



T.C.

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
TURİZM ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ**

**TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMİNİ VE YEREL KİMLİK
DUYGUSUNA ETKİSİ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Rümeysa UNAT

24030210003

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Duygu EREN

2025



T.C.

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
TURİZM ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ**

**TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMİNİ VE YEREL KİMLİK
DUYGUSUNA ETKİSİ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Rümeysa UNAT

24030210003

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Duygu EREN**

2025

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Rümeysa UNAT

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Turizmin Yerel Halkın Yaşam Tatmini ve Yerel Kimlik Duygusuna Etkisi: Nevşehir Örneği ” adlı Yüksek Lisans, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Rümeysa UNAT

Danışman

Doç. Dr. Duygu EREN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Duygu EREN,

İmza

KABUL VE ONAY SAYFASI

Doç. Dr. Duygu EREN danışmanlığında Rümeyza UNAT tarafından hazırlanan “Turizmin Yerel Halkın Yaşam Tatmini ve Yerel Kimlik Duygusuna Etkisi: Nevşehir Örneği” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

...../...../.....

JÜRİ

Danışman : Doç. Dr. Duygu EREN

Üye : Prof. Dr. Şule AYDIN

Üye : Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ

İMZA

.....

.....

.....

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun/...../..... tarih vesayılı Kararı ile onaylanmıştır.

...../...../.....

Prof. Dr. Bekir Bora DEDEOĞLU

TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMINİ VE YEREL KİMLİK DUYGUSUNA ETKİSİ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

ÖZET

Rümeysa UNAT

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü,
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Temmuz, 2025

Danışman: Doç. Dr. Duygu EREN

Bu çalışma, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu üzerindeki etkilerini Nevşehir örneği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma alanı olarak Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Nevşehir seçilmiştir. Turizmin yalnızca ekonomik etkileri değil, aynı zamanda sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin de yerel halkın yaşam taminini ve yerel kimlik duygularını nasıl şekillendirdiğini araştırmak çalışmanın temel odak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutta olumlu ve olumsuz etkilerinin yaşam tatmini ve yerel kimliğin işbirliği ve iletişim ile aidiyet boyutları üzerindeki yordayıcı etkileri analiz edilmiştir.

Araştırmada, nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veri toplama aşamasında anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler istatistik yazılım programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin çözümlenmesi sürecinde betimleyici istatistiklerin yanında, değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmek adına korelasyon analizi de yapılmıştır. Bu analiz aracılığıyla turizmin farklı boyutlardaki algılanan etkileri ile yaşam tatmini ve yerel kimlik arasındaki ilişki düzeyleri ortaya koyulmuştur. Ayrıca, değişkenlerin birbirleri üzerindeki yordayıcı gücünü test edebilmek adına çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, turizmin olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin yerel halkın yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin ise yerel halkın yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin yerel kimliğin hem işbirliği hem de aidiyet boyutları üzerinde olumlu etkileri olduğu gözlemlenmiştir. Diğer yandan, olumsuz ekonomik etkilerin yerel kimlik üzerinde olumsuz yönde etkileri saptanmıştır. Çevresel etkilerin ise yaşam tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucu elde edilmiştir. Son olarak; yerel kimliğin iletişim ve işbirliği boyutunun yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu fakat aidiyet boyutunun ise yaşam tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, turizm faaliyetlerinin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu üzerindeki çok boyutlu etkilerini ortaya koyarak, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi açısından önemli katkılar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizmin Etkileri, Yaşam Tatmini, Yerel Kimlik Duygusu, Nevşehir

**THE EFFECT OF TOURISM ON LOCAL PEOPLE’S LIFE
SATISFACTION AND LOCAL IDENTITY SENSE: THE NEVŞEHİR
CASE
ABSTRACT**

Rümeysa UNAT

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Tourism Research Institute,

Department of Tourism Management, Master’s Degree, July, 2025

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN

This study aims to examine the effects of tourism on the life satisfaction and sense of local identity of the local population, using Nevşehir as an example. Nevşehir, one of Turkey's major tourism centers, has been selected as the study area. The study focuses on how tourism's economic, socio-cultural, and environmental impacts shape the local population's life satisfaction and sense of local identity. In this context, the predictive effects of the positive and negative impacts of tourism in economic, socio-cultural, and environmental dimensions on life satisfaction and the dimensions of cooperation, communication, and belonging in local identity were analyzed.

A quantitative research method was adopted in the study, and the survey technique was used in the data collection phase. The data obtained within the scope of the study were analyzed using the statistical software program. In addition to descriptive statistics, correlation analysis was also performed to analyze the relationships between variables during the data analysis process. Through this analysis, the relationship levels between the perceived effects of tourism in different dimensions and life satisfaction and local identity were revealed. Furthermore, multiple regression analysis was used to test the predictive power of the variables on each other.

According to the findings, it was determined that the positive economic and socio-cultural effects of tourism have a positive impact on the life satisfaction of the local population. It was concluded that the negative economic effects of tourism have a negative impact on the life satisfaction of the local population. It was observed that the positive economic, socio-cultural, and environmental effects of tourism have positive effects on both the cooperation and belonging dimensions of local identity. On the other hand, it was found that negative economic effects have negative effects on local identity. It was concluded that environmental effects do not have a significant impact on life satisfaction. Finally, it was found that the communication and cooperation dimensions of local identity have a significant positive impact on life satisfaction, but the belonging dimension does not have a significant impact on life satisfaction.

These findings reveal the multidimensional effects of tourism activities on the life satisfaction and sense of local identity of the local population, thereby providing important contributions to the development of sustainable tourism policies.

Keywords: Tourism, Effects of Tourism, Life Satisfaction, Sense of Local Identity, Nevşehir

KISALTMALAR

SET	: Social Exchange Theory (Sosyal Değişim Kuramı)
SIT	: Social Identity Theory (Sosyal Kimlik Kuramı)
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
VIF	: Variance Inflation Factor (Varyans Artış Faktörü)
TALC	: Tourism Area Life Cycle (Turizm Yaşam Döngüsü)
Sd	: Serbestlik Derecesi



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Turizm ve Toplum İlişkisi	4
1.2. Turizmin Etkileri	5
1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri	6
1.2.2. Turizmin Çevresel Etkileri	9
1.2.3. Turizmin Sosyal Etkileri	11
1.2.4. Turizmin Kültürel Etkileri	16
1.3. Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarını Etkileyen Faktörler .	21
1.3.1. Tek Değişkenli Faktörler	22
1.3.1.1. Dışsal Faktörler	22
1.3.1.2. İçsel Faktörler	25
1.3.2. Çok Değişkenli Faktörler	28
1.4. Turizm ve Yaşam Tatmini İlişkisi	30
1.4.1. Yaşam Tatmini Kavramı	31
1.4.2. Turizmin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkileri	32
1.5. Turizm ve Yerel Kimlik İlişkisi	33
1.5.1. Kimlik Kavramı	35

1.5.2.	Yerel Kimlik Kavramı.....	36
1.5.3.	Turizmin Yerel Kimlik Duygusuna Etkileri	37
1.6.	İlgili Kuramlar	39
1.6.1.	Doxey'in Irridex (Irritation Index) Modeli	40
1.6.2.	Butler'in Turizm Yaşam Döngüsü Modeli (Butler's Tourism Area Life Cycle - TALC).....	41
1.6.3.	Sosyal Değişim Kuramı (Social Exchange Theory – SET)	44
1.6.4.	Sosyal Kimlik Kuramı (Social Identity Theory – SIT).....	46
1.7.	İlgili Alanyazın.....	48

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMİNİ VE YEREL KİMLİK DUYGUSUNA ETKİSİNİN BELİRLENMESİ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

2.1.	Araştırmanın Konusu	50
2.2.	Araştırmanın Amacı	51
2.3.	Araştırmanın Önemi	51
2.4.	Araştırmanın Sınırlılıkları	52
2.5.	Araştırmanın Yöntemi	53
2.5.1.	Evren ve Örneklem	53
2.5.2.	Pilot Uygulama	54
2.5.3.	Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	55
2.6.	Araştırma Modeli ve Hipotezler.....	56
2.7.	Verilerin Analizi.....	60
2.7.1.	Analiz Öncesi İşlemler.....	61
2.7.1.1.	Normallik Testleri.....	61
2.7.1.2.	Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizleri	64
2.8.	Bulgular	71
SONUÇ VE ÖNERİLER.....		77
KAYNAKÇA		82
EKLER.....		96
ÖZGEÇMİŞ.....		99

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Doxey'in Irridex (Irritation Index) Modeli	40
Tablo 1.2. Sosyal Değişim Süreci Modeli.....	45
Tablo 2.1. Tek Değişkenli Normallik Dağılımı.....	62
Tablo 2.2. Turizmin Etkileri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları	66
Tablo 2.3. Yaşam Tatmini Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları	68
Tablo 2.4. Yerel Kimlik Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları	69
Tablo 2.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri	71
Tablo 2.6. Araştırma Değişkenleri Arasındaki Korelasyonlar	72
Tablo 2.7. Turizmin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	73
Tablo 2.8. Turizmin Yerel Kimliğin İletişim ve İşbirliği Boyutu Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	74
Tablo 2.9. Turizmin Yerel Kimliğin Aidiyet Boyutu Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	75
Tablo 2.10. Yerel Kimliğin İşbirliği ve İletişim ile Aidiyet Boyutlarının Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	76

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Araştırmanın Modeli.....	56
-------------------------------------	----



GİRİŞ

Günümüzde turizm sektörü, yalnızca bir ekonomik kalkınma aracı olarak değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve çevresel değişimlerin de önemli bir tetikleyicisi olarak değerlendirilmektedir (Sharpley, 2014; Hall, 2008). Turizmin gelişimiyle beraber turizm bölgelerinde yaşanan değişimler, yalnızca bölgenin fiziksel yapısını değil aynı zamanda yerel halkın yaşam biçimini, yaşam tatminini ve kimlik algısını da etkilemektedir (Ap ve Crompton, 1998; Gursoy, Jurowski ve Uysal, 2002). Özellikle turizm aktivitelerinin ve turistik hareketliliğin yoğun olduğu bölgelerde, yerel halkın bu hareketliliğe ve turizmin gelişim göstermesi ile beraber yaşanan değişimlere verdiği tepkiler, turizmin bölgede sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir (Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005; Ko ve Stewart, 2002).

Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri, alanyazında uzun süredir tartışılan önemli bir konudur. Turizm, ekonomik faydalarının ötesinde, toplumsal yapıları, kültürel değerleri ve bireylerin yaşam memnuniyetini etkileyen çok yönlü bir olgudur (Mathieson ve Wall, 1982). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları ise turizmden elde edilen fayda ve turizmin yarattığı maliyetlere bağlı olarak şekillenmektedir (Ap, 1992). Bu çerçevede turizm bazı bölgelerde yerel halkın ekonomik refahını artırıp sosyal sermayenin güçlenmesine yol açarken; bazı bölgelerde ise toplumsal yabancılaşma ve kimlik krizleri gibi çeşitli olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Dogan, 1989; Gursoy, vd., 2002; Smith, 1989). Bu nedenle, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin kapsamlı ve çok boyutlu biçimde analiz edilmesi, özellikle turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için önem taşımaktadır (Murphy, 1985; Tosun, 2002).

Nevşehir doğal ve kültürel zenginlikleri ile Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biridir. Kapadokya bölgesi başta olmak üzere, peri bacaları, yer altı şehirleri ve tarihi dokusuyla yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (Tosun, 2001). Turizm hareketliliğinin ve turist-yerli halk etkileşiminin yüksek olduğu bu bölge, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini gözlemlemek ve tespit etmek adına önemli bir örnek teşkil etmektedir. Dolayısıyla bu yoğun turizm hareketliliği bölgede, yerel halkın yaşam tatmini düzeyine ve yerel kimlik duygusuna nasıl etki ettiği sorusunu gündeme getirmektedir.

Mevcut çalışmada, turizmin yalnızca ekonomik kazanç sağlayan bir sektör olarak ele alınmasının ötesine geçilerek, turizm sektörünün toplumsal boyutlarını da ön plana çıkarmak ve irdelemek amaçlanmıştır. Yerel halkın yaşam tatmini düzeyinin artması ya da azalması, yerel kimlik duygusu ile beraber aidiyet hissinin güçlenmesi ya da zayıflaması, kültürel değerlerin korunması ya da yozlaşması gibi durumlar, turizmin doğrudan ya da dolaylı sonuçları arasında yer almaktadır (McCool ve Martin, 1994; Smith, 1989). Turizm sektörünün devamlılığı için de yerel halkın desteğinin çok önemli olduğu düşünüldüğünde, bir bölgede turizmin yerel halk üzerindeki etkilerin araştırılarak olumlu ve olumsuz etkilerin dengeli biçimde değerlendirilmesi ve bu doğrultuda önerilerin geliştirilmesi gerekliliği doğmaktadır (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011).

Bu çerçevede, turizmin yerel halk üzerindeki etkileri sadece akademik anlamda değil aynı zamanda yerel yönetimler, turizm planlamacıları ve politika yapıcılar açısından da önemli çıkarımlar sunmaktadır (Richards ve Hall, 2000). Yerel halkın turizmden etkilenme düzeyi ve bu etkileri algılama biçimleri hem mevcut turizm sektörünün başarısını hem de geleceğe yönelik turizmin sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyebilmektedir (Byrd, 2007). Eğer turizm yerel halk tarafından yaşam tatmin düzeyini artıran, kimliği koruyan, kültürel değerlere zarar vermeyen bir unsur olarak algılanırsa toplumda desteklenme düzeyi de artacaktır (Choi ve Sirakaya, 2005). Yerel halk turizm gelişiminden memnun olur ve bu gelişimi desteklerse yerel halkın olumlu tutumu turistleri de ziyaret ettikleri bölgede mutlu edecektir. Aksi halde bölgede istenmediğini düşünen turist, rahatsızlık duyabilmekte ve bölgeyi tekrar ziyaret etmekten kaçınma eğilimi gösterebilmektedir (Doxey, 1975). Dolayısıyla, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygularına olan etkilerini belirlemek turizmin sosyal açıdan da sürdürülebilirliğinin sağlanmasında kritik öneme sahiptir.

Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini, özellikle yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu bağlamında Nevşehir örneği üzerinden incelemektir. Çalışmanın amacına ulaşabilmek için nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri toplama sürecinde anket tekniği kullanılmıştır. Nevşehir'in Merkez, Avanos ve Ürgüp ilçelerinde ve Göreme, Uçhisar ve Ortahisar beldelerinde yaşayan yerel halktan elde edilen verilerle, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu üzerindeki etkiler istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

Çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizmin etkileri kapsamlı biçimde ele alınmış; yaşam tatmini ve yerel kimlik kavramları turizm ile ilişkisi bağlamında incelenmiştir. Ayrıca Doxey'in Irridex Modeli, Butler'in Yaşam Döngüsü Modeli, Sosyal Değişim Kuramı ve Sosyal Kimlik Kuramı gibi temel kuramlar açıklanmıştır. Son olarak ise mevcut çalışma ile ilgili alanyazında verilen çalışmaların bir özeti sunulmuştur. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, çalışmanın önemi, amacı, sınırlılıkları, yöntemi, modeli, hipotezleri, bulguları ve sonucu yer almaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi incelenmiştir. Öncelikle turizm ve toplum ilişkisi irdelenmiş sonrasında turizmin etkileri ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel olmak üzere dört başlıkla açıklanmıştır. Daha sonra yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını etkileyen faktörler detaylı biçimde incelenmiştir. Son olarak ise çalışmanın temel iki boyutunu oluşturan yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu önce kavramsal olarak sonrasında ise turizm alanyazınındaki yeri bağlamında ele alınmıştır.

1.1. Turizm ve Toplum İlişkisi

Turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları olan ve dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir (Holloway vd., 2009). Turizm, ilk olarak, Guyer-Fuehler (1905) tarafından zamanla artan hava değişimi, bireylerin dinlenme ihtiyaçları, doğal güzellikleri görme istekleri ve ulaşım araçlarının da gelişimi gibi etkenler dolayısıyla toplumlar arası etkileşime imkân veren bir modern çağ olayı olarak tanımlanmaktadır (Çoruh, 1979). Günümüzde bilinen en yaygın tanımda ise; turizm, bireylerin sürekli yaşadıkları bölgeler dışında, ticari kazanç kaygısı olmaksızın ve 24 saatten fazla süre ile bir yerde bulunma veya en az bir geceleme yapmak suretiyle gerçekleştirdikleri seyahatler sonucu ortaya çıkan ekonomik ve sosyal tüketim olayı olarak ifade edilmektedir (Usta, 2008).

Turizm ekonomi, işletme, pazarlama, çevre, psikoloji vb. birçok disiplinle beraber ele alınması gereken bir konu olmasına rağmen ağırlıklı olarak ekonomik yönleri ile ele alınan bir konu olmuştur (Emir ve Toker, 2020). 1920'li yılların sonlarına doğru turizm sektörü, bazı ülkelerin ekonomileri için çok önemli bir faaliyet durumuna gelmiştir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2010). Günümüzde de halen birçok ülkede turizm sektörü ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli kaynaklarından (Bahar ve Kozak, 2018). Önemli bir kaynak durumunda olmasına rağmen turizmin hem olumlu hem de olumsuz ekonomik etkileri bulunmaktadır. İthalat, enflasyon, mevsimsellik,

fırsat maliyeti, yabancı iş gücü ve sermaye gibi olumsuz etkileri olduğu belirtilirken (Bahar ve Kozak, 2018; Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2008; Şahbaz, 2016; Usta, 2016; Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018) buna karşın milli gelir, istihdam, yeni iş alanlarının oluşturulması, ödemeler dengesi ve turizm sektörüne mal ve hizmet sağlayan sektörlerin kazanç sağlaması gibi konularda olumlu etkiye sahip olduğu ifade edilmektedir (Dineri, 2019). Dünya ekonomisine olan katkısı yadsınamayacak derecede büyük olmasının yanında turizmin toplumsal boyutu da önem arz eden bir konudur. Çünkü turizmin iki tarafını oluşturan yerel halk ve turist arasındaki ilişkiler yalnızca ekonomik olarak değerlendirilemeyecek kadar derindir (Emir ve Toker, 2020). Turizm toplumsal boyutu göz önüne alınarak tanımlandığında; turizm etkinliklerinin hem ziyaret edilen bölge halkında hem de ziyaretçi konumundaki turistlerde çeşitli etkileri olabileceği ifade edilmektedir. Bu değişimler yerel halkın yaşam tarzında, giyimlerinde, yiyecek-içecek alışkanlıklarında, düşünme biçimlerinde ve davranışlarında etkili olabildiği gibi aynı şekilde yabancılarda da benzer etkiler yaratabilmektedir (Barutçugil, 1989). Ayrıca turizmin yerel halkın aile yaşantısı, ahlaki tutumları, geleneksel törenleri, örf ve adetleri üzerinde de değişiklik yaratacak derecede etkisi olabilmektedir (Özdemir, 1992). Turizmin bir toplumda ortaya çıkardığı ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkileri takip eden başlıkta ayrıntılı biçimde açıklanmıştır.

1.2. Turizmin Etkileri

Turizmin etkilerini belirlemek ve anlamak sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak açısından önemlidir (Diedrich ve García-Buades, 2009). Turistler, destinasyonları kısa süreli ziyaret ediyor olsalar dahi ziyaret edilen bölgeye uzun süreli etkiler bırakabilmektedir. Hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara sebep olan bu etkiler, ekonomik, çevresel ve sosyal ve kültürel olarak sınıflandırılmaktadır (Buch, 2007; Mensah, 2012). Alanyazında konunun ele alınış biçimlerine bakıldığında; 1960'lı yıllarda turizmin olumlu etkilerine, 1970'li yıllarda olumsuz etkilerine, 1980 ve 1990'lı yıllarda ise dengeli bir yaklaşım sergileyerek hem olumlu hem olumsuz etkilerine eğilim olduğu tespit edilmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde ise çalışmalarda turizm gelişiminin yerel halk üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin birlikte ele alındığı görülmektedir (Baştan ve Alkaya, 2021; Ersoy, 2017; Türker, Selçuk ve Özyıldırım, 2016; Türker, 2020). Birçok araştırmacı tarafından bu etkiler üzerinde

çalışmalar yapılmış olsa da bu etkilerin analizi oldukça zordur. Çünkü turizm olayında olumlu ya da olumsuz etki yaratan birçok boyut bulunmaktadır (Özmen, 2007). Bu çalışmada turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusuna olan etkisini belirlemek hedeflenerek daha somut sonuçlar ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca alanyazında da sıklıkla vurgulanan turizmin sosyal, kültürel çevresel ve ekonomik etkilerinin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusunu etkileyeceği düşünüldüğünden, bu etkiler çalışmanın devam eden kısmında ilgili başlıklar altında ayrıntılı biçimde açıklanmıştır.

1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Daha önce de belirtildiği gibi turizmin etkilerini ele alan çalışmalar, turizmin yarattığı ekonomik etki boyutunda yoğunlaşmıştır. Bunun sebebi ise turizm sektörünün ülkelere ekonomik anlamda katkısının büyük olmasıdır. Kozak (2012), turizmin döviz kazandırma ve gelir artırma özelliği dolayısıyla çalışmalarda ekonomik boyutunun daha fazla ele alındığından söz etmiştir. Doğan (1987), turizmin yalnızca olumlu etkileri olduğunun düşünülmesinin yanlış bir yaklaşım olduğunu vurgulayarak, turizmin geliştiği bölgelerde dış ülkelere bağımlılık, pahalılık, enflasyon ve toplumun her kesiminin eşit derecede turizmden faydalanamaması gibi ekonomik eşitsizlikler doğurması şeklinde olumsuz ekonomik etkiler yaratabileceğini ifade etmiştir.

Tekeli ve Özcan (2022), turizmin olumlu ekonomik etkileri ile ilgili yapılan birçok çalışmayı (Bahar ve Kozak, 2018; Kozak vd., 2008; Şahbaz, 2016; Şahin, 1990; Usta, 2016; Ünlüönen vd., 2018) göz önüne alarak, turizmin ödemeler dengesi, gelir yaratma, istihdam yaratma, bölgesel kalkınma, alt ve üst yatırımlar ve diğer sektörler üzerindeki etkileri olmak üzere altı başlık altında ele almışlardır. Tekeli ve Özcan (2022) ile benzer şekilde Kozak vd. (2010), turizmin olumlu etkilerini turizmin gelir yaratıcı etkisi, istihdam yaratıcı etkisi, bölgelerarası dengeli kalkınma etkisi, altyapı ve üstyapı yatırımlarına etkisi, diğer ekonomik sektörler etkisi ve ödemeler dengesi üzerindeki etkisi olmak üzere altı başlık altında toplamıştır.

Turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde yaptıkları harcama dolayısıyla döviz girdisi sağlamaları turizmin olumlu etkilerinden en temelini oluşturmaktadır. Ziyaret edilen bölgede döviz girdisinin döviz çıktısından fazla olması sonucunda *ödemeler dengesi* olumlu yönde etkilenmektedir. Turistlerin yaptıkları harcamaları yalnızca konaklama, yeme-içme ile sınırlandırmak mümkün değildir. Ziyaret edilen bölgeye ulaşım,

bölgede yapılan alışveriş, eğlence aktiviteleri ve kültürel etkinlikler için ziyaret edilen müze ve ören yerleri de dâhil olmak üzere yapılan her türlü harcama bölgede yaşayan halka kazanç sağlamakta ve böylece turizm olayı ziyaret edilen bölgede *gelir artışı* yaratmaktadır.

Turizm sektörü geliştiği bölgede dolaylı, doğrudan ve ek istihdam yaratma etkisiyle bölge halkına hem turizm işletmelerinde hem de turizm işletmelerine mal ve hizmet sağlayan diğer sektörlerde istihdam sağlamaktadır. Turizm sektörü geliştiği bölge halkına turizm işletmelerinde açılan yeni iş kollarında ve turizm sektörüne mal ve hizmet sağlayan diğer sektörlerde iş imkânı sunarak yerel halka doğrudan, dolaylı ve ek istihdam yaratma etkisine sahiptir. İnsanın insana hizmeti ile ayakta kalan turizm sektöründe iş gücü çok önemlidir. Turizm sektörü hem kendi bünyesinde hem de ilişkili olduğu birçok sektörde *istihdam yaratma* etkisine sahiptir. Bu istihdam yaratma etkisi doğrudan, dolaylı ve ek olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir. Doğrudan istihdam turizm işletmelerinde; dolaylı istihdam turizm hareketleriyle bağlantılı olarak ortaya çıkan ulaşım, eğlence, bankacılık, inşaat ile ilgili işletmelerde; ek istihdam ise yerel halkın turizmden elde ettiği kazancı market, kuyumcu vb. işletmelerde harcaması ile ortaya çıkan istihdam türünü oluşturmaktadır (Tekeli ve Özcan,2022).

Turizmin olumlu etkilerinden bir diğeri ise bölgesel kalkınmaya olan etkisidir. Bir ülkenin gelişmişliğini etkileyen tarım, sanayi, turizm vb. etkenler bulunmaktadır. Tarım ve sanayisi gelişmemiş ülkelerin de doğal ve kültürel özellikleri ile ön plana çıkarak turizm sayesinde *bölgesel kalkınma* yaşaması mümkündür. Turizmin geliştiği bölgelerde turizm talebini karşılamak için ziyaret edilen bölgeye *alt ve üst yapı yatırımlarının* yapılması gereklidir. Alt yapı yatırımları bölgenin yol, su, kanalizasyon, elektrik vb. yatırımlarından oluşmaktadır ve bu yatırımlar turizm arzının oluşması için önem arz etmektedir. Üst yapı ise, bölgedeki konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, eğlence ve alışveriş merkezlerine yapılan yatırımları içermektedir. Bununla birlikte turizm diğer sektörler ile (tarım, sanayi, sağlık, hizmet vb.) yakından ilişkilidir. Bölgeye sağladığı ekonomik getiri sayesinde *diğer sektörlerde* de gelir ve istihdam artış sağlamaktadır. Ziyaret edilen bölgeye turizm talebinin artmasıyla doğru orantılı olarak diğer sektörler de talep de artmakta, böylece diğer sektörler de turizmden olumlu yönde etkilenmektedirler (Bahar ve Kozak, 2018; Kozak vd., 2008; Şahbaz, 2016).

Turizmin olumsuz etkileri de birçok çalışmaya konu olmuş ve turizmin olumsuz ekonomik etkileri ithalat, enflasyon, fırsat maliyeti, mevsimsellik, aşırı bağımlılık, yabancı iş gücü gereksinimi şeklinde sınıflandırılmıştır (Davras, 2017; Kozak vd., 2010; Tekeli ve Özcan, 2022). Turizm faaliyetleri için ihtiyaç duyulan malların dış ülkelerden alınması ve yerel tüketimin aşırı duruma gelmesi sonucunda döviz oluşmaktadır (Tekeli ve Özcan, 2022). Özellikle gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkeler, kaynak eksikliği sebebi ile daha fazla ithalata eğilim göstermekte bu da dış ülkelere bağımlılığa sebep olmaktadır. *İthalat eğilimindeki artış* dolayısıyla döviz çıkışı döviz girişinden fazla olursa ödemeler dengesi sağlanamaz ve böylece ülke ekonomisi olumsuz etkilenir (Davras, 2017). Turizmin gelişim gösterdiği bölgelere talebin aşırı artmasıyla beraber bölgedeki diğer mal ve hizmetlerin de (konut kiralari, arazi fiyatları, yeme-içme, ulaşım fiyatları vb.) fiyatlarında artış meydana gelmekte ve bu durum da *enflasyon* olarak tanımlanmaktadır. Turizm faaliyetlerinin artmasıyla paralel biçimde diğer mal ve hizmetlerde fiyat artışı olması, bölge ekonomisine olumsuz yönde etki etmektedir (Kozak vd., 2010). Turizmin bir başka olumsuz etkisi *fırsat maliyetidir*. Bir malın üretimi arttırmak adına başka bir malın üretiminden vazgeçmek fırsat maliyeti olarak tanımlanmaktadır. Burada vazgeçilen malın maliyetini düşünmek önem arz etmektedir. Maliyeti yüksek olan malın önceliklendirilmesi fırsat maliyetinde göz önünde bulundurulması gereken bir husustur (Akış Roney, 2011). Örneğin Türkiye'nin Ege ve Akdeniz kıyılarındaki verimli tarım arazilerinden vazgeçilerek yerine konaklama tesislerinin yapılması sebebiyle o bölgede yetişen bazı tarım ürünlerinin ithalatına başlamak zorunda kalmış ve bu durum ödemeler dengesini olumsuz yönde etkilemiştir (Tekeli ve Özcan, 2022).

Bir diğer olumsuz etkisi olan turizm faaliyetlerinin belirli aylarda yoğunlaşması turizmin *mevsimsellik* problemini ortaya çıkarır. Büyük şehirler dışında konaklama işletmelerinin yalnızca yılın belirli aylarında açık olması durumu, hem konaklama işletmelerinin yılın belli bir döneminde elde ettikleri kazançla tüm yıl geçirmek zorunda kalmalarına hem de turizm sektöründe çalışan bireylerin mevsimsel olarak işsiz kalmalarına yol açmaktadır. Bu problemi ortadan kaldırmak adına yalnızca deniz-kum-güneş turizmine odaklanmaktan kaçınılmalı ve turizm faaliyetleri 12 aya yayılacak biçimde planlanmalıdır (Kozak vd., 2010; Tekeli ve Özcan, 2022). Turizmin ekonomik olarak katkısı büyük olsa da ülkelerin ekonomik gelişimini yalnızca turizme

bağlamaları olumsuz etkiler doğurabilmektedir. Turizmi destekler nitelikteki tarım ve sanayide de gelişim gözetilmez ise dış ülkelere bağımlılık meydana gelecektir. Sürekli ithalat yapma ihtiyacı, ülke ekonomisini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle turizme *aşırı bağımlı* bir ülke ekonomisinden ziyade orantılı bir gelişim göstermek daha doğru bir yaklaşım olacaktır (Davras, 2017; Kozak vd., 2010). Özellikle gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerde turizm sektöründe çalışacak kalifiye personel bulmakta zorluk çekilmekte ve bu nedenle yabancı iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Fakat bu durum turizmden elde edilen gelirin yabancı işçilere ödenen yüksek maaşlar nedeniyle azalmasına sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla ulusal işgücünün yetersiz geldiği noktada *yabancı işgücünün* turizm sektöründe daha fazla yer alması *döviz çıktısına* sebep olarak ülke ekonomisini olumsuz yönde etkileyen son etken olarak karşımıza çıkmaktadır (Kozak vd., 2010; Tekeli ve Özcan, 2022).

1.2.2. Turizmin Çevresel Etkileri

Turistik aktivitelerin fiziksel çevrede gerçekleşmesi dolayısıyla turizm fiziksel çevre olmadan düşünülemez. Çevresel koşullar, turizm sektöründe temel bir çekim unsuru niteliğindedir. Dolayısıyla, turizmin varlığı ve gelişimi çevresel unsurların korunmasına bağlıdır. Bu bağlamda ziyaretçiler açısından fiziksel güzelliklerin önemli bir cazibe unsuru olduğu da düşünüldüğünde, bu alanlarda koruma ve kullanma dengesinin sağlanması önem teşkil etmektedir (Avcıkurt, 2009; Durgun, 2006; Erdoğan, 1995; Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2001; Soontayatron, 2010). Turizm sektörü her ne kadar “bacasız sanayi” olarak adlandırılarak çevre dostu yönü vurgulansa da turizm gelişimi doğanın değişimine yol açmaktadır. Bu değişim, olumlu ve olumsuz yönde olabilmektedir (Akış Roney, 2011). Turizmin olumlu çevresel etkilerinin daha ziyade alt ve üst yapı yatırımları ile doğal ve tarihi çevrenin korunması yönünde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede turizmin geliştiği bölgelere yapılan alt ve üst yapı yatırımları ile doğal çevrenin korunmasına destek olunabilir. Turistik bir çekim unsuru olarak görünen kültürel çevrenin korunmasına daha fazla önem verilerek tarihi yapıların korunması için gerekli önlemler alınmaktadır. Anıt ve yapıların korunması ve iyileştirilmesinde turizmin olumlu katkısı büyüktür (Kozak, 2001).

