

T.C.
ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EKOTURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİMDALİ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KİŞİLİĞİN TURİZM GELİŞİMİNİ DESTEKLEME
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DUYGUSAL
DAYANIŞMANIN ARACILIK ROLÜ: MARDİN'DE BİR
ARAŞTIRMA

Hazırlayan
Aysun DEMİR

Danışman
Doç. Dr. Sedat ÇELİK

Yüksek Lisans Tezi

ŞIRNAK, 2022

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 materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Aysun DEMİR

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Kişiliğin Turizm Gelişimini Destekleme Üzerindeki Etkisinde Duygusal Dayanışmanın Aracılık Rolü: Mardin’de Bir Araştırma” adlı Yüksek Lisans çalışması, Şırnak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Aysun DEMİR

Danışman

Doç.Dr. Sedat ÇELİK

Ekoturizm Rehberliği ABD Başkanı

Doç.Dr. Sedat ÇELİK

ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR

Turizmin temel kaynaklarından kültürel, doğal ve tarihi değerler yönüyle zengin bir potansiyele sahip Mardin ilinde turizmin gelişmesi, öncelikle tarihi, doğal ve kültürel varlıkların rasyonel kullanılmasına bağlıdır. Bu varlıkları/ değerleri kullanırken doğal çevrenin zarar görmemesi, toplum desteğinin sağlanması ve bu kaynakların sonraki nesillere/ kuşaklara miras bırakılması ile turizmin sürdürülebilirliği konusunda duyarlı olunmalıdır. Duyarlı olmak yalnız başına yeterli olmamaktadır ayrıca yönetsel planlamaların yapılması ve turizmi geleceğe taşıyacak belirli kararların alınması gerekmektedir. Bu çalışma; Mardin ilinde yerel halkın, kişilik yapısı, duygusal dayanışması ve turizm gelişimini destekleme boyutunu ortaya koyarak Mardin İli'nin turizmine; doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının sürdürülebilirliğine fayda sağlaması beklentisiyle hazırlanmıştır.

“Kişiliğin Turizm Gelişimini Destekleme Üzerindeki Etkisinde Duygusal Dayanışmanın Aracılık Rolü: Mardin’de Bir Araştırma” konulu bu araştırmanın her aşamasında bilgi ve önerileriyle beni yönlendiren danışmanım Doç. Dr. Sedat ÇELİK hocama anlayış ve rehberliği için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez jüri üyelerinden, Dr. Öğretim Üyesi Aysen ERCAN İŞTİN’e ve Doç. Dr. Bekir Bora DEDEOĞLU’na katkı ve önerilerinden dolayı teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Son söz olarak yüksek lisans eğitimimin başından sonuna kadar desteğini üzerimden hiç eksik etmeyen yol arkadaşım, eşim Orhan DEMİR ve ablam Aynur Fatma KAYA’ya minnetlerimi sunuyorum. Bu tezi, rahmetli babam Süleyman KAYA’ya, rahmetli kayınpederim, ikinci babam Beşir DEMİR’e ve onlardan çaldığım zamanlar için beni affedeceklerini umduğum, anlayış ve sevgileriyle yanımda olan canım oğullarım Arjen DEMİR ve Renas DEMİR’e atfediyorum.

Tezi Hazırlayan

Aysun DEMİR

KİŞİLİĞİN TURİZM GELİŞİMİNİ DESTEKLEME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DUYGUSAL DAYANIŞMANIN ARACILIK ROLÜ: MARDİN'DE BİR ARAŞTIRMA

Aysun DEMİR

Şırnak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı

Aralık 2022

Danışman: Doç. Dr. Sedat ÇELİK

ÖZET

Turizm, bir bölgeye ekonomik olarak katkı sağlayan önemli bir sektördür. Ancak turizm, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerin gelişmesini sağlarken, bir yandan da o bölgeyi sosyo-kültürel, ekonomik, sosyo-psikolojik ve çevresel etkileriyle olumlu ve olumsuz yönleriyle de etkilemektedir. Meydana gelen bu etkilere en çok o bölgede ikamet eden yerel halk maruz kalmaktadır. Bu sebeplerden yerel halkın turizmi nasıl algıladığı ve turizme bakış açısı oldukça önemlidir. Yerel halkın beklentilerini, taleplerini ve ihtiyaçlarını dikkate almak turizm planlayıcıları için gerekli ve aynı zamanda önemlidir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı;

Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm gelişimini desteklemede duygusal dayanışmanın aracılık rolünü ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda ilgili literatürden yararlanılarak anket formu oluşturmuş ve Mardin'de yaşayan halktan 2022 yılı mayıs-haziran aylarında kolayda örnekleme yöntemiyle çevrimiçi (internet üzerinden) ve yüz yüze 519 katılımcıya ulaşılarak veriler toplanmıştır. Araştırma verileri toplandıktan sonra faktör analizi, güvenirlik analizi, korelasyon analizi, regresyon analizi ve aracılık analizleri yapılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre duygusal dayanışma boyutlarından; ziyaretçilere karşı hoşgörünün, kişilik boyutlarından; dışa dönüklük, öz denetimlilik ve yumuşak başlılık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu, nörotiklik ve deneyime açıklık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ise aracılık etkisinin olmadığı görülmektedir. Duygusal dayanışma boyutlarından; duygusal yakınlığın, kişilik boyutlarından; dışa dönüklük, öz denetimlilik, nörotiklik ve deneyime açıklık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu, yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ise aracılık etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada son olarak bulgulardan yola çıkarak sonuçlara ve turizm sektörü ile turizm araştırmacılarına yönelik önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Kişilik, Duygusal Dayanışma, Turizm Gelişimini Destekleme, Mardin

THE INTERMEDIATE ROLE OF EMOTIONAL SOLIDARITY IN THE IMPACT OF PERSONALITY ON SUPPORTING TOURISM: A RESEARCH IN MARDIN

Aysun DEMİR

Şırnak University, Institute of Graduate Education

Department of Ecotourism Counselling

December 2022

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Sedat ÇELİK

ABSTRACT

Tourism is an important sector that contributes economically to a region. However, while tourism provides the development of the regions where tourism activities take place, it also affects that region with its positive and negative aspects with its socio-cultural, economic, socio-psychological and environmental effects. Local people residing in that region are most exposed to these effects. For these reasons, how the local people perceive tourism and their perspective on tourism is very important. It is necessary and important for tourism planners to take into account the expectations, demands and needs of the local people. In this context, the aim of this study is;

To reveal the intermediary role of emotional solidarity in supporting tourism development of the personality traits of the local people. For this purpose, quantitative research method has been preferred. In this context, a questionnaire was created by making use of the relevant literature, and data were collected from the people living in Mardin by reaching 519 participants online (over the internet) and face-to-face with the convenience sampling method in May-June 2022. After collecting the research data, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, regression analysis and mediation analysis were performed.

According to the results of the analysis, from the dimensions of emotional solidarity; personality dimensions of tolerance towards visitors; It is seen that there is a mediating effect in the relationship between the dimensions of extroversion, self-control and agreeableness and the dimension of supporting tourism development, while there is no mediation effect in the relationship between the dimensions of neuroticism and openness to experience and the dimension of supporting tourism development. It was determined that from the dimensions of emotional solidarity there is emotional intimacy; from personality dimensions there are extraversion, self-control, neuroticism; and there is a mediating effect in the relationship between the dimensions of openness to experience and the dimension of supporting tourism development. On the other hand, there is no mediating effect in the relationship between the adequacy dimension and the dimension of supporting tourism development. Finally, based on the findings, the results and suggestions for the tourism sector and tourism researchers were included in the study.

