy olarak geçer ve kimlik kazandırır (Lalli, 1992: 293).

2.1.5. Yerel Halk Turizm İlişkisi

Yerel halk, turizm olgusu içerisinde vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm hareketliliğinin ziyaretçiler açısından kusursuz bir şekilde gerçekleşmesi her ne kadar; turizm işletmeleri, seyahat acentaları, turist rehberleri, turist tipolojisi ve beklentileri gibi birçok farklı faktöre bağlı olsa da, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgede yaşayan yerleşik halkın turizme yönelik algısı, tutumu ve davranışı bu faktörler arasında oldukça önemli bir yerdedir. Turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın turizme bakışı ve değerlendirmesi, başarılı bir kalkınma, pazarlama, mevcut faaliyetler, geleceğe yönelik programlar ile planlama ve politika konularının şekillendirilmesinde de yol gösterici olmaktadır (Avcıkurt, 2015: 97).

Yerel halk kavramı, alanyazında farklı bilim dalları için ele alınan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel kelimesinden dolayı her toplum için aidiyeti ifade etmektedir (Şentürk, 2019: 31). Herhangi bir destinasyonda yaşamını sürdüren ve ortak bir paydada buluşan farklı bireylerden oluşan topluluk olarak tanımlanmaktadır (Ekici, 2000). Turizm olayında yerel halk önemli bir role sahiptir. Çünkü, turistlerin seyahatlerini gerçekleştirdikleri destinasyonlarda yaşayan yerel halk ve turist arasında yaşanan sosyal etkileşimler turizmi doğrudan etkilemektedir. Her bireyin sahip olduğu değer yargıları yerel halkın ortak özelliklerini ortaya koymaktadır. Turizm sektörü yerel halkı doğrudan etkileyebilecek bir sosyal olgudur (Şentürk, 2019).

Turizm yerel halk etkileşimi, turizm alanyazınında sıklıkla ele alınan bir konudur. Bu konu doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmaların sonuçları, yerel halkın turizme yönelik tutumlarının ardında turizme ilişkin algıların bulunduğunu ortaya koymaktadır (Ap, 1992; McCool ve Martin, 1994). Turizmin gelişim gösterdiği bir destinasyonda meydana gelebilecek etkiler genellikle ekonomik, sosyokültürel ve çevresel olmak üzere üç başlık altında ele alınır. Bu etkiler olumlu olabileceği gibi olumsuz sonuçlar da doğurabilir. Turizmin gelişmesi sonucu meydana gelen bu

etkiler yerel halkın turizmin gelişimine, bölgeye gelen turistlere, turistik işletmelere vb. karşı olan tutumlarını da şekillendirmektedir.

Yerel halk turizm ilişkisi, turist ve yerel halk arasındaki bireysel ilişki ve etkileşimi içerir, fakat yerel halkın turizme yönelik tutumlarını açıklamada yalnızca bu ilişki ve etkileşim yeterli değildir. Turizmin gelişim gösterdiği yörede yaşayan bölge halkına ve fiziksel çevreye olan olumlu ve olumsuz etkileri ile birlikte, yerel halkın turizm kararlarında söz sahibi olması, turizmden ekonomik kazanç elde edip etmemesi, turistik bölgelere yakın veya uzak ikamet ediyor olması gibi durumlar da ele alınmalıdır. Çünkü bu etkilerin algılanması yerel halkın turizme yönelik tutum ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Allen, Long, Perdue ve Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997; Jurowski ve Gursoy, 2004).

Turizmin sürdürülebilirliği, yani başarılı bir şekilde gelişim göstermesi büyük oranla yerel halkın desteğiyle ilişkilidir. Yerel halkın turizmin gelişimine katısını sağlamak amacıyla onların turizme yönelik algılarının, tutumlarının ve bu algı ve tutumları meydana getiren sebeplerin incelenmesi gerekmektedir. İlgili literatürde bu konuyu temel alan daha önce gerçekleştirilmiş birçok araştırma bulunmaktadır (Chen, 2000; Cavus ve Tanrısevdi, 2002; Um ve Crompton, 1987; Liu, Sheldon ve Var, 1987; Butler, 1980; Williams, 2002; Doğan, 2004). Bu araştırmalara bir sonraki başlıkta yer verilecektir.

2.1.5.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler

Turizmin etkilerinin yerel halk tarafından algılanması çeşitli faktörlere bağlıdır. Yerel halkın turizme yönelik tutumları bu faktörler doğrultusunda gelişmektedir. Turizmin bir ülkeye veya bölgeye sağladığı faydaların yanında sebep olduğu birtakım maliyetler de bulunmaktadır. Turizmin algılanan faydaları, algılanan maliyetlerinin üzerinde olduğu sürece yerel halkın turizme yönelik tutumlarının olumlu olacağı belirtilmektedir. Bununla birlikte, ne zaman ki maliyetler faydaları geçmeye başlarsa, yani turizmin o bölgede gelişmesi yerel halka zarar vermeye başlar veya zarar verdiği düşünülürse, bu tutumun olumsuz yönde gelişmesi beklenmektedir (Ap, 1992).

Turizme yönelik algıda etkili olan unsurlardan biri de turist davranışıdır. Destinasyondaki turist davranışları ile yerel halkın bu davranışı algılayışları

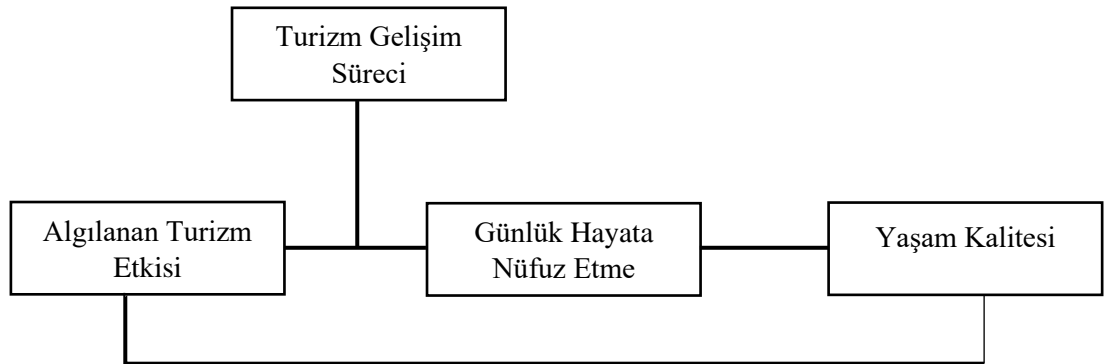
arasındaki oran turizme yönelik tutumu belirlemektedir. Olumlu davranışlar, olumlu tutumlardan doğar. Turistlerin yerel halka karşı tutumları genelde; ilgisizlik, kaygı, acıma, ataerkil tutum, üstünlük duyma, önyargı vb. şekillerde ortaya çıkabilmektedir (Doğan, 2004: 97-98). Yerel halkın turistlerin davranışlarını nasıl algıladığı ve bunu olumlu veya olumsuz olarak değerlendirdiği, öncelikle o yerde yaşayan topluluğun kültürel ve ahlaki normları tarafından belirlenir (Williams, 2002:157). Turistlerin varış noktalarında kaldıkları süre boyunca davranışlarının çoğu günlük yaşam tarzlarını yansıtmamaktadır. Liminoid davranışlar olarak da adlandırılan bu tür turist davranışları; rahat kıyafetler giymek, aşırı yiyecek ve içecek tüketimi daha fazla eğlence odaklı olma, daha rahat tavırlarda bulunma eğilimi gibi farklı türlerde meydana gelebilmektedir. Turist kültürü olarak da adlandırılan bu davranış türleri destinasyonda yaşayan yerli halkın turizmin etkilerini genellikle olumsuz algılamasına sebep olmaktadır (Avcıkurt, 2015: 98-99).

Yerel halkın turizme ekonomik olarak bağlı olup olmadığı ve o bölgede yaşama süresi de turizme yönelik tutumlarını etkilemektedir. İlgili literatür incelendiğinde, turizmin gelişmesinden ekonomik olarak fayda elde eden yerel halkın, turizmin etkilerini olumlu yönde algıladığı tespit edilmiştir (Allen, Long, Perdue ve Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997; Sirakaya, Teye ve Sonmez, 2002). Bununla birlikte bölgede yaşama süresinin yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar olduğu kadar (Cavus ve Tanrısevdi, 2002; Um ve Crompton, 1987; Liu, Sheldon ve Var, 1987; McCool ve Martin, 1994), herhangi bir etkisi olmadığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Liu ve Var, 1986; Allen, Hafer, Long ve Perdue, 1993). Buna göre turistik destinasyonlarda nispeten daha uzun süredir yaşayan bireylerin turizmin etkilerini olumsuz yönde algıladığı belirtilmektedir. Aynı zamanda turizm bölgelerine yakınlık ve uzaklığın da turizmin etkilerinin algılanması üzerinde farklılık yarattığı görülmektedir. Turistik faaliyetlerin gerçekleştiği merkezlerde veya bu merkezlerin yakınında ikamet edenlerin turizmin etkilerini nispeten uzakta ikamet edenlere kıyasla daha olumsuz algıladıkları görülmektedir (Jurowski ve Gursoy, 2004; Weimar ve Rocha, 2019).

Turizmin olası etkilerinin algılanması konusunda etkili olan bir diğer unsur ise, bölge halkının demografik yapısıdır. Yerel halkın eğitim düzeyi, cinsiyetleri, yaş dağılımları, meslek, gelir ve medeni durumları turizmin gelişmesine yönelik

algılarını etkileyebilmektedir (Brougham ve Butler, 1981; Korça, 1998; Chen, 2000; Iroegbu ve Chen, 2001). Bununla birlikte yerel halkın turistlerle etkileşim düzeyleri (Belisle ve Hoy, 1980) ve genel olarak turizme ilişkin bilgi ve farkındalık seviyeleri de (Davis, Allen ve Cosenza, 1988) turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin algılanmasında etkili olmaktadır. Turistlerle etkileşim konusunda farklı sonuçlara rastlamak mümkündür. Buna göre turistlerle yüksek etkileşimi olan yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumunun olumsuz olduğunu belirten çalışmalar olduğu kadar (Pizam, 1978), bu etkileşimin olumlu tutumlara yol açacağını vurgulayan çalışmalar da bulunmaktadır (Rothman, 1978).

Yöre halkının nüfusu ve yöreye gelen turistlerin sayısı, yöredeki turizm gelişiminin hangi aşamada olduğu, turist tipleri ve bunların yöre halkı ile nasıl bir ilişki içerisinde oldukları, turizmin neden olduğu sosyal değişiklikler üzerinde etkili olabilmektedir. Bu etkiler ise yerel toplum üzerinde kimi zaman olumlu kimi zaman ise olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Faulkner ve Tidswell, 1997). Bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan etkilerin algılanma süreci söz konusudur. Şekil 2’de bu durum açıklanmıştır. Buna göre, turizmin etkilerinin öncelikli olarak o toplumu meydana getiren bireyler tarafından algılanması gerekmektedir, zaman içerisinde bu etkiler günlük yaşamda kendini göstermeye başlar. Turizmin etkilerinin yerel halkın günlük yaşamlarına nüfuz etmesi ile ortaya çıkan olumlu veya olumsuz etkiler ise bireylerin yaşam kalitelerini belirlemektedir (Kim, 2002: 8).



Şekil 2: Turizmin Etkilerinin Algılanma Süreci

Kaynak: Kim, K. (2002). The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Residents in the Community (PhD. Dissertation). Blacksburg, Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University).

Destinasyon yaşam süreci ile yerel halkın turizme yönelik tutumları arasında ilişki olduğu ileri sürülmektedir (Dietrich ve Garcia-Buades, 2008). Buna göre, destinasyon yaşam sürecinde başlangıç seviyesinde ise, o destinasyonda yaşayan halkın turizme yönelik tutumlarının olumlu olacağı düşünülmektedir. Bunun aksine, eğer bir destinasyon yaşam sürecinde ileri seviyelerde ise, bu destinasyonda taşıma kapasitesi zorlanmakta, bununla birlikte ekonomik, sosyal ve fiziksel maliyetler varlığını arttırmaktadır, bu sebeple yerel halkın tutumlarında olumsuzluklar meydana geleceği belirtilmiştir (Butler, 1980).

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyen yukarıda değinilen faktörlere ilişkin turizm alanyazınında oldukça fazla araştırmaya rastlamak mümkündür. Bu araştırmaların sonuçları çoğu zaman birbiri ile benzerlik göstermektedir. Bunların dışında son zamanlarda turizm araştırmacılarının multidisipliner çalışmalar vasıtasıyla yerel halk ve turizm ilişkisini etkileyen yeni faktörleri incelemeye aldıkları görülmektedir. Bu çalışmanın konusunda da mevcut olan topluluğa bağlılık ve yer kimliği gibi faktörler de yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir. Buna göre, yer kimliği ve topluluğa bağlılığı yüksek olan bireylerin turizmin olumsuz etkileri konusunda daha fazla endişeli oldukları tespit edilmiştir (Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016).

Anlaşılabacağı üzere yerel halkın turizme yönelik algı, tutum ve davranışlarını şekillendiren faktörler oldukça çeşitlilik göstermektedir. Araştırmanın teorik altyapısını güçlendirmek ve yerel halkın turizme karşı neden olumlu veya olumsuz tutumlar içerisinde olduğunu anlamak amacıyla ilgili alanyazında yerel halk turizm etkileşimi üzerine ön plana çıkan teori ve modeller incelenecektir.

2.1.5.2. Yerel Halk Turizm İlişkisini Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlar

Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını ve turizme yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 1970'lerden bu yana birçok araştırma yapılmış ve farklı yaklaşımlar çerçevesinde bu ilişki ele alınmıştır. İlgili literatür incelendiğinde yerel halk turizm ilişkisini açıklamaya yönelik gerçekleştirilen araştırmalarda genellikle Doxey'in Tolerans Modeli, Butler'ın Turizm Yaşam Döngü Modeli gibi modellerle birlikte Sosyal Değişim Teorisi gibi sosyoloji temelli teorilerin kullanıldığı görülmektedir (Nunkoo, Smith ve Ramkissoon, 2013). Bunların dışında

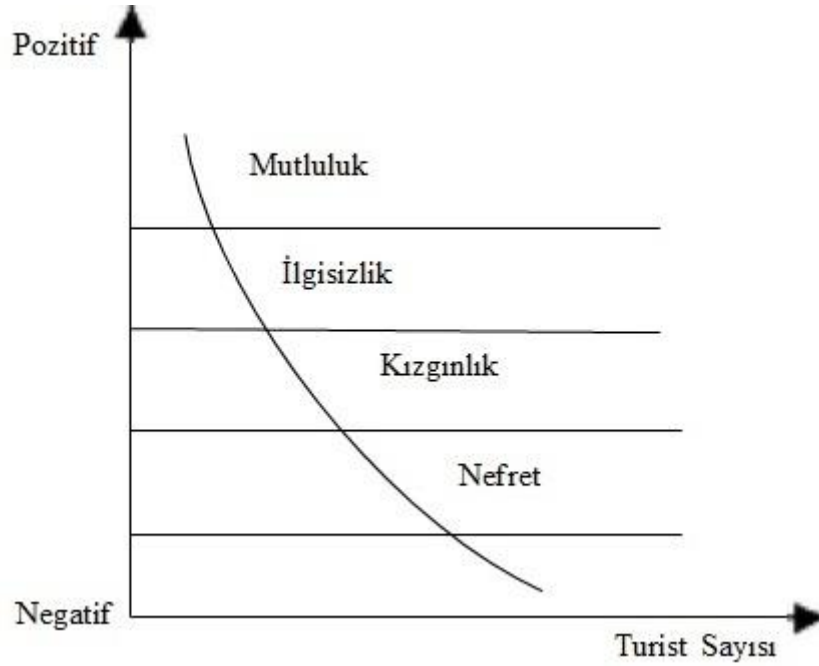
yerel halkın turizme yönelik tutumlarını açıklamak amacıyla, sosyal psikoloji biliminden yararlanılarak geliştirilen Bütünleşik Tehdit Teorisi ve Gruplararası Temas Kuramı (Temas Hipotezi) gibi teoriler de literatürde yer almaktadır (Anastasopoulos, 1992; Teye vd., 2002; Avcıkurt, 2015, 128-129). Bu modeller ve teorilere göre turizm alanyazınında daha güncel sayılabilecek, hem sosyal psikoloji hem de sosyal psikolojinin bir alt dalı olan çevre psikoloji alanına giren diğer yaklaşımlar ise, yer kimliği ve topluluğa bağlılıktır (Proshansky, 1978; Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016). Bu çalışmanın amacı doğrultusunda yukarıda bahsedilen modellerden ve kuramlardan birkaçına yer verilecektir.

2.1.5.2.1. Tolerans Modeli

Doxey'in Tolerans Modeli (Irritation Index - Irridex Model)'ne göre yerel halkın turizme karşı tutumları, algılanan maliyetlerin beklenen faydaları aşmasıyla birlikte “mutluluk”, “ilgisizlik”, “kızgınlık” ve “nefret-düşmanlık” olarak adlandırılan aşamalardan geçmektedir. Yerel halk turizm ilişkisini açıklayan belki de en popüler modellerden birisi Tolerans Modeli'dir (Harrill, 2004: 6). Model bir bölgedeki turizmin gelişmesine ve turist hareketliliğinin artışına bağlı olarak o yörede yaşayan halkın sosyal etkilerden kaynaklanan davranışlarını açıklamak üzere geliştirilmiştir.

Doxey'in geliştirmiş olduğu model Şekil 3'de görülmektedir. Buna göre, ilk aşama olan mutluluk aşamasında yerel halkın bölgedeki yeni yatırımlardan, iş imkanlarının artmasından memnundur. Yöreye gelen yabancılar hoş bir şekilde karşılanır ve karşılıklı tatmin söz konusudur. İkinci aşamaya gelindiğinde yerel halk turizmin gelir getiren bir sektör olduğunun farkına varır ve turistlerle olan ilişki tamamen ticari temelli olmaya başlar. Bu aşama ilgisizlik olarak adlandırılmaktadır. Kızgınlık aşamasında ise yöredeki turizm faaliyetleri oldukça gelişmiştir. Yöre halkı giderek artan turist sayısından kaygı duymaya başlar. Bu dönemde bölgeye yöre dışından yatırımcılarda girmektedir. Halk turizmden elde ettiği geliri diğer girişimcilerle paylaşmak zorunda kalmaktadır. Son aşama olan nefret aşamasında ise bölge halkı tarafından turistlere duyulan düşmanlık hissi hat safhaya ulaşmış durumdadır. Bu noktada artık yerel halk turistleri bölgelerinde görmek istememektedir. Bölgede meydana gelen ekonomik, sosyokültürel ve çevresel

zararların temel kaynağı olarak turistler görülmektedir (Boley, 2013). Kısaca model, turist kabul eden bir bölgenin toplumsal veya psikolojik taşıma kapasitesini, yani tahammül düzeyini, turizme dönük toleransını göstermektedir.

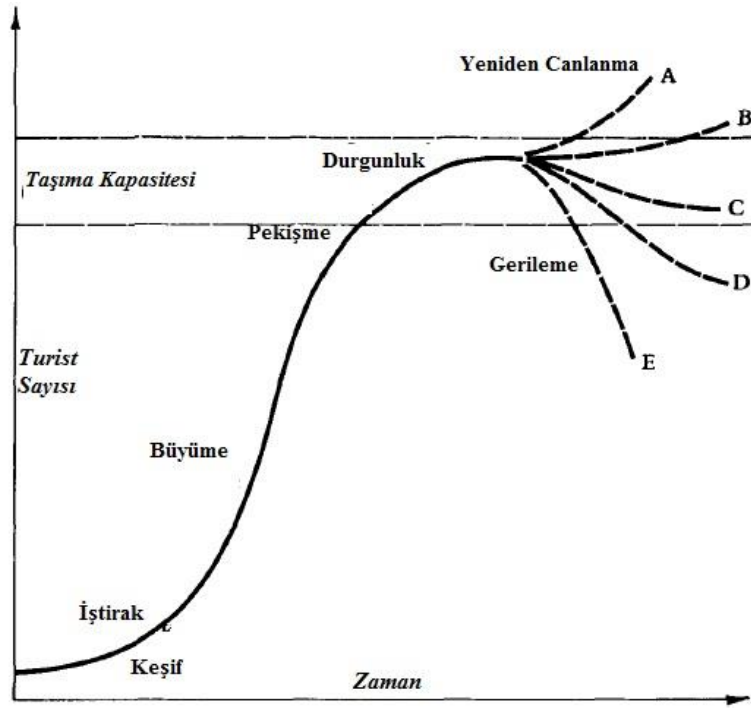


Şekil 3: Tolerans Modeli

Kaynak: Babu, V. ve Munjal, S. (2015). Oachira Panthrandu Vilakku: A study of a culturally embedded festival aligned with economic benefits. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 403-416.

2.1.5.2.2. Turizm Yaşam Döngü Modeli

Doxey'in modeline benzer şekilde Butler'da, bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte yerel halkın bu gelişime yönelik tutumunu açıklayıcı bir model ortaya koymuştur. Butler modelinde bir destinasyonun gelişimini ve o destinasyona gelen turist sayısını dikkate alarak belirli dönemler olabileceğini öne sürmüştür. Bu dönemler; keşif (exploration), iştirak (involvement), büyüme (development), pekişme (consolidation), durgunluk (stagnation), gerileme (decline) ve yeniden canlanma (rejuvenation) olarak adlandırılmaktadır (Butler, 1980). Butler'ın turizm yaşam döngüsü modeli Şekil 4'de belirtilmiştir.



Şekil 4: Turizm Yaşam Döngü Modeli

Kaynak: Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), s.7.

Butler'ın modeline göre, bölgede yaşayan halk ilk aşama olan keşif aşamasında gelen az sayıda turistten ekonomik kazanç elde etmeye başlar ve bu bölge halkını memnun eder. Keşif aşamasında bölgede herhangi bir turistik arza rastlanmamaktadır. Bundan dolayı çevresel ve sosyal bir etkiden de söz edilmemektedir. İştirak aşamasına gelindiğinde ise pazarlama faaliyetlerinin artmasıyla bölgenin biraz daha fazla tanınır olduğu söylenebilir. Buna bağlı olarak turist sayısında da artış olmaktadır. Büyüme aşamasında bölge kitle turizminin hedefi olmuş durumdadır. Uluslararası markaların bölge turizminde sayısı her geçen gün artmaktadır. Yüksek sezonda turist sayısı yerleşik halkın sayısını geçebilir. Pekişme döneminde daha önceki dönemlere nazaran bölgeye gelen turist sayısındaki artışın yavaş bir şekilde seyrettiği görülmektedir. Bölge ekonomisinin büyük bir çoğunluğu turizme bağlı hale gelmiştir. Yine bu aşamada bölgenin sosyo-kültürel yapısı turizme bağlı olarak şekillenmekte ve yerel halkta turizme ve turistlere karşı hoşnutsuzluk söz konusudur. Durgunluk aşamasına gelindiğinde bölgedeki turist sayısı en üst düzeye ulaşmış ve taşıma kapasitesinde son noktaya varılmıştır. Destinasyon artık popüler bir yer değildir. Çevresel, sosyal ve ekonomik etkiler tam anlamıyla hissedilmektedir. Durgunluk sonrası aşamada ise bölge yerel yönetimlerin alacakları

kararlara bağlı olarak gerçekleştirilebilecek beş farklı ihtimal olduğu ileri sũrũlmũřtũr. Destinasyon ya iyileşme sũrecine girecek ya da dũřũř yaşayacaktır (Butler, 1980; Altıntaş, 2010: 8; Avcıkurt, 2015: 37).

Bir turistik destinasyonun Doxey ve Butler'ın modelinde bahsedilen tũm sũreleri yaşaması beklenmeyebilir. Oyle ki, bu modeller belirli bir zaman aralığından bahsetmemektedir. Yani bir destinasyon bu modellerde bahsedilen sũreleri daha kısa bir zaman aralığında yaşarken, diğer bir destinasyon ise daha uzun bir sũrete bu aşamalardan geçebilir. Bununla birlikte her destinasyonun bu aşamaları sırasıyla ve aynı dũzeyde yaşaması mũmkũn olmayabilir. Doxey ve Butler çalışmalarında bir bũlgenin fiziksel ve sosyal şartlarını temel alınarak model geliştirmişlerdir. Burada önemli olan nokta turist sayısının artışıyla birlikte yerel halkın bũlgesel kaynaklardan yeterince faydalanamamaları ve birtakım maliyetlere katlanmak zorunda kalmalarıdır. Bunun sınırlandırılması ise Butler'ın modelinde kritik bũlge olarak adlandırdığı taşıma kapasitesiyle kontrol edilebilmektedir. Bir destinasyondaki taşıma kapasitesinin kontrolũ genellikle yerel yũnetimler tarafından sağlanmakta ve bũlgedeki turizm gelişimi sũrekli izlenmektedir. Fakat burada önemli olan nokta bũlgenin fiziki taşıma kapasitesinin dışında çevresel, sosyal ve ekonomik taşıma kapasitelerinin de gũz nũnde bulundurulmasıdır. Bir başka önemli nokta ise, yerel halkın bũlgede ne kadar turist arzu ettiğiyle ilgilidir. Yerel halkın turizmin gelişmesinden memnun değilse bũlgede çeşitli sorunlar ortaya çıkmaya başlayabilir. Bundan dolayı bũlgedeki turizm kapasitesi yerel halkın istek ve arzuları doğrultusunda kontrol edilmelidir.

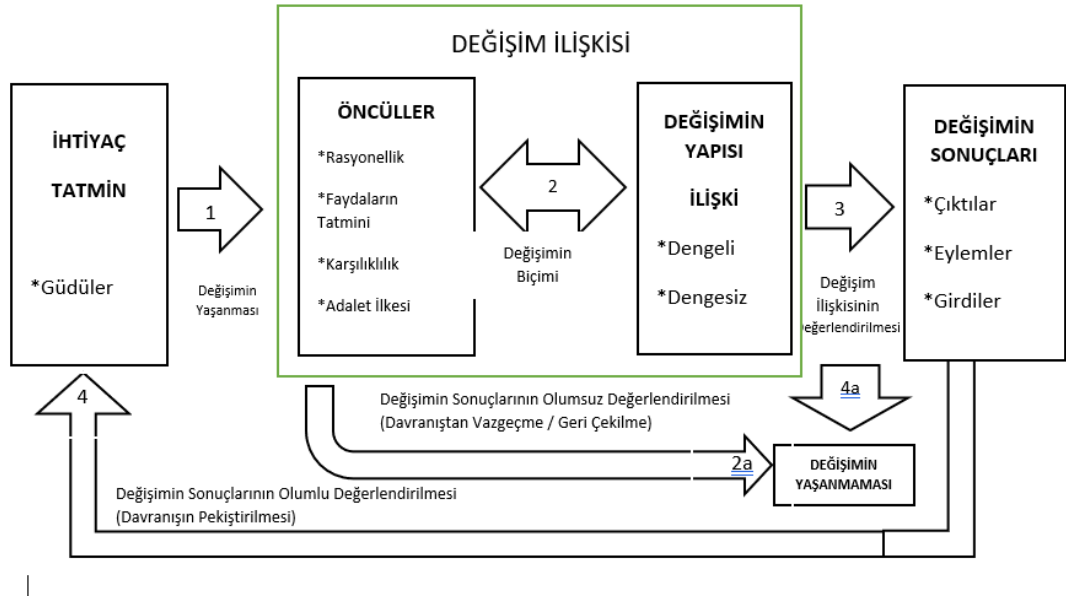
2.1.5.2.3. Sosyal Değişim Teorisi

Sosyal değişim teorisi bireyler veya gruplar arasındaki ilişkileri açıklamak amacıyla geliştirilmiş genel bir sosyoloji teorisi olsa da; antropoloji, davranışsal psikoloji, sosyal psikoloji ve iktisadi bakış açılarını bũnyesinde barındıran multidisipliner bir teoredir. Teori temel varsayımı, tarafların bir sosyal ilişkide fayda ve maliyete dayalı bir etkileşim içinde bulunduğudur. Yani bireyler herhangi bir ilişkiye başlarken dũl beklentisi içerisinde olurlar. Buna göre teori, faydacılık esası üzerine odaklanmaktadır (Ap, 1992). Burada bahsedilen fayda kimi zaman ekonomik bir kazanç gibi somut ögelerden oluşabileceği gibi kimi zaman da değer, sevgi,

arkadaşlık, statü veya bilgi gibi somut olmayan ögelerden oluşabilmektedir (Lambe, Wittmann ve Spekman, 2001: 4). Etkileşimden elde edilen fayda ne kadar değerli ve artmaya devam ediyorsa ilişkinin de devam edeceği, bunun aksine, etkileşimden kaynaklı maliyetlerin faydaları geçmeye başlaması ile birlikte bu ilişkiden vazgeçileceği ileri sürülmektedir (Perdue, Long, Allen, 1990).

Sosyal değişim teorisi bireyler veya gruplar arasındaki etkileşimin incelenmesi açısından uygun bir teori olması sebebiyle, turizm alanyazınında yerel halkın turistlere ve turizmin gelişmesine yönelik tutumlarında kavramsal bir temel sağlamış ve bu etkileşimin farklı açılardan incelenmesine yardımcı olmuştur (Perdue vd. 1990; Teye vd., 2002; Jurowski ve Gursoy, 2004; Ward ve Berno, 2011; Adongo, Kim ve Elliot, 2019). Kamu kurumlarının, girişimcilerin, yerel halkın, kısaca belirli bir bölgede söz sahibi olabilecek paydaşların kendi bölgelerinde turizmi canlandırmaya ve bölgeye turist çekmeye yönelik çabaları, genellikle bölgenin ekonomik ve sosyal koşullarını iyileştirme arzusundan kaynaklanmaktadır (Ap, 1992: 669). Fakat burada dikkat edilmesi gereken fayda ve maliyet dengesinin iyi bir şekilde analiz edilip, ekonomik kazanç sağlarken sosyal ve çevresel zararların önüne geçilmesidir.

Sosyal değişim teorisinin turizm alanyazınında uygulanmasının ilk örneklerine Perdue vd. (1987, 1990)'nin Amerika Birleşik Devletleri Kolorado eyaletinde kırsal turizm faaliyetleri üzerine yaptıkları çalışmalarında rastlanmaktadır. Ap (1992: 670) ise, kendinden önceki çalışmaları referans alarak sosyal değişim teorisini turizme uyarlamış ve bir model geliştirmiştir. Bu modele Şekil 5'te yer verilmiştir. Model yerel halkın turizm kaynaklı yaşamış olduğu değişim ilişkisini, bu değişimi sürdürmesini veya etkileşimi sonlandırmasını ifade eden bir süreçler bütününe ortaya koymaktadır. Süreç üzerinde izlenen farklı yollar görülmektedir. Buna göre süreç; (1) değişimin yaşanması ile başlamakta, (2) değişimin oluşumu, (3) değişim ilişkisinin değerlendirilmesi ve son olarak (4) olumlu değerlendirme ile değişimin pekiştirilmesi, yani etkileşime devam edilmesi ile son bulmaktadır. Değişim sonucunda elde edilen faydaların olumsuz bir şekilde algılanması ise, (2a), (4a) değişim davranışının azalmasına veya değişim yapılmamasına ve geri çekilmeye yol açmaktadır.



Şekil 5: Sosyal Değişim Süreci Modeli

Kaynak: Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. Annals of Tourism Research, 19(4), 665-690.

Kısaca yerel halk, turistlerle olan etkileşimlerinden veya yaşadıkları bölgede turizmin beraberinde getirdiği birtakım gelişmelerden olumlu yönde etkileniyorsa, turizm kaynaklı bu etkileşimleri olumlu algılayacak ve turizmin gelişmesini destekleyecektir. Bununla birlikte yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyen faktörlerin oldukça fazla olması sebebiyle bu modelin yerel halk turizm ilişkisini açıklamada her zaman yeterli olamayacağı düşünülmektedir (Avcıkurt, 2015: 128).

2.1.5.2.4. Gruplararası Temas Kuramı (Temas Hipotezi)

Yerel halk turizm ilişkisini açıklamaya yardımcı olabilecek bir diğer teori de gruplar arası temas kuramı veya daha çok bilinen adıyla temas hipotezidir. Temas hipotezi gruplar arası süreçleri değerlendirmede kullanılan, iletişim temelli bir sosyal psikoloji teorisidir. Temas hipotezinin ileri sürdüğü varsayım, toplumsal gruplar arası iletişim eksikliğinin gruplar arasındaki sınırları belirginleştirdiği ve karşıt gruba yönelik ön yargıları arttırdığı görüşüne dayanmaktadır (Hewstone ve Greenland 2000: 140). Çünkü bunun tam tersi olarak, aralarında herhangi bir etkileşim olmayan ve birbirine karşı olumsuz yargılar besleyen iki grubun temasa geçmesiyle birlikte olumsuzlukların ortadan kalkacağı ve önyargıların azalacağı belirtilmektedir (Pettigrew, 1998).

Allport (1958), gruplararası temasın olumlu tutumlarla sonuçlanabilmesi için dört koşul belirtmiştir. Bunlar; gruplararası eşit statü, grupların ortak hedeflere sahip olması, gruplararası iş birliği ve gruplararası ilişkileri destekleyici otoritenin (kültürel, yasal ve kurumsal) varlığıdır. Buna göre, optimum koşulların sağlanması halinde birbirine yönelik olumsuz yargılar besleyen farklı grupların arasında etkileşim sağlanacak ve birbirlerine yönelik önyargılar sorgulanmaya başlayacaktır. Eşit statüde, gönüllülük esasına dayalı, samimi ve iş birliğinin bulunduğu bu ortamda, iki grubun benzer yanlarını keşfetmeye başlayacağı, insani yaklaşımlar sonucu iyi ilişkiler geliştirebileceği ve gruplar arası çatışmaya karşı bakış açılarının farklılaşacağı ileri sürülmektedir (Pettigrew, 1998; Gürkaynak, 2012: 3).

Allport'un gruplar arası etkileşimlere yönelik olarak 1950'li yıllarda ortaya attığı görüşlerinden sonra konu ile ilgili oldukça fazla çalışma yapılmıştır. Fakat bu çalışmaların birçoğunda günlük yaşam içerisinde gruplar arası temasın nadiren yukarıda belirtilen ideal koşullar altında gerçekleştiği belirlenmiştir. Çünkü gruplar arasında doğal yollarla oluşan etkileşim, araştırmacılar tarafından önerilen ideal tipten oldukça uzak ve yüzeyseldir (Taylor, Dube' ve Bellarose, 1986; Taylor ve Moghaddam, 1994). Allport'un görüşlerinin kuramsal bir hal almasında katkısı çok olan Pettigrew (1998), kuramı biraz daha genişletmiş ve optimal koşullara arkadaşlık faktörünü de eklemiştir. Pettigrew, arkadaşlık sürecinin ortaya çıkaracağı olumlu sonuçlara odaklanmaktadır ve arkadaşlığın gücünün uzun dönemli ilişkiden kaynaklandığını ve bu ilişkinin sonuçlarının daha yapıcı olacağını belirtmektedir.

Pettigrew ve Tropp (2006) tarafından gruplar arası temas hipotezi üzerine gerçekleştirilen meta analizi çalışmasında yaklaşık 500 çalışma incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre, gruplar arası temasın genel olarak gruplar arası önyargıyı azalttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte Allport'un tespit ettiği optimal koşullar birbirinden bağımsız değildir ve ancak birlikte incelenebilecek şekilde kavramsallaşmıştır. Bir diğer sonuç ise, Allport'un optimal koşullarının zorunlu olmadığı fakat dış gruba yönelik olumlu tutumları kolaylaştırdığıdır. Pettigrew ve Tropp (2006)'un tersine temas hipotezinin her zaman başarılı sonuçlar vermediğine yönelik araştırmalara da rastlamak mümkündür. Binder, Zagefka, Brown, Funke, Kessler, Mummendey, Maquill, Demoulin, Leyens (2009)'un, temas etmenin mi önyargıları azalttığı, yoksa önyargının mı teması engellediği sorusuna dayanarak yaptıkları araştırmada, temasın önyargıyı azaltırken, önyargının da teması azalttığı

sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, temas ve önyargı ilişkilerinde her iki yönün de mümkün olduğunu göstermektedir. Husnu ve Mertan (2008) ise, Kuzey Kıbrıs ve Güney Kıbrıs'ta yaşayan bireyler arasındaki etkileşimi inceledikleri çalışmalarında, sosyal temasın uzun vadeli etkisinin dış gruba karşı olumsuz tutumları artırabileceğini tespit etmişlerdir.

Turist yerel halk etkileşimini temel alan araştırmalarda sonuçlar farklılaşmaktadır. Buna göre, turizmin sağladığı etkileşim ortamının iki grup arasındaki olumlu tutumları arttırabileceği gibi (Pizam, Fleischer ve Mansfeld, 2002), temas sonrasında iki grubun arasındaki olumsuz algılarda bir değişiklik olmadığını ve hatta önyargıların ve olumsuz tutumların pekiştirildiğini ileri süren araştırmalar da bulunmaktadır (Milman, Reichel ve Pizam, 1990; Anastasopoulos, 1992).

2.1.5.2.5. Yer Kimliği Yaklaşımı

Yer, insanların deneyimleri ve düşünceleri ile anlamlı bir alana dönüştürülmüş bir dizi mekandır. İnsanlar, mekanları sembolik anlamların merkezi haline getirir ve mekanları sembolik manzaralara dönüştürür. Zaman içerisinde bu anlamlar yerel uygulamalar ve ritüeller yoluyla kabul edilir ve pekiştirilir (Brown, vd. 1992). Yerin anlamı, bireyler için önemi ve bireylerin günlük yaşamlarındaki rolü ile ilgilidir (Gustafson, 2001). Yer ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar, insanların yerler üzerinden kendilerini tanımladığını ve böylece bir yer kimliği geliştirdiğini göstermiştir (Greider ve Garkovich, 1994). Böyle bir kimlik, fiziksel dünya hakkındaki belirli değerlerden, tutumlardan, inançlardan ve bu ortamla doğrudan gerçekleştirilen deneyimlerden doğar (Proshansky, vd. 1983: 62). Ancak, birey genellikle, fiziksel dünyayla olan etkileşim ve bu etkileşimin oluşmasını sağlayan anılar, duygular, değerler ve tercihlerin farkında değildir (Strzelecka, Boley ve Woosnam, 2017).

Proshansky (1978), yer kimliğini, insanın doğal ve yapılandırılmış çevreyle, fiziksel dünyayla ve diğer insanlarla ilişkilerinde tercihleri, beklentileri, duyguları, değerleri ve inançları tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini yapısında birleştiren karmaşık bir örüntü olarak tanımlamıştır. Yani yer kimliği teorisi bireyin belirli bir fiziksel alanın üyesi olmaktan kaynaklı oluşan benliğine işaret eder. Ayrıca yer kimliği fiziki çevre ve insanlar arası sosyal ilişkilere de odaklanmaktadır. Yerel

halk turizm etkileşiminde yerel halkın turizme yönelik tutumları ve turizmin gelişimini destekleyip desteklemediklerinin açıklanmasında da kullanılan bir teoridir (Kaján, 2014; Strzelecka, Boley ve Strzelecka, 2017). Diğer model ve teorilere nazaran ekonomik temelli olmayıp, daha çok sosyal ve psikolojik yönü ön plana çıkan bir teoridir.

Yer kimliği algısı yaşamın çeşitli yönlerini etkilemektedir. Örneğin, belirli bir yerde yaşayan bireylerin çevre yanlısı davranışlarını (Hernández, Martín, Ruiz ve Hidalgo 2010), o yerdeki sosyal ve çevresel koşullar hakkındaki algılarını (Kyle, Graefe, Manning ve Bacon, 2003) ve bölge halkının yaşadığı bölgeyle ilişkili olarak ekonomik, sosyal ve siyasal konularda söz sahibi olma isteğini etkileyebilir (Strzelecka, Boley ve Woosnam, 2017). Öte yandan, turizm ve beraberinde gelişen faaliyetler nedeniyle meydana gelen değişim, yer kimliği algısı veya topluluğa bağlılık üzerinde de güçlü etkilere sahiptir (Gu ve Ryan, 2008).

Turizm bir bölgedeki doğal ve yapılandırılmış çevreyi şekillendirme gücüne sahiptir (Jokela, 2014). Bu noktada turizm sadece yerel mekanların görünüşünü değiştirmekle kalmaz, aynı zamanda mekanların anlamını da etkiler ve turistler tarafından ziyaret edilen bu yerlerde yaşayan yerel halkın diğer bireylerle ve çevre ile olan bağlantıları da bu gelişmeden etkilenir (Kaján, 2014). İnsanlar kendilerini tanımlayabilecekleri veya bir parçası olmaktan gurur duydukları yerlerle daha güçlü bağlar kurarlar (Scannell vd, 2010). Birey kendini bir yerle güçlü bir şekilde ilişkilendirdiğinde, yer, bireyin kimliğinin bir sembolü olur (McCabe ve Stokoe, 2004). Bu durumda yerel halk, turizmin gelişmesiyle birlikte fiziksel ve sosyal anlamda değişmeye başlayan çevresini korumaya çalışacağı söylenebilir. Bununla birlikte turizm alanyazınında gerçekleştirilen çalışmaların genellikle turistler perspektifinden ele alındığı ve tekrar ziyaret kapsamında değerlendirildiği söylenebilir (Kyle, Graefe, Manning ve Bacon, 2004; Gu ve Ryan, 2008; Stylos, Bellou, Andronikidis ve Vassiliadis, 2017). Bu yaklaşımların yalnızca turist perspektifinde sınırlı kalmayıp, yerel halk turizm ilişki içerisinde de değerlendirilmesi gerekmektedir.

2.1.5.2.6. Topluluğa Bağlılık Yaklaşımı

Topluluğa bağlılık, bir bireyin duygusal bağ veya duygusal bağlantı üzerinden, hayatını devam ettirdiği, dolayısıyla içinde bulunduğu toplum yaşamına entegrasyonunu ifade eder. Topluluğa bağlılık; topluluk kimliği, bağımlılık ve sosyal bağ yoluyla tezahür eder (Kyle, Mowen ve Tarrant, 2004). Trentelman (2009), topluluğa bağlılığı, yerel halk ve toplum ilişkisinin aynası olarak görür ve yerel halk ile toplum arasındaki duygusal bağ ve köklülük ilişkisini ölçmenin bir yolu olduğunu belirtir. Topluluk bağlılığı yalnızca yerel halk ve toplum arasındaki ekonomik ilişkiyi değil, aynı zamanda sosyal ilişkileri de içermektedir (Sundblad ve Sapp, 2011). Bununla birlikte topluluk üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda topluluğa bağlılık, topluluğun faaliyetlerinde önemli ölçüde katkı sağlayan kilit bir faktör olarak değerlendirilir (Kasarda ve Janowitz, 1974; Strzelecka, Boley ve Woosnam, 2017).

Bireylerin içinde bulunduğu topluma ve çevresine bağlanmasının doğası ve gücü, o bölgede gelişmekte olan bir turizm endüstrisinin potansiyel etkilerini nasıl algıladıklarını etkileyebilir ve yerel halk ile turizm endüstrisi arasında başarılı bir birlikteliğin önemli belirleyicileri olabilirler (McCool ve Martin, 1994). Topluluğa bağlılığın turizme yönelik tutumlarla ilişkisi birkaç farklı bakış açısı ile ele alınmıştır. Örneğin, Sheldon ve Var (1984), ikamet süresini bir bağlanma ölçütü olarak değerlendirmiş ve belirli bir yerde uzun süreli yaşamış olan bireylerin turizmin sosyo-kültürel etkilerine, kısa vadede yaşamış olanlara nazaran daha duyarlı olduklarını tespit etmiştir. Um ve Crompton (1987) topluluğa bağlılığı ölçmek için ikamet süresini, doğum yeri ve ortak bir miras ile bütünleştirmiştir. Elde ettikleri bulgular, bağlanma düzeyi artan yerel halkın, turizmin kendi toplulukları üzerindeki etkilerini daha az olumlu algıladıklarını ortaya koymuştur. McCool ve Martin (1994) ise, topluluğa bağlılık ve ikamet süresini karşılaştırdığı çalışmalarında daha önceki çalışmaların aksine, ikamet süresi ve bağlanma arasında düşük bir ilişkiye rastlamıştır. Bu da bireyin farklı bir toplulukta yaşamayı tercih edebileceği ve burada hızlı bir şekilde bağlılık oluşturabilmesi olarak yorumlanmıştır. Bununla birlikte, ikamet süresi ile ilgili olarak, yaşlıların, turizmin etkileri konusunda daha fazla endişeli oldukları belirtilmiştir. Ayrıca, daha yüksek turizm gelişim düzeyine sahip topluluklarda yaşayan yerel halkın daha güçlü topluluk bağlanma duygusuna sahip olduğu da bu araştırmada elde edilen sonuçlardandır.