Destinasyonlarda turizm gelişimi doğru planlanmadığı takdirde olumsuz çevresel etkilerin daha fazla ortaya çıkması söz konusu olabilir. Mansuroğlu (2006), turizm sektörünün ekonomik, sosyal ve kültürel olarak birçok faydası olduğunun göz ardı

edilemez bir gerçek olduğunu vurgulamış, fakat turizm sektöründe aşırı kaynak kullanımı ve yanlış alan seçimleri dolayısıyla doğal alanlarının tahrip olabileceğini ifade etmiştir. Bu tahribatı en aza indirmek için turizm bölgelerinde yapılan planlamalara yerel halkın katılımının da elzem olduğunu belirtmiştir. Turizm gelişiminin; toprak, su, yabancı hayat, hava, kentsel görünüm üzerinde olumsuz etkileri olabilmektedir (Akış Roney, 2011).

Turizm dolayısıyla milyonlarca insanın bir yerden başka bir yere hareketliliği düşünüldüğünde hava, kara, deniz ve demir yolları ile ulaşımın arttığı açıktır. Hem kara hem de hava yolları ulaşımının *karbondioksit emisyonuna* katkıda bulunması sonucunda hava kirliliğine yol açtığı bilinmektedir. Turizm hareketliliğinin artmasıyla beraber havayolu ulaşımın daha fazla tercih edilmesi, hava kirliliğinde artışa sebebiyet vermiştir (Akış Roney, 2011; Özdemir ve Tuna, 2016). Yapılan bir çalışmada ozon tabakasındaki incelmanın yarısının hava yolculuklarından kaynaklı olabileceği öne sürülmüştür (Tribe, 2005). Ulaşım alanları ile ziyaretçilere yeme-içme tesisleri için gereken toprak kullanımı öngörülemez derecede fazladır. Bu tesisler için *verimli tarım arazilerinin* ya da *ormanların tahribatı* turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin başında gelmektedir (Akış Roney, 2011; Ap ve Crompton, 1993; Altıntaş, 2010; Olalı, 1982). Ayrıca verimli tarım arazilerinin turizm faaliyetleri için bilinçsizce kullanılması, tarımsal ürünlerin ithalatındaki eğilimi artıracak bu da dışa bağımlılığın artmasına yol açacaktır (Akış Roney, 2011).

Özellikle kıyı turizminin ön planda olduğu bölgelerde “deniz-kum-güneş” turizminin fazla benimsenmesi sonucu, yerel halkla birlikte ziyaretçilerin günlük su tüketimi normalden fazla olmaktadır. Yenilenebilir bir kaynak olsa dahi hızlı su tüketimi gelecekte susuzluk tehdidi oluşturabilecek bir boyuttadır (Gössling vd., 2012) ki özellikle son yıllarda yaz aylarında turizm merkezlerindeki su sıkıntısı sık sık basında gündeme gelmektedir. Ayrıca yine özellikle kıyı turizminin geliştiği bölgelerde kanalizasyon, çöp ve diğer atıkların sulara akıtılması sonucunda büyük bir su kirliliğine yol açılmaktadır. Buna ek olarak golf turizminin geliştiği bölgelerde golf sahalarındaki çimler için çok fazla su kullanılmakta ve bunun yanında çimlerde birçok kimyasal kullanılmakta ve bu kimyasalların bölge suyuna karışması su kirliliğine sebebiyet vermektedir. Buradan hareketle turizm gelişiminin su kaynakları üzerinde de birçok olumsuz etkisi olduğu görülmektedir (Akış Roney, 2011).

Turizmin *yabani hayat* üzerindeki olumsuz etkilere bakıldığında ise; yaban hayat turizmi kapsamında hayvanların doğal ortamlarında gözlemlenmesi hayvanların stres düzeyini artırmakta böylece hayvanların çiftleşmeleri olumsuz etkilenmektedir. Bunun yanında ziyaretçiler tarafından bilinçsizce beslenen hayvanların avlanma alışkanlıkları bozulmakta böylece doğal yaşamları zarar görmektedir (Akış Roney, 2011; Andereck, 1993; Mathieson ve Wall, 1982).

Turizmin *kentsel görünüm* üzerinde de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu durum, “mimari kirlilik” olarak da adlandırılmaktadır. Turizmin ekonomik getirilerini göz önüne alan yatırımcıların plansızca yaptırdıkları tesisler, kentlerin görünümünü olumsuz etkilemekte, çarpık kentleşmeye yol açarak görsel bir kirlenmeye sebebiyet vermektedir (Akış Roney, 2011; Kısa Ovalı, 2007). Turizm faaliyetlerinin devamlılığının sağlanabilmesi diğer bir deyişle sürdürülebilirliği için olumsuz etkilerini en aza indirecek bölgesel ve ulusal planlamaların yapılması gerekmektedir (Alaeddinoğlu, 2007).

1.2.3. Turizmin Sosyal Etkileri

Turizm sektörünün, ekonomik ve çevresel etkilerinin yanı sıra toplumlar üzerinde de çeşitli etkileri bulunmaktadır. Turizm hareketliliği sonucunda farklı kültürler arasında etkileşim meydana gelmektedir. Bu etkileşim, ziyaret edilen bölge halkı üzerinde çeşitli etkiler bırakmaktadır (Civelek, 2010). Fakat turistlerin yerel halktan etkilenmesinin yanında turistler de yerel halktan etkilenebilmektedirler (Demircan, 2010). Turistlerin yerli halk üzerine olan etkilerinin çok daha önemli bir konu olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü yerel halk tarafından kabul edilmeyen, sosyal yapı tarafından benimsenmeyen turistik olaylar, bölgede turizm hareketlerinin sonlanmasına sebebiyet verebilmektedir (Civelek, 2010). Bu noktada bölge halkının beklentileri gözetilerek bölge turizminin gelişimi planlanmalı, taşıma kapasitesi göz önüne alınmalıdır. Aksi halde toplum tarafından kabul edilmeyen “aşırı turizm” kavramı ortaya çıkacak ve yerli halkın karşı çıktığı turizm olayı bölgede kargaşaya yol açacaktır (Yıldırım ve Bozkurt, 2022).

Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak (2010), turizmin toplum üzerindeki etkilerini olumlu ve olumsuz etkiler olmak üzere iki başlıkta sınıflandırmıştır. Yazarlar, turizmin toplum üzerindeki olumlu etkilerinin; hoşgörü ortamını geliştirme, kırsal bölgelerde kentleşmeyi hızlandırma, kadın hakları konusunda ilerleme sağlama, boş zaman

kullanma alışkanlığını geliştirme, temizlik bilincini geliştirme, yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasını sağlama, yeni mesleklerin ortaya çıkması, yerel halkta tarihi ve kültürel değer bilinci geliştirme, yabancı dil öğrenmeye yönlendirme, aile bağlarını güçlendirme olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer bir yandan turizmin toplum üzerindeki olumsuz etkilerinin ise; yabancı düşmanlığı, suç oranında artış, kültürün ticarileşmesi, turistlerin taklit edilmesi ile oluşan olumsuzluklar olduğunu belirtmişlerdir.

Turizmin sosyal yapı üstündeki etkileri birey, aile, toplum, eğitim, hayat standardı ve sosyal sınıflar boyutları ile ele alınmaktadır. Aşağıda bahsedilen bu boyutlar detaylı biçimde açıklanmıştır.

- **Turizmin Birey Üzerindeki Etkileri**

Turizmin bireyler üzerindeki etkilerine bakıldığında hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Olumlu etkileri incelendiğinde turizmin doğası gereği yaratmış olduğu bireylerarası etkileşimin bireylerde özgür düşünce sisteminin gelişimine imkân sağladığı ve bununla beraber bireylerin kişisel birikimlerine evrensel yenilikler kattığı düşünülmektedir (Avcıkurt, 2017). Bununla birlikte turizmin, bireylerin günlük alışkanlıklarını değiştirdiği ve dil becerilerine katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Civelek, 2007; Ratz, 2000). Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde bireylerin geçmişe göre daha hoşgörülü bir duruma geldiği ifade edilmektedir (Avcıkurt, 2009). Buna karşın aynı etkiler, bireylerde olumsuz etkiler de doğurabilmektedir. Turizmin gelişmesiyle beraber bireyler arasında ortaya çıkan etkileşim sonucunda bireyler kendi dillerinden ve kültürlerinden uzaklaşabilmekte (Berber, 2003; Ratz, 2000) ve bunun yanında bu etkileşim kumar, uyuşturucu vb. kötü alışkanlıklar edinmelerine sebep olabilmektedir (Avcıkurt, 2009). Bu etkiler, özellikle ziyaretçiler ile daha fazla etkileşim içinde olan genç bireylerde daha fazla ortaya çıkmaktadır. Turistler ile yoğun etkileşim içinde olan gençlerin giyimlerinde, konuşmalarında ve ahlaki değerlerinde değişimler meydana gelmekte ve bu değişim davranışlarına da yansımaktadır (Civelek, 2010).

- **Turizmin Aile Üzerindeki Etkileri**

Turizm, gerçekleştiği bölgede ve turist gönderen bölgedeki aileler üzerinde çeşitli olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir. Turist alan bölge açısından

bakıldığında, bireylerin yaşam tarzlarında ve görüşlerindeki olumlu değişimler sonrası aile içindeki katı ve baskıcı tutum azalmakta, böylece aile yaşamı olumlu etkilenmektedir (Bayrakçı ve Zencir, 2014; Salustiano, 1970). Bunun yanında kadının aile içindeki rol değişimi turizmin aile üzerindeki etkilerinde en çok üzerinde durulan konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin geliştiği bölgelerde artan iş imkânları sayesinde kadınlar da çalışmaya başlamaktadır. Böylelikle öncelerde ailelerde geçimi tek başına sağlaması nedeniyle tek söz sahibi evin babası durumundayken, turizmin toplumların yaşamına girmesi ile beraber kadınların aile içindeki rolü değişim yaşamıştır (Civelek, 2010; Doğan, 2004; Sharma, 2004). Fakat buradaki tek etkinin turizm sektörü olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Sanayileşme ve kentleşmenin de bu durumdaki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Ayrıca aile içindeki geleneksel iş bölümlenmesi değişerek erkeklerin de kadınlar kadar ev işlerinde rol aldıkları ifade edilmektedir (Dağdeviren, 2015). Turist gönderen ülkeler perspektifinden bakıldığında ise aile ile birlikte yapılan tatillerin aile içindeki bağı güçlendirdiği ifade edilmektedir (Akman, 2007; Demircan,2010; Doğan,1987).

Öte yandan turizm gelişiminin aile üzerinde birçok olumsuz etkisi de bulunmaktadır.

Yapılan bazı araştırmalarda turizm gelişimi ile beraber aile bağlarının zayıfladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebinin turistik bölgelerde açılan eğlence merkezlerinin özellikle çocukların ailelerinden uzaklaşması ve bölgeyi ziyaret edenlere olan özenti olduğu ifade edilmektedir (Boissevain ve Inglott, 1979; Spanou, 2006). Turizmin özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan bölgelerde turizmin gelenekselliğini artırarak kuşaklar arası çatışmaya neden olduğu, evlilik yaşının arttığı ve bunun yanında boşanma oranlarının da arttığı belirtilmektedir (Doğan, 1987). Olumlu etkilerde öne çıkan unsurlardan biri olan kadının aile içindeki rolünün değişerek ekonomik özgürlüğünü kazanması olumsuz bir etki olarak da karşımıza çıkabilmekte ve aile içinde olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Kadının gelir elde etmesi, hatta bazen eşinden daha fazla kazanmasıyla beraber aile içindeki statüsü değişmekte ve bu da statü çatışmalarına sebebiyet vererek aile bağı zayıflatmakta, hatta boşanmalara sebebiyet verebilmektedir (Baykan, 2007). Toplumun en küçük yapı taşı olarak

bilinen aile (Gökçe, 1976) yapısındaki değişimler zamanla toplum üzerinde de değişimlere sebebiyet vermektedir (Gürbüz, 2002). Turizmin toplum üzerindeki etkileri aşağıda açıklanmıştır.

- **Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri**

Turizm bölgelerinde yaşayan yerli halk, bölgeyi ziyaret eden turistlerin davranışlarından etkilenmekte ve böylelikle yerli halkın yaşam tarzlarında değişimler meydana gelmektedir (Özdemir, 1992). Diğer bir yandan bölgeyi ziyaret eden turist de yerel halkın yaşam tarzından ve kültüründen etkilenmekte ve bu etki çoğunlukla olumlu yönde olmaktadır (Gürkan, 1996). Fakat yapılan araştırmalarda turistlerin gittikleri bölgenin toplumsal yapısını değiştirmekte daha baskın bir rol oynadıkları tespit edilmiştir (Kozak, vd., 2010). Turizmin toplum üzerindeki etkilerinin olumlu ya da olumsuz olması; turizmin bölgedeki yoğunluğuna, gelişim hızına, turist sayısına ve karşılaşılan toplumların gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değişim göstermektedir (Özmen, 2007).

Kozak vd. (2010) turizmin olumlu etkilerinin; hoşgörü ortamını geliştirmek, kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırmak, kadın hakları konusunda ilerlemeye sebep olmak, boş zaman alışkanlıklarını geliştirmek, temizlik bilincini geliştirmek, yeni toplumsal kurumların ve mesleklerin ortaya çıkmasına neden olmak, yerel halkı kültürel değerlerine sahip çıkma konusunda bilinçlendirmek, yabancı dil öğrenmeye teşvik etmek ve aile bağlarını güçlendirmek olduğunu ifade etmiştir. Olumsuz etkilerinin ise yabancı düşmanlığını artırmak, suç oranlarında artışa sebebiyet vermek, kültürü ticarileştirmek ve turistleri taklit etme sonucunda olumsuz yönlenebilir sebebiyet vermek olabileceği belirtilmiştir.

- **Turizmin Eğitim Üzerindeki Etkileri**

Turizm potansiyelinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi, turizm endüstrisinde çalışacak nitelikli insan gücü ile doğrudan bağlantılıdır (Hacıoğlu, 2008). Turizmin gelişmesi ve ekonomik anlamda katkılarının kamu yönetimleri tarafından fark edilir duruma gelmesiyle birlikte özellikle turizmin geliştiği bölgelerde turizm eğitim kurumları artış göstermiştir. Dolayısıyla ortaokuldan yükseköğrenime kadar turizm eğitimi değer kazanmıştır. Turizmin gelişim gösterdiği bölgelerde turizme yönelik eğitim kurumlarında artış yaşanmasının temel sebebi turizm sektörüne kalifiye eleman yetiştirmektir (Avcıkurt, 2009;

Baykan, 2007). Turizm eğitimi veren kurumlar turizm sektöründe çalışacak bireylere yalnızca temel turizm eğitimi vermemekte bunun yanında turizm bilincini de kazandırmakta ve böylelikle turizm sektörünün gelişimine destek olmaktadır (Baltacı, 2012; Mısırlı, 2002).

Turizmin geliştiği bölgelerde turizm eğitiminin yaygınlaşmasının yanı sıra eğitim düzeyleri de bireylerin turizm aktivitelerine katılmalarında ya da tercih ettikleri turizm türlerinde farklılıklar meydana getirmektedir. Kozak vd. (2010), eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin turizm aktivitelerine katılma eğilimlerinin daha fazla olduğuna dair bir görüş olduğunu ifade etmiştir. Fakat günümüzde seyahat eden bireylerin eğitim düzeylerinde farklılıklar gözlenmektedir. Özellikle kitle turizminin yaygınlaşması ve turizm aktivitelerinin görece daha ulaşılabilir hale gelmesi ile beraber eğitim düzeyi orta ve düşük olan bireyler de aktif biçimde turizm aktivitelerinde yer almaya başlamışlardır. Eğitim düzeylerindeki farklılık günümüzde turizm aktivitelerine katılmayı her ne kadar etkilemiyor olsa da bireylerin katıldıkları turizm türlerinde farklılıklar bulunmaktadır. Orta ve düşük eğitim düzeyindeki bireyler kitle turizmine yönelirken, yüksek eğitim düzeyindeki bireyler alternatif turizm türleri ve turizm pazarına yeni açılan bölgelere yönelmişlerdir. Dolayısıyla eğitim düzeyleri turizm işletmeleri tarafından yapılan hedef pazar sınırlamasında da dikkate alınan bir unsur durumuna gelmiştir. Buna ek olarak turizmin gelişmesi ile beraber bireylerde yeni dil öğrenme ve yeni kültürler keşfetme amacıyla yurt dışı eğitimleri daha popüler hale gelerek eğitim turizmine de olumlu yönde etki etmiştir (Kozak vd., 2010).

- **Turizmin Hayat Standardı Üzerindeki Etkileri**

Turizmin hayat standartlarını yükseltme ve düşürme noktasında etkileri olabilmektedir. Turizmin gelişmesi bölgelerde toplumu ekonomik olarak olumlu yönde etkilemekte, yeni iş imkânları sunmakta, bireylerin kişisel gelişimine olumlu yönde etkileri olabilmektedir. Bu etkiler dolayısıyla yerel halka sağlanan iş olanakları ve çeşitli gelişimler ile bireylerin yaşam kalitesinde artış yaşanabilmektedir (Avcıkurt,2007). Buna karşın bölgenin turizm hareketlerine hazır olmaması, bölgenin taşıma kapasitesinin aşılması, aşırı trafik probleminin oluşması, doğal yaşama turizm aktiviteleri esnasında verilen zararlar dolayısıyla bölge halkının yaşam standartlarında düşüş

olabilmektedir (Korkmaz, 1990). Korça (1998), Antalya’da yerel halkın turizme yönelik tutum ve algılarını ölçmek adına yapmış olduğu çalışmada yerel halkın turizmin yaşam maliyetini artırdığına inandıkları ve hayat standartları üzerinde pozitif bir etkisinin olduğuna inanmadıkları sonucuna ulaşmıştır. Yavuz’un (2020) Alanya’nın turizm öncesi ve sonrası durumunu ortaya koymak adına yaptığı çalışmasında ise katılımcılar tarafından turizmin gelişmesi ile beraber hayat standartlarının değiştiği, alt ve üst yapının iyileştiği ifade edilmiştir.

- **Turizmin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkileri**

Sosyal sınıf ya da diğer bir adıyla sosyal statü, bireylerin gelir düzeyleri, yaşam biçimleri, eğitim düzeyleri vb. çeşitli özelliklere göre değişim göstermektedir (Ersoy, 2017). Avcıkurt (2009), sosyal sınıfı alt, orta ve üst olmak üzere üç grupta değerlendirmektedir. Turizm bu sosyal sınıf boyutlarına göre çeşitlenmekte ve sosyal sınıflara olumlu ve olumsuz biçimde etki etmektedir (Özdemir, 1992). Turizmin sosyal sınıf ile olan ilişkisi, bireylerin gelir düzeyi ile doğrudan ilintilidir. Gelir ve sosyal sınıf bakımından yüksek düzeyde olan bireyler seyahat alışkanlıklarında daha lüks tercihler yaparken, gelir ve sosyal sınıf bakımından daha alt düzeydeki bireyler ise daha ekonomik olan turizm aktivitelerine yönelmektedirler (Gürkan, 1996). Dolayısıyla bu durum sosyal ayrılıklar meydana getirmekte ve sosyal sınıflar arasında dengesizliklere sebebiyet vermektedir (Doğan, 2004; Özmen, 2007). Turizmin geliştiği bölgelerde yerel halkın turizm sektöründe istihdam edilmeye başlamasıyla beraber halkın tüketim alışkanlıkları ve gelir düzeylerinde değişim olması kaçınılmazdır. Bu değişim, bireylerin yaşam tarzlarına dolayısıyla sosyal yapılarına da etki etmektedir (Ersoy, 2017).

1.2.4. Turizmin Kültürel Etkileri

Turizmin kültürel etkilerini açıklamadan önce turizm ve kültür ilişkisini açıklamak daha doğru olacaktır. Kültür ve turizm arasındaki ilişki iki farklı biçimde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki, kültürün turizme yol açması ile gerçekleşirken diğeri, turizmin kültürü etkilemesiyle ortaya çıkmaktadır. İlk durum, bireylerin kişisel merakı ile ortaya çıkan öğrenme, kendini yetiştirme, bilgi edinme gibi meraklar ile ortaya çıkan kültür turizmini ifade ederken; ikinci durumda ise turistlerin ziyaret ettikleri

yerlerdeki toplum üzerinde olan kültürel etkilerini ifade etmektedir. Usta (2008), bu durumu yabancı hayranlığı ve yabancı taklitçiliği olarak tanımlamış ve turistlerin gittikleri bölgenin kültüründen etkilenebileceklerini belirtmiştir.

Martins (2000), turizmin kültürel etkilerini, turizmin geliştiği bölgelerde turistik faaliyetler ve turistlerin varlığı sonucunda toplumda yaşanan kültürel değişimler olarak tanımlamıştır. Avcıkurt (2003), turizme ev sahipliği yapan bölge insanlarının daha edilgen bir konumda olmasından kaynaklı olarak bölgeyi ziyaret eden turistlerin kültürlerinden etkilenebileceklerini ifade etmektedir. Bu etkiler yerel halkın dini inancında, ahlaki değerinde, yaşam biçiminde, toplumun genel sanatsal ve kültürel değerlerinde değişime sebep olabilmektedir. Turistlerin beğeni ve arzularına hitap etmek adına bölgenin dini, kültürel ve sanatsal değerlerinin basitleştirilmesi veya değiştirilmesi ile bölgenin sahip olduğu değerlerin önemini ve benzersizliğini kaybettiği düşünülmektedir (Kim, 2011). Kreag (2001), yerel halkın bölgeyi ziyaret eden turistleri memnun etmek için onların değerlerini ve kültürlerini benimsemeye çalışarak kendi kültürlerini değişime uğrattıklarını belirtmiştir. Dolayısıyla yerel halkta farklı kültürlere yönelik anlayış gelişebilir ve farklı toplumlarla yaşanan etkileşim sayesinde yerel halk yeni fırsatlar elde edebilir. Fakat buna karşın yerel halkta suçların artması, yasadışı madde kullanımının yaygınlaşması vb. olumsuz davranışların arttığı da gözlemlenmektedir. Gürbüz (2002), benzer şekilde turizmin, yerel halkın eğitim ve kültür düzeyinde artış yarattığı, dostluk ve arkadaşlık ilişkilerini geliştirdiği, kültürel değerlere sahip çıkma farkındalığını arttırdığını; diğer yandan ise yerel halkın değerlerinde ve inanç sistemlerinde değişim yaratma suretiyle giyim tarzlarında ve yaşam biçimlerinde olumsuz etkileri de olduğunu ifade etmektedir. Turizmin kültürel etkileri; kültür yayılması, kültürel kirlenme, kültür şoku, kültürel yozlaşma ve kültürel değişim olmak üzere beş başlık altında açıklanacaktır.

- **Kültür Yayılması**

Bireyler turistik faaliyetlere katılmak için gittikleri bölgelerde yerel halkın yaşam tarzını, kültürel değerlerini, yeme-içme alışkanlıklarını vb. öğrenerek ülkelerine döndüklerinde bunu çevreleri ile paylaşmaktadırlar. Bu nedenle de turizm, kültürel yayılmayı sağlayan en önemli araçlardan biri olarak görülmektedir (Avcıkurt, 2007). Fakat kültürel yayılma sadece tek yönlü gerçekleşmez. Turistler de ziyaret ettikleri bölge halkına kendi kültürlerini

taşıyarak kültürel yayılmanın diğer tarafını oluştururlar. Kocacık (2003) bu durumu, dışarıdan içeriye ya da içeriden dışarıya olmak suretiyle maddi veya manevi unsurların sürekli bir biçimde yayılmasını kültürel yayılma olarak ifade etmiştir.

- **Kültürel Kirlenme**

Turizmin geliştiği bölgelerde toplumun kültürel değerlerinde ve geleneklerinde bozulmalar meydana gelmektedir. Bunun sebebinin ise turizm bölgesinde yerel halkın turistleri taklit ederek, onların yaşam biçimlerini benimseyerek kendilerini daha özgür hissetmelerinin olduğu düşünülmektedir (Olalı, 1990). Yerel halkın turistlerin yaşam biçimlerini benimsemeye olan isteklerinin diğer bir sebebi ise toplumda turistlerin daha saygın bir yere koyulması ile ilişkili olmasıdır (Demircan, 2010). Genel anlamda kültürel kirlenme olarak tanımlanan bu durum toplumda geleneklerin bozulmasını, yabancı kelimelerin yerel halkın günlük konuşma dilinde yer etmesini, halkın yemek kültürünün değişmesini ve yerel halkın örf ve adetlerinin metalaşmasını içermektedir (Özmen, 2007).

- **Kültür Şoku**

Kültür şoku, bireylerin alışık olmadıkları bir kültür ile karşılaştıklarında yaşadıkları şaşkınlık, korku ve heyecan olarak tanımlanabilir. Turizm, farklı kültürleri bir araya getiren bir olgudur. Bu nedenle turistler, yabancı kültürlerle karşılaştıklarında nasıl davranacaklarını bilmekte güçlük çekebilirler. Bunun en önemli sebebi gidilen bölge hakkında yeterince bilgiye sahip olunamamasıdır (Özkul, 2001). Turistlerin gittikleri yerde yaşamış oldukları bu durum kültür şoku olarak ifade edilebilir. Hottola (2004), kültür şokunu genel olarak, yeni bir kültür ya da toplumla karşılaşan kişinin o toplumun davranışlarına ve yaşam biçimine alışana kadar geçen süreçte verdiği tepkiler olarak tanımlamıştır. Esasen turist ve yerli halk arasındaki farklardan ortaya çıkan bu kavram, turistlerin ziyaret ettikleri bölgeyi tam olarak tanımaması ve aşına olduğundan farklı yaşam biçimi ve kültür ile karşılaştığında nasıl hareket edeceğini, nasıl konuşacağını, nasıl giyineceğini bilmemek gibi durumlardan kaynaklanmaktadır (Avcıkurt, 2007). Ziyaretçi ile yerel halk arasındaki bu farklılıkların kabul edilebilir düzeylere düşmemesi halinde iki taraf arasında gerginlik olabilir ve ziyaretçinin yerli halktan, yerli halkın da ziyaretçiden

hoşlanmamasına sebebiyet verebilir. Dolayısıyla toplumda turizm hareketlerinin kabulünde olumsuz durumlarla karşılaşılabilmekte ve bu durum turizmin sürdürülebilirliğini etkileyebilmektedir (Avcıkurt, 2000).

- **Kültürel Yozlaşma**

Kültürel yozlaşma, gelişen teknoloji, küreselleşme ve kültürlerarası etkileşimin artmasıyla beraber bir topluma ait kültürün farklı kültürlerden etkilenecek değişmesi ve zamanla özünü kaybederek başkalaşmasıdır (Avcıkurt, 2017). Ozankaya (1992), kültürel yozlaşmanın sömürgecilikten kaynaklandığını savunmaktadır. Sömürgeciliğin bir ürünü olarak ifade ettiği kültür yozlaşmasının, sömürülen toplumun kendi yaşamını özgür bir şekilde düzenleme fırsatı olmadığı için ortaya çıktığını ifade etmektedir. Kültürel yozlaşmayı turizm açısından ele alan Baykan (2007) ise turistler tarafından yoğun olarak ziyaret edilen bölgelerde, yerel halka özgü kültür, gelenek-görenek ve yaşam biçimlerinde değişiklikler yaratan bir durum olarak değerlendirmektedir. Yerel halkın yaşam şeklini tamamıyla değiştirip turistler gibi yaşamaya başlaması ile de kültürel yozlaşma başlayacaktır. Ersoy (2017), gelişmemiş ya da gelişmekte olan toplumların bu değişimlerden daha kolay etkilenecek kültürlerinde hızlı bir yozlaşma olabileceğini ifade etmektedir. Kültürel değişim süreçlerinde sıklıkla karıştırılan iki kavram olan kültürel yozlaşma ve kültürel kirlenme, birbirinden farklı dinamiklere dayanmaktadır. Fakat zamanla birbirini besleyen iki olgu haline gelmiştir. Kültürel yozlaşma, bir toplumun sahip olduğu kültürel değerlerin ve geleneklerin anlamını yitirerek yüzeyselleşmesi sürecidir. Bu durum, toplumun kendi kültürel yapılarını içselleştirmemesi ve kendi değerlerine yabancılaşması sonucunda ortaya çıkmaktadır (Türkiye Turizm Ansiklopedisi, 2022). Öte yandan kültürel kirlenme, daha çok dışsal müdahalelerle ilişkilendirilmektedir. Küresel kültürün etkisiyle yerel kültür unsurlarının değersizleşmesi anlamına gelmektedir. Diğer bir ifade ile kültürel kirlenme, yerel kültürlerin küresel medya, tüketim kültürü ve turizm gibi dıştan gelen öğelerle kirletilmesini ifade etmektedir (Erkal, 1991).

- **Kültürel Değişim**

Kültürlerarası iletişimin artması ile beraber kültürel değişimin yaşanması olağandır. Hall (1959), kültürün bir iletişim, iletişimin ise bir kültür olduğunu

ifade etmektedir. Fakat kültürlerarası iletişim esnasında, esas kültürün kendine özgü özelliklerinin korunması önemlidir. Turizm ile birlikte gelen kültürel değişim, kültürlerarası iletişim sonucu ortaya çıkan normal değişimin dışında değerlendirilmektedir. Yerel halkın kendi kültürünü iyi tanımlayıp sahiplenmemesi ve yabancıların kültürüne teslimiyet göstermesi, olumsuz anlamda bir kültürel değişime sebep olabilmektedir. Ersoy (2017), turizmin yarattığı kültürel değişimin olumlu ve olumsuz sonuçları olabileceğini belirtmiştir. Bu etkileri, değerlerin değişmesi, dinsel inanç ve davranışların değişmesi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yerel halkın dilinde yabancı sözcük kullanımının artması ve yerel sanatın değişmesi olarak sınıflandırmıştır. Doğan (1987), bu değişimlerin ne kadarının turizm kaynaklı olduğunu öngörmenin zor olduğunu ifade etmektedir. Fakat diğer bir yandan turizmin gelişiminin yerli halkın kültürel değerlerini daha maddeci bir hale getirerek ticarileştirdiğini savunmaktadır.

Dinsel inanç ve davranışların değişmesi noktasında ise yerel halkın turistlere özenip onları taklit etmeleri sonucunda özellikle genç neslin inanış ve değerlerinde bozulmalar meydana gelmektedir (Doğan, 1987; Pandey vd. akt. Baykan 2007). Dini inanış ve davranışların değişimi, yerel halkta olabileceği gibi turistlerde de meydana gelmektedir. Günlük yaşamında dini ritüellerini yerine getiren bireyler tatilleri süresince bu alışkanlıklarını göz ardı etme eğilimi göstermektedirler (Ersoy, 2017). Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde yerel halkın yabancıların yaşam biçimlerini benimsemeleri de söz konusudur. Birçok farklı kültüre sürekli olarak ev sahipliği yapan yerel halkın kılık kıyafetinde, yeme alışkanlıklarında ve boş zaman değerlendirme aktivitelerinde değişim olduğu görülmektedir (Tatoğlu, Erdal, Özgür ve Azaklı, 2002). Tüm bu değişimler ile birlikte yerel halkın dilinde de değişim olması kaçınılmazdır. Dildeki bu değişim ekonomik etkileşim yoluyla, özendirme yoluyla ya da turistler ile doğrudan iletişim yoluyla meydana gelebilmektedir (Pamuk, 1997; White akt. Doğan, 1987). Diğer yandan ise yerel halka özgü sanatın turizmin gelişimi ile birlikte değişimine ilişkin iki zıt görüş bulunmaktadır. Bir taraf, turizm sayesinde sanatın canlanıp değer kazandığını savunurken, diğer taraf, yerel sanatta bozulmalar meydana geldiğini savunmaktadır (Doğan, 1987). Örneğin, Baykan (2007), Ürgüp’de

yapmış olduğu çalışmasında turizmin gelişmesi ile beraber yerel sanatın ucuz ve kalitesiz bir hale getirildiğine yönelik bulgular elde etmiştir. Bunun sebebinin ise yerel sanatın turistlerin beklentilerine göre şekillendirilmeye çalışılması olduğunu ifade etmektedir.