Keywords: Local People, Personality, Emotional Solidarity, Supporting Tourism Development, Mardin

İÇİNDEKİLER

KİŞİLİĞİN TURİZM GELİŞİMİNİ DESTEKLEME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DUYGUSAL DAYANIŞMANIN ARACILIK ROLÜ: MARDİN'DE BİR ARAŞTIRMA

Sayfa

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	iii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	iv
ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.	xi
TABLolar LİSTESİ.	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. YEREL HALK TURİZM İLİŞKİSİ	3
1.1.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler	4
1.1.1.1. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli (TALC)	7
1.1.1.2. Doxey Tolerans Modeli.....	9
1.1.1.3. Topluluğa Bağlılık (Community Attachment) Teorisi	11
1.1.1.4. Sosyal Değişim (Social Exchange) Teorisi.....	12
1.1.1.5. Sosyal Temsiller Teorisi.....	14
1.1.2. Turizmin Etkileri.....	16
1.1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri	17
1.1.2.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	18
1.1.2.3. Turizmin Çevresel Etkileri	20
1.1.2.4. Turizmin Sosyal-Psikolojik Etkileri.....	21
1.2. KİŞİLİK KAVRAMI	23

1.2.1. Kişiliğin Oluşumunu Etkileyen Faktörler	26
1.2.2. Temel Kişilik Kuramları	27
1.2.2.1. Freud ve Psikanalitik Kuram	28
1.2.2.2. Jung ve Analitik Psikoloji.....	29
1.2.2.3. Adler ve Bireysel Psikoloji.....	30
1.2.2.4. Friedman ve Rosenman'ın A Tipi ve B tipi Kişilik Yapısı	31
1.2.2.5. McCrae ve Costa'nın Beş Büyük Faktör Kuramı	33
1.3. DUYGUSAL DAYANIŞMA	34
1.4. TURİZM GELİŞİMİNİ DESTEKLEME	37

İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMA ALANI

2.1. MARDİN İLİNİN KONUMU VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ	41
2.2. MARDİN İLİNİN NÜFUSU VE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	42
2.3. MARDİN İLİNİN TARİHİ.....	43
2.4. MARDİN İLİNİN TURİSTİK ARZINI OLUŞTURAN TARİHİ VE KÜLTÜREL DEĞERLERİ.....	44
2.5. MARDİN İLİ ARZ VE TALEP DURUMU	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YÖNTEM

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ	54
3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	56
3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	56
3.4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	57
3.5. VERİ TOPLAMA SÜRECİ.....	58
3.6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ.....	58

3.6.1. Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler	58
3.6.2. Kişilik ve Duygusal Dayanışma İlişkisi.....	58
3.6.3. Kişilik ve Turizmi Gelişimini Destekleme İlişkisi	60
3.6.4. Duygusal Dayanışma ve Turizmi Gelişimini Destekleme İlişkisi.....	61

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. DEĞİŞKENLERE YÖNELİK DEMOGRAFİK BULGULAR.....	67
4.2. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN FAKTÖR ANALİZLERİ	70
4.3. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN GÜVENİRLİK ANALİZİ	72
4.4. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN KORELASYON ANALİZİ	73
4.5. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN REGRESYON ANALİZİ	74
4.6. ARACILIK ANALİZLERİ.....	75

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

SONUÇ.....	88
ÖNERİLER.....	92
Sektöre İlişkin Öneriler	92
Turizm Araştırmacılarına Yönelik Öneriler.....	93
KAYNAKÇA.....	94
EKLER.....	119
ÖZGEÇMİŞ	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AKT: Aktaran

K.M.: Kilometre

KMO: Kaiser-Meyer-Olkin (Maddeler Arası Normal Dağılımı Gösteren Değer)

M.Ö.: Milattan Önce

M.S.: Milattan Sonra

OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development): Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences): Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı

STK: Sivil Toplum Kuruluşları

VB.: Ve Benzeri

VD.: Ve Diğerleri

Y.Y.: Yüzyıl

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Kişilik ile İlgili Tanımlar	24
Tablo 1.2. C. G. Jung'un İki Boyutlu Kişilik Sınıflandırması	29
Tablo 1.3. A Tipi ve B Tipi Kişilik Özellikleri	32
Tablo 1.4. P. Costa ve R. McCrae'nin Beş Faktörlü Kişilik Modeli	33
Tablo 2.1. Mardin İlinin Doğal, Tarihi ve Kültürel Çekicilikleri	50
Tablo 2.2. Mardin İlinin Turizm Konaklama Tesisleri İstatistik Raporu	51
Tablo 2.3. Mardin İli 2021 Yılı Otellerde Konaklayan Kişi Sayısı	52
Tablo 2.4. Mardin İli 2021 Yılı Otellerde Geceleyen Kişi Sayısı	53
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	67
Tablo 4.2. Katılımcıların Mardin ile İlgili Özellikleri	69
Tablo 4.3. Kişilik Özelliklerine Yönelik Faktör Analizi Bulguları	70
Tablo 4.4. Duygusal Dayanışmaya Yönelik Faktör Analizi Bulguları	71
Tablo 4.5. Turizm Gelişimini Destekleme Boyutuna Yönelik Faktör Analizi Bulguları	72
Tablo 4.6. Güvenirlilik Analizi Bulguları	72
Tablo 4.7. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler Arasındaki Korelasyon Değerleri	73
Tablo 4.8. Kişilik Boyutlarının Turizm Gelişimini Destekleme Etkisi	74
Tablo 4.9. Duygusal Dayanışma Boyutlarının Turizm Gelişimini Destekleme Etkisi	75
Tablo 4.10. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları	86

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Algılanan Turizm Etkileri, Gelişim Aşaması, Özel Yaşam Alanları ve Yaşam Kalitesi Arasındaki İlişkiler	6
Şekil 1.2. Turizm Yaşam Seyri Modeli.....	8
Şekil 1.3. Tolerans Modeli	10
Şekil 1.4. Sosyal Değişim Süreci Modeli.....	13
Şekil 1.5. Duygusal Dayanışmanın Teorik Modeli	37
Şekil 2.1. Mardin İli Haritası.....	41
Şekil 3.1. Araştırma Modeli	66
Şekil 4.1. Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü.....	76
Şekil 4.2. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü.....	77
Şekil 4.3. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü.....	78
Şekil 4.4. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü.....	79
Şekil 4.5. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü.....	80
Şekil 4.6. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü.....	81
Şekil 4.7. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü.....	82
Şekil 4.8. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü.....	83
Şekil 4.9. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü.....	84
Şekil 4.10. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü.....	85

GİRİŞ

Turizm; hitap ettiği yörenin sosyal, kültürel, çevresel, ekonomik (Andriotis ve Vaughan, 2003; Boğan ve Dedeoğlu, 2018) ve sosyal psikolojik etkileri (Milman ve diğerleri (vd.), 1990) boyutlarıyla yerel halk üzerinde bütüncül etkilere sahiptir. Turizm sektörü gelişmemiş ülkeler için salt ekonomik ölçütlerle değerlendirilmekte, ülkeler “Bacasız Fabrika” anlayışı ile sadece turizmin ekonomik girdilerini kazanım olarak görmektedirler. Hâlbuki turizmin, yerel halk üzerindeki etkilerini değerlendirirken yalnızca ekonomik yönlü sorunsalların değil, aynı anda kültürel, sosyal, psikolojik ve çevresel yapıyı etkilemesi bakımında da ekonomi dışında ki değerlerinin incelenmeye alınması büyük önem göstermektedir. Sektör olarak turizm, yapısı dolayısıyla insan gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bir destinasyona gelen ziyaretçilere verilen hizmet ve ürünler o destinasyonda yaşayan yerel sakinler tarafından karşılanmaktadır. Bu sebeplerden dolayı yerel sakinlerin turizm gelişimini desteklemesi çok önemli bir husustur. Yerel sakinlerin turizm gelişimini desteklemesi için de turizminden fayda sağlaması ve turizmin meydana getirdiği etkileri olumlu algılamasıyla mümkündür. Yerel sakinlerin turizm gelişimini desteklemesinin ne kadar mühim olduğunun anlaşılmasıyla beraber, turizme yönelik tutum ve algılarını da anlayabilmek adına şimdiye kadar birçok turizm gelişim yaklaşımı da ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşımlar sosyal, kültürel ve ekonomik bazıları ise sadece ekonomik nedenlerine dayanmaktadır (Yılmaz ve Filiz, 2017).