2.1.5.3. Yerel Halk ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Sürdürülebilirlik, 80'li yıllardan itibaren gündeme gelmeye başlayan bir kavramdır. Uluslararası anlamda ilk defa 1982 yılında Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN) tarafından yayımlanan Dünya Doğa Şartı belgesinde tanımlanmıştır. Bu belgede sürdürülebilirlik kavramı, çevre ile ilişkili olarak ele alınmıştır. Buna göre, insanların yararlandığı ekosistem, organizmalar, kara, deniz ve atmosfer kaynaklarının optimum sürdürülebilirliğini başarabilecek biçimde yönetilmeleri gerektiği ancak bunun ekosistemlerin ve türlerin bütünlüğünü tehlikeye atmayacak biçimde yapılması gerektiği öngörülmüştür (Yazar, 2006: 3). Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987 yılında yayımlanan ve komisyon başkanı Geo Harlem Brundtland'ın adından yola çıkarak Brundtland Rapor'u olarak da adlandırılan, Ortak Geleceğimiz başlıklı raporda ise, sürdürülebilirlik kavramı bugünkü kullandığımız anlamıyla ilk defa tanımlanmıştır (Kahraman ve Türkay, 2014: 103). Buna göre, sürdürülebilirlik, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetinden ödün vermeden, mevcut ihtiyaçların karşılanması olarak belirtilmektedir (Our Common Future, 1982).

Sürdürülebilirlik ticaretten teknolojiye, fiziki çevreden sosyal bilimlere insan dünyasının birçok yönüyle ilgili görüş bildiren geniş bir kavramdır. Çoğunlukla çevre ile ilişkili ele alınmasına rağmen, çevresel sürdürülebilirliğin yanı sıra, sosyal sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve kalkınma gibi kavramlarla farklı alanlarda kendini göstermiştir (Goodland, 1995). Sürdürülebilirliğin ne anlama geldiğine dair evrensel olarak kabul edilmiş bir tanım yoktur. Ne olduğu ve nasıl gerçekleştirilebileceği hakkında birçok farklı görüş vardır. Fakat sürdürülebilirlik fikrinin; 1982 Dünya Doğa Şartı belgesi, 1987 Brundtland Rapor'u ve 1992 Rio Dünya Zirvesi gibi Birleşmiş Milletler tarafından desteklenen birçok faaliyette ortak bir dil haline gelen sürdürülebilir kalkınma kavramına dayandığı söylenebilir. Sürdürülebilir kalkınma; doğal sistemler, ekonomi ve toplumu esas alan üç ana unsur üzerine kuruludur. Kavramın özünde her üç unsur için dengeli bir gelişim sürecinin olması ve gelecek nesilleri de gözeterek yaşanabilir bir dünya bırakılması yatmaktadır. Bu yaklaşıma göre üç unsur birbiriyle bağlantılıdır, çünkü ekonomik sistemin uzun vadede insan ihtiyaçlarını karşılaması için ekolojik sistemin varlığına ve canlılığına ihtiyacı vardır. Bundan dolayı, kalkınmanın her aşamasında ekonomik, sosyal ve çevresel faktörler göz önünde bulundurulmalıdır (Tıraş, 2012: 60).

Sürdürülebilirliğin farklı alanlara uyarlanabilir olma özelliği açısından; bir anlayış, bir düşünce veya felsefi bir olgu olarak değerlendirilmesi daha doğru olacaktır. İnsanoğlu yaklaşık 40 yıldır bu anlayışı kavrama ve tanımlama çabası içerisinde. Buna göre sürdürülebilirlik; kaynakların kullanımı, yatırımların yönü, teknolojik gelişmenin yönlendirilmesi ve kurumsal değişimin uyum içinde olduğu ve insan ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için mevcut ve gelecekteki potansiyeli geliştirdiği bir değişim süreci olarak tanımlanmıştır (What is sustainability?, 2019). Bir başka tanıma göre sürdürülebilirlik, bir toplumun, eko sistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden veya sistemin yaşamsal bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Murphy, 1994). Kısaca sürdürülebilirlik, bugün sahip olduğumuz birtakım değerlerin; gelecek kuşakların kullanabilmesine imkan tanıyarak, zarar görmeden ve yok olmayacak düzeyde kullanımına devam edilmesi olarak tanımlanabilir.

Sürdürülebilirlik anlayışının yansımalarını turizm alanında da görmek mümkündür. Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizm kavramını; ziyaretçilerin, turizm endüstrisinin, fiziksel çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizm türü olarak tanımlanmıştır (UNWTO, 2019). Sürdürülebilir turizm, ilkeleri ve yönetim uygulamaları ile kitle turizmi ve çeşitli niş turizm segmentleri de dahil olmak üzere turistik destinasyonlardaki her türlü turizm türüne uygulanabilir. Sürdürülebilirlik ilkeleri, turizm gelişiminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlerine atıfta bulunur ve sürdürülebilirliği uzun vadeli olarak güvence altına almak için bu üç boyut arasında uygun bir denge kurulmasına işaret eder. Dolayısıyla, sürdürülebilir turizm (UNWTO, 2019):

a) Turizm gelişiminde kilit bir unsur olan çevresel kaynakları en uygun şekilde kullanmak, gerekli ekolojik süreçleri sürdürmek ve doğal miras ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olmak,

b) Ev sahibi toplulukların sosyo-kültürel gerçekliğine saygı göstermek, yerel halkın kültürel mirasını ve geleneksel değerlerini koruyup, kültürlerarası anlayış ve hoşgörüyü katkıda bulunmak,

c) Tüm paydaşlara sosyo-ekonomik faydalar sağlayacak, istihdam yaratacak, gelir getirici fırsatlar sunan, sosyal hizmetlerin kapsamını genişleten ve yoksulluğu önleyici uzun vadeli ekonomik işbirlikleri gerçekleştirmek gibi konular üzerine odaklanmaktadır.

Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere, sürdürülebilir turizm yalnızca çevrenin korunması olarak değerlendirilmemektedir. Aynı zamanda uzun dönemli ekonomik istikrar ve toplumsal gerçekliklerle de ilişkilidir. Bu yönüyle sürdürülebilir kalkınmanın temel esaslarından ayırt edilmesi güçtür.

Sürdürülebilirlik, farklı alanların kendi bakış açılarıyla anlam bulan ve bu alanlar için önem taşıyan bir kavramdır, ancak turizm sektöründe hayati bir öneme sahiptir. Bir destinasyonda turistik çekicilikleri oluşturan doğa, kültür, tarih ve diğer kaynakların hem günümüzdeki kullanıcıları hem de gelecekteki kuşaklar için korunmasını sağlar. Bununla birlikte, bölgede gerçekleştirilecek olan yatırımları, doğal çevreye ve sosyo-kültürel yapıya zarar vermeyecek şekilde yönlendirir (Çalık, 2014: 27). Bunların sonucu olarak ise, destinasyonun sürdürülebilirliği için gerekli olan ziyaretçi memnuniyeti, destinasyon imajı ve rekabet gücünün artırılması sağlanmış olur (Ercan, 2014: 56).

Sürdürülebilir turizm, turizm sektörü ile turist, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkilerden dolayı meydana gelen gerginlik ve sürtüşmenin azaltılmasını amaçlayan olumlu bir yaklaşıma sahiptir. Hem doğal hem de insan kaynaklarının kalitesi ve daha uzun süre devamlılığını sağlamak için çalışan bir yaklaşımdır (Bramwell ve Lane, 1993: 2). Sürdürülebilir turizm ile turistik çekicilikleri oluşturan doğal, tarihi, kültürel ve diğer kaynakların korunması, taşıma kapasitesi dikkate alınarak bölgeye gelen ziyaretçi sayısının kontrol altında tutulması, yerel ekonomiye katkıda bulunulması, yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki etkileşim sonucu karşılıklı hoşgörünün sağlanması ve önyargıların azaltılması mümkündür (Bramwell ve Sharman, 2000: 21).

Sürdürülebilir turizm yaklaşımı çok yönlü ele alınması gereken bir olgudur. Bir turistik destinasyon için düşündüğümüzde; yerel yönetimler, yerel halk, turistler, turizm sektörü, sivil toplum kuruluşları ve medya turizm gelişiminin temel paydaşlarıdır (Swarbrooke, 1999: 151). Sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde yerel halkın önemi göz ardı edilemez. Çünkü yerel halk, ev sahibi topluluk olarak

bölgelerinde meydana gelen gelişmelerden doğrudan etkilenir (Gürsoy ve Rutherford, 2004). Aynı zamanda destinasyondaki turistik çekiciliklerin bir kısmını üreten, kaynakları kullanan ve yok etmeden gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacak olan da yine yerel halkın kendisidir. Bu açıdan bakıldığında yerel halk, turizm gelişim sürecinden hem etkilenen hem de etkileyen konumundadır. Bununla birlikte bir destinasyonda gelişim gösteren turizm faaliyetlerine yönelik yerel halkın sergilediği tutumlar da onların sürdürülebilir turizm açısından ne kadar önemli bir paydaş olduğunu belirleyen bir diğer unsurdur. Bu tutumlara daha önceki başlıklarda değinilmiştir. Dolayısıyla turizmin sürdürülebilir gelişimi, büyük ölçüde, diğer bileşenlerin yanı sıra, turizmin yerel topluluklar üzerindeki etkilerini azaltan stratejiler kullanarak olumsuz sonuçları en aza indirecek iyi bir planlama ve yönetim sistemine dayanmaktadır (Faulkner vd., 1997).

Turizmin sergilemiş olduğu düzensiz büyüme, beşeri yapıyı ve ekosistemi tehdit etmektedir, bu büyüme sürecini doğrudan etkileyebilen unsurların zarar görmesi turizm gelişimini yetersiz ve sürdürülemez hale dönüştürmektedir (Sirakaya, Jamal ve Choi, 2001). Bu tarz turizm gelişim planlarının en büyük hatası yerel halkın hassasiyetini ve iş birliğini göz ardı etmesidir. Altyapıya veya yeni teknolojilere yönelik gerçekleştirilecek yatırımlar birtakım eksikliklerin giderilmesini sağlayabilir, fakat bireyler kırılabilir unsurlardır ve dikkatle muamele görmeleri gerekmektedir. Yani yerel halkta turizme yönelik oluşabilecek olumsuz algıların telafisi oldukça güçtür. Sürdürülebilir turizm planlamasında yerel halkın planlama sürecine dahil edilmesi ve bu süreçte çıkan ortak kararların uzun vadede turizm gelişimi için başarı getirdiği belirtilmektedir (Bramwell ve Sharman, 2002: 22).

Sürdürülebilir turizm anlayışında yerel halkın önemli bir faktör olduğunun kanıtlarından biri de, turistlerin beklentilerinde yatmaktadır. Turistler için yerel insanlarla tanışmak, yerel toplumun örf, adet ve geleneklerine doğrudan şahit olmak ve dünyayı onların gözüyle görmek, eşsiz bir deneyimi beraberinde getirir. Yerel halkla turistler arasında meydana gelen bu etkileşim, turistin seyahatini daha değerli hale dönüştürebilir. Ayrıca, turistlerin hangi beklentilerle kendi bölgelerini ziyaret ettiklerinin farkına varan yerel halk, bu beklentileri karşılayacak turistik çekicilikleri oluşturan kültürel değerler ve ekolojik sistem gibi faktörlere sahip çıkma eğiliminde olurlar. Yaşadıkları destinasyonda meydana gelebilecek aşırı gelişme sonucu; atık, trafik ve su gibi altyapı sorunlarına yönelik tedbir almaya başlayabilir ve bölgedeki

flora ve faunanın korunması adına çeşitli faaliyetlerde bulunabilirler (Hichcock, 1999).

2.1.5.4. Sürdürülebilirlik Anlayışının Kent ile Buluşması (Cittaslow)

Yalnızca kar sağlama temelinde gelişen turizm faaliyetlerinin; çevreye, topluma ve ekonomik düzene duyarsız kalması, turistik çekim unsuru olarak kullanılan birçok değer aşırı kullanımdan kaynaklı tahrip olmasına ve gelecek kuşaklara aktarılamamasına sebep olmaktadır. Turizmin düzensiz gelişiminin etkileri kent boyutunda da hissedilmektedir. Elbette ki kentlerde yaşanan değişimler yalnızca turizm temelli değildir. Küreselleşmenin ve postmodernizm anlayışının çeşitli mekansal ölçeklerde kendini göstermesi de bu değişime sebep olmuştur (Kaypak, 2013). Yaşanan gelişmeler, küresel güçlerin kendi çıkarları doğrultusunda meydana gelen siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimleri kapsayan yeni bir dünya düzeni olarak da adlandırabileceğimiz bir dönemi ortaya çıkarmıştır (Doyuran, 2013). Tüm bu oluşumlar sonucunda kentlerin kendi kimliklerini yitirip, neredeyse birbirinin aynısı olmaya başladığını söylemek mümkündür. Bundan dolayı kentlerin kaybolmaya yüz tutmuş kendine özgü yapısını korumaya çalışması ve zamanın büyük problemlerinden biri olan homojenleşmenin önüne geçme çabası gündeme gelmektedir.

Toplumların yaşam kalitesini arttırmak, kültürel kimliği korumak, yerel değerlerin kaybolmasını önlemek amacıyla uluslararası anlamda birtakım girişimler mevcuttur. Kent ölçeğinde bu değerleri korumayı amaçlayan girişimlerden biri de Cittaslow (Yavaş / Sakin Şehir) hareketidir. 1999 yılında Greve in Chianti belediye başkanı Paolo Saturnini'nin vizyonu doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Daha sonra bu görüş; Bra (Francesco Guida), Orvieto (Stefano Camicchi) ve Positano (Domenico Marrone) belediye başkanları ve Slow Food başkanı Carlo Petrini tarafından benimsenmiştir (Cittaslow Türkiye, 2019).

Cittaslow hareketi temelinin, 1986 yılında yine İtalya'da doğmuş olan, geleneksel ve yerel yiyeceklerin ekim, yetiştirilme ve pişirilme teknikleri de dahil olmak üzere tüm aşamalarında korunmasını amaçlayan Slow Food (Yavaş Yemek) hareketine dayandığı söylenebilir (Andrews, 2008). Slow Food hareketinin kullanmış

olduğu salyangoz simgesinin, Cittaslow simgesi olarak da kullanılıyor olması bu iki hareketin birbiriyle ilişkisini ortaya koymaktadır.

Her iki girişim de belirli bir felsefeye dayanmaktadır. Slow food hareketi günümüzün hızlı yaşam biçimine bir tepki olarak doğmuştur ve iyi, temiz ve adil yiyecek olmak üzere birbirine bağlı üç ilke tarafından tanımlanan bir gıda kavramına ulaşmayı hedefler. Cittaslow felsefesi ise, kısaca kentlerin kendi temel özelliklerine sahip çıkmayı, farklı bir kalkınma modeli ortaya koymalarını ve hayatın yaşanılabilir bir hızda ilerlemesini savunmaktadır. Her iki felsefede de hızlı olandan yavaş olana doğru yönelim vardır. Burada hızlı ile anlatılmak istenen; endüstriyel, standartlaşmış, homojenize, sürdürülemez, düşük kaliteli ve yerel tarihe ve kültüre duyarsız olan her şeydir. Yavaş ise; özgün, özelleştirilmiş, kökleşmiş, sürdürülebilir, otantik, yüksek kaliteli ve yerel tarihe ve kültüre duyarlı olanı vurgulamaktadır. Yavaşlık, modern hayatın getirdiği hızlı yaşam tarzına karşı bireylerin gündelik hayatlarındaki deneyimlerini daha özenli ve daha dikkatli yaşamalarını savunmaktadır (Mayer ve Knox, 2006: 325; Pink, 2007: 64).

Cittaslow felsefesi, ilgili hareketin web sitesinde şu sözlerle aktarılmaktadır (Cittaslow Türkiye, 2019):

“Küreselleşmenin etkisiyle şehirler hızlı çalışılan, hızlı yaşanan ve üretmekten çok tüketen, kendi kendine yetmeyen yaşam alanları haline gelmiştir. Kentler, kuruluş amaçları olan insanların bir arada güven içinde yaşadıkları yerler olmaktan çıkmış, insanların daha hızlı hareket etmeleri ve daha hızlı çalışmaları için tasarlanan mekanlara dönüşmüştür. İnsanların birbirlerinin sıcaklığına sığındıkları, sosyalleştikleri, el emeklerini birbirlerine sundukları sosyal korunaklar olmaktan gittikçe uzaklaşan kentler, insanların tüketim için yaşadıkları sahneler haline almıştır. Yaşamın hızlanması sonucu insanlar daha hızlı yemek yemek, daha hızlı alışveriş yapmak, gidecekleri yere daha hızlı varmak için belli bir tempo içinde koşturup durmaktadırlar. Bu yaşam tarzı bakkallar, manav, terzi gibi küçük esnaf yerine AVM’leri, çocuklarımızın oyun oynayacağı alanlar yerine otoparkları, daha çok park ve yeşil alan yerine geniş otoyolları hayatımıza sokmuştur. İnsanın en önemli değeri olan kısıtlı yaşamını sağlıksız yiyecekler, hava kirliliği, trafik, yalnızlık ve tüketimle harcaması modern yaşamın vazgeçilmezi olarak sunulmuştur.”

Cittaslow hareketi sahip olduğu 72 kriter ile dünyada 30 ülkede nüfusu 50.000’den az olan 262 kenti ağına dahil etmiştir. Üye olmak isteyen kentlerin, Cittaslow birliğinin; kentsel, toplumsal, çevresel, kültürel konularda hazırlamış olduğu kriterlerden en az 50 ve üzerinde puan alması gerekmektedir (Cittaslow Türkiye, 2019). Kriterler yedi ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar “çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel yaşam kalitesi politikaları, tarımsal, turistik,

esnaf ve sanatkarlara dair politikalar, misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar, sosyal uyum ve ortaklıklar” dır. Türkiye’de 2009 yılında ile defa Seferihisar bu harekete dahil olmuştur. Çizelge 2’de de görüldüğü üzere Türkiye’de Seferihisar’la birlikte toplam 17 kent Cittaslow unvanı almıştır.

Çizelge 2: Türkiye’de Bulunan Cittaslow Kentler

Sıra	İlçe	Şehir	Yıl
1	Seferihisar	İzmir	2009
2	Akyaka	Muğla	2011
3	Yenipazar	Aydın	2011
4	Gökçeada	Çanakkale	2011
5	Taraklı	Sakarya	2011
6	Perşembe	Ordu	2012
7	Yalvaç	Isparta	2012
8	Vize	Kırklareli	2012
9	Halfeti	Şanlıurfa	2013
10	Şavşat	Artvin	2015
11	Uzundere	Erzurum	2016
12	Eğirdir	Isparta	2017
13	Göynük	Bolu	2017
14	Gerze	Sinop	2017
15	Mudurnu	Bolu	2018
16	Ahlat	Bitlis	2019
17	Köyceğiz	Muğla	2019

Kaynak: Cittaslow International, <http://www.cittaslow.org/>

Cittaslow hareketi, doğrudan turizm odaklı veya kentin turizm destinasyonu olmasını hedefleyen bir anlayışta değildir (Yurtseven ve Kaya, 2011: 93). Ancak bu harekete üye olan kentlere Cittaslow anlayışı ile birlikte dolaylı olarak turizmde rekabet gücü kazandırılması ve sürdürülebilirliği destekleyici bir yol haritası sunulmaktadır (Yıldırım ve Karaahmet, 2013: 15). Bu hareketin amaçlarından biri yerel kültürü ve yaşam biçimini yeniden keşfetmektir. Bu amaç doğrultusunda Cittaslow hareketinin var olmasını sağlayan gücün politika ve siyasilerden çok toplumsal bir güç olduğu söylenebilir. Hareketin uygulayıcıları olarak siyasileri değil, toplumu oluşturan bireyler ve sosyal ilişkiler gösterilebilir (Knox, 2005: 6). Bu noktada yerel halkın Cittaslow hareketi için oldukça önemli bir unsur olduğu ortaya çıkmaktadır.

2.1.5.5. Bir Yavaş Şehir Olarak Seferihisar

Türkiye'nin ilk yavaş şehri olan Seferihisar, İzmir ilinin ege kıyısında yer alan turistik bir ilçesidir. 2009 yılında yavaş şehir kriterlerini sağlayarak bu ünvanı almıştır. Yavaş şehir unvanını almak için yaptığı başvuru çok kısa sürede (5 ay) kabul edilen Seferihisar, daha önce görülmemiş bir şekilde yerinde incelemeye gerek duyulmadan yavaş şehir olması kabul edilmiştir (Öztürk, 2012: 96). Yani Seferihisar başvuru yapmadan önce zaten birçok açıdan sürdürülebilir bir kent olduğunu göstermiştir. Yavaş şehir değerlendirme kriterlerine göre başvuru yapabilmek için şehrin, bu kriterlerin en az %50'sine uygun olması bekleniyorken, Seferihisar başvuru aşamasında kriterlerin %73'üne uygun olduğunu göstermiştir (Şahinkaya, 2010: 14-15). Seferihisar'ın yavaş şehir olmadan önceki nüfusu incelendiğinde, 2007 yılında 25.830, 2008 yılında ise 26.945 olduğu görülmektedir. 2010 yılında 32.655 olan ilçe nüfusu, 2019 yılına geldiğimizde 44,526'ya ulaşmıştır. İlçenin neredeyse yavaş şehir kriterlerinde belirtilen 50 bin nüfus sınırına yaklaştığı anlaşılmaktadır (Nufusu, 2019). TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) 2017 nüfus verilerine göre, Seferihisar nüfusu; 2007'den 2017'ye kadar %57'lik bir artışla Türkiye'nin nüfusu en çok artan beldelerinden biri olmuştur (Seferihisar, 2020). Bu istatistiklerden de anlaşılacağı üzere, Seferihisar'ın yavaş şehir olmasıyla birlikte nüfusunda ciddi bir artışın olduğu gözlenmektedir. Bu artışa ağırlıklı olarak İstanbul'dan buraya göç edenlerin sebep olduğu söylenebilir (Egedensöz, 2020).

İlçenin ekonomik yapısının genel olarak tarıma dayalı olduğu söylenebilir. Ancak yavaş şehir olması ile birlikte turizm hareketliliği de başlamıştır. İlçe merkezinin ve kıyı şeridinin rekreasyon ve turizm etkinlikleri ile canlanmaya başlaması, beraberinde doğal ve kültürel anlamda da birçok yeniliğin yaşanmasını gündeme getirmiştir (Soykan ve Emekli, 2004: 4). Seferihisar ilçesi sınırları içerisinde yer alan Teos antik kenti, ilçenin önemli turistik değerlerinden olup geçmişinin M.Ö. 2000'li yıllara kadar dayandığı bilinmektedir. Böylece ilçede yaklaşık 4000 yıldır yerleşim olduğu öylenebilir. Böylece yöreye 4000 yıldan bu yana yerleşimlerin olduğu söylenebilir. Dionysos tapınağında içerisinde yer aldığı Teos antik kenti ile birlikte Lebedos antik kenti, Karaköse Harabeleri ve Myonnesos Adası'da ilçe sınırları içerisinde yer alan diğer antik kentler ve sit alanlarıdır. Bunlarla birlikte Seferihisar'da tarihin farklı dönemlerinden kalan cami, medrese,

çeşme, su kemeri, hamam ve tümülüslere rastlamak mümkündür (Seferihisar Belediyesi, 2020a).

Seferihisar'ın sosyo-kültürel yapısı, İzmir'e yakın olması, ilçe kıyı hattının turistik özelliklere sahip olması ve etrafındaki diğer turistik beldelerin varlığından etkilenebilmesi ile sürekli bir değişime maruz kalmıştır. Köylerin sınırları genişlemiş beldelere dönüşmüş, toplu yazlık konutlar ve turistik tesisler buralarda açılmaya başlamıştır. Bundan dolayı ilçenin geleneksel kültürel yapısı, popüler kültürün simgeleriyle karşı karşıya kalmıştır (Soykan ve Emekli, 2004: 27). Resmi rakamlara göre ilçede turizm işletme belgeli toplam 7 adet tesis bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi 5 yıldızlı termal otel, diğerleri ise 3 ve 2 yıldızlı turistik tesislerden oluşmaktadır. Bu tesislerin oda sayısı 833, yatak sayısı ise 1758'dir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

İlçe nüfusunun büyük bir çoğunluğu tarım ile uğraşmaktadır. İlçede yürütülen tarım ve turizm faaliyetlerine rağmen sanayi sektörünün gelişmediğini söylemek mümkündür. Tarım ürünleri de ilçenin tanıtılması ve kalkınması için kullanılmaktadır. Örneğin; mandalina, zeytin, enginar, lavanta gibi ürünler, yavaş şehir felsefesine uygun üretim ve kullanım biçimleriyle adeta ilçeye ve o bölgeyle bütünleşmiştir. Seferihisar ilçe sınırlarında gerçekleştirilen; İzmir Tohum Takas Şenliği, Seferihisar Lavanta Festivali, Seferihisar Mandalina Şenliği gibi etkinlikler de tarımın ilçe kimliğinin büyük bir bölümünü kapsadığını göstermektedir. Benzer şekilde, Seferihisar'lı kadınların birlikte kurduğu tarımsal kalkınma kooperatifleri aracılığıyla; zeytinyağı, bal, şevket-i bostan, yöresel peynirler ve köy ekmeği gibi birçok yerel ürünün internet üzerinden satılması da mümkün olmuştur (Seferipazar, 2020).

Seferihisar, yerel yiyecekleri ve yerli tohumlar korumakta, organik tarımı destekleyip, üreticinin ürünlerini aracısız satabileceği üretici pazarlarının kurulmasına imkan sağlamaktadır. Sığacık mahallesinde yer alan Sığacık Kalesi'nde gerçekleştirilen sokak sağlıklaştırma çalışmalarıyla da mimari yapısına sahip çıktığını göstermektedir. Bu yenileme ve düzenleme çalışmaları ile birçok ev turizme kazandırılmıştır (Seferihisar Belediyesi, 2020b). İlçenin yerel niteliklerine sahip çıkması orada yaşayan bireylerin bu konudaki farkındalığını arttırabilir ve toplumun her kesiminden insanın sürdürülebilirlik anlayışına karşı bilinçlenmesini sağlayabilir.

2.2. İlgili Araştırmalar

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve konusuna benzer daha önce yapılmış araştırmalara yer verilecektir. İlgili alanyazın incelendiğinde, araştırmada kullanılan değişkenlerin hepsinin bir arada olduğu bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bundan dolayı; yer kimliği, topluluğa bağlılık, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti değişkenlerinin birkaçının bir arada kullanıldığı farklı alanlardan ve turizm alanından örnek çalışmalar burada incelenecektir. Yer kimliği ve topluluğa bağlılığın turizm perspektifinden ele alındığı çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır. Değişkenler arasındaki ilişkiler incelenirken özellikle çalışmaların amaçları ve sonuçları dikkate alınacaktır. Bununla birlikte, bu çalışmada yer alan değişkenlere dair temel araştırmalardan başlanarak, araştırma modeline daha yakın olduğu düşünülen çalışmalara doğru bir sıralama izlenecektir.

Çevre ve insan arasındaki ilişkinin kavramsallaştırılması ve teorik yapısı üzerine yapılan çalışmalarda farklı fakat çoğu zaman birbirine yakın anlamda kullanılan kavramlara rastlamak mümkündür. Bunlar; yer kimliği (place identity) (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983; Twigger-Ross ve Uzzell, 1996), kent kimliği (urban identity) (Lalli, 1992), yer aidiyeti (place attachment) (Gerson, Stueve ve Fischer, 1977; Low ve Altman, 1992), yer temelli duygular (sense of place) (Shamai, 1991), kökleşme (rootedness) (Relph, 1976; Tuan, 1980), yer belleği (place memory) (Lewicka, 2008), toplumsal kimlik (community identity) (Colombo ve Senatore, 2005), topluluğa bağlılık (community attachment) (Hummon, 1992) ve yer bağlılığıdır (place dependence) (Stokols ve Shumaker, 1981). Bu kavramlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar daha önceki bölümlerde açıklanmaya çalışılmıştır. Aralarında anlamsal olarak küçük farklılıklar olsa da, terimler genellikle hem kavramsal hem de metodolojik olarak örtüşmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, yer kimliği kavramına dayandırılmış kent kimliği kavramının çalışmada kullanılması uygun görülmüştür. Bu bölümde ise farklı çalışma alanlarından; yer kimliği, kent kimliği ve diğer benzer kavramların bulunduğu ve çeşitli mekansal ölçeklerde gerçekleştirilmiş araştırmalara yer verilecektir.

Proshansky, Fabian ve Kaminoff (1983), yer kimliğini sosyal psikoloji alanı çalışma konularından biri olan benlik teorisinden (self-concept) esinlenerek

kavramsallaştırmıştır. Buna göre, insanın mekanla olan deneyiminde ve mekana yönelik bağlılığının gelişiminde aidiyet ve kendileme sürecine işaret edilerek, yer ve yere ilişkin anlamların benlik kavramının bir parçası haline geldiği vurgulanmıştır. Böylece yer kimliği, insanın çevresiyle (doğal ve yapay) ve diğer insanlarla ilişkilerinde beklentileri, tercihleri, duyguları ve değerleri tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini kendi yapısında birleştiren karmaşık bir olgu olarak tanımlanmıştır. Lalli (1992) ise, yapmış olduğu çalışmada, Proshansky vd. (1983) ile benzer şekilde, benlik kuramı çerçevesinde tanımlanmış yer kimliğine bir eleştiri ve yeni bir ölçme arası geliştirilmeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak, 5 boyutlu ve 20 ifadeli kent kimliği ölçeği oluşturulmuştur. Bunlar, Karşılaştırma (External Evaluation), Aidiyet (General Attachment), Geçmiş (Continuity with Personal Past), Aşinalık (Perception of Familiarity), Bağlılık (Commitment)'dır.

Hernandez, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess (2007), Kanarya Adaları'nda yaşayan yerli ve göçmenler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, her iki grubun yaşadıkları ada, kent ve mahalleye olan aidiyetleri ve yer kimliği düzeylerini tespit etmeyi ve gruplar arası farklılıkları incelemeyi amaçlamıştır. Yerli halkın farklı ölçekteki üç mekana da aidiyetlerinin ve yer kimliği düzeylerinin göçmenlere nazaran daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, yerlilerin aidiyet ve kimlik duyguları arasında küçük farklılıklar olsa da göçmenlerin üç bölgeye (mahalle, kent ve ada) ilişkin aidiyet duygularının yer kimliği duygusundan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Göçmenlerin üç bölgeye dair aidiyet duyguları orta seviyede iken, yer kimliği düzeyleri daha düşüktür. Araştırmacılar bu durumdan hareketle aidiyetin yer kimliğinden önce oluşan bir duygu olduğunu ileri sürmüştür. Sonuçlar aidiyetin ve yer kimliğinin aynı yerde doğup büyüyen yerel halk için benzer, yerli olmayanlar için farklı sonuçlar verdiğini ortaya koymuştur. Bu araştırmanın sonuçlarına benzer olarak Gustafson (2009: 494)'da, göç eden bireylerin yerleştikleri ülkeye çok az aidiyet hissettiklerini ancak uyum süreci ile aidiyet hissini yavaş yavaş göç ettikleri ülkeden yerleştikleri ülkeye doğru kaydını belirtir.

Hernández, Martín, Ruiz ve Hidalgo (2010); yer kimliği, yer aidiyeti ve çevreye karşı yasa dışı davranış olasılığını açıklayan kişisel ve sosyal normlara yönelik çevresel tutum arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 19 ila 70 yaşları arasındaki, yüksek çevre koruma altındaki bir bölgenin kırsal, kentsel ve turistik alanlarında

yaşayan kadın ve erkekler üzerinde gerçekleştirilen araştırmada yer kimliği ve yer aidiyetinin kişisel normlarla doğrudan ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Buna rağmen yer kimliğinin, kişisel normların öncüsü olan çevresel tutumları ve sosyal normları etkilediği görülmüştür. Sonuçlar, bireylerin çevre ile olan bağlarını vurgulayarak çevre yasalarına uyumu teşvik etmeyi amaçlayan müdahalelerin etkinliğinin tekrar gözden geçirilmesini ve kişisel ve sosyal normların çevre korumadaki rolü konusundaki çalışmaları genişletilmesini önermektedir.

Lee, Yap ve Levy (2016) yer kimliğini; aidiyet (attachment), süreklilik (continuity with personal past), aşinalık algısı (perception of familiarity), toplumsal kabul (Social acceptance), bağlılık (Cohesion) ve bağlanma (Commitment) olmak üzere altı boyut altında değerlendirmiştir. Malezya'nın Kuala Lumpur kentinde bulunan iki mahallede 409 kişiye telefonla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Çalışma güçlü yer kimliğine sahip bireylerin yaşadıkları mahalleye bağlılık duyacaklarını ve buraya yönelik olumlu sürdürülebilir tüketim tutumu ve davranışı sergileyeceklerini önermektedir. Yapısal eşitlik modellemesi sonucu, çevre psikoloji, tüketici davranışı ve pazarlama literatürüne dayandırılan teorik modeli ampirik olarak doğrulanmıştır. Buna göre yer kimliği ve mahalleye bağlılığın, sürdürülebilir tüketim temelli tutumların güçlü bir motivasyonu olduğu tespit edilmiştir.

Bernardo ve Palma-Oliveira (2016), yer kimliği kavramını kentsel mekandaki gruplar arası ilişkiler bağlamına ele alırken sosyal kimlik teorisinden faydalanmışlardır. Yerel halkın kendi mahalleleri ve sakinleri (grup içi) ile diğer mahalleler ve sakinlerini (grup dışı) algılanmasında yer kimliğinin etkisini araştırmak üzere Lizbon kentindeki birbirine bitişik dört mahallede bir saha çalışması yapılmıştır. Araştırma sonucunda yer kimliğinin yaşanılan mahalleden memnuniyet ve grup içi olumlu yargıyla yüksek derecede ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gruplar arasında üç tür ilişki tanımlanmıştır. Buna göre, karşılaştırma için ilgili bir dış grup, ideal bir referans grubu ve daha düşük düzeyli görülen bir grup tespit edilmiştir. Buradan hareketle coğrafi olarak tanımlı grupların belirli ortak algıları olduğu söylenebilir.

Marcouyeux ve Fleury-Bahi (2011), mekanın algılanan imajı ile yer kimliği süreçleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmacılar ilgili literatüre dayanarak yer kimliğini üç alt boyuta ayırmıştır. Bunlar yer aidiyeti, yer bağımlılığı ve grup kimliğidir. Fransa'nın batısında yer alan 6 lisede öğrenim gören toplam 542 lise

öğrencisinin okullarına yönelik algıladıkları imajları ile okullarına yönelik yer kimliği algıları incelenmiştir. Sonuçlar öğrencilerin lise imajını değerlendirmesi ile yer kimliği algıları arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bulgular, bazı öğrencilerin liselerini düşük sosyal prestije sahip (negatif imaj) olarak değerlendirmelerine rağmen güçlü bir yer kimliği algısına sahip olduklarını göstermektedir.

Qingjiu ve Maliki (2013), üniversite öğrencilerinin kampüse yönelik yer bağlılığını, yer kimliği ve yer aidiyeti perspektifinden ele almıştır. Malezya'da bir üniversitede birinci sınıftan dördüncü sınıfa kadar öğrenim gören ulusal ve uluslararası toplam 114 öğrenciye anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçları öğrencilerin kampüse nispeten güçlü bir aidiyet ve kimlik gösterdiğini, yer kimliğinin kapsamının yer aidiyeti ölçüsünden nispeten zayıf olduğunu göstermiştir. Aynı zamanda öğrencilerin sınıf derecelerine bağlı olarak farklı boyutlarda yer aidiyeti ve yer kimliği sergiledikleri tespit edilmiştir. Buna göre öğrencilerin yer aidiyeti ve kimliği üçüncü sınıflarda en fazla iken bunu sırasıyla dördüncü sınıflar, ikinci sınıflar ve birinci sınıflar izlemektedir. Bununla birlikte ulusal öğrencilerin kampüse yönelik aidiyet ve kimlik duyguları uluslararası öğrencilerden daha fazladır.

Yer kimliğinin turizm alanında farklı konularla ele alınabileceğine örnek bir çalışma Hallak, Brown ve Lindsay (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. Girişimcilik ve çevre psikolojisi literatürüne dayalı olarak Güney Avustralya'da faaliyet gösteren 301 turizm girişimcisi üzerine yapılmış araştırmada, yer kimliğinin; girişimciliğin, öz yeterliliğin ve toplumsal desteğin küçük ve orta ölçekli turizm işletme sahiplerinin girişimcilik performansını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Yapısal Eşitlik Modellemesi analizleri sonucu, turizm girişimcilerinin yer kimliklerinin, girişimci öz-yeterlik ve toplumsal destek üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Turizm girişimcisinin girişimde bulunduğu yerden aldığı kimlik duygusu, girişimcilik başarısına katkıda bulunmaktadır.

Asatryan ve Oh (2008), turizm sektöründe ilişki pazarlama perspektifinden psikolojik mülkiyetin oynayabileceği potansiyeli değerlendirmişlerdir. Restoran endüstrisini çalışma alanı seçen araştırmacılar, kavramsal bir psikolojik sahiplenme modeli ve psikolojik sahiplik ölçeği geliştirmek ve bu ölçeği ampirik olarak doğrulamak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu modelde psikolojik sahipliğin öncülleri olarak aidiyet, özdeşleşme ve algılanan kontrol gibi temel insani ilişki

değişkenleri bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan bir üniversitede çalışan toplam 1253 akademik ve idari personel üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, psikolojik sahiplik ile ilişkili olarak sadakat, ağızdan ağıza iletişim, rekabetçi direnç ve fazla ödeme istekliliği gibi pratik olarak önemli bazı çıktılarda incelenmiştir. Sonuçlar genel olarak, psikolojik sahipliğin öncülleri olan aidiyet, özdeşleşme ve algılanan kontrol ile çıktıları oluşturan sadakat, ağızdan ağıza iletişim, rekabetçi direnç ve fazla ödeme istekliliği arasında psikolojik mülkiyetin aracılık rolü yaptığını göstermektedir. Bununla birlikte, müşterilerin ait olma ve işletmenin değerleri ile özdeşleşme hissini, sahiplik duygularını artırdığı ve bu duygunun restorana daha fazla ödeme yapmaya istekli olma gibi özel davranışsal sonuçlar üretebileceği tespit edilmiştir.

Cheng ve Wu (2015); çevresel bilgi, çevresel duyarlılık, yer aidiyeti ve çevreye duyarlı davranışları bütünleştirerek sürdürülebilir bir ada turizmi geliştirme modeli oluşturmayı amaçlamışlardır. Tayvan, Penghu Adaları'nı ziyaret eden toplam 477 turist üzerinde yaptıkları araştırmada, değişkenler arasındaki ilişkiler ve aracılık etkilerini belirlemek için yapısal eşitlik modeli kullanmışlardır. Sonuçlar, turistlerin Penghu Adaları hakkındaki çevresel bilgilerinin çevresel duyarlılıkla yüksek derecede ilişkili olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte turistlerin ada turizmi için sahip olduğu çevresel duyarlılık, yer aidiyeti ile pozitif ilişkilidir. Penghu'nun turistler tarafından algılanan yer aidiyeti derecesi, çevreye duyarlı davranışla da olumlu yönde ilişkilidir. Turistleri bölge çekiciliğine karşı ne kadar duyarlı olursa, çevreye duyarlı davranış sergileme olasılıkları da yükselmektedir. Son olarak, çevresel duyarlılık ve yer aidiyetinin, çevresel bilgi ile çevreye karşı sorumlu davranış arasındaki ilişkilere aracılık etmede önemli etkileri olduğu bulunmuştur.

Stylidis (2018), yerel halkın turizme yönelik; ekonomik, sosyokültürel ve çevresel tutumlarını yer aidiyeti ve yerin algılanan imajı üzerinden değerlendirmiş ve bir model önerisi sunmuştur. Yunanistan'ın turistik bir şehri olan Kavala'da yaşayan toplam 481 kişi örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada; yerin algılanan imajı, yer aidiyeti, turizmin algılanan etkileri ve turizm gelişimini destekleme değişkenlerinin yer aldığı üç farklı model test edilmiştir. Analiz sonuçlarında yer aidiyetinin yerin algılanan imajını etkilediği, yerin algılanan imajının turizmin algılanan etkilerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizmin algılanan etkileri turizmin gelişimine verilen desteği olumlu olarak etkilemektedir. Çalışma, yerel

halkın turizme karşı tutumlarını modellerken bir yerin hem duygusal hem de fiziksel değerlendirmelerini birleştirerek turizm gelişimi konusundaki önceki çalışmaları genişletmektedir. Ayrıca, sürdürülebilir turizm geliştirme programlarının oluşturulması için önemli olan pratik uygulamalar sunmaktadır.

Ginting ve Wahid (2017), kültürel miras turizminde yer kimliğinin önemi üzerine bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada ayırt ediciliğin; sembolik yapılar, eşsizlik (biricik olma), yere ait özellikler ve farklı algılar gibi yönleri üzerinden kültürel miras alanındaki yer kimliği tanımlanmıştır. Çalışma alanı olarak Endonezya'nın Medan şehri seçilmiştir. Köklü geçmiş ve tarihi binalarının varlığı nedeniyle bu şehre odaklanılmıştır. Bu çalışmada hem nitel hem de nicel yöntem bir arada kullanılmıştır. Bölge sakinlerinin ve ziyaretçilerin algılarını incelemek alan gözlemi ile birlikte dokuz derinlemesine görüşme ve 360 anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak kültürel mirası meydana getiren tarihi binaları ile bireylerin yer kimliği arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tarihi binaların birer sembol olarak varlığı, bireylerin yer kimliği algılarını güçlendirmekte ve bu alana benzersiz bir şekilde bağlılık göstermesini sağlamaktadır. Bununla birlikte bölgesel gelişimin sağlanması için kültürel faaliyetlerin artırılması, yerel ürünlerin ve kamusal imkanların artırılması önerilmiştir.

Ginting, Rahman ve Nasution (2018), Endonezya'nın Karo Regency bölgesinde yer alan beş turistik destinasyonda yaptıkları çalışmada, bölgeyi ziyaret eden turistlerin yer kimliği düzeylerini ayırt edilebilirlik, süreklilik, benlik saygısı ve öz yeterlilik üzerinden incelemişlerdir. Ayırt edilebilirlik ve benlik saygısı en güçlü yer kimliği öğeleri olarak bulunurken, süreklilik ve öz yeterlilik en zayıf unsurlar olarak tespit edilmiştir. Fakat yer kimliği düzeyinin genel olarak düşük olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte zayıf yer kimliğinin bölgeyi ziyarete gelen turistleri olumsuz yönde etkilediği, turistlerin yalnızca birkaç kalmayı tercih ettiği görülmüştür. Çalışmanın sonucunda bölge yer kimliğinin geliştirilmesi için kamu kurum ve kuruluşları ile sektör temsilcilerine önerilerde bulunulmuştur.

Türkiye'de yapılan çalışmalarda genellikle aidiyet kavramı üzerinde durulmuştur. Bezirgan (2014), Antalya Kemer'e tatile gelen 414 yerli ve yabancı turistlerin algıladıkları fiyat değeri, aidiyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkileri tespit etmeye çalışmıştır. Bu çalışmada yer kimliği, yer temelli duygular kavramları daha geniş bir perspektiften ele alınmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin tespiti için bir

araştırma modeli oluşturulmuş, modeli oluşturan değişkenler arası ilişkiler yapısal eşitlik modeli kurularak test edilmiştir. Buna göre destinasyondan algılanan fiyat değeri aidiyeti ve davranışsal niyetleri pozitif ve doğrudan etkilemektedir. Aynı zamanda aidiyetin davranışsal niyetleri doğrudan ve pozitif etkilediği de çıkan sonuçlar arasındadır. Benzer şekilde, Ayazlar ve Ayazlar (2016)'ın Aydın Didim'de yapmış oldukları araştırma da aidiyet üzerine odaklanmaktadır. Fakat Bezirgan (2014)'dan farklı olarak yerel halk inceleme konusu edilmiştir. Turistik bir destinasyon olan Didim'de yaşayan yerel halkın aidiyet duygusunun turizmin etkilerine yönelik tutumuna etkisi ile yerel halkın bu tutumunun onların yaşam tatminine olan etkisi incelenmiştir. 410 kişiden elde edilen veriler yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmiştir. Bulgulara göre, yerel halkın aidiyet duygusu turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumda önemli bir belirleyicidir. Ekonomik, sosyokültürel ve çevresel düzeylerde ele alınan bu tutumların hepsinde anlamlı bir etki söz konusudur.

Yüksel, Yüksel ve Bilim (2010) yerel halk üzerine yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak yer aidiyetini turistler üzerinden incelemiştir. Aydın Didim'de faaliyet gösteren 2 tane 5 yıldızlı, 1 tane 4 yıldızlı ve 3 tane 3 yıldızlı otelden seçtikleri toplam 300 turiste anket uygulaması gerçekleştirmiş ve 224 kullanılabilir anket elde etmişlerdir. Gerçekleştirdikleri yapısal eşitlik modellemesi sonucu turistlerin bir destinasyona yönelik geliştirdikleri duygusal ve bilişsel bağların onların destinasyonu değerlendirmesinde ve destinasyona yönelik sadakat oluşturmalarında etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Göregenli, Karakuş, Kösten ve Umuroğlu (2014: 5)'na göre, "*Mekana bağlılık ve aidiyet duygusu tek taraflı bireysel bir oluşum değildir; kişiler, kimlikler ve mekanlar arasındaki karşılıklı etkileşim kolektif bir oluşumu gerektirmektedir. Bu bağlamda mahalleye kıyasla daha geniş bir mekan ölçeği olarak kente bağlılığın anlaşılması, kent kimliği ve topluluğa bağlılık duygusu kavramlarının birlikte düşünülmesini zorunlu kılmaktadır*". Bundan dolayı incelenen araştırmaların birçoğunda hem yer kimliği hem de topluluğa bağlılığın bir arada yer aldığı görülmektedir.