1.3.Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarını Etkileyen Faktörler

Turizmin yerel halk üzerinde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel birçok etkisi bulunmaktadır. Bu etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığı ise birçok faktöre bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Ap, 1992; Gursoy ve Rutherford, 2004). Dolayısıyla da turizmin geliştiğı bölgelerde yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılarını belirlemek turizm alanyaznında geniş yer tutan ve önemli bir konudur. Yerel halkın turizmin gelişimine desteğini anlayabilmek adına bu çalışmaların varlığı önem arz etmektedir (Perdue, Long ve Allen, 1990).

Yerli halkın turizme yönelik olumlu algısı ile beraberinde sergiledikleri misafirperver tutum, turizm sektörünün gelişimi açısından kritik öneme sahiptir (Gursoy, Jurowski ve Uysal, 2002; Jurowski, 1994). Yerel halkın desteğı ve hoşgörüsü olmadan bir bölgede turizmin gelişiminden söz etmek mümkün değildir. Çünkü yerel halk tarafından istenmediklerini ve hoş karşılanmadıklarını hisseden turistler, o bölgeleri ziyaret etmekten kaçınmaktadırlar. Dolayısıyla yerel halk tarafından kabullenilmeyen ve istenmeyen turizm hareketlerinin bölgede gelişim göstermesi oldukça zor bir durumdur (Foroni, Modica, ve Zenga, 2019; Yoon, Gursoy ve Chen, 1999). Bu nedenle de turizmin gelişmekte olduğu ya da geliştiğı bölgelerde yerli halkın turizme yönelik algılarını belirlemeye ilişkin çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Aref, Redzuan ve Gill, 2009; Chiu, Chan ve Marafa, 2016; Diedrich ve García-Buades, 2009; Gabriel Bida, Osti ve Faccioli, 2011; González, Gascó ve Llopis, 2019).

Bireylerin algılarını etkileyen faktörler içsel ve dışsal faktörler olarak ele alınabilir. İçsel faktörler, turistik bölgeye olan uzaklık, turizme ekonomik/mesleki bağımlılık, ikamet süresi, turistlerle iletişim kurma, turizme ilişkin bilgi düzeyi ve demografik özelliklerden oluşurken; dışsal faktörler ise; turizmin gelişim aşaması, turist/yerli halk oranı, turist tipi ve mevsimsellik gibi faktörlerden oluşmaktadır (Fredline ve Faulkner, 2000). Bireylerin algıları kişisel özellikleri ile ilişkili olması sebebiyle oldukça değişken olabilmektedir. Bununla birlikte bireylerin turizme yönelik algılarını sosyal,

çevresel ve ekonomik olmak üzere üç başlıkta değerlendirmek mümkündür. González vd. (2019), Costa Blanca'da (İspanya) yapmış oldukları çalışmada yerli halkın turizmin yarattığı istihdam olanakları ve turistlerin yerli halkla olan iyi iletişimi sayesinde yerli halkın turizme yönelik algısının olumlu yönde olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca kadınların ve eğitim düzeyi yüksek bireylerin turistlerin varlığını yaşadıkları yerde kabullenme düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan Gabriel ve arkadaşları (2011), yerel halkın turizmin ekonomik etkilerini yüksek düzeyde olumlu algıladıklarını, sosyal ve kültürel etkilerini ise olumlu bulsalar da bu algının ekonomik etkilere kıyasla daha düşük seviyede olduğunu belirtmiştir. Buna karşın Aref vd. (2009), İran'ın Şiraz kentinde iki bölge halkının turizmin ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik algılarını karşılaştırdıkları çalışmalarında bölgeler arası anlamlı bir fark bulunmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca Gabriel vd. (2011)'den farklı olarak her iki etkinin de yerel halk tarafından olumlu algılandığını, ancak çevresel etkilerin ekonomik etkilere kıyasla daha yüksek düzeyde olumlu değerlendirildiğini tespit etmiştir. Bu araştırmaların sonuçları, bölgeler arası farklılıklar, yerel halkın demografik özellikleri, eğitim düzeyi vb. değişkenler sebebiyle değişkenlik gösterebilmektedir.

Yerel halkın turizme yönelik algılarını etkileyen faktörler çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Genel olarak çalışmalarda bu faktörler tek değişkenli faktörler ve çok değişkenli faktörler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Andriotis ve Vaughan, 2003; Dağdeviren, 2015).

1.3.1. Tek Değişkenli Faktörler

Tek değişkenli faktörler iki başlık altında değerlendirilmektedir. Bunlardan birincisi dışsal faktörler ikincisi ise içsel faktörler olarak sınıflandırılmaktadır (Andriotis ve Vaughan, 2003; Dağdeviren, 2015). Bu faktörler aşağıda detaylı şekilde açıklanmıştır.

1.3.1.1. Dışsal Faktörler

Fredline ve Faulkner (2000), dışsal faktörleri yerel halkın tepkilerini yüksek düzeyde etkileme oranına sahip değişkenler olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla dışsal faktörlerin toplum üzerinde doğrudan etkisi bulunan ve destinasyon kaynaklı faktörler olduğu söylenebilir. Dışsal faktörler; turizmin gelişim aşaması, turist/yerli halk oranı, turist tipi ve mevsimsellik gibi faktörlerden oluşmaktadır.

- **Turizmin Gelişim Aşaması**

Ev sahibi destinasyonda turizmin gelişmişlik düzeyi, dışsal faktörler arasında literatürde ele alınan başlıca faktörlerden biridir (Andriotis ve Vaughan, 2003). Butler'in (1980) Yaşam Döngüsü Modeline göre turizmin gelişimi, keşif, katılım, gelişim, pekişme, durgunluk, düşüş ve yenilenme süreci olmak üzere altı aşamadan oluşmaktadır. Andriotis ve Vaughan (2003), Butler'in Yaşam Döngüsü Modelinin Doxey'in (1975) Irridex modeli ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Bu modele göre yerel halkın turizmin erken gelişim aşamasından tam gelişim aşamasına geçerken rahatsızlık ve düşmanlık gibi tutumları olabileceği öne sürülmektedir. Ap (1992), yapmış olduğu çalışmasında yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının zamanla olumlu ya da olumsuz yönde değişim gösterebileceğini ifade ederek Irridex modelini desteklemektedir. Çalışkan ve Özer (2022) ise turizm gelişmişlik düzeyleri farklı olan dört destinasyonu karşılaştırdıkları çalışmalarında gelişmişlik düzeyi yüksek olan destinasyonlarda yerel halkın turizme yönelik olumsuz algılarının daha fazla olduğunu; gelişmekte olan destinasyonlarda ise olumlu algılarının daha ön planda olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde turizmin gelişimin yerel halkın turizme yönelik algılarını olumsuz yönde etkilediğinin ifade edildiği diğer çalışmalarda da bu durumun sosyal ve kültürel etkiler ile bağlantılı olduğu öne sürülmektedir (Jurowski vd., 1997; Perdue vd., 1987; Yoon, 2002). Buna karşın bazı araştırmalarda ise yerel halkın turizme yönelik algılarının yalnızca turizm sektörünün gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değerlendirilemeyeceği, bunun yanında bölgedeki turizm türü, kişisel deneyimler ve kültürel değerlerin de yerel halkın algıları üzerinde etkisi olduğu ifade edilmektedir (Andereck ve Nyaupane, 2011).

- **Turist/Yerli Halk Oranı**

Ev sahibi destinasyonda turist sayısının artışı, yerel halk tarafından ilk başlarda olumlu karşılanırken zamanla olumsuz karşılanmaktadır (Butler, 1980). Bu durum Doxey'in Irridex Modeli daha iyi açıklamaktadır. Modele göre, başlangıçta turizme yönelik olumlu algılara sahip olan yerel halk, zamanla turist sayısındaki öngörülemez artışla beraber bu duruma yönelik tahammülsüzlük ve hoşnutsuzluk geliştirirler. Turist sayısının yerli nüfusa

oranla kontrolsüz artışı, yerel halkta yabancılaşma ve kültürel yozlaşmayı tetikleyebilmektedir (Doxey, 1975). Örneğin Pizam (1978) tarafından Cod Burnu'nda yapılan çalışmaya göre bir destinasyondaki turist yoğunluğunun yüksek düzeyde olması sonucunda yerel halkın turistlere ve turizm sektörüne yönelik olumsuz tutumlarının tetiklenebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Koens, Postma ve Papp (2018), Avrupa şehirlerinde turist yoğunluğunun artmasının yerli halkın yaşamına olumsuz yönde etki ettiğini ve bu durum karşısında özellikle Barselona, Amsterdam ve Venedik gibi yerlerde turizm karşıtı hareketlerin meydana geldiğini ve toplumsal huzursuzluk yaşandığını ifade etmişlerdir. Buna karşın bazı çalışmalarda ise turist/yerli halk oranının yüksek olmasının yerli halk tarafından olumsuz tepkiler almadığı durumların da olabileceği ifade edilmektedir. Bu çalışmalara eğer turist/yerli halk oranı yüksek olsa dahi destinasyonda turizm gelirleri eşit dağılıyorsa ve kültürel değerler zarar görmüyorsa, turizm gelişimi yerel halk tarafından desteklenmeye devam eder (Ap ve Crompton, 1998).

- **Turist Tipi**

Turist tipi, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Turist tipi ekonomik bağlamda değerlendirildiğinde, yüksek harcamalar yapan turistlere yönelik yerli halkın tutumlarının daha olumlu olduğu bilinmektedir (Andriotis ve Vaughan, 2003). Buna karşın düşük bütçeli turistlere (örneğin “sırt çantalı turist” olarak ifade edilen daha az harcama yapan turist grubuna) yönelik ise yerel ekonomiye katkılarının sınırlı olması nedeniyle yerel halkın daha ilgisiz olduğu ve olumsuz davranış sergilemeye eğilimli olabileceği ifade edilmektedir (Uriely, Israeli ve Reichel, 2003). Turist tipi duyarlılık boyutunda değerlendirildiğinde ise yerel halkın kültürüne yönelik duyarlı ve anlayışlı olan turistlere karşı yerel halkın olumlu bir tutuma sahip olduğu; buna karşın kültürel normlara uymayan, çevreyi rahatsız eden ve saygısız davranışlar sergileyen turistlere yönelik yerli halkın tutumlarının olumsuz olduğu belirtilmektedir (Pizam, 1978; Reisinger ve Turner, 2003).

- **Mevsimsellik**

Turizm sektöründe mevsimsellik önemli bir konudur. Talepteki mevsimsel değişimler, yerel halkın turizme yönelik algılarını da etkileyen faktörlerin

başında gelmektedir. Düşük sezon döneminde yerel halkın turizme yönelik algıları daha olumlu yöndedir (Andriotis ve Vaughan, 2003). Buna ek olarak turizm sektöründe mevsimsellik yüzünden yaşanan ekonomik belirsizlik özellikle turizme bağımlı bölgelerde halkta turizme yönelik güvensizlik yaratmaktadır (Butler, 2001). Turizmin yoğun yaşandığı sezonda ise uzun çalışma saatleri, trafik yoğunluğu, yaşam maliyetinin artması ve çevresel kaynakların aşırı kullanılması gibi durumların ortaya çıkmasıyla beraber yerel halk turizmin sosyal yaşamlarını kısıtladığını düşünerek turizme yönelik olumsuz algı geliştirebilmektedir (Getz ve Nilsson, 2004). Örneğin, Alanya’da yapılan bir çalışmada yerel halkın yüksek sezonda turizmin ekonomik faydaları dolayısıyla turizme yönelik olumlu algılarının yüksek olduğu fakat düşük sezonda işsizlik ve gelir kaybıyla karşılaşmaları sebebiyle turizm sektörünün sürdürülebilirliğine yönelik güvenlerinin azaldığı ifade edilmektedir (Arslantürk, Atan ve Gökdemir, 2011).

1.3.1.2. İçsel Faktörler

İçsel faktörler, yerel halkın sosyo-demografik özellikleri ile ilgili olan faktörlerdir. İçsel faktörler, ikamet yerinin turistik bölgeye olan uzaklığı, turizme ekonomik/mesleki bağımlılık, ikamet süresi, turistlerle iletişim kurma, turizme ilişkin bilgi düzeyi ve demografik özelliklerden (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, medeni durum, doğum yeri, hanedeki kişi sayısı, ev mülkiyeti, çocuk durumu vb.) oluşmaktadır.

- **Turistik Bölgeye Olan Uzaklık**

İkamet yerinin turistik bölgeye olan mesafesi bireylerin turizme yönelik algılarında değişime sebep olabileceği çeşitli çalışmalarda ortaya koyulmuştur. İkamet yerinin turistik bölgeye olan mesafesi dolayısıyla bireylerin turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini gözleme ve deneyimleme düzeyleri de değiştiğinden doğrudan turizme yönelik algıları da etkilenmektedir (Madrigal, 1995; Mason ve Cheyne, 2000). Turistik bölgeye yakın mesafede yaşayan bireyler turizmin hem olumlu hem de olumsuz etkilerine yakından tanıklık etmektedirler. Dolayısıyla turizmin getirdiği yoğunluk ile beraber ortaya çıkan gürültü, trafik ve çevre kirliliği vb. etkilerden olumsuz etkilenebilirler. Fakat bunun yanında turizm sektörü sayesinde artan istihdam olanakları, gelir

düzeyleri ve yaşam standartlarındaki iyileşme vb. durumları da yakından gözlemleyebilen yerli halk, bu yönüyle de turizmin etkilerini olumlu algılama eğilimindedir (Gursoy vd., 2002; Harrill, 2004). Diğer faktörlerde olduğu gibi alanyazında bu faktöre ilişkin görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Korça (1998), Jurowski ve Gursoy (2004) turistik bölgeden uzakta yaşayan bireylerin turizme destek verme eğilimlerinin daha yüksek olduğunu; Lankford ve Howard (1994) ise aksine turistik bölgeden uzakta yaşayan bireylerin turizme ve turistlere yönelik tutumlarının daha soğuk olduğunu ifade etmektedir.

- **Turizme Ekonomik/Mesleki Bağımlılık**

Sosyal Değişim Teorisi'nde öne sürüldüğü gibi birçok çalışmada turizme ekonomik veya mesleki olarak bağımlı olan yerli halkın turizme ilişkin algılarının daha olumlu olduğu ifade edilmektedir (Andriotis ve Vaughan, 2003; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997). Pizam (1978), Cod Burnu'nda yaptığı çalışmasında turizm sektöründen gelir elde eden yerel halkın, turizm sektöründe çalışmayanlara göre turizme yönelik algılarının daha olumlu olduğunu tespit etmiştir. Ulusal literatürde de elde edilen sonuçlar aynı doğrultudadır. Örneğin Korça'nın (1998) Antalya'da yürütmüş olduğu çalışmasında turizm sektöründe çalışan bireylerin turizm gelişimini yüksek düzeyde destekledikleri, bölgelerindeki turist sayısındaki artışı olumlu karşıladıkları, turizmin toplum üzerinde herhangi bir olumsuz etki bıraktığına inanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla turizm sektörüyle doğrudan ilişkili işlerde çalışan yerel halkın genel anlamda turizme yönelik algılarının olumlu yönde olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

- **İkamet Süresi**

Yerel halkın ikamet süresinin, turizme yönelik algıları etkileyen içsel bir faktör olup olmadığını değerlendiren çeşitli çalışmalar mevcuttur (Andriotis ve Vaughan, 2003; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Korça, 1998). İkamet süresinin uzunluğu bireylerin turizme yönelik algılarını etkileyen önemli bir içsel faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Alanyazındaki çalışmalarda ev sahibi destinasyonda uzun süredir ikamet eden yerli halkın yaşadıkları yerle kurdukları bağın daha güçlü olduğunu ve dolayısıyla da çevresel ve kültürel değişimlere daha duyarlı bir hale geldikleri ifade edilmektedir (Gursoy vd., 2002; McCool ve Martin, 1994). Ayrıca uzun süredir aynı bölgede ikamet eden insanlar turizmin

gelişimi ile beraber yaşadıkları bölgedeki yapısal değişimlere daha fazla maruz kalmaları sebebiyle yaşam biçimlerindeki değişimleri daha net bir şekilde hissedebilmektedirler. Örneğin sosyal yapının değişmesi ve yaşam maliyetlerinin artması gibi etkiler bireyler tarafından daha net gözlemlenebilmekte böylelikle de turizme yönelik olumsuz bir algı oluşabilmektedir (Lankford ve Howard, 1994; McGehee ve Andereck, 2004). İkamet süresi kısa olan bireylerin ise bölge ile kurdukları bağın zayıf olması sebebiyle turizmin yalnızca olumlu ekonomik etkilerini göz önünde bulundurma eğiliminde olabilmektedirler. Dolayısıyla turizme yönelik daha olumlu bir algıya sahiptirler (Mason ve Cheyne, 2000; Vargas-Sánchez vd., 2011).

- **Turistlerle İletişim Kurma**

Yerel halkın turizme ilişkin algılarının belirlenmeye çalışıldığı çalışmalarda yerli halkın turistlerle iletişim ve etkileşim kurma düzeyleri de önemli bir faktör olarak ele alınan unsurlardan biri olmuştur. Bu çalışmalarda iki zıt sonuca ulaşılmıştır. Yapılan çalışmaların bir kısmı turistlerle yoğun iletişim içinde olan yerli halkta turizme yönelik olumlu algılarının daha yüksek düzeyde, kısıtlı iletişimde olanların ise algılarının olumsuz yönde olduğu tespit edilmiştir (Akis vd., 1996; Ap, 1992; Gursoy vd., 2002). Diğer yandan Pizam (1978) tarafından yapılan çalışmada ise turistlerle daha fazla iletişim halinde olan yerel halkın olumsuz algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmalar arasındaki farkın çalışmaların yapıldığı bölgeler arası farktan ya da yerli halkın demografik özellikleriyle bağlantılı olarak değiştiği düşünülmektedir. Kişisel Temas Kuramı (Contact Theory), yerli halkın turistlere yönelik algılarının olumlu ya da olumsuz yönde olmasının bireyler arasında kurulan etkileşimin niteliği ve sıklığı ile ilişkili olabileceğini savunmaktadır (Ap ve Crompton, 1998).

- **Turizme İlişkin Bilgi Düzeyi**

Turizm sektörüne ilişkin bilgi düzeyi yüksek olan bireylerin turizmin olumlu etkilerini algılama eğiliminde oldukları bilinmektedir (Andereck vd. 2005; Davis vd., 1988). Bunun yanında bilgi düzeyinin bireylerin turizme yönelik algısını etkilemekte tek başına belirleyici olamayacağı, yaşanan bölgenin turizm sektörüne bağlılık düzeyinin de bu noktada önemli bir faktör olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir (McGehee ve Andereck, 2004).

Andereck vd. (2005) tarafından yapılan çalışmada bireylerin turizmin olumlu ekonomik etkileri hakkında bilgi sahibi oldukları takdirde turizmin ekonomik kalkınmadaki önemini kavrayarak turizmi destekledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan sürdürülebilir turizme yerli halkın katılımının incelendiği çalışmada turizmin olumlu etkileri konusunda farkındalığı yüksek olan bireylerin turizmi destekleme eğiliminde oldukları; dolayısıyla özellikle sürdürülebilir turizmde bireylerin bilgi düzeyinin turizme yönelik algıların olumlu olması yönünde etkisi olduğu ifade edilmektedir (Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar ve Ramayah, 2017)

- **Demografik Özellikler**

Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, medeni durum vb. birçok bireysel özelliği içeren demografik özelliklere göre bireylerin turizmin etkilerini algılama düzeylerinde farklılık olabileceği tespit edilmiştir. Örneğin kadınların erkeklere göre turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu; yaşı büyük olan bireylerin ise gençlere göre kültürel yozlaşma ve yaşam tarzlarında değişim konusunda kaygı düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Akis, Peristianis ve Warner, 1996; Andereck vd., 2005; Harrill, 2004). Diğer yandan ise yapılan bazı çalışmalar, demografik özelliklerin bireylerin turizmin etkilerine yönelik algılarında farklılık yaratma noktasında çok az etkisi olabileceğini ya da hiçbir etkisi olamayacağını ortaya koymuştur (Madrigal, 1993; Pizam, 1978; Ryan, Scotland ve Montgomery, 1998).

1.3.2. Çok Değişkenli Faktörler

Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıları, tek değişkenli faktörlerin yanında birden fazla değişkeni barındıran çok faktörlü yaklaşımlar benimsenerek de araştırılmıştır. Çok değişkenli faktörlerin incelendiği araştırmalarda, yerel halkın turizmin gelişimine yönelik olarak ekonomik, çevresel ve sosyal etkilere karşın olumlu ve olumsuz algıları olduğu kabul edilmektedir. Turizm alanyazınında çok değişkenli faktörler kullanarak yerel halk tutumlarını incelemenin faktör analizi ve kümeleme analizi olmak üzere iki temel tekniği bulunmaktadır. Bu teknikler ve bu tekniklerin kullanıldığı çalışmalar aşağıda açıklanmıştır (Andriotis ve Vaughan, 2003; Dağdeviren, 2015).

- **Faktör Analizi**

Faktör analizi, çok sayıda değişken arasındaki karşılıklı ilişkiyi incelemek amacı ile kullanılan bir analizdir (Andriotis ve Vaughan, 2013). Faktör analizine ilişkin birçok tanımlama bulunmaktadır. Hair vd. (2010), faktör analizini, araştırma tarafından ölçülmek istenen kavramların hangi değişkenler tarafından temsil edildiğinin istatistiksel boyutta tespit edilmesi olarak tanımlarken; Tabachnick ve Fidell (2007), çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkiyi ve bu değişkenlerin altında yatan gizil faktörleri açıklamayı hedefleyen bir teknik olarak tanımlamaktadır. Ayrıca faktör analizi, turizm araştırmalarında yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarını belirlemek gibi amaçlarla kullanılan bir tekniktir (Gursoy vd., 2002).

Literatürde faktör analizi tekniği ile yürütülen birçok çalışmada birbirinden farklı birçok faktör ortaya çıkmıştır. Örneğin Andreck vd. (2005) tarafından Arizona'da bir kasabada yapılan çalışmada yerel halkın turizme yönelik algıları 22 maddelik bir ölçekle değerlendirilmiş ve yapılan faktör analizi sonucunda ekonomik faydalar, sosyo-kültürel etkiler, çevresel etkiler ve hizmet ve altyapı olmak üzere dört temel faktör tespit edilmiştir. Diğer bir yandan Ko ve Stewart (2002) tarafından yapılan çalışmada kamu katılımı, turizm planlamasına olan güven, ekonomik etkiler ve negatif sosyal etkiler gibi faktörler tanımlanmıştır. Alanda öncü çalışmalardan biri olan Gursoy, Jurowski ve Uysal (2002) yapısal bir modelle tasarladıkları çalışmalarının ilk aşamasında faktör analizi kullanmışlar ve algılanan faydalar, algılanan maliyetler ve genel destek tutumu olmak üzere üç temel faktör tanımlamışlardır. Daha sonrasında ise bu faktörler yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak birbirleri ile olan ilişkileri açısından test edilmiştir. Alanda yapılan yakın tarihli bir çalışma ise Hui ve Li (2021) tarafından Çin'de gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada yerel halkın turizme yönelik algılarında, algılanan adalet, toplumsal bütünlük ve ekolojik denge faktörlerinin belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla faktör analizinin yerel halkın turizme yönelik algılarının belirlenmeyi amaçlandığı çalışmalarda yaygın olarak kullanılan bir teknik olarak araştırmacılar tarafından tercih edildiği söylenilebilir. Yukarıda bahsedilenin dışında daha birçok çalışmada faktör

analizinden yararlanılarak yerel halkın algılarına yönelik çeşitli faktörler tanımlanmıştır (Andereck ve Vogt, 2000; Chen, 2000; Korça, 1998; Tomljenovic ve Faulkner, 2000).

- **Kümeleme Analizi**

Çok değişkenli istatistiksel analiz teknikleri arasında yer alan kümeleme analizi, bir veri setindeki gözlem birimlerini, benzerlik ya da farklılıklarına göre kümelerle ayırmayı hedefleyen bir yöntemdir. Bu analiz türünde daha önceden planlanmış bir gruplanma söz konusu değildir. Kümeleme analizi, verilerin doğal yapısına göre sınıflandırma yapılmasına olanak tanımaktadır (Hair vd., 2010). Yerel halkın turizme yönelik algılarının belirlenmeye çalışıldığı çalışmalarda kümeleme analizi, benzer tutum ve algılara sahip bireyleri belirlemek için kullanılan bir tekniktir. Örneğin Gursoy ve Rutherford (2004), ABD’de gerçekleştirdikleri çalışmalarında bir kasabadaki yerel halkın turizme yönelik tutumlarını kümeleme analizine tabii tutmuş ve destekleyiciler, kararsızlar ve karşıtlar olmak üzere üç farklı turist profili tanımlamıştır. Tanımlanan bu profiller, algılanan fayda ve maliyetlere verdikleri önem seviyesine göre farklılaşmışlardır. Destekleyicilerin ekonomik faydalara yönelik; karşıt profildeki bireylerin ise çevresel kaygılara daha duyarlı olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir çalışmada Andriotis (2005) tarafından Girit Adası’nda yapılmıştır. Bu araştırmada da benzer şekilde üç grup tanımlanmıştır. Bunlar: turizm yanlısı, turizme mesafeli grup ve turizm karşıtı gruptur. Kümeleme analizi sonucunda bireylerin demografik özelliklerinin, turizm sektörüne olan ekonomik bağlılıklarından ve ikamet sürelerinden kaynaklı olarak farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalardan hareketle kümeleme analizi tekniğinin yerel halkın turizme yönelik algılarını yalnızca belirlemenin yanı sıra bu algıların belli özellikler doğrultusunda gruplandırma fırsatı vermesi ile daha kapsamlı sonuçlar elde edilebileceği düşünülmektedir.

1.4. Turizm ve Yaşam Tatmini İlişkisi

1980’li ve 1990’lı yıllarda yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algılarının incelenmeye başlandığı çalışmalar yapılmıştır (Liu ve Var, 1986; Milman, 1988; Perdue, Long ve Kang, 1999). Bununla beraber turizmin bireylerin yaşam tatminini etkileyen bir unsur olup olmadığı da araştırmalara konu olmuştur. Bu konu

hem turist bakış açısından hem de yerel halk açısından ele alınan bir konu olarak alanyazında yer almaktadır. Örneğin, Sirgy, Kruger, Lee ve Yu (2010) turizmin bireylerin yaşam tatmini üzerine olan etkisini turist bakış açısından ele almıştır. Turistlerin yaşadıkları seyahat deneyimleri esnasında karşılaştıkları turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin yaşam tatminlerini nasıl etkilediğini incelemek adına bir model geliştirmeyi hedeflemişlerdir. Çalışmaya göre turistlerin seyahat deneyimi sırasında yaşadıkları duyguların onların genel yaşam tatminlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Turist bakış açısından ele alınan bir diğer çalışma ise Neal, Sirgy ve Uysal (2003) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada turizmin turistlerin yaşam kaliteleri üzerindeki etkilerini ölçmek adına bir modelin (quality of life) test edilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada 1999 da geliştirilen orijinal modele kalış süresinin düzenleyici etkisi dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda bireylerin turizm hizmetlerinden duydukları memnuniyetinin yaşam tatminini etkilediği sonucuna ulaşılmış ve kalış süresinin de düzenleyici etkisi veriler tarafından doğrulanmıştır.

Yerel halk bakış açısıyla ele alan çalışmalarda ise, turizmin yaşam tatmini üzerindeki etkileri çoğunlukla bireylerin algıladıkları kişisel ve toplumsal faydalar üzerinden şekillendiği öne sürülmektedir. Özellikle ekonomik katkılar, sosyal etkileşim olanakları ve bireylerin yaşam kalitelerinde gözlenen iyileşmeler dolayısıyla yerel halkın turizme yönelik tutumları olumlu yönde olmaktadır. Bununla birlikte bu çalışmalarda turizmin bireylerin yaşam tatminine katkısının tek boyutlu olmadığı; maddi ve maddi olmayan yaşam alanlarındaki doyum düzeyleriyle yakın ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Andereck ve Nyaupane, 2011; Milman ve Pizam, 1988; Woo, Kim ve Uysal, 2015). Dolayısıyla, yerel halkın yaşam tatminini artırabilmek ve bu durumun sürdürülebilirliğini sağlamak adına, turizmin çok yönlü etkileri dikkate alınmalı ve bu bağlamda bütüncül politika ve planların yapılması gerekmektedir.

1.4.1. Yaşam Tatmini Kavramı

Yaşam tatminine dair birçok tanım bulunmaktadır. Örneğin kavramı ilk tanımlayan araştırmacılardan olan Shin ve Johnson (1978), yaşam tatminini bir kişinin seçtiği ölçütlere göre yaşam kalitesinin genel bir değerlendirmesi olarak tanımlamışlardır. Kavram temelde insanların mevcut yaşantılarından ne derece memnun olduklarına ilişkin yargının yalnızca bireyin kendisi için belirlemiş olduğu standartlarla ne derece örtüştüğüne dayandırılmaktadır (Diener, 1984). Diener ve Seligman (2004) ise yaşam

tatminini bireylerin ekonomik refah düzeylerini ve yaşamlarının sosyal yönlerini dikkate alarak yaptıkları kişisel bir değerlendirme olarak tanımlamıştır. Ayrıca mevcut çalışmada olduğu gibi yaşam tatmini değişkenini yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algı ve görüşleri ile ilişkilendirerek ele alan çalışmalarda mevcuttur (Abdullah, Leewellyn ve Yadisaputra, 2020; Eser ve Akgündüz, 2021; Jia, Liu, Li, Sun ve Yeh, 2023) . Bu çalışmalardan takip eden başlıkta detaylı şekilde bahsedilecektir.

1.4.2. Turizmin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkileri

Yaşam tatmini bireylerin deneyim, değer sistemi ve toplum içindeki etkileşimlerine bağlı olarak yaşamlarından duydukları doyum ifade edilmektedir (An ve Liu, 2014). Turizm alanında yaşam tatmini ile ilgili çalışmalar daha önce de sözü edildiği gibi hem turist bakış açısıyla hem de yerel halk bakış açısıyla ele alınmıştır. Turist bakış açısıyla yapılan çalışmalara göre seyahat eden bireylerin seyahat etmeyen bireylere göre yaşam tatminlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kim, Woo ve Uysal, 2015; Neal, Sirgy ve Uysal, 2004). Tatil deneyimlerinin turistlere sunduğu kaçış, rahatlama ve kendini gerçekleştirme fırsatları bireylerin genel refah düzeylerine etki etmekte ve böylelikle yaşam memnuniyetlerinin artmasına katkı sunmaktadır (Chen ve Petrick, 2013). Burada söz konusu olan, tatil deneyiminin süresi ya da mekânından çok turistin seyahat deneyiminden beklediği duygusal doyumla ilgilidir. Bireylerde duygusal doyum yaratan turistik deneyimlerin bireylerin yaşam tatminlerini daha uzun vadede etkilediği bilinmektedir (Gilbert ve Abdullah, 2004). Bunun yanında bireylerin turistik deneyim esnasında kurdukları sosyal ilişkilerin de yaşam tatminlerini önemli ölçüde etkilediği ifade edilmektedir (Sirgy vd., 2011).