Literatürde turistlerin destinasyonlarla ilgili bakış açıları ve izlenimleri ile ilgili ölçümler çoğunlukla yapıyor ise de yerel halkın ikamet ettiği destinasyonun turizm potansiyeline ilişkin bakış açıları, bir turizm destinasyonu olarak ikamet ettikleri yerle ilgili izlenimlerinin ölçüldüğü çalışmalar yetersiz seviyededir (Ramkissoon ve Nunkoo, 2011). Destinasyonda turizmin gelişmesi için turistlerden ziyade yerel halka fayda sağlamak hedefler arasında ise yerel halkında bakış açılarının ölçülmesi ve

zamanla destinasyon özelliklerinin ne ölçüde değiştiğinin ve bu değişikliklerin yerel halk açısından algı düzeyinin de ölçülmesi gerekir (Stylidis vd., 2014).

Bu araştırmayla Mardin ilinde ikamet eden yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmi destekleme boyutu üzerinde duygusal dayanışmanın aracılık rolünün olup olmadığını tespit etmek amaçlanmaktadır.

Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran en önemli farklardan ilki, literatürde yer alan araştırmaların birçoğunda yerel halkın kişilik özellikleri ve turizme bakış açıları ele alındığı (Ayaz & Parlak, 2019; Işık & Turan, 2018; Öztürk, 2020; Passafaro vd., 2015; Toprak, 2015), yerel halkın turistlerle duygusal dayanışmasını konu alan çalışmaların sayısının az olduğu görülmektedir . Bu araştırma Mardin ilinde ikamet eden yerel halkın turizm gelişimini desteklemeye yönelik algılarının kişilik özellikleri ve bölgeye gelen ziyaretçilerle duygusal dayanışması değişkenlerinden etkilenip etkilenmediği ve kişilik özelliklerinin turizm gelişimini desteklemede duygusal dayanışmanın aracılık rolünün olup olmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın yapılması ile bu üç boyut kullanılmıştır. İkinci önemli fark ise çalışmanın Mardin yerel halk üzerinde yapılmış olmasıdır. Daha önce Mardin’de yaşayan yerel halkın turizm gelişimini desteklemeye yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır. Mevcut güncel bir araştırmanın içerisinde Mardin ile ilgili bir araştırmanın olmaması bu araştırmanın önemini ve yerel halkın mevcut durumunu tespit etmek bakımından önem arz etmektedir. Çalışmaların sınırlı olması nedeni ile literatüre katkı sağlanması, araştırmanın katılımcıların ele alınan konularda farkındalık oluşturulması, Mardin ili özelinde turizmin sürdürülebilirliği konusunda yerel halkın öneminin ortaya konulması hedeflenmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde yerel halk turizm ilişkisi ve bu ilişkiyi açıklayan teoriler, turizmin etkileri, kişilik, duygusal dayanışma ve turizm gelişimini destekleme konularına yönelik kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur.

1.1. YEREL HALK TURİZM İLİŞKİSİ

Literatürde bilimin farklı dallarında yerel halk kavramı ele alınmakta olup yerel kelimesinden kaynaklı tüm toplumlar için aidiyetliği ifade etmektedir (Şentürk, 2019, s.31). Yerel halk; “herhangi bir bölgede hayatını sürdüren, ortak paydalarda buluşan, farklı insanlardan oluşan topluluk” olarak ifade edilmektedir (Ekici, 2000). Turizm sektöründe yerel halk büyük bir önem arz etmektedir. Yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki sosyal iletişim turizm sektörünü doğrudan etkilemektedir. Turizm sektörel olarak yerel halkı oldukça etkileyen sosyal bir olgudur (Şentürk, 2019). Turizm ile yerel halkın etkileşimi, literatürde sıklıkla işlenen konulardan biridir. Turizm ile yerel halkın etkileşimi üzerine yapılan araştırmaların sonuçları, yerel halkın destinasyonlara yönelik tutum ve davranışlarının ardında yatan sebepleri ve bireylerin turizm olgusuna yönelik algılarını göstermektedir (Ap, 1992; McCool ve Martin, 1994).