Tsai ve Shiue (2010) ise, Tayvan'ın Pengui adasında yaşayan yerel halkın, adada gelişim gösteren kumarhane turizmine yönelik tutumlarını aidiyet ve topluluk algısı perspektifinden değerlendirmiştir. Araştırma kumarhane turizminin yerel

sakinlerin bakış açılarından ne gibi etkileri olacağını değerlendirmek ve yerli halkın kumarhane turizmine yönelik tutum ve duygularını keşfetmek amacıyla yapılmıştır. Sonuç olarak kumarhane turizminin etkilerinin azaltılıp, toplumsal katılımın sağlanmasıyla yerel halkın tutumunun olumlu olacağı belirtilmiştir.

Joaquim Araújo de Azevedo, João Ferreira Custódio ve Pereira Antunes Perna (2013), gerçekleştirdikleri çalışmada kamu politika belirleyicilerine destinasyon pazarlaması stratejileri için kullanılmak üzere yeni göstergeler sağlamak amacıyla; yer aidiyeti, benlik saygısı, öz yeterlilik ve yaşam kalitesi kavramlarına odaklanmışlardır. Portekiz'in güneyinde yer alan ve en kalabalık ikinci kent olan Algarve'deki 641 yerel halkın yaşam kalitesi özelliklerini ve yer aidiyetini değerlendirmek amacıyla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bulgular, kentin yaşam kalitesi özelliklerinin yer aidiyetini etkilediğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte öz yeterlilik, algılanan mutluluk ve aktif vatandaşlık davranışları yer aidiyeti ile önemli ölçüde ilişkilidir. Sonuç olarak çalışmada, politika yapımcılar ve kamu karar vericilerine sistematik destinasyon pazarlaması ve kentsel düzenlemelere katkı sağlayacak yeni bir çerçeve sunulmuştur.

Çiçek ve Sarı (2018), Türkiye'deki sakin şehirlerde yaşayan yerel halkın turizme ve sakin şehir hareketine yönelik algı ve tutumları ile turizme olan destekleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, Vize, Taraklı, Yenipazar, Gökçeada, Seferihisar ve Akyaka sakin şehirlerinden 1116 kişiye ulaşımlardır. Çalışma sonuçlarına göre; yerel halkın sakin şehir algısı ile turizme yönelik destekleri ve yaşam memnuniyeti ile turizme yönelik destekleri arasında olumlu ilişki olduğu saptanmıştır. Buna ek olarak, yerel halkın turizmden elde ettiği kişisel fayda ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

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 görüşmeler sonucunda çoklu

sıralama yöntemlerinden elde edilen nicel ve kategorik veriler aracılığıyla, 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. Buna göre yerel halkın çevresini; değişimin uygunluğu, doğal çevreye karşı yapılı çevre, içeriden (yerel halk) ve dışarıdan (turistler ve göçmenler) olmak üzere üç temel boyuta göre ayırt ettiği bulunmuştur. Sonuç olarak turizmin hızlı bir değişimin katalizörü olduğuna vurgu yapılmıştır. Çevrenin tahrip edilmesi, yerli toplulukların bozulması ve geleneksel yaşam tarzını etkilemektedir. Çalışma aynı zamanda turizmin ve turizmin etkilerinin ev sahibi topluluklar tarafından nasıl kavramsallaştırıldığını anlamak için yararlı olabilecek metodolojik bir yaklaşımı da göstermektedir.

İşçi, Güzel ve Ataberk (2018), İzmir'in Bergama ve Selçuk ilçelerinde yaşayan 841 kişiye anket uygulaması gerçekleştirmiş ve bu ilçelerde yaşayan yere halkın mekana bağlılık ve topluluğa bağlılıklarının, kültürel mirasa yönelik algı ve korumaya yönelik tutumları ile ilişkisini incelemiştir. UNESCO tarafından Dünya Mirası unvanı almış Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Selçuk Efes antik Kenti çalışma alanı olarak seçilmiştir. Bu çalışmada mekana bağlılık yer kimliği ile eşdeğer bir kavram olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak ele alınan bağlılık, algı ve tutum kavramları arasındaki ilişkinin güçlü olduğu ortaya çıkarılmıştır. Diğer bir ifade ile bağlılık kavramının kültürel mirasa yönelik pozitif algının ve kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumun önemli öncülleri olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Wang ve Xu (2015) çalışmalarında yerel halkın turizme yönelik tutumlarını Breakwell (1986)'in ortaya koyduğu dört boyutlu (ayırt edilebilirlik, süreklilik, benlik saygısı ve öz yeterlilik) yer kimliği modeli üzerinden incelemiştir. Çin'in güney bölgesinde yer alan Zhuhai kentinde yaşayan 500 kişiye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Turizm literatürü bu tutumların ölçülmesinde sosyal değişim teorisinin daha etkili bir araç olacağını vurgularken bu çalışma yeni bir perspektiften yaklaşarak yerel halkın algı ve tutumlarının değerlendirilmesinde yer kimliğine odaklanmıştır. Araştırma sonucunda yer kimliğinin alt boyutları ile turizmin olumlu olumsuz etkilerine yönelik tutumlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Benzer şekilde turizmin etkileri ile bölgede turizmin gelişimini desteklemeye yönelik tutum arasında da anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Araştırma yerel halkın yalnızca turizmden elde ettiği çıkarlarla hareket etmediği, bölgedeki turizm gelişiminin halkın kimliğine uyumunun da önemli olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Wang ve Chen (2015), Amerika Birleşik Devletleri'nin Indianapolis eyaletinde yaşayan toplam 464 kişi üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada yerel halkın yer kimliği algılarının turizme yönelik tutumlarını etkileyip etkilemediğini araştırmayı amaçlamışlardır. Yerel halk ve turizm perspektifinde gerçekleştirilen birçok araştırmada sosyal değişim teorisinin yerel halkın algı ve tutumlarının öngörülmesinde faydalı bir araç olduğunun öne sürülmesine rağmen, bu çalışmada yer kimliği teorisi kuramsal bir temel olarak ele alınmış ve yerel halkın algı ve tutumların ölçülmesine yeni bir bakış açısı getirilmiştir. Bu durum Wang ve Xu (2015)'nin çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre yer temelli benlik saygısının ve öz yeterliliğin yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarında etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, o bölgede ikamet süresinin yer kimliği ve tutum arasındaki ilişkiyi düzenlediği görülmüştür. Son olarak araştırmacılar yer kimliği teorisi ve sosyal değişim teorisinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğunu ve her ikisinin de yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarının değerlendirilmesinde kullanılmasını önermiştir.

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumları, turizmin gelişimine yönelik tutum ve yaşam memnuniyetleri ilişkisine yönelik gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi hakkında detaylı bilgilere yer verilecektir. Bu doğrultuda araştırmanın modeli ve hipotezleri sırasıyla oluşturulmuş, daha sonra ise, evren ve örneklem, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci ve verilerin analizi ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Model kurma; “nesnelere, olgular ve olaylar, süreç ve sistemlerle ilgili kavramlar ve bunlar arasındaki ilişkileri kurup ispatlama yolu olarak tanımlanabilir” (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014: 97). Sosyal bilimlerde nicel araştırma metodolojisi içerisinde sıkça kullanılan dört tip araştırma modeli olduğu görülmektedir. Bunlar; tarama araştırması, ilişkisel (korelasyonel) araştırma, nedensel karşılaştırma araştırması ve deneysel araştırmadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2018: 15-17). Nedensel karşılaştırma araştırmaları, ortaya çıkmış/var olan bir durumun ya da olayın nedenlerini, bu nedenleri etkileyen değişkenleri ya da bir etkinin sonuçlarını belirlemeye yönelik yapılan bir araştırma türüdür (Büyüköztürk vd., 2018: 190). Bu araştırmada yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini desteklemeleri ve yaşam memnuniyetleri değişkenleri arasındaki neden sonuç ilişkileri incelendiğinden dolayı araştırma modeli nedensel karşılaştırma araştırması olarak belirlenmiş ve nedensel bir model ortaya konulmuştur.

Araştırmada öncelikli olarak araştırmanın kuramsal modelini meydana getiren değişkenlere ilişkin hipotezler geliştirilmiştir. Daha sonra ise yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini desteklemeleri ve yaşam memnuniyetleri değişkenleri ile yerel halkın

Seferihisar'la ilişkili belirli özellikleri birlikte incelenmiş ve bu özelliklere dair hipotezler kurulmuştur. Katılımcıların Seferihisar ile ilgili özellikleri, kuramsal çerçevede açıklanmış çeşitli yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmesi düşünüldüğünden incelemeye alınmıştır. Turizmden ekonomik fayda sağlama, bölgede doğma veya yaşama süresi, turistlerle iletişim düzeyi gibi değişkenlerin yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları üzerinde etkili olduğu ilgili alanyazında daha önce gerçekleştirilmiş araştırmalarla desteklenmiştir.

Yer kimliğinin; bireysel benliğin, sosyal kimliklerin ve yer temelli algıların da katkısıyla birlikte, bireyin yaşadığı fiziksel çevre ile kurulan ilişkiler boyunca oluşan karmaşık deneyimlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Göregenli, Karakuş, Özgen Kösten ve Umuroğlu: 2014: 76). Burada vurgulanan karmaşık deneyimler, yalnızca yaşanan yerin deneyimlenmesi sonucu oluşan çevresel bir algıyı değil aynı zamanda kişi, grup, topluluk ya da alt kültürler düzeyinde öznel ve bağlamsal bir sürekliliği ifade etmektedir (Göregenli, 2010). Yani bireyin içinde yaşadığı toplulukla olan ilişkisi de yer kimliğinin oluşmasında bir etken olarak düşünülebilir.

Yer kimliği kavramı, bireylerin yaşadığı alanlarla kurdukları duygusal bağlar sonucu bireyin kendi kimliğini fiziksel çevre ile ilişkilendirilmesi olarak (Proshansky vd., 1983) tanımlanırken; yerin ayırt edici özelliklerine, sürekli kullanımına, o yere aşına olmaya, bağlılığa, köklülüğe ve aidiyet duygusuna atıflarda bulunur (Lalli, 1992). Yaşanan bu duygusal durumlar, zaman içerisinde yerin sembolik önemini ön plana çıkarmakta, yaşamı anlamlandırıp bir topluluğa ait olma hissini kuvvetlendirmektedir (Relph, 1976; Vaske ve Kobrin, 2001). Buna göre, bireyin bir yere bağlılığının ardında yatan psikososyal dinamikler, topluluğa bağlılığı ile meydana gelmektedir.

Manzo (2005)'ya göre, yaşanan topluluğa dair bireyin oluşturduğu pozitif duygular yani duygusal bağlılık, yer kimliğinin yaratılmasına katkıda bulunmaktadır. Kimlik ve çeşitli düzeylerde (mahalle, kasaba, kent, ulus vb.) topluluğa bağlılık ile ilgili gerçekleştirilen ampirik çalışmaların sonuçlarında da her iki olgunun birbiriyle ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Bonaiuto, Breakwell ve Cano, 1996; Rollero ve De Piccoli, 2010; Göregenli vd. 2014; Meloni, Fornara ve Carrus, 2019). Buradan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H1: Yerel halkın yer kimliği algısının topluluğa bağlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarının incelendiği birçok araştırmada, sosyal değişim teorisinin bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir (Ap, 1992; Teye, Sirakaya ve Sönmez, 2002; Kang ve Lee, 2018). Fakat Wang ve Xu (2015), yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumlarını inceledikleri çalışmalarında sosyal değişim teorisi yerine yeni bir perspektiften yaklaşarak yer kimliği kavramına odaklanmışlardır. Araştırma sonucunda yer kimliğinin alt boyutları ile yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Benzer şekilde turizmin etkileri ile bölgede turizmin gelişimini destekleme arasında da anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Sonuç olarak yerel halkın yalnızca turizmden elde ettiği menfaatlere göre değil, bölgedeki turizm gelişiminin halkın kimliği ile uyum içinde olmasının önemine de vurgu yapılmıştır. Araştırmacı yer kimliğinin yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerindeki etkisini farklı çalışmalarla da ortaya koymuştur (Wang ve Chen, 2015; Wang, 2016).

Yalnızca yerel halkın değil turistlerin de turizme ve ziyaret ettikleri destinasyona yönelik tutumları yer temelli teoriler ile açıklanmaya çalışılmıştır. Örneğin Prayag, Chen ve Del Chiappa (2017), İtalya'nın Sardunya adasını ziyaret eden yerli turistlerin aday tavsii etme niyetleri üzerinde yer aidiyetinin etkisini inceledikleri çalışmada, yer kimliği ve yer bağlılığını, aidiyetin iki alt boyutu olarak ele almıştır. Buna göre hem yer kimliği hem de yer bağlılığının tavsiye etme niyetinin önemli belirleyicileri olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde turistlerin algıladıkları yer aidiyetinin tekrar ziyaret etme niyeti (Silva ve Correia, 2017) ve ağızdan ağıza iletişim (Chen, Dwyer ve Firth, 2014) üzerinde etkileri olduğu ortaya koyulmuştur. Yüksel ve Culha (2018) ise, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizmde uzun dönem planlamaya ve planlayıcılarına yönelik tutumlarını inceledikleri araştırmada, yere bağlılık ile turizm gelişimine yönelik olumlu tutumlar arasında güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Yerel halk ve turizm etkileşimini sosyolojik açıdan değerlendiren Urry (2015), yerel halkın yaşamını sürdürdüğü mahallelerin, kentlerin ve kasabaların turistler tarafından yoğunlukla ziyaret edilmesi ve turistik unsurların buralarda gelişmeye başlamasının, yerel halkın bu mekanlara karşı yabancılaşmasını

beraberinde getirdiğini belirtmektedir. Bu yabancılaşma turist ve yerel halk arasında ayrışmalara sebep olmakta ve sonucunda yerel halk turistlerden arındırılmış birtakım mekanlara ihtiyaç duymaktadır. Aslında burada olan yerel halkın her zaman için alışık olduğu birtakım simgelerin ve değerlerin turizmin gelişimi ile birlikte yavaş yavaş silinmeye başlamasıdır. Özellikle turizmin merkezi olmuş tarihi kentlerde, kamusal alanların yalnızca ziyaretçileri çekmeyi hedef alan politikalarla yönetilmesi, yerel halkı bu mekanlardan uzaklaştırması müze kent ortamı yaratmakta ve kentin ruhuna zarar vermekte ve yerel kimliğini zedelemektedir (Oktay, 2011: 12). Bu durum sonucunda yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını olumsuz olacağı söylenebilir.

Birey yaşadığı mekanda bir aidiyet ortamına dahil olmakta, çünkü doğrudan bu mekanların kendisi bir kimlik ve aidiyet sunmaktadır (Alver, 2010: 132). Bir anlamda kentlerin, kasabaların veya daha küçük ölçekte mahallelerin oluşturduğu kolektif kültür ve kimliğin, yani bu yerlerin muadili diğer yerlerden ayırabilecek özelliklerin, zarar görmeye başladığı söylenebilir. Yerel halkın yer kimliği algısında oluşan bu değişimler turizme yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir.

Turizm planlayıcıları, turizm planlamasında yerel halkın katılımının önemini vurgulamaktadır. Turizmin etkilerinin yerel halkın yaşadığı bölgelerde en yoğun şekilde hissedilmesi ve yerel halkın bir destinasyondaki konuksever atmosferin oluşmasında belki de en önemli unsur olması bu durumun sebepleri arasında gösterilebilir (Simmons, 1994). Yerel halkın turizm faaliyetlerine destek vermesi ve katılımı, turizmin gelişiminin sağlıklı bir şekilde ilerlemesine, bununla birlikte yerel ekonominin büyümesine ve toplumun kalkınmasına yardımcı olacaktır. Bu desteğin oluşabilmesi ise yerel halkın topluluğa bağlılık seviyesi ile ilgili olabilmektedir. Yani topluluğa bağlılık, turizm gelişimi ve turizmin algılanan etkileri arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Tsai ve Shiue (2010), Tayvan'ın Pengui adasında yaşayan yerel halkın, ada da gelişim gösteren kumarhane turizmine yönelik tutumlarını aidiyet ve topluluğa bağlılık perspektifinden değerlendirmiştir. Araştırmada, kumarhane turizminin bölgede gelişiminin yerel sakinler üzerinde ne gibi etkileri olacağı ele alınmış ve yerel halkın kumarhane turizmine yönelik algı ve tutumlarını keşfetmek amaçlanmıştır. Yer aidiyeti ve topluluğa bağlılığın turizmin gelişimine yönelik tutumlar üzerinde oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak kumarhane

turizminin etkilerinin azaltılıp yerel halkın katılımının sağlanmasıyla yerel halkın tutumlarının olumlu olacağı belirtilmiştir.

McCool ve Martin (1994)'in, Amerika Birleşik Devletleri'nin Montana eyaletinde topluluğa bağlılık ve turizmin gelişimine yönelik tutum üzerine gerçekleştirdikleri araştırmalarında, topluluk bağlılığı ile turizmin gelişimine yönelik tutum arasında anlamlı ilişkilere rastlamışlardır. Buna göre, topluluğa bağlılığı güçlü olan bireylerin, topluluğa bağlılıkları zayıf bireylere nazaran turizmin olumlu etkilerini daha yüksek algıladıkları, fakat turizmin gelişiminin beraberinde getirdiği birtakım maliyetlerle (sosyal, çevresel vb.) ilgili de endişeli oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte, topluluğa bağlılığı düşük olan bireyler, bağlılıkları yüksek olan bireylere göre turizmin oluşturduğu maliyetler ve olumsuz etkileri algılama konusunda endişe duymamakla birlikte turizmin gelişiminden düşük ekonomik fayda elde ettiklerini belirtmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür.

***H2:** Yerel halkın yer kimliği algısının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

***H3:** Yerel halkın topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

***H4:** Yerel halkın yer kimliği algısının turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.*

***H5:** Yerel halkın topluluğa bağlılığının turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.*

Turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın yaşam memnuniyetleri turizm alanyazınında oldukça fazla incelenen konulardan biridir (Allen, Long, Perdue, ve Kieselbach, 1988; Bimonte ve Faralla, 2016; Lin, Chen ve Filieri, 2017). Yerel halkın yaşam memnuniyeti kimi zaman etkileyen, kimi zaman da etkilenen bir değişken olarak farklı açılardan ele alınmıştır. Genellikle turizmin algılanan olumlu ve olumsuz etkilerinin yöre halkının yaşam memnuniyeti üzerine etkisi olup olmadığını inceleyen çalışmalara sıklıkla rastlamak mümkündür (Ap ve Crompton, 1998; Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005). Benzer şekilde topluluğa bağlılığın da yaşam memnuniyetiyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşmış araştırmalar ilgili literatürde yer almaktadır (O'Brien ve Ayidiya, 1991; Prezza, Amici, Roberti ve

Tedeschi, 2001). Shahyad, Besharat, Asadi, Alipour ve Miri (2011)'nin 293 üniversite öğrencisi üzerinde yapmış olduğu çalışmada, topluluğa bağlanma ve algılanan sosyal desteğin yaşam memnuniyeti üzerinde doğrudan olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında yaşam memnuniyetinin etkileyen bir değişken olarak ele alındığı bazı çalışmalarda ise, yaşam memnuniyeti, yerel halkın turizmin gelecekteki gelişimini desteklemesinde etkili bir unsur olduğu ileri sürülmüştür (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011; Woo, Kim ve Uysal, 2015).

İnsan çevre etkileşimi bağlamında yaşananlara yere ilişkin hissedilen doyum, 1970'lere kadar yalnızca çevrenin fiziksel özellikleri ya da yaşayanların sosyo-demografik yapıları ile ele alınmakta iken, bu tarihten sonra özellikle fiziksel çevreyi sosyal psikoloji bakışıyla inceleyen teoriler ortaya atılmaya başlamıştır. Böylece bireylerin yaşadığı çevreye yönelik tutum, değerlendirme ve tercihlerini belirleyen değişkenlerin insandan ve mekandan kaynaklandığı düşüncesi hakim olmuştur (Göregenli, 2010: 146). İnsan çevre etkileşimine dair, sosyal psikoloji teorilerinin doğurduğu bir yaklaşım da, kuramsal çerçeve bölümünde açıklanmış olan fenomenolojidir. Fenomenolojik yaklaşıma göre bireyler yaşadıkları yerleri kendileme ihtiyacı duyarlar. Yer ve yaşayanların kimlik ve kişilik özelliklerinin bütünleşmemesi, mekana ilişkin uyum sürecinin sağlıklı yaşanmadığı ve doyumun azaldığını göstermektedir (Sadalla, Vershure ve Burroughs, 1987; Göregenli, 2010: 125). Bununla birlikte, Wang ve Xu, (2015: 24) yer kimliğini; bir yerin, bir kişinin sahip olduğu yaşam kalitesi ile ilgili öngörülen beklentilerin, ihtiyaçların veya yaşam standartlarının karşılanmasındaki yeterliliği ile ilişkilendirmiştir. Buradan hareketle turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın yer kimliğinde ve topluluğa bağlılığında oluşabilecek değişimlerin yaşam memnuniyetlerini etkileyebileceği düşünülmektedir.

H6: *Yerel halkın yer kimliği algısının yaşam memnuniyetleri üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

H7: *Yerel halkın topluluğa bağlılığının yaşam memnuniyetleri üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

H8: *Yerel halkın yaşam memnuniyetlerinin turizmin gelişimini destekleme tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

***H9:** Yerel halkın yaşam memnuniyetlerinin sürdürülebilir turizm tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

İlgili alanyazın incelendiğinde yerel halkın turizmin gelişimini destekleme tutumlarını etkileyen farklı unsurlar olduğu görülmektedir. Öreğin Gursoy, Boğan, Dedeoğlu ve Çalışkan (2019) gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, turistik işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri ile yerel halkın yaşadıkları toplumdaki memnuniyetleri, topluluğa bağlılıkları ve turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında güçlü ilişkiler olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca belirli bir davranışa yönelik tutumun, davranışı yapma niyeti üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olacağı bazı teoriler çerçevesinde ileri sürülmektedir (Ajzen, 1991; Ajzen, 2005). Bundan dolayı yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumlarının yaşadıkları bölgede turizmin gelişimine yönelik desteklerini etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

***H10:** Yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumlarının turizmin gelişimini desteklemeleri üzerinde olumlu bir etkisi vardır.*

Lalli (1992: 293), kendini belirli bir kentin sakini olarak görmek ve tanımlamanın, beraberinde, kendini orali olmayan, başka bir yerde yaşayan diğer insanlardan ayırt etmek için gerekli bir işlevi de yerine getirdiğinden bahseder. Bu sadece soyut bir farklılaşma değil, aynı zamanda somut içeriklerle de desteklenebilir. Birey, yaşadığı yerle ilişkilendirilen bir dizi psikolojik özelliği de bünyesinde barındırır. Hidalgo vd. (2007) bireylerin farklı ölçekli mekanlara (mahalle, şehir ve bölgeye) yönelik aidiyet düzeylerini karşılaştırmışlardır. Bu karşılaştırma yerli ve göçmen gruplar arasında yapılmıştır. Yerel halkın, mahalleye ve kente aidiyet düzeylerinin göçmen halktan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuçlar aidiyetin ve yer kimliğinin belirli bir kentte doğup büyüyen yerel halk için benzer, yerli olmayanlar için ise farklı sonuçlar verdiğini ortaya koymuştur. Gustafson (2009: 494)'da göç eden bireylerin yerleştikleri ülkeye çok az aidiyet hissettiklerini ancak uyum süreci ile aidiyet hissini yavaş yavaş göç ettikleri ülkeden yerleştikleri ülkeye doğru kaydını belirtir. Davis, Allen ve Cosenza (1988: 6), Florida'da yaptıkları araştırmada yerel halkın turizme yönelik tepkilerini sevenler ve nefret edenler olmak üzere iki ayrı uçta toplam bes grupta değerlendirmişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre nefret edenler grubuna dahil olanların yörenin yerlisi oldukları ve Florida'daki turizm hakkında çok az bir fikre sahip olduklarıdır. Sevenler grubuna dahil olanların

ise büyük bir çoğunluğunun yörenin yerlisi olmayanlardan oluştuğu ve turizm hakkında bilgi sahibi olduğu ön plana çıkmıştır. Bu çalışmada da Seferihisar'da doğup büyüyenler ve kendini Seferihisarlı hissedenler ile araştırma değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Buradan hareketle aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür.

H11: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11a: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11b: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11c: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11d: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11e: Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12a: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12b: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12c: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12d: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12e: Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Yerel halkın turizme yönelik tutmlarında bölgede yaşama süresi de önemli bir unsurdur. Bölgede yaşama süresinin yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar olduğu kadar (Cavus ve Tanrısevdi, 2002; Um ve Crompton, 1987; Liu, Sheldon ve Var, 1987; McCool ve Martin, 1994), herhangi bir etkisi olmadığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Liu ve Var, 1986; Allen, Hafer, Long ve Perdue, 1993). Bölgede yaşama süresinin etkili bir unsur olduğunu söyleyen çalışmalara göre turistik destinasyonlarda nispeten daha uzun süredir yaşayan bireylerin turizmin etkilerini olumsuz yönde algıladığı belirtilmektedir. Bu çalışmada da Seferihisar'da yaşama süresi ile araştırma değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Buradan hareketle aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür.

***H13:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır*

***H13a:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H13b:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H13c:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H13d:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H13e:** Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Turizm bölgelerine yakınlık ve uzaklığın yerel halk turizm ilişkisinde farklılık yarattığı daha önceki araştırmalarla tespit edilmiştir (Jurowski ve Gursoy, 2004; Weimar ve Rocha, 2019). Bu araştırmalarda turistik faaliyetlerin gerçekleştiği merkezlere yakın ikamet eden bireylerin turizmin etkilerini nispeten uzakta ikamet edenlere kıyasla daha olumsuz algıladıkları görülmüştür. Bununla birlikte kent merkezinde yaşayan bireylerin kente bağlılık düzeyleri, kentin nispeten daha uzak bölgelerinde yaşayan bireylere kıyasla daha yüksektir (Göregenli, 2010). Turistik merkezlere yakınlık ve uzaklığın araştırma değişkenleri olan yer kimliği, topluluğa bağlılık, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişmesini destekleme ve yaşam

memnuniyeti algısı ile ilişkili olabileceği ve bu değişkenlerin turistik merkezlere yakın veya uzak yaşayan bireyler arasında farklılaşabileceği düşünülmektedir. Bundan dolayı aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H14: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H14a: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H14b: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H14c: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H14d: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H14e: Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Sharpley (2014: 43), ilgili alanyazında daha önce yapılmış araştırmalardan derlediği çalışmada, yerel halkın turizme yönelik algılarını, içsel ve dışsal faktörlere bağlı olarak gruplandırmıştır. Buna göre, turistlerle kurulan iletişim düzeyi içsel faktörlerin arasında yer almaktadır ve turizme yönelik algı ve tutumları etkilemektedir. Turistlerle etkileşim konusunda farklı sonuçlara rastlamak mümkündür. Bunlardan biri turistlerle yüksek etkileşimi olan yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumunun olumsuz olduğunu (Pizam, 1978), diğeri ise bu etkileşimin olumlu tutumlara yol açacağını vurgulamaktadır (Rothman, 1978). Turistlerle iletişimin araştırma değişkenleri ile ilişkili olabileceği ve bu değişkenlerin turistle iletişim düzeyine bağlı olarak farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Bundan dolayı aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H15: Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H15a: Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

***H15b:** Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H15c:** Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H15d:** Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

***H15e:** Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Yerel halkın turizme ekonomik olarak bağlı olup olmadığı ve geçim kaynağının turizm olup olmadığı da yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkilemektedir (Allen, Long, Perdue ve Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997; Sirakaya, Teye ve Sonmez, 2002). Turizmin algılanan etkileri arasında ekonomik fayda, yerel halk için en değerli unsurlardan biri olarak görülmektedir (Lin, Chen ve Filieri, 2017). Turizmin gelişiminde yerel halkın desteği ile ilgili yapılan araştırmalarda, bu gelişmeden ekonomik fayda elde eden bireylerin turizmin gelişimine yönelik tutumlarının olumlu olduğu belirtilmiştir (Nunkoo ve Gursoy, 2012). Bu araştırmalar genellikle bireylerin bir ilişkiye ödül beklentisi arayışı ile girdiklerini ve ödüllerin değerli ve artmaya devam ettiği sürece ilişkinin de devam edeceğini ileri süren Sosyal Değişim Teorisi temelinde gerçekleştirilmektedir (Emerson, 1976; Ap, 1992). Turizm alanında 1990'lı yıllarda uygulama alanı bulan bu teori, genellikle turist-yerel halk etkileşimi ve yerel halkın turizmin etkilerini algılaması konularında yapılan araştırmalarda sıklıkla kullanılmıştır (Avcıkurt, 2015: 127).

Sosyal değişim teorisi yerel halkın turizme yönelik desteğini inceleyen çalışmalarda oldukça fazla kullanılmasına rağmen, teorinin öngörü gücü tartışmalıdır (Gursoy ve Rutherford, 2004). Bu açıdan bakıldığında teorinin, yerel halkın turizme yönelik algılarını ve turizmin gelişimini desteklemelerine ilişkin niyetlerini açıklamada yetersiz kalabileceği söylenebilir. Bundan dolayı davranış temelli turizm araştırmalarında kimlik kuramının temel alındığı çalışmalar gündeme gelmeye başlamıştır (Nunkoo ve Gursoy, 2012; Wang ve Chen, 2015; Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016). Öyle ki, kimliğin bireyin davranışı üzerinde etkili olduğu birçok çalışmada incelenmiştir (Uriely, Israeli ve Reichel, 2003; Mannetti, Pierro ve Livi,

2004; Hallak, Brown ve Lindsay, 2012). Kimlik kuramı perspektifinden yapılan araştırmalarda, ekonomik fayda sağlamının, yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteğini açıklamada yetersiz kaldığı, bunun dışında topluluğa bağlılık ve yer kimliği gibi etkenlerin de bireylerin turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini algılamada, turizme yönelik tutumlarda ve turizmin gelişimine yönelik desteklerinde farklı algılar oluşturabileceği sonucuna varılmıştır (McCool ve Martin, 1994). Buradan hareketle aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür.

H16: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır*

H16a: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H16b: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H16c: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H16d: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H16e: *Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H17: *Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H17a: *Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

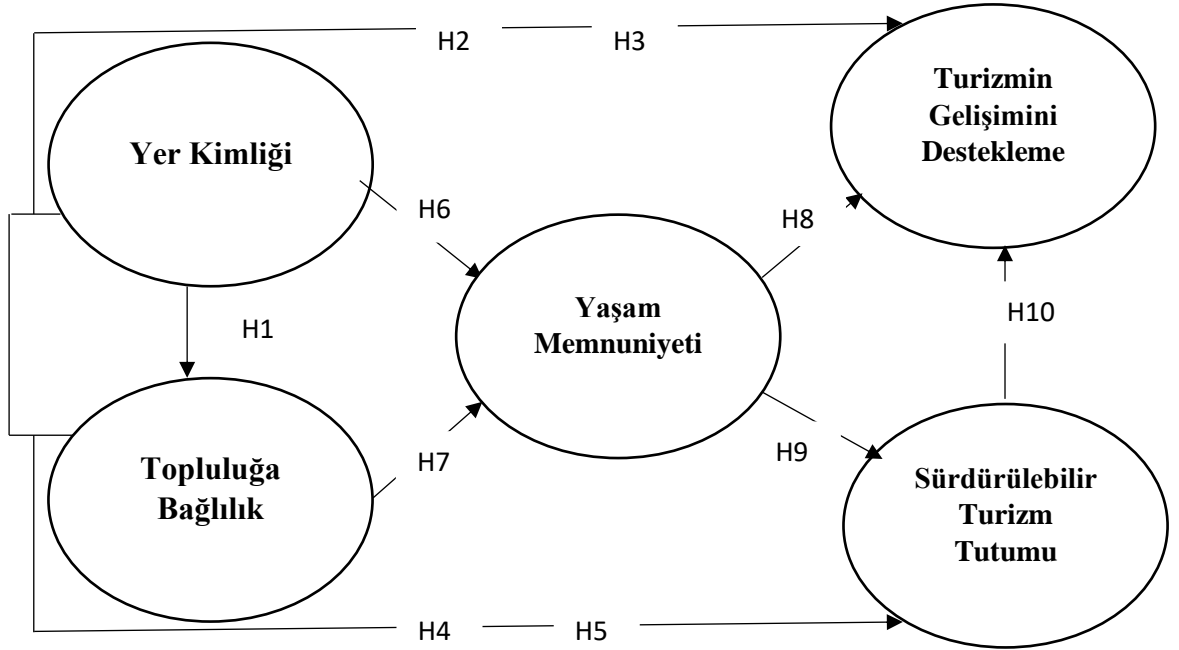
H17b: *Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H17c: *Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H17d: *Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

H17e: Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın amacı ve hipotezleri doğrultusunda test edilmesi planlanan kuramsal model Şekil 6’de yer almaktadır.



Şekil 6: Araştırmanın Kuramsal Modeli

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma sonuçlarının genellendiği, araştırma kapsamı içerisinde yer alan ortak özelliklere sahip birimler bütünü evren (ana kütle, yığın, toplum) olarak tanımlanabilir. Evreni oluşturan bu birimler, araştırma kapsamına giren olay, olgu ya da varlıklardan oluşmaktadır. Aslında evreni, bu birimlerden daha çok bunların göstermiş olduğu özellikler meydana getirir (Ural ve Kılıç, 2013: 31). Bu araştırmanın evrenini İzmir ili Seferihisar ilçesinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Seferihisar Türkiye'nin Cittaslow (Yavaş Şehir) unvanını alma özelliğine sahip ilk yerleşim yeridir. Aslında Cittaslow standartları ile birlikte Seferihisar; kent kimliğini koruyan, yerel halkın bölgelerindeki gelişmelerde söz sahibi olduğu, toplumsal kalkınmayı önemseyen ve turizmin sürdürülebilir bir felsefe ile yürütüldüğü bir kent olacağına da garantisini vermiştir. Seferihisar'ın bu özelliği ile araştırmanın amacının örtüşmesi, Seferihisar'ın çalışmanın evreni olarak belirlenmesinde önemli bir unsur olmuştur.

Çizelge 3: $p=0,05; \pm 0,05$ için Örnek Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	Gerekli Örneklem Büyüklüğü
100	80
500	217
750	254
1000	278
2500	333
5000	357
40000	380
100000	383
1000000	384
10000000	384

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Ural ve Kılıç, 2013: 47

Araştırmanın evreni belirlendikten sonra yapılması gereken işlem örneklem büyüklüğünün tespitidir. “*Bir çalışma için seçildikleri büyük grubu (evren) temsil edebilecek şekilde, grup içerisinde belli sayıda elemandan (denek) oluşan bir alt elemanlar grubu oluşturma sürecine*” örnekleme denilmektedir (Coşkun, Altunışık Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 133). Örneklem ana kütleyi temsil yeterliği olduğu varsayılan alt elemanlar grubudur (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 70). İlgili yazında kabul gören çeşitli örneklem büyüklüğü saptama yöntemleri bulunmaktadır. Örneğin, 30’dan büyük ve 500’den küçük örnek büyüklükleri birçok araştırma için yeterlidir (Coşkun vd. 2015: 137). Bir diğeri görüş ise, çalışmada kullanılan değişken sayısı ile ilgilidir. Hair, Anderson, Tatham ve Black (1998) veri setine faktör analizi uygulanabilmesi için veri miktarının değişken sayısının en az beş katı olması gerektiğini; Coşkun vd. (2015: 137) ise, çok değişkenli analizlerin uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğünün çalışmada kullanılan değişken sayısının en az 10 katı veya daha fazlası olması gerektiğini belirtmektedir. Bununla birlikte belirli bir evren büyüklüğünden ne kadar örnek seçilmesi gerektiğini hesaplayan formüller de mevcuttur. Bu formüllerden yola çıkarak; %95 güven aralığı ve $p \leq 0,05$ hata payı için farklı evren büyüklüklerinden seçilmesi gereken örneklem büyüklüklerine ilişkin hazırlanmış rakamlar dikkate alınmıştır. Çizelge 3’de belirli evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklükleri yer almaktadır.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Her ne kadar olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemi, seçilen örneklemin evren içindeki temsil durumunu gösteren herhangi bir olasılık hesaplaması gerektirmese de (Kozak, 2018: 106) araştırmanın örneklem büyüklüğü yukarıda belirtilen örnekleme yöntemlerini sağlamaktadır. 2018 yılı istatistiklerine göre Seferihisar nüfusunun 43 bin 546 kişi olduğu görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019). Buna göre 383 verinin örneklem yeterliğini sağlayabileceği Çizelge 3’de verilen bilgilerden anlaşılmaktadır. Fakat eksik ve hatalı sonuçlar çıkabilmesi ihtimaline karşın Seferihisar’da yaşayan toplam 500 kişiden veri toplanmasına karar verilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Bu araştırmada veri toplamak amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama teknikleri arasında yaygın bir kullanıma sahip olan anket tekniği (Ural ve Kılıç, 2013, 53), cevaplayıcıların belirli kurallar dahilinde önceden oluşturulmuş sorulara verdikleri yanıtlar neticesinde ortaya çıkan veri elde etme yöntemidir (Coşkun vd, 2015, 80). Anket tekniğinin kolay ve ekonomik bir teknik olması, geniş kitlelere ulaşabilme özelliği ile evreni temsil etme gücünün artması ve istatistiki programlar aracılığıyla daha kolay analiz edilebilmesi bu tekniğin yaygın olarak kullanılmasına sebep olmuştur (Yazıcıoğlu vd. 2014: 93).

Veri toplama aşamasından önce, çalışmanın değişkenlerini oluşturan; yer kimliği, topluluğa bağlılık, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyeti hakkında alanyazın taraması yapılmıştır. Çalışmanın temel amacının ve alt problemlerinin eksiksiz bir şekilde tanımlanabilmesi için ikincil veri kaynaklarına başvurulmuştur. Elde edilen bilgiler doğrultusunda çalışmanın kavramsal çerçevesi oluşturulmuş ve veri toplamak amacıyla kullanılan anket formu (Ek-1) hazırlanmıştır.

Anket formu altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yerel halkın yer kimliği düzeyini ölçmeyi amaçlayan, “Kent Kimliği Ölçeği” kullanılmıştır. İkinci bölümde yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumunu tespit etmeyi amaçlayan “Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği (SUS-TAS)” yer almıştır. Üçüncü bölümde yerel halkın bölgelerindeki turizm gelişimini desteklemelerine ilişkin,

“Turizmin Gelişimini Destekleme Tutum Ölçeği” bulunmaktadır. Yerel halkın genel olarak hayatlarından duydukları memnuniyet düzeyini belirlemek amacıyla “Yaşam Memnuniyeti Ölçeği” dördüncü bölümde yer alırken, yerel halkın yaşadığı toplumla bağlarına vurgu yapan “Topluluğa Bağlılık Ölçeği” beşinci bölüme eklenmiştir. Son olarak katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile Seferihisar’da yürütülen turizm faaliyetleri ile olan ilişkilerini ortaya koymayı amaçlayan birtakım sorulara yer verilmiştir. Anket formunun ilk beş bölümünde yer alan ölçeklerin maddeleri için beşli Likert tipi ölçek derecelendirilmesi (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Yerel halkın yer kimliği düzeyini tespit etmek amacıyla kullanılan Kent Kimliği Ölçeği (Urban-Related Identity) Lalli (1992) tarafından geliştirilmiştir. Kent kimliği ölçeği, Proshansky vd. (1983)’nin çevre psikolojisi alanında yer kimliği (Place Identity) konusu üzerine yapmış oldukları kuramsal çalışmalara dayanarak geliştirilmiş bir ölçektir. Ölçek 5 boyut ve 20 maddeden oluşmaktadır. Boyutlar karşılaştırma, aidiyet, geçmiş, aşinalık ve bağlılıktır. Kent kimliğinin birinci boyutu olan karşılaştırma, kentte yaşayan bireylerin kendi şehirleri ile diğer şehirler arasında, şehrin algılanan biricik özellikleri ve karakterine bağlı olarak yapmış oldukları kıyaslamayı ifade etmektedir. İkinci boyut olan aidiyet, daha öznel ifadeleri bünyesinde barındırır ve bireyin şehirdeyken kendini evindeymiş gibi hissetme durumunu ölçmeyi amaçlar. Bunu yaparken de literatürde sıklıkla bahsi geçen ait hissetme ve köklülük kavramlarına vurgu yapar. Geçmiş boyutu ise, kentsel çevrenin öznel süreklilik duygusuna vurgu yapar. Bireyin yaşadığı kente dair kişisel deneyimlerinin sembolleştirilmesi ve kendi geçmişi ile yaşadığı kentin biyografisi arasında bir bağ kurulmasını ifade eder. Üçüncü boyut olan aşinalık, şehirdeki günlük deneyimlerin etkilerini kapsar. Bireyin kentsel ortamda gerçekleştirdiği eylemlerinin sonucu olarak kente aşına olduğu varsayılmaktadır. Son olarak bağlılık, kentin bireyin kişisel geleceği için algılanan önemini ve orada kalma isteğini taahhüt eder. Kişisel taahhütler, benlik kavramının istikrarı için merkezi öneme sahiptir (Lalli, 1992: 294-295). Güneybatı Almanya’da yer alan Heidelberg şehrinde yaşayan 130 kişi üzerinde yapılan araştırmada boyutların güvenilirliği; karşılaştırma için α : 0.68, aidiyet için α : 0,92, geçmiş için α : 0,72, aşinalık için α : 0,74 ve bağlılık için α : 0,85 olarak bulunmuştur.

Kent kimliği ölçeğinin, Göregenli (2010: 189- 190) tarafından “İzmir’de Yer Kimliği ve Kente Bağlılık” adlı çalışmada Türkçe uyarlaması yapılmıştır. İzmir’in farklı semtlerinde yaşayan 773 kişiden elde edilen verilere faktör analizi uygulanarak, kent kimliğinin belirleyicileri tespit edilmiştir. Buna göre varyansın %60,26’sını açıklayan 3 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Bu yapının güvenilirlik değeri ise, α : 0.93 olarak tespit edilmiştir. Sonuçlar, ölçeğin tek faktörlü bir yapıda kullanılabileceği gibi; aidiyet, gelecek (bağlılık) ve karşılaştırma olmak üzere üç boyutlu olarak da kullanılabileceğini göstermiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek skorun 100, en düşük değerinin 20 olduğu düşüldüğünde, araştırmaya katılan bireylerin ölçeğe verdikleri cevapların ortalaması 75.54 (ss: 14.64) olarak bulunmuştur. Aynı ölçek Karakuş ve Göregenli (2008) tarafından da kullanılmıştır. Göregenli, Karakuş, Kösten ve Umuroğlu (2014)’da mahalleye bağlılık düzeyinin kent kimliği ile ilişkisini inceledikleri çalışmalarında, 5 boyut 20 maddeden oluşan ölçek içerisinde araştırmanın amaçlarına uygun olan maddeleri seçmiş ve ölçeğin kısa bir halini oluşturmuştur. Beş boyutlu olarak kullanılan bu ölçeğin güvenilirlik katsayısı ise, α : 0.84 olarak tespit edilmiştir. Bunların dışında uluslararası literatürde yer alan ve ölçeğin yalnızca belirli maddelerinin kullanıldığı çalışmalara rastlamak da mümkündür (Meloni, Fornara ve Carrus, 2019; Scarpi, Mason ve Raggiotto, 2019). Araştırmada kullanılan yer kimliği ölçeği ifadelerine Çizelge 4’de yer verilmiştir.

Çizelge 4: Araştırmada Kullanılan Yer Kimliği Ölçeği İfadeleri

Madde	İfade
1	Seferihisar, diğer şehirlerde yaşayanlar tarafından itibarlı, saygın bir şehir olarak görülür.
2	Diğer kentlerle kıyaslandığında Seferihisar pek çok avantaja sahiptir.
3	Seferihisar turistlere tavsiye edilebilecek bir kenttir.
4	Bu şehir, diğer şehirlerin imrendiği, özendiği özelliklere sahiptir.
5	Seferihisar’ı memleketim olarak görüyorum.
6	Kendimi Seferihisarlı olarak görüyorum.
7	Seferihisar’da kendimi evimdeymiş gibi hissediyorum.
8	Bu şehir benim bir parçam.
9	Bu şehirde pek çok şey bana geçmişimi hatırlatıyor.
10	Başka bir yerde yaşayabileceğimi düşünmüyorum, eğer yaşarsam kendimle ilgili pek çok şeyden vazgeçmek zorunda kalacağım.
11	Bu şehre içten bir bağlılık hissediyorum; çünkü burasıyla ilgili pek çok anım var.
12	Bu şehri o kadar iyi tanıyorum ki çok eski bir fotoğrafını bile görsem tanırım.

Çizelge 4-devamı

13	Seferihisar’da her dolaştığımda kendimi bu kente ait hissederim.
14	Bu şehir bana gerçekten çok tanıdık geliyor.
15	Bu şehri her gün çok yoğun duygularla yaşarım.
16	Kesinlikle Seferihisar’da kalmak isterim.
17	Seferihisar’ın geleceğini merak ediyorum, nasıl bir yer olacağını görmek istiyorum.
18	Seferihisar benim gelecekle ilgili planlarımda çok önemli bir yer tutar.
19	Kişisel geleceğimde Seferihisar’ın çok önemli bir yeri var.
20	Bu şehir, günlük yaşamımda çok önemli bir yer tutar.

Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumunu ölçmeyi amaçlayan “Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği (SUS-TAS)”, Choi ve Sırakaya (2005) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçek, alanyazında bulunan ve yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlayan çalışmalardan (Gursoy, Jurowski Uysal, 2002; Ko ve Stewart 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004; Dyer, Gursoy, Sharma, Carter, 2007) yola çıkarak geliştirilmiştir. Ölçek geliştirilirken sürdürülebilirlik kavramı geniş bir perspektiften ele alınmış ve sürdürülebilirlikle ilişkili olduğu düşünülen; planlama, ziyaretçi yönetimi, toplumsal katılım, yönetim, ulusal düzeyde politikalar ve destek, ekonomik yararların adil dağılımı ve toplumsal kaynakların korunması gibi konuları içeren sürdürülebilirliğe yönelik tüm içerikleri dikkate alınmıştır. İlgili konulara dayanarak araştırmacılar, 7 boyut ve 44 maddeden meydana gelen ölçeği oluşturmuşlardır. Bu boyutlar sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik yerel halkın tutumlarıyla ilgili çevresel sürdürülebilirlik, uzun dönem planlama, algılanan ekonomik fayda, ziyaretçi memnuniyeti, toplum katılımının maksimizasyonu, algılanan sosyal maliyetler ve toplum merkezli ekonomidir. Ölçekte yer alan ifadeler, yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik düşünce, biliş ve davranışsal niyetlerini vurgulamaktadır.

Choi ve Sırakaya (2005), Teksas’ta yaşayan 18 yaş üzeri bireylerden topladıkları 427 kullanılabilir veriyi incelemiş ve ölçeğin faktörlerinin güvenilirlik derecesini en küçüğü α : 0.79 ve en büyüğü α : 0.95 olacak şekilde tespit etmişlerdir. Bununla birlikte ölçeğin genel güvenilirliği α : 0.87 ve KMO: 0.924 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin daha büyük toplumlar ve farklı kültürler üzerinde güvenilirlik ve geçerliği de yapılmıştır (Sırakaya-Turk, Ekinci ve Kaya, 2008; Sırakaya-Turk ve Gursoy, 2013). Bu çalışmaların birçoğunda orijinal ölçekten farklı olarak, daha az

sayıda madde ile istatistiki doğrulamalar gerçekleştirilmiştir. Sirakaya-Turk vd.'nin (2008), Kıbrıs ve Türkiye (İzmir)'de yaşayan yerel halk bağlamında değerlendirdikleri çalışmada, 44 maddeden oluşan ölçek, 7 boyutu sabit kalacak şekilde 33 maddeye indirilmiş ve ölçeğin güvenilirlik ve geçerliği sağlanmıştır.

Çizelge 5: Araştırmada Kullanılan Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği İfadeleri

Madde	İfade
1	Seferihisar'da doğanın çeşitliliğine değer vermeli ve doğayı korumalıyız
2	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.
3	Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.
4	Seferihisar turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.
5	Başarılı bir turizm yönetimi için, iyi koordine edilmiş planlara ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.
6	Seferihisar'da turizmin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.
7	Turizmin Seferihisar halkının ekonomisine katkı sağladığına inanıyorum.
8	Turizm, yöresel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.
9	Seferihisar'a yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.
10	Seferihisar'daki turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.
11	Turizm endüstrisi Seferihisar'a gelen ziyaretçilere iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.
12	Seferihisar'a gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.
13	Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar'daki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.
14	Turizmi geliştirme çalışmalarına Seferihisarlılar tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.
15	Şehirdeki turizm yatırımlarında Seferihisarlılara daha fazla fırsat verilmelidir.
16	Turizmin gelişmesi nedeniyle Seferihisar aşırı kalabalıklaştı.
17	Seferihisar'daki eğlence-dinlenme etkinlikleri turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır.
18	Seferihisar'a gelen turistler yaşam kalitemi kötü etkiliyor.
19	Seferihisar'daki turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgede yaşayan insanlardan sağlamalıdır.
20	Seferihisar'da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.
21	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu Seferihisar'daki üretimle karşılanmalıdır.

Bununla birlikte Sırakaya-Turk ve Gursoy (2013) Amerika'nın Güney Carolina eyaletinde 296 katılımcıdan elde ettikleri verilerle ölçeğin yordama geçerliğine dair bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonuçlarına göre SUS-TAS ölçeğinin algılanan sosyal maliyetler ve çevresel sürdürülebilirlik boyutları, sürdürülebilirlik öncesi ekonomik destek boyutunu desteklememiştir. Bundan dolayı sürdürülebilirlik öncesine karşı SUS-TAS ölçeğinin yordayıcılığının 5 boyut ve 20 ifade ile sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Yu, Chancellor ve Cole, (2011)'in Indiana, Orange County bölgesinde yapmış oldukları çalışmada orijinal SUS-TAS ölçeğinde yer alan 44 madde 27 maddeye indirilmiştir. Ribeiro, Pinto, Silva ve Woosnam (2017) ise, daha önce farklı madde sayıları ile gerçekleştirilmiş yukarıdaki araştırmaları referans alarak karşılaştırmalı bir analiz yapmıştır. Cape Verde adalarında yaşayan yerel halktan toplanan veriler kullanılarak ölçek test edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla yapılan analiz sonuçlarına göre; 44, 33, 27 ve 21 maddeden oluşan SUS-TAS ölçekleri incelenmiş ve 21 maddeli versiyon ile hem daha kullanışlı hem de daha iyi uyum indekslerine sahip ölçek ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışmada da, yapısal olarak geçerli ve diğer istatistikî özelliklerinden ödün vermeden, veri toplama işlemini kolaylaştıran 21 maddelik SUS-TAS versiyonu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan SUS-TAS ölçeği ifadelerine Çizelge 5'de yer verilmiştir.

Ölçeğin Türkçe güvenilirlik ve geçerlik çalışması Arslan Ayazlar (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Didim'de yaşayan yerel halk üzerinde yapılan çalışmada, Choi ve Sırakaya (2005)'nin 44 madde ve 7 boyuttan oluşan Sürdürülebilir Turizm Tutum ölçeğine öncelikle açıklayıcı daha sonra ise doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Uyum iyiliği indekslerinin değerlendirilmesi sonucu 7 boyut ve 18 maddeden oluşan ölçek yapısına ulaşılmıştır. Biçici (2013)'de Muğla'nın Datça ilçesinde uyguladığı SUS-TAS ölçeği ile yerel halkın turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik algılarını ölçmüştür. Elde ettiği sonuçlara göre, ölçeğin güvenilirlik katsayısı α : 0,86 olarak tespit edilmiştir.

Üçüncü bölümde yer alan ve yerel halkın turizmin gelişimini destekleme tutumunu belirlemeyi amaçlayan ölçek, Látková ve Vogt (2012)'un çalışmalarından uyarlanmıştır. İlgili alanyazında yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeleri üzerine yapılmış birçok çalışmaya rastlamak mümkündür (Perdue vd. 1987; Perdue vd. 1990; Madrigal, 1993; Hsu, 2000; Ko ve Stewart, 2002; McGehee ve Andereck,

2004; Gursoy ve Kendall, 2006; Lee ve Back, 2006). Ekici ve Çizel (2014) yerel halkın turizm gelişimine ilişkin tutumlarını ölçmek için kullandıkları ölçek ifadelerinin, her ne kadar farklı kaynaklardan bir araya getirdikleri ifadelerden oluşsa da, Látková vd. (2012)'nin çalışmasında yer alan ifadelerin benzeri olduğu görülmektedir. Araştırmada kullanılan turizm gelişimini destekleme tutumu ölçeği ifadelerine Çizelge 6'de yer verilmiştir.

Çizelge 6: Araştırmada Kullanılan Turizm Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği İfadeleri

Madde	İfade
1	Seferihisar'ın kalkınmasında turizm önemli bir kaynak olabilir.
2	Seferihisar'a daha fazla turist çekmeye çalışmalıyız.
3	Seferihisar'daki turizm yatırımları artarak devam etmelidir.
4	Seferihisar'da turizmin daha fazla gelişmesi için çaba sarf edilmelidir.
5	Seferihisar'daki turizm gelişimini destekliyorum.
6	Turizm, toplumumuzun önemli bir parçası olmaya devam etmelidir.

Yerel halkın genel olarak hayatlarından duydukları memnuniyet düzeyini ölçen yaşam memnuniyeti ölçeği, Lavalley, Hatch, Michalos ve McKinley (2007) tarafından geliştirilmiştir. Lavalley vd. (2007), ilgili alanyazında Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilmiş ve birçok çalışmada kullanılmış olan yaşam memnuniyeti ölçeğinin, yaşamın daha çok maddi yönünden duyulan memnuniyete odaklandığını ve bireylerin yaşamlarından ne hissettiklerini göz ardı ettiğini eleştirmektedir. Bundan dolayı Lavalley vd. (2007), Diener vd. (1985)'nin çalışmalarını bir adım öteye taşıyıp, bireysel memnuniyete ve içsel doyuma daha fazla önem veren bir ölçek geliştirdiklerini ileri sürmektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Akın ve Yalnız (2015) tarafından yapılmıştır. Buna göre, doğrulayıcı faktör analizinde tek boyutlu ve 5 maddeli modelin iyi uyum verdiği görülmüştür. Ölçeğin madde toplam korelasyon katsayıları 0.31 ile 0.61 arasında sıralanmaktadır. Son olarak ölçeğin iç tutarlık güvenilirlik katsayısı α : 0.73 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan yaşam memnuniyeti ölçeği ifadelerine Çizelge 7'de yer verilmiştir.

Çizelge 7: Araştırmada Kullanılan Yaşam Memnuniyeti Ölçeği İfadeleri

Madde	İfade
1	Hayatımdan memnunum.
2	Hayatımı dolu dolu yaşıyorum.
3	Hayatımı bir bütün olarak değerlendirdiğimde hedeflerime ulaştığımı düşünüyorum.
4	Yapmak istediğim her şeyi gerçekleştirdiğim için hayatımdan memnunum.
5	Yaşamımda şu anda her şey yolunda gidiyor.

Anket formunun beşinci bölümünde yer alan ölçek, yerel halkın içinde yaşadıkları topluluğa bağlılığını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu ölçek, Nicholas, Thapa ve Ko (2009)'nun çalışmasından alınmıştır. Topluluğa bağlılık ölçeği tek boyutlu ve 4 maddeli olacak şekilde geliştirilmiş ve ölçeğin iç güvenirlik katsayısı α : 0.85 olarak tespit edilmiştir. Araştırmacılar, yapısal eşitlik modellemesi sonucu yerel halkın topluluğa bağlılığının turizmin gelişimini destekleme tutumlarını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. İşçi vd. (2018), Nicholas vd. (2009)'den Türkçeye uyarladıkları topluluğa bağlılık ölçeğini çalışmalarında kullanmış ve ölçeğin güvenirliğini α : 0.86, örneklem yeterliğini ise KMO: 0,772 olarak hesaplamışlardır. Araştırmada kullanılan topluluğa bağlılık ölçeği ifadelerine Çizelge 8'de yer verilmiştir.

Çizelge 8: Araştırmada Kullanılan Topluluğa Bağlılık Ölçeği İfadeleri

Madde	İfade
1	Seferihisar'daki yerel gelenek ve göreneklerin yaşatılması benim için önemlidir.
2	Seferihisar'da diğer insanlarla kurduğum arkadaşlıklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.
3	Seferihisar'da yaşayan halka manevi bir bağlılık hissediyorum.
4	Seferihisar'da halk arasında yaşanan olaylar beni de ilgilendirir.

3.4. Veri Toplama Süreci

Veri toplama aşamasına geçmeden önce, çalışmada kullanılan anket formunun yapısal geçerliğini ve güvenirliğini test etmek amacıyla bir pilot uygulama yapılmıştır. 27-28 Nisan 2019 tarihinde, araştırmacı tarafından Seferihisar'da yaşayan 55 kişi ile yüz yüze gerçekleşen görüşmeler sonucu toplanan veriler incelemeye alınmıştır. Pilot uygulama sonucu ankette yer alan soru ve ifadelere son hali verilerek uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Bu süreç sonunda ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilir olduğu ve geçerlik ve güvenirlik değerlerinin de kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Yazıcıoğlu ve Erdoğan, (2014: 105) araştırma amacına hizmet edecek bilgilerin toplanması amacıyla hazırlanmış soru formu araştırmacı tarafından uygulanabileceği gibi geniş kapsamlı araştırmalarda görüşmeci (anketör) tarafından da uygulanabileceğini belirtmektedir. Buradan hareketle, anket uygulaması 2019 yılı Mayıs – Haziran ayları içerisinde profesyonel anketörler tarafından İzmir ili

Seferihisar ilçesinde yaşayan yerel halka uygulanmıştır. Elde edilen toplam 500 veri incelemeye alınmıştır.

3.5. Verilerin Analizi ve Analize Uygunluğu

Anket uygulaması sonucu elde edilen veriler, istatistik paket programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı ve hipotezleri doğrultusunda; betimsel analizlerden, fark analizlerinden, ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliklerini tespit etmek amacıyla güvenilirlik testinden ve açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılmıştır. Son olarak sürekli değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek, araştırma hipotezlerinin test edilmesi ve araştırma modelinin oluşturulması amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

Analizlere geçilmeden önce veri setinin analizlere uygunluğu kontrol edilmiştir. Öncelikle veri setindeki hataların ayıklanması için frekans analizi yapılmış ve hatalı giriş ve yanlış kodlama nedeniyle önceden belirlenen aralıklar dışındaki veri girişi varsa tespit edilip düzeltilmiştir. Daha sonra, ortalama değerleri önemli ölçüde etkileyebilecek çok küçük veya çok büyük değerlerdeki uç ve aykırı değerleri (outlier / extreme) kontrol etmek amacıyla (İslamoğlu ve Alıncaçık, 2014, s.262) veri setini oluşturan 500 ankete kutu grafiği (box-plot) testi uygulanmıştır. Uç değerler, diğer verilerle kıyaslandığında veri setine uygun olmadığı düşünülen aykırı değerlerdir. Bu değerler hatalı olabileceği gibi doğru da olabilirler. Uç değerlerin veri setinden çıkarılması veri setini normal dağılıma yaklaştırırken, güvenilirlik katsayısını artırır ve diğer analizlerde de kolaylık sağlar (Coşkun vd., 2015, s.158). Bu test sonrasında uç değer olduğu tespit edilen toplam 15 anket veri setinden çıkarılmıştır. Sonuç olarak analizlere 485 anket ile devam edilmiştir.

Bazı analiz tekniklerinin uygulanabilmesi için önşart olarak, toplanan verilerin belirli özelliklere sahip olması veya belirli şartları sağlaması beklenmektedir. Bundan dolayı veri setine hangi analizlerin yapılması gerektiğini belirlemek amacıyla, verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Normal dağılım, parametrik testlerin bir varsayımı olup, sürekli değişkenlere ait dağılımların en önemlisidir (Ural ve Kılıç: 2013, s.285). Konuya ilişkin ilgili alanyazında farklı testlerin kullanıldığı görülmektedir. Yazıcı ve Yolacan (2006, s.175)'ın da belirttiği gibi, araştırmacılar verilerin normal dağılıma uygunluğunu

tespit etmeye yarayan yaklaşık 40 farklı test geliştirmişlerdir. Fakat bunlar içerisinde en fazla kullanılan ve kabul görenleri; Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk ve Varyansların Homojenliği (Levene Test) gibi testlerdir. Bunların dışında verilerin normalliği, Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) katsayıları ile de değerlendirilebilmektedir (Büyüköztürk, 2017, s.480; Tabachnick ve Fidell, 2007, s.79). Alanyazında basıklık ve çarpıklık katsayılarının değerleriyle ilgili farklı görüşler olduğu görülmektedir. Bu katsayıların ± 2 değerleri arasında olması gerektiğini ileri süren araştırmalar (Curran West ve Finch, 1996, s.26; Kunnan, 1998, s.313; Yavuzer, Karataş ve Gündoğdu, 2007, s.91; Tektaş ve Kavak, 2010, s.58; Yalız, 2013, s.100) olduğu gibi, çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ise ± 10 arasında bir değer alması gerektiğini belirten araştırmalar da (Kline, 1998, s.77) bulunmaktadır. Bununla birlikte Tabachnick ve Fidell (2007: 80) örnekleme sayısı 100 ve üzerinde ise pozitif basıklıktan kaynaklanan normal dağılım sorununun; örnekleme sayısı 200 ve üzerinde ise negatif basıklıktan kaynaklanan normal dağılım sorununun ortadan kalktığını belirtmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda araştırmada kullanılan verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin verilerin normal dağılıma uygun olduğu kabul tespit edilmiş ve analizler için parametrik testlerden faydalanılmıştır. Veri setine ait basıklık, çarpıklık değerleri Ek-2’de belirtilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada yer alan değişkenlerin arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla toplanan verilere ilişkin analiz sonuçlarına ve bulgulara yer verilecektir. İlk olarak araştırmaya katılan bireylerin demografik yapısı incelenmiştir. Daha sonra araştırmada kullanılan ölçeklere ait güvenirlilik analizlerine yer verilmiştir. Ölçeklere ilişkin geçerlik analizleri açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda tabloladıştırılmış ve bulgular değerlendirilmiştir. Bu aşamadan sonra ise, araştırma amacına yönelik olarak belirlenen hipotezleri test etmeye yönelik analizlere geçilmiştir. Son olarak, ilgili alanyazına dayanarak oluşturulmuş araştırma kuramsal modelinde yer alan temel değişkenler arasındaki sebep-sonuç ilişkilerini ortaya çıkarmak amacıyla Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) analizi yapılmıştır.

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özellikleri Çizelge 9'da belirtilmiştir. Buna göre katılımcıların %54,4'ü erkek, %45,6'sı kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımları incelendiğinde, katılımcıların; %8,7'sinin 18-24 yaş aralığında, %20'sinin 25-34 yaş aralığında, %13,8'inin 35-44 yaş aralığında, %23,9'unun 45-54 yaş aralığında, %20,8'inin 55-64 yaş aralığında ve %12,8'inin ise 65 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında evli olanların toplam örneklemin %67,4'ü ve bekar (dul veya boşanmış) olanların ise %32,6'sını oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu ele alındığında; %23,7'nin ilkokul mezunu, %36,9'unun ortaöğretim-lise mezunu, %22,7'sinin önlisans mezunu, %13,8'inin lisans mezunu ve %2,9'unun da lisansüstü mezunu olduğu tespit edilmiştir. Gelir durumu incelendiğinde ise; katılımcıların %30,5'inin 2020 TL ve altı gelire, %22,5'nin 2021-3000 TL arasında, %22,7'sinin 3001 TL-4000 TL arasında, %10,1'inin 4001 TL-5000TL arasında, %9,1'inin 5001 TL-6000TL arasında ve %5,2'sinin de 6001 TL ve üzeri gelire sahip olduğu

anlaşılmaktadır. Son olarak katılımcıların mesleki dağılımları ele alındığında; katılımcıların %21,9'u serbest meslek sahibi olduğunu belirtirken, %17,3'ü işçi, %13,8'i emekli, %13,8'i ev hanımı, %12,6'sı da esnaflardan oluşmaktadır. Toplam 4 çiftçi ve 3 tane de gemi kaptanı araştırma dahilinde bilgi alınan kişilerdendir.

Çizelge 9: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	221	45,6
	Erkek	264	54,4
Yaş	18-24	42	8,7
	25-34	97	20
	35-44	67	13,8
	45-54	116	23,9
	55-64	101	20,8
	65 ve üzeri	62	12,8
Medeni Durum	Evli	327	67,4
	Bekar (dul veya boşanmış dahil)	158	32,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	115	23,7
	Ortaöğretim-lise	179	36,9
	Önlisans	110	22,7
	Lisans	67	13,8
	Lisansüstü	14	2,9
Gelir	2020 ₺ ve altı	148	30,5
	2021 ₺- 3000 ₺	109	22,5
	3001₺- 4000 ₺	110	22,7
	4001 ₺- 5000 ₺	49	10,1
	5001 ₺- 6000 ₺	44	9,1
	6001 ₺ ve üzeri	25	5,2
Meslek	İşçi	84	17,3
	Emekli	67	13,8
	Ev hanımı	67	13,8
	İşsiz	21	4,3
	Serbest meslek	106	21,9
	Memur	40	8,2
	Öğrenci	29	6
	Akademisyen	3	0,6
	Esnaf	61	12,6
	Diğer*	7	1,4
Toplam		485	100

*4 Çiftçi ve 3 Gemi Kaptanı

Anket formunda, katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra Seferihisar ile ilgili özelliklerine ve Seferihisar'da yürütülen turizm faaliyetleri ile olan ilişkilerine de yer verilmiştir. Bu bilgiler Çizelge 10'da yer almaktadır. Buna göre, katılımcıların yöredeki turizm gelişiminden ekonomik olarak faydalanma düzeyleri incelendiğinde, %14,8'inin oldukça, %9,1'nin çok fazla faydalandığı görülmektedir.

Buna rağmen katılımcıların %26,8'i bu gelişmeden hiçbir şekilde faydalanmadığını belirtmiştir. Ekonomik fayda ile ilişkili olabilecek bir diğer soru ise, ailenin temel geçim kaynağının turizm olup olmadığıdır. Buna göre katılımcıların %11,3'ü ailesinin temel geçim kaynağının turizm olduğunu belirtirken, %88,5'i bu durumun tersini belirtmiştir. Katılımcıların kendilerini Seferihisarlı olarak görüp görmedikleri bir başka sorudur. Buna göre, %86,64 ile katılımcıların büyük bir çoğunluğu kendisini Seferihisarlı olarak tanımlamıştır. Buna rağmen, %13,6'lık bir kesim kendisini Seferihisarlı olarak hissetmemektedir. Araştırmaya katılanların %95,7'si sürekli olarak Seferihisar'da ikamet etmektedir. Bununla birlikte, %4,3ü yalnızca belirli dönemlerde burada yaşadıklarını belirtmiştir. Seferihisar'da doğanların oranı %36,9 iken, burada doğmayanlar toplam örneklemin %63,1'ini oluşturmaktadır.

Çizelge 10: Katılımcıların Seferihisar ile İlgili Özellikleri

Değişken	Grup	n	%
Yörede turizmin gelişiminden ekonomik olarak faydalanmaktayım.	Hiç	130	26,8
	Çok az	120	24,7
	Biraz	119	24,5
	Oldukça	72	14,8
	Çok Fazla	44	9,1
	Toplam	485	100
Ailemin temel geçim kaynağı turizmdir.	Evet	55	11,3
	Hayır	429	88,5
	Eksik Veri	1	0,2
	Toplam	485	99,8
Kendinizi Seferihisarlı olarak hissediyor musunuz?	Evet	419	86,4
	Hayır	66	13,6
	Toplam	485	100
Seferihisar'da ikamet durumunuz?	Yalnızca belirli dönemlerde	21	4,3
	Sürekli	464	95,7
	Toplam	485	100
Burada doğdum.	Evet	179	36,9
	Hayır	306	63,1
	Toplam	485	100
Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle iletişiminiz var mı? (yardım etme, sohbet, ticaret vb.)	Hiç	68	14
	Çok az	62	12,8
	Biraz	95	19,6
	Oldukça	192	39,6
	Çok fazla	68	14
	Toplam	485	100
Kaç yıldır Seferihisar'da yaşıyorsunuz?	1-10 yıl	188	38,8
	11-20 yıl	140	28,9
	21 yıl ve üzeri	157	32,4
Hangi mahallede ikamet ediyorsunuz?	Atatürk Mah.	55	11,3
	Bengiler Mah.	14	2,9
	Beyler Mah.	19	3,9
	Camikebir Mah.	36	7,4

Çizelge 10-devamı

	Cumhuriyet Mah.	46	9,5
	Çamtepe Mah.	9	1,9
	Çolak İbrahim Bey Mah.	21	4,3
	Düzce Mah.	17	3,5
	Gölcük Mahallesi	9	1,8
	Gödençe Mah.	3	0,6
	Hıdırlık Mah.	15	3,1
	İhsaniye Mah.	21	4,3
	Kavakdere Mah.	5	1,0
	Mersin Alanı Mah.	4	0,8
	Orhanlı Mah.	28	5,8
	Payamlı Mah.	7	1,4
	Sığacık Mah.	58	11,9
	Tepecik Mah.	22	4,5
	Turabiye Mah.	61	12,6
	Turgut Mah.	23	4,7
	Ulamış Mah.	12	2,5
	Toplam	485	100
Yerel Halkın Yer Kimliği Düzeyi	Düşük	1	0,2
	Orta	28	5,8
	Yüksek	456	94,0
	Toplam	485	100
Yerel Halkın Topluluğa Bağlılık Düzeyi	Düşük	58	12,0
	Orta	85	17,5
	Yüksek	342	70,5
	Toplam	485	100

Araştırmaya katılanların Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle iletişim kurma durumları incelendiğinde, %14'ünün çok fazla, %39,6'sının oldukça, %19,6'sının biraz, %12,8'inin çok az iletişim kurduğu görülmektedir. Bununla birlikte %14'ünün bölgelerine gelen turistlerle hiçbir şekilde iletişim kurmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların Seferihisar'da yaşama sürelerinin üç farklı grupta incelenmiştir. Buna göre; %38,8'i 1-10 yıl arasında, %28,9'u 11-20 yıl arasında ve %32,4'ü de 21 yıl ve üzerinde burada yaşamaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların yaşadıkları mahallelere dair bilgiler çizelgede görülmektedir. Örneklem grubu içerisinde Seferihisar'ın 21 mahallesinden de katılımcı olmakla birlikte, yoğunluğun turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü mahallelerde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Son olarak katılımcıların yer kimliği ve topluluğa bağlılık düzeyleri bu bölümde incelenmiştir. Her iki ölçek de 5'li likert tipinde hazırlanmış olup; yer kimliği 20 maddeden, topluluğa bağlılık ise 4 maddeden oluşmaktadır. Yer kimliği ölçeğinde alınabilecek en yüksek skor 100, en düşük skor 20 iken, topluluğa bağlılık ölçeğinde en yüksek skor 20, en düşük skor 4'tür. Beşli derecelendirme için orta

değer olan 3'ün her iki tarafına 0,5 puan uzak olan aralık orta düzey olarak belirlenmiş ve bu aralığın altında kalan değerler düşük düzey, üstünde kalan değerler ise yüksek düzey olarak tanımlanmıştır. Buna göre; yerel halkın yer kimliği düzeyleri için ölçeğe verilen cevapların toplamı 1-50 arasında ($2,5*20=50$) olanların düşük, 51-70 arasında ($3,5*20=70$) olanların orta ve 71-100 arasında ($5*20=100$) olanların yüksek düzeyde yer kimliğine sahip olduğu söylenebilir. Ölçekten alınabilecek en yüksek skor 100, en düşük skor 20 olduğundan ölçeğin ortalaması 60'dır. Yerel halkın yer kimliği düzeyi incelendiğinde 1 katılımcının düşük düzeyde, 28 katılımcının orta düzeyde ve 456 katılımcının yüksek düzeyde yer kimliği olduğu görülmektedir. Ölçeğin tamamına verilen cevapların ortalaması ise, 86,66 olarak tespit edilmiştir. Bu skor araştırmaya katılan bireylerin yer kimliği düzeylerinin ortalamasının oldukça üstünde olduğunu göstermektedir.

Topluluğa bağlılık ölçeğine verilen cevapların toplamı 1-10 arasında ($2,5*4=10$) olanların düşük, 11-14 arasında ($3,5*4=14$) olanların orta ve 15-20 arasında ($5*4=20$) olanların yüksek düzeyde topluluğa bağlılığı olduğu söylenebilir. Ölçekten alınacak en yüksek ve en düşük skorlar göz önüne alındığında, ölçeğin ortalaması 12'dir. Çizelge 10 incelendiğinde, 58 katılımcının düşük, 85 katılımcının orta ve 342 katılımcının da yüksek düzeyde topluluğa bağlılığı ortaya çıkmıştır. Ölçeğin tamamına verilen cevapların ortalaması ise, 15,28 olarak tespit edilmiştir. Bu skor araştırmaya katılan bireylerin topluluğa bağlılık düzeylerinin ortalamasının üstünde olduğunu göstermektedir.

4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Burada öncelikle ölçeklerin güvenirlik düzeyi tespit edilmesi edilmiştir. Güvenirlik, "bir testin ya da ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesi" olarak tanımlanmaktadır (Coşkun vd., 2015: 122). Bir diğer ifadeyle güvenirlik, belli bir özelliği ölçmek amacıyla yapılan ölçümlerin aynı bireyler üzerinde benzer şartlarda tekrar edildiğinde benzer sonuçları alabilmektir (Büyüköztürk vd., 2018: 109). Bundan dolayı doğrulayıcı faktör analizi yapmadan önce, ölçeklerin güvenirliği için elde edilen verilerin Cronbach'ın alfa (α) katsayısı incelenmiştir. Araştırmada yer alan ölçeklerin tamamının α değerinin 0,70'in

üzerinde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda ölçeklere açıklayıcı faktör analizi uygulanmasına karar verilmiştir.

Faktör analizi “değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak çok sayıdaki değişkeni az sayıda değişkene indirebilen çok değişkenli bir analiz tekniği” olmakla birlikte ölçeklerin yapı geçerliklerini de sınamaktadır (İslamoğlu ve Alınacı, 2014: 395). Faktör analizi iki farklı teknikle uygulanmaktadır. Bunlardan ilki, yapı geçerliğini incelemek ve ölçeğin faktör yapısını ortaya çıkarmak amacıyla kullanılan, açıklayıcı (açımlayıcı-keşfedici) faktör analizi; ikincisi ise, daha önce belirlenen ölçeğin faktör yapısının doğrulanması amacıyla kullanılan doğrulayıcı faktör analizidir (Büyüköztürk, vd. 2017: 191).

Açıklayıcı faktör analizi yeni oluşturulmuş veya bir dilden diğer bir dile çevrilmiş bir ölçekteki gözlenen değişkenlerden hareketle gözlenemeyen daha az sayıda faktöre ulaşmak amacıyla yapılan çok değişkenli bir yöntemdir (Shur, 2006: 3). Doğrulayıcı faktör analizi ise, daha önce belirlenmiş bir faktör yapısının test edilmesi ve mevcut çalışmada kullanılmak üzere orijinal faktör yapısıyla uygunluğunun doğrulanması amacıyla yapılmaktadır (Erdoğan, Bayram ve Deniz, 2007: s. 10; Yaşlıoğlu, 2017: 75, Meydan, Şeşen, 2011: 21). Açıklayıcı faktör analizinde gözlenen değişkenler herhangi bir faktör üzerine ya da birden fazla faktör üzerine yüklenebilmektedir. Halbuki doğrulayıcı faktör analizinde teorik olarak önceden belirlenmiş olan faktör yapısı eldeki veri seti ile doğrulanmaktadır. Yani doğrulayıcı faktör analizinde bir gözlenen değişkenin hangi faktörün üzerine yükleneceği önceden belirlenmiştir (Civelek, 2018: 27). Kısaca, daha önceki araştırmalara ait ölçeklerin olduğu gibi kullanıldığı durumlarda açıklayıcı faktör analizi yapmaya gerek yoktur. Bunun yerine doğrulayıcı faktör analizi kullanılması önerilmektedir. Açıklayıcı faktör analizi, daha çok, soru formunun araştırmacı tarafından geliştirildiği çalışmalarda kullanılmalıdır (Sağlık, Morçin ve Morçin, 2014: 89; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014, s.283 Kozak, 2015, s.150). Her ne kadar ilgili alanyazında kabul görmüş ölçekler kullanılsa da anketi dolduran kişilerin boyutları doğru algılayıp algılamadığını ortaya koymak için açıklayıcı faktör analizi yapılabilir ve anketi cevaplayan kişilerin ölçeği kaç değişik boyutta algıladığına tespit edilebilir (Civelek, 2018, s.33). Bu araştırmanın daha önce yapılan çalışmalardan farklı bir örneklem grubuyla yapıyor olması, anketi cevaplayan katılımcıların ölçek yapılarını nasıl anladığının belirlenmesi ve ölçek yapılarının

geçerliğinin test edilmek istenmesi açısından, araştırmada kullanılan ölçeklere açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Bu bölümde, faktör analizi öncesi ölçeklerde yer alan maddelerin, madde toplam korelasyonları hesaplanmış ve madde toplam korelasyon katsayısı 0,30'un altında olanlar analize dahil edilmemişlerdir. Analizlerde örneklem yeterlilik testi olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. KMO testi değişkenler arası ilişkiyi gösteren korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığını test etmektedir (Civelek, 2018: 35). KMO örneklem yeterliliği ölçütü 0 ile 1 arasında değişim gösteren bir katsayıdır (İslamoğlu vd.,2014: 403). KMO değerlerinin 0,5'ten büyük olması ilgili alan yazında kabul edilebilir bir değer olarak yer alsa da birçok araştırmacının kabul ettiği KMO alt değeri 0,70'tir (Altunışık vd, 2012: 268). Bu ölçütle ilgili KMO, 0,5-0,7 arasındaki değeri orta, 0,7-0,8 arasındaki değeri iyi, 0,8-0,9 arasındaki değeri çok iyi ve 0,9 üzerini süper şeklinde gruplandırmıştır (Çolakoğlu ve Büyükekşi, 2014, 60).

Faktör analizinin uygulanabilmesi için gerekli olan bir diğer test ise Bartlett küresellik testidir. Bu test verilere ilişkin korelasyon matrisini kullanarak analize dahil edilen değişkenlerin aralarında genel bir ilişki olup olmadığını test etmektedir (İslamoğlu vd.,2014: 403). Bartlett küresellik testi %95 güven aralığı dikkate alındığında, anlamlılık değerinin ,05'ten küçük olması istenmektedir. Buna göre, $p < 0,05$ ise korelasyon matrisi birim matris değildir ve faktör analizi uygulanabilir (Özdemir, 2016: s. 316; Aksu, Eser ve Güzeller, 2017: s. 47).

Bununla birlikte faktör analizi, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemi ve Kaiser Normalizasyonlu Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi kapsamında, KMO ve Bartlett küresellik testi değerleri ile birlikte ortak varyans (Communality) değeri de incelenmiştir. Bu değer ölçek yapısını oluşturan her bir maddenin yüklendiği faktör tarafından açıklanan varyansının oranını göstermektedir (İslamoğlu vd. 2014: 403). Kısaca bu değerler ilgili değişkenin faktör yapısı ile paylaştıkları varyansları ifade etmektedir. Ortak varyans değerinin 0,50'den büyük olması, düşük değerlere sahip olan maddelerin faktör analizi sonucu ortaya çıkan yapıya uygun olmadığı ve analizden çıkarılması önerilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017, s.77-78). Bununla birlikte ortak faktör varyansının yüksek olmasının, modele ilişkin açıklanan toplam varyansı artıracığı belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2002: 473).

4.2.1. Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Yer kimliği ölçeği faktör analizi sonuçları Çizelge 11’de belirtilmiştir. Buna göre, KMO değeri (KMO: 0,911) ve Bartlet küresellik testi değerleri ($\chi^2=4007,951$, $df=153$, $p<0,001$) incelendiğinde, yer kimliği ölçeğinin genel yapısının faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Açıklayıcı faktör analizinde bir maddeye ait faktör yükleri arasında en az 0,10 fark olması önerilmektedir ve yükler arasında 0,10'dan küçük bir değer olduğu takdirde, bu maddeler binişik madde olarak adlandırılmaktadır (Demir ve Koç, 2013, 1770). Yapılan faktör analizi sonucu Bağlılık boyutuna ait bir madde (bag18) ve Geçmiş boyutuna ait bir maddenin (gec9) binişik madde olmasından dolayı sırasıyla ölçekten çıkarılması uygun görülmüştür. Ölçekten çıkarılan maddeler sonrası kalan 18 madde 4 boyut altında toplanmıştır. Aşinalık ve Geçmiş boyutlarının bir araya gelerek yeni bir boyut oluşturduğu ortaya çıkmıştır.

Çizelge 11 incelendiğinde, yer kimliği ölçeğini oluşturan 4 boyutun toplam varyansı açıklama oranının %64,559 olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile yerel halkın yer kimliği algısının düzeyini açıklamaya yönelik hazırlanmış 18 madde, toplam değişkenliğin %65’ini açıklayan dört boyut altında yer almıştır. Ölçeğin tamamı için Cronbach’ın alfa katsayısı ise 0,897’dir. Bu katsayı ölçeğin güvenilir olduğunu belirtmektedir.

Yedi maddeden oluşan Aşinalık-Geçmiş birinci boyutunun özdeğerinin 6,765, varyansı açıklama oranının %37,581 ve Cronbach’ın alfa katsayısının ise 0,851 olduğu tespit edilmiştir. Aşinalık ve Geçmiş boyutunu oluşturan bir maddenin (gec10) faktör yükünün kabul edilebilir değerlerin altında olduğu ($,292$) görülmektedir. Stevens (2003: 294), faktör yüklerinin istatistiksel anlamlılığını örnek büyüklüğüne bağlı olarak açıklamıştır. Buna göre, örnek büyüklüğü arttıkça faktör yükü düşebilir. Örneğin; Stevens (2003, s.294), 300 ve üzeri örnek büyüklüğü için 0,298 faktör yükünün anlamlı olabileceğini, 600 ve daha büyük örnek büyüklükleri için ise, 0,210 faktör yükünün kabul edilebileceğini belirtmiştir. Ayrıca, Büyüköztürk (2002: s. 473-474) tarafından ifade edilen “Faktör yük değerleri, bir korelasyon değeri olarak istatistiksel anlamlılık bakımından da incelenebilir. Düşük korelasyon miktarlarının da örneklem arttıkça anlamlı çıkma olasılığının artacağı

unutulmamalıdır” ifadesinden hareketle ölçek madde sayısını daha fazla azaltmamak adına bu madde ölçekte tutulmuştur.

Çizelge 11: Yer Kimliği Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfade	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Aşına-Geçmiş	Aidiyet	Bağlılık	Karşılaştırma	
		$\alpha:0,851$	$\alpha:0,871$	$\alpha:0,797$	$\alpha:0,793$	
asi14	Bu şehir bana gerçekten çok tanıdık geliyor.	,745				,630
gec12	Bu kenti o kadar iyi tanıyorum ki çok eski bir fotoğrafımı bile görsem tanırım.	,712				,631
asi13	Seferihisar’da her dolaştığımda kendimi bu kente ait hissedirim.	,694				,666
asi15	Bu şehri her gün çok yoğun duygularla yaşıyorum.	,682				,595
asi16	Kesinlikle Seferihisar’da kalmak isterim.	,646				,598
gec11	Bu şehre içten bir bağlılık hissediyorum; çünkü burasıyla ilgili pek çok anım var.	,552				,525
gec10	Başka bir yerde yaşayabileceğimi düşünmüyorum, eğer yaşarsam kendimle ilgili pek çok şeyden vazgeçmek zorunda kalacağım.	,292				,554
aid6	Kendimi Seferihisarlı olarak görüyorum.		,826			,754
aid5	Seferihisar’ı memleketim olarak görüyorum.		,807			,727
aid7	Seferihisar’da kendimi evimdeymiş gibi hissediyorum.		,788			,697
aid8	Bu şehir benim bir parçam.		,765			,690
bag20	Bu şehir, günlük yaşamımda çok önemli bir yer tutar.			,807		,748
bag19	Kişisel geleceğimde Seferihisar’ın çok önemli bir yeri var.			,799		,743
bag17	Seferihisar’ın geleceğini merak ediyorum, nasıl bir yer olacağını görmek istiyorum.			,647		,595
kar2	Diğer kentlerle kıyaslandığında Seferihisar pek çok avantaja sahiptir.				,796	,661
kar3	Seferihisar turistlere tavsiye edilebilecek bir kenttir.				,768	,599
kar1	Seferihisar, diğer kentlerde yaşayanlar tarafından itibarlı, saygın bir kent olarak görülür.				,763	,590
kar4	Bu şehir, diğer şehirlerin imrendiği, özendiği özelliklere sahiptir.				,761	,616
Faktör Öz Değerleri		6,765	2,400	1,450	1,006	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		37,581	13,331	8,057	5,590	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		64,559				
Ölçeğin Toplam Cronbach’ın Alfa Katsayısı		0,897				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı		0,911				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=4007,951$, $df=153$, $p<0,001$				

Dört madde ile ikinci boyutu oluşturan Aidiyet'in özdeğerinin 2,400, varyansı açıklama oranının %13,331 ve Cronbach'ın alfa katsayısının 0,871 olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü boyut olan ve üç maddeden oluşan Bağlılık'ın özdeğeri 1,450, varyansı açıklama oranı %8,057 ve Cronbach'ın alfa katsayısı 0,797'dir. Son olarak dört madde ile dördüncü boyutu meydana getiren Karşılaştırma boyutunun özdeğerinin 1,006, varyansı açıklama oranının %5,590 ve Cronbach'ın alfa katsayısı ise 0,793 olduğu görülmüştür.

Çizelge 11'de faktör analizi sonucu ölçeğe ilişkin ortak varyans değerleri de verilmiştir. Bu değerlerin tamamının 0,50 alt sınırının üzerinde olduğu görülmektedir.

4.2.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği faktör analizi sonuçları Çizelge 12'de belirtilmiştir. Buna göre, KMO değeri (KMO: 0,884) ve Bartlet küresellik testi değerleri ($\chi^2= 2709,198$, $df=136$, $p<0,001$) incelendiğinde, sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğinin genel yapısının faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Ölçeğin orijinal yapısı 21 madde ve 7 boyuttan meydana gelmektedir. Faktör analizi sonucu Algılanan Ekonomik Fayda boyutuna ait bir madde (aef2), düşük faktör yüküne sahip olması ve binişik özellik sergilemesinden dolayı analiz dışı bırakılmıştır. Çıkarılan madde sonrası ölçek yapısının 5 boyut ve 20 maddeden oluştuğu görülmüştür. Algılanan Ekonomik Fayda ve Uzun Dönem Planlama boyutları ile Toplum Katılımının Maksimizasyonu ve Toplum Temelli Turizm boyutlarının bir araya gelerek iki yeni boyut oluşturduğu anlaşılmıştır. Birbirleri ile ilişkili olduğu düşünülen bu boyutların ileriki analizlerde istatistiki olarak doğrulaması yapılacaktır. Yeni ortaya çıkan boyutlardan biri Ekonomik Fayda ve Planlama, diğeri ise Toplumsal Katılım ve Toplum Merkezli Turizm olarak adlandırılmıştır.

Ortaya çıkan 5 boyutun güvenilirlikleri incelenmiştir. Algılanan Sosyal Maliyetler boyutunun güvenilirlik katsayısının (α)0,414 olmasından dolayı, bu boyutu

oluşturan üç maddenin ölçek yapısından çıkarılmasına karar verilmiştir. Çıkarılan maddelerden sonra faktör analizi tekrarlanmıştır. Analiz sonrası 17 maddenin 4 boyut altında toplandığı görülmüştür.

Çizelge 12: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfade	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Ziy. Mem. Sağ.	Ekon. Fayda ve Plan.	Top. Kat. ve Top. Mer. Tur.	Çevresel Sürd.	
		α:0,791	α:0,782	α:0,735	α: 0,743	
zms1	Seferihisar'daki turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	,801				,684
zms3	Seferihisar'a gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	,793				,684
zms2	Turizm endüstrisi Seferihisar'a gelen ziyaretçilere iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	,772				,677
aef1	Turizmin Seferihisar halkının ekonomisine katkı sağladığına inanıyorum.		,735			,640
udp1	Seferihisar turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.		,721			,574
udp2	Başarılı bir turizm yönetimi için, iyi koordine edilmiş planlara ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.		,713			,615
udp3	Seferihisar'da turizmin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.		,583			,501
aef3	Seferihisar'a yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.		,573			,512
tkm2	Turizmi geliştirme çalışmalarına Seferihisarlılar tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.			,717		,566
tkm1	Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar'daki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.			,633		,510
tmt3	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu Seferihisar'daki üretimle karşılanmalıdır.			,618		,549
tkm3	Şehirdeki turizm yatırımlarında Seferihisarlılara daha fazla fırsat verilmelidir.			,550		,509
tmt1	Seferihisar'daki turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgede yaşayan insanlardan sağlamalıdır.			,531		,504
tmt2	Seferihisar'da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.			,494		,538
cs1	Seferihisar'da doğanın çeşitliliğine değer vermeli ve doğayı korumalıyız				,822	,684
cs2	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.				,819	,693
cs3	Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatu korumalıdır.				,768	,600
Faktör Öz Değerleri		5,507	2,067	1,311	1,042	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		32,392	12,160	7,711	6,131	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		58,394				
Ölçeğin Toplam Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,850				
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Değeri		0,884				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2= 2709,198$, $df=136$, $p<0,001$				

Çizelge 12 incelendiğinde, sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğini oluşturan 4 boyutun toplam varyansı açıklama oranı %58,394 olarak tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumu algısının düzeyini açıklamaya yönelik hazırlanmış 17 madde, toplam değişkenliğin %58'ini açıklayan dört boyut altında yer almıştır. Ölçeğin tamamı için Cronbach'ın alfa katsayısı ise 0,850'dir. Bu katsayı ölçeğin güvenilir olduğunu belirtmektedir.