Turizm gelişimin ana hedeflerinden birisinin yerel halkın yaşam doyumunu ve refahını arttırmak olduğu düşünüldüğünde turizmin yerel halkın yaşam tatminine etkisinin de kaçınılmaz olduğu ortaya çıkmaktadır (Alaeddinoğlu, 2007). Turizmin yerel halkın yaşam tatmini üzerindeki etkilerini ele alan çeşitli çalışmalar mevcuttur. Örneğin Ko ve Stewart (2002) yaptıkları çalışma sonucunda turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin ev sahibi destinasyondaki yerel halkın yaşam tatmini ile yakından bir ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer yandan Lin, Chen ve Filieri (2017) Çin’de yaptıkları çalışmalarında turizm gelişimi ile beraber yerel halk tarafından algılanan ekonomik ve sosyo-kültürel faydaların bireylerin yaşam tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yerel halkın turizmin etkileri dolayısıyla yaşam

tatminlerindeki değişimin genel yaşam tatminlerine de etki edebileceği düşünölmektedir (Kim vd., 2013). Beş farklı turizm destinasyonundaki yerel halkın turizmin gelişimine olan desteğini, turizm gelişimine ilişkin algıladıkları değeri ve yaşam memnuniyetlerini değerlendirmek için yapılan çalışmada, yerlilerin turizm gelişimine ilişkin algıladıkları değerin maddi olmayan ve maddi yaşam alanı memnuniyetini olumlu yönde etkilediği; dolayısıyla genel yaşam kalitesine katkıda bulunduğu sonucu elde edilmiştir (Woo, Kim ve Uysal, 2015).

Alanyazındaki çalışmaların bulgularına göre turizmin yerel halkın yaşam tatmini üzerindeki etkileri iki zıt kutup oluşturmaktadır. Bir taraftan turizmin sunduğu istihdam olanakları, altyapı gelişimi ve kültürel çeşitlilik gibi faktörlerin yerel halkın yaşam tatminini artırdığı savunulurken (Andereck ve Vogt, 2000; Ko ve Stewart, 2002) diğer yandan ise turizmin olumsuz etkilerinin bireylerin yaşam tatmini üzerinde bir baskı meydana getirdiği düşünölmektedir (Ap ve Crompton, 1998; Gursoy, Jurowski ve Uysal, 2002). Bu çalışmalarda yerli halkın turizme yönelik olumsuz tepkisinin sebebinin yerli halkın turizm hareketlerine dâhil edilmemesi ve turizm gelirlerinin eşit dağılmaması vb. sebeplerden kaynaklı olduğu ifade edilmektedir. Benzer şekilde Nunkoo ve Ramkissoon (2011), yerel halkın turizm planlama süreçlerine dâhil edilmesinin bireylerin turizmden duydukları memnuniyet derecesini artırdığını ifade etmektedir. Uluslararası literatürde ise turizmin yerel halkın yaşam tatmini üzerindeki etkisi sıklıkla “sosyo-kültürel etki algısı” bağlamında ele alınmıştır. Örneğin Ap ve Crompton (1998) tarafından sosyal değişim teorisi çerçevesinde geliştirilen modele göre, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıları, bireylerin yaşam kalitesi ve yaşam tatmini üzerinde belirleyici rol oynamaktadır.

1.5.Turizm ve Yerel Kimlik İlişkisi

Turizm alanyazınında yerel kimlik kavramı birçok farklı konuyla ilişkilendirilerek çeşitli şekillerde ele alınmıştır. Örneğin bir çalışmada kültür turizminin sürdürülebilirliği için kültürel mirasın aktarımında yerel kimliğin önemi vurgulanırken (Gül, Cesur ve Bostan, 2019) diğer bir çalışmada ise destinasyon markalaşmasının önemli bir unsur olarak değerlendirilen yerel kimliğin bir destinasyonu eşsiz kılan ve çekiciliğini artıran önemli bir unsur olduğu vurgulanmıştır (Kadırhan, İştin, Ünlü,

2024). Bu çalışmalar dışında ulusal alanyazında yerel kimlik kavramının çok sınırlı çalışılan bir konu olduğunu söylemek mümkündür.

Uluslararası alanyazına bakıldığında ise turizm ve yerel kimliği ilişkilendiren çalışmalarda ulusal alanyazında da olduğu gibi markalaşma çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Örneğin Nilgumhaeng, Sattayanuchit, Pansukkum (2020) tarafından Tayland'da yapılan çalışmada turizm tanıtımı için yerel kimlik kavramının kullanımı incelenmiştir. Çalışmada turizm sektörünün sürdürülebilir olması için yerel kimliğin korunmasına özen gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu nedenle turizm sektörünün tanıtım boyutunda da yerel kimliğin korunmasının ve ön planda tutulmasının çok elzem olduğu ifade edilmiştir. Niezgoda ve Markiewicz (2024) ise yaptıkları çalışmada yerel kimlik duygusunun genç nesil Polonyalıların turistlere karşı tutumları üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmada yerel kimliğin turistlere karşı tutum üzerinde olan etkisinin yanında, turistik ürünleri etkileyip etkilemediği de analiz edilmiştir. Araştırmaya göre bireyler yerel kimlik duygusuna, ikamet ettikleri eyalet fark etmeksizin sahiptirler. İkamet ettikleri yerin büyüklüğüne göre değerlendirildiğinde ise daha küçük yerlerde yaşayanların (kasaba, köy vb.) turistlere yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Büyük yerleşim yerlerinde ise yerel halkın tutumunun kayıtsız olduğu belirtilmektedir. Bunun sebebinin ise yerel halkın aşırı turizm olgusunun etkilerini henüz fark edemiyor olmalarının olduğu düşünülmektedir. Çalışmada ulusal ve uluslararası alanyazında birçok çalışmada da vurgulandığı gibi sürdürülebilir bir turizm için yerel halkın turistlere karşı tutumunun çok önemli bir unsur olduğu vurgulanmaktadır.

Yerel kimlik, bireylerin bir topluma ait olma hissini oluşturan kültürel değerler, gelenekler, yaşam biçimleri ve mekânsal aidiyet unsurlarından meydana gelmektedir (Paasi, 2003). Turizmin sözü geçen bu değerler üzerinde iki yönlü etkisi vardır. Bir taraftan yerel halkın kültürel değerlerinin ekonomik değere dönüşmesi ile beraber kimliğin görünürlüğü artarken; öte yandan aşırı ticarileşme sonucunda yerel kimliğin aşınması riski meydana gelmektedir (MacCannell, 1976; Urry, 1990). Bireylerin yerel kimlik bilincini arttırdığı düşülen diğer bir unsur ise yerel halkın turizm faaliyetlerine aktif katılım göstermesidir. Turizm aktivitelerine aktif katılım, yerel halkta toplumsal özsaygıyı da artıran bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Gursoy, Chi ve Dyer, 2010; Stylidis, 2016).

1.5.1. Kimlik Kavramı

Kimlik, bir toplumun geleneklerinin, tarihinin, dilinin, yaşam biçiminin, değerlerinin ve inançlarının tümüdür. Tüm bu unsurlar, konunun öznesi olan toplumu diğerlerinden eşsiz kılan unsurlardır. Tüm bunların yanında yerel kimlik unsurları, toplumun ürünlerine de ekonomik rekabet ortamında değer katan bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Huguet, 2011). Kimlik kavramı, sosyal bilimlerin birçok disiplininde farklı boyutlarıyla ele alınan bir olgudur. Uluslararası literatürde kimlik çalışmaları; bireysel kimlik, sosyal kimlik, kültürel kimlik, etnik kimlik, ulusal kimlik ve mekânsal kimlik gibi başlıklar altında ele alınmaktadır. Sosyal psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi alanlarda yürütülen çalışmalarda kimliğin sabit olmadığı, sosyal etkileşimler ve tarihsel bağlam içerisinde sürekli kendisini yenileyen bir yapısının olduğu vurgulanmaktadır (Hernández, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess 2007; Lewicka, 2010). Sıklıkla araştırılan konulara bakıldığında ise küreselleşme, göç, medya ve dijitalleşme gibi süreçlerin kimlik olgusu üzerindeki etkisi öne çıkmaktadır (Almeida-García, Peláez-Fernández, Balbuena-Vazquez ve Cortes-Macias, 2016; Ko ve Stewart, 2002).

Ulusal alanyazında da kimlik çalışmaları uluslararası alanyazında olduğu gibi çok boyutlu bir şekilde ele alınmaktadır. Eğitim ve öğretim, sosyoloji, psikoloji, turizm, iletişim bilimleri gibi birçok disiplinde farklı boyutlarıyla çalışılan bir konu olmuştur. Sosyoloji alanında yapılan çalışmalarda kimlik olgusu, kimlik inşası ve sunumu başlıklarında yoğunlaşmıştır. Son yıllarda sosyoloji alanında yapılan kimlik çalışmalarında dijital ortamlarda kimlik inşası ön plana çıkmakta ve çalışmalarda dijital çağın içinde büyüyen yeni neslin kimlik inşa sürecini anlamak temel amacı oluşturmaktadır (Çankal, 2024; Mert, 2019). Eğitim ve öğretim alanında yapılan çalışmalarda da öğrencilerin kimlik oluşumu (Demiryürek, 2024) ve öğretmenlerin mesleki kimlik algılarının ve mesleki kimlik tipolojilerinin belirlenmesi (Atik, 2022) gibi konular çalışılmaktadır. Turizm alanında yapılan çalışmalarda ise yerel halkın kimlik algılarının turizmle nasıl etkileşimde bulunduğu, turizmin yerel kimlik üzerinde nasıl bir değişim ve dönüşüm meydana getirdiği konularına yoğunlaşmıştır. Yapılan araştırmaların bulgularına göre turizmin yerel halkın kimlik algısı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabilmektedir. Bazı durumlarda turizm sayesinde yerel kimlik daha görünür hale gelip değer kazanırken bazı durumlarda ise kültür

ögelerinin ticarileştirilmesi, bireylerin yerel kimlik algularını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Yeşilyurt ve Koçak, 2020). Kırsal turizm, gastronomi turizmi gibi turizm türlerinde kültürel festivallerin düzenlenmesi ile beraber yerel kimliğin canlandırılması ve sürdürülebilir hale gelmesi gibi bulgular da mevcuttur (Buzlukçu ve Avcıkurt, 2021).

1.5.2. Yerel Kimlik Kavramı

Yerel kimlik çalışmaları sosyal bilimlerde birçok alanda çalışılan bir konudur. En fazla çalışılan alanlara bakıldığında; mimarlık (Kart, 2022; Khidirov, 2022; Orak, 2018; Tozkoparan, 2023), sosyoloji (Fidan, 2011; Toprak, 2018), turizm (Forati, 2024; Tsetskhladze, 2023; Yıldız, 2009), arkeoloji (Kılıç Aslan, 2022; Örgen, 2023) ve ekonomi (Demir, 2019; Yıldız, 2024) alanlarının ön plana çıktığı görülmektedir.

Mimarlık alanında yerel kimlik kavramı, genellikle kentsel tasarım ve mekânsal planlama bağlamında ele alınmaktadır. Örneğin, Kalemci ve Hacıhasanoğlu (2024), büyük şehirlerde küreselleşme ve göç süreçlerinin yerel kimlik üzerindeki etkilerini incelemiş ve mahallelerin, toplumların dayanışma duyguları ve yerel kimlik duygularını devam ettirmeye olanak tanıdığını, dolayısıyla da yerel kültürün korunmasında kritik bir rolü olduğunu ifade etmişlerdir. Orak (2018) tarafından yürütülen diğer bir çalışmada ise örnek çalışma alanı olarak belirlenen Odunpazarı'nda yerel kimlik öğelerinin tespiti yapılmış ve bu öğeler göz önünde bulundurularak bir yönetim planlama süreci oluşturulmuştur. Benzer şekilde Kart (2022) Konya ilinde yürüttüğü çalışmasında bölgenin mekânsal planlamasında yerel kimlik unsurlarını koruyup ön plana çıkaracak yeni bir kent merkezi tasarım önerisi hazırlamıştır.

Sosyoloji alanında ise yerel kimlik, bireylerin sosyal ilişkileri, kültürel pratikleri ve toplumsal aidiyetleri bağlamında ele alınmıştır. Toprak (2019), kimliğin tarihsel ve toplumsal yapıdaki yerini ele almış, kimliğin değişken bir yapısı olduğunu ve toplumsal yapılar üzerinde önemli etkileri olduğunu vurgulamıştır. Fidan (2011) ise küreselleşme sürecinde Türkiye'deki genç neslin kimlik algısını incelemeyi hedeflemiş ve küreselleşmenin, bireylerin yerel ve etnik kimliklerini ifade etme biçimleri üzerinde etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Arkeoloji disiplinde yerel kimlik, arkeolojik mirasın korunması ve toplumla olan ilişkisi üzerinden ele alınmaktadır. Örgen (2023) ve Kılıç Aslan (2022), arkeolojik

mirasın yerel kimliğin oluşumundaki rolünü incelemiş ve arkeolojik alanların yerel halkın kimlik algısını şekillendirmede önemli bir rolü olduğunu belirtmişlerdir.

Ekonomi alanında yerel kimlik çalışmalarına bakıldığında ise, bölgesel kalkınma ve yerel ekonomilerin güçlendirilmesi bağlamında ele alındığı görülmektedir. Demir (2019) ve Yıldız (2024) tarafından yapılan çalışmalarda yerel kimliğin ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri incelenmiş ve yerel kimliğin bölgesel markalaşma ve turizm gelirleri gibi ekonomik faktörleri etkileyebilecek bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm alanyazınında yerel kimlik kavramı doğrudan çok sınırlı araştırılmakla birlikte bunun yerine daha çok yer kimliği, kent kimliği ve yer bağlılığı gibi kavramlar kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalara bakıldığında ise, araştırmacıların yerel kimliği genellikle yerel halkın turizme yönelik tutumları, algıları ve turizme yönelik destek düzeyleri bağlamında ele aldığı görülmektedir. Örneğin Yeşilyurt ve Koçak (2020), Adıyaman'da yapmış oldukları çalışmada, yer kimliğinin yerel halkın turizmin olumlu etkilerine yönelik algılarını etkilediğini fakat doğrudan turizm sektörüne olan desteği etkilemediğini ifade etmişlerdir. Diğer bir çalışmada ise Akpınar Külekçi (2022), Erzurum'da kentsel kimlik bileşenleri ile kış turizmi arasında ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda kentsel kimliğin kış turizmi destinasyonlarının marka değerini ve turist çekiciliğini artırmada önemli bir rolü olduğu ortaya koyulmuştur. Bu bulgulardan yola çıkarak yerel kimliğin turizm destinasyonlarının pazarlamasında önemli bir unsur olduğu sonucuna ulaşılabılır. Bu görüşü destekler nitelikte çalışmalar mevcuttur. Örneğin yerel kimlik kavramı bazı araştırmacılar tarafından turizm sektöründe farklılaşma yaratma gücü ile bir rekabet unsuru olarak da ele alınmıştır. Bir destinasyona özgü yerel kimliği turizm sektöründe ön plana çıkarmanın sektörde başarıyı yakalamak için önemli olduğu düşünülmektedir (André, 2011).

1.5.3. Turizmin Yerel Kimlik Duygusuna Etkileri

Alanyazında yer kimliği ve yerel kimlik birbirleri yerine kullanılan ve karıştırılan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat aslında bu kavramları birbirinden ayıran unsurlar bulunmaktadır. Çalışmanın devamında yerel kimliğe dair bulgular sunulacağından bu kısımda yerel kimlik ve yer kimliği kavramları arasındaki farkı net bir şekilde ortaya koymanın önemli olduğu düşünülmektedir. Yer kimliği, bireylerin

belirli bir fiziksel çevreyle kurduğu duygusal ve bilişsel bağları ifade etmektedir. Tuan (1977), yer ile olan ilişkinin yalnızca fiziksel mekânla sınırlı olmadığını, aynı zamanda bireylerin deneyimleri, anıları ve duygusal bağlarıyla ilişkilendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Diğer yandan yerel kimlik daha çok toplumsal düzeyde ele alınan ve belirli bir yerin kültürel, tarihsel ve sosyal özellikleri üzerinden şekillenen bir kimlik biçimi olarak değerlendirilmektedir. Şahin Güçhan ve Kubat (2006), yerel kimliği bir topluluğun yaşadığı çevreyle kurduğu bağa dayandırmaktadır. Fakat burada bahsedilen yalnızca fiziksel çevre değil, o çevrede yaşayan toplulukla kurduğu kültürel ve sosyal bağları da içermektedir. Bu yönüyle yerel kimlik kavramının toplumsal aidiyet duygusu ile ilişkili olduğu açıktır. Alanyazında bu iki kavramın zaman zaman iç içe geçtiği görülmektedir. Fakat bu kavramların birbirinden ayrılması gerektiği ifade edilmektedir. Çünkü yer kimliği, bireyin daha çok öznel deneyimleriyle ilişkiliyken; yerel kimlik ise bireyin içinde bulunduğu topluluğun kültürel sürekliliği ve ortak değerleriyle ilişkilidir.

Alanyazında doğrudan turizmin yerel kimlik duygusunu ele aldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bunun sebebinin daha önce sözü edildiği gibi alanyazındaki kavram karmaşasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın bu kısmında doğrudan yerel kimlik ile ilişkili olmasa da dolaylı olarak ilişkili olması sebebi ile yer kimliği ve kültürel kimlik kavramlarının ele alındığı çalışmalardan örnekler verilecektir.

Atsız, Kahraman ve Beşcanlar (2022), tarafından Yozgat örneğinde yapılan çalışmada yerel halkın yer kimliği algısının turizme verilen desteğe etkisi incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, yer kimliği boyutlarından benzersizlik, süreklilik ve öz yeterliliğin turizme destek niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, ancak özsaygı boyutunun turizme desteği etkilediği görülmüştür. Ayrıca yerel halkın bölgedeki ikamet süresinin ise yer kimliğinin boyutları ile turizme yönelik destek arasında herhangi bir düzenleyici rolü olmadığı tespit edilmiştir. Yeşilyurt ve Koçak (2020) ise yer kimliğinin turizmin olumlu etkilerine yönelik algıları ve yer imajının olumsuz etkilere yönelik algıları etkilediğini fakat yer kimliği ve yer imajının turizme yönelik desteği doğrudan etkilemediğini ortaya koymuştur. Buna karşın Buzlukçu (2020), yer kimliğinin turizmin gelişimine destek üzerinde olumsuz yönde bir etkisi olduğu sonucunu elde etmiştir. Uluslararası alanyazında yapılan çalışmalarda ise

kültürel kimlik kavramının ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin, Daly, Dias ve Patuleia (2020), Lizbon'un tarihi mahallelerinde turizmin kültürel kimlik üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda turizmin soylulaştırma ve turistik dönüşüm süreçleriyle birlikte kültürel kimliği dönüştürdüğü ve yerel halkın kimlik algısını etkilediği bulguları elde edilmiştir. Diğer bir yandan ise bazı araştırmacılar tarafından turizmin yerel halkın kültürel kimliği üzerinde olumlu etkisi olduğu, kültürel kimliği güçlendirdiği, kültürel mirasın korunmasına katkı sağladığı ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliğine katkı sağladığı ifade edilmektedir. Yerel halkın turizme aktif katılım sağlamanın bu süreçte elzem olduğunun da altı çizilmektedir. Aynı zamanda turizm ile beraber kültürel değerlerin ticarileştirilmesi ve otantikliğinin kaybı gibi hususların da göz ardı edilmemesi gerektiği ifade edilmektedir (Nguyen ve Tran, 2025; Chang vd., 2018). Literatürdeki bulgular doğrultusunda turizmin yerel halkın yer kimliği ve kültürel kimlikleri üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olabileceği; bu etkileri olumlu hale getirebilmek için ise yerel halkın turizm faaliyetlerine aktif katılımının önemli olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

1.6. İlgili Kuramlar

Turizm hareketlerinin gerçekleştiği bölgelerde yaşayan yerel halk ile turizmin gelişim ilişkisini açıklamaya çalışan çeşitli kuramlar mevcuttur (Avcıkurt, 2023). Turizmin ev sahibi toplum yani yerel halk üzerinde sosyo-kültürel bazı etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığını, yerel halkın tutumlarında ne gibi değişikliklere sebep olduğunu açıklamak için birçok model ve kuram geliştirilmiştir (Dağdeviren, 2015). Turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalarda öne çıkan kuramlar, Doxey'in Irridex Kuramı, Sosyal Değişim Kuramı ve Butler'in Turizmin Yaşam Döngüsü Modelidir (Altıntaş, 2009; Altunel, 2009; Aykaç ve Tekeli, 2023; Birsen, 2019; Buzlukçu, 2020; Çalışkan, 2003; Dağdeviren, 2015; Ersoy, 2017; Yavuz, 2020). Turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini inceleyen diğer bir kuram ise Sosyal Kimlik Kuramı'dır. Bu kuram, bireylerin kendilerini sosyal gruplar aracılığıyla tanımladıklarını ve bu gruplar arasındaki ilişkilerden etkilendikleri varsayımına dayanmaktadır (Tajfel ve Turner, 1986). Turizm bağlamında ele alındığında, ev sahibi toplumun kendilerini "yerel" olarak tanımlayıp turistleri dış grup olarak algıladıkları bir durum söz konusudur. Bu durum dolayısıyla yerel halk kimliğini koruma ve yereller arası dayanışmayı artırma gibi sebeplerle dış grup olarak tanımladığı turistlere

karşı mesafeli bir tutum sergileyebilir (Güdü Demirbulat, 2014). Sosyal kimlik kuramı, turizmin etkilerinin yalnızca ekonomik ya da fiziksel boyutta değil, kimlik boyutunda da önemli etkiler yaratabileceğini ortaya koyması bakımından önemli bir kuramdır.

1.6.1. Doxey'in Irridex (Irritation Index) Modeli

Doxey'in "Irridex Modeli" ya da diğer bir ifade ile "Tolerans Modeli" turizmin etkilerini ve bu etkilerin yerel halk tarafından algılanma şeklini açıklamaya yönelik alandaki ilk ve önemli teorik modellerden biridir. Doxey (1975) tarafından geliştirilen Tolerans Modeli, turizm gelişiminin yerel halkın tutumları üzerindeki etkilerini açıklamak amacıyla oluşturulmuştur. Modelde turizmin ilk başladığı süreçte yerel halkın turizmin gelişiminden memnuniyet duyduğu fakat zamanla turizmin olumsuz etkilerinin artmasıyla birlikte yerel halkın turizme yönelik tutumunun memnuniyetsizliğe hatta düşmanlığa dönüştüğü belirtilmektedir. Doxey'e göre turist sayısının ve turizm işletmelerinin sayısının artması ve turist-yerli halk arasındaki uyumsuzluklar dolayısıyla yerli halkın turizme yönelik tolerans seviyesi azalmaktadır (Dağdeviren, 2015). Tolerans modelinde turizm destinasyonlarındaki turist sayısının artışıyla beraber yerel halkın tutumlarında meydana gelen değişimler dört aşamada açıklanmaktadır. Bu aşamalar Tablo 1.1.'de özetlenmiştir.

Tablo 1.1. Doxey'in Irridex (Irritation Index) Modeli

Aşamalar	Aşamaların Özellikleri
Çoşku (Euphoria)	<ul style="list-style-type: none">Ziyaretçi sayısı azdır.Yerel halk turizm gelişiminden memnundur.Turistlerin gelmesi yerel halk tarafından hoş karşılanmaktadır.
İlgisizlik (Apathy)	<ul style="list-style-type: none">Turist sayısı ve turizm işletmelerinin sayısı artmıştır.Yerel halk ve turist arasında ilişki ticari boyuttadır.
Rahatsızlık (Annoyance)	<ul style="list-style-type: none">Turizm sektörü doyum noktasına yaklaşmıştır.Yerel halkın kültürü turizmden olumsuz etkilenmeye başlamıştır.İşletmeler turistlerin talebini karşılamada yetersiz hale gelmiştir.
Düşmanlık (Antagonism)	<ul style="list-style-type: none">Yerel halk turistlere yönelik açıkça kızgınlık duymaktadır.Tüm olumsuzluklardan turistler sorumlu tutulmaktadır.Turizm hareketleri sınırlandırılmaya çalışılmıştır.

Kaynak: Mathieson, Aliater, Geoffrey Wall (1992)'den aktaran Avcıkurt 2023; Dağdeviren, 2015

Tablo 1.1.'de de açıklandığı üzere model dört aşamadan oluşmaktadır. Tolerans modelinin ilk aşaması olan **çoşku (euphoria)**, turizmin yeni gelişim göstermeye başladığı safhadır. Bu aşamada turizm bölgesini henüz az sayıda turist ziyaret etmektedir. Az sayıda turistin olması dolayısıyla da yerel halk, turistlerin ihtiyaçlarını direkt karşılayabilmekte ve böylelikle ekonomik kazanç sağlayabilmektedir. Bu nedenle de toplumun turistlere yönelik tutumu oldukça olumludur. İkinci aşama olan **ilgisizlik (apathy)** aşamasında ise turist ve turizm işletmelerinin sayısındaki artış ile beraber yerel halkın tutumu coşkudan ilgisizliğe evrilmiştir. Turizm işletmelerinin yabancı yatırımcıların kontrolüne geçmesi ile birlikte yerel halk, çoğunlukla turizm sektöründe hizmet eden pozisyonuna geçmiştir. Turist ve yerli halk arasında ilişki artık yalnızca ticari boyuttadır. Daha sonra ise bölgenin artık taşıma kapasitesine ulaştığı **rahatsızlık (annoyance)** aşamasına geçilir. Bu aşamada yerel halk artık kendi ihtiyaçlarının ihmal edildiğini, turistlerin daha değerli bir konumda olduğunu hisseder ve bu durumdan rahatsızlık duymaya başlar. Ayrıca bu safhada gelişen kitle turizmi dolayısıyla yerel toplumun kültürünün olumsuz etkilenmesi de yerel halkı rahatsız eden başlıca sebeplerdendir. Bunun yanı sıra bu aşamada artık bölgedeki işletmelerde turistlerin beklentilerini karşılamaya yetemez hale gelmişlerdir. Son aşama ise yerel halkın turistlere ve turizm sektörüne yönelik açıkça kızgınlık duyduğu **düşmanlık (antagonism)** aşamasıdır. Bu aşamada turistlere artık hoş bakılmamakta hatta bölgedeki tüm olumsuzluklardan (vergilerin yükselmesi, gençlerin kötü alışkanlık kazanması vb.) turistler sorumlu tutulmaktadır. Dolayısıyla turizm gelişiminin yerel halk tarafından desteklememesi ve turistlere düşmanlık duyulması sebebiyle yerel halk tarafından desteklenmeyen turizm hareketlerinin gelişim göstermesinin bu aşamada mümkün olmadığı, bu nedenle de sürdürülebilir turizmin gerekliliğinin ortaya çıktığı vurgulanmaktadır (Avcıkurt, 2023; Çetinkaya, 2013; Dağdeviren, 2015; Ersoy, 2020; Huimin ve Ryan, 2012; Yavuz, 2020).

1.6.2. Butler'in Turizm Yaşam Döngüsü Modeli (Butler's Tourism Area Life Cycle - TALC)

Turizmin destinasyon üzerindeki etkilerini sistematik bir şekilde inceleyen temel modellerden bir diğeri de Butler (1980) tarafından geliştirilen Turizm Yaşam Döngüsü Modeli'dir. Bu modelde bir turizm destinasyonunun zaman içerisinde geçirdiği gelişim süreçleri altı temel evrede açıklanmaktadır. Bu evreler **keşif (exploration)**,

katılım (involvement), *gelişme* (development), *pekiştirme* (consolidation), *durgunluk* (stagnation), *gerileme* (decline) ve *yeniden canlanma* (rejuvenation) şeklindedir.

Modelin ilk aşaması olan *keşif* evresinde, turist sayısı oldukça azdır ve yerel halk ile turistler arasında ilişkiler genellikle olumludur. Yerel halk ziyaretçileri misafirperver bir tutumla karşılamaktadır (Getz, 1992). Bu aşamada turistler için özelleştirilmiş bir tesis sağlanamamaktadır. Bu nedenle de yerel tesislerin kullanımı söz konusudur ve yerel halk ile turist arasındaki temasın yüksek olduğu bir aşamadır. Bölgenin fiziksel yapısında ve sosyal yapısında turizm kaynaklı bir değişimin yaşanmadığı ve yerel halk için turizm hareketlerinin nispeten daha az önem arz ettiği bir aşamadır (Butler, 1980).

İkinci aşama olan *katılım* evresinde turist sayısı artmaktadır. Turist sayısındaki artış ile beraber turizm destinasyonu daha düzenli bir hal almakta hatta turistlere özel tesisler kurulmaya başlamaktadır (Butler, 1980). Yerel halk, turizm faaliyetlerine bilinçli olarak katılmaya başlar ve ev pansiyonları, küçük restoranlar ve rehberlik hizmetleri gibi yerel girişimler ortaya çıkar (Cooper, Fletcher, Gilbert ve Wanhill, 1993). Turist sayısındaki artış ile beraber yerel yönetimler altyapı yatırımlarına önem vermeye başlar ve bölgenin tanıtımı yapılmaya başlanır. Bu süreçte yerel halk, turizmden ekonomik gelir elde etmeye başlar ve dolayısıyla da turizme yönelik tutumları olumlu yöndedir (Andereck ve Nyaupane, 2011).

Üçüncü aşama olan *gelişme* evresinde ise destinasyonun tanınırlığı yoğun reklamlar ile arttırılmıştır. Zaman geçtikçe turizme yerel halkın katılımı azalmakta ve turizm gelişiminin kontrolü güçleşmektedir. Bu aşamada artık doğal ve kültürel değerler geliştirilip turistlere pazarlanmaya başlamaktadır. Turizmin yoğun yaşandığı dönemlerde turist sayısı muhtemelen yerel halkın nüfusuna eşit hatta daha fazla olacaktır. Dolayısıyla da yerel halkın iş gücü, turistlerin taleplerini karşılamaya yetmeyecek ve yabancı iş gücünden yararlanılacaktır (Butler, 1980). Bu aşamada yabancı yatırımcılar da bölgeye gelerek otel zincirleri ve büyük ölçekli turizm işletmeleri kurmaya başlamaktadır (Agarwal, 2002). Bu durum, bölgenin ekonomik kalkınması açısından olumlu olarak değerlendirilse de yerel halkın turizm üzerindeki kontrolünün azalması ve karar alma süreçlerinin dışında tutulması gibi nedenlerle zamanla toplumsal gerilim yaratabilmektedir (Haywood, 1986).

Pekiştirme- konsolidasyon aşaması ise Butler'in Turizm Yaşam Döngüsü modelinin dördüncü evresidir. Bu evrede destinasyon artık olgunluk seviyesine ulaşmıştır. Bu evrede turizm sektörü, yerel ekonominin temel kaynaklarından biri haline gelmiştir. Turist sayısı yerel halk nüfusunu aşmakta ve özellikle turizm sektöründe bulunmayan yerel halk ile turistler arasında artık anlaşmazlıklar ortaya çıkmaktadır (Butler, 1980). Dolayısıyla da bu evrede turizme yönelik olumsuz algılar belirginleşmeye başlar (Doxey, 1975). Sektörü artık büyük zincir işletmeler temsil etmeye başlamış ve herhangi bir işletmenin eklenmesi artık bu evrede durmuştur (Butler, 1980).

Durgunluk aşamasında bölgede ziyaretçi sayısının zirvesine ulaşılmış ve bölgenin taşıma kapasitesi birçok değişken açısından aşılabilecek raddeye gelmiştir. Bu aşamada artık bölgeye gelen turist sayısı sabitlenir ya da düşmeye başlar. Doğal ve kültürel değerlerin yerini yapay tesisler almaya başlar. Bunun yanında bu evrede turizm bölgesi daha iyi bir imaja sahiptir (Butler, 1980). Turizm kaynaklı çevresel ve sosyal maliyetlerin artmasıyla beraber ekonomik faydaların yerel halk tarafından azalması, yerel halkın turizme yönelik ilgisinin azalmasına ve memnuniyetsizlik düzeyinin artmasına sebep olmaktadır (Smith ve Krannich, 1998).