Yerel halkın turizm ile ilişkisi, sakinlerin turistler ile aralarındaki bireysel etkileşimleri ve ilişkilerini içermektedir. Lakin sakinlerin turizm sektörüne yönelik davranış ve tutumlarını açıklamak için sadece bu etkileşim ve ilişki yeterli olmamaktadır. Turizm bölgelerinde yaşayan sakinlerin turizmle ilgili kararlara dâhil edilmeleri, ekonomik açıdan kazançlarının olup olmaması ve yaşadıkları yerin turizm bölgesine yakınlığı veya uzaklığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bölgede yaşayan sakinlerce algılanan tüm bu etkilerin, sakinlerin turizme bakış açısını,

tutumunu ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Allen vd., 1988; Jurowski vd., 1997; Jurowski ve Gursoy, 2004).

Turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve gelişimi çok büyük oranlarda yerel sakinlerin desteğine bağlıdır. Yerel sakinlerin turizm sektörüne katkı sağlamaları için bu bireylerin turizm sektörüne yönelik tutum ve algıları ile bunları oluşturan sebeplerin çok iyi araştırılması gerekmektedir. Yapılan literatür araştırmaları sonucunda bu konu hakkında birçok çalışmanın (Butler, 1980; Cavus ve Tanrisevdi, 2003; J. S. Chen, 2000; Liu vd., 1987; Williams, 2002) mevcut olduğu görülmektedir.

1.1.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler

Turizm sektörünün oluşturduğu etkilerin yerel sakinler tarafından algılanabilmesi çeşitli unsurlara bağlıdır. Yerel sakinlerin turizm sektörüne yönelik tutum ve davranışları bu unsurlar doğrultusunda şekillenmektedir. Turizmin yöreye sağlamış olduğu faydaların yanı sıra neden olduğu maliyetlerde vardır. Yerel halkın fayda zarar analizinde turizmin faydalarının maliyetlere oranla daha fazla olması durumunda, sakinlerin sektöre karşı tutumlarının olumlu, maliyeti faydalarından daha fazla olur ise tutumların olumsuz yönde gelişmesi beklenmektedir (Ap, 1992).

Yerel sakinlerin, ziyaretçilerin tutum ve davranışlarını algılama biçimi, yerel kültürün ahlaki normları tarafından belirlenmektedir (Williams, 2002). Turistlerin tatil boyunca bulundukları bölgelerde sergiledikleri davranışlar günlük hayattaki davranışlarını yansıtmamaktadır. Ancak turistlerin tatil sırasında liminoid davranış biçimleri (aşırı derecede yemek ve içecek tüketmek, çok rahat kıyafetleri seçmek, daha çok eğlence merkezli olmak, tavır ve davranışlarda daha rahat olma) sergiledikleri görülmektedir. Sakinler tarafından yalnız bir değerlendirmeye yol açan ziyaretçilerin gerçek kültürüymüş gibi algılanan bu davranış türleri turizmin etkilerine karşı olumsuz bir bakış açısının oluşmasına sebep olmaktadır (Avcıkurt, 2015, s.98-99).