Üç madde ile birinci boyutu oluşturan Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama'nın özdeğerinin 5,507, varyansı açıklama oranının %32,392 ve Cronbach'ın alfa katsayısının 0,791 olduğu tespit edilmiştir. İkinci boyut olan ve beş maddeden oluşan Ekonomik Fayda ve Planlama boyutunun özdeğeri 2,067, varyansı açıklama oranı %12,160 ve Cronbach'ın alfa katsayısı 0,782'dir. Altı madde ile üçüncü boyutu oluşturan Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm boyutunun özdeğerinin 1,311, varyansı açıklama oranının %7,711 ve Cronbach'ın alfa katsayısının ise 0,735 olduğu görülmüştür. Son olarak üç maddeden oluşan Çevresel Sürdürülebilirlik boyutunun özdeğeri 1,042, varyansı açıklama oranı %6,131 ve Cronbach'ın alfa katsayısı 0,743'dir. Bununla birlikte ölçeğe ilişkin ortak varyans değerleri incelendiğinde bu değerlerin tamamının 0,50 alt sınırının üzerinde olduğu görülmüştür.

4.2.3. Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Turizmin gelişimini destekleme ölçeği faktör analizi sonuçları Çizelge 13'de yer almaktadır. Buna göre, KMO değeri (KMO: 0,869) ve Bartlett küresellik testi değerleri ($\chi^2= 1369,325$, $df=15$, $p<0,001$) incelendiğinde, turizmin gelişimini destekleme ölçeğinin genel yapısının faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 13: Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Madde	İfade	Faktör	Ortak Varyans Değeri
tuged4	Seferihisar'da turizmin daha fazla gelişmesi için çaba sarf edilmelidir.	,822	,676
tuged2	Seferihisar'a daha fazla turist çekmeye çalışmalıyız.	,817	,667
tuged3	Seferihisar'daki turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	,805	,649
tuged1	Seferihisar'ın kalkınmasında turizm önemli bir kaynak olabilir.	,789	,622
tuged6	Turizm, toplumumuzun önemli bir parçası olmaya devam etmelidir.	,762	,581
tuged5	Seferihisar'daki turizm gelişimini destekliyorum.	,734	,538
Faktör Öz Değeri		3,733	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		62,214	
Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,878	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,869	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2= 1369,325$, $df=15$, $p<0,001$	

Yerel halkın bölgelerindeki turizm gelişimini desteklemesine ilişkin ortaya çıkan tek faktörlü yapının özdeğeri 3,733'dür. Faktörün ölçeği açıklama yeterliliği olarak görülen açıklanan varyans oranı %62,214 ve güvenilirliğini ifade eden Cronbach'ın alfa katsayısı 0,878'dir. Bu sonuçlara göre ölçek geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. Bununla birlikte ölçekte yer alan maddelere dair ortak varyans değerleri de incelenmiştir. Çizelge 13'de ortak varyans değerlerine yer verilmiştir. Ortak varyans değerleri incelendikten sonra 0,50'nin altında değer yüklenen madde olmadığı görülmüştür.

4.2.4. Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Yaşam memnuniyeti ölçeği faktör analizi sonuçları Çizelge 14'de yer almaktadır. Buna göre, KMO değeri (KMO: 0,832) ve Bartlet küresellik testi değerleri ($\chi^2=2125,757$, $df=10$, $p<0,001$) incelendiğinde, yaşam memnuniyeti ölçeğinin genel yapısının faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 14: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfade	Faktör	Ortak Varyans Değeri
ym4	Yapmak istediğim her şeyi gerçekleştirdiğim için hayatımdan memnunum.	,917	,842
ym3	Hayatımı bir bütün olarak değerlendirdiğimde hedeflerime ulaştığımı düşünüyorum.	,914	,836
ym2	Hayatımı dolu dolu yaşıyorum.	,897	,805
ym5	Yaşamımda şu anda her şey yolunda gidiyor.	,843	,711
ym1	Hayatımdan memnunum.	,771	,594
Faktör Öz Değeri		3,789	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		75,779	
Cronbach'ın alfa Katsayısı		0,919	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,832	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=2125,757$, $df=10$, $p<0,001$	

Yerel halkın yaşam memnuniyetine ilişkin ortaya çıkan tek faktörlü yapının özdeğeri 3,789'dür. Faktörün ölçeği açıklama yeterliliği olarak görülen açıklanan varyans oranı %75,779 ve güvenilirliğini ifade eden Cronbach'ın alfa katsayısı 0,919'dur. Bu sonuçlara göre ölçek geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. Bununla birlikte ölçekte yer alan maddelere dair ortak varyans değerleri de incelenmiştir. Çizelge 14'de ortak varyans değerlerine yer verilmiştir. Ortak varyans değerleri incelendikten sonra 0,50'nin altında değer yüklenen madde olmadığı tespit edilmiştir.

4.2.5. Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Topluluğa bağlılık ölçeği faktör analizi sonuçları Çizelge 15’de yer almaktadır. Buna göre, KMO değeri (KMO: 0,739) ve Bartlet küresellik testi değerleri ($\chi^2=767,750$, $df=6$, $p<0,001$) incelendiğinde, topluluğa bağlılık ölçeğinin genel yapısının faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 15: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfade	Faktör	Ortak Varyans Değeri
topb3	Seferihisar’da yaşayan halka manevi bir bağlılık hissediyorum.	,874	,764
topb1	Seferihisar’daki yerel gelenek ve göreneklerin yaşatılması benim için önemlidir.	,836	,699
topb4	Seferihisar’da halk arasında yaşanan olaylar beni de ilgilendirir.	,808	,653
topb2	Seferihisar’da diğer insanlarla kurduğum arkadaşlıklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.	,716	,513
Faktör Öz Değeri		2,629	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		65,728	
Cronbach’ın Alfa Katsayısı		0,823	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,739	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=767,750$, $df=6$, $p<0,001$	

Yerel halkın topluluğa bağlılığına ilişkin ortaya çıkan tek faktörlü yapının özdeğeri 2,629’dür. Faktörün ölçeği açıklama yeterliliği olarak görülen açıklanan varyans oranı %65,728 ve güvenilirliğini ifade eden Cronbach’ın alfa katsayısı 0,823’tür. Bu sonuçlara göre ölçek geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. Bununla birlikte ölçekte yer alan maddelere dair ortak varyans değerleri de incelenmiştir. Çizelge 15’de ortak varyans değerlerine yer verilmiştir. Ortak varyans değerleri incelendikten sonra 0,50’nin altında değer yüklenen madde olmadığı tespit edilmiştir.

4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Bu bölümde araştırmada yer alan ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve sonuçları incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu ortaya çıkan modelin kabul edilip edilmeyeceğini belirlemek amacıyla çeşitli parametreler kullanılmaktadır (Bakırtaş, 2010: 108). İlgili alanyazında, değerlendirmeye alınması gereken bu parametrelere (uyum indeksleri) ait ortak bir görüş bulunmamaktadır (Byrne, 2010: 664). Araştırmada kullanılan modelin uyumunu belirlemek ve

modeldeki mümkün olan en yüksek uyumun belirlenmesi amacıyla kullanılan uyum indekslerinden en yaygın olanları; χ^2/df (ki-kare/serbestlik derecesi); RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation- Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü); SRMR (Standardized Root Mean Square Residual- Standardize Edilmiş Hata Kareleri Ortalamasının Kare Kökü); GFI (Goodness of Fit Index-Uyum İyiliği İndeksi); AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index-Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi), NFI (Normed Fit Index- Biçimlendirilmiş Uyum İndeksi) ve CFI (Comperative Fit Index- Karşılaştırmalı Uyum indeksi) olarak söylenebilir (Hooper, Coughan ve Mullen, 2008; Byrne, 2010). Bu indekslerin mükemmel uyum sağladığı aralıklara ve kabul edilebilir düzeylerine Çizelge 16’de yer verilmiştir.

Çizelge 16: Yaygın Olarak Kullanılan Uyum İndeksleri ve Aralıkları

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd (CMIN/DF)	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 5$
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA < 0,08$
SRMR	$0.00 < SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR < 0.10$
NFI	$0.95 < NFI < 1.00$	$0.90 < NFI \leq 0.95$
TLI (NNFI)	$.95 \leq TLI \leq 1$	$.90 \leq TLI < .97$
CFI	$0.97 < CFI < 1.00$	$0.95 < CFI < 0.97$
GFI	$0.95 < GFI \leq 1,00$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 < AGFI \leq 1,00$	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$

Kaynak: Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003: 52; Hooper vd., 2008; Meydan ve Şeşen, 2015: 33; Civelek, 2018, s.18;

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda öncelikli olarak modelin uyum iyiliği indeksleri kontrol edilmektedir. Bu indekslerden χ^2/df ve RMSEA ilk önce kontrol edilmesi gereken indekslerdir. Eğer bu değerlerde bir uyumsuzluk varsa modele belirli kurallar dahilinde modifikasyon yapılması gerekmektedir. Modifikasyonlar tablosuna bakılmadan önce ölçeğe ait boyutların altında yer alan maddelerin standart regresyon katsayılarına da bakılabilir (Arbuckle, 2016, 637). Standart regresyon katsayısının değeri ile ilgili olarak alanyazında farklı görüşler söz konusudur. Hu ve Bentler (1999) bu değerini 0,70 veya civarında olması gerektiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, Tabachnick ve Fidell (2007), maddelere ait standart regresyon katsayılarının alt sınır değerini 0,32 olarak ifade etmektedir. Hair, Black, Babin ve Anderson (2010) tarafından da standart regresyon katsayılarının örneklem sayısı ile ilişki olduğu açıklanmıştır. Buna göre, örneklem sayısında yaşanan artışın, standart regresyon katsayısında düşüşe sebep olacağı ileri sürülmüştür. Örneğin; 350 ve üzeri

bir örneklem sayısı için 0,30 ve üzeri standart regresyon katsayısı kabul edilebilmektedir.

Modelin uyum iyiliği indekslerini iyileştirmek için ise modifikasyon tablosu incelenir (Schreiber, Nora, Stage, Barlow ve King, 2006). Bir ölçeğe ilişkin modifikasyon yapılırken belirli kuralların göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Öncelikle yapılacak modifikasyon sayısı ölçekte yer alan madde sayısı ile orantılı düzeyde olmalıdır. Bununla birlikte, iyileştirme yapılacak hata terimlerinin aynı örtük değişkene ait olması gerekmektedir (Kaplan, 1989; Hayduk, 1990; Byrne, 2010).

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen modellerin yapı geçerliği ve güvenilirliği; Bileşik Güvenirlik (CR - Composite Reliability), Açıklanan Ortalama Varyans (AVE - Average Variance Extracted) (Fornell ve Larcker, 1981) ve Cronbach'ın alfa (Hair vd, 2010) katsayıları incelenmektedir. Bu katsayıların; Cronbach'ın alfa katsayısı ve CR katsayısı için 0,70'den büyük, AVE değeri için de 0,50'den büyük olması gerekmektedir (Fornell vd., 1981; Hair vd, 2010). Bu katsayılar teorik olarak belirlenmiş modelde gizil değişkenlere bağlanan gözlenen değişkenlerin bağlanmış olduğu gizil değişken üzerinde benzeşmesi (yakınsak – yakınsama - convergent validity) ve diğer gizil değişkenlere bağlanan gözlenen değişkenlerden ayrışmasını (ıraksak – ayrışım - discriminant validity) ortaya koymaktadır (Civelek, 2018, s.33).

AVE değeri tek başına değerlendirildiğinde benzeşim (yakınsak – yakınsama-convergent validity) geçerliğini doğrulamaktadır. Benzeşim geçerliği, bir yapıyı oluşturan boyutların (faktör) kendi arasındaki korelasyon ilişkisinin yüksek olduğunu gösterir. Hair vd (2010) ise, CR ve AVE değerleri ile benzeşim geçerliliğinin kontrol edilebileceğini belirtmişlerdir. Buna göre, AVE değerinin 0,50'den büyük ve CR değerinin de AVE değerinden büyük olması gerekmektedir. Bununla birlikte ölçüm modelindeki her bir standart regresyon katsayısının (faktör yükü) 0,50'den büyük olması da benzeşim geçerliğinin bir kanıtıdır (Civelek, 2018, s.32-33).

Bir diğer geçerlik ölçüsü ayrışım (ayrım – ıraksak - discriminant validity) geçerliğidir. Ayrışma geçerliği, ölçüm modelinde yer alan bir yapının diğer yapılardan hangi seviyede farklılaştığının ölçüsüdür. Veri setindeki her bir boyut için AVE değerlerinin karekökü alındığında bu değerlerin o boyutun diğer boyutlarla

olan korelasyon katsayılarından büyük olması durumunda ayrışma geçerliği sağlanmış denilebilir (Civelek, 2018, s.42). Fornell ve Larcker (1981)'de ayrışma geçerliği için söz konusu boyutu AVE değerinin boyutlar arasındaki korelasyonların en büyüğünün karesinden büyük olması gerektiğini belirtmiştir. İlk yöntemde AVE değerinin karekökü alınmakta ve ilgili boyutun diğer boyutlarla olan ilişkisi incelenmekte, ikincisinde ise ilgili boyutun diğer boyutlarla olan korelasyon değerlerinden en büyüğünün karesi alınıp AVE değeri ile ilişkilendirilmektedir. Yöntem farklı görünse de sonuçlar aynı duruma işaret etmektedir.

CR değeri ise birleşik güvenilirliği ifade eder. Birleşik Güvenirlilik; sayıca birden fazla, heterojen, ancak benzer ifadelerin genel güvenilirliğini ölçmek amacıyla kullanılmaktadır (Raykov, 1998). Cronbach'ın alfa katsayısı, çok sayıda değişken olduğunda yüksek değerler verme eğiliminde olan bir istatistik olmasından dolayı, CR değeri Cronbach'ın alfa katsayısına bir alternatif olarak ya da bir kontrol aracı olarak kullanılabilir (Yaşlıoğlu, 2017, s.82). Bu araştırmada ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliği için üç değer de incelenecektir. Bileşik güvenilirlik (CR - Composite Reliability) değerlerinin ve Açıklanan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted) değerlerinin hesaplanmasında aşağıda belirtilen formüller kullanılmıştır (Fornell ve Larcker, 1981).

$$CR = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i\right)^2}{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i\right)^2 + \left(\sum_{i=1}^n \delta_i\right)} \quad AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

λ =Standardize Regresyon Katsayısı

n =Madde Sayısı

δ =Hata Varyansı

Bu açıklamalardan sonra araştırmada kullanılan yer kimliği, topluluğa bağlılık, sürdürülebilir turizm tutumu, topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyeti ölçeklerine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve sonuçlarına yer verilmiştir.

4.3.1. Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Açıklayıcı faktör analizi sonucu 18 madde ve 4 boyut olarak elde edilen yer kimliği ölçeğine birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çizelge 17’de yer kimliği ölçeğine ilişkin birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli standart regresyon katsayıları, standart olmayan regresyon katsayıları, ölçüm hataları, kritik oran (C.R. / t) ve anlamlılık değeri (p), Çizelge 18’de yer kimliği ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli uyum iyiliği indeksleri, Çizelge 19’da güvenirlik ve geçerlik değerleri ve Şekil 7’de de, yer kimliği ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir.

Test edilen modelin standart regresyon katsayıları incelendiğinde Aşinalık ve Geçmiş boyutunun bir maddesinin (gec10), Tabachnick ve Fidell (2007)’in standart regresyon katsayılarının alt sınır olarak belirttiği 0,32 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddeden sonra analizlere 4 boyut ve 17 madde ile devam edilmiştir.

Çizelge 17: Yer Kimliği Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları ve Aritmetik Ortalamalar

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	St. Olmayan Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Karşılaştırma \bar{x} : 4,50 s.s.: 0,481	kar4	4,45	,636	0,732	1			
	kar3	4,56	,594	0,666	0,85	0,068	12,545	***
	kar2	4,46	,634	0,765	1,041	0,076	13,738	***
	kar1	4,54	,586	0,634	0,797	0,066	12,029	***
Aidiyet \bar{x} : 4,33 s.s.: 0,666	aid8	4,23	,799	0,774	1			
	aid7	4,36	,756	0,766	0,936	0,055	17,034	***
	aid6	4,36	,788	0,831	1,06	0,057	18,597	***
	aid5	4,38	,796	0,801	1,032	0,058	17,9	***
Bağlılık \bar{x} : 4,21 s.s.: 0,723	bag20	4,20	,883	0,775	1			
	bag19	4,24	,803	0,817	0,958	0,058	16,582	***
	bag17	4,20	,886	0,69	0,892	0,062	14,391	***
Aşinalık ve Geçmiş \bar{x} : 4,32 s.s.: 0,563	gec12	4,23	,835	0,708	1			
	gec11	4,35	,736	0,686	0,855	0,061	13,975	***
	asi16	4,25	,773	0,717	0,939	0,064	14,573	***
	asi15	4,36	,677	0,678	0,777	0,056	13,824	***
	asi14	4,42	,647	0,66	0,722	0,054	13,454	***
	asi13	4,33	,752	0,794	1,01	0,063	16,013	***

Yer Kimliği Ölçeği= \bar{x} : 4,35, s.s.: 0,452

*** p<0,001 anlamlıdır.

Yer kimliği ölçeği birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği indekleri Çizelge 18’de belirtilmiştir. Buna göre, elde edilen indeklerin tavsiye

edilen değerler içerisinde olduğu ve iyi uyum sergiledikleri görülmektedir. Bundan dolayı, herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır.

Çizelge 18: Yer Kimliği leği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,326	,052	,0418	,939	,918	,931	,959
<i>Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

Son olarak modelin güvenirliği ve geçerliğini test etmek amacıyla Cronbach'ın alfa katsayısı, AVE ve CR katsayıları incelenmiştir. AVE ve CR katsayıları maddelere ait standart regresyon katsayıları üzerinden hesaplanmaktadır. Modelin benzeşim geçerliğinin sağlanması için AVE değerinin 0,50'den büyük, CR değerinin 0,70'ten büyük ve CR değerinin de AVE değerinden büyük olması gerekir. Ayrım geçerliğinin sağlanması için ise, veri setindeki her bir boyut için AVE değerlerinin karekökü alındığında bu değerlerin o boyutun diğer boyutlarla olan korelasyon katsayılarından büyük olması gerekmektedir. Modelin güvenilir olması için CR ve Cronbach'ın alfa katsayılarının 0,70'ten büyük olması gerektiği belirtilmiştir. Çizelge 19'da bu değerlere yer verilmiştir. Diyagonal eksende koyu renkle gösterilen değerler ilgili boyutun AVE değerinin karekökünü ifade etmektedir. Bu değerler altında kalan diğer değerler ise, boyutlar arası korelasyon katsayılarını göstermektedir.

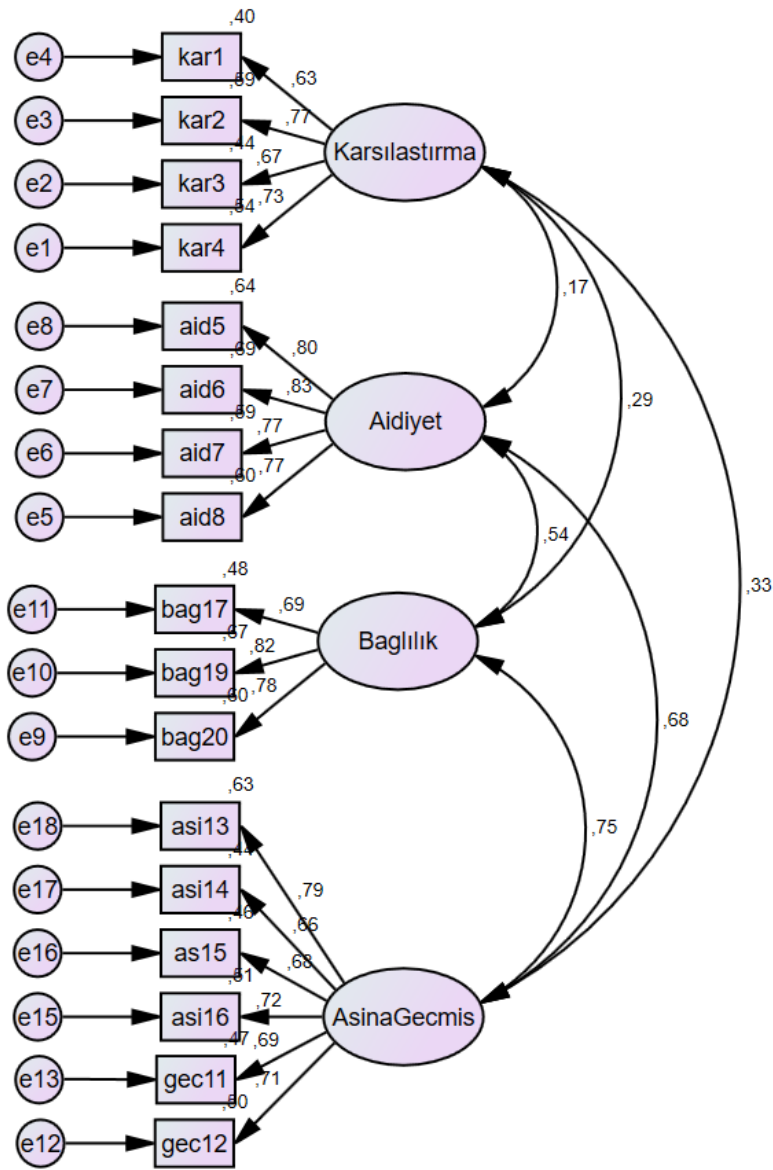
Çizelge 19: Yer Kimliği leği Güvenirlik Geçerlik Değerleri

	C. Alpha	CR	AVE	Bağlılık	Karşılaştırma	Aidiyet	Asinalık ve Geçmiş
Bağlılık	,797	0,806	0,581	0,762			
Karşılaştırma	,793	0,794	0,492	0,293	0,701		
Aidiyet	,871	0,872	0,629	0,538	0,168	0,793	
Asinalık ve Geçmiş	,856	0,858	0,502	0,751	0,334	0,677	0,708

Çizelge 19 incelendiğinde karşılaştırma boyutu için AVE değerinin 0,50'ye oldukça yakın fakat bu değerin altında kaldığı anlaşılmaktadır. Kritik değer olarak 0,50 kabul edilmesine rağmen, diğer güvenirlik ve geçerlik kriterlerinin sağlandığı durumlarda 0,50'den biraz düşük değerler de kabul edilebilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981: 46). Aşinalık ve Geçmiş boyutu için de AVE değerinin karekökünün

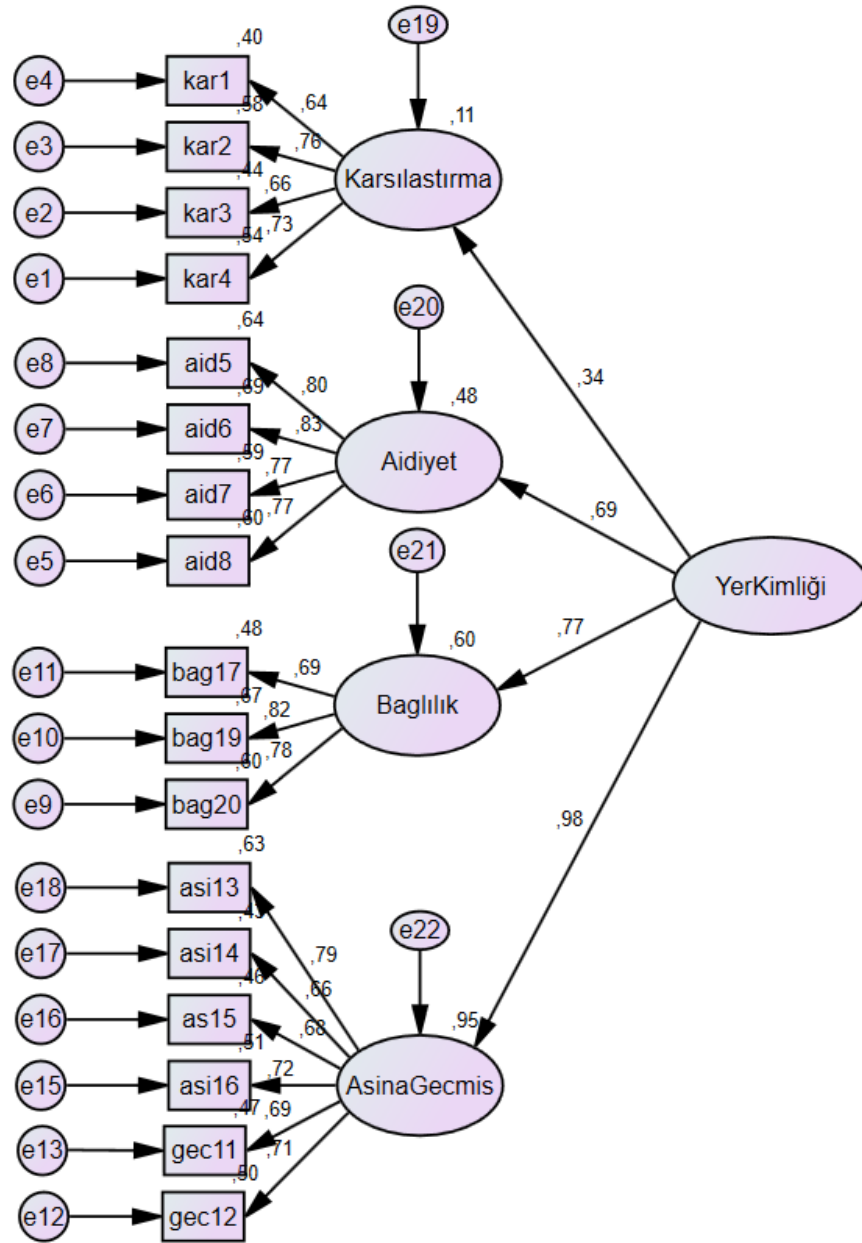
ilgili boyutun diğer boyutlarla olan korelasyonundan küçük olduğu görülmektedir. Bu durum ayrışım geçerliğine ters düşmektedir, ancak ayrışım geçerliliğinin bir diğer göstergesi de boyutlar arasındaki korelasyonun 0,85'ten küçük bir değere sahip olmasıdır (Kline, 1998; Chou, Boldy ve Lee, 2002: 52). Çizelge 19'da yer alan korelasyon değerlerine bakıldığında bu şartın sağlandığı anlaşılmaktadır.

Yer kimliği ölçeği birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 7'de belirtilmiştir. Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde modelin uyumlu, geçerli ve güvenilir olduğu, ölçeği oluşturan 17 madde ve 4 boyutun ölçek yapısıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 7: Yer Kimliği Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli

Modelde yer alan örtük değişkenlerin uyum iyiliğine ilişkin tatmin edici sonuçlara ulaşılmış, güvenilirlik ve geçerliğin sağlandığı analizler sonucunda kabul edilmiştir. Daha sonra, modele yer kimliği üst düzey değişkeni eklenip ikinci derece DFA ile test edilmiştir. İkinci düzey yer kimliği ölçüm modeli Şekil 8’te ve bu modele ait uyum iyiliği değerleri Çizelge 20’de gösterilmiştir.



Şekil 8: Yer Kimliği Ölçeği İkinci Derece Doğrulayıcı Faktör Analizi

Bulgular, modelin iyi uyum sağladığını göstermektedir. Modelin ikinci dereceden DFA sonuçlarına bakıldığında, yer kimliği ölçeği, karşılaştırma boyutu

tarafından (st. reg. kats. 0,336; hata değeri 0,026), aidiyet boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,690; hata değeri 0,034), bağıllık boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,772; hata değeri 0,528) ve son olarak aşinalık ve geçmiş boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,977; hata değeri 0,038) anlamlı bir şekilde açıklandığı görülmektedir. Bu nedenle yer kimliğinin tatminkâr düzeyde açıklandığı söylenebilir.

Çizelge 20: Yer Kimliği Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,316	,052	,0437	,938	,918	,930	,959
<i>Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

Çizelge 20’de belirtilen yer kimliği ölçeği ikinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerinin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, model üzerindeki parametre tahminlerine bakıldığı zaman yer kimliğinin, alt boyutlar tarafından yeterince temsil edildiğini söylemek mümkündür.

4.3.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeğine (SUS-TAS) İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumunu tespit etmeye yönelik hazırlanmış sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği (SUS-TAS), açıklayıcı faktör analizi sonucu 17 madde ve 4 boyut olarak tespit edilmiştir. Bu ölçeğe birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çizelge 21’de sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğine ilişkin birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli standart regresyon katsayıları, standart olmayan regresyon katsayıları, ölçüm hataları, kritik oran (C.R. / t) ve anlamlılık değeri (p), Çizelge 22’de sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli uyum iyiliği indeksleri, Çizelge 23’de ölçeğe ilişkin güvenilirlik ve geçerlik değerleri ve Şekil 9’de ise, sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir.

Test edilen modelin standart regresyon katsayıları incelendiğinde Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm boyutunun bir maddesi (tkm1), Tabachnick ve Fidell (2007)’in standart regresyon katsayılarının alt sınır olarak belirttiği 0,32

değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddelerden sonra analizlere 16 madde ve 4 boyut ile devam edilmiştir.

Çizelge 21: SUS-TAS Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları ve Aritmetik Ortalamalar

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	St. Olmayan Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Çevresel Sürdürülebilirlik \bar{x} : 4,80 s.s.: 0,327	cs3	4,80	,400	0,607	1			
	cs2	4,81	,397	0,766	1,252	0,118	10,592	***
	cs1	4,80	,410	0,735	1,241	0,116	10,726	***
Ekonomik Fayda ve Planlama \bar{x} : 4,56 s.s.: 0,384	aef3	4,52	,547	0,642	1			
	aef1	4,53	,550	0,690	1,081	0,087	12,432	***
	udp3	4,55	,521	0,641	0,951	0,084	11,345	***
	udp2	4,53	,523	0,713	1,063	0,087	12,218	***
	udp1	4,65	,484	0,550	0,759	0,076	9,979	***
Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm \bar{x} : 4,49 s.s.: 0,406	tkm3	4,46	,554	0,633	1			
	tkm2	4,49	,536	0,563	0,861	0,082	10,446	***
	tmt3	4,48	,566	0,674	1,087	0,092	11,801	***
	tmt2	4,50	,559	0,717	1,141	0,091	12,516	***
	tmt1	4,52	,547	0,675	1,052	0,09	11,678	***
Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama \bar{x} : 4,36 s.s.: 0,577	zms3	4,50	,559	0,753	1			
	zms2	4,43	,602	0,800	1,145	0,073	15,599	***
	zms1	4,15	,860	0,755	1,544	0,101	15,21	***

SUS-TAS Ölçeği= \bar{x} : 4,54, s.s.: 0,313

*** p<0,001 anlamlıdır.

Sürdürülebilir turizm tutumu birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği indekleri Çizelge 22’de belirtilmiştir. Buna göre, elde edilen indeklerin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu ve iyi uyum sergiledikleri görülmektedir. Bundan dolayı, herhangi bir modifikasyon işlemi yapılmamıştır.

Çizelge 22: SUS-TAS Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,920	,044	,0379	,954	,936	,930	,965
<i>Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd: ≤ 5; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

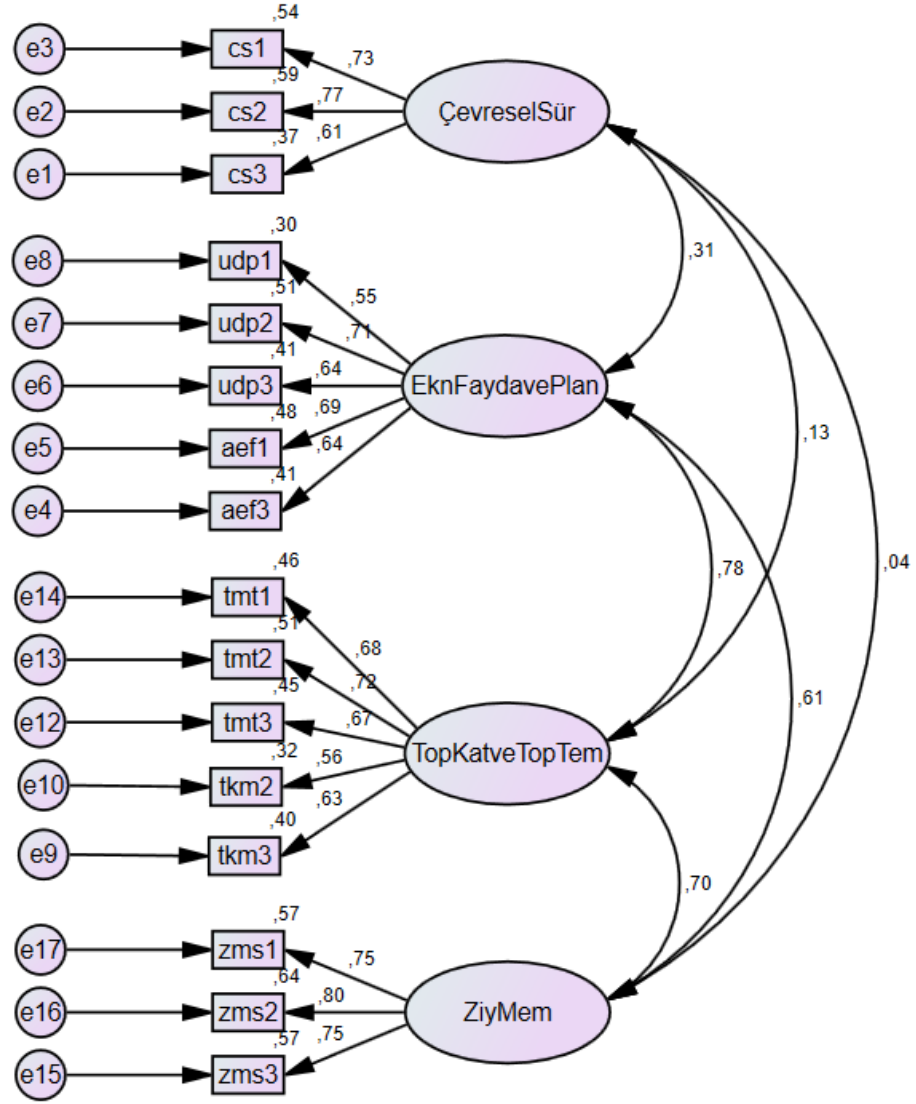
Modelin güvenilirliği ve geçerliğini test etmek amacıyla Cronbach’ın alfa, AVE ve CR katsayıları incelenmiştir. Daha önceki bölümlerde açıklandığı üzere, AVE değerinin 0,50’den büyük olması gerekmektedir, fakat Çizelge 23

incelendiğinde üç boyut için bu değerin 0,50'nin altında kaldığı görülmektedir. Fornell ve Larcker (1981)'a göre eğer diğer güvenilirlik ölçütleri istenilen düzeyde ise AVE değerinin 0,50'nin altında olması kabul edilebilir bir durumdur. Bununla birlikte boyutlar arasındaki korelasyonun 0,85'ten küçük bir değere sahip olduğu da (Kline, 1998; Chou, Boldy ve Lee, 2002: 52) görülmektedir. Eldeki sonuçlar incelendiğinde modelin güvenilirlik ve geçerliğinin sağlandığı kabul edilmiştir.

Çizelge 23: SUS-TAS Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Değerleri

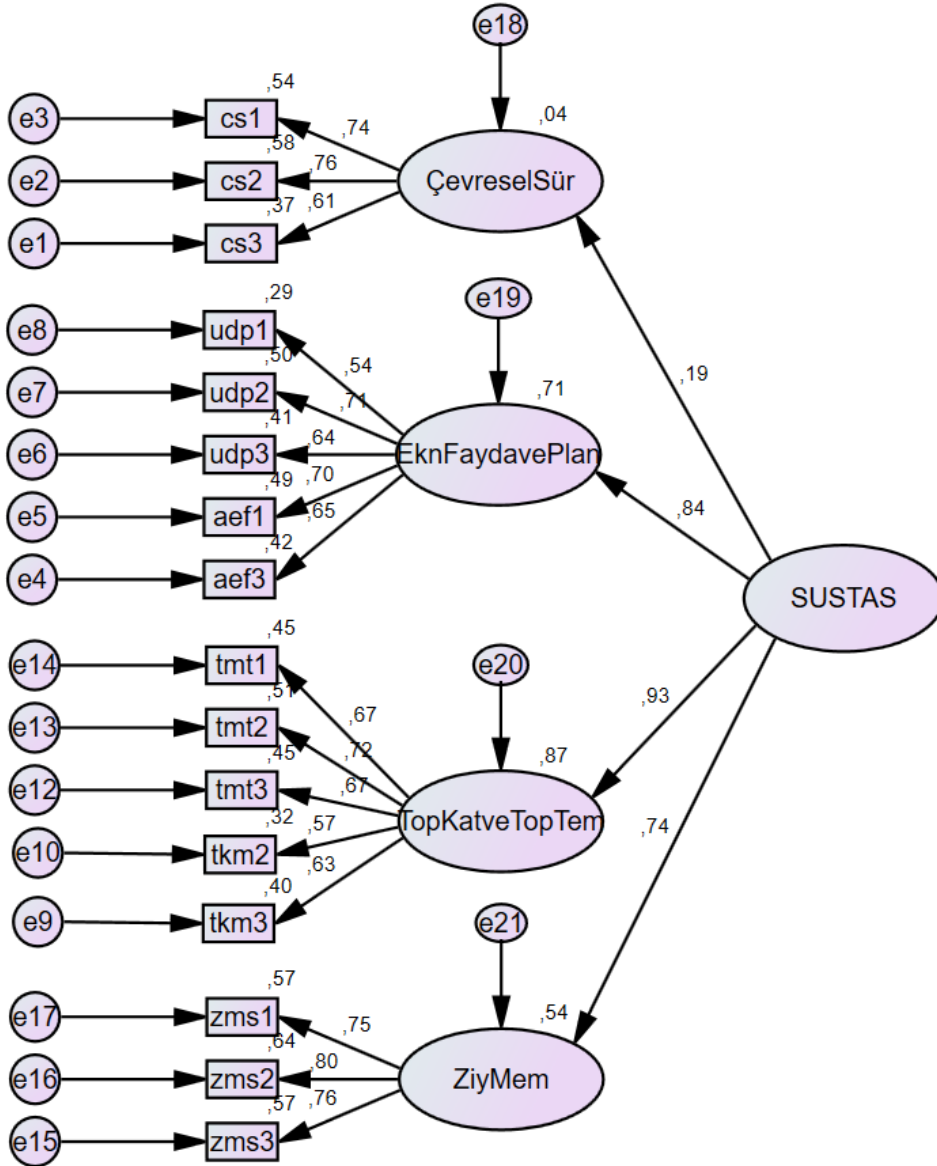
	C. Alpha	CR	AVE	Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	Çevresel Sür.	Ekon. Fayda. Ve Plan.	Ziyaretçi Mem.
Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	0,789	0,788	0,428	0,654			
Çevresel Sür.	0,743	0,747	0,498	0,130	0,706		
Ekon. Fayda. Ve Plan.	0,789	0,784	0,422	0,780	0,314	0,650	
Ziyaretçi Mem.	0,791	0,813	0,592	0,700	0,039	0,609	0,770

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği birinci derece çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 9'de belirtilmiştir. Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 16 madde ve 4 boyutun ölçek yapısıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 9: SUS-TAS Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli

Modelde yer alan örtük değişkenlerin uyum iyiliğine ilişkin tatmin edici sonuçlara ulaşılmış, güvenilirlik ve geçerliğin sağlandığı analizler sonucunda kabul edilmiştir. Daha sonra, modele sürdürülebilir turizm tutumu üst düzey değişkeni eklenip ikinci derece doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmesine karar verilmiştir. Sürdürülebilir turizm tutumu (SUS-TAS) ikinci derece örtük değişken olarak yer aldığı ölçüm modeli Şekil 10'da, modele ait uyum iyiliği değerleri Çizelge 24'de yer almaktadır.



Şekil 10: SUS-TAS Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli

Bulgular, modelin iyi uyum sağladığını göstermektedir. Modelin ikinci dereceden DFA sonuçlarına bakıldığında, sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği, çevresel sürdürülebilirlik boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,192; hata değeri 0,015), ekonomik fayda ve planlama boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,841; hata değeri 0,025), toplum katılımı ve toplum merkezli turizm boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,933; hata değeri 0,026) ve ziyaretçi memnuniyeti boyutu tarafından (st. reg. kats. 0,736; hata değeri 0,310) anlamlı bir şekilde açıklandığı görülmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm tutumunun tatminkâr düzeyde açıklandığı söylenebilir.

Çizelge 24’de belirtilen sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği ikinci derece DFA modeli uyum iyiliği indekslerinin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, model üzerindeki parametre tahminlerine bakıldığı zaman sürdürülebilir turizm tutumunun, alt boyutlar tarafından yeterince temsil edildiğini söylemek mümkündür.

Çizelge 24: SUS-TAS Ölçeği İkinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,122	,048	,0477	,948	,930	,921	,956
<i>Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

4.3.3. Turizmin Gelişimini Destekleme Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yerel halkın turizmin gelişimini destekleme düzeylerini ölçen 6 madde ve tek boyuttan oluşan turizmin gelişimini destekleme ölçeğine birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çizelge 25’de turizmin gelişimini destekleme ölçeğine ilişkin birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli standart regresyon katsayıları, standart olmayan regresyon katsayıları, ölçüm hataları, kritik oran (C.R. / t) ve anlamlılık değeri (p), Çizelge 26’de turizmin gelişimini destekleme ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli uyum iyiliği indeksleri ve Şekil 11’de ise, modifikasyon sonrası turizmin gelişimini destekleme ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir.

Test edilen modelin uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olmadığı görülmüştür. Bundan dolayı, öncelikli olarak ölçeğe ilişkin standart regresyon katsayıları incelenmiştir. Bu değerlerin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmüştür. Daha sonra ise analiz çıktılarından modifikasyon tablosu incelenmiş ve modelin uyum iyiliği indeksleri iyileştirilmeye çalışılmıştır. Buna göre; e2-e4 ve e3-e6 hata terimleri arasında kovaryans oluşturularak iyileştirme yapılmıştır.

Çizelge 25: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	St. Olmayan Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu \bar{x} : 4,57 s.s.: 0,437	tuged6	4,60	,538	0,698	1			
	tuged5	4,60	,525	0,614	0,858	0,067	12,731	***
	tuged4	4,57	,546	0,846	1,232	0,076	16,252	***
	tuged3	4,58	,585	0,713	1,11	0,075	14,721	***
	tuged2	4,52	,587	0,779	1,218	0,076	16,019	***
	tuged1	4,56	,543	0,786	1,139	0,075	15,148	***
$\alpha = 0,87$ AVE=0,55 CR=0,87								

*** p<0,001 anlamlıdır.

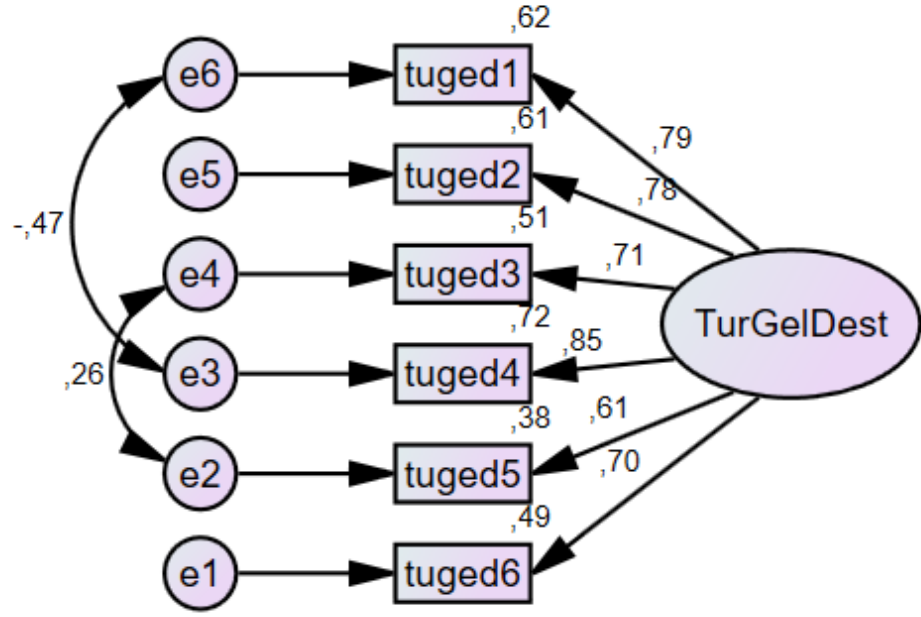
Turizmin gelişimini destekleme ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modifikasyon sonrası uyum iyiliği indekleri Çizelge 26'de görülmektedir. Buna göre, elde edilen indeklerin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu ve iyi uyum gösterdikleri söylenebilir.

Çizelge 26: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	3,658	,074	,0234	,983	,948	,981	,986
Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$							

Modelin güvenirliliği ve geçerliliğini test etmek amacıyla Cronbach'ın alfa, AVE ve CR katsayıları incelenmiştir. Çizelge 25 incelendiğinde bu değerlerin ($\alpha=0,87$; CR=0,87>0,70; AVE=0,55>0,50; CR=0,87>AVE=0,55) kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Turizmin gelişimini destekleme ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 11'de görülmektedir. Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 6 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu söylenebilir.



Şekil 11: Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli

4.3.4. Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yerel halkın yaşam memnuniyeti düzeylerini ölçen 5 madde ve tek boyuttan oluşan yaşam memnuniyeti ölçeğine birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çizelge 27’de yaşam memnuniyeti ölçeğine ilişkin birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli standart regresyon katsayıları, standart olmayan regresyon katsayıları, ölçüm hataları, kritik oran (C.R. / t) ve anlamlılık değeri (p), Çizelge 28’da yaşam memnuniyeti ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli uyum iyiliği indeksleri ve Şekil 12’de ise, modifikasyon sonrası yaşam memnuniyeti ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir.