Butler'in turizm yaşam döngüsü modelinin altıncı aşaması olan **gerileme** aşamasında turizm bölgesi daha yeni olan turizm bölgeleri ile yarışamaz duruma gelmekte ve dolayısıyla da gerileyen bir duruma düşmektedir. Bölge artık turistlere eskisi kadar çekici gelmemekte, gelen ziyaretçilerde genel olarak gününbirlik ya da haftalık tatiller yapmaktadır. Bu aşamada bölgenin turistik çekim cazibesini tamamen kaybetmesi dahi söz konusu olabilmektedir. Piyasanın gerilemesiyle yerel halk, tesislerde söz sahibi konuma gelir hatta tesisleri satın alabilecek durumdadır dolayısıyla da bu aşamada yerel halkın turizm sektörüne katılımı daha yüksektir. (Butler, 1980).

Son aşama olan **yeniden canlanma** aşamasında ise bölgede köklü bir değişim gerçekleşmedikçe turizm sektörünün bölgede eski ivmesini kazanmasının mümkün olmadığı belirtilmiştir. Butler (1980), bölgede yeniden canlanma olabilmesi için iki yol olduğunu ifade etmiştir. Bunlardan ilki; insan yapımı yeni bir cazibe merkezinin bölgeye entegre edilmesi iken diğeri ise daha önce el değmemiş bir doğal güzelliğin ön plana çıkarılmasıdır. Yeni tesislerin geliştirilmesi ve bölgenin keşfedilmemiş güzelliklerinin ön plana çıkarılması ile bölge yeniden canlandırılabilir.

1.6.3. Sosyal Değişim Kuramı (Social Exchange Theory – SET)

Soontayatron (2010), Doxey'in Irridex Modelinin ve Butler'in Yaşam Döngüsü Modelinin turizmin sosyo-kültürel etkilerini ölçmede yetersiz kaldığını, bu modellerin daha çok endüstri odaklı ve turizmin gelişim aşamalarını temel alan yerel halka odaklanmayan modeller olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda Ap (1992), çalışmasında yerel halkın turizme yönelik algılarını anlamak için sosyal değişim kuramını kullanması, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini değerlendirme açısından daha uygun bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal değişim, toplumların zaman içinde yaşadıkları yapısal, kültürel ve ekonomik değişimleri ifade eden bir süreçtir. Bu değişimleri etkileyen başlıca faktörler, fiziki çevre, teknoloji, kültürel değerler, ekonomi, demografik yapılar ve kitle iletişim araçlarıdır (Kulualp ve Sarı, 2019). Turizm de toplumda sosyal değişimi etkileyen unsurlardandır. Turizm diğer unsurlara kıyasla toplumlar üzerinde daha kısa sürede ve çok boyutlu biçimde etkiler yaratarak sosyal değişimi başlatan bir etken olarak öne çıkmaktadır. Yerel halkın turizm hareketleri sayesinde dış dünya ile iletişim kurması dolayısıyla toplumsal yapısında, değerlerinde, geleneklerinde ve hatta yaşam biçimlerinde değişim meydana gelebilmektedir (Çakmakçı ve Öztürk, 2019). Sosyal değişim kuramı bağlamında değerlendirildiğinde ise yerel halkın turizme yönelik bakış açısının elde edilen faydalar ile karşılaşılan olumsuzlar arasındaki dengeye göre değiştiği vurgulanmaktadır (Kulualp ve Sarı, 2019).

Ap (1992), sosyal değişim teorisini, bireyler ve gruplar arasındaki kaynak değişimini açıklayan genel bir sosyolojik teori olarak tanımlamıştır. Turizm alayazınında 1990'lı yıllardan itibaren sosyal değişim kuramının çalışmalardaki kullanımı yaygın hale gelmeye başlamıştır. Özellikle Ap'in (1992) çalışması, teorinin turizm alanında yaygınlaşmasında öncü olmuştur (Harrill, 2004). Bu teori, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışırken yerel halkın turizmden gördükleri faydalar ile katlandıkları maliyetler arasındaki dengenin turizme yönelik tutumlarını belirlediğini ortaya koymaktadır (Andreck ve Nyaupane, 2011).

Aşağıda verilen Tablo 1.2. sosyal değişim sürecinin temel aşamalarını ortaya koymaktadır. Tablo alanyazındaki çalışmalardan (Ap, 1992; Cropanzano ve Mitchell, 2005; Rasoolimanesh, Jaafar, Kock ve Ramayah, 2015) elde edilen bilgiler ışığında ve sosyal değişim kuramının temellerine (Blau, 1964; Homans, 1958; Thibaut ve Kelley,

1959) dayanılarak araştırmacı tarafından yerel halk ve turizm arasındaki etkileşim dűřünülecek hazırlanmıştır.

Tablo 1.2. Sosyal Deęiřim Sűreci Modeli

Aşamalar	Aşama zellikleri	rnek
1. Beklenti Oluşumu	Birey, yaşanacak olan etkileşimden elde edeceği faydayı ya da katlanacağı zorlukları önceden tahmin etmektedir.	Bu ařamada yerel halk turistlerden ya da bir bűtűn olarak turizm sektrűnden ekonomik kazanç elde etme beklentisi içinde olabilir.
2. Etkileşim ve Deneyimleme	Bu aşamada etkileşim başlar. Birey etkileşim öncesi beklentileri ile gerçek deneyimini karşılaştırmaktadır.	Turistler ve yerel halk arasında etkileşim başlar. Yerel halk etkileşim öncesi beklentileri ile etkileşim esnasında yaşanan deneyimlerini karşılaştırır. Bekledięi ekonomik kazanç elde edip edemediğini bu sűrete değerlendirebilir.
3. Değerlendirme ve Karşılaştırma	Birey tarafından elde edilen faydalar ile katlanılan zorluklar değerlendirilir.	Yerel halkın ekonomik kazanç beklentisi karřılanıyor olsa da çevresel ya da kűltűrel bir bozulma meydana gelmiř olabilir. Yerel halk bu noktada fayda-zarar deęerlendirmesi yapar.
4. Tutum Gelişimi	Etkileşimde fayda daha ağır basıyorsa olumlu tutum; zarar daha ağır basıyorsa olumsuz tutum gelişmektedir.	Yerel halk yaptığı fayda-zarar değerlendirmesi sonucunda turizmi destekler ya da turizme karşı çıkmaya başlayabilir.
5. Uyum Sağlama veya Sonlandırma	Etkileşimin devam etmesi için mevcut duruma uyum sağlanmakta ya da bu etkileşim sonlandırılmaktadır.	Yerel halkın turizme yönelik olumlu tutum geliřtirebilmesi için sűrdűrűlebilir turizm stratejileri geliřtirilir ya da turizm karřıtı hareketler bölgede bařlayabilir.

Kaynak: Ap, 1992; Blau, 1964; Cropanzano ve Mitchell, 2005; Homans, 1958; Rasoolimanesh, Jaafar, Kock ve Ramayah, 2015; Thibaut ve Kelley, 1959 kaynaklarından yararlanılarak araştırmacı tarafından uyarlanmıştır.

Daha önce de bahsedildiği üzere sosyal değişim teorisinde bireyler ve gruplar arasındaki ilişkiler karşılıklı fayda ve maliyet kapsamında değerlendirilir (Blau, 1964; Homan, 1958). Tabloya göre sosyal değişim süreci beş temel aşamada ele alınmıştır: beklenti oluşumu, etkileşim ve deneyimleme, değerlendirme ve karşılaştırma, tutum gelişimi ve uyum sağlama ya da sonlandırma. Bu teoriye göre bireyler, bir etkileşime girmeden önce beklentiler oluşturur, bu beklentiler doğrultusunda deneyimlerini yaşar ve bu deneyimleri fayda-maliyet esasına göre değerlendirir. Bunun sonucunda ise olumlu ya da olumsuz tutumlar geliştirirler. Sürecin son aşamasında ise birey ilişkiyi sürdürmek için uyum sağlamayı ya da ilişkiyi sonlandırmayı tercih eder (Ap, 1992; Cropanzano ve Mitchell, 2005). Mevcut çalışmada ise yerel halkın bir bütün olarak turizm sektörü ile içinde olduğu etkileşim değerlendirilerek yerel kimlik ve yaşam tatmini boyutunda turizmin yerel halk üzerindeki etkisinin ölçülmesi amaçlandığından sosyal değişim teorisinin çalışmanın teorik altyapısını desteklediği düşünülmektedir.

1.6.4. Sosyal Kimlik Kuramı (Social Identity Theory – SIT)

Sosyal kimlik kuramı ilk olarak Sherif (1967) tarafından yapılan grup içi ve gruplar arası etkileşimleri ele aldığı çalışma ile başlamış ve sonrasında 1970’li yılların sonunda Tajfel (1978), Tajfel ve Turner (1979) ve Turner (1982) tarafından geliştirilmiştir (Ertuş, 2020). Kuram, bireylerin toplumsal kimliğinin ait olduğu sosyal gruplar üzerinden şekillendiğini ve bu kimliğin de bireylerin davranışları üzerinde etkili olduğunu öne sürmektedir (Tajfel, 1981; Tajfel ve Turner, 1979).

Kuramın temeli Tajfel (1978) tarafından yapılan minimal grup paradigması deneylerine dayanmaktadır. Bu deneyde bir grup birey rastgele gruplara atanmış ve bireyler buldukları gruba rastgele atanmalarına rağmen kendi buldukları grubu diğer gruptan daha üstün görme eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir. Bireylerin kendi grupları, iç grup olarak tanımlanırken dâhil olmadıkları grup ise dış grup olarak tanımlanmaktadır. Bu deney, gruplar arası ayrımcılık ve önyargının bir gruba üye olmakla tetiklendiğini öne sürmektedir (Tajfel, 1978). Sosyal Kimlik Kuramının temel varsayımları aşağıdaki gibidir:

- **Sosyal Sınıflandırma ve Özdeşleşme:** Sosyal kimlik, bireyin bulunduğu topluma olan aidiyet hissini temelini oluşturur ve bu kimlik aracılığıyla da birey kendi değerini anlamlandırır. Bireyler kendilerini çevrelerinde yer alan

sosyal gruplara göre tanımlarlar. Bu süreçte birey, kendisini bir grubun üyesi olarak sınıflandırır ve o grubun bireyleri ile özdeşleşir. Bu özdeşleşme sonucunda bireyin sosyal kimliği oluşur (Demirtaş, 2020; Turner, 1987).

- **Sosyal Karşılaştırma:** Bu süreçte bireyler ait oldukları grup (iç grup) ile diğer grupları (dış grup) kıyaslar. Birey bu kıyaslama sayesinde ait olduğu grubun sosyal çevredeki konumunu belirler. Bu kıyaslama esnasında bireyler güç, yetenek ve statü gibi unsurları değerlendirirler (Demirtaş, 2020; Turner, 1975).
- **İç Grup Kayırmacılığı ve Ön Yargı:** Bireyler, pozitif bir sosyal kimlik oluşturmak amacıyla içinde buldukları grubu kayırarak diğer grupları küçümseme eğilimindedirler. Bu durum iç grup kayırmacılığı olarak adlandırılır. Bu durumun en küçük grup paradigması araştırmaları sonucunda elde edilen sonuçlar doğrultusunda ortaya koyulduğu ifade edilmektedir (Demirtaş, 2020; Doosje ve Ellemers, 1997).
- **Sosyal Kimliğin Olumsuzluğu ve Stratejiler:** Bireyler sosyal kimliklerinin olumlu olup olmasını içinde buldukları grubun yapısına bağlamaktadırlar. Önceki süreçlerdeki bireyin diğer gruba yönelik tutumu ve kendi grubunu üstün görmesi gibi unsurlar, iç grubun sosyal kimliğinin olumlu görünmesini bir dereceye kadar sağlasa da bazı durumlarda grubun konumu göz ardı edilemeyecek derecede düşük olabilmektedir. Bu süreçte bireyler, var olan durumdan kurtulmak ve olumlu bir sosyal kimlik oluşturmak için çeşitli stratejiler geliştirirler (Demirtaş, 2020). Turizm alanyazınında sosyal kimlik kuramının kullanımına bakıldığında; özellikle ev sahibi toplumun turistlere yönelik tutumlarını inceleyen çalışmalarda bu kuramın açıklayıcı bir rol oynadığı görülmektedir. Yerel halkın turistleri dış grup olarak değerlendirmesi durumunda önyargılı yaklaşımlar öne çıkabileceği gibi grup temelli olumlu yaklaşımlar da ortaya çıkabilmektedir (Kılıç ve Buzlukçu, 2024). Diğer bir yandan ise turist deneyimlerinin bireylerin sosyal kimliğine nasıl yansıdığı diğer bir araştırma konusu olmuştur (McCabe, 2005). Bond ve Falk (2013) ise turistlerin seyahat motivasyonlarını kimlik temelli bir perspektiften ele almış ve turistlerin davranışlarının sosyal kimlikleri ile önemli bir ilişkisi olduğunu öne sürmüştür.

1.7. İlgili Alanyazın

Türkiye’de gerçekleştirilen turizmin yerel halk üzerindeki etkileri genel olarak sosyo-kültürel etkiler başlığı altında ele alınmıştır (Baştan, 2020; Demircan, 2010; Ersoy, 2017; Özmen, 2007; Yavuz, 2020). Bunun yanında turizmin yerel halk üzerindeki etkilerine bir boyut katarak inceleyen çalışmaların ise kısıtlı olduğu görülmektedir (Dağdeviren, 2015).

Özmen (2007) tarafından Akçakoca halkı örnekleminde yapılan çalışmanın sonucunda turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamalarında olumsuz bir tutumları olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir yandan turizm sektörü ile yakından ilişkili olan halk ve ilişkili olmayanlar arasında turizmin gelişimi hakkında destekleme düzeylerinin farklı olup olmadığını araştıran Yavuz (2020), turizmle ilişkili kişilerin %90’ının turizmin gelişimini desteklediğini; buna karşın turizmle ilişkili olmayanların %70’inin bölgede turizmin daha fazla gelişmesine sıcak bakmadıkları sonucuna ulaşmıştır. Buna karşın Dağdeviren (2015) tarafından Antalya’da yapılan çalışmada yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algılarında turizm sektöründe çalışma durumu, yaş, hanedeki kişi sayısı arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Ancak ikamet süresi, eğitim durumu, mülkiyet durumu, cinsiyet, medeni durum, doğum yeri, çocuk durumu, meslek, gelir, turistlerle iletişim kurma durumu gibi değişkenler boyutunda anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle araştırmanın yapıldığı bölgeye göre yapılan çalışmaların sonuçlarının değişeceği söylenebilir. Benzer şekilde, Ersoy (2017) tarafından Manavgat’ta gerçekleştirilen çalışmada turizmin sosyo-kültürel etkilerinin yerli halk tarafından farklı şekillerde algılandığı ve bu algıların turizmin gelişim sürecine ve düzeyine bağlı olarak Ersoy (2017)değiştigi ortaya konmuştur. Özer ve Ataman (2020) tarafından Mardin’de yapılan çalışmada ise turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda turizmin Mardin yerel halkını çevresel ve ekonomik boyutlarda olumlu etkilerken; sosyo-kültürel olarak olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Uluslararası alanyazında ise, Andereck ve Nyaupane (2011) çalışmalarında yerel halkın turizmin ekonomik ve sosyal faydalarını algılamalarının yaşam tatminleri ile doğrudan ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmayı destekler nitelikte Gursoy, Jurowski ve Uysal (2002), turizmden algılanan faydaların yerel halkın turizme yönelik tutumlarında belirleyici olduğunu vurgulamışlardır. Ap (1992), sosyal değişim

kuramı çerçevesinde yürüttüğü çalışmasında turizmden ekonomik ve sosyal fayda sağlayan bireylerin turizme yönelik tutumlarının daha olumlu baktığı; olumsuz etkileri daha yoğun algılayan bireylerin ise turizme daha olumsuz yaklaştığı tespit edilmiştir. Benzer biçimde Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt (2005) çalışmalarında yerel halkın turizm sektöründen elde ettiği gelir, toplumsal prestij ve kültürel etkileşim gibi olumlu unsurların bireylerin yaşam tatminini olumlu etkilediğini buna karşın fiyat artışları, çevresel bozulma ve trafik gibi olumsuz unsurların bireylerin yaşam tatminini düşürdüğü sonucunu elde etmişlerdir.

Türkiye’de yapılan çalışmalarda daha çok betimleyici analizlere odaklanılırken uluslararası alanyazında kuramsal modeller daha sık kullanılmaktadır. Mevcut çalışmada turizmin yerel halk üzerindeki etkileri kuramsal düzeyde de incelenerek literatüre özgün bir katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMİNİ VE YEREL KİMLİK DUYGUSUNA ETKİSİNİN BELİRLENMESİ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

2.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu üzerindeki etkilerini incelemeye yöneliktir. Turizmin gelişimiyle beraber, turizm bölgelerinde yalnızca fiziksel çevrede değil; aynı zamanda sosyal yapılarda, yaşam tarzlarında, bireylerin yaşam tatmini ve yerel kimlik duygularında da değişimler meydana gelmektedir (Ap ve Crompton, 1998; Gursoy, Jurowski ve Uysal, 2002). Özellikle de turizm hareketliliğinin yoğun olduğu yerlerde yerel halkın bu değişimi nasıl algıladığı ve ne ölçüde etkilendiği turizmin sürdürülebilirliği açısından önem teşkil etmektedir (Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005; Ko ve Stewart, 2002). Dolayısıyla turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir şekilde analiz etmek turizm politikalarının oluşturulabilmesi için gereklidir (Murphy, 1985; Tosun, 2002).

Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri, bireylerin yaşam tatminlerine etki edebilmektedir. Turizmin olumlu etkilerini algılamaları dolayısıyla yaşam tatminlerinde artış olurken, olumsuz etkilerini algılamaları dolayısıyla yaşam tatminlerinde azalma olabilmektedir (McCool ve Martin, 1994; Smith, 1989). Eğer turizm, yerel halk tarafından yaşam kalitesini yükselten, yerel kimliği destekleyen ve kültürel değerleri koruyan bir unsur olarak algılanırsa turizme yönelik destek artar (Choi ve Sirakaya, 2005). Bu şekilde bir destek ortamında, turistler de daha huzurlu ve memnun hissetmektedir. Aksi durumda, yerel halkın olumsuz tutumu, turistlerin de bölgeye yönelik algılarını olumsuz yönde etkileyebilmekte ve dolayısıyla tekrar ziyaret etme olasılıkları azalabilmektedir (Doxey, 1975). Bu nedenle turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini belirlemek, analiz etmek ve bölgedeki turizm politikalarını yalnızca bölgeye gelen turisti değil, aynı zamanda yerel halkı da gözeterek planlamak adına akademik çalışmaların yapılması önemli görülmektedir.

Bu bağlamda çalışma, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Nevşehir ilinde yürütülmüştür. Turizmin ekonomik katkılarının ötesinde, yerel halkın sosyal yaşamına nasıl yansıdığını; bireylerin yaşam tatminlerinde ve yerel kimlik duygularında nasıl bir etki bıraktığını incelemek bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Yerel halkın kabul etmediği, memnun olmadığı ve olumlu hisler beslemediği turizm hareketlerinin devamının neredeyse imkânsız olduğu düşünüldüğünde yerel halkın turizmden ne yönde etkilendiğini ortaya koymak elzemdir. Dolayısıyla mevcut çalışma hem turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini ele almakta hem de turizmin Nevşehir'de sürdürülebilirliği açısından değerlendirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

2.2. Araştırmanın Amacı

Turizmin gelişim gösterdiği destinasyonlara yönelik olumlu ve olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır (Avcı, 2018). Turizmin bu etkileri, ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel boyutlarda olabilmektedir (Gursoy ve Rutherford, 2004; Jurowski ve Gursoy, 2004; Sharpley, 2014). Turizm gelişimi ile beraber sosyal yaşamda, değerlerde, yaşam tarzlarında, gelenek ve göreneklerde gerçekleşen değişim turizmin sosyal ve kültürel etkileri boyutunda değerlendirilmektedir (Avcı, 2018).

Önemli bir turizm merkezi olan Nevşehir'de yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusuna turizmin etkisinin belirlenmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Turizmin bölgede sürdürülebilir olması için yerel halk, ziyaretçiler ve işletmeler arasında bir denge kurmak önem arz etmektedir (Sharpley, 2014). Bu çalışmada yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusuna turizmin etkisinin belirlenmesi, bölgede turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak adına önemli görülmektedir. Ayrıca alanyazında Nevşehir bölgesi yerel halkının yaşam tatminleri ve yerel kimlik duyguları üzerinde turizmin etkisinin belirlenmesine ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle mevcut çalışmanın alanyazına önemli derecede katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.3. Araştırmanın Önemi

Turizm sektörü günümüzde ekonomik getirilerinin yanısıra yerel halkın sosyal, kültürel ve psikolojik yaşamı da etkileyen çok boyutlu bir olgu olarak

değerlendirilmektedir. Ancak bu etkilerin yeterince derinlemesine incelenmediği düşünülmektedir. Özellikle yerel halkın turizme ilişkin algıları, yaşam memnuniyetleri ve yerel kimlik duyguları gibi konular sürdürülebilir turizm politikalarının oluşturulabilmesi için kritik öneme sahiptir. Yerel halkın turizme yönelik algıları konusu alanyazında oldukça fazla çalışılmış olmasına karşın yaşam memnuniyeti ve yerel kimlik duygusu konularına nadiren rastlanılmakta, iki boyutun bir arada ele alındığı çalışmaya ise rastlanılmamıştır. Bu çalışma, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu olmak üzere iki temel boyutta ele alarak alanyazına özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Çalışmanın uygulama açısından önemi ise, turizmin planlamasında ve yönetilmesi sürecinde yerel halkın turizm sektörü ile ilişkili beklentilerinin neler olabileceğini anlama aşamasında katkı sağlayacak olmasıdır. Yerel halkın turizmden hangi boyutlarda etkilendiğinin ortaya koyulması ve bunun Nevşehir'in altı farklı bölgesinde uygulanmasının bölgelerde turizmin sürdürülebilirliğini sağlama noktasında önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir. Özellikle Nevşehir gibi turizm sektörünün yoğun olduğu bölgelerde, yerel halkın bakış açısının dikkate alınmaması bölgede sosyal uyumsuzluklara ve kültürel yabancılaşmaya yol açabilmektedir. Dolayısıyla, mevcut çalışma hem yerel yönetimlerin hem de turizm politikası geliştiricilerin karar süreçlerinde faydalanabileceği önemli çıktılar sunmayı amaçlamaktadır.

2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın, sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen birçok araştırmada olduğu gibi bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk sınırlılık, verilerin yalnızca Göreme, Uçhisar ve Ortahisar beldelerinde ve Ürgüp, Avanos ve Merkez ilçelerinde toplanmış olması nedeniyle coğrafi kapsayıcılığın sınırlı kalmasıdır. İkinci olarak, veriler yalnızca 2025 yılının Mart ve Mayıs ayları aralığında toplanmıştır; bu durum, mevsimsel ve dönemsel farklılıkların yansıtılmasını engellemiştir. Üçüncü sınırlılık ise, veri toplama sürecinde kolayda örnekleme yönteminin kullanılması nedeniyle elde edilen sonuçların evren geneline genellenebilirliğini kısıtlamasıdır.

Çalışmanın son sınırlılığı ise, yaşam tatmini ve yerel kimlik boyutundaki değişimlerin yalnızca turizm faaliyetlerinin meydana getirdiği etkiler dolayısıyla analiz edilmiş olmasıdır. Ancak, sosyal bilimlerde, toplumsal değişim süreçleri çok faktörlü olarak

değerlendirilmektedir. Bireylerin yaşam tatmini ve kimlik algılarındaki değişimin yalnızca turizmin etkileri üzerinden ele alınması çalışmanın en önemli sınırlılıklarından birisidir. McGehee ve Andereck (2004), turizmin toplumsal etkilerinin yalnızca turizme özgü süreçlerden değil, aynı zamanda bölgesel ekonomiye bağımlılık, demografik yapı, göç hareketleri ve teknolojik değişimler vb. birçok unsurla ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik algılarındaki değişimi yalnızca turizmin etkilerine atfetmek araştırmanın temel sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilmektedir.

2.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu kısımda, araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Öncelikle araştırmanın evreni ve örnekleme tanımlanmış, örneklem seçimi detaylı biçimde açıklanmıştır. Ardından, çalışmanın verimli yürütülmesini sağlamak amacıyla yapılan pilot uygulamaya yer verilmiştir. Son olarak, verilerin toplanması aşamasında kullanılan yöntem ve araçlardan bahsedilmiştir.

2.5.1. Evren ve Örneklem

Evren bir araştırma kapsamında araştırmacının incelemek istediği ve hakkında genelleme yapabilmek adına ulaşmayı arzuladığı birey, nesne, olay ve olguların tümünü ifade etmektedir (Arıkan, 2017; Balcı, 2015; Karasar, 2016). Fakat evrenin tümüne ulaşmak araştırmacılar için maddi ve manevi açıdan zor olabilmekte, araştırmacılar evrenin tümüne ulaşacak yeterli zamana ve maddi güce sahip olamayabilirler. Bu durumda ise çalışmanın kapsamına girebilecek, evreni en iyi şekilde temsil edebilecek nitelikte ve sayıda veriye ulaşabilmek adına araştırmacılar çalışmalarına uygun örneklem çeşitlerinden örneklem yöntemini seçmektedirler (Büyüköztürk vd. 2017).

Bu çalışmanın evrenini Nevşehir ilinde yaşayan yerli halk oluşturmaktadır. Nevşehir Türkiye'nin önemli bir turizm destinasyonu olması dolayısıyla yerel halk turizm faaliyetlerinden çeşitli şekillerde etkilenmektedir. Turizm faaliyetlerinden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen yerli halkın yerel kimlik duygusu ve yaşam tatmini boyutundaki etkisini tespit etmek adına Nevşehir ilinin önemli turizm merkezlerinden olan Göreme, Uçhisar, Ortahisar beldelerinde ve Ürgüp, Avanos ve Merkez ilçelerinde

ikamet eden yerli halk çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu belde ve ilçelerin seçilmesinin sebebi, Göreme, Uçhisar, Ortahisar, Avanos ve Ürgüp’ de turist yoğunluğunun fazla olması iken; Merkez ilçesinin bu örnekleme dâhil edilmesinin sebebi turist yoğunluğu az olduğu halde merkez ilçe olması nedeniyle buradaki yerel halkın da turizmin etkilerini doğrudan ve dolaylı biçimde hissetiklerinin düşünülmesidir. Örneklem seçiminde ise olasılıksız örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi araştırmacı tarafından ulaşılabilir olan ve araştırmaya katılmaya gönüllü katılımcılardan veri toplanmasını ifade etmektedir. Bu yönüyle araştırmacılara kolaylık sağlayan kolayda örnekleme yöntemi birçok çalışmada da çoğunlukla tercih edilen bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Mevcut çalışmada da araştırmacı tarafından kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2024) verilerine göre Nevşehir ilinin 2024 yılı itibarıyla nüfusu 317.952’dir. Araştırma kapsamında 557 kişiden toplanan veriler, örneklem büyüklüğü açısından yeterli görülmektedir. Sosyal bilimlerde %95 güven düzeyi ve $\pm\%5$ hata payı ile yapılacak çalışmalarda 384 kişilik örneklem genellikle yeterli kabul edilmektedir (Creswell, 2012; Sekaran ve Bougie, 2016). Dolayısıyla, mevcut çalışmanın 557 kişilik örnekleme, bu eşğin üzerinde olduğundan araştırma evrenini temsil etme noktasında yeterli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, örneklem seçiminde tercih edilen kolayda örnekleme yöntemi, araştırmacıya hem ulaşılabilir hem de gönüllü olan bireyler üzerinden veri toplama olanağı sunması açısından araştırmacılar tarafından yaygın olarak tercih edilen pratik bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

2.5.2. Pilot Uygulama

Büyük ölçekli çalışmaların uygulanabilirliğini test etmek amacıyla küçük ölçekli ön çalışmaların yapılması gerekir ve bu çalışmalara da pilot çalışmalar denilmektedir (Leon, Davis ve Kramer, 2010). Pilot çalışmada ölçeklerde yer alan maddelerin katılımcılar tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı ve ölçeklerin ölçme gücü gibi unsurları belirlemek amaçlanır (Hertzog, 2008). Yapılan araştırmalar pilot uygulama aşaması atlanarak yapılan çalışmalarda olası hatalara önlem alınamadığı, zaman ve kaynak kaybının yaşandığı ve verilerin analizinde güçlük yaşandığı öne sürülmektedir (van Teijlingen ve Hundley, 2001). Bu tez çalışmasında kullanılan anket formu ilk önce

Nevşehir merkezde yaşayan 20 kişiye uygulanmış ve anketteki maddelerin anlaşılabilirliği, ankette bir hata veya eksik olup olmadığı gibi unsurlar tespit edilmiştir. Sonrasında tespit edilen eksik ve hatalar düzenlenerek formun nihai hali oluşturulmuştur. Böylece araştırma süresince veri kalitesinin artırılması hedeflenmiştir.

2.5.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama sürecinde ise anket tekniğinden faydalanılmıştır. Nicel yöntem, bireylerin tutum, algı ve davranışlarını sayısal veriler aracılığıyla ölçmeyi mümkün kılan ve sosyal bilimlerde sıklıkla tercih edilen bir yöntemdir (Creswell, 2014). Bu bağlamda, araştırmanın amacına uygun olarak yapılandırılmış bir anket formu aracılığıyla Nevşehir’de yaşayan yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygularına turizmin etkisi ölçülmüştür.

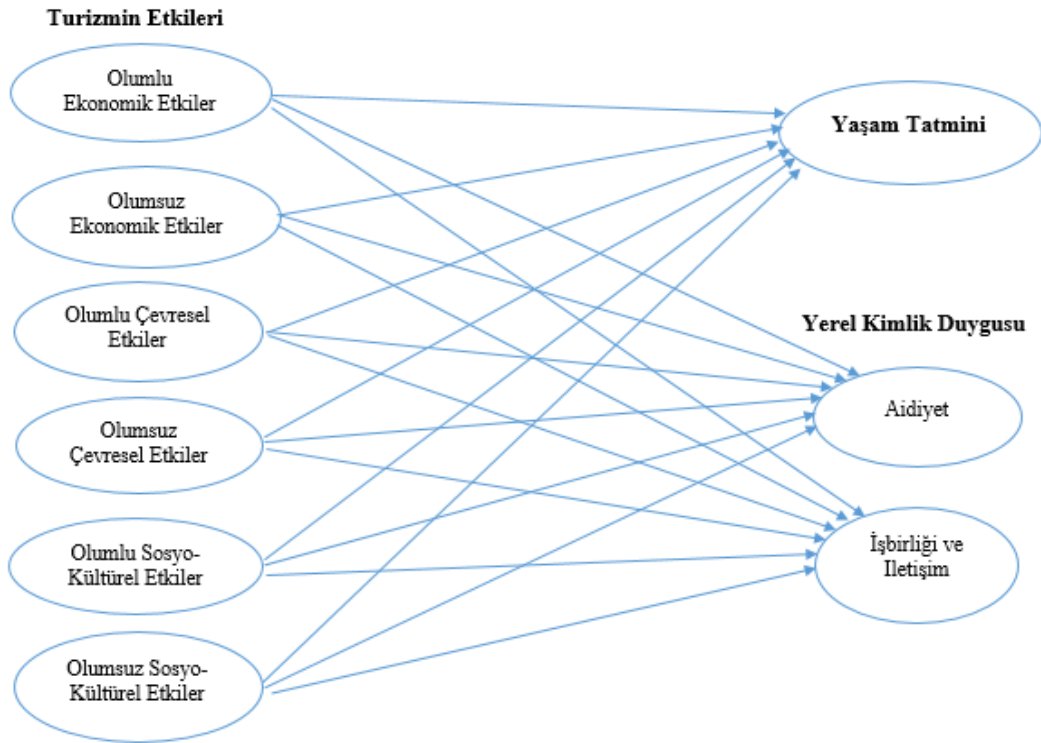
Anket formu, katılımcıların görüşlerini derecelendirebilmelerine olanak tanıyan 5’li likert tipi ölçek kullanılarak hazırlanmıştır. Bu tarz ölçekler, katılımcıların belirli ifadelerle katılma düzeylerini derecelendirmelerine olanak tanıyarak öznel tutumların sayısal olarak değerlendirilebilmesini sağlamaktadır. Likert tipi ölçekler katılımcıların tutumlarını ölçmede güvenilir ve geçerli sonuçlar vermesi sebebiyle sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2012).