Model test edildikten sonra uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olmadığı görülmüştür. Bundan dolayı, öncelikli olarak ölçeğe ilişkin standart regresyon katsayıları incelenmiştir. Bu değerlerin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmüştür. Daha sonra ise analiz çıktılarından modifikasyon tablosu incelenmiş ve modelin uyum iyiliği indeksleri iyileştirilmeye çalışılmıştır. Buna göre; e1 ve e5 hata terimleri arasında kovaryans oluşturularak iyileştirme yapılmıştır.

Çizelge 27: Yaşam Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	St. Olmayan Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Yaşam Memnuniyeti \bar{x} : 3,78 s.s.: 1,056	ym1	4,12	,989	0,625	1			
	ym2	3,66	1,287	0,904	1,908	0,171	11,138	***
	ym3	3,59	1,336	0,959	2,04	0,189	10,791	***
	ym4	3,58	1,348	0,964	2,072	0,19	10,886	***
	ym5	3,97	1,070	0,724	1,254	0,096	12,995	***
$\alpha = 0,91$ AVE=0,71 CR=0,92								

*** p<0,001 anlamlıdır.

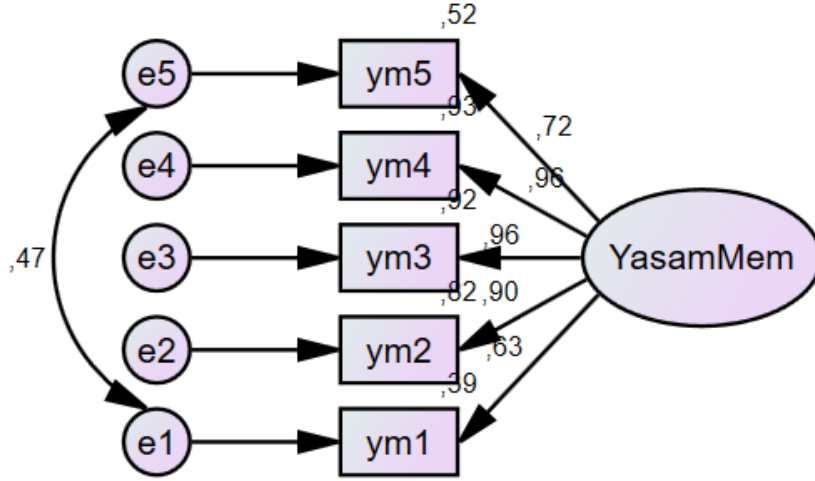
Yaşam memnuniyeti ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modifikasyon sonrası uyum iyiliği indekleri Çizelge 28’de görülmektedir. Buna göre, elde edilen indeklerin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu ve iyi uyum gösterdikleri söylenebilir.

Çizelge 28: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	3,672	,074	,0307	,974	,903	,956	,967
<i>Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd: ≤ 5; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

Modelin güvenirliliği ve geçerliğini test etmek amacıyla Cronbach’ın alfa, AVE ve CR katsayıları incelenmiştir. Çizelge 27 incelendiğinde bu değerlerin ($\alpha=0,91$; CR=0,92>0,70; AVE=0,71>0,50; CR=0,92>AVE=0,71) kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Yaşam memnuniyeti ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 12’da belirtilmiştir. Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 6 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu görülmektedir.



Şekil 12: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli

4.3.5. Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yerel halkın topluluğa bağlılığını ölçen 4 madde ve tek boyuttan oluşan topluluğa bağlılık ölçeğine birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çizelge 29’de topluluğa bağlılık ölçeğine ilişkin birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli standart regresyon katsayıları, standart olmayan regresyon katsayıları, ölçüm hataları, kritik oran (C.R. / t) ve anlamlılık değeri (p), Çizelge 30’de topluluğa bağlılık ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeli uyum iyiliği indeksleri ve Şekil 13’de ise, modifikasyon sonrası sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği birinci derece doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir.

Çizelge 29: Topluluğa Bağlılık Ölçeğine İlişkin Birinci Derece DFA Modeli St. Reg. Kats., Ölçüm Hataları, Aritmetik Ortalamalar ve Güvenirlik, Geçerlik Değerleri

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	St. Olmayan Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Topluluğa Bağlılık \bar{x} : 3,81 s.s.: 0,953	topb1	4,04	1,104	0,681	1			
	topb2	3,65	1,210	0,938	1,519	0,143	10,589	***
	topb3	3,79	1,253	0,666	1,038	0,119	8,754	***
	topb4	3,77	1,145	0,739	1,041	0,103	10,065	***
$\alpha = 0,82$ AVE=0,58 CR=0,84								

*** p<0,001 anlamlıdır.

Model test edildikten sonra uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olmadığı görülmüştür. Bundan dolayı, öncelikli olarak ölçeğe ilişkin standart regresyon katsayıları incelenmiştir. Bu değerlerin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmüştür. Daha sonra ise analiz çıktılarından modifikasyon tablosu incelenmiş ve modelin uyum iyiliği indeksleri iyileştirilmeye çalışılmıştır. Buna göre; e2 ve e3 hata terimleri arasında kovaryans oluşturularak iyileştirme yapılmıştır.

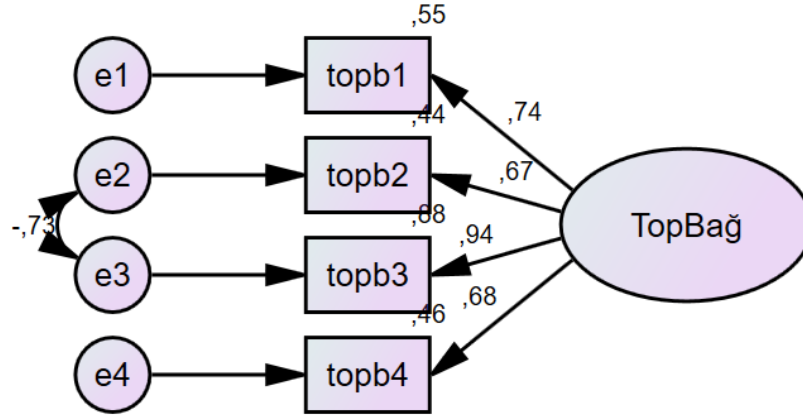
Topluluğa bağlılık ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modifikasyon sonrası uyum iyiliği indekleri Çizelge 30’de görülmektedir. Buna göre, elde edilen indeklerin tavsiye edilen değerler içerisinde olduğu ve iyi uyum gösterdikleri söylenebilir.

Çizelge 30: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,484	,055	,0176	,994	,942	,985	,991
<i>Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

Modelin güvenilirliği ve geçerliğini test etmek amacıyla Cronbach’ın alfa, AVE ve CR katsayıları incelenmiştir. Çizelge 29 incelendiğinde bu değerlerin ($\alpha=0,82$; $CR=0,84 > 0,70$; $AVE=0,58 > 0,50$; $CR=0,84 > AVE=0,70$) kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Topluluğa bağlılık ölçeği birinci derece tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi modeli Şekil 13’de görülmektedir. Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 4 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 13: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Birinci Derece DFA Modeli

4.4. Fark Testleri

Bu bölümde araştırmada kullanılan değişkenler ile katılımcıların Seferihisar ile ilgili özellikleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olup olmadığı değerlendirilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile araştırmada kullanılan değişkenler arasında, araştırmacının amacı ile örtüşmediğinden dolayı herhangi bir analiz yapılmamıştır. Katılımcıların Seferihisar ile ilgili özellikleri ise, araştırma amacı ile ilişkili ve kuramsal çerçevede detaylı bir biçimde açıklanmış yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmesi düşünüldüğünden fark testlerine tabii tutulmuştur. Katılımcıların yörede gelişen turizm faaliyetleriyle olan ekonomik bağı, Seferihisar'da yaşayış süresi, kendisini Seferihisarlı hissetme durumu, yöreyi ziyaret eden turistlerle olan iletişim düzeyleri ve yaşadıkları mahallenin turistik merkezlere olan mesafesi dikkate alınarak analizler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların Seferihisar'la ilgili özellikleri ile araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için bağımsız grup t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Bu analizlerde yalnızca anlamlı farklılık tespit edilen sonuçlara yer verilmiştir.

Katılımcıların kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile araştırma değişkenleri arasında istatistiki anlamda bir fark olup olmadığı incelenmiştir. Çizelge 31'de bu sonuçlar yer almaktadır. Buna göre, kendini Seferihisarlı hissedenler ile hissetmeyenlerin yer kimliği, topluluğa bağlılığı, turizmin gelişimini

destekleme tutumu ve yaşam memnuniyetleri istatistiki anlamda farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Kendini Seferihisarlı hissedenlerin yer kimliği (\bar{x} : 4,38), topluluğa bağlılığı (\bar{x} : 3,89) ve yaşam memnuniyetlerinin (\bar{x} : 3,91) aritmetik ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Buna rağmen, kendini Seferihisarlı hissetmeyenlerin turizmin gelişimine yönelik destekleri (\bar{x} : 4,80) daha fazladır.

Çizelge 31: Kendini Seferihisarlı Hissetme ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları

Değişken	Kendini Seferihisarlı Olarak Hissediyor musun?	N	\bar{x}	s.s.	t	p
Yer Kimliği	Evet	419	4,3858	,39097	2,695	,009
	Hayır	66	4,1471	,70280		
Topluluğa Bağlılık	Evet	419	3,8944	,92902	4,436	,000
	Hayır	66	3,3447	,97740		
Turizmin Geliş. Dest.	Evet	419	4,5402	,42332	-4,584	,000
	Hayır	66	4,8005	,46245		
Yaşam Memnuniyeti	Evet	419	3,9189	,98160	6,570	,000
	Hayır	66	2,9485	1,13480		

Katılımcıların temel geçim kaynağının turizm olup olmaması ile değişkenler arasındaki farklılık Çizelge 32’de belirtilmiştir. Buna göre, yalnızca yer kimliği, topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyeti değişkenleri açısından ailenin temel geçim kaynağı turizm olanlar ile olmayanlar arasında istatistiki anlamda bir fark ortaya çıkmıştır ($p < 0,05$). Ailenin temel geçim kaynağı turizm olanların yer kimliği (\bar{x} : 4,56), topluluğa bağlılığı (\bar{x} : 4,15) ve yaşam memnuniyetlerinin (\bar{x} : 4,20) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 32: Ailenin Temel Geçim Kaynağı ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları

Değişken	Ailenin Temel Geçim Kaynağı Turizmdir	N	\bar{x}	s.s.	t	p
Yer Kimliği	Evet	55	4,5658	,35139	3,737	,000
	Hayır	429	4,3263	,45798		
Topluluğa Bağlılık	Evet	55	4,1591	,73182	2,813	,005
	Hayır	429	3,7774	,97125		
Yaşam Memnuniyeti	Evet	55	4,2073	,77838	4,042	,000
	Hayır	429	3,7338	1,07690		

Araştırmada kullanılan değişkenler açısından Seferihisar’da doğanlar ile doğmayanlar arasındaki fark Çizelge 33’de belirtilmiştir. Yalnızca yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenlerinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < 0,05$). Buna göre Seferihisar’da doğanların yer kimliği (\bar{x} : 4,47) daha yüksek iken, Seferihisar’da doğmayanların topluluğa bağlılıkları (\bar{x} : 3,89) daha yüksek tespit edilmiştir.

Çizelge 33: Seferihisar’da Doğma Durumu ve Değişkenler Arası t-testi Sonuçları

Değişken	Seferihisar’da Doğdum	N	\bar{x}	s.s.	t	p
Yer Kimliği	Evet	179	4,4735	,41852	4,563	,000
	Hayır	306	4,2830	,45797		
Topluluğa Bağlılık	Evet	179	3,6872	1,06193	-2,236	,026
	Hayır	306	3,8971	,87662		

Katılımcıların turizmin gelişmesinden ekonomik olarak faydalanma düzeyleri ile araştırma değişkenleri arasındaki ilişki Çizelge 34’de belirtilmiştir. Turizmin gelişmesinden ekonomik olarak faydalanma beş düzey olarak ele alınmıştır. Buna göre, turizmin gelişmesinden ekonomik olarak faydalanma düzeyleri ile tüm değişkenler arasında istatistiki anlamda bir farklılık ($p < 0,05$) olduğu görülmüştür. İstatistiki açıdan anlamlı olan bu farkın hangi düzeylerde yaşandığını tespit etmek amacıyla Post Hoc testi yapılması gerekmektedir.

Çizelge 34: Turizmin Gelişmesinden Ekonomik Olarak Faydalanma ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları

Değişken	Turizmin Gelişiminden Ekonomik Olarak Faydalanmaktayım	N	\bar{x}	s.s.	F	p	Fark
Yer Kimliği	(1) Hiç	130	4,2498	,60744	Welch’s F 8,904	,000	5>1 5>2 5>3 5>4
	(2) Çok Az	120	4,2975	,31510			
	(3) Biraz	119	4,3712	,35934			
	(4) Oldukça	72	4,4216	,41501			
	(5) Çok Fazla	44	4,6511	,38362			
Topluluğa Bağlılık	(1) Hiç	130	3,4365	1,04609	Welch’s F 8,670	,000	2>1 3>1 4>1
	(2) Çok Az	120	3,9313	,90224			
	(3) Biraz	119	4,0210	,83905			
	(4) Oldukça	72	4,0972	,77318			
	(5) Çok Fazla	44	3,6477	1,01489			
Sürdürülebilir Turizm Tutumu	(1) Hiç	130	4,5606	,32851	4,619	,001	4>2 5>2
	(2) Çok Az	120	4,4583	,29796			
	(3) Biraz	119	4,5551	,32873			
	(4) Oldukça	72	4,6094	,28933			
	(5) Çok Fazla	44	4,6548	,24726			
Turizmin Geliş. Dest.	(1) Hiç	130	4,7397	,44412	13,862	,000	5>2 5>3
	(2) Çok Az	120	4,4444	,46207			
	(3) Biraz	119	4,4468	,40415			
	(4) Oldukça	72	4,5787	,34484			
	(5) Çok Fazla	44	4,7917	,32375			
Yaşam Memnuniyeti	(1) Hiç	130	3,2862	1,21692	Welch’s F 10,198	,000	2>1 3>1 4>1
	(2) Çok Az	120	3,9217	1,01693			
	(3) Biraz	119	4,0353	,89164			
	(4) Oldukça	72	4,0861	,73911			
	(5) Çok Fazla	44	3,7364	1,02051			

Hangi testin seçileceği konusunda Levene testi sonuçları dikkate alınmaktadır. Levene testi, karşılaştırılan grupların varyanslarının birbirinden farklı olduğu hipotezini test eder ve bu testin anlamlı olmaması ANOVA için bir ön koşuldur. Levene testinin anlamlı olması durumunda ise gruplar arasındaki farklılık Brown-Forsythe veya Welch istatistikleri sonucu elde edilen F değeri ve sig. değeri üzerinden yapılır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014: 314-315). ANOVA sonuçlarına göre; yer kimliği, topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyeti açısından Levene testi sonuçları $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olduğundan bu değişkenler için farklılığın hangi düzeylerde gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Games-Howell testi kullanılmış ve F ve sig değerleri Welch istatistiği sonuçlarına göre değerlendirilmiştir. Bununla birlikte sürdürülebilir turizm tutumu ve turizmin gelişimini destekleme değişkenleri için ise Sheffe testi uygulanmıştır. Araştırma değişkenleri ile turizmin gelişiminden ekonomik fayda elde etme düzeyleri arasındaki farklılıklar çizelgede yer almaktadır.

Post Hoc testi sonuçları incelendiğinde, yer kimliği değişkeni için turizmin gelişiminden ekonomik olarak çok fazla faydalananlar ile diğer gruplar arasında, çok fazla faydalananlar lehine istatistiki olarak bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre turizmin gelişiminden çok fazla fayda elde edenlerin yer kimliği düzeyinin diğerlerine göre daha fazla olduğu söylenebilir. Topluluğa bağlılık değişkeni ele alındığında ise, turizmin gelişiminden çok az, biraz ve oldukça fayda elde edenlerin puan ortalamasının hiç fayda elde etmeyenlere göre daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumu için de benzer bir durum söz konusudur. Turizmin gelişiminden oldukça ve çok fazla fayda elde edenlerin puan ortalamaları çok az fayda elde edenlere göre daha yüksektir. Turizmin gelişimini destekleme tutumu değişkeni açısından ekonomik fayda düzeyleri incelendiğinde, çok fazla fayda elde edenlerin puan ortalamalarının çok az ve biraz ekonomik fayda elde edenlere göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak yaşam memnuniyeti değişkeni incelendiğinde turizmin gelişiminden çok az, biraz ve oldukça fayda elde edenlerin puan ortalamasının hiç fayda elde etmeyenlere göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerle iletişim düzeyleri ve araştırma değişkenleri arasındaki fark ANOVA ile incelenmiştir. Bu sonuçlar Çizelge 35'de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle iletişim düzeyleri ile yer kimliği, topluluğa bağlılık,

turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyeti değişkenleri arasında istatistiksel anlamda farklılıklar olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumu değişkeni açısından herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. ANOVA sonuçlarına göre; yer kimliği, topluluğa bağlılık, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyeti açısından Levene testi sonuçları $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olduğundan bu değişkenler için farklılığın hangi düzeylerde gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Games-Howell testi kullanılmış ve F ve sig değerleri Welch istatistiği sonuçlarına göre değerlendirilmiştir.

Çizelge 35: Seferihisar'ı Ziyaret Eden Turistlerle İletişim Düzeyi ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları

Değişken	Seferihisar'ı Ziyaret Eden Turistlerle İletişim	N	\bar{x}	s.s.	Welch's F	p	Fark
Yer Kimliği	(1) Hiç	68	4,2630	,58757	5,465	,000	5>1 5>2 5>3 5>4
	(2) Çok Az	62	4,3131	,52976			
	(3) Biraz	95	4,2947	,47452			
	(4) Oldukça	192	4,3545	,35496			
	(5) Çok Fazla	68	4,5588	,38466			
Topluluğa Bağlılık	(1) Hiç	68	3,2500	1,08329	15,081	,000	3>1 4>1 5>1 4>2 5>2 4>3
	(2) Çok Az	62	3,3992	1,13933			
	(3) Biraz	95	3,7447	,99063			
	(4) Oldukça	192	4,1237	,65021			
	(5) Çok Fazla	68	4,0184	,90841			
Turizmin Geliş. Dest.	(1) Hiç	68	4,8480	,25060	25,654	,000	1>2 1>3 1>4 1>5 3>4 5>4
	(2) Çok Az	62	4,5860	,62415			
	(3) Biraz	95	4,5825	,43207			
	(4) Oldukça	192	4,4340	,38627			
	(5) Çok Fazla	68	4,6838	,36553			
Yaşam Memnuniyeti	(1) Hiç	68	2,9382	1,23929	21,226	,000	2>1 3>1 4>1 5>1 4>2 5>2 4>3
	(2) Çok Az	62	3,3000	1,16774			
	(3) Biraz	95	3,7600	1,09140			
	(4) Oldukça	192	4,1521	,67614			
	(5) Çok Fazla	68	4,0853	,94146			

Post Hoc testi sonuçları incelendiğinde, yer kimliği değişkeni için Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerle çok fazla iletişimi olanlar ile diğer gruplar arasında, çok fazla iletişimi olanlar lehine istatistiksel olarak bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre turistlerle iletişimi çok fazla olanların yer kimliği düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Topluluğa bağlılık değişkeni ele alındığında ise, turistlerle iletişimi çok az, biraz ve oldukça ve çok fazla olanların puan

ortalamasının hiç olmayanlara göre daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Turizmin gelişimini destekleme tutumu değişkeni açısından turistlerle iletişim düzeyleri incelendiğinde, turistlerle hiç iletişimi olmayanların puan ortalamalarının diğer grupların puan ortalamalarından fazla olduğu anlaşılmaktadır. Yaşam memnuniyeti değişkeni açısından da benzer bir durum söz konusudur. Bölgeye gelen turistlerle çok az, biraz, oldukça ve çok fazla iletişim kuranların puan ortalamasının hiç iletişim kurmayanlara göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların Seferihisar'da yaşama süresi ve değişkenler arası ANOVA sonuçları Çizelge 36'de belirtilmiştir. Buna göre üç grup altında incelenen Seferihisar'da yaşama süresi ile araştırma değişkenleri arasında istatistiki anlamda bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla Post Hoc testi yapılmıştır. ANOVA sonuçlarına göre; yer kimliği, topluluğa bağlılık, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyeti açısından Levene testi sonuçları $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olduğundan bu değişkenler için farklılığın hangi düzeylerde gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Games-Howell testi kullanılmış ve F ve sig. değerleri Welch istatistiği sonuçlarına göre değerlendirilmiştir. Sürdürülebilir turizm tutumu değişkeni için ise Levene testi sonuçları $p > 0,05$ olmasından dolayı Sheffe testi kullanılmıştır.

Çizelge 36: Katılımcıların Seferihisar'da Yaşama Süresi ve Değişkenler Arası ANOVA Sonuçları

Değişken	Seferihisar'da Yaşama Süresi	N	\bar{x}	s.s.	F	p	Fark
Yer Kimliği	1-10 yıl	188	4,1924	,49349	Welch's F 24,551	,000	2>1
	11-20 yıl	140	4,3748	,38013			3>1
	21 yıl ve üzeri	157	4,5268	,39197			3>2
Topluluğa Bağlılık	1-10 yıl	188	3,9029	,87460	Welch's F 3,130	,045	1>3
	11-20 yıl	140	3,8964	,87068			
	21 yıl ve üzeri	157	3,6513	1,08927			
Sürdürülebilir Turizm Tutumu	1-10 yıl	188	4,5096	,32125	3,247	,040	3>1
	11-20 yıl	140	4,5522	,31626			
	21 yıl ve üzeri	157	4,5955	,29676			
Turizmin Geliş. Dest.	1-10 yıl	188	4,5151	,47851	Welch's F 9,961	,000	3>1
	11-20 yıl	140	4,5262	,43262			3>2
	21 yıl ve üzeri	157	4,6921	,36406			
Yaşam Memnuniyeti	1-10 yıl	188	3,8670	1,04630	Welch's F 4,302	,014	1>3
	11-20 yıl	140	3,9129	,91485			2>3
	21 yıl ve üzeri	157	3,5783	1,15705			

Post Hoc testi sonuçları incelendiğinde, yer kimliği değişkeni açısından Seferihisar’da yaşama süresi 1-10 yıl olanların puan ortalamalarının, 11-20 yıl ve 21 yıl ve üzeri olanlardan az olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, 11-20 yıl ve 21 yıl ve üzeri yaşayanların puan ortalamaları da ve 21 yıl ve üzeri yıl yaşayanlar lehine farklılaşmaktadır. Topluluğa bağlılık değişkeni ele alındığında, Seferihisar’da 1-10 yıl arası yaşayanların puan ortalamasının 21 yıl ve üzeri süredir yaşayanlardan yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumu değişkeni için ise, 21 yıl ve üzeri yıldır Seferihisar’da yaşayan katılımcıların sürdürülebilir turizm tutum ortalamalarının 1-10 yıldır yaşayan katılımcılardan fazla olduğu anlaşılmaktadır. Turizmin gelişimini destekleme tutumu değişkeni açısından bölgede yaşama süresi incelendiğinde, 21 yıl ve üzeri süredir burada yaşayan katılımcıların puan ortalamalarının diğer grupların puan ortalamalarından yüksel olduğu görülmektedir. Yaşam memnuniyeti söz konusu olduğunda, 1-10 yıl ile 21 yıl ve üzeri ve 11-20 yıl ile 21 yıl ve üzeri süredir Seferihisar’da yaşayanlar arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

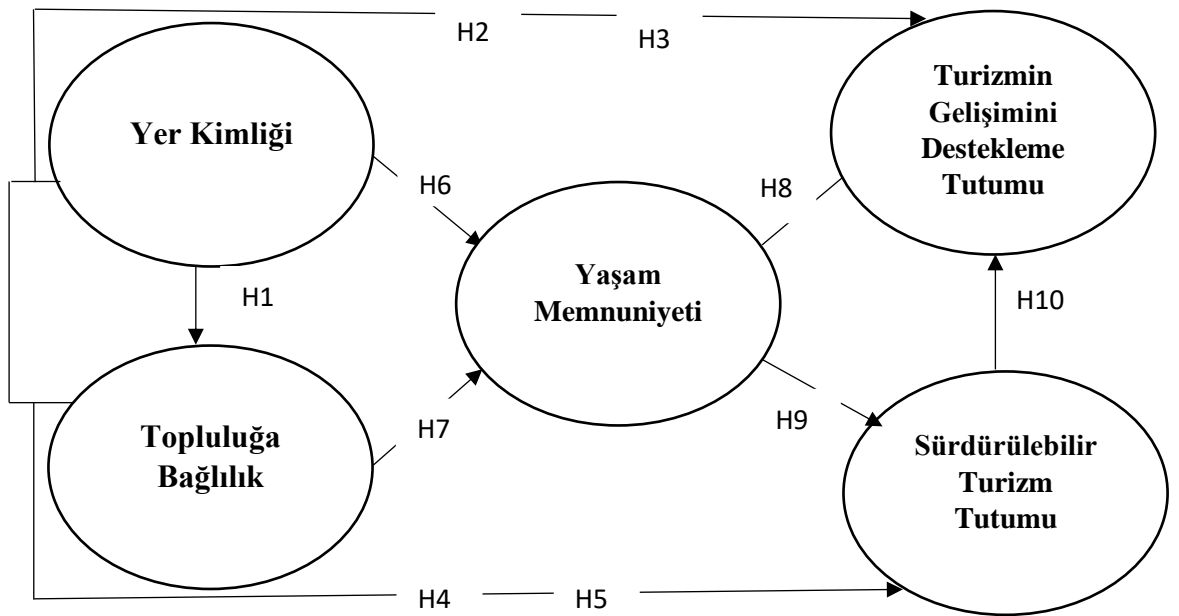
Katılımcıların ikamet ettikleri mahallelerinin turizm faaliyetlerine yakınlığı ve uzaklığı ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişki de incelenen bir diğer konudur. Katılımcıların belirtmiş oldukları mahalleler iki gruba ayrılmıştır. Bunlardan ilki turizm faaliyetlerinin yoğunlukla yürütüldüğü kent merkezi ve kıyı şeridi, ikincisi ise nispeten daha kırsal bölgelerde kalan ve turizm faaliyetlerine uzak olduğu düşünülen mahallelerdir. Turizm faaliyetlerine yakın ve uzak olarak değerlendirilen iki grup ile araştırma değişkenleri arasında yapılan fark testleri sonucunda istatistiki olarak herhangi bir anlamlılığa rastlanmamıştır.

4.5. Araştırma Modelinin YEM Analizi ile Test Edilmesi

Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM); davranış bilimleri, eğitim bilimleri, ekonomi, pazarlama ve sağlık bilimleri başta olmak üzere birçok bilim dalı tarafından kullanılan ve bu alanlardaki karmaşık ilişkileri modelleme yöntemi olarak 1980’lerin sonlarına doğru ortaya çıkmıştır (Meydan ve Şeşen, 2011: 5; Bayram, 2013: 41). Çok değişkenli istatistik analizlerin temelini oluşturan YEM, değişkenler arasındaki nedensel ve ilişkisel yapıyı tek bir model içerisinde sunan ve bu ilişkilerle ilgili hipotezleri test etmek amacıyla kullanılan istatistiksel bir yaklaşımdır (Bagozzi ve Yi, 1989: 271; Khine vd, 2013: 3). Araştırmacılar açısından böyle karmaşık

yapıların analizinin gerçekleştirilmesi ve alternatifler sunulması hususundan YEM büyük kolaylık sağlamaktadır (Bowen ve Guo, 2012, s, 3).

YEM, eş zamanlı olarak gerçekleştirilen birden fazla regresyon analizi olarak da değerlendirilmektedir (Meydan ve Şeşen, 2011: 5). Fakat bazı yönleriyle klasik çok değişkenli analizlerden (çoklu regresyon vb.) farklılaşmaktadır. Öncelikle YEM, diğer analizlere göre ölçüm hatalarını tespit etmektedir. Örtük değişkenlere ait göstergelerde genellikle önemli derecede ölçüm hatası bulunur ve bu ölçüm hataları istatistiksel analizlerde büyük bir sorun teşkil eder. Klasik analizlerde bu ölçüm hatalarından dolayı parametre tahminleri yanlış ve yanlış sonuçlara yol açabilir. YEM’de ise çalışma ölçüm hatalarından arındırılarak analiz kalitesi artırılmış olur (Wang ve Wang, 2012, 1). Bir başka farklılık olarak YEM, diğer çok değişkenli analizlerden farklı olarak doğrulayıcı bir yaklaşıma sahiptir. YEM dışındaki analizler veri seti üzerindeki ilişkileri keşfetmeye çalışır, YEM ise, ilgili alanyazına bağlı olarak varlığı tespit edilmiş ilişkilerin veri ile uyumunu doğrulamaktadır (Meydan ve Şeşen, 2011: 6). Bunlarla birlikte, daha önce de açıklandığı gibi YEM hem gözlenebilen hem de gözlenemeyen değişkenleri tek model içerisinde analiz edebilmesiyle de klasik yöntemlerden ayrılmaktadır.



Şekil 14: Araştırmanın Kuramsal Modeli

Geleneksel çok değişkenli analizlerde bağımlı ve bağımsız değişkenler yer alırken, YEM’de bu değişkenler içsel (endojen – bağımlı) ve dışsal (egzojen –

bağımsız) olarak adlandırılmaktadır (Bayram, 2013: 4). YEM’de bir değişken aynı anda hem bağımlı hem de bağımsız değişken rolü üstlenebileceğinden içsel ve dışsal ayrımı daha doğru bir ayırım olarak kullanılmaktadır (Civelek, 2018: 12). YEM analizinde, içsel ve dışsal değişkenler arasındaki farklı ilişkileri öngören değişik yapıdaki modellerin ortaya konulması veya aynı yapıdaki modelin sahip olduğu içsel ve dışsal değişkenlerin manipüle edilmesiyle en uygun faktör yapısının bulunması olmak üzere iki farklı yaklaşım izlenebilir (Hair vd., 1998).

Bu araştırmada, daha önceki bölümlerde açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile yapısal olarak test edilmiş, güvenilirliği ve geçerliği ortaya konulmuş modellere YEM analizi yapılarak en uygun model tespit edilmeye çalışılmıştır. Kuramsal çerçeve doğrultusunda önerilen yapısal model Şekil 14’de yer almaktadır. Bu modele uygulanan YEM sonucu elde edilen uyum iyiliği indeksleri Çizelge 37’de belirtilmiştir.

Çizelge 37: Kuramsal Modele İlişkin Birinci YEM Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,581	,035	,0641	,874	,860	,858	,942
Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; $RMSEA: \leq 0,08$; $SRMR: < 0,10$; $GFI: \geq 0,8$; $AGFI: \geq 0,8$; $NFI: \geq 0,9$; $CFI: \geq 0,9$							

Test edilen kuramsal modelin uyum iyilikleri incelendiğinde yeterli düzeyde uyum sağladığı görülmektedir ($\chi^2/sd=1,581$, $RMSEA=,035$, $SRMR=,0641$, $GFI=,874$, $AGFI=,860$, $NFI=,858$, $CFI=,942$). Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda yapılan ilk yapısal eşitlik modeli analizi sonucunda, ortaya çıkan yapılar arasındaki ilişkilere, bu ilişkilere ait standart regresyon katsayıları, t değerleri ve p değerlerine Çizelge 38’de yer verilmiştir.

Çizelge 38’de, değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamsız çıkan sonuçlar koyu ve italik olarak işaretlenmiştir. Değişkenler arası ilişkilerde 0,05 anlamlılık düzeyi için teorik tablo değeri $t \geq 1,96$ değerinin altında kalan değişkenler arasında doğrudan bir ilişki olmadığı görülmektedir. Yer kimliğinden yaşam memnuniyetine ($t=1,410$, $p<,159$) ve turizmin gelişimini destekleme tutumuna ($t=-1,905$, $p<,057$), yaşam memnuniyetinden sürdürülebilir turtizm tutumuna ($t=-,827$, $p<,408$) ve topluluğa bağlılıktan sürdürülebilir turtizm tutumuna ($t=1,796$, $p<,072$)

çizilen yolların $t < 1,96$ ve $p > ,05$ düzeyinde olmasından dolayı anlamlı olmadıkları tespit edilmiştir.

Çizelge 38: Kuramsal Modele İlişkin Birinci YEM Analizi Sonuçları

İlişki	St. Reg. Kat.	t	p
Yer Kimliği → Topluluğa Bağlılık	,400	4,317	***
<i>Yer Kimliği → Yaşam Memnuniyeti</i>	<i>,083</i>	<i>1,410</i>	<i>,159</i>
Topluluğa Bağlılık → Yaşam Memnuniyeti	,151	2,381	,017
<i>Yaşam Memnuniyeti → Sürdürülebilir Turizm Tutumu</i>	<i>-,044</i>	<i>-,827</i>	<i>,408</i>
<i>Topluluğa Bağlılık → Sürdürülebilir Turizm Tutumu</i>	<i>,147</i>	<i>1,796</i>	<i>,072</i>
Yer Kimliği → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,359	2,503	,012
<i>Yer Kimliği → Turizmin Gelişimini Destekleme</i>	<i>-,120</i>	<i>-1,905</i>	<i>,057</i>
Yaşam Memnuniyeti → Turizmin Gelişimini Destekleme	-,251	-5,069	***
Sürdürülebilir Turizm Tutumu → Turizmin Gelişimini Destekleme	,330	2,617	,009
Topluluğa Bağlılık → Turizmin Gelişimini Destekleme	,143	2,375	,018

*** $p < 0,001$ anlamlıdır.

Meydan ve Şeşen (2015, 75-109)'in de belirttiği gibi anlamsız çıkan yolların modelden çıkarılması gerekmektedir ve anlamsız ilişkilerin silinmesi uyumun artmasını sağlayacaktır. İstatistiksel açıdan anlamsız olan ölçüm yollarının yapısal modelden çıkarılması işlemi tüm anlamsız yolların bir anda çıkarılması yerine tek tek çıkarma yapılarak her defasında modelin uyum iyiliği indeksleri ve tahmin katsayıları değerlendirilmelidir. Byrne (2010, 35), aralarında ilişki bulunmayan yolların silinmesine p değeri (anlamlılık) en yüksek olanlardan başlanması gerektiğini belirtmiştir. Çizelge 38'de de görüldüğü gibi, en yüksek anlamlılık değerine yaşam memnuniyetinden sürdürülebilir turizm tutumuna ($p = ,408$) çizilen yolun sahip olmasından dolayı ilk önce bu yol modelden çıkarılmış ve analiz tekrar yapılmıştır.

Çizelge 39: Kuramsal Modele İlişkin İkinci YEM Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,534	,033	,0633	,878	,864	,863	,947

Kabul Edilebilir Değerler: $\chi^2/sd: \leq 5$; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $< 0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$

Yaşam memnuniyeti ve sürdürülebilir turizm tutumu arasındaki yolun modelden çıkarılmasından sonra gerçekleştirilen ikinci YEM analizi uyum iyiliği indeksleri Çizelge 39'da görülmektedir. İkinci kez tekrarlanan YEM sonucunda

uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir seviyelerde olduğu görülmektedir. İkinci YEM analizi sonuçlarına ise Çizelge 40’da yer verilmiştir.

Çizelge 40: Kuramsal Modele İlişkin İkinci YEM Analizi Sonuçları

İlişki	St. Reg. Kat.	t	p
Yer Kimliği → Topluluğa Bağlılık	,369	4,331	***
Yer Kimliği → Yaşam Memnuniyeti	,098	1,672	,095
Topluluğa Bağlılık → Yaşam Memnuniyeti	,151	1,913	,056
Topluluğa Bağlılık → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,171	2,034	,042
Yer Kimliği → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,350	2,490	,013
Yer Kimliği → Turizmin Gelişimini Destekleme	-,125	-2,002	,045
Yaşam Memnuniyeti → Turizmin Gelişimini Destekleme	-,254	-5,165	***
Sürdürülebilir Turizm Tutumu → Turizmin Gelişimini Destekleme	,321	2,572	,010
Topluluğa Bağlılık → Turizmin Gelişimini Destekleme	,167	2,888	,004

*** p<0,001 anlamlıdır.

Elde edilen yeni modelde yer kimliğinden yaşam memnuniyetine (t=1,672, p<,095) ve topluluğa bağlılıktan yaşam memnuniyetine (t=1,913, p<,056) çizilen yolların anlamsız olduğu tespit edilmiştir. En büyük anlamlılık değerine sahip olan yer kimliği yaşam memnuniyeti arasındaki yol modelden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Bu analiz sonrası modelde yer alan tüm yapıların aralarındaki ilişkilerin anlamlı olduğu, aynı zamanda parametre değerlerinin 1 değerinden küçük, tüm t değerlerinin ise p<0,05 için teorik tablo değeri olan 1,96 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Çizelge 41’de elde edilen sonuçlara ilişkin uyum iyiliği indeksleri belirtilmiştir.

Çizelge 41: Nihai Modele İlişkin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,535	,033	,0643	,878	,864	,862	,947
<i>Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd: ≤ 5; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$</i>							

Nihai modelin uyum iyilikleri incelendiğinde modelin yeterli düzeyde uyum sağladığı görülmektedir ($\chi^2/sd=1,535$, RMSEA=,033, SRMR=,0643, GFI=,878, AGFI=,864, NFI=,862, CFI=,947). Çizelge 40’da nihai modelin yapıları arasındaki

ilişkilere ve bu ilişkilere ait standart regresyon katsayıları, t değerleri ve p değerlerine yer verilmiştir. Nihai modelin yapısal ilişkileri ise Şekil 15’de görülmektedir.

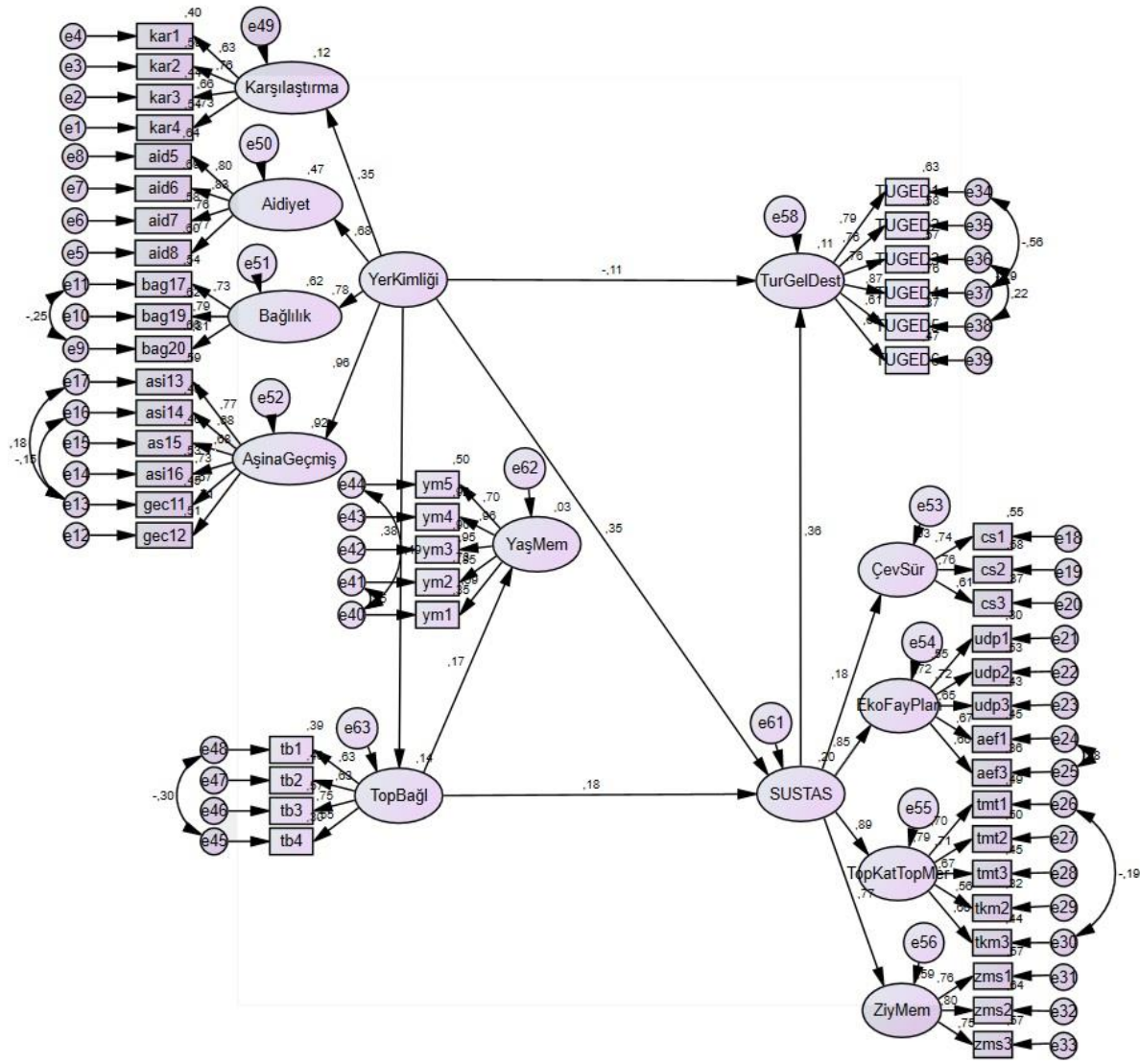
Çizelge 42: Nihai Modele İlişkin YEM Analizi Sonuçları

İlişki	St. Reg. Kat.	t	p
Yer Kimliği → Topluluğa Bağlılık	,376	4,388	***
Topluluğa Bağlılık → Yaşam Memnuniyeti	,162	2,863	,004
Topluluğa Bağlılık → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,169	2,017	,044
Yer Kimliği → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,350	2,494	,013
Yer Kimliği → Turizmin Gelişimini Destekleme	-,126	-2,023	,043
Yaşam Memnuniyeti → Turizmin Gelişimini Destekleme*	-,257	-5,221	***
Sürdürülebilir Turizm Tutumu → Turizmin Gelişimini Destekleme	,321	2,574	,010
Topluluğa Bağlılık → Turizmin Gelişimini Destekleme*	,167	2,875	,004

*Desteklenmedi

*** p<0,001 anlamlıdır.

Çizelge 42’de yer alan nihai modele ilişkin yapısal ilişkiler ele alındığında, yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta=0,38$, $p<0,001$) bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte yer kimliği sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta=0,35$, $p<0,05$), turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde ise negatif ve anlamlı ($\beta= -0,11$, $p<0,05$) bir etkiye sahiptir. Topluluğa bağlılık yaşam memnuniyetini pozitif ve anlamlı ($\beta=0,17$, $p<0,05$) bir şekilde etkilemektedir. Ayrıca topluluğa bağlılığın sürdürülebilir turizm tutumu ($\beta=0,18$, $p<0,05$) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Sürdürülebilir turizm tutumunun turizmin gelişimini destekleme tutumunu pozitif ve anlamlı ($\beta=0,36$, $p<0,05$) bir şekilde etkilediği ortaya çıkmıştır. Buna göre turizmin gelişimini destekleme tutumunu etkileyen değişkenlerin başında sürdürülebilir turizm tutumu gelmektedir. İkinci olarak yer kimliği izlemiştir. Sürdürülebilir turizm tutumunu etkileyen değişkenler ele alındığında ise ilk sırada yer kimliği değişkeni ve daha sonra topluluğa bağlılık olduğu görülmektedir.

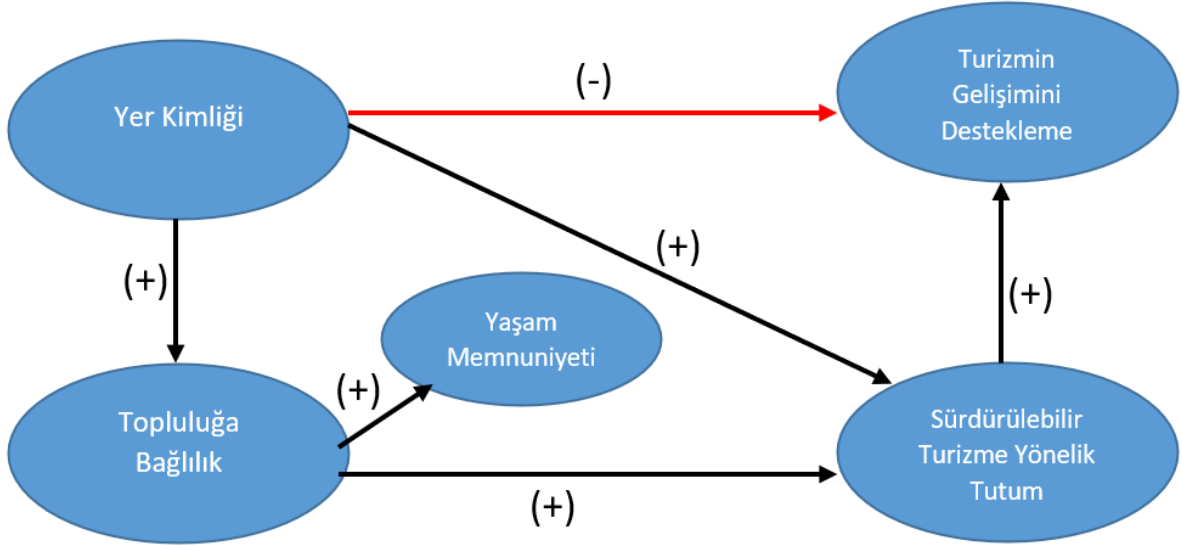


Şekil 15: Araştırmanın Nihai Modeline İlişkin Yapısal İlişkiler

Kline (1998) standart regresyon katsayılarının etki büyüklüklerini düşük düzey ($<0,10$), orta düzey ($0,30$ civarında) ve yüksek düzey ($\geq 0,50$) etkiler olmak üzere üç şekilde değerlendirmiştir. Buna göre nihai modelde yer alan değişkenler arasındaki etkilerin orta düzey seviyesinde gerçekleştiği söylenebilir.

Modelde yer alan değişkenler arasındaki etkilerin açıklanma gücü olarak ifade edilen R^2 değerleri de önem arz etmektedir. Bu değerler Şekil 15'de yer almaktadır. Buna göre, yer kimliğinin alt boyutlar tarafından açıklanma düzeyi en yüksek olan boyutun aşinalık ve geçmiş boyutu olduğu ($R^2=0,918$), bunu sırasıyla bağlılık ($R^2=0,616$), aidiyet ($R^2=0,468$) ve karşılaştırmanın ($R^2=0,121$) takip ettiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkıyı sağlayan

boyut ise toplum katılımı ve toplum merkezli turizm ($R^2=0,794$)'dir. Bunu sırasıyla ekonomik fayda ve planlama ($R^2=0,721$), ziyaretçi memnuniyeti ($R^2=0,589$) ve çevresel sürdürülebilirlik ($R^2=0,031$) izlemiştir.



Şekil 16: Araştırmanın Nihai Modeli

Yer kimliği topluluğa bağlılık ile ilgili varyansın %14'ünü ($R^2=0,142$) açıklamaktadır. Yaşam memnuniyetine ait varyansın %3'ü ($R^2=0,027$) topluluğa bağlılık tarafından açıklanmıştır. Yer kimliği ve sürdürülebilir turizm tutumunun, turizmin gelişimini destekleme tutumuna ait varyansın %11'ini ($R^2=0,107$) açıkladığı görülmektedir. Son olarak sürdürülebilir turizm tutumu için açıklanan varyansın %20'sinin ($R^2=0,196$) yer kimliği ve topluluğa bağlılığın eş zamanlı ve direk etkisi ile ortaya çıktığı anlaşılmıştır.

4.6. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

Araştırmanın kuramsal modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkiler yapısal eşitlik modeli yardımıyla incelenmiştir. Buna göre ilişkisiz çıkan yollar modelden çıkarılmıştır. Yapısal eşitlik modeli ile çözümlenen on hipotezin sekizinde anlamlı ilişki bulunmuştur, fakat hipotezlerin altısı desteklenmiş, dördü desteklenmemiştir. Bununla birlikte katılımcıların Seferihisar'a ilişkin özellikleri ile araştırma değişkenleri arasında da hipotezler ileri sürülmüş ve ANOVA ve t testleri ile bu hipotezler test edilmiştir. Hipotezler ve sonuçları Çizelge 41'de yer almaktadır.

Çizelge 43: Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

No	Hipotez	Sonuç
H1	Yerel halkın yer kimliği algısının topluluğa bağlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklendi
H2	Yerel halkın yer kimliği algısının sürdürülebilir turizm tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklendi
H3	Yerel halkın topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizm tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklendi
H4	Yerel halkın yer kimliği algısının turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.	Desteklendi
H5	Yerel halkın topluluğa bağlılığının turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H6	Yerel halkın yer kimliği algısının yaşam memnuniyetleri üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H7	Yerel halkın topluluğa bağlılığının yaşam memnuniyetleri üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklendi
H8	Yerel halkın yaşam memnuniyetlerinin turizmin gelişimini destekleme tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H9	Yerel halkın yaşam memnuniyetlerinin sürdürülebilir turizm tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklenmedi
H10	Yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumlarının turizmin gelişimini destekleme tutumları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.	Desteklendi
H11	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Desteklendi
H11a	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H11b	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H11c	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H11d	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H11e	Yerel halkın Seferihisar'da doğma durumları ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H12	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Desteklendi
H12a	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H12b	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H12c	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H12d	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H12e	Yerel halkın kendini Seferihisarlı olarak hissetme durumları ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13a	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13b	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13c	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13d	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H13e	Yerel halkın Seferihisar'da yaşama süresi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H14	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H14a	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H14b	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H14c	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H14d	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H14e	Yerel halkın turizm merkezlerine mesafesi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi

Çizelge 41-devamı

H15	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Desteklendi
H15a	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H15b	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H15c	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H15d	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H15e	Yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H16	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır	Desteklendi
H16a	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H16b	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H16c	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H16d	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H16e	Yerel halkın yöre turizminden ekonomik olarak faydalanma düzeyi ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H17	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile araştırma değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kısmen Desteklendi
H17a	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile yer kimliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H17b	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile topluluğa bağlılığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi
H17c	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile sürdürülebilir turizm tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H17d	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile turizmin gelişimini destekleme tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklenmedi
H17e	Yerel halkın temel geçim kaynağının turizm olması ile yaşam memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Desteklendi

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Seferihisar'da yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumları ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan çalışmanın bu bölümünde araştırma sonuçlarına ve önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuçlar ve Tartışma

Bir turistik destinasyonda, paydaşların, turizmin gelişimine yönelik vermiş olduğu destek oldukça önemlidir. En önemli paylaşımlardan biri olan yerel halkın olumlu desteği turizmin gelişimini olumlu etkileyebileceği gibi olumsuz tutumları da bir o kadar olumsuz sonuçlar doğuracaktır. Yerel halkın turizme yönelik olumlu tutumları bölge turizminin gelişimine yönelik planlardan turist memnuniyetine kadar birçok durumu etkileyebilmektedir. Bundan dolayı en önemli paydaşlardan birisi sayılmaktadır. Alanyazında yerel halk turizm ilişkisini konu alan ve hangi faktörlerin yerel halkın turizme ve turistlere yönelik tutum ve davranışlarını etkilediğini ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalara rastlamak mümkündür. Yerel halk turizm ilişkisi bu çalışmaların büyük bir bölümünde fayda maliyet temeli üzerinden değerlendirilmiştir. Fakat son zamanlarda bu çizginin dışına çıkılarak farklı yaklaşımlar ile birlikte bu ilişkinin incelenmeye çalışıldığı görülmektedir. Özellikle yerel halkın yaşadıkları yer ile aralarındaki psikolojik ve sosyolojik süreçler, onların turizme yönelik algı ve tutumlarını etkileyebilmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada yerel halk turizm ilişkisi farklı bir bakış açısıyla ele alınmış ve yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenleri üzerinden incelenmiştir.

Seferihisar'da yaşayan 500 kişiye yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan ön incelemeler sonucu eksik ve hatalı kodlanmış anketler ve normal dağılım özelliğini bozan uç değerdeki anketler çıkarıldıktan sonra toplam 485 veri ile istatistiklere geçilmiştir. Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde, 221 kişinin kadın 264 kişinin ise erkek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların tamamı 18 ve üzeri yaştadır. Büyük bir çoğunluğunu orta yaş düzeyinde olduğu söylenebilir. Katılımcılar en az ilköğretim mezunu olup çeşitli meslek gruplarından katılımcılar araştırma grubunda yer almıştır.

Katılımcıların yer kimliği ve topluluğa bağlılık düzeyleri düşük orta ve yüksek olmak üzere üç derecede ele alınmıştır. Yerel halkın yer kimliği düzeyi incelendiğinde büyük bir çoğunluğun yüksek düzeyde yer kimliğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Topluluğa bağlılık ölçeğine verilen cevaplar için de benzer bir durum geçerlidir. Yerel halkın yer kimliği düzeyi gibi topluluğa bağlılıkları da oldukça yüksek seviyededir.

Araştırmada beş farklı sürekli değişken bir model çerçevesinde incelenmiştir. Bunlardan ilki yer kimliğidir. Yer kimliği kavramının Proshansky (1978) ve Proshansky vd. (1983, 1987) tarafından kavramsal altyapısı oluşturmuş olsa da, bu kavramın ölçülmesine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmemiştir. Ancak daha sonraki araştırmacılar bu çalışmalara dayanarak yer kimliğini ölçebilecek bir araç oluşturma çabası göstermiştir. Lalli (1988, 1992), yapmış olduğu araştırmalar sonucu karşılaştırma, aidiyet, geçmiş ve aşinalık olmak üzere 4 boyut ve 20 ifade ile yer kimliğini ölçen bir ölçme aracı geliştirmiştir. Breakwell (1986, 2001) de kimlik süreci teorisinde dört temel boyuttan bahseder. Bunlar; ayırt edicilik, süreklilik-devamlılık, benlik saygısı ve öz-yeterlidir. İlgili alanyazında, özellikle çevre psikolojisi alanında, birey-mekan ilişkilerini tanımlamaya ve ölçmeye yönelik birçok kavram geliştirilmiştir. Bu kavramların bir kısmı yer kimliği kavramına benzer ve oldukça yakın ifadeler ve boyutlarla alanyazında yer almaktadır. Bunların detayına kavramsal çerçeve kısmında yer verilmiştir. Bu araştırmada kullanılan Lalli (1992)'nin modeli Karakuş ve Göregenli (2008) ve Göregenli vd. (2014) tarafından Türkçe geçerliği ve güvenilirliği sağlanmış bir ölçektir. Açıklayıcı faktör analizi sonucu ölçeğin iki boyutunun birleştiği ve üç boyutlu yapısıyla güvenilirliği ve geçerliğinin sağlandığı görülmüştür. Göregenli vd. (2014) de çalışmalarında açıklayıcı faktör analizi sonucu bu ölçeğin üç boyutlu haline ulaşmışlardır. Bu çalışmada da açıklayıcı faktör analizi sonrası yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeğin, 4 boyut ve 17 madde şeklinde geçerliği ve güvenilirliği sağlanmıştır.

Sürdürülebilir turizm tutum ölçeği için de benzer bir durum sözkonusudur. Ölçeğin orijinal hali 7 boyut ve 44 maddeden oluşuyorken (Choi ve Sırakaya, 2005), araştırmacılar daha sonraki çalışmalarla bu ölçeği 7 boyut sabit olmak üzere 33 ifade

(Sirakaya-Turk vd., 2008), 27 ifade (Yu, Chancellor ve Cole, 2011) ve 21 ifade (Ribeiro vd., 2017) ile ölçmüştür. Sirakaya-Turk ve Gursoy (2013) ise ölçeğin yordayıcılığını 5 boyut ve 20 ifade ile sınırlı tutmuştur. Bu çalışmada Ribeiro vd. (2017)'nin oluşturduğu 21 ifadeli ölçek kullanılmış ve gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucu bu ölçeğin 17 madde ile 4 boyutta birleştiği tespit edilmiştir. Ölçeğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizi ile de 16 madde ve 4 boyut ile geçerliği ve güvenirliği sağlanmıştır. Topluluğa bağlılık, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyeti ölçekleri ise tek boyutlu yapılar olup gerçekleştirilen açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucu geçerliği ve güvenirlikleri sağlanmıştır.

Bu araştırmada yerel halk turizm ilişkisi her ne kadar yer kimliği ve topluluğa bağlılık kavramları üzerinden incelenmiş olsa da, daha önceki çalışmalarda bölge halkının turizme yönelik tutumunu etkilediği tespit edilen birtakım faktörler de anket formunda yer almıştır. Bu faktörler kuramsal çerçevede örnek çalışmalarla ifade edilmiştir. Bunların bir kısmı sosyal değişim teorisi, temas hipotezi, tolerans modeli ve turizm yaşam döngü modeli ile de ilişkilendirilebilir. Seferihisar'da yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerinden ekonomik fayda sağlaması ve ailenin temel geçim kaynağının turizm olması değişkenleri genellikle sosyal değişim teorisi ile ilişkilendirilmekte ve yerel halkın turizme bakış açısında etkili olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Seferihisar'da ikamet durumu, Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerle iletişim düzeyi ve Seferihisar'da yaşama süresi faktörleri, temas hipotezi, tolerans modeli ve turizm yaşam döngüsü modeli çerçevesinde açıklanabilir. Ayrıca katılımcıların kendini Seferihisarlı hissedip hissetmediği, burada doğup doğmadığı ve ikamet ettiği mahalle, doğrudan Seferihisar'a yönelik yer kimliği ve topluluğa bağlılık düzeyleri ile ilişkilendirilebilir. Diğer kuramlar çerçevesinde de değerlendirilebileceği belirtilen yukarıdaki faktörler aynı zamanda katılımcıların yer kimliği ve topluluğa bağlılık düzeylerini de etkileyebilmektedir. Bundan dolayı bu faktörlerin tamamı araştırma değişkenleri ile birlikte fark testlerine tabii tutulmuştur.

Fark testleri sonucunda turizmin gelişiminden ekonomik olarak fayda sağlayanların hiç fayda sağlamayanlara göre yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyetleri düzeylerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların ailelerinin temel geçim kaynağı turizm olanların; yer kimliği, topluluğa bağlılığı ve yaşam memnuniyetlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar

sosyal değişim teorisinin ileri sürdüğü görüşlerle uyuşmaktadır (Ap, 1992). Andereck vd., (2005) ve Choi ve Murray (2010)'ın sosyal değişim teorisi temelli çalışmaları da sonuçları doğrular niteliktedir. Gu ve Ryan (2008)'a göre, turizme karşı tutum sadece sosyal değişim teorisi açısından değil, kişisel değer sistemleri açısından da açıklanmaktadır. Sosyal değişim teorisinin turizmde sıklıkla uygulanmasına kıyasla, turizm alanyazını, turizme yönelik yerel halkın tutumlarını anlamada yer kimliği konusunu da ele almaya başlamıştır.

Kendini Seferihisarlı hissedenlerin yer kimliği, topluluğa bağlılığı ve yaşam memnuniyeti düzeyleri daha fazla iken, Seferihisarlı hissetmeyenlerin turizmin gelişimini destekledikleri görülmektedir. Bununla birlikte, Seferihisar'da doğmuş olan katılımcıların yer kimliği düzeyi daha yüksek iken, burada doğmayanların topluluğa bağlılıklarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Seferihisar'da yaşama süreleri açısından araştırma değişkenlerinin tamamında farklılıklar tespit edilmiştir. Seferihisar'da nispeten daha uzun süredir yaşayan bireylerin yer kimliği, sürdürülebilir turizm tutumu ve turizmin gelişimini destekleme düzeyleri fazla iken, daha az süredir yaşayanların topluluğa bağlılığı ve yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Davis, Allen ve Cosenza (1988), bir yerde doğmuş veya uzun süredir orada yaşayan sakinlerin turizm konusunda olumlu görüşlere sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Wang ve Chen (2015) de Amerika Birleşik Devletleri'nin batı eyaletlerinde yaptıkları araştırmada bu eyaletlerde 10 yıl ve daha az süredir yaşayan sakinlerin, 10 yıldan fazla yaşayanlara göre yer temelli algılarının daha zayıf olduğunu tespit etmişlerdir. Wang ve Chen (2015)'in elde ettiği sonuçlar, yerel halkın ikamet süresinin, yer kimliğinin alt boyutları olan benlik saygısı ve öz yeterlikleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada da Seferihisar'da uzun süredir yaşayan bireylerin sürdürülebilir turizm tutumları ve turizm gelişimini destekleme düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Fakat Seferihisar'da doğmayanların topluluğa bağlılıklarının burada doğanlara nazaran daha yüksek olması beklenmeyen bir sonuçtur. İlgili literatürde de belirtildiği gibi Seferihisar, özellikle yavaş şehir olmasından sonra, oldukça fazla göç almış bir beldedir. Seferihisar'a göç etmiş ve burada doğmamış olan bu kişilerin, kendileri gibi Seferihisar'a sonradan yerleşmiş diğer kişilerle yakın ilişkiler kurmasından kaynaklı bir sonuç olduğu düşünülebilir. Bu bireyler arasında ortak kader paylaşımına dayalı bir etkileşim meydana gelmiş olabilir veya bu kişiler kendilerine ait yeni yerleşim

alanları oluşturmuş da olabilirler. Bunun sonucunda, ilgili topluluğa karşı bağlılıklarının kuvvetlendiği söylenebilir. Benzer bir durum Seferihisar'da daha az süredir yaşayanlar için de geçerlidir. Bu kişilerin topluluğa bağlılığı ve yaşam memnuniyetlerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Seferihisar'da yaşama süresi, tolerans modeli ve turizm yaşam döngü modeli ile de açıklanabilir. Tolerans modeline göre bir bölgeyi ziyaret eden turist sayısı arttıkça yerel halkın turistlere yönelik olumsuz duyguları da artacaktır. Butler'da benzer şekilde, artan ziyaretçi sayısı ile destinasyonun taşıma kapasitesine ulaşacağını ve bu dönemde yerel halkta, turizme ve turistlere yönelik huzursuzlukların başlayacağını belirtmektedir (Avcıkurt, 2015: 31-35). Bu durum Seferihisar özelinde değerlendirildiğinde, Seferihisar'da uzun süredir yaşayanların yer kimliği, sürdürülebilir turizm tutumu ve turizmin gelişimini destekleme düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Yani her iki kuramın da ileri sürdüğü görüşlere burada ulaşılmamıştır. Seferihisar turizm yaşam döngü modelinde ilk safhalardan birinde olabilir. Belki de yavaş şehir felsefesinin ortaya koyduğu koruyucu yaklaşımlar, toplum merkezli turizm ve yerel kalkınma gibi nitelikler yerel halkın tutumlarının olumlu yönde seyretmesini sağlamıştır. Coşar (2014: 238) ise bundan farklı sonuçlara ulaşmıştır. Seferihisar'da yavaş şehir olgusunun kentsel yaşam kalitesi üzerindeki algılanan etkilerini incelediği araştırmada, Seferihisar'da yaşayan bireylerin turizm endüstrisinin geleceğine ilişkin görüşlerinin genellikle olumsuz olduğunu tespit etmiştir. Bunun nedeni olarak ise, Seferihisar'ın turizm hareketliliği açısından doyum noktasına yaklaşması olduğunu belirtmiştir.

Turistlerle iletişim düzeyi yüksek olan bireylerin yer kimliği, topluluğa bağlılığı, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetlerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte iletişim düzeyi düşük olanların turizmin gelişimini daha çok desteklediği ortaya çıkmıştır. Bu sonuç temas hipotezi çerçevesinde değerlendirilebilir. Temas hipotezine göre optimal şartlar doğrultusunda dış grup ile iletişim düzeyi ne kadar artarsa, onlara yönelik olumlu tutum da o kadar artacaktır. Burada da görüldüğü üzere turistlerle iletişim düzeyi yüksek olan bireylerin yer kimliği, topluluğa bağlılığı ve yaşam memnuniyetlerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Turizmin rolünün bir barış aracı olduğunu savunan söylem, seyahatin yol açtığı temasın insanlar arasındaki kültürel ve psikolojik boşlukları azaltarak uluslararası siyaseti olumlu yönde etkileyebileceği ve

dünya barışını artırabileceği fikrine dayanmaktadır (Nyaupane, Teye ve Paris, 2008). Yapılan birçok araştırmada, turizmin sağladığı iletişim ortamı ile bir değişim aracı olarak rol oynadığı ve bu durumun bireyler ve gruplar arasındaki engelleri azaltabileceği ve iş birliğini teşvik edebileceği öne sürülmektedir (Askjellerud, 2003; Causevic, 2010; Sarkar ve George, 2010).

Milman, Reichel ve Pizam (1990), yapmış oldukları araştırmada, İsraililerin Mısırlılara yönelik olumsuz tutumlarının tatil sonrasında da değişmediği sonucuna ulaşmıştır. Benzer bir araştırma da Türkiye'yi ziyaret eden Yunanlı turistler üzerine yapılmıştır. Buna göre, Türkiye seyahatinin Yunanlı turistlerin olumsuz algılarını değiştirmede, aksine önyargıları ve olumsuz tutumları pekiştirdiği tespit edilmiştir (Anastasopoulos, 1992). Bu örnekler, gruplar arası temasın herhangi bir olumlu tutuma dönüşmediği veya olumsuz algıları arttırdığı yönündeki araştırmalardır. Bunun tersi olarak, Ürdün'e eko turizm amaçlı seyahat eden İsraili turist gruplarının tutumlarında olumlu yönde değişim olduğu gözlenmiştir (Pizam, Fleischer ve Mansfeld, 2002). Burada turizm türünün niteliklerinin turistlerin tutumlarında olumlu yönde etki yarattığı söylenebilir. Ekoturizm faaliyetlerinin içeriği, temas hipotezi çerçevesinde ileri sürülen optimal koşullara oldukça yakındır. Bu faaliyet türünde; iş birliği, hoş bir ortam, gönüllülük ve temasın fazla olduğu bilinmektedir. Bu açıdan ele alındığında Seferihisar'da yürütülen turizm faaliyetlerinin temas hipotezinin optimal koşullarına yakın bir şekilde yapıldığı söylenebilir.

Turistlerle iletişim düzeyi düşük olan bireylerin turizmin gelişimini daha çok desteklediğine yönelik sonuç ise, yayılcı temas kuramı ile açıklamak mümkün olabilir. Sosyal temas çalışmaları içinde değerlendirilen bu kuram, sosyal etkileşim süreçlerinde kişinin grup dışı bir üyeye gerçek bir temas durumu yaşamak zorunda olmadığını ileri sürmektedir (Turner ve Crisp, 2010). Bu kurama göre, gerçek bir temas olmasa dahi, grup dışı bir üyeye teması olan grup içi bir üyeyi tanımının önyargıyı azaltıcı bir etkisi bulunmaktadır (Wright, Aron, McLaughlin-Volpe ve Ropp, 1997). 5-11 yaş arası çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmada, grup içi bir üye ile göçmen bir çocuğun arkadaşlığını konu edinen bir hikaye anlatılmıştır. Hikaye anlatılan çocukların göçmenlere yönelik tutumunun bu hikayeden haber olmayan çocuklara göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir (Cameron, Rutland, Brown ve Douch, 2006). Bu araştırmada da turistlerle hiç iletişimi olmayan bireylerin turizmin gelişimini destekledikleri görülmektedir. Belki de turizm yarattığı

etkilerden memnun olan bireylerle iletişimlerinden kaynaklı bu düşünceye sahip olabilirler.

Bu çalışmada, yerel halkın turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimine destek ve yaşam memnuniyeti ile yer kimliği ve topluluğa bağlılık arasındaki ilişkileri tahmin etmek için kullanılabilir bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile güvenilirliği ve geçerliği sağlanmış değişkenler, kuramsal çerçevedeki bilgilere dayalı olarak hazırlanan modele bağlı kalarak yapısal eşitlik modeli aracılığıyla test edilmiştir. Yapısal eşitlik modelinde her bir yol bir hipoteze denk gelmektedir. Bu çalışmada ortaya konulan kuramsal modelde on farklı yol ve dolayısıyla on hipotez vardır. Test edilen toplam on yolun sekiz tanesi istatistiksel olarak anlamlı sonuç vermiştir. Fakat yalnızca altı hipotez desteklenmiştir. Geriye kalan dört hipotezin desteklenmediği görülmektedir.

Yapısal eşitlik modeli sonucu yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Yani, yaşadığı yer ile etkileşimi sonucu yere ait birtakım özellikleri kendi kimliklerinde barındıran bireylerin içinde buldukları topluluğa bağlılıklarının artacağı söylenebilir. Wijaya, Purnamasari ve Sitaresmi (2018)'a göre yer kimliği, insanların yaşam alanlarına yönelik bireysel algılarına atıfta bulunur, topluluğa bağlılığın temel motivasyonlarına yol açar ve topluluğa katılımlarını geliştirir. Daha önce yapılan çalışmalarda da yer kimliği ve topluluğa bağlılık arasında ilişkiler bulunmuştur (Bonaiuto vd., 1996; Rollero vd., 2010; Göregenli vd., 2014; Meloni vd., 2019).

Yer kimliğinin sürdürülebilir turizm tutumu ve turizmin gelişimini destekleme tutumu üzerinde de etkili olduğu yapısal eşitlik modeli sonucunda tespit edilmiştir. Yer kimliği sürdürülebilir turizm tutumunu olumlu yönde etkilerken, turizmin gelişimini destekleme tutumunu olumsuz etkilediği görülmüştür. Wang ve Chen (2015), Wang ve Xu (2015) ve Wang, (2016), yer kimliği ile yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Aynı çalışmada yerel halkın yalnızca turizmden elde ettiği menfaatlere göre değil, bölgedeki turizm gelişiminin halkın kimliği ile uyum içinde olmasının önemine de vurgu yapılmıştır. Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği bölge turizmi ve yerel halk için daha uyumlu ifadelerden oluşmaktadır. *“Seferihisar’da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır”, “Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar’daki herkes turizm kararlarına dahil*

edilmelidir”, “*Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır*” gibi ifadeler katılımcılar tarafından olumlu yönde algılanabilecek ifadelerdir. Bundan dolayı yer kimliği ile ilişkisinde olumlu yönde etkilendiği söylenebilir. Bununla birlikte turizmin gelişiminin bölge halkı tarafından olumsuz algılanmasına yine ölçek ifadelerinin sebep olduğu söylenebilir. “*Seferihisar’a daha fazla turist çekmeye çalışmalıyız*” ve “*Seferihisar’daki turizm yatırımları artarak devam etmelidir*” gibi ifadeler bölge halkına olumsuz çağrışımlar yapmış olabilir. Böylece yer kimliği ile turizmin gelişimini destekleme arasında olumsuz bir etkileşim ortaya çıktığı düşünülebilir.

Topluluğa bağlılık ile sürdürülebilir turizm tutumu arasında anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre topluluğa bağlılık sürdürülebilir turizm tutumunu olumlu yönde etkilemektedir. Alanyazında, ev sahibi sakinlerin topluma bağlılıkları ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişki üzerine çeşitli sonuçlar bulunmaktadır. Örneğin; bazı araştırmalar topluluğa bağlılığın turizm gelişimini desteklemeyi doğrudan ve önemli ölçüde etkilediğini belirtmişlerdir (Gursoy ve Rutherford, 2004; Nicholas vd., 2009), diğer taraftan topluluğa bağlılık ile turizme yönelik tutum arasında anlamlı bağlantı bulamayan araştırmalara da rastlanmaktadır (Gürsoy vd., 2002; Choi vd., 2010). Benzer şekilde Um ve Crompton (1987) ve Deccio ve Baloglu (2002)’da topluluğa bağlılığı yüksek düzeyde olanların turizme karşı daha az olumlu bir tutum sergilediklerini bildirmişlerdir. Bu çalışmanın sonucuna bağlı olarak topluluğa bağlılığı yüksek olan bir bireyin sürdürülebilir turizm gelişimini destekleme olasılığının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkide de anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir. Goudy (1977), bireylerin memnuniyetinin belirlenmesinde sosyal boyutların önemli olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre yerel halk; yaşadığı bölgedeki sivil meselelere katılım sağlayabildiği, ortak kararlara dahil olabildiği, sakinlerin heterojen ve topluluğa bağlı oldukları, bununla birlikte güçlü birincil grup ilişkilerin yaşandığı toplumları daha memnun edici bulmaktadır. Yaşam memnuniyeti kavramı incelendiğinde, bireyin içinde bulunduğu koşullardan memnun olması durumunu içerisinde barındırdığı görülmektedir. Aslında birey bir zihin hali olarak yaşam kalitesini bütünüyle değerlendirmektedir. Araştırmada kullanılan yaşam memnuniyeti ölçeğinin “*hayatımı dolu dolu yaşıyorum*” ve “*yaşamımda şu anda her şey yolunda gidiyor*” gibi ifadeleri de genel bir memnun olma durumuna

işaret etmektedir. Elbetteki birey, yaşam memnuniyetini, içerisinde yaşadığı sosyal ve fiziki çevreden bağımsız düşünemez. Bundan dolayı turistik destinasyonlarda yaşayan yerli halkın topluluğa bağlılıkları ne kadar yüksek ise yaşam memnuniyetlerinin de o derece yüksek olacağı söylenebilir. Araştırmada elde edilen sonuç daha önce yapılan çalışmalarla da benzerlik göstermektedir (O'Brien vd., 1991; Prezza vd., 2001; Shahyad vd., 2011).

Yapısal eşitlik modelinde son olarak test edilen ilişki sürdürülebilir turizm tutumu ve turizmin gelişimini destekleme arasındadır. Buna göre sürdürülebilir turizm tutumunun turizmin gelişimini destekleme üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. Daha önce de belirtildiği gibi sürdürülebilir turizm tutumu bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin birçok açıdan sürdürülebilirliğine vurgu yapmaktadır. Yani ölçek turistik destinasyonlar için daha uyumlu ve daha olumlu bir turizm gelişimini hedeflemektedir. Ölçek bu özelliği ile turizmin algılanan olumlu etkilerine benzetilebilir. Bu konu ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalarda turizmin algılanan etkileri ile bölgede turizmin gelişimini destekleme arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır (Wang ve Chen, 2015; Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016). Buna göre turizmin algılanan olumlu etkileri turizmin gelişimini desteklemeyi olumlu yönde etkilerken, algılanan negatif etkiler turizmin gelişimini desteklemeyi olumsuz etkilemektedir.

Yer kimliğinin alt boyutlar tarafından açıklanma düzeyi incelendiğinde, en yüksek açıklama gücüne sahip olan boyutun aşinalık ve geçmiş boyutu olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise bağlılık, aidiyet ve karşılaştırma gelmektedir. Bu sonuçtan hareketle, hatırda kalan yerler ve anılar yer kimliğinin hissedilmesinde en büyük katkıyı sağlamaktadır. Urry (2009, 2015), turizm olgusuna sosyolojik açıdan yaklaştığı çalışmalarında, yerel halkın bölgelerinde gelişim gösteren turizm faaliyetlerinin yoğunluğu ile birlikte fiziki ve sosyal çevrelerine yönelik yaşadıkları yabancılaşmalarından bahsetmektedir. Yerel halkın yaşadığı bu yabancılaşma her zaman için alışık olduğu birtakım simgelerin ve değerlerin yavaş yavaş silinmeye başlaması ile meydana gelmektedir. Bu durum yerel halkın yer kimliği düzeyini etkileyebilmektedir. Fakat araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı gibi Seferihisar'da bu yönde bir kaybın yaşanmadığı söylenebilir. Çünkü geçmiş ve aşinalık boyutu yer kimliğini en yüksek düzeyde açıklayan boyut olmuştur. Bu da Seferihisar'da yerel

halk için hala birtakım simgelerin, sembollerin ve anlamların işlevini koruduğunu göstermektedir.

Sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkıyı sağlayan boyut ise toplum katılımı ve toplum merkezli turizmdir. Daha sonra ekonomik fayda ve planlama, ziyaretçi memnuniyeti ve çevresel sürdürülebilirlik sırasıyla gelmektedir. Toplum katılımı ve toplum merkezli turizmin, yerel toplumun ekonomik fayda sağlamasına yönelik algısından daha öncelikli olduğu görülmektedir. Bu noktada, Seferihisar'da yaşayan halkın toplumsal çıkarları ön planda tuttuğu ve turizmin gelişiminin toplum merkezli bir bakış açısıyla gerçekleşmesi gerektiğini düşündüğü söylenebilir. Bu algıya bölgenin uzun zamandır yavaş şehir felsefesiyle yönetilmesi sebep olmuş olabilir.

Araştırma değişkenlerine ve boyutlarına ilişkin katılım düzeyi incelendiğinde, ölçeklere katılım düzeylerinin genel olarak yüksek olduğu söylenebilir. Buna göre, yer kimliği ölçeğinin aritmetik ortalamasının 4,35 olduğu görülmektedir. Yer kimliği ölçeği boyutları ele alındığında ise, en yüksek aritmetik ortalamaya karşılaştırma boyutu sahipken, bunu sırasıyla aidiyet, aşına-geçmiş ve bağlılık boyutları takip etmiştir. Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği aritmetik ortalamasının ise 4,54 olduğu tespit edilmiştir. Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği boyutlarında ise en yüksek aritmetik ortalamaya çevresel sürdürülebilirlik boyutu sahiptir. Bunu sırasıyla ekonomik fayda ve planlama, toplum katılımı ve toplum merkezli turizm ve son olarak ziyaretçi memnuniyeti sağlama boyutları izlemiştir. Turizmin gelişimini destekleme tutumu aritmetik ortalaması 4,57 iken, yaşam memnuniyeti değişkeni aritmetik ortalaması 3,78 ve son olarak topluluğa bağlılık değişkeni aritmetik ortalaması 3,81 olarak tespit edilmiştir.

5.2. Öneriler

Günümüz şehirleri her ne kadar zamanın tek düzeliğine yenik düşse de, aslında her şehir birbirinden benzersiz özelliklere sahiptir ve bu nedenle yere yönelik her çözüm doğal olarak her şehir için farklı olmalıdır. Bu hem fiziksel çevre hem de yer hissini yaratan yerel halk açısından oldukça önemlidir. Bundan dolayı bir şehir için planlama yapılıyorken o şehirdeki paydaşların çıkarları ön planda tutulmalıdır. Tezin bu kısmında elde edilen sonuçlar doğrultusunda paydaşlara ve turizm araştırmacılarına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

5.2.1. Paydaşlara Yönelik Öneriler

Araştırma sonuçları göz önüne alındığında turizme yönelik tutum ve turizmin gelişimini destekleme üzerinde yer kimliği ve topluluğa bağlılığın dışında başka değişkenlerin de etkili olduğu anlaşılmaktadır. Yani bu iki değişken, tutumları yüksek düzeyde etkilememekte fakat turizme yönelik tutumlarda destekleyici oldukları görülmektedir. Bundan dolayı, bölgede gelişen turizm faaliyetlerinin yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını destekleyici veya zarar vermeyecek uygulamalarla yürütülmesi büyük önem arz etmektedir. Seferihisar’da deniz, kum, güneş turizmi ile birlikte farklı turizm türlerinin bir arada yapıldığı bilinmektedir. Bu noktada deniz kum güneş için bölgeyi ziyaret eden turist sayısının kitlesel bir harekete dönüşmesinin önüne geçilmesi gerekmektedir. Çünkü kitle turizminin destinasyon ve bölge toplumu üzerindeki etkileri diğer turizm türlerine göre daha fazla olabilmektedir. Bu planlamaların sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için yerel yönetimlere, sivil toplum kuruluşlarına, kalkınma ajanslarına ve turizm işletmeleri gibi diğer paydaşlara büyük görevler düşmektedir. Bölgede yapılması planlanan projelerde bu noktalara dikkat edilmelidir. Özellikle çok yataklı konaklama tesislerinin yatırımının engellenmesi bu durumun önüne geçebilir.

Yer kimliğini yüksek düzeyde açıklayan boyutun geçmiş ve aşinalık boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç da yerel kimliğin ve toplumsal bağların korunmasına yönelik yukarıda değinilen konuları destekler niteliktedir. Plansız yatırımlar ve sağlıksız bir gelişim ile Seferihisar’ın geçmişine ve orada yaşayan bireylerin hafızasına yer etmiş mekanlara zarar verilmemelidir. Aksine bundan sonra gerçekleştirilmesi planlanan turizm faaliyetleri halkın ortak geçmişi ve kimliği üzerine kurulmalıdır. Burada zarar gören yalnızca fiziki mekanlar değildir, aynı zamanda sosyal ilişkiler de turizm ile birlikte zarar görebilmektedir.

Bir toplumun doğal çevresini korumak ve yaşam standardını arttırmak için yürütülen faaliyetler, yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını artıracaktır. Yerel sakinler, doğal kaynaklara ne kadar bağlılarsa, çevrenin faydalarını da o derece olumlu algılayabileceklerdir. Böylece yerel sakinlerin sürdürülebilir turizm gelişimini destekleyecekleri söylenebilir. Bunun için ise o toplumda yaşayan bireylerin de dahil olduğu ve doğal çevrenin korunmasını amaçlayan projeler yapılabilir. Seferihisar’ın doğal kaynakları, hem kentin markalaşmasında hem de

pazarlamasında daha aktif kullanılabilir. Sürdürülebilir turizmin bir boyutu da, algılanan ekonomik faydalardır. Bu durumda algılanan ekonomik fayda arttırılırken, yerel kalkınma da sağlanmış olacaktır. Fakat Seferihisar'ın bir marka olarak değerlendirilmesi ve pazarlanması, yavaş şehir felsefesinin savunduğu dayanışma olgusunun dışına çıkıp onu bir rekabetin içine sürüklememelidir.

Yerel halkın turizmde karar alma süreçlerine artan katılımı, sürdürülebilir turizm gelişiminin desteklenmesi için kritik öneme sahiptir. Benzer şekilde, bölgedeki turizm işletmeleri, yarattıkları istihdam olanaklarında bölge halkına öncelik vererek onlara istihdam imkanı sağlamalıdır. Bu durum yerel halkın topluluğa bağlılığını kuvvetlendirebilir ve turizmin gelişmesinden algılanan faydaların arttırılmasına olanak sağlar. Algılanan faydaların artması yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine destek verme olasılıklarını daha yüksek düzeylere çıkarabilir.

Yer kimliği, bir şehri benzersiz kılan, hem orada yaşayanlar hem de şehri ziyaret edenler için vazgeçilmez ve arzu edilen bir algıdır. Yavaş şehir felsefesi yer kimliğini koruyup onu geliştirme gücüne sahiptir fakat turizmin yarattığı olumsuz etkiler ile de onu yok edebilmektedir. Bu yok olma kimi zaman toplumun ortak belleğinde yer etmiş fiziki mekanlarda, kimi zaman da sosyal ilişkiler düzeyinde görülür. Yavaş şehir ile birlikte ön plana çıkan yerel ve özgün değerler, turizmin bu değerleri ekonomik kazanç unsuru olarak görmesiyle birlikte yeni bir boyut kazanır. Bölgeye özgü yerel nitelikler ve değerler ticari kaygılar sonucu asıl niteliklerinin dışına çıkıp metalaşmakta ve otantikliğini yitirebilmektedir. Bundan dolayı toplum belleğinde yer etmiş mimari yapıların olduğu şekliyle korunması gerekmektedir.

5.2.2. Turizm Araştırmacılarına Yönelik Öneriler

Bundan sonra yapılacak araştırmalarda özellikle yer kimliğinin etki gücü üzerine yapılan çalışmalarda iki farklı destinasyon arasında kıyaslama yapılabilir. Eğer çalışma yine yavaş şehirler üzerine olarsa iki yavaş şehir arasında turistik destinasyonun yaşam seyri göz önüne alınarak bir araştırma yapılabilir. Burada farklı yaşam evrelerinde olan destinasyonlar turizmin gelişim seviyesiyle birlikte yer kimliği ve topluluğa bağlılık algılarında bir farklılık olup olmadığı incelenebilir. Eğer ki yaşam seyri bakımından daha ileri seviyede olan destinasyonda yer kimliği ve

topluluğa bağlılık algılarının düşük düzeyde olduğu gözlemlenirse bunun sebebinin turizm olup olmadığı konusunda çıkarımlarda bulunulabilir.

Yukarıda bahsedilen durum destinasyonda görülen turizm türü esas alınarak da gerçekleştirilebilir. Bu noktada destinasyonlarda yürütülen farklı türdeki turizm faaliyetleri arasında bir farklılık olup olmadığı incelenebilir. Buradan hareketle hangi turizm türünün, yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılık algılarında daha fazla etki yarattığı görülebilir. Yerel halkın bu algılarını olumsuz etkileyen turizm türlerinden uzaklaşılırken, onların da destekleyeceği ve yerel kimliğe uyumlu turizm faaliyetlerine yönelik çalışmalar artırılabilir.

Bununla birlikte yer temelli algılar yalnızca yerel halk açısından değil, bölgeyi ziyaret eden turistler açısından da değerlendirilebilir. Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin yer temelli algıları davranışsal niyetleri ile ilişkilendirilip, hangi algıların, onların tutum ve davranışlarında etkili olduğu ortaya çıkarılabilir.

Yavaş şehir felsefesinin yerel toplumu destekleyici ve yerel kimliği koruyucu çalışmalarına rağmen yine de kente ait birtakım değerlerin ve simgelerin, bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte kaybolması ve silinmeye başlaması mümkündür. Ama bu durumu yalnızca turizm ile açıklamak da güçtür. Bundan dolayı Seferihisar'da uzun süredir yaşayan bireyler üzerine bir araştırma yapıp bu bireylerin yer kimliği ve topluluğa bağlılığını etkileyen unsurlar derinlemesine incelenebilir. Bununla birlikte belirli bir yaşın üzerinde olan kişilerden Seferihisar'ın geçmişine, tarihine ve unutulmuş gelenek ve göreneklerine ait bilgiler toplanarak gelecek kuşakların da faydalanabileceği sözlü tarih kaynakları oluşturulabilir. Bu şekilde toplum belleğine katkı sağlanabilir.

Yerel halkın turizm gelişimine tutumları, yalnızca yer kimliği ve topluluğa bağlılık ve yaşam memnuniyeti değişkenleri açısından incelenmiştir. Yerel halkın turizme yönelik tutumunu etkileyecek ve bu çalışmada yer almayan (imaj, itibar, sosyal kimlik, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri vb.) değişkenlerin de incelenmesi, Seferihisar'daki turizm planlaması açısından önemli bilgiler sağlayacaktır. Bununla birlikte bu çalışma nicel araştırma tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İleriki çalışmalarda nitel yöntemler kullanılıp, yerel halk turizm ilişkisi derinlemesine incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adongo, R., Kim, S. S. ve Elliot, S. (2019). "Give and take": a social exchange perspective on festival stakeholder relations. *Annals of Tourism Research*, 75, 42-57.
- Akın, A., & Yalnız, A. (2015). Yaşam memnuniyeti ölçeği Türkçe formu: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(54), 95-102.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. ve Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T. ve Perdue, R. R. (1993). Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, 31(4). doi:10.1177/004728759303100405.
- Allport, G. W. (1958). *The nature of prejudice*. NY: Doubleday Anchor Books.
- Altan, İ. (1993). Mimarlıkta mekan kavramı. *Psikoloji Çalışmaları*, 19, 75-88.
- Altman, I. ve Low, S. M. (2012). *Place attachment (Vol. 12)*. Germany: Springer Science & Business Media.
- Anastasopoulos, P. G. (1992). Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. *Annals of tourism research*, 19(4), 629-642.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andrews, Geoff (2008). *The slow food story: politics and pleasure*. London: Pluto Press.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap, J. ve Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Arbuckle, J. L. (2016). IBM spss amos 24 user's guide. ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/statistics/24.0/en/amos/Manuals/IBM_SPSS_Amos_User_Guide.pdf, (Erişim Tarihi: 23.12.2020).

- Arslan Ayazlar, R. (2016). Sürdürülebilir turizm tutum (SUS-TAS) ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: didim yerel halk örneği. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Adrasan, Antalya 28-30.
- Asatryan, V. S., & Oh, H. (2008). Psychological ownership theory: an exploratory application in the restaurant industry. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), 363-386.
- Askjellerud, S. (2003). The tourist: a messenger of peace?. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 741-744.
- Augé, M. (2008). *Non-Places: an introduction to supermodernity*, çev, John Howe. New York: Verso.
- Ayazlar, G. ve Ayazlar, R. A. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumunda aidiyet duygusu ve yaşam tatmininin rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Aydınlı, S. (2004). Epistemolojik Açıdan mekan yorumu. A. Şentürer, Ş. Ural, A. Atasoy (Editörler.), *Mimarlık ve felsefe* içinde (s. 40-51). İstanbul: Yapı Yayın.
- Aytaç, Ö. (2013). Kent mekânları ve kimlik/farklılık sorunu. *İDEALKENT*, 4(9), 138-169.
- Aydoğdu, H. (2018). Fenomenoloji ve bilimler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 1313-1344.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality, and behavior. mcgraw-hill education. united kingdom. <https://psicoexperimental.files.wordpress.com/2011/03/ajzeni-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf> (Erişim Tarihi: 12.10.2019)
- Azak, Y. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında mekana dayalı kimlik inşaları ve yaşam tarzı olasılıkları*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Babu, V. ve Munjal, S. (2015). Oachira Panthrandu vilakku: a study of a culturally embedded festival aligned with economic benefits. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 403-416.
- Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1989). On the use of structural equation models in experimental designs. *Journal of Marketing Research*, 26 (3), 271-284.
- Bayram, N. (2013). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş amos uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Belisle, F.J. & Hoy, D.R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: a case study in santa marta, columbia. *Annals of Tourism Research*. 7(1), 83-101.
- Bell, P. A., Green, T., Fisher, J. D. ve Baum, A. (2001). *Environmental psychology*. New Jersey.