Mevcut çalışmada birincil verileri elde edebilmek adına anket tekniği uygulanmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk üç bölümde ölçek ifadeleri yer alırken son bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anketin ilk bölümünde Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen ve beş maddeden oluşan Yaşam Tatminini Ölçeği ifadeleri bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise Ko ve Stewart (2002) tarafından literatürdeki çalışmalardan (Belisle ve Hoy, 1980; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Lankford ve Howard, 1994; Liu ve Var, 1986; Milman ve Pizam, 1988; Perdue, Long ve Allen, 1987; Pizam, 1978) yola çıkarak hazırlanmış olan 24 maddelik turizmin etkileri ölçeğinden faydalanılmıştır. Üçüncü bölümde ise yerel halkın yerel kimlik duygusunu ölçmek adına Topluluk Hissi Ölçeği (Akın, Usta ve Eroğlu, 2014; Peterson, Speer ve McMillan, 2008) ve Yerel-Küresel Kimlik Ölçeği (Tu, Khare ve

Zhang, 2012; Zhang ve Khare, 2009) olmak üzere iki farklı ölçek birleştirilerek yazar tarafından Yerel Kimlik Duygusu Ölçeği olarak uyarlanmıştır. Anketin son bölümünde ise yerel halkın demografik özelliklerini ölçmeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Mevcut anket Avanos, Merkez, Ürgüp ilçeleri ve Göreme, Uçhisar ve Ortahisar beldeleri olmak üzere üç ilçe ve üç beldede yaşayan yerel halka, 2025 yılı Mart ve Mayıs ayları aralığında uygulanmıştır. Bu çalışmada veri toplama aşaması için gerekli etik kurulu belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nden alınmıştır.

2.6. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Bu tezde turizmin yerel halk üzerindeki etkileri yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu olmak üzere iki temel boyutta incelenmektedir. Turizmin yerel halkın yaşam tatminine katkı sağlayıp sağlamadığı ve bunun yanında turizmin yerel halkın yaşadıkları bölgeye hissettikleri aidiyet ve yerel kimlik duygularında bir etkisi olup olmadığı çalışmanın temel sorunudur. Bu kapsamda, oluşturulan modelde bağımsız değişken olarak turizmin etkileri, bağımlı değişkenler olarak ise yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu belirlenmiştir. Model, turizmin söz konusu iki değişken üzerindeki etkilerini açıklamayı amaçlamaktadır. Mevcut tezin modeli Şekil 1. de verilmiştir.



Şekil 1.1. Araştırmanın Modeli

Turizm sektörü sayesinde artan istihdam olanakları, yaşam standartlarında iyileşme, yerel kültürlerin tanıtımı ve korunması gibi unsurlar bölgede yaşayan yerel halkın yaşamını olumlu yönde etkileyebilmektedir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Arıca ve Ukav, 2020; Kodaş, Öztürk ve Deniz, 2021). Buna karşın yaşam maliyetlerinde yaşanan artış, trafik sıkışıklığı, çevre kirliliği, bölgenin aşırı kalabalıklaşması ve artan suç oranları vb. unsurlar da yerel halkın yaşamında olumsuz etki yaratabilmektedir (Deery, Jago ve Fredline, 2012; Jaafar, Noor ve Rasoolimanesh, 2015).

Turizm yalnızca gelir-gider dengesiyle değerlendirilen ekonomik bir sektör olmanın ötesinde insan ilişkilerinin yoğun olduğu ve toplum merkezli bir sektör olarak da değerlendirilmelidir. Bu nedenle turizmin toplumsal ve kültürel etkilerinin incelenmesi ve bütüncül bir bakış açısıyla ele alınması önem arz etmektedir (Duran, 2011). Fakat alanyazındaki çalışmalara da bakıldığı zaman yerel halk tarafından turizmin ekonomik etkilerinin daha önemli bir unsur olarak değerlendirildiği görülmektedir. Örneğin Kuşadası'ndaki yerel halk üzerinden yapılan bir çalışmada turizm faaliyetleri dolayısıyla bölgede doğal ve tarihi alanların tahrip olmasına karşın yerel halkın tek gelir kaynağının turizm olması nedeniyle halkın bu tahribatı göz ardı ettiği belirtilmiştir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008). Benzer şekilde Abdollahzadeh ve Sharifzadeh (2012) tarafından İran yerel halkının turizmin gelişimine yönelik algılarının ele alındığı çalışmada da turizmin ekonomik etkilerinin yerel halk tarafından en önemli unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Andereck ve Nyaupane (2011) tarafından ABD'de gerçekleştirilen çalışmada, turizmin etkilerinin yerel halk tarafından genel anlamda olumlu algılandığı; özellikle ekonomik katkı, sosyal etkileşim ve kültürel çeşitlilik faktörlerinin yerel halkın yaşam kalitesi algısını güçlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında turizm sayesinde yerel halkın ekonomik refahının artması ve sosyal çevrelerinin genişlemesi ile beraber yaşadıkları bölgeye olan aidiyet bağlarının güçlendiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla turizmin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu çıkarımı yapılabilir. Özer ve Ataman (2020) tarafından Mardin'de yapılan çalışmada da turizmin yerel halk tarafından algılanan etkilerinin yaşam tatmini ile olumlu yönde bir ilişkisi olduğu öne sürülmektedir. Çalışmada, turizmin olumlu ekonomik ve çevresel etkilerinin yerel halkın yaşam tatminini olumlu yönde etkilediği; sosyo-kültürel etkilerin ise yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde

Atsız (2021) tarafından Yozgat'ta yapılan çalışmaya göre turizmin yerel halk tarafından algılanan olumlu etkilerinin bireylerin yaşam tatminlerinde önemli bir rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın Khizindar (2012) Suudi Arabistan'da yaptığı çalışmasında turizmin ekonomik etkilerinin yaşam tatminini olumsuz etkilediğini; sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin ise olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Diğer bir yandan Öztürk, Özer ve Çalışkan (2015) Kuşadası'nda yaptıkları çalışmada yerel halkın turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerini olumlu değerlendirdiğini ve bu etkilerin yaşamdan duydukları mutluluk ve tatmini artırdığını ortaya koymuşlardır. Turizmin etkilerinin ele alındığı çalışmaların sonuçlarının, çalışmanın yapıldığı bölgedeki yerel halkın turizme bakış açısına, sosyo-kültürel özelliklerine ve çalışmanın yapıldığı bölgeye göre değişiklik göstermesi olasıdır. Fakat genel anlamda turizmin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu çıkarımı yapılabilir. Bu bağlamda çalışmanın birinci ana hipotezi ve alt hipotezleri aşağıda şekilde belirlenmiştir.

H1: Turizmin etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H1a: Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H1b: Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H1c: Turizmin olumlu çevresel etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H1d: Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H1e: Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H1f: Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

Turizm sektörünün geliştiği bölgelerde artan turist sayısı ile beraber bölgede turizmin olumsuz etkileri hissedilmeye başlanır. Bu olumsuz etkiler doğal çevre ve bölge halkının kültürü üzerinde meydana gelebilmektedir. Aşırı turizm olarak da tanımlanan bu durum, çevresel hasar, kültürel bozulma, yerel kaynakların aşırı kullanımı ve yerel halk ile turist arasında gerginliklerin yaşanıldığı bir raddeye gelebilmektedir. İstanbul'da yapılan bir çalışmada yerel halkın turizmin gelir yaratma, kültürel değerlerin korunması ve restorasyonuna katkıda bulunma gibi faydalarının yanında trafik,

gürültü, fiyat artışları ve kültürel bozulma gibi olumsuz etkilerinin de olduğu görüşü vurgulanmaktadır. Ayrıca yerel unsurların turistlere yönelik olarak pazarlanmasının yerel kimlik ve kültürel mirasın aşınmasına sebebiyet verebileceği ifade edilmektedir (Forati, 2024). Yerel halkın turizmin olumlu etkilerini algılama düzeyleri ile buldukları bölgeye ve topluluğa hissettikleri aidiyet duygusunun bir ilişkisi vardır (Atsız, 2021). Bu ifadeyi destekler nitelikte Buzlukçu ve Avcıkurt (2021) yer kimliği ile yaşanan bölgeye karşı hissedilen aidiyet duygusunun turizme yönelik algı ve desteği açıklamada belirleyici olduğunu vurgulamıştır. Diğer yandan Mancı (2022) Göbeklitepe’de yürüttüğü çalışmasında yer bağlılığının turizmin yerel halk tarafından algılanan etkileri üzerinde olumlu bir etkisinin olmadığı, olumsuz etkilerini algılamada ise önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat turizme toplumsal katılım düzeyinin artırılması ile bu olumsuz algıyı dengeleyerek turizme desteği arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla turizmin etkilerinin yerel kimlik duygusu üzerinde olumlu yönde etki ettiği hipotezi kurulmuştur.

H2: Turizm etkilerinin yerel kimlik duygusu üzerinde olumlu yönde etkisi vardır.

H2a: Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2b: Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2c: Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H2d: Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H2e: Turizmin olumlu çevresel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2f: Turizmin olumlu çevresel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2g: Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H2h: Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H2i: Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2j: Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H2k: Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

H2l: Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin, yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutu üzerinde olumsuz yönde bir etkisi vardır.

Yerel kimlik duygusu, bireylerin aitlik hissettikleri çevreyle aralarında kurdukları güçlü duygusal ilişkileri ifade etmektedir. Bireylerin yaşadıkları çevre ile kurdukları duygusal ve bilişsel bağları temsil etmektedir. Bu bağ, bireyin kendini bir mekâna ait hissetmesi ve bu yerin kimliğini içselleştirmesiyle güçlenmektedir. Alanyazında, yerel kimlik ve aidiyet duygusunun bireylerin yaşam tatmini üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir. Yaşanılan bölgeye hissedilen aidiyetin özellikle sosyal boyutta bireylerin psikolojik iyi oluşlarına ve dolayısıyla da yaşam tatminine olumlu yönde katkısı olduğu vurgulanmaktadır (Hidalgo ve Hernández, 2001). Benzer şekilde Helliwell ve Putnam (2004) tarafından yapılan çalışmada da bireylerin sosyal çevreleri ile kurmuş oldukları bağın, yaşam tatmini ve genel iyi oluş üzerinde önemli bir rolü olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda yerel kimlik duygusunun bireylerin yaşamdan duydukları tatmine olumlu yönde etki etmesi beklenmektedir.

H3: Yerel kimlik duygusunun yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H3a: Yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutunun yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

H3b: Yerel kimlik duygusunun işbirliği ve iletişim boyutunun yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır.

2.7.Verilerin Analizi

Veriler analize tabi tutulmadan önce bir hazırlık işlemi yapılmıştır. Bu aşamada, toplanan 584 anket arasından, eksik, hatalı ve birden fazla seçeneğin işaretlendiği 19 anket tespit edilerek bu anketler analiz dışı bırakılmıştır. Sonrasında geriye kalan 565 anket analiz programına işlenmiştir. Veri seti programa işlendikten sonra uç değerlerin tespiti yapılmış ve böylelikle 8 anket daha veri setinden çıkarılmıştır. Sonuç olarak araştırmanın veri setini 557 anket oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler öncelikle tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla incelenmiş ve normallik koşullarına uygunlukları değerlendirilmiştir. Ardından, verilerin geçerlilik ve

güvenilirliğini ortaya koymak adına açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Son aşamada ise, çalışma kapsamında geliştirilen hipotezler, istatistiksel paket programlar kullanılarak test edilmiştir.

2.7.1. Analiz Öncesi İşlemler

Tezin bu aşamasında, elde edilen verilerin parametrik test varsayımlarına uygun olup olmadığı incelenmiştir. Bu nedenle, ilk önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilerek, normal dağılım şartının sağlanıp sağlanmadığı analiz edilmiştir. Sonrasında açıklayıcı faktör analizleri yapılarak verilerin güvenilirlik ve geçerlilik durumları incelenmiştir.

2.7.1.1. Normallik Testleri

Metrik bir değişkenin normal dağılıma uygun olması, çok değişkenli analizlerin temel varsayımlarından biridir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2018). Mevcut tezin verilerinin analizinde çok değişkenli istatistiksel yöntemler kullanıldığı için verilerin normallik koşullarına uygun olup olmadığı incelenmiştir.

Hair vd. (2018), parametrik analizlerin hazırlık aşamasında öncelikle kayıp verilerin tespit edilmesi ve giderilmesi, sonrasında uçdeğerler belirlenmesi ve elenmesi, bunlara ilave olarak çok değişkenli teknikler ile ilgili varsayımların test edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Araştırmada verilere ilişkin yapılan incelemede kayıp veriler tespit edilmiştir. Kayıp verileri silmek yerine araştırmacı tahmin etme (yerine atama) yöntemini kullanabilir. Verilerin ortalamasının alınması, sözü geçen kayıp verilerin tahmin edilmesinde en çok tercih edilen yöntemlerden biridir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Mevcut tez çalışmasında da kayıp verilerin tahmin edilmesi sürecinde verilerin ortalaması alınarak ortalama değer koyma yöntemi benimsenmiştir.

Daha öncede sözü edildiği gibi mevcut tezde verilerin normal dağılıma uygunluğu da araştırılmıştır. Normal dağılım, belirli özelliklere sahip olduğu bilinen bir rastgele değişkenin olasılık dağılımını ifade etmektedir. Normal dağılım, sıfır çarpıklık (mükemmel derecede simetrik) ile sıfır basıklığa sahiptir ve çan eğrisi şeklinde gösterilmektedir. Verilerin normal dağılıma uyup uymadığını belirlemek amacıyla akademik çalışmalarda hem grafiksel hem de istatistiksel yöntemler kullanılmaktadır. Grafiksel yaklaşımlar arasında en yaygın olanı histogramlardır. Bunun yanı sıra dal-yaprak grafiği, Q-Q (quantile-quantile) grafiği, P-P (probability-probability) grafiği,

detrended grafiği ve kutu-çizgi (boxplot) grafiği gibi çeşitli görsel teknikler de bu amaçla tercih edilebilmektedir (Alpar, 2014).

Normal dağılıma uygunluğun değerlendirilmesinde, grafiksel yöntemlerin yanı sıra istatistiksel ölçütlerden biri olan çarpıklık ve basıklık değerlerinden de yararlanılmaktadır. Sözü geçen çarpıklık ve basıklık değerleri verilerin dağılım şeklini tanımlamada kullanılan iki ölçüttür. Basıklık (kurtosis), verilerin dağılım eğrisinin tepe noktasının sivriliğini ya da yayvanlığını yani dağılımın diklik düzeyini yansıtırken; çarpıklık (skewness) ise dağılımın simetrik olup olmadığını veya simetriden sapmanın yönünü ve derecesini belirlemede kullanılmaktadır. Pozitif çarpıklık değeri, veri dağılımının sola çarpık olduğunu ve sağ kuyrukta daha fazla uç değer olduğunu gösterirken; negatif çarpıklık ise, sağa çarpık bir veri dağılımı ve sola doğru uzayan bir kuyruk yapısına işaret etmektedir. Yaygın kabul gören bir kritere göre, çarpıklık katsayısının ± 1 aralığında olması, dağılımın normal dağılım varsayımını büyük ölçüde karşıladığını göstermektedir (Hair vd., 2018).

Bu tezde, ölçek maddelerine ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin daha önce belirtilen şartlara uygunluğunu değerlendirmek amacıyla aritmetik ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık gibi tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2.1.'de sunulmuştur. İlgili tabloda n=565 olarak belirtilen sütundaki bulgular incelendiğinde, 14 maddeye ait çarpıklık değerlerinin ± 1 aralığı dışında kaldığı belirlenmiştir. Geriye kalan ifadelerin çarpıklık değerleri ise kabul edilebilir sınırlar içerisinde-dir.

Tablo 2.1. Tek Değişkenli Normallik Dağılımları

Sıra	İfadeler	n=565				n=557*			
		Ort.	Ss	Çar.	Bas.	Ort.	ss.	Çar.	Bas.
YT1	Hayatım çoğu zaman ideallerime yakındır.	3,78	1,180	-0,435	-0,618	3,39	1,174	-	-
YT2	Hayat koşullarım mükemmeldir.	2,96	1,145	-0,069	-0,701	2,97	1,141	-	-
YT3	Hayatımdan memnunum.	3,47	1,125	-0,534	-0,398	3,48	1,115	-	-
YT4	Bu zamana kadar hayattan istediğim...	3,48	1,114	-0,520	-0,410	3,49	1,103	-	-
YT5	Hayatımı baştan yaşayabilseydim...	2,76	1,364	0,208	-1,143	2,76	1,358	0,208	-
OEE1	Turizm bölgede yatırımları geliştirir.	4,25	1,025	-1,709	2,673	4,29	0,964	-	-
OEE2	Turizm bölgede altyapıyı geliştirir	4,10	1,031	-1,210	0,935	4,14	0,977	0,386	-
OEE3	Turizm bölgede istihdam olanaklarını...	4,35	0,893	-1,703	3,216	4,39	0,815	-	-
OEE4	Turizm bölgede gelirleri arttırır	4,33	0,960	-1,777	3,047	4,37	0,890	0,436	-
									1,539

		Tablo 2.1. (devamı)								
OEE5	Turizm bölgenin toplam vergi gelirini...	4,14	1,017	-1,259	1,177	4,16	0,984	0,424	-	1,039
OZEE1	Turizm bölgede emlak fiyatlarını...	4,20	1,054	-1,371	1,220	4,23	1,021	-	-	-
OZEE2	Turizm bölgede yaşam maliyetlerini artırır.	4,17	1,075	-1,392	1,254	4,19	1,039	0,023	-	1,353
OZEE3	Turizm bölgede mal ve hizmet fiyatlarını...	4,17	1,120	-1,497	1,482	4,20	1,090	-	-	1,095
OSKE1	Turizm bölgede yaşam kalitesini artırır	3,84	1,085	-0,796	0,015	3,86	1,069	-	-	1,066
OSKE2	Turizm bölgede boş zamanı...	4,05	1,014	-1,161	1,021	4,08	0,985	0,275	-	0,008
OSKE3	Turizm bölgede farklı kültürlerle karşı...	4,22	0,916	-1,495	2,503	4,26	0,847	0,004	-	-
OSKE4	Turizm bölgede çeşitli kültürel faaliyetler...	4,25	0,887	-1,474	2,499	4,28	0,824	-	-	1,102
OSKE5	Turizm bölgede polis ve itfaiye gibi...	3,71	1,147	-0,628	-0,389	3,74	1,119	-	-	-
OSKE6	Turizm bölgede sağlık birimlerinin...	3,56	1,178	-0,470	-0,646	3,59	1,156	-	-	0,385
OZSKE1	Turizm bölgede trafik kazalarını artırır	3,61	1,181	-0,450	-0,726	3,62	1,162	-	-	0,617
OZSKE2	Turizm bölgede soygun, tahripçilik...	3,12	1,283	-0,050	-0,996	3,12	1,285	-	-	-
OZSKE3	Turizm bölgede alkol vb. maddelerin...	3,12	1,377	-0,088	-1,168	3,13	1,371	-	-	0,999
OZSKE4	Turizm bölgede kumar gibi yasadı...	2,77	1,306	0,236	-0,968	2,78	1,299	0,093	-	1,157
OZSKE5	Turizm bölgede kültürün yozlaşmasını...	2,75	1,361	0,226	-1,154	2,76	1,355	0,233	-	-
OÇE1	Turizm çevreyi korur	3,21	1,261	-0,241	-0,921	3,24	1,247	-	-	0,955
OÇE2	Turizm bölgenin görünümünü/imajını...	3,89	1,013	-0,979	0,649	3,92	0,985	-	-	1,142
OÇE3	Turizm bölgenin su, elektrik, telefon gibi...	3,72	1,129	-0,703	-0,193	3,75	1,102	-	-	0,886
OÇE4	Turizm bölgede kaldırım, trafik ağı...	3,63	1,155	-0,590	-0,404	3,66	1,136	-	-	0,634
OZÇE1	Turizm bölgenin doğal görünümüne zarar...	2,78	1,272	0,204	-0,909	2,79	1,269	0,593	-	0,366
OZÇE2	Turizm bölgenin doğal ve tarihi yapısına...	2,79	1,292	0,232	-0,955	2,80	1,287	0,196	-	-
OZÇE3	Turizm bölgede çevre kirliliğine yol açar	2,99	1,334	0,014	-1,088	3,00	1,330	0,232	-	0,898
YK1	İhtiyacım olan her şeyi bu yerde...	3,06	1,244	-0,121	-0,938	3,08	1,233	-	-	0,942
YK2	Bu yerdeki (kasabadaki/ilçedeki)diğer...	3,52	1,178	-0,580	-0,443	3,55	1,154	-	-	-
YK3	Bu yerde (kasabada/ilçede)yaşayan...	3,20	1,203	-0,366	-0,673	3,32	1,187	-	-	0,383
YK4	Bu yerde (kasabada/ilçede) yaşayan...	3,30	1,174	-0,336	-0,644	3,31	1,164	-	-	0,629
YK5	Bu yerdeki (kasabadaki/ilçedeki) insanlar...	3,29	1,198	-0,299	-0,710	3,31	1,185	-	-	0,628
YK6	Yaşadığım yerin (kasabanın/ilçenin)...	3,47	1,188	-0,464	-0,656	3,49	1,181	-	-	0,687
YK7	Kendimi bu yere (kasabaya/ilçeye) ait...	3,58	1,315	-0,647	-0,721	3,61	1,298	-	-	-
YK8	Bu yerin (kasabanın/ilçenin) yaşamak...	3,66	1,176	-0,744	-0,231	3,68	1,163	-	-	0,666
YK9	Bu yerde (kasabada/ilçede) yaşadığım...	3,74	1,144	-0,775	-0,117	3,77	1,119	-	-	0,180
								0,778	-	0,062

		Tablo 2.1. (devamı)								
YK10	Bu yere (kasabaya/ilçeye) ait olmaktan...	3,66	1,217	-0,629	-0,529	3,69	1,199	-	-	-
YK11	Burası hoş bir yerdir (kasabadır/ilçedir).	3,99	1,084	-1,131	0,748	4,07	1,060	0,270	-	0,479
YK12	Yerel geleneklerime saygı duyarım.	4,14	1,015	-1,406	1,761	4,16	0,986	0,001	-	1,032
YK13	Kendimi bu yerin (kasabanın/ilçenin) bir...	3,97	1,175	-1,095	0,364	4,00	1,141	0,377	-	1,072
										1,135

* Uç değerler ayıklandıktan sonraki örnek büyüklüğü

Söz konusu 14 ifadeye ait histogram, Q-Q, Detrended ve kutu- çizgi grafikleri incelendiğinde verilerin negatif (sola) çarpıklığa sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Kolmogorov-Smirnov testleri sonucunda her bir değişkene ait anlamlılık (significant) değeri 0,05'den küçük çıkmıştır. Dolayısıyla elde edilen bu bulgular ışığında verilerin normal dağılıma yakınlaştırılması amacıyla uç değerlerin ayıklanmasına karar verilmiştir.

Verilere ait potansiyel uç değerler, uç değerler tablosu, kutu-çizgi grafiği ve standardize z değerlerinin incelenmesi (Gürbüz ve Şahin, 2018) sonucu tespit edilmiştir. Uç değerler tablosu, kutu-çizgi grafikleri ve standardize z değerlerinin incelenmesi sonucunda, 8 tane gözlem analizlerden çıkarılmıştır. Geriye kalan 557 verinin normal dağılıma uygunluğu yeniden incelenmiştir. Analiz sonucunda yine söz konusu 14 ifadenin çarpıklık değerinin +1 ve -1 değerlerinin dışında olduğu tespit edilmiş ve bu 14 ifadeye istatistiksel dönüştürme (8 ifadenin tersi, 6'sının ise 10 tabanında logaritması alınmıştır) işlemi yapılmıştır. Uç değerlerin analizlerden çıkarılmasının ve veri dönüştürme işleminin ardından Tablo 2.1.'de görüldüğü gibi, n=557* olarak ifade edilen sütundaki bulgulara göre 14 ifadeye ait çarpıklık değerlerinin daha önce belirtilen eşik değerlerin (-1 ve +1) arasında bulunduğu tespit edilmiştir.

2.7.1.2. Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizleri

Açıklayıcı faktör analizi (AFA), çok sayıda değişken arasındaki ilişkileri inceleyerek, bu değişkenler arasındaki ortak yapıları ve boyutları ortaya koymayı hedefleyen istatistiksel bir yöntemdir. Açıklayıcı faktör analizinde temel hedef, değişkenler arasındaki ilişki örüntülerini daha basit ve anlamlı bir yapıya indirgemektir (Hair vd., 2018). Bu yöntem özellikle sosyal bilimlerde, psikoloji ve eğitim alanlarında yapılan araştırmalarda ölçme araçlarının yapısal geçerliliğini değerlendirmek amacıyla sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Field, 2018).

AFA, birbirleriyle ilişki düzeyi yüksek olan değişken gruplarını bir araya getirerek bunları faktör adı verilen temel bileşenler altında sınıflandırmaktadır. Bu sayede, çok sayıdaki değişken, daha az sayı faktöre indirgenerek verilerdeki yapısal örüntüler daha açık bir hale getirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2019). Bu süreçte araştırmacılar, faktör yükleri aracılığıyla her bir değişkenin hangi faktöre ne derece katkı sunduğunu değerlendirmektedir. Bu sebeple, faktör analizinden önce örneklem büyüklüğü, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett küresellik testi gibi ön analizler yapılması önerilmektedir (Costello ve Osborne, 2005).

Açıklayıcı faktör analizinde (AFA) dikate alınması gereken en temel varsayımlardan ilki, analizde kullanılacak olan örneklemin büyüklüğüdür. Bu bağlamda örneklem büyüklüğünü değerlendirmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi önemli bir ölçüttür. KMO değeri, değişkenler arasındaki ilişkilerin analize uygunluk düzeyini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Özellikle ortak faktör yapılarının keşfedilmesine elverişli bir veri seti olup olmadığını göstermektedir (Hair vd.,2018).

KMO değerli 0 ile 1 arasında değişmektedir. Bu değer arttıkça veri setinin analiz için uygunluğu da artmaktadır. Literatürde genellikle şu aralıklar dikkate alınmaktadır: 0,50'nin altındaki değerler kabul edilmez, 0,50-0,60 aralığı zayıf, 0,60-0,70 aralığı orta düzey, 0,70-0,80 aralığı iyi, 0,80 ve üzerindeki değerler ise çok iyi/mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Field, 2018; Hair vd., 2018; Tabachnick ve Fidell, 2019).

Ayrıca, MSA (Measure of Sampling Adequacy) değerleri, her bir değişken için ayrı hesaplanmakta ve bu değerler KMO değerlendirmesinde kritik bir öneme sahiptir. MSA değeri 0,50'nin altında olan değişkenler, faktör analizine herhangi bir katkı sağlamadıkları için aşamalı olarak veri setinden çıkarılması gerekmektedir. Bu aşamada genellikle en düşük MSA değerine sahip olan değişkenden başlanarak veri setinden çıkarma işlemi gerçekleştirilmektedir (Costello ve Osborne, 2005).

Faktör analizinin geçerli ve güvenilir sonuçlar verebilmesi adına örneklem büyüklüğünün sağlanması tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda değişkenler arasında anlamlı bir korelasyonun da olması gerekmektedir. Bu sebeple açıklayıcı faktör analizine geçmeden önce, veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığı hem Kaiser-Meyer-Olkin testi hem de Bartlett's Küresellik testi ile analiz edilmektedir (Byrne, 2016). KMO testi, örneklemin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlerken, Bartlett testi ise değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar olup olmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle korelasyon matrisinin

birim matris olup olmadığını; yani değişkenlerin birbirinden tamamen bağımsız olup olmadığını istatistiksel analiz yoluyla ortaya koymaktadır (Hair vd., 2018). Bu testin anlamlı sonuç vermesi ($p < 0,05$) veri setinde yeterli düzeyde ilişki olduğunu ve böylece faktör analizine devam edilebileceğini göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliklerini analiz etmek ve faktör yapılarını ortaya koymak adına açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. AFA sürecinde elde edilen faktörleri daha yorumlanabilir bir duruma getirmek adına faktör döndürme işlemi yapılmıştır. Faktör döndürme işlemi, değişkenlerin faktör eksenleri etrafında yeniden konumlandırılmasıyla, ifadelerin hangi faktöre ait olduklarını daha belirgin hale getirmeyi amaçlayan istatistiksel bir tekniktir. Bu tekniğin temel hedefi, ifadelerin ait oldukları faktörde yüksek, diğer faktörlerde ise düşük düzeyde yük almasını sağlamak ve böylelikle faktörler arasındaki ayrımı net bir şekilde ortaya koymaktır (Gürbüz ve Şahin, 2018; Hair vd., 2018).

Mevcut tez çalışmasında, en yaygın döndürme yöntemlerinden biri olan Varimax döndürme tekniği tercih edilmiştir. Varimax tekniği, faktör matrisinin sütunlarını sadeleştirerek, her faktörün yalnızca birkaç değişkenle korelasyon göstermesini hedeflemektedir. Böylelikle faktörlerin yorumlanabilirliği de artırılmış olur. Ayrıca bu teknik, ortogonal (dikey) döndürme yöntemleri arasında yer almaktadır. Böylelikle faktörler arasındaki bağımsızlığı korumakta ve analiz sonuçlarının daha analitik ve açık bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Hair vd., 2018).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarını ortaya koymak ve ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Turizmin etkilerini ölçmek amacıyla kullanılan ölçeğin AFA sonuçları Tablo 2.2.'de verilmiştir.

Tablo 2.2. Turizmin Etkileri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları

Boyutlar	Sıra	Özdeğer						Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha	
		1	2	3	4	5	6			
Olumlu Ekonomik Etkiler	OEE3	0,835						7,029	14,570	0,895
	OEE1	0,805								
	OEE4	0,796								
	OEE2	0,772								
	OEE5	0,667								

Olumlu Çevresel Etkiler	OÇE3	0,820			
	OÇE4	0,787			
	OÇE2	0,535	4,437	10,765	0,864
	OÇE1	0,468			
Olumlu Sosyo-Kültürel Etkiler	OSKE 3	0,753			
	OSKE 4	0,692			
	OSKE 2	0,658			
	OSKE 5	0,592	2,469	10,448	0,827
	OSKE 6	0,588			
	OSKE 1	0,579			
	Olumsuz Ekonomik Etkiler	OZEE 2	0,876		
OZEE 1		0,841	1,364	9,852	0,884
OZEE 3		0,838			
Olumsuz Çevresel Etkiler	OZÇE 2	0,875			
	OZÇE 1	0,866	1,131	9,386	0,865
	OZÇE 3	0,711			
Olumsuz Sosyo- Kültürel Etkiler	OZSK E4	0,872			
	OZSK E3	0,844			
	OZSK E2	0,775	1,037	8,683	0,754
	OZSK E1	0,755			
	OZSK E5	0,713			
	Kaiser-Meyer-Olkin MSA Değeri	0,870	63,704	0,851	
	Bartlett's Küresellik Testi	9552,055			
	Sd	465			
	Anlamlılık	,000			

AFA sonucunda, KMO örneklem yeterliliği ölçütü, 0,870 hesaplanmıştır. Bu değer, eşik değer olarak kabul edilen 0,5 büyüktür. Turizmin Etkileri ölçeği için elde edilen KMO değeri, 0,80'den büyük olduğu için mükemmel olarak değerlendirilebilir (Hair vd., 2018). Bartlett's Küresellik Testi değerinin ($p < 0,05$) anlamlı olması Turizmin Etkileri ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi varsayımlarına uygun olduğu göstermektedir. Bu sonuçlar faktör analizi için örneklemin yeterli büyüklükte olduğunu ve verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Tabloda özdeğerler incelendiğinde, 1'den büyük 6 faktör tespit edilmiştir. Bu durum, Turizmin

Etkileri ölçeğinin daha önce belirlenen kuramsal yapıya uygun olduğuna işaret etmektedir. Çalışmada, Turizmin Etkileri ölçeği için tüm öz değerlerin açıkladığı birikimli varyans miktarı, toplam varyansın yaklaşık olarak %64'ü olarak gerçekleşmiştir. Açıklayıcı faktör analizinde genel bir kural olarak tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın, çok boyutlu ölçeklerde en az %50 olması önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). İfadelere ilişkin her bir faktör yükünün 0,40'ın üstünde olduğu görülmektedir. Bu durum, ifadeler ile ait oldukları faktör arasında iyi bir korelasyon olduğunu göstermektedir.