- Bernardo, F., ve Palma-Oliveira, J. M. (2012). Place identity: a central concept in understanding intergroup relationships in the urban context. H. Casakin ve F. Bernardo (Editörler), *The role of place identity in the perception, understanding, and design of built environments* içinde (s. 35-46). Bentham Science Publishers.
- Bernardo, F. ve Palma-Oliveira, J. M. (2016). Urban neighbourhoods and intergroup relations: the importance of place identity. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 239-251.
- Bezirgan, M. (2014). Turistik destinasyonda fiyat değeri, aidiyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: kemer örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(5), 524-539.
- Biçici, F. (2013). Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1).
- Bilgin, N. (1990). Fiziksel mekandan insani ya da insanlı mekana. *Mimarlık*, 90(3), 62-65.
- Bimonte, S. ve Faralla, V. (2016). Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? a two-step survey in a mediterranean destination. *Tourism Management*, 55, 199-208.
- Binder, J., Zagefka, H., Brown, R., Funke, F., Kessler, T., Mummendey, A., Maquil, A., Demoulin, S., Leyens, J. P. (2009). Does contact reduce prejudice or does prejudice reduce contact? A longitudinal test of the contact hypothesis among majority and minority groups in three European countries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(4), 843.
- Bolak Hisarlıgil, B. (2007). “Yer”leşmenin Düş(üm)lenmesi: geleneksel anadolu yerleşmelerinde “ara”lar. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Boley, B.B. (2013). *Sustainability, empowerment, and resident attitudes toward tourism: developing and testing the resident empowerment through tourism scale (rets)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, USA: Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Bonaiuto, M., Breakwell, G. M. ve Cano, I. (1996). Identity processes and environmental threat: the effects of nationalism and local identity upon perception of beach pollution. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 6(3), 157-175.
- Bowen, N. K., Guo, S. (2011). *Structural Equation Modeling*. New York: Oxford University Press.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: an evolving global approach. *Journal Of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Bramwell, B., & Sharman, A. (2002). Approaches to sustainable tourism planning and community participation: the case of the hope valley. In *Tourism and Sustainable Community Development* (ss. 35-53). Routledge.
- Brandenburg, A. M., ve Carroll, M. S. (1995). Your place or mine?: the effect of place creation on environmental values and landscape meanings. *Society & Natural Resources*, 8(5), 381-398.

- Breakwell, G. (1986). *Coping with threatened identities*. London: Methuen.
<https://www.book2look.com/embed/9781317559399> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Breakwell, G. M. (2001). Mental models and social representations of hazards: the significance of identity processes. *Journal of Risk Research*, 4(4), 341-351.
- Bricker, K., ve Kerstetter, D. (2000). Level of specialization and place attachment: an exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
- Brougham, J. E. ve Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Brocato, E. D. (2006). *Place attachment: an investigation of environments and outcomes in service context*. Doctoral dissertation, USA: The University of Texas at Arlington.
- Brown, B.B. ve Perkins, D.D. (1992). Disruptions in place attachment. I. Altman ve S. Low (Editörler), *Place Attachment* içinde (s. 279-304). New York: Plenum.
- Brown, B. B. ve Werner, C. M. (1985). Social cohesiveness, territoriality, and holiday decorations: the influence of cul-de-sacs. *Environment and Behavior*, 17(5), 539-565.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Büyüköztürk, ř. (2002). Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, ř., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, ř., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, ř., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, ř., & Demirel, F. (2018). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with amos: basic concepts, applications and programming*. New York: Routledge.
- Cameron, L., Rutland, A., Brown, R. ve Douch, R. (2006). Changing children's intergroup attitudes toward refugees: testing different models of extended contact. *Child Development*, 77(5), 1208-1219.
- Canter, D. (1983). The purposive evaluation of places: a facet approach. *Environment and Behavior*, 15(6), 659-698.
- Causevic, S. (2010). Tourism which erases borders: an introspection into Bosnia and Herzegovina. *Tourism, Progress and Peace*, 48-64.
- Cavus, S. ve Tanrisevdi, A. (2002). Residents' attitudes toward tourism development: a case study in Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Certeu, De M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.

- Chawla L. (1992) Childhood place attachments. Altman I., Low S.M. (Editörler) *Place attachment. human behavior and environment (advances in theory and research)* içinde (s. 63-86), Boston: Springer.
- Chen, J. S. (2000). An Investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(1), 5-19.
- Chen, N., Dwyer, L. ve Firth, T. (2014). Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. *Tourism Geographies*, 16(5), 826-843.
- Chen, C. F., ve Phou, S. (2013). A closer look at destination: image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management*, 36, 269-278.
- Cheng, T. M., & Wu, H. C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? an integrated approach for sustainable island tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 557-576.
- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Choi, H. S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.
- Christensen, L. B., Johnson, B., & Turner, L. A. (2015). Araştırma yöntemleri: desen ve analiz (Çev. Ed. A. Aypay). Ankara: Anı Yayınları.
- Chou, S.C., Boldy, D. P. ve Lee, A. H. (2002). Measuring job satisfaction in residential aged care. *International Journal For Quality In Health Care*, 14 (1), 49-54.
- Colombo, M. ve Senatore, A. (2005). The Discursive construction of community identity. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 15(1), 48-62.
- Coşkun, R., Altunişik, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yildirim, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Cittaslow Türkiye, (2019). <https://cittaslowturkiye.org/> (Erişim Tarihi: 09.09.2019)
- Cittaslow International, (2019). <http://www.cittaslow.org/> (Erişim Tarihi 09.09.2019)
- Civelek, M. (2018). *Yapısal eşitlik modellemesi metodolojisi*. İstanbul: Beta.
- Coates, G. J. ve Seamon, D. (1984). Toward a phenomenology of place and place-making: interpreting landscape, lifeworld and aesthetics. *Oz Journal*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.4148/2378-5853.1074>
- Coşar, Y. (2014). Yavaş şehir olgusunun kentsel yaşam kalitesi üzerindeki algılanan etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 226-240.
- Cresswell, T. (2004). *Place: a short introduction*, USA: Blacwell Pub.
- Cüceloğlu, D. (1997). *İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çalık, İ., (2014). *Sürdürülebilir turizm göstergeleri kapsamında doğu karadeniz bölgesi'nin analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çiçek, D., & Sarı, Y. (2018). Yerel halkın turizme olan desteği: türkiye'deki sakin şehirler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 185-196.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik, spss ve lisrel uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Çolakoğlu, Ö.M., Büyükekşi, C. (2014). Açımlayıcı faktör analizi sürecini etkileyen unsurların değerlendirilmesi. *Karaelmas Journal Of Educational Sciences*, 2, 58-64.
- Davis, D., Allen, J. & Cosenza, R.M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourists. *Journal of Travel Research*. 27(2), 2-8.
- Deccio, C. ve Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 winter olympics: the spillover impacts. *Journal Of Travel Research*, 41(1), 46-56.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Diedrich, A. ve García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Doğan, H. Z. (2004). Turizmin sosyo-kültürel temelleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doyuran, L. (2013). Küresel yeni dünya düzeninde postmodern söylem. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 11-35.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the sunshine coast, australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Egedensonsoz, (2020). <http://www.egedesonsoz.com/haber/Izmir-in-goc-rontgeni-En-fazla-hangi-ilceye/919266> (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Ekici, M. (2000). Halk, halk bilimi ve halk bilgisi üzerine bir deneme. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, (45), 2-8.
- Ekici, R., & Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3).
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362.
- Ercan, P. (2014). *Sürdürülebilir turizm çerçevesinde kitle turizmi ve otel tasarımlarının irdelenmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü,
- Erdoğan, Y., Bayram, S. ve Deniz, L. (2007). Web tabanlı öğretim tutum ölçeği: açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 1-14.

- Eyce, N. (2011). *Çağdaş mimarlıkta mekân, yer ve mekânsallık tartışmaları: cermodern örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Faulkner, B. ve Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Feldman, R. M., & Stall, S. (1994). The politics of space appropriation: a case study of women's struggling for homeplace in chicago public housing. I. Altman, & A. Churchman (Editörler), *Women and the Environment* içinde (s. 167-199). New York: Plenum Press.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39–50.
- Gerson, K., Stueve, A., & Fischer, C. S. (1977). Attachment to place. C. S. Fischer (Editörler), *Networks and places: social relations in the urban setting* içinde, New York: The Free Press.
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Nasution, A. D. (2018). Distinctiveness, continuity, self-esteem, & self-efficacy in tourism of karo regency, indonesia. *Asian Journal of Quality of Life*, 3(13), 29-38.
- Ginting, N., & Wahid, J. (2017). Defining distinctiveness aspect of place identity in urban heritage tourism. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 3(3).
- Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26(1), 1-24.
- Goudy, W. (1977). Evaluations of local attributes and community satisfaction in small towns. *Rural Sociology*, 42, 371–382.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre psikolojisi: insan mekân ilişkileri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Göregenli, M., Karakuş, P., Kösten, E. Y. Ö. ve Umuroğlu, I. (2014). Mahalleye bağlılık düzeyinin kent kimliği ile ilişkisi içinde incelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 29(73), 73.
- Graumann, C. F. (1976). The concept of appropriation (aneignung) and modes of appropriation of space. strasbourg, france. P. Korosec-Serfaty (Ed.), *Proceedings of the 3rd International Architectural Psychology Conference*.
- 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.
- Greider, T., & Garkovich, L. (1994). Landscapes: the social construction of nature and the environment. *Rural Sociology*, 59(1), 1-24.
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a beijing hutong. *Tourism Management*, 29(4), 637-647.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D. ve Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.

- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B. ve Çalışkan, C. (2019). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 117-128.
- Gustafson, P. (2001). Meanings of place: everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.
- Gustafson, P. (2009). Mobility and territorial belonging. *Environment and Behavior*, 41(4), 490-508.
- Güleç Solak, S. (2017). Mekan-kimlik etkileşimi: kavramsal ve kuramsal bir bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 13-37.
- Gür, B. S. (2005). Descartes'in matematik felsefesi. *Matematik Dünyası Dergisi*, 10(1), 102.
- Gürkaş, E.T. (2010). "Yer" üzerine bir okuma denemesi: samatya'da "yer-kurma" pratikleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Gürkaş, E.T. ve Barkul, Ö. (2012). Yer üzerine kavramsal bir okuma denemesi. *Sigma*, 4, 1-11.
- Gürkaynak, E. Ç. (2012). Toplumsal temas: önyargı ve ayrımcılığı önlemek için bir sosyal değişim aracı olarak kullanılabilir mi?. M.A. Ceyhan ve K. Çayır (Editörler), *Ayrımcılık: çok boyutlu yaklaşımlar* içinde (s. 255-265). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. ve Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5 b.). New York: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: global perspective. pearson education*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hallak, R., Brown, G. ve Lindsay, N. J. (2012). The place identity–performance relationship among tourism entrepreneurs: a structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33(1), 143-154.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A. ve Bixler, R. D. (2004). Place bonding for recreation places: conceptual and empirical development. *Leisure Studies*, 25(1), 17-41.
- Hayden, D. (1997). *The power of place: urban landscapes as public history*. Massachusetts: MIT Press.
- Hayduk, L. A. (1990). Should model modifications be oriented toward improving data fit or encouraging creative and analytical thinking? *Multivariate Behavioral Research*, 25 (2), 193 – 196.
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E. ve Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319.

- Hernández, B., Martín, A. M., Ruiz, C. ve Hidalgo, M. C. (2010). The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 281-288.
- Hewstone, M. ve Greenland, K. (2000). Inter-group conflict. *International Journal of Psychology*, 35, 136-144.
- Hidalgo, C. M. ve Hernandez, B. (2001). Place Attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.
- Hitchcock, M. (1999). Tourism and ethnicity: situational perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 1(1): 17-32.
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1), 53 – 60.
- Hsu, C. H. (2000). Residents' support for legalized gaming and perceived impacts of riverboat casinos: changes in five years. *Journal of Travel Research*, 38(4), 390-395.
- Hu, L-T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6 (1), 1 – 55.
- Hubbard, P. ve Kithin, R. (2018). *Mekan ve yer üzerine büyük düşüncüler* (Çev. E.Ş.Ataman). İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Hummon, D.M. (1992) Community attachment. Altman I., Low S.M. (Eds), *Place Attachment. Human Behavior and Environment (Advances in Theory and Research)*. Springer: Boston, MA.
- Husserl, E. (2003). Fenomenoloji üzerine beş ders (Çev. H. Tepe). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Husnu, S. ve Mertan, B. (2008). Intergroup contact: the case of Cyprus. *International Congress of Psychology*, Berlin, Germany.
- Iroegbu, H, ve Chen, J. S. (2001). Urban residents' reaction toward tourism development: do subgroups exist? *Tourism Analysis*, 6(2), 155–161.
- Işık, O. (1994). Değişen toplum/mekân kavrayışları: mekânın politikleşmesi, politikanın mekânsallaşması. *Toplum ve Bilim*, Sayı 64–65.
- İslamoğlu, H. ve Alınacıık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*: Beta Yayıncılık.
- İşçi, C., Güzel, B. ve Ataberk, E. (2018). Mekana ve yerel halka bağlılık, kültürel mirasa yönelik tutumu etkiler mi?. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 583-606.
- Joaquim Araújo de Azevedo, A., João Ferreira Custódio, M., & Pereira Antunes Perna, F. (2013). “Are you happy here?”: the relationship between quality of life and place attachment. *Journal of Place Management and Development*, 6(2), 102-119.
- Jokelaa, S.E. (2014). Tourism and identity politics in the helsinki churchscape. *Tourism Geographies*, 16(2), 252–269.

- Jorgensen, B. S., ve Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), doi.org/10.1177/004728759703600202
- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kaján, E. (2014). Community perceptions to place attachment and tourism development in finnish lapland. *Tourism Geographies*, 16(3), 490-511.
- Kaltenborn, B. P. (1997). Nature of place attachment: a study among recreation homeowners in southern norway. *Leisure Sciences*, 19(3), 175-189.
- Kang, S. K. ve Lee, J. (2018). Support of marijuana tourism in colorado: a residents' perspective using social exchange theory. *Journal of Destination Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.03.003>
- Kaplan, D. (1989). Model modification in covariance structure analysis: application of the expected parameter change statistic. *Multivariate Behavioral Research*, 24 (3), 285 – 305.
- Karakus, P. (2014). *Farklı kimlik gruplarında yer kimliği, yerin anlamları ve kültürlenme süreçleri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karakuş, P. ve Göregenli, M. (2008). Linking place attachment with social identity orientation: an examination of the relationship between place attachment, social identity orientation and integration to city. 29. ICP Congress, 20-25 Temmuz, Berlin.
- Kasarda, J. D. ve Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 328-339.
- Kaypak, Ş. (2013). Modernizmden postmodernizme değişen kentleşme. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(4), 80-95.
- Keleş, R. (1993). *Kentleşme politikası*, İstanbul: İmge Yayınevi.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of residents in the community* (PhD. Dissertation). Blacksburg, Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. NY: Guilford publications
- Knox, P. L. (2005). Creating ordinary places: slow cities in a fast world. *Journal of Urban Design*, 10(1), 1-11.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Koçyiğit, R. G. (2012). Mimarlıkta yersizleşme ve yerin yeniden üretimi. *Tasarım+Kuram Dergisi*, 8(13), 98-113.

- Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212.
- Korpela, K. M. (1989). Place-identity as a product of environmental self-regulation. *Journal of Environmental Psychology*, 9(3), 241-256.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html>. (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Kyle, G., Absher, J. ve Graefe, A. (2003). The Moderating role of place attachment on the relationship between attitudes toward fees and spending preferences. *Leisure Sciences*, 25:1, 33-50.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 213-225.
- Kyle, G., Graefe, A. ve Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environment and Behavior*, 37(2), 153-177.
- Kyle, G. T., Mowen, A. J., & Tarrant, M. (2004). Linking place preferences with place meaning: an examination of the relationship between place motivation and place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 24(4), 439-454.
- Lalli, M. (1988). Urban identity. In *Environmental Social Psychology* içinde (s. 303-311). Springer, Dordrecht.
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: theory, measurement, and empirical findings, *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M. ve Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange. *Journal Of Business-To-Business Marketing*, 8(3), 1-36.
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lavalley, L. F., Hatch, P. M., Michalos, A. C., & McKinley, T. (2007). Development of the contentment with life assessment scale (clas): using daily life experiences to verify levels of self-reported life satisfaction. *Social Indicators Research*, 83(2), 201-244.
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: how far have we come in the last 40 years?. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
- Lee, C. K., & Back, K. J. (2006). Examining Structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data. *Tourism Management*, 27(3), 466-480.
- Lee, C. K. C., Yap, C. S. F. ve Levy, D. S. (2016). Place identity and sustainable consumption: implications for social marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 24(7), 578-593.

- Lefebvre, H. (2016). *Mekanın üretimi* (Çev. Işık Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lin, Z., Chen, Y. ve Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: the role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436-442.
- 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.
- Low, S. M. ve Altman, I. (1992). Place attachment: a conceptual inquiry. In Altman, I., and Low, S. M. (Eds.), *Place Attachment* (p. 1-12). New York: Plenum Press.
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336–353.
- Mannarini, T., Tartaglia, S., Fedi, A. ve Greganti, K. (2006). Image of neighborhood, self-image and sense of community. *Journal of Environmental Psychology*, 26(3), 202-214.
- Mannetti, L., Pierro, A. ve Livi, S. (2004). Recycling: planned and self-expressive behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 227-236.
- Marcouyeux, A., & Fleury-Bahi, G. (2011). Place-identity in a school setting: effects of the place image. *Environment and Behavior*, 43(3), 344-362.
- Mayer, H. ve Knox, P. L. (2006). Slow cities: sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321-334.
- McCabe, S. ve Stokoe, E. H. (2004). Place and identity in tourists' accounts. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 601-622.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal Of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McGehee, N. G. ve Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 188-200.
- Meloni, A., Fornara, F. ve Carrus, G. (2019). Predicting pro-environmental behaviors in the urban context: the direct or moderated effect of urban stress, city identity, and worldviews. *Cities*, 88, 83-90.
- Mengüşoğlu, T. (1945). Fenomenoloji felsefesi. *İstanbul Üniversitesi Felsefe Arkivi Dergisi*, 1(1), 47-74.
- Meydan, C. H., Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi: amos uygulamaları (2. baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Milman, A., Reichel, A. ve Pizam, A. (1990). The impact of tourism on ethnic attitudes: The Israeli-Egyptian case. *Journal of Travel Research*, 29(2), 45-49.
- Moore, R. L., ve Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: the case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16(1), 17–31.

- Murphy, P. (1994). Tourism and sustainable development. In W. F. Theobald (Editörler), *Global Tourism: The Next Decade* içinde (ss. 167-193). USA: Elsevier.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: the pitons management area, st. lucia. *Annals Of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius loci: toward a phenomenology of architecture*. New York: Rizzoli.
- Nufusu, (2020). https://www.nufusu.com/ilce/seferihisar_izmir-nufusu (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Nunkoo, R. ve Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: an identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2011). Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(2), 171-190.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. ve Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
- Nyaupane, G. P., Teye, V. ve Paris, C. (2008). Innocents abroad: attitude change toward hosts. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 650-667.
- Our Common Future. (1987). Report of the world commission on environment and development: our common future. <http://www.ask-force.org/web/Sustainability/Brundtland-Our-Common-Future-1987-2008.pdf>. (Erişim tarihi 13.05.2019).
- O'Brien, D. J. ve Ayidiya, S. (1991). Neighborhood community and life satisfaction. *Community Development*, 22(1), 21-37.
- Oktay, D. (2011). Kent kimliğine bütüncül bir bakış. *İDEALKENT*, 2(3), 8-19.
- Olgun, İ. (2009). *Kentsel değişim sürecinde kentsel okuma ve bellek ilişkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Öktem, Ü. (2005). Fenomenoloji ve edmund husserl'de apaçıklık (evidenz) problemi, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 45 (1), 27-55.
- Önal, S. (2014). Kartezyen özne ve kantçı öznenin heidegger'de anlamı: dünyasallık. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 1(1), 63-75.
- Örer, G. (2002). *Konut-kimlik ev-modeli ve modelin bir örnek olarak istanbul kenti'nde uygulanması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Öymen Gür, Ş. (1996). *Mekan örgütlenmesi*. Gür Yayıncılık.
- Özdemir, A. (2016). *Yönetim biliminde ileri araştırma yöntemleri ve uygulamalar*. İstanbul: Beta Basım.
- Özgen, N. (2010). Bilim olarak coğrafya ve evrimsel paradigmaları. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19 (2).

- Öztürk, M. (2007). *Coğrafya: gelişimi, içeriği, eğitimi*. Karabağ, S. ve Şahin, S. (Editörler), *Kuram ve Uygulamada Coğrafya Eğitimi* içinde. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Öztürk, S. (2012). Small towns reshaping their urban planning policies joining in the cittaslow international network: the case of Seferihisar in Turkey, Ankara: Middle East Technical University The Graduate School of Social Sciences.
- Pettigrew, T. (1998). Inter-group contact theory. *Annual Review of Psychology*, 49, 65-85.
- Pettigrew, T. F. ve Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), 751.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Pløger, J. (2001). Millennium urbanism-discursive planning. *European Urban and Regional Studies*, 8(1), 63-72.
- Prezza, M., Amici, M., Roberti, T. ve Tedeschi, G. (2001). Sense of community referred to the whole town: its relations with neighboring, loneliness, life satisfaction, and area of residence. *Journal of Community Psychology*, 29(1), 29-52.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Pink, S. (2007). Sensing cittaslow: slow living and the constitution of the sensory city. *The Senses and Society*, 2(1), 59-77.
- Pizam, A., Fleischer, A. ve Mansfeld, Y. (2002). Tourism and social change: The case of Israeli ecotourists visiting Jordan. *Journal of Travel Research*, 41(2), 177-184.
- Prayag, G., Chen, N. ve Del Chiappa, G. (2018). Domestic tourists to sardinia: motivation, overall attitude, attachment, and behavioural intentions. *Anatolia*, 29(1), 84-97.
- Proshansky, H. (1978). The self and the city. *Environment and Behavior*, 10(2), 147-169.
- Proshansky, H. M., A. K. Fabian ve R. Kaminoff. (1983). Place-identity: physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
- Proshansky, H. M. ve Fabian, A. K. (1987). The development of place identity in the child. Weinstein C.S., David T.G. (Editörler), *Spaces for Children* içinde. Springer, Boston, MA.
- Qingjiu, S., ve Maliki, N. Z. (2013). Place attachment and place identity: undergraduate students' place bonding on campus. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 632-639.

- Raykov, T. (1998). Coefficient alpha and composite reliability with interrelated nonhomogeneous items. *Applied Psychological Measurement*, 22(4), 375-385.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
- Relph, E. (1985). Geographical experiences and being-in-the-world. Seamon, D. & Mugerauer, R. (Eds), *Dwelling, Place and Environment: Towards a Phenomenology of Person and World* içinde (p. 15-31). New York: Columbia University Press.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., & Woosnam, K. M. (2017). Examining the predictive validity of sus-tas with maximum parsimony in developing island countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 379-398.
- Rioux, L., Scrima, F. ve Werner, C. M. (2017). Space appropriation and place attachment: university students create places. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 60-68.
- Rollero, C. ve De Piccoli, N. (2010). Place attachment, identification and environment perception: an empirical study. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 198-205.
- Rothman, R. A. (1978). Residents and transients: community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Sadalla, E. K., Vershure, B. ve Burroughs, J. (1987). Identity symbolism in housing. *Environment and Behavior*, 19(5), 569-587.
- Sağlık, E., Morçin, İ. ve Morçin, S. (2014). Üniversite öğrencilerinin kırsal rekreasyonel faaliyetlere katılımını etkileyen kısıtlayıcılar: çıldır meslek yüksekokulu örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4 (4), 86-92.
- Sarkar, S. K. ve George, B. P. (2010). Peace through alternative tourism: case studies from Bengal, India. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1(1), 27-41.
- Scannell, L. ve Gifford, R. (2010). Defining place attachment: a tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1-10.
- Scarpi, D., Mason, M., & Raggiotto, F. (2019). To rome with love: a moderated mediation model in roman heritage consumption. *Tourism Management*, 71, 389-401.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A. ve King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: a review. *The Journal of Educational Research*, 99 (6), 323 - 338.
- Seamon, D. (1993). *Dwelling, seeing, and designing: toward a phenomenological ecology*. SUNY Press.
- Seamon, D. (1994). The life of the place, *Nordic Journal of architecture Reseach*, 7(1), 35-48.
- Seamon, D., & Sowers, J. (2008). Place and placelessness, edward relph, P. Hubbard, R. Kitchen, & G. Vallentine (Editörler), *Key Texts in Human Geography* içinde (s. 43-52). London: Sage.

- Seamon, D. (2014). Place attachment and phenomenology. Lynne C. Manzo ve Patrick Devine-Wright (Eds) *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications* içinde (s.12-22.). Great Britain: Routledge.
- Seferihisar, (2020). <https://seferihisar.com/seferihisara-goc-rekoru-kirildi/> (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Seferihisar Belediyesi, (2020a). <http://seferihisar.bel.tr/seferihisar-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Seferihisar Belediyesi, (2020b). <http://seferihisar.bel.tr/koy-pazari/> (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Seferipazar, (2020). <http://seferipazar.com/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 26.02.2020).
- Shahyad, S., Besharat, M. A., Asadi, M., Alipour, A. S. ve Miri, M. (2011). The relation of attachment and perceived social support with life satisfaction: structural equation model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 952-956.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: an empirical measurement. *Geoforum*, 22, 347-358.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: a review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in north wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Suhr, D. D. (2006). Exploratory or confirmatory factor analysis? proceedings of the 31 st annual sas? users group international conference. Cary, NC: SAS Institute Inc. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.176.840&rep=rep1&type=pdf> (Erişim Tarihi: 03.06.2019)
- Silva, R. ve Correia, A. (2017). Places and tourists: ties that reinforce behavioural intentions. *Anatolia*, 28(1), 14-30.
- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tourism Management*, 15(2), 98-108.
- Sirakaya-Turk, E., Ekinçi, Y., & Kaya, A. G. (2008). An examination of the validity of SUS-TAS in cross-cultures. *Journal of Travel Research*, 46(4), 414-421.
- Sirakaya-Turk, E., & Gursoy, D. (2013). Predictive validity of SUSTAS. *Tourism Analysis*, 18(5), 601-605.
- Sirakaya, E., Teye, V. ve Sonmez, S. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Sirakaya, E., Jamal, T. B., & Choi, H. S. (2001). Developing indicators for destination sustainability. D.B. Weaver (Ed.), *The Encyclopedia of Ecotourism* içinde (s. 411-432), CAB International, New York.

- Sixsmith, J. (1986). The meaning of home: an exploratory study of environmental experience. *Journal Of Environmental Psychology*, 6(4), 281-298.
- Steele, F. (1981). The sense of place. Cbi Pub Co.
- Stedman, R.C. (2002). Toward a social psychology of place: predicting behavior from place-based cognitions, attitude, and identity. *Environment and Behavior*, 34, 561-581.
- Stedman, R., Beckley, T., Wallace, S., ve Ambard, M. (2004). A Picture and 1000 words: using resident-employed photography to understand attachment to high amenity places. *Journal of Leisure Research*, 36(4), 580–606.
- Stevens, J. P. (2003). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. London: Routledge.
- Stokols, D., & Shumaker, S. A. (1981). People in place: a transactional view of settings, J. Harvey (ed.) *Cognition, Social Behavior and the Environment* içinde (s. 441-488). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Strzelecka, C. (2017). Empowerment and resident support for tourism in rural central and eastern europe (cee): the case of pomerania, poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 554-572.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M. (2017). Place attachment and empowerment: do residents need to be attached to be empowered?. *Annals of Tourism Research*, 66, 61-73.
- Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the dots among destination images, place attachment, and revisit intentions: a study among british and russian tourists. *Tourism Management*, 60, 15-29.
- Sundblad, D. R., & Sapp, S. G. (2011). The persistence of neighboring as a determinant of community attachment: a community field perspective. *Rural Sociology*, 76(4), 511–534.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Cabi.
- Şahinkaya, S. (2010). Bir yerel kalkınma modeli: cittaslow ve seferihisar üzerine değerlendirmeler, <https://docplayer.biz.tr/1454265-I-cittaslow-nedir-dr-serdar-sahinkaya.html>, (Erişim Tarihi: 26.02.2020)
- Şentürk, B. (2019). *Edremit ilçesi yerel halkının turizm gelişimine yönelik algısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şentürk, Ü. (2014). Mekan sadece mekan değildir: kentsel mekanın yeni tezahürleri. *Doğu Batı Dergisi*.85-106.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. William G. Austin, Stephen Worchel (Edsitrler). *The Social Psychology of Intergroup Relations* içinde (s. 33-47). Brooks-Cole: California.

- Taylor, D. M., Dube', L., ve Bellerose, J. (1986). Intergroup contact in Quebec: myth or reality? M. Hewstone and R. Brown (Editörler), *Contact and conflict in intergroup encounters* içinde (s. 107–118). Oxford: Basil Blackwell.
- Taylor, D. M., & Moghaddam, F. M. (1994). *Theories of intergroup relations: international social psychological perspectives*. London: Praeger.
- Teye, V., Sirakaya, E. ve Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- The Blackwell Encyclopedia of Sociology (2007), Edited by George Ritzer, Blackwell Publishing, ISBN 978-1-4051-2433-1.
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: teorik bir inceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Trentelman, C. K. (2009). Place Attachment and community attachment: a primer grounded in the lived experience of a community sociologist. *Society and Natural Resources*, 22(3), 191-210.
- Tsai, C. Y. ve Shiue, Y. C. (2010). The study of current residents cognition, place attachment and community sense of tourism impacts towards the casino industry development. *African Journal of Business Management*, 4(5), 710-721.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*. Columbia University Press.
- Tuan, Y. F. (2008). *Space and place: the perspective of experience*. Minneapolis, Minnesota.
- Turner, J. C. (1975). Social comparison and social identity: some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5(1), 1-34.
- Turner, R. N. ve Crisp, R. J. (2010). Imagining intergroup contact reduces implicit prejudice. *British Journal of Social Psychology*, 49, 129–142.
- Tutar, H. (2012). *Sosyal psikoloji: kavramlar ve kuramlar*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu. (2017). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a58bd67e762a1.24718365. (Erişim tarihi 12.01.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>. (Erişim tarihi: 10.12.2019).
- Türksoy, Ö. (1986). Çevresel psikoloji. *Planlama ve Kentsel Bütünleşme, Planlama Dergisi*, Sayı 1, 13-17, TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayınları, Ankara.
- Twigger-Ross, C. L. ve Uzzell, D. L. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205-220.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- UNWTO. (2019). <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (Erişim Tarihi: 09.09.2019).

- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2015). *Mekanları tüketmek* (Çev. Rahmi G. Öğdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (Çev. Enis Tataroğlu ve İbrahim Yıldız). Ankara: Bilgesu.
- Uriely, N., Israeli, A. ve Reichel, A. (2003). Religious Identity and Residents' Attitudes Toward Heritage Tourism Development: The Case of Nazareth. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(1), 69-84.
- Uzzell, D., Pol, E. ve Badenas, D. (2002). Place identification, social cohesion, and environmental sustainability. *Environment and Behavior*, 34(1), 26-53.
- Ünlü, S. T. (2017). Kent kimliğinin oluşumunda kentsel bellek ve kentsel mekan ilişkisi: mersin örneği. *Planlama Dergisi*, 27(1), 75-93.
- Vaske, J. J., ve Kobrin, K. C. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education*, 32(4), 16-21.
- Yazar, K.M. (2006). *Sürdürülebilir kentsel gelişme çerçevesinde orta ölçekli kentlere dönük kent planlama yöntem önerisi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *Istanbul University Journal of the School of Business*, 46, 74 – 85.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Karaahmet, A. (2013). Yavaş şehir hareketinin kent imajına katkısı: ordu-perşembe örneğinin yerel basın üzerinden analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 11-20.
- Yu, C. P., Chancellor, H. C., & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: a reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.
- Yuksel, A. ve Culha, O. (2018). An assessment of the acceptance of government-issued tourism strategies: a case of tourism students. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 166-187.
- Yuksel, A., Yuksel, F., ve Bilim, Y. (2010). Destination attachment: effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274-284.
- Yurtseven, H. R. ve Kaya, O. (2011). Slow tourists: a comparative research based on cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98.
- Wang, J. ve Wang, X. (2012). *Structural equation modeling: Methods and applications*. USA: Wiley.
- Wang, S. ve Chen, J. S. (2015). The Influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.

- Wang, S. ve Xu, H. (2015). influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Wang, S. (2016). Roles of place identity distinctiveness and continuity on resident attitude toward tourism. *European Journal of Tourism Research*, 13, 58.
- Ward, C. ve Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.
- Weimar, D. ve Rocha, C. M. (2019). Does distance matter? geographical distance and domestic support for mega sports events. *Journal of Sports Economics*, 20(2), 286-313.
- Werner, C. M., Altman, I. ve Oxley, D. (1985). Temporal aspects of homes. I. Altman, & C. M. Werner (Editörler), *Home Environments* içinde (s. 1-32). Springer, Boston, MA.
- What is sustainability?. (2019). <https://www.globalfootprints.org/sustainability/>, (Erişim Tarihi: 20.05.2019).
- Wijaya, I. N. S., Purnamasari, W. D. ve Sitaresmi, D. (2018). Defining place attachment in community base development program for urban settlement—a theoretical review. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science 202(1). IOP Publishing.
- Williams, S. (2002). *Tourism geography*. London: Routledge. <http://baulturismo.com/wp-content/uploads/2018/07/Tourism-Geograp-SStephen-Williams.pdf> (Erişim Tarihi: 22.09.2019)
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., ve Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure sciences*, 14(1), 29-46.
- Williams, D. R., ve Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Woo, E., Kim, H. ve Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
- Woldoff, R. A. (2002). The effects of local stressors on neighborhood attachment. *Social Forces*, 81(1), 87-116.
- Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin-Volpe, T. ve Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 73-90.

EKLER

Ek - 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı;									
Bu anket formu, Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında yürütülen “ <i>Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi</i> ” başlıklı doktora tez çalışmasının bir parçasıdır. Anket verileri araştırmada gizlilik ve güven ilkelerine bağlı kalınarak sadece araştırmacı tarafından değerlendirilecek ve saklı tutulacaktır. <i>Araştırmanın bilimsel değerini dikkate alarak soruları içtenlikle yanıtladığınız için teşekkür ederiz.</i>									
Arş. Gör. Cemali BUZLUKÇU Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi									
<i>Aşağıda yer alan ifadeler “Yer Kimliği” düzeyinizi belirlemeye yöneliktir. Lütfen katılım düzeyinizi; 1 en düşük, 5 en yüksek olacak şekilde belirtiniz.</i>									
1- Kesinlikle Katılmıyorum	2-Katılmıyorum	3-Kararsızım	4-Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum					
1	Seferihisar, diğer şehirlerde yaşayanlar tarafından itibarlı, saygın bir şehir olarak görülür.	1	2	3	4	5			
2	Diğer kentlerle kıyaslandığında Seferihisar pek çok avantaja sahiptir.	1	2	3	4	5			
3	Seferihisar turistlere tavsiye edilebilecek bir kenttir.	1	2	3	4	5			
4	Bu şehir, diğer şehirlerin imrendiği, özendiği özelliklere sahiptir.	1	2	3	4	5			
5	Seferihisar’ı memleketim olarak görüyorum.	1	2	3	4	5			
6	Kendimi Seferihisarlı olarak görüyorum.	1	2	3	4	5			
7	Seferihisar’da kendimi evimdeymiş gibi hissediyorum.	1	2	3	4	5			
8	Bu şehir benim bir parçam.	1	2	3	4	5			
9	Bu şehirde pek çok şey bana geçmişimi hatırlatıyor.	1	2	3	4	5			
10	Başka bir yerde yaşayabileceğimi düşünmüyorum, eğer yaşarsam kendimle ilgili pek çok şeyden vazgeçmek zorunda kalacağım.	1	2	3	4	5			
11	Bu şehre içten bir bağlılık hissediyorum; çünkü burasıyla ilgili pek çok anım var.	1	2	3	4	5			
12	Bu şehri o kadar iyi tanıyorum ki çok eski bir fotoğrafını bile görsem tanırım.	1	2	3	4	5			
13	Seferihisar’da her dolaştığımda kendimi bu kente ait hissedirim.	1	2	3	4	5			
14	Bu şehir bana gerçekten çok tanıdık geliyor.	1	2	3	4	5			
15	Bu şehri her gün çok yoğun duygularla yaşıyorum.	1	2	3	4	5			
16	Kesinlikle Seferihisar’da kalmak isterim.	1	2	3	4	5			
17	Seferihisar’ın geleceğini merak ediyorum, nasıl bir yer olacağını görmek istiyorum.	1	2	3	4	5			
18	Seferihisar benim gelecekle ilgili planlarımda çok önemli bir yer tutar.	1	2	3	4	5			
19	Kişisel geleceğimde Seferihisar’ın çok önemli bir yeri var.	1	2	3	4	5			
20	Bu şehir, günlük yaşamımda çok önemli bir yer tutar.	1	2	3	4	5			
<i>Aşağıda yer alan ifadeler “Sürdürülebilir Turizm Tutumu” düzeyinizi belirlemeye yöneliktir. Lütfen katılım düzeyinizi; 1 en düşük, 5 en yüksek olacak şekilde belirtiniz.</i>									
1- Kesinlikle Katılmıyorum	2-Katılmıyorum	3-Kararsızım	4-Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum					
1	Seferihisar’da doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve doğayı korumalıyız	1	2	3	4	5			
2	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.	1	2	3	4	5			
3	Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.	1	2	3	4	5			
6	Seferihisar turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	1	2	3	4	5			
8	Başarılı bir turizm yönetimi için, iyi koordine edilmiş planlara ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5			
9	Seferihisar’da turizmin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5			
10	Turizmin Seferihisar halkının ekonomisine katkı sağladığına inanıyorum.	1	2	3	4	5			
11	Turizm, yöresel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	1	2	3	4	5			
12	Seferihisar’a yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.	1	2	3	4	5			
14	Seferihisar’daki turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	1	2	3	4	5			
15	Turizm endüstrisi Seferihisar’a gelen ziyaretçilere iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	1	2	3	4	5			
16	Seferihisar’a gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	1	2	3	4	5			
17	Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar’daki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.	1	2	3	4	5			
18	Turizmi geliştirme çalışmalarına Seferihisarlılar tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.	1	2	3	4	5			
19	Şehirdeki turizm yatırımlarında Seferihisarlılara daha fazla fırsat verilmelidir.	1	2	3	4	5			
20	Turizmin gelişmesi nedeniyle Seferihisar aşırı kalabalıklaştı.	1	2	3	4	5			
21	Seferihisar’daki eğlence-dinlenme etkinlikleri turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır.	1	2	3	4	5			
22	Seferihisar’a gelen turistler yaşam kalitemi kötü etkiliyor.	1	2	3	4	5			
23	Seferihisar’daki turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgede yaşayan insanlardan sağlamalıdır.	1	2	3	4	5			

24	Seferihisar'da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	1	2	3	4	5			
25	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu Seferihisar'daki üretimle karşılanmalıdır.	1	2	3	4	5			
Aşağıda yer alan ifadeler "Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu" düzeyinizi belirlemeye yöneliktir.									
<u>Lütfen katılım düzeyinizi; 1 en düşük, 5 en yüksek olacak şekilde belirtiniz.</u>									
1- Kesinlikle Katılmıyorum		2-Katılmıyorum		3-Kararsızım		4-Katılıyorum		5- Kesinlikle Katılıyorum	
1	Seferihisar'ın kalkınmasında turizm önemli bir kaynak olabilir.	1	2	3	4	5			
2	Seferihisar'a daha fazla turist çekmeye çalışmalıyız.	1	2	3	4	5			
3	Seferihisar'daki turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	1	2	3	4	5			
4	Seferihisar'da turizmin daha fazla gelişmesi için çaba sarf edilmelidir.	1	2	3	4	5			
5	Seferihisar'daki turizm gelişimini destekliyorum.	1	2	3	4	5			
6	Turizm, toplumumuzun önemli bir parçası olmaya devam etmelidir.	1	2	3	4	5			
Aşağıda yer alan ifadeler "Yaşam Memnuniyeti" düzeyinizi belirlemeye yöneliktir.									
<u>Lütfen katılım düzeyinizi; 1 en düşük, 5 en yüksek olacak şekilde belirtiniz.</u>									
1- Kesinlikle Katılmıyorum		2-Katılmıyorum		3-Kararsızım		4-Katılıyorum		5- Kesinlikle Katılıyorum	
1	Hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5			
2	Hayatımı dolu dolu yaşıyorum.	1	2	3	4	5			
3	Hayatımı bir bütün olarak değerlendirdiğimde hedeflerime ulaştığımı düşünüyorum.	1	2	3	4	5			
4	Yapmak istediğim her şeyi gerçekleştirdiğim için hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5			
5	Yaşamımda şu anda her şey yolunda gidiyor.	1	2	3	4	5			
Aşağıda yer alan ifadeler "Topluluğa Bağlılık" düzeyinizi belirlemeye yöneliktir.									
<u>Lütfen katılım düzeyinizi; 1 en düşük, 5 en yüksek olacak şekilde belirtiniz.</u>									
1- Kesinlikle Katılmıyorum		2-Katılmıyorum		3-Kararsızım		4-Katılıyorum		5- Kesinlikle Katılıyorum	
1	Seferihisar'daki yerel gelenek ve göreneklerin yaşatılması benim için önemlidir.	1	2	3	4	5			
2	Seferihisar'da diğer insanlarla kurduğum arkadaşlıklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.	1	2	3	4	5			
3	Seferihisar'da yaşayan halka manevi bir bağlılık hissediyorum.	1	2	3	4	5			
4	Seferihisar'da halk arasında yaşanan olaylar beni de ilgilendirir.	1	2	3	4	5			

1.Cinsiyetiniz?

Kadın Erkek

2.Yaşınız?

18 – 24 25 – 34 35 – 44
 45 – 54 55 – 64 65 ve üzeri

3.Medeni Durumunuz?

Evli Bekar (Dul veya Boşanmış)

4.Eğitim Durumunuz?

İlköğretim Ortaöğretim-Lise
 Üniversite (2 yıl) Üniversite (4 yıl)
 Lisansüstü

5.Mesleğiniz?

İşçi Memur
 Emekli Öğrenci
 Ev Hanımı Akademisyen
 İşsiz Esnaf
 Serbest Meslek
 Diğer _____ (Lütfen belirtiniz)

6.Aylık bireysel ortalama geliriniz?

2.020 TL ve altı 2021 TL– 3000 TL
 3.001TL – 4.000 TL 4.001TL – 5.000 TL
 5.001TL – 6000 TL 6001 TL ve üzeri

7.Yörede turizmin gelişmesinden ekonomik olarak ben de faydalanmaktayım.

Hiç Çok Az Biraz Oldukça Çok Fazla

8.Ailemin temel geçim kaynağı turizmdir.

Evet Hayır

9.Kendinizi Seferihisarlı olarak hissediyor musunuz?

Evet Hayır

10.Kaç yıldır Seferihisar'da yaşıyorsunuz?

Lütfen Belirtiniz.....

11.Seferihisarda ikamet durumunuz?

Yalnızca Belirli Dönemlerde Sürekli

12.Burada doğdum.

Evet Hayır

13.Hangi mahallede ikamet ediyorsunuz?

Lütfen Belirtiniz.....

14.Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle iletişiminiz var mı (yardım etme, sohbet, ticaret vb.)?

Hiç Çok Az Biraz Oldukça Çok Fazla

Ek - 2. Basıklık ve Çarpıklık Değerleri Tablosu

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
kar1	485	-,937	,111	,219	,221
kar2	485	-1,158	,111	2,276	,221
kar3	485	-1,199	,111	1,321	,221
kar4	485	-1,134	,111	2,182	,221
aid5	485	-1,869	,111	4,807	,221
aid6	485	-1,771	,111	4,438	,221
aid7	485	-1,731	,111	4,682	,221
aid8	485	-1,375	,111	2,753	,221
gec9	485	-1,504	,111	3,052	,221
gec10	485	-,929	,111	,612	,221
gec11	485	-1,439	,111	3,424	,221
gec12	485	-1,344	,111	2,428	,221
asi13	485	-1,455	,111	3,471	,221
asi14	485	-1,202	,111	2,670	,221
asi15	485	-1,230	,111	3,283	,221
asi16	485	-1,305	,111	2,645	,221
bag17	485	-1,565	,111	3,153	,221
bag18	485	-,916	,111	1,795	,221
bag19	485	-1,269	,111	2,404	,221
bag20	485	-1,341	,111	2,061	,221
cs1	485	-1,683	,111	1,376	,221
cs2	485	-1,686	,111	1,167	,221
cs3	485	-1,505	,111	,265	,221
udp1	485	-,757	,111	-1,147	,221
udp2	485	-,397	,111	-1,262	,221
udp3	485	-,500	,111	-1,161	,221
aef1	485	-,637	,111	-,695	,221
aef2	485	-,353	,111	-1,536	,221
aef3	485	-,567	,111	-,810	,221
tmt1	485	-,575	,111	-,800	,221
tmt2	485	-,538	,111	-,759	,221
tmt3	485	-,530	,111	-,726	,221
tkm1	485	-1,786	,111	4,472	,221
tkm2	485	-,326	,111	-1,139	,221
tkm3	485	-,377	,111	-,911	,221
asm1	485	-1,025	,111	1,755	,221
asm2	485	-,691	,111	-,106	,221
asm3	485	1,969	,111	3,200	,221
zms1	485	-,702	,111	-,196	,221
zms2	485	-,563	,111	-,599	,221
zms3	485	-,538	,111	-,759	,221
TUGED1	485	-,801	,111	,012	,221
TUGED2	485	-,913	,111	,505	,221
TUGED3	485	-1,455	,111	3,390	,221
TUGED4	485	-,855	,111	,116	,221
TUGED5	485	-,914	,111	,209	,221
TUGED6	485	-,972	,111	,355	,221
ym1	485	-1,634	,111	2,783	,221
ym2	485	-,893	,111	-,322	,221
ym3	485	-,750	,111	-,669	,221
ym4	485	-,770	,111	-,657	,221
ym5	485	-1,337	,111	1,416	,221
topb1	485	-1,491	,111	1,728	,221
topb2	485	-,820	,111	-,213	,221
topb3	485	-1,120	,111	,248	,221
topb4	485	-,976	,111	,220	,221
Valid N (listwise)	485				