Tabloda ayrıca Turizmin Etkileri ölçeğinin her bir boyutuna ait ve genel güvenilirlik katsayıları da verilmiştir. Hair vd. (2018), araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Tablo 4'de de görüldüğü üzere, Turizmin Etkileri ölçeğine ait boyutların hepsinin güvenilirlik katsayısının yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0.70$) olduğu gözlenmiştir. Ölçeğin genel Cronbach's Alfa güvenilirlik değeri ise $\alpha: 0,851$ olarak iyi düzeyde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak yapılan açıklayıcı faktör ve güvenilirlik analizleri sonucunda Turizmin Etkileri ölçeğinin güvenilir, yapısal geçerliliğe sahip ve daha sonra yapılacak analizler için uygun olduğu belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan Yaşam Tatmini ölçeğine ait açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2.3.'de verilmiştir. Bu bağlamda KMO örneklem yeterliliği ölçütü, 0,893 hesaplanmıştır. Bu değer, eşik değer olarak kabul edilen 0,5 büyüktür. Yaşam Tatmini için elde edilen KMO değeri, 0,80'den büyük olduğu için mükemmel olarak değerlendirilebilir (Hair vd., 2018). Bartlett's Küresellik Testi değerinin ($p < 0,05$) anlamlı olması Yaşam Tatmini ölçeğindeki ifadeler arasındaki korelasyonun açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu göstermektedir.

Tablo 2.3. Yaşam Tatmini Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları

Boyutlar	Sıra	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha
Yaşam Tatmini		1			
	YT2	0,838			
	YT4	0,815	3,130	62,605	0,845
	YT3	0,812			
	YT1	0,772			
	YT5	0,715			
		Kaiser-Meyer-Olkin MSA Değeri	0,893	62,605	
		Bartlett's Küresellik Testi	1123,567		
		Sd	10		
		Anlamlılık	0,000		

Hem KMO hem de Bartlett's Küresellik Testi değerinin sonuçları, faktör analizi için örneklemin yeterli büyüklükte olduğunu ve verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Tablo incelendiğinde, özdeğeri 1'den büyük tek faktör tespit edilmiştir. Bu durum, Yaşam Tatmini ölçeğinin tek boyutlu bir yapıda olduğunu göstermektedir. Söz konusu tek boyutun açıkladığı varyans miktarı, toplam varyansın yaklaşık olarak %63'ü olarak gerçekleşmiştir. Açıklayıcı faktör analizinde genel bir kural olarak faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın, tek boyutlu ölçeklerde en az %30 olması önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). İfadelere ilişkin her bir faktör yükünün 0,70'in üstünde olduğu görülmektedir. Bu durum, ifadeler ile ait oldukları faktör arasında iyi bir korelasyon olduğunu göstermektedir.

Tabloda ayrıca Yaşam Tatmini ölçeğinin güvenilirlik katsayısı da verilmiştir. Hair vd. (2018), araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Tablo 2.3.'de de görüldüğü üzere, Yaşam Tatmini ölçeğine ait Cronbach's Alfa güvenilirlik değeri, $\alpha:0,845$ olarak iyi düzeyde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak yapılan açıklayıcı faktör ve güvenilirlik analizleri sonucunda Yaşam Tatmini ölçeğinin güvenilir, yapısal geçerliliğe sahip ve daha sonra yapılacak analizler için uygun olduğu belirlenmiştir.

Yerel Kimlik ölçeğinin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analizi sonuçları Tablo 2.4.'de verilmiştir.

Tablo 2.4. Yerel Kimlik Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları

Boyutlar	Sıra	Faktör Yükleri		Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
		1	2			
Aidiyet	YK13	0,823		7,380	36,108	0,920
	YK10	0,793				
	YK9	0,775				
	YK11	0,770				
	YK8	0,768				
	YK7	0,742				
	YK12	0,639				
İşbirliği ve İletişim	YK3		0,873	1,446	31,779	0,893
	YK4		0,866			
	YK5		0,859			

YK1	0,650			
YK2	0,635			
YK6	0,554			
Kaiser-Meyer-Olkin MSA Değeri	0,933	67,887		0,935
Bartlett's Küresellik Testi	5442,789			
Sd	78			
Anlamlılık	0,000			

Uygulanan AFA sonucunda, KMO örneklem yeterliliği, 0,933 olarak hesaplanmıştır. Yerel Kimlik ölçeği için elde edilen KMO değeri, 0,80'den büyük olduğu için mükemmel olarak değerlendirilebilir (Hair vd., 2018). Bartlett's Küresellik Testi değerinin ($p < 0,05$) anlamlı olması, Yerel Kimlik ölçeğinde yer alan ifadeler arasındaki korelasyonun açıklayıcı faktör analizi için yeterli olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla KMO ve Bartlett's Küresellik Testi sonuçları, örneklemin faktör analizi için yeterli büyüklükte olduğunu ve ifadeler arasındaki korelasyonun faktör analizine uygun olduğuna işaret etmektedir. Tabloda özdeğerler incelendiğinde, 1'den büyük iki faktör tespit edilmiştir. Bu durum, Yerel Kimlik ölçeğinin iki boyutlu bir yapıda olduğunu göstermektedir. Her bir boyutta yer alan ifadelerin ortak özelliğine göre ilk boyut "iletişim ve işbirliği", ikinci boyut ise "aidiyet" olarak isimlendirilmiştir. Çalışmada, Yerel Kimlik ölçeği için tüm öz değerlerin açıkladığı birikimli varyans miktarı, toplam varyansın yaklaşık olarak %68'i olarak gerçekleşmiştir. Açıklayıcı faktör analizinde genel bir kural olarak tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın, çok boyutlu ölçeklerde en az %50 olması önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). İfadelere ilişkin her bir faktör yükünün 0,50'nin üstünde olduğu görülmektedir. Bu durum, ifadeler ile ait oldukları faktör arasında iyi bir korelasyon olduğunu göstermektedir.

Tabloda ayrıca Yerel Kimlik ölçeğinin her bir boyutuna ait ve genel güvenilirlik katsayıları da verilmiştir. Hair vd. (2018), araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Tablo 2.4'de de görüldüğü üzere, Yerel Kimlik ölçeğine ait boyutların hepsinin güvenilirlik katsayısının yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0,70$) olduğu gözlenmiştir. Ölçeğin genel Cronbach's Alfa güvenilirlik değeri ise $\alpha: 0,935$ olarak iyi düzeyde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak yapılan açıklayıcı faktör ve güvenilirlik

analizleri sonucunda Yerel Kimlik ölçeğinin güvenilir, yapısal geçerliliğe sahip ve daha sonra yapılacak analizler için uygun olduğu belirlenmiştir.

2.8. Bulgular

Tezin bu bölümünde, ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular verilmiştir. Daha sonra ölçek ifadelerinin tanımlayıcı istatistiklerine yer verilmiş, devamında hipotezler test edilmiştir.

Araştırmada hipotezler test edilmeden önce katılımcıların demografik özellikleri incelenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2.5.'de yer almaktadır.

Tablo 2.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	218	39,2
	Erkek	338	60,8
Yaş Aralığı	20 ve altı	44	7,9
	21-30	190	34,1
	31-40	148	26,5
	41-50	108	19,4
	51-60	53	9,5
	61-70	11	2,0
	71 ve üzeri	4	0,7
	Eğitim Durumu	İlkokul	34
Ortaokul		50	9,0
Lise		164	29,4
Lisans		241	43,2
Yüksek Lisans		54	9,7
Doktora		15	2,7
Yaşadığı Yer	Avanos	94	16,8
	Göreme	63	11,3
	Merkez	157	28,1
	Ortahisar	63	11,3
	Uçhisar	53	9,5
	Ürgüp	128	22,9
Yaşadığı Yıl	1-10 yıl	159	28,6
	11-20 yıl	99	17,8
	21-30 yıl	134	24,1
	31-40 yıl	76	13,7
	41-50 yıl	49	8,8
	51-60 yıl	32	5,8
	61-70 yıl	7	1,3
	70 yıl ve üstü	159	28,6

Meslek	Turizmle ilgili	350	62,7
	Turizmle ilgili değil	208	37,3

Tabloya göre katılımcıların %60,8'i erkek, %39,2'si kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde, çoğunluğunun (%34,1) 21-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş ortalaması ise yaklaşık olarak 36'dır. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (%43,2) lisans düzeyinde eğitim almıştır. Katılımcıların çoğunluğu (%28,1) Nevşehir Merkez'de yaşarken bunu sırasıyla Ürgüp (%22,9) ve Avanos (%16,8) takip etmektedir. Araştırmaya katılanların %28,6'sı 1-10 yıl arasında bölgede yaşarken, katılımcıların bölgede ortalama yaşam süresi ise yaklaşık 24 yıldır. Son olarak araştırmaya katılanların %62,7'si turizmle ilgili bir işle uğraşırken %37,3'ünün turizmle ilgisi bulunmamaktadır.

Tablo 2.6'da araştırma değişkenlerinin birbirleri ile olan korelasyonları görülmektedir. Tablo incelendiğinde genel olarak korelasyon katsayılarının p=0,001 ve p=0,005 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 2.6. Araştırma Değişkenleri Arasındaki Korelasyonlar

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. OEE	1								
2. OZZE	,385**	1							
3. OSKE	,642**	,215**	1						
4. OZSKE	,065	,242**	,116**	1					
5. OÇE	,426**	-,009	,587**	-,052	1				
6. OZÇE	-,091*	,246**	-,090*	,578**	-,202**	1			
7. YT	,344**	-,128**	,412**	,053	,312**	-,064	1		
8. YKİ	,282**	-,168**	,413**	,016	,384**	-,123**	,486**	1	
9. YKA	,351**	-,015	,445**	,009	,361**	-,086*	,389**	,693**	1

Turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusuna etkisini belirlemek amacıyla Şekil 2.1.'de yer alan araştırma modeli test edilmiştir. Araştırma modeli test edilmeden önce bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı (multicollinearity) problemi olup olmadığı incelenmiştir. Çoklu bağlantı, üç veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki korelasyonu tanımlamaktadır. Çoklu bağlantı, herhangi bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki açıklayıcı gücünü azaltmaktadır (Hair vd., 2018). Modelde üçten fazla bağımsız değişken olmasından dolayı öncelikle bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olup olmadığı incelenmiştir. Bağımsız

değişkenler arasında çoklu bağlantı olup olmadığını belirlemek için varyans artış faktörüne (variance inflation factor-VIF) ve tolerans değerlerine bakılmıştır. Varyans artış faktörü 10,0'dan büyük ve tolerans değeri de 0.10'dan küçük olursa çoklu bağlantı probleminin olduğu kabul edilir (Hair vd., 2018). Araştırmada bağımsız değişkenlerin varyans artış faktörünün 2,196'dan daha küçük, tolerans değerinin ise 0,455'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, analizlerde çoklu bağlantı sorununun olmadığına karar verilmiştir.

Araştırmada turizmin katılımcıların yaşam tatminini ne düzeyde açıkladığını incelemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2.7.'de verilmiştir.

Tablo 2. 7. Turizmin Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	Sig.
OEE	,318	,062	,266	5,162	,000
OZEE	-,307	,042	-,313	-7,393	,000
OSKE	,352	,068	,280	5,149	,000
OZSKE	,061	,046	,060	1,304	,193
OÇE	,046	,051	,043	,911	,363
OZÇE	,029	,038	,036	,774	,439
Sabit	1,320	,253		5,221	,000

R= 0,511, Ad. R²= 0,253 F=32,384_(6,551) p<0,01

Tabloda da görüldüğü üzere çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F=32,384_(6,551) p<0,05). Düzeltilmiş R² değeri 0,253'tür. Bu sonuç, katılımcıların yaşam tatminlerindeki %25'lik varyansın turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri ile olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri tarafından açıklandığını göstermektedir. Ancak tabloda standardize edilmiş Beta katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değişkenler modele dâhil edildiği zaman, katılımcıların yaşam tatminindeki değişimi açıklamada sadece olumlu ekonomik ($\beta=0,266$ p<0,01) ve sosyo-kültürel ($\beta=0,280$, p<0,01) etkiler ile olumsuz ekonomik ($\beta = -0,313$, p<0,01) etkilerin katkısı olduğu görülmektedir. Turizmin olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri yaşam tatminini olumlu etkilerken, olumsuz ekonomik etkilerin yaşam tatmini üzerindeki etkisi negatif yöndedir. Turizmin diğer etkilerinin ise katılımcıların yaşam tatminine anlamlı bir katkısı

bulunmamaktadır. Sonuç olarak analiz sonucunda çalışmanın H1a, H1b, H1e hipotezleri desteklenmiş, H1c, H1d, H1f hipotezleri ise desteklenmemiştir.

Araştırmada turizmin yerel kimliğin iletişim ve işbirliği boyutunu ne kadar belirlediğini incelemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2.8.'de verilmiştir.

Tablo 2.8. Turizmin Yerel Kimliğin İletişim ve İşbirliği Boyutu Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	Sig.
OEE	,173	,063	,140	2,740	,006
OZEE	-,296	,043	-,293	-6,963	,000
OSKE	,372	,070	,287	5,318	,000
OZSKE	,065	,047	,063	1,375	,170
OÇE	,170	,052	,153	3,279	,001
OZÇE	-,015	,039	-,018	-,392	,695
Sabit	1,603	,259		6,200	,000

R= 0,519, Ad. R²= 0,261, F=33,856_(6,551) p<0,01

Tabloda da görüldüğü üzere çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F=33,856_(6,551) p<0,01). Düzeltilmiş R² değer 0,261'tür. Bu sonuç, katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutundaki %26'lık varyansın turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri ile olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri tarafından açıklandığını göstermektedir. Ancak tabloda standardize edilmiş Beta katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değişkenler modele dâhil edildiği zaman, katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutundaki değişimi açıklamada sadece olumlu ekonomik ($\beta=0,140$ p<0,01), sosyo-kültürel ($\beta= 0,287$) ve çevresel ($\beta=0,153$ p<0,01) etkiler ile olumsuz ekonomik ($\beta=-0,293$, p<0,01) etkilerin katkısı olduğu görülmektedir. Turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutunu olumlu etkilerken, olumsuz ekonomik etkilerin katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutu üzerindeki etkisi negatif yöndedir. Turizmin diğer etkilerinin ise katılımcıların katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutuna anlamlı bir katkısı bulunmamaktadır. Sonuç olarak analiz sonucunda çalışmanın H2b, H2d, H2f, H2j hipotezleri desteklenmiş, H2h, H2l hipotezleri ise desteklenmemiştir.

Araştırmada katılımcıların yerel kimliğin aidiyet boyutunu turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin ne düzeyde açıkladığını incelemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2.9.'da verilmiştir.

Tablo 2.9. Turizmin Yerel Kimliğin Aidiyet Boyutu Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	Sig.
OEE	,199	,063	,165	3,141	,002
OZEE	-,145	,043	-,147	-3,399	,001
OSKE	,391	,070	,307	5,564	,000
OZSKE	-,007	,048	-,007	-,149	,882
OÇE	,123	,052	,113	2,365	,018
OZÇE	,016	,039	,019	,404	,686
Sabit	1,586	,260		6,100	,000

R= 0,485, Ad. R²= 0,227, F=28,299_(6,551) p<0,01

Tabloda da görüldüğü üzere çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F=28,299_(6,551) p<0,01). Düzeltilmiş R² değer 0,227'dir. Bu sonuç, katılımcıların yerel kimliklerinin iletişim ve işbirliği boyutundaki yaklaşık %23'lük varyansın turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri ile olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri tarafından açıklandığını göstermektedir. Ancak tabloda standardize edilmiş Beta katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değişkenler modele dâhil edildiği zaman, katılımcıların yerel kimliklerinin aidiyet boyutundaki değişimi açıklamada sadece olumlu ekonomik ($\beta=0,165$ p<0,01), sosyo-kültürel ($\beta= 0,307$) ve çevresel ($\beta=0,133$ p<0,01) etkiler ile olumsuz ekonomik ($\beta = -0,147$ p<0,01) etkilerin katkısı olduğu görülmektedir. Turizmin olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri katılımcıların yerel kimliklerinin aidiyet boyutunu olumlu etkilerken, olumsuz ekonomik etkilerin katılımcıların yerel kimliklerinin aidiyet boyutu üzerindeki etkisi negatif yöndedir. Turizmin diğer etkilerinin ise katılımcıların katılımcıların yerel kimliklerinin aidiyet boyutuna anlamlı bir katkısı bulunmamaktadır. Sonuç olarak analiz sonucunda çalışmanın H2a, H2c, H2e, H2i hipotezleri desteklenmiş, H2g, H2k hipotezleri ise desteklenmemiştir.

Tablo 2.10. Yerel Kimliğin İşbirliği ve İletişim ile Aidiyet Boyutlarının Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	Sig.
YKİ	,406	,050	,417	8,135	,000
YKA	,099	,051	,100	1,947	,052
Sabit	1,482	,148		10,003	,000

R= 0,492, Ad. R²= 0,239, F=88,488_(6,551) p<0,01

Tabloda da görüldüğü üzere çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre, modelin genel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=88,488_(6,551) p<0,01). Modelin düzeltilmiş R² değeri ,239'dur. Buna göre, yerel kimliğin aidiyet ve işbirliği-iletişim boyutlarının birlikte, yaşam tatminindeki varyansın yaklaşık olarak %24'ünü açıkladığını göstermektedir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerden yerel kimliğin işbirliği ve iletişim (YKİ) boyutu yaşam tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkiye sahiptir ($\beta = ,417$, $p < 0,01$). Bu bulgu yerel halk arasındaki işbirliği düzeyinin artmasının yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu ifade etmektedir.

Buna karşın aidiyet boyutunun (YKA) yaşam tatmini üzerindeki etkisi tam sınırdadır kalmıştır ($\beta = ,100$, $p = ,052$). Bu bulguya göre yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutunun yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi olabileceği düşünülmekte fakat istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmemektedir. Dolayısıyla çalışmanın H3b hipotezi desteklenmiş, H3a hipotezi ise desteklenmemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla toplumlar üzerinde önemli etkiler yaratmakta; bu etkiler hem olumlu hem de olumsuz yönde olabilmektedir. Özellikle turizmin yoğun olarak yaşandığı bölgelerde yerel halkın turizmin yarattığı durumlardan etkilenmemesi pek olağan değildir. Fakat buradaki etkilerin turizm sektörünün sürdürülebilirliği adına olumlu tarafının daha baskın olması beklenmektedir. Aksi halde yerel halk tarafından turizmin olumsuz etkilerinin daha fazla hissedilmesi yerel halkın turizme yönelik kötü bir algı benimsemelerine yol açabilmektedir. Yerel halk tarafından desteklenmeyen turizm hareketlerinin de devam edebilmesi çok zor görülmektedir.

Daha önce de sözü edildiği gibi turizmin etkilerinden en fazla öne çıkan etki ekonomik etki olsa da yerel halkın sosyal, kültürel ve çevresel anlamda da nasıl etkilendiği önemli bir araştırma konusudur. Bu çalışmada alanyazındaki çalışmalardan farklı olarak turizmin yerel halk üzerindeki etkileri yerel kimlik duygusu ve yaşam tatmini olmak üzere iki boyut üzerinden incelenmektedir. Bu doğrultuda bu çalışma, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Özellikle turizmin yoğun olarak yaşandığı bölgelerde, yerel halkın yaşam tatmini ve kimlik algısındaki değişimler, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması açısından da kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, Nevşehir örneğinde yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgular, turizmin yerel halk üzerindeki çok boyutlu etkilerini anlamaya ve değerlendirmeye katkı sunmaktadır.

Turizmin yalnızca ekonomik çıktılarla sınırlı kalmayan, sosyal ve kültürel bağlamda da yerel halk üzerinde önemli etkileri olduğu birçok çalışma tarafından ifade edilmektedir (Ap, 1992; Andereck ve Vogt, 2000; Gursoy vd., 2002). Mevcut tez çalışmasının bulguları da incelendiğinde turizmin yerel halkın yaşam tatmini üzerinde anlamlı ve çok boyutlu etkiler yarattığı görülmektedir. Bu sonuç alanyazındaki çalışmaların bulgularıyla genel anlamda örtüşmektedir. Örneğin, Andereck ve Nyaupane (2011) ile Andereck ve arkadaşları (2005) tarafından yürütülen çalışmalarda, turizmden sağlanan ekonomik kazançların ve sosyal faydaların yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde etkileri olduğu belirtilmiştir. Mevcut tez çalışmasında da olumlu ekonomik ve olumlu sosyo-kültürel etkilerin yaşam tatmini üzerinde olumlu

yönde etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu durum ayrıca Ap'in (1992) sosyal değişim kuramı çerçevesinde ifade etmiş olduğu, bireylerin turizmden sağladıkları faydaların, bireylerin yaşam tatminlerini ve turizme yönelik tutumlarını belirlediği yönündeki yaklaşımını destekler niteliktedir.

Diğer yandan, turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin yaşam tatmini üzerinde olumsuz yönde bir etki yarattığının bulunması da bazı araştırmalarla paralellik göstermektedir. Örneğin, Andereck vd. (2005), turizm ile beraber ortaya çıkan fiyat artışlarının ve ekonomik eşitsizliklerin bireylerin yaşam tatminini düşürdüğünü ortaya koymuştur. Bu bağlamda mevcut çalışmanın bulguları, turizmin yalnızca olumlu yönleriyle değil aynı zamanda yerel halk tarafından algılan olumsuz etkileri açısından da değerlendirilip sürecin buna göre yönetilmesi gerektiğini göstermektedir.

Yerel kimlik boyutu ile ilgili elde edilen bulgulara bakıldığında turizmin olumlu ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkilerinin bireylerin yerel kimlik duygularını işbirliği-iletişim ve aidiyet boyutlarında olumlu yönde etkilediği sonucu elde edilmiştir. Özellikle turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerinin yerel kimliğin bu boyutlarıyla güçlü biçimde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Ersoy (2017) ve Özmen'in (2007) çalışmalarında öne çıkan, turizmin yerel halkta kültürel etkileşim ve kimlik farkındalığı oluşturduğuna ilişkin bulguları ile örtüşmektedir. Diğer bir yandan ise mevcut çalışmada turizmin olumsuz ekonomik etkilerinin yerel kimliğin işbirliği-iletişim ve aidiyet boyutları üzerinde olumsuz yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, Özer ve Ataman'ın (2020) Mardin örneğinde yaptıkları çalışma sonucunda elde ettikleri, ekonomik problemlerin yerel halkın sosyal deneyimlerini olumsuz yönde etkilediğine dair bulgu ile örtüşmektedir.

Çalışmanın bir diğer bulgusu ise, yerel kimliğin iletişim ve işbirliği boyutunun yaşam tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olmasıdır. Bu durum yerel halk arasındaki işbirliği, dayanışma, ortak değer üretimi ve topluluk bilincinin yaşam tatminlerine doğrudan katkısı olduğunu göstermektedir. Yavuz'un (2020) bulgularına göre turizmle aktif olarak ilişkili olan bireylerin turizm aktivitelerine yönelik daha olumlu yaklaştığı düşünüldüğünde, turizmin yaratmış olduğu etkileşimin aynı zamanda toplumsal bağlılık ve ortak bir kimlik inşasına hizmet ettiği ifade edilebilir. Aidiyet boyutunun ise anlamlılık sınırında kalmasının birkaç sebebi olabileceği düşünülmektedir. Bireylerin yaşadıkları bölgeye karşı hissettikleri aidiyet duygusu birçok faktörden

etkilenebileceği için yaşam tatmini üzerinde doğrudan etkisi istatistiksel olarak anlamlı çıkmamış olabilir. Diğer yandan ekonomik zorluklar ve çevresel problemler bireylerin yaşamına doğrudan etki eden faktörler olarak algılanarak daha güçlü bir etki çıkabilir. Aidiyet duygusu bireyler tarafından diğer etkilerin yanında daha soyut kalmış olabilir ve böylelikle de yaşam tatmini üzerindeki etkisi bireyler tarafından daha gölgede kalan bir faktör olarak algılanmış olabilir. Dolayısıyla ekonomik ve çevresel koşulların baskın etkileri yanında aidiyet duygusunun yaşam tatminini üzerinde etkisi daha zayıf kalmış olabilir.

Türkiye’de yapılan benzer çalışmalara bakıldığında (Baştan, 2020; Dağdeviren, 2015; Yavuz, 2020; Özer ve Ataman, 2020) genel olarak çalışmaların betimleyici analizlerle kısıtlı kaldığı görülmektedir. Çok değişkenli modeller aracılığıyla kuramsal bir bağlam benimseyen çalışmaların sınırlı kaldığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, mevcut çalışmanın yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusu gibi kavramları kuramsal bir çerçevede ele alması literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Sonuç olarak, turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin yalnızca ekonomik ya da kültürel etkilerle sınırlı kalmadığı toplumsal aidiyet, iletişim ve işbirliği ve yaşam tatmini gibi birçok boyutta etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, turizm politikalarının belirlenmesinde ve geliştirilmesinde yerel halkın algı ve beklentilerinin dikkate alınması turizm sektörünün sürdürülebilir olması ve yerel halkın yaşam kalitesinin artırılması açısından elzem görülmektedir.

Çalışmanın bulgularına bakıldığında turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yerel halkın yaşam tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle turizmin yerel halka sağladığı ekonomik katkının bireylerin yaşamdan duyduğu memnuniyet noktasında önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda yerel ürünlerin satışına olanak sağlayan pazarlar ve kooperatifler kurulması, yerel halkın turizm sektöründe yerel değerlerini koruyarak, tanıtarak ve bundan gelir elde ederek var olmalarının teşvik edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Diğer bir taraftan ise, yerel halkın turizm politikalarının oluşturulması sürecine dâhil olması ve söz sahibi olması aidiyet duygusunu güçlendirip turizm sektörüne yönelik direnç oluşmasını engelleyebilir. Bunu sağlamak adına yerel yönetimler düzenli şekilde yerel halk ile toplantılar düzenleyerek onların da görüş, düşünce ve önerilerini alarak mevcut planlarına yansıtabilir. Ayrıca bir

bölgede turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için yerel halkın turizmi desteklemesinin çok önemli olduğu mevcut çalışmada birçok kez vurgulanmıştır. Bu bağlamda turist-yerel halk arasında karşılıklı anlayışı geliştirmek adına sosyal ortamlar ve kültürel etkinliklerin yapılması gerektiği düşünülmektedir. Örneğin, el sanatları atölyeleri, mutfak kültürü tanıtımları ve yerel halk ile turistlerin aynı anda ilgi alanına girebilecek çeşitli ortak festivallerin düzenlenmesi gibi uygulamalar bu etkileşimi olumlu yönde besleyebilir. Yerel kimlik duygusunun aidiyet boyutunun yerel halkın yaşam tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı bulgusundan hareketle, yerel halkın turizmden elde edebilecekleri fırsatları daha etkin şekilde değerlendirebilmeleri adına mesleki eğitim programları, bilinçlendirme seminerleri ve kültürel farkındalık atölyeleri vb. etkinliklerin düzenlenmesi önerilmektedir.

Mevcut tez çalışmasının bulgularından yola çıkılarak politika geliştiricilere yönelik olarak da öneriler geliştirilmiştir. Bunlardan ilki, her bölgenin sosyo-kültürel yapısının farklı olması sebebiyle, merkezi planlama yerine bölgenin yerel dinamiklerine dayalı turizm stratejileri geliştirilmelidir. Bu stratejiler, yerel ihtiyaçlara duyarlı ve yerel kaynakların sürdürülebilirliğini önceleyen bir yaklaşım ile hazırlanmalıdır. Diğer bir öneri ise, bölgede gerçekleştirilen yeni turizm yatırımlarında yalnızca ekonomik faydaları gözetmenin yanısıra, aynı zamanda sosyal ve kültürel değerlerinde değerlendirilmesinin gerekliliğidir. Bölge bazında yapılan sosyal etki analizlerinin planlama süreçlerine dâhil edilmesi ile beraber turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilebileceği düşünülmektedir. Son olarak, yerel halkın turizmdeki rolünün daha etkin hale getirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Yalnızca turizm hareketlerini dışarıdan gözlemleyen bir izleyici değil üretici ve yönlendirici olarak konumlandırılmaları gerekmektedir. Bu bağlamda toplum temelli turizm uygulamalarının desteklenmesi önerilmektedir. Böylelikle yerel kalkınmanın hızlanacağı düşünülmektedir.

Gelecek çalışmalarda bu çalışmayı desteklemek ve bir adım daha ileriye taşıyabilmek adına nitel bir araştırma yürütülerek turizmin etkileri daha derinlemesine incelenebilir. Sayısal verilerle ölçülemeyecek deneyimlerin incelenip irdelendiği bir çalışmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca turizmin yerel halk tarafından algılanan etkileri bireylerin demografik özelliklerine, turizmin gelişim düzeyine vb. bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. Dolayısıyla gelişmişlik düzeyi farklı olan bölgelere

yapılacak karşılaştırmalı analizlerin daha kapsamlı sonuçlar verebileceği düşünülmektedir. Bunun yanında turizmin algılanan etkileri bireylerin yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi vb. demografik özelliklerine göre de değişiklik gösterebilmektedir. Bu nedenle gelecek çalışmalarda bu değişkenlerin etkisinin de ayrıntılı biçimde incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu araştırmada elde edilen bulgular belli bir zaman diliminde toplanan verilere dayanmaktadır. Belirli zaman aralıklarıyla aynı bölgede yapılacak çalışmalarla turizmin gelişimi ile bireylerin turizmin etkilerini algılama düzeylerinin nasıl değiştirdiğini görmek için boylamsal çalışmaların yapılması önerilmektedir. Ayrıca yalnızca yerel halkın değil aynı zamanda turistlerin de turizmin etkilerine yönelik algılarını farklı boyutlarda analiz etmek turist-yerel halk arasındaki etkileşimi değerlendirmeye de olanak sağlayabilir. Mevcut tez çalışmasında turizmin etkilerini inceleyen çalışmalarda ele alınan kuramlar ele alınarak bir çalışma yürütülmüştür. Gelecek çalışmalarda bu kuramların yanı sıra, toplumsal etkileşim kuramları, yerel güçlendirme yaklaşımları ya da çevresel psikoloji kuramları vb. farklı teorik perspektiflerden yararlanılarak alanyazına yeni katkılar sunulabilir. İlâveten, yerliler arasında gelişen iletişim, dayanışma ve ortak değer üretimi gibi unsurlar sosyal semaye kuramı çerçevesinde de ele alınabilir. Böylelikle toplumsal bağlılığın ve yaşam tatminin güçlendirilmesinde turizm sektörünün rolü daha ayrıntılı biçimde ortaya çıkarılabilir. Mevcut tez çalışmasında aidiyet duygusunun yaşam tatmini üzerindeki etkisinin anlamlılık düzeyinin sınırdaki kalması, bu kavramın soyut algılanabildiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla gelecek çalışmalarda aidiyet oluşumunu etkileyen mikro ve makro faktörlerin daha derinlemesine ele alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdillah, F., Leewellyn, V., & Yadisaputra, M. (2020). Local Community Life Satisfaction at Early Stage Tourist Destination. *E-Journal of Tourism*, 7(2), 177-192.
- Abdollahzadeh, G. & Sharifzadeh, A. (2012). Rural Residents' Perceptions Toward Tourism Development: A Study from Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 126–136. <https://doi.org/10.1002/jtr.1906>
- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25–55. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00002-0)
- Akın, A., Usta, F., & Eroğlu, N. Ç. (2014). Ergenlerde Topluluk Hissi Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirliği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 16-25.
- Akış Roney, S. (2011). *Turizm: Bir sistemin analizi*. Detay Yayıncılık.
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481–494. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00066-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0)
- Akman, A. (2007). *Turizmin gelişmesinin yarattığı doğal ve kültürel değişmeler: Kaş örneği*. (Yayın No. 218202) [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Akpınar Külekçi, E. (2022). Kentsel kimlik bileşenleri ve kış turizmi ilişkisi: Erzurum kenti örneği [Yüksek lisans tezi, Erzurum Teknik Üniversitesi].
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000074
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vazquez, A., & Cortes-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Altıntaş, V. (2009). Sürdürülebilir turizm ve yerel halk: Doxey'in rahatsızlık endeksi modeline göre bir değerlendirme [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Altıntaş, V. (2010). Turizmin gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkileri: Alanya modeli örneği. [Doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Altunel, M. C. (2009). Alaçatı'da turizme verilen desteği etkileyen faktörler: Sosyal değişim teorisi çerçevesinde bir değerlendirme [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- An, Z., & Liu, L. (2014). The influence factors of SNS users' sense of belonging: Theoretical model and empirical test — A cross-culture study on SNS. *International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*, 7(1), 199–206.
- Andereck, K. L. (1993). The impact of tourism on natural resources. *Parks and Recreation*, 28(6), 26-32.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>

- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27–36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67–90. <https://doi.org/10.1177/1096348004268196>
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of travel research*, 42(2), 172-185. <https://doi.org/10.1177/0047287503257488>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50. <http://doi.org/10.1177/004728759303200108>
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120–130. <https://doi.org/10.1177/004728759803700203>
- Aref, F., Redzuan, M. R., & Gill, S. S. (2009). Community perceptions toward economic and environmental impacts of tourism on local communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137.
- Arıca, R. and Ukav, İ. (2020). Effects of tourism development problems on tourist satisfaction and revisit intention: Example of Adıyaman. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 371-387. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.553>
- Arıkan, R. (2017). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Nobel Yayıncılık.
- Atık, S. (2022). Öğretmenlerin mesleki kimlik algılarının ve mesleki kimlik tipolojilerinin incelenmesi [Doktora tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü].
- Atsız, O. (2021). Az gelişmiş bir destinasyonda yerel halkın turizme yönelik desteği: Yozgat örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(2), 224–236. <https://doi.org/10.17123/atad.897887>
- Atsız, O., Kahraman, O. C., & Beşcanlar, S. (2022). Kırsal destinasyonda yerel halkın yer kimliği algısının turizmin gelişimine desteği: İkamet edilen sürenin rolü. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(2), 190–203. <https://doi.org/10.53353/atrss.1090513>
- Avcıkurt, C. (2000). Yerel halkın turizm ve turizmin etkilerini algılaması ve değerlendirmesi: Ayvalık yöresinde bir uygulama. Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Balıkesir.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi: Genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Aykaç, E., & Tekeli, M. (2023). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumu: Çorum ili örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 13(1), 21–36. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.824>
- Bahar, O., & Kozak, M. (2018). *Turizm ekonomisi*. Detay Yayıncılık.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler* (13. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Barutçugil, İ. (1989). *Turizm işletmeciliği*. Beta Basım Yayın.

- Baştan, N. B., & Alkaya, Ö. Ü. S. (2021). Turizmin yerel halk üzerine sosyo-kültürel etkileri: Şirince köyü örneği. *Journal of Social Research and Behavioral Sciences*, 7(13), 1-26.
- Baykan, E. (2007). Turizmin yerel kültür üzerine etkilerinin yöre halkı tarafından algılanması: Ürgüp yöresinde bir uygulama [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü]
- Bayrakçı, S. & Zencir, E. (2014). Muz bahçelerinden turizm cennetine: Alanya'nın turizm yolculuğu. A. Artuğer, İ. Kozak & M. Kozak (Ed.), *Dünden bugüne Türkiye'de turizm* (10, ss. 53–71). Detay Yayıncılık.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of tourism research*, 7(1), 83-101. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9)
- Berber, Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 205-222.
- Birsen, A. G. (2019). Destinasyon yaşam döngüsü modeli çerçevesinde eski ve yeni destinasyonların karşılaştırılması: Yerel halk algısına dayalı bir araştırma [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Boissevain, J. & Inglott, P. S. (1979). Malta'da turizm. E. De Kadt (Ed.), *Turizm: Kalkınmaya açılan pasaport* (ss. 265). Oxford University Press.
- Bond, N., & Falk, J. H. (2013). Tourism and identity- related motivations: Why am I here (and not there)? *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 430–442. <https://doi.org/10.1002/jtr.1886>
- Buch, T. (2007). Resident perceptions of event impacts: Taupo and Ironman New Zealand [Yüksek lisans tezi, Auckland University of Technology Faculty of Business]
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Buzlukçu, C. (2020). Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti ilişkisi [Doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Buzlukçu, C., & Avcıkurt, C. (2021). Yavaş şehirlerde yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılıklarının sürdürülebilir turizm tutumlarına etkisi: Sefirhisar'da bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 117-138. <https://doi.org/10.30794/pausbed.753992>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. (2016). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi: Temel kavramlar, uygulamalar ve programlama* (3. baskı). Routledge.
- Chang, K. G., Chien, H., Cheng, H., & Chen, H. I. (2018). The impacts of tourism development in rural indigenous destinations: An investigation of the local residents' perception using choice modeling. *Sustainability*, 10(12), 4766. <https://doi.org/10.3390/su10124766>
- Chen, H., & Petrick, J. F. (2013). Health and wellness benefits of travel experiences: A literature review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 709-719. <https://doi.org/10.1177/0047287513496477>
- Chen, J. S. (2000). An Investigation of Urban Tourism Residents' Loyalty of Tourism. *Journal of Travel and Tourism Research*, 24 (1), 5-19. <https://doi.org/10.1177/109634800002400101>

- Chiu, H. Y., Chan, C. S., & Marafa, L. M. (2016). Local perception and preferences in nature tourism in Hong Kong. *Tourism Management Perspectives*, 20, 87-97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.07.007>
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and practice*. Longman.
- Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 10(1), 7. <https://doi.org/10.7275/jyj1-4868>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900. <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
- Çakmakçı, E., & Öztürk, Ş. (2019). Toplumsal değişimin bir faktörü olarak turizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(47), 1-17. <https://doi.org/10.35237/sufesosbil.544714>
- Çalışkan, C., & Özer, S. (2022). Turizm gelişim evresinin yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarına etkisi: Türkiye'den dört destinasyon örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 1-24.
- Çalışkan, U. (2003). Turizmin yerel halk üzerindeki sosyo-kültürel etkileri: Kuşadası örneği [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Çalışkan, U., & Tutuncu, O. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası ilçesi uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiriler Kitabı içinde (ss. 127-148). İstanbul Teknik Üniversitesi & Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi.
- Çankal, S. (2024). Dijital platformlarda kimlik inşası ve sunumu: Z kuşağı üyeleri üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (61), 325-342. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1430273>
- Çoruh, S. (1979). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Dağdeviren, A. (2015). Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamalarının yaşam tarzı boyutuyla incelenmesi [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi]
- Daly, P., Dias, A. L., & Patuleia, M. (2020). The impacts of tourism on cultural identity on Lisbon historic neighbourhoods. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 7(3), 1-15. <https://doi.org/10.29333/ejecs/516>
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8. <https://doi.org/10.1177/004728758802700201>
- Davras, G. M. (2017). Ekonomik boyutuyla turizm. M. Özer (Ed.), *Genel turizm: Kavramlar ve farklı boyutlarıyla değerlendirme* (ss. 1-19). Detay Yayıncılık.
- Deery, M., Jago, L. and Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a New research agenda. *Tourism Management*, 33(1). 64-73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>

- Demir, A. U. (2019). Enerji kooperatiflerinin sürdürülebilir kalkınmadaki rolleri ve Avrupa Birliği deneyimi [Yüksek lisans tezi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Demircan, Ş. (2010). *Turizmin sosyo kültürel etkileri: Antalya/Muratpaşa ilçesi örneği* [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Demirtaş, H. A. (2020). *Sosyal Kimlik Temel Kavram ve Kuramı, Varsayımlar*.
- Demiryürek, E. (2024). Identity perception of İmam Hatip students studying international baccalaureate diploma programme [Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.009>
- Diener, E. (1984). Subjective well being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- 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. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1-31. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2004.00501001.x>
- Dineri, E. (2019). Ekonomik büyüme, kalkınma ve turizm. In N. Işık & E. Dineri (Ed.), *Makroekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi* (ss. 1-19). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216–236. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90069-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90069-8)
- Doğan, H. Z. (1987). *Turizmin sosyo kültürel temelleri*. İzmir: Uğur Ofset Matbaacılık ve Ticaret.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo kültürel temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doosje, B., & Ellemers, N. (1997). Stereotyping under threat: The role of group identification. In R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers, & S. A. Haslam (Ed.), *The social psychology of stereotyping and group life* (ss. 257–272). Oxford: Blackwell.
- Doxey, G. V. (1975). Ziyaretçi ve yerel halk arasındaki tahammülsüzlüğün nedensel teorisi: Yöntem ve araştırma sonuçları. *Travel and Tourism Research Association Bildiriler Kitabı*, 195–198.
- Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 291-313.
- Durgun, A. (2006). Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Isparta örneği [Yüksek lisans tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Emir, O. & Toker, A. (2020). Turizmin toplumsal etkileri I. İçinde O. Emir (Ed.), *Turizm sosyolojisi* (ss. 1–20). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik sosyo-kültürel çevresel yönleriyle uluslararası turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Erkal, M. (1991). *Kültür kirlenmesi*. Timaş Yayınları.
- Ersoy, H. (2017). Turizmin gelişiminin yerel halk üzerine sosyo-kültürel etkileri: Manavgat örneği. [Yüksek lisans tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi]

- Ertaş, M. (2020). Rekreatif amaçlı seyahat eden motosiklet kullanıcılarının sosyal kimlikleri üzerine bir ölçek geliştirme çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 621–640.
- Eser, S., & Akgündüz, Y. (2021). Yerel halkın turizm algısı ve toplumsal yaşam kalitesi: İğneada örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 347–369. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.725665>
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28. <https://doi.org/10.1080/09669589708667273>
- Fidan, S. (2011). Küreselleşme sürecinde Türkiye'de gençliğin kimlik algısı: Üniversite gençliği üzerine bir araştırma [Doktora tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage.
- Forati, A. (2024). Aşırı turizmin etkileriyle başa çıkma: İstanbul örneği [Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of tourism research*, 27(3), 763–784. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6)
- Gabriel Brida, J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino–Italy). *Benchmarking: an international journal*, 18(3), 359–385.
- Getz, D. (1992). Tourism planning and destination life cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 752–770. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90065-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90065-W)
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holidaytaking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103–121. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.06.001>
- González, R., Gascó, J., & Llopis, J. (2019). Local residents' perception about tourism and foreign residents: A Spanish case study. *Psychology & Marketing*, 36(11), 1098–1108. <https://doi.org/10.1002/mar.21259>
- Gökçe, B. (1976). Aile ve aile tipleri üzerine bir inceleme. *Hacettepe Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8(1-2), 1-2.
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism management*, 33(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.015>
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495–516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Güdü Demirebulat, A. (2014). *Turizmde yerel halkın tutumları: Sosyal kimlik kuramı çerçevesinde bir değerlendirme*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 60–72. <https://doi.org/10.17123/atad.24315>
- Gül, A., Cesur, B., & Bostan, Ç. (t.y.). Kültürel turizm kapsamında yerel kimlik oluşturma: Yöntem yaklaşımı. [Konferans bildirisi].
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 1(2), 49–59.

- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz*. Seçkin Yayıncılık.
- Gürkan, M. İ. (1996). *Turizm hareketlerinin bir yerleşim biriminde (Belek/Antalya) sosyal yapıdaki değişimlere etkileri*. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı.
- Hacıoğlu, N. (2008). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7. Baskı). Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8. Baskı). Cengage Learning.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Pearson Education.
- Hall, E. T. (1959). *The silent language*. Garden City, NY: Doubleday.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503–526. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00075-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5)
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266. <https://doi.org/10.1177/0885412203260306>
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of planning literature*, 18(3), 251-266. <https://doi.org/10.1177/0885412203260306>
- Haywood, K. M. (1986). Can the tourist-area life cycle be made operational?. *Tourism Management*, 7(3), 154–167. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90002-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90002-6)
- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 359(1449), 1435–1446. <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1522>
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.003>
- Hertzog, M. A. (2008). Considerations in determining sample size for pilot studies. *Research in Nursing & Health*, 31(2), 180–191. <https://doi.org/10.1002/nur.20247>
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
- Holloway, J. C., Humphreys, C., & Davidson, R. (2009). *The business of tourism* (8. Baskı). Harlow: Prentice Hall.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- Hottola, P. (2004). Culture confusion: Intercultural adaptation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 447-466. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.003>
- Jaafar, M., Noor, S. and Rasoolimanesh, S. (2015). Perception of Young Local Residents Toward Sustainable Conservation Programmes: A Case Study of The Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, (48), 154-163. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.018>

- Jia, Y., Liu, R., Li, A., Sun, F., & Yeh, R. (2023). Rural tourism development between community involvement and residents' life satisfaction: tourism agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 561-579.
- Jurowski, C. A. (1994). The interplay of elements affecting host community resident attitudes toward tourism: A path analytic approach [Doktora tezi, Virginia Polytechnic Institute and State University].
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler* (31. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kart, G. (2022). Konya kent merkezinde mekân kalitesine yönelik bir araştırma: Mevlana Caddesi örneği [Yüksek lisans tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Khidirov, S. (2022). Küreselleşen kentlerde dönüşümün yerel değer-metalaşma bağlamında incelenmesi: Katılımcı bir yaklaşım önerisi [Doktora tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü].
- Khizindar, T. M. (2012). Effects of tourism on residents' quality of life in Saudi Arabia: An empirical study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 617-637. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.627226>
- Kılıç Aslan, H. (2022). Müze mekanı için yeni biçim arayışı: 1960-1980 döneminde Türkiye arkeoloji ve müze mimarlığı politikası [Yüksek lisans tezi, Abdullah Gül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü].
- Kılıç, S. N., & Buzlukçu, C. (2024). Sosyal kimlik algısının sorumlu turist davranışına yönelik tutuma etkisi: Kamp-karavan turistleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(89), 270-281. <https://doi.org/10.17755/esosder.1335768>
- Kırıncı Tekeli, E., & Özcan, C. C. (2022). Ekonomi disiplini çerçevesinde turizm. İçinde İ. İlhan & A. G. Özkoç (Ed.), *Disiplinlerarası boyutlarıyla turizm* (ss. 1-20). Değişim Yayınları.
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2(7), 1-10.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Kim, K., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.002>
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
- Kodaş, D., Öztürk, E., & Deniz, S. (2021). Turizmin etkilerine yönelik yerel halkın alguları, turizm gelişim desteği ve yaşam tatmini ilişkisi: Mardin odaklı bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613-2629. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.889>

- Korça, P. (1998). Resident attitudes toward tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 695–697. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00092-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00092-5)
- Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212. <https://doi.org/10.1080/01490409809512280>
- Korkmaz, S. (2011). Turizmin ekonomik ve sosyal etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 46.
- Kozak, M. A. (2012). *Genel turizm bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeleri-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2008). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar* (12. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2010). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar* (14. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kreag, G. (2001). *The Impacts of Tourism*. Minnesota Sea Grant Program. Erişim adresi: <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>
- Kulualp, H. G., & Sarı, Ö. (2019). Destekleme davranışı ve sosyal değişim teorisi kapsamında kırsal turizmin etkilerinin değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643-666. <https://doi.org/10.33206/mjss.469686>
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6)
- Leon, A. C., Davis, L. L., & Kraemer, H. C. (2011). The role and interpretation of pilot studies in clinical research. *Journal of Psychiatric Research*, 45(5), 626–629. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2010.10.008>
- Lewicka, M. (2010). What makes neighborhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 35-51. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.05.004>
- Lin, Z., Chen, Y., and Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: The role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436-442. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.013>
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193–214. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-X)
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90059-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90059-C)
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86–102. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90059-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90059-C)
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizmin gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- Markiewicz, E. & Niezgodna A. (2024). The role of Generation Z's local identity in creating a sustainable tourism product. *Marketing Rynek/Journal of Marketing and Market Studies*. 3-14.
- Martins, J. F. (2000). Attitudes of residents towards tourism in Madeira. [Doktora tezi]. University of Surrey School of Management Studies for the Service Sector]

- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391–411. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00084-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00084-5)
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.
- McCabe, S. (2005). The role of narrative and social memory in the construction of tourist experience. *Tourism Management*, 26(5), 749–758.
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29–34.
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131–140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- Mensah, C. (2012). Residents' perception of socio-economic impacts of tourism in Tafi Atome, Ghana. *Asian Social Science*, 8(15), 274–287.
- Mert, S. (2019). Sanal etkileşim ve sanal kimlikler: Facebook örneği. [Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Mısırlı, İ. (2002). Turizm sektöründe meslek standartları ve mesleki belgelendirme sistemi (sertifikasyon). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 39–45.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90082-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90082-5)
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Routledge.
- Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (2004). The effect of tourism services on travelers' quality of life. *Journal of Travel Research*, 42(3), 240–252.
- Nguyen, T. T., & Tran, T. T. (2025). Cultural revitalization for tourism development from an indigenous perspective: The case of Ta Oi people, A Luoi District, Thua Thien Hue province, Vietnam. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 1, 1510934. <https://doi.org/10.3389/frsut.2025.1510934>
- Nilgumhaeng, R., Sattayanuchit, W., & Pansukkum, S. (2020, Nisan). Nakhon Ratchasima Eyaleti'nde (Khorat), Tayland'da yerel kimliğin turizm tanıtımında kullanılması kavramı. 2. Çin-ASEAN Uluslararası Konferansı 2020 ve 2. Uluslararası Turizm, İşletme ve Sosyal Bilimler Konferansı Bildiriler Kitabı (ss. 758–775).
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964–988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>
- Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası, İşletme Fakültesi Yayınları No.6.
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını.
- Orak, A. (2018). Alan yönetimi ve yönetim planlarında yerel kimlik vurgusu: Eskişehir Odunpazarı örneği [Yüksek lisans tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü].
- Ozankaya, Ö. (1992). Ulusal toplumun ve ulusal kültürün kurucu öğeleri. *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 3(10).
- Ozturk, A. B., Ozer, O., & Çaliskan, U. (2015). The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey. *Tourism Review*, 70(3), 232–242.

- Örgen, A. (2023). Jeodezi ve jeoinformasyon bilimsel tekniklerinin arkeolojide uygulanabilirliği: Gerga Kome kutsal alanı ve çevresi. [Yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Özdemir, G., & Tuna, M. (2016). Sürdürülebilir turizm kapsamında karbon ayak izi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(3), 75-84.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısına etkileri*. Ankara: TC Turizm Bankası AŞ Yayınları.
- Özer, Ö., & Ataman, D. (2020). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Mardin örneği. *Journal of New Tourism Trends*, 1(1), 55-63.
- Özkul, E. (2001). Turizm hareketlerinin sosyo-kültürel etkileri: Marmaris örneği [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Özmen, M. (2007). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Akçakoca örneği. [Yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Pamuk, A. (1997). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 45-58.
- Perdue, R. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 17 (4): 586-599. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q)
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. R. (1987). Rural resident of tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90112-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90112-5)
- Peterson, N. A., Speer, P. W., & McMillan, D. W. (2008). Validation of a brief sense of community scale: Confirmation of the principal theory of sense of community. *Journal of Community Psychology*, 36(1), 61-73. <https://doi.org/10.1002/jcop.20217>
- Pizam, A. (1978). Tourism impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12. <https://doi.org/10.1177/004728757801600402>
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>
- Ratz, T. (2000). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. İçinde. D. Hall & G. Richards (Ed.), *Tourism and Sustainable Community Development* (ss. 36-47). London & New York: Routledge.
- Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Richards, G., & Hall, D. (2000). *Tourism and sustainable community development*. Routledge.
- Ryan, C., Scotland, A., & Montgomery, D. (1998). Resident attitudes to tourism development—a comparative study between the Rangitikei, New Zealand and Bakewell, United Kingdom. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 115-130. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1603\(199806\)4:2%3C115::AID-PTH105%3E3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1603(199806)4:2%3C115::AID-PTH105%3E3.0.CO;2-7)

- Salustiano, D. C. (1970). Changes in cultural models due to the growth of international tourism in Spain. *Sociological Abstracts*, 18(5), 783.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Sharma, P. (2004). An overview of the field of family business studies: Current status and directions for the future. *Family Business Review*, 17(1), 1-36. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2004.00001.x>
- Sharpley, R. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.
- Sherif, M. (1967). *Group Conflict and Co-Operation: Their Social Psychology*. London: Psychology Press.
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5, 475-492.
- Sirgy, M. J., Kruger, P. S., Lee, D. J., & Yu, G. B. (2011). How does a travel trip affect tourists' life satisfaction? *Journal of Travel Research*, 50(3), 261-275. <https://doi.org/10.1177/004728751036278>
- Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00040-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00040-1)
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Soontayatron, S. (2010). Tayland sahil tatil beldelerinde sosyo-kültürel değişimler: Koh Samui Adası örneği. [Doktora tezi, Bournemouth Üniversitesi, Hizmet Yönetimi Fakültesi].
- Spanou, E. (2006). The impact of tourism on the sociocultural structure of Cyprus. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2(1), 145-162. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v2i1.39>
- Şahbaz, P. (2016). Turizmin ekonomik, sosyal (toplumsal) ve fiziksel çevre etkileri. Z. Aslan (Ed.), *Genel Turizm içinde* (ss. 243-273). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Şahin, A. (1990). *İktisadi kalkınmadaki önemi bakımından Türkiye'de turizm sektöründeki gelişmelerin değerlendirilmesi*. Ankara: TOBB.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5. Baskı). Pearson.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7. Baskı). Pearson.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*. New York: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict, (Ed.) Austin, W. G. and Worchel, S.: *The Social psychology of intergroup relations içinde* (ss. 33-47) Monterey: Brooks/Cole.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Ed.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Tatoglu, E., Erdal, F., Ozgur, H., & Azakli, S. (2002). Resident attitudes toward tourism impacts: The case of Kusadasi in Turkey. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(3), 79-100. https://doi.org/10.1300/J149v03n03_07

- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: Wiley.
- Tomljenovic, R., and B. Faulkner (2000). Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research*, 27 (1), 93-114. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00062-6)
- Toprak, M. (2018). Cittaslow ilanıyla birlikte sükûnetini kaybeden şehir: Taraklı / The city where the silence has been lost after the announcement of Cittaslow: Taraklı. [Yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: The case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289–303. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
- Tozkoparan, D. (2023). İzmir-Türkiye'de 20. yüzyıldan 21. yüzyıla milli ve yerel kimlikler için kültürel mekanlar. [Yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Tribe, J. (2005). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tsetskhladze, S. (2023). Gürcistan Acara bölgesinin kırsal turizm potansiyeli ve stratejilerinin değerlendirilmesi: Hulo ilçesi örneği. [Yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Tu, L., Khare, A., & Zhang, Y. (2012). A short 8-item scale for measuring consumers' local–global identity. *International Journal of Research in Marketing*, 29(1), 35-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2011.07.003>
- Turner, J. C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5(1), 1–34. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420050102>
- Turner, J. C. (1982). Towards a Cognitive Redefinition of the Social Group, (Editör) Tajfel, H.: *Social Identity and Intergroup Relations* içinde (ss. 15-40). New York: Cambridge University Press
- Turner, J. C. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Basil Blackwell.
- Türker, G. Ö. (2020). Turizmin yerel halk üzerine etkileri: Seyahat acentaları perspektifinden bir inceleme. *Journal of Travel and Tourism Research*, 16(16), 65-84.
- Türker, N., Selçuk, Ş., & Özyıldırım, A. (2016). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Safranbolu örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçları, 2024*. <https://www.tuik.gov.tr/>
- Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (2022). *Kültürel Yozlaşma*. <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/kulturel-yozlasma>
- Uriely, N., Israeli, A., & 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. <https://doi.org/10.1177/1096348002238881>
- Usta, Ö. (2008). *Turizm: Genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Usta, Ö. (2016). *Turizm: Genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2018). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- van Teijlingen, E., & Hundley, V. (2001). The importance of pilot studies. *Social Research Update*, 35, 1–4. University of Surrey.
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
- Yavuz, H. (2020). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Alanya’da bir araştırma. [Yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Yeşilyurt, H., & Koçak, N. (2020). Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algı ve desteğinde yer kimliği ve yer imajının rolü. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1165–1174. <https://doi.org/10.18506/anemon.628054>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, E., & Bozkurt, İ. (2022). Turizmin psikoloji disiplini ile kesişimi. İçinde İ. İlhan & A. G. Özkoç (Ed.), *Disiplinlerarası boyutlarıyla turizm*. Değişim Yayınları.
- Yıldız, Ö. E. (2009). Türkiye’de şarap turizmi? Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli. [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Yıldız, S. (2024). Bir yerel kalkınma örneği olarak sakin şehir modeli. [Yüksek lisans tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Yoon, Y., J. S. Chen & D. Gursoy. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities’ characteristics. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 29–44.
- Zhang, Y., & Khare, A. (2009). The impact of accessible identities on the evaluation of global versus local products. *Journal of Consumer Research*, 36(3), 524–537. <https://doi.org/10.1086/598794>

EKLER

TURİZMİN YEREL HALKIN YAŞAM TATMİNİ VE YEREL KİMLİK DUYGUSU ÜZERİNDE ETKİSİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, turizmin yerel halkın yaşam tatmini ve yerel kimlik duygusuna etkisini ölçecek veriyi toplamayı amaçlamaktadır. Anketten elde edilecek veriler, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü'nde yürütülmekte olan yüksek lisans tezi için kullanılacaktır. Ankete vereceğiniz yanıtların doğru olması, araştırma sonuçlarının gerçeği yansıtması açısından önem taşımaktadır. Yanıtlarınız sadece bu bilimsel çalışma kapsamında kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Anketi yanıtlamayı reddetme ve herhangi bir sebep belirtmeksizin yanıtlamayı yarıda bırakma hakkına sahipsiniz. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Arş. Gör. Rümeysa UNAT
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Doç. Dr. Duygu EREN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

A. Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma düzeylerinizi, sağdaki kutucukları işaretleyerek belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum,
5=Kesinlikle Katılıyorum

	1	2	3	4	5
1 Hayatım çoğu zaman ideallerime yakındır.					
2 Hayat koşullarım mükemmeldir.					
3 Hayatımdan memnunum.					
4 Bu zamana kadar hayattan istediğim önemli şeylere sahip oldum.					
5 Hayatımı baştan yaşayabilseydim, neredeyse hiçbir şeyi değiştirmedim.					

B. Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma düzeylerinizi, sağdaki kutucukları işaretleyerek belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum,
5=Kesinlikle Katılıyorum

	1	2	3	4	5
1 Turizm bölgede yatırımları geliştirir.					
2 Turizm bölgede altyapıyı geliştirir.					
3 Turizm bölgede istihdam olanaklarını artırır.					
4 Turizm bölgede gelirleri artırır.					
5 Turizm bölgenin toplam vergi gelirini artırır.					

6	Turizm bölgede emlak fiyatlarını ve vergilerini artırır.					
7	Turizm bölgede yaşam maliyetlerini artırır.					
8	Turizm bölgede mal ve hizmet fiyatlarını artırır.					
9	Turizm bölgede yaşam kalitesini artırır.					
10	Turizm bölgede boş zamanı değerlendirme, hoşça vakit geçirme ve eğlenme olanaklarını artırır.					
11	Turizm bölgede farklı kültürlere karşı anlayışı ve imajı geliştirir.					
12	Turizm bölgede çeşitli kültürel faaliyetleri teşvik eder.					
13	Turizm bölgede polis ve itfaiye gibi güvenlik birimlerinin hizmet kalitesini artırır.					
14	Turizm bölgede sağlık birimlerinin hizmet kalitesini artırır.					
15	Turizm bölgede trafik kazalarını artırır.					
16	Turizm bölgede soygun, tahripçilik ve kavga gibi suç olaylarını artırır.					
17	Turizm bölgede alkol vb. maddelerin kullanımı ile fuhuş olaylarını artırır.					
18	Turizm bölgede kumar gibi yasadışı oyunları artırır.					
19	Turizm bölgede kültürün yozlaşmasını artırır.					
20	Turizm çevreyi korur.					
21	Turizm bölgenin görünümünü/imajını iyileştirir.					
22	Turizm bölgenin su, elektrik, telefon gibi altyapısını iyileştirir.					
23	Turizm bölgede kaldırım, trafik ağı, kent merkezi vb. kamu hizmetlerini iyileştirir.					
24	Turizm bölgenin doğal görünümüne zarar verir.					
25	Turizm bölgenin doğal ve tarihi yapısına zarar verir.					
26	Turizm bölgede çevre kirliliğine yol açar.					

C. Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma düzeylerinizi, sağdaki kutucukları işaretleyerek belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	İhtiyacım olan her şeyi bu yerde (kasabada/ilçede) bulabilirim.					
2	Bu yerdeki (kasabadaki/ilçedeki)diğer insanlarla güçlü bir bağım var.					
3	Bu yerde (kasabada/ilçede)yaşayan insanlar birbirlerine destek olurlar.					
4	Bu yerde (kasabada/ilçede) yaşayan insanlar birbirine yardım etmeye isteklidir.					
5	Bu yerdeki (kasabadaki/ilçedeki) insanlar birbirleriyle işbirliği halindedir.					
6	Yaşadığım yerin (kasabanın/ilçenin), diğer şehirlere göre birçok avantajı vardır.					
7	Kendimi bu yere (kasabaya/ilçeye) ait hissediyorum.					
8	Bu yerin (kasabanın/ilçenin) yaşamak için iyi olduğunu düşünüyorum.					
9	Bu yerde (kasabada/ilçede) yaşadığım için mutluyum.					

10	Bu yere (kasabaya/ilçeye) ait olmaktan gurur duyuyorum					
11	Burası hoş bir yerdir (kasabadır/ilçedir).					
12	Yerel geleneklerime saygı duyarım.					
13	Kendimi bu yerin (kasabanın/ilçenin) bir vatandaşı olarak görüyorum.					

D. Lütfen aşağıdaki kişisel bilgilerinizi doldurunuz.

1. Cinsiyetiniz: Kadın Erkek
2. Yaşınız: _____
3. Eğitim Durumuz: İlkokul Ortaokul Lise Lisans Yüksek Lisans Doktora
4. Yaşadığınız yer (kasaba/ilçe): _____
5. Kaç yıldır bu yerde yaşıyorsunuz? _____
6. Mesleğiniz turizm sektörü ile ilişkili mi? Evet Hayır