Yerel sakinlerin turistik bölgede yaşama süreleri ve turizm sektöründen ekonomik kazançlarının olup olmaması da tutum ve davranışlarını etkilemektedir. İlgili alanyazı incelendiğinde, turizmden ekonomik fayda sağlayan sakinlerin turizme yönelik algılarının olumlu olduğu anlaşılmaktadır (Allen vd., 1988; Jurowski vd., 1997; Teye vd., 2002). Bunlara ek olarak destinasyondaki yaşam süresinin sakinlerin tutum ve davranışlarını etkilediği çıkarımına varan araştırmalar olduğu gibi (Cavus

ve Tanrisevdi, 2003; Liu vd., 1987; McCool ve Martin, 1994; Um ve Crompton, 1987) hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna varan araştırmalar da mevcuttur (Allen vd., 1993; Liu ve Var, 1986). Bu duruma istinaden turizm destinasyonlarında yaşayan bireyler ile ikametleri uzun süreli olan bireylerin turizmin etkilerine olumsuz algıları olduğunu belirtilmektedir. Ayrıca turistik destinasyonlara olan yakınlık veya uzaklık mesafesinin turizm etkilerine karşı oluşan algılarda farklılıklar meydana getirdiği, turistik yerlere yakın yaşayan bireylerin uzakta yaşayanlara göre daha olumsuz algılara sahip oldukları (Jurowski ve Gursoy, 2004; Weimar ve Rocha, 2019) görülmektedir.

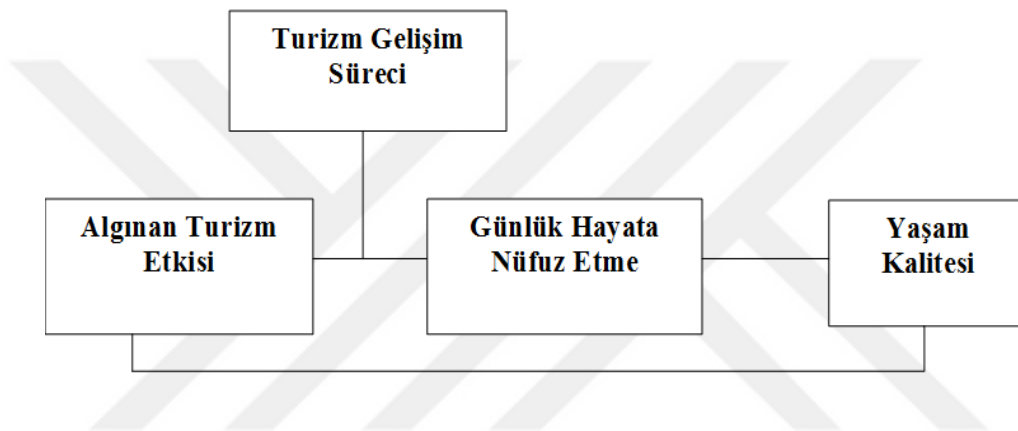
Yerel halkın demografik yapısı da turizmin etkilerini algılamalarını etkileyen önemli unsurlardandır. Sakinlerin, turizmin gelişimi konusundaki algılarını etkileyen demografik unsurlar arasında cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, meslekleri, gelirleri ile medeni durumları gibi etkenler sıralanabilmektedir (Brougham ve Butler, 1981; J. S. Chen, 2000; Korça, 1998). Daha önceden yapılan bazı çalışmalarda turizmin gelişiminin desteklemede erkeklerin tutumlarının kadınlara göre (Mason & Cheyne, 2000; Pizam, 1978), genç nüfusun turizm algılarının diğer yaş gruplarına göre daha olumlu (Bhat & Mishra, 2021; Haralambopoulos & Pizam, 1996; McGehee & Andereck, 2004) olduğu görülmüştür. Evli olan bireylerin bekâr olan bireylere (Almeida-García vd., 2016; Bhat & Mishra, 2021), eğitim düzeyi yüksek olan sakinlerin turizme yönelik tutumlarının daha az eğitilmiş olanlara (Korça, 1998; Teye vd., 2002) ve gelir düzeyi yüksek olan sakinlerin düşük gelirli sakinlere göre daha olumlu algılara sahip oldukları (Bhat & Mishra, 2021) araştırmalarda ortaya çıkmıştır.

Bu etkenlerle beraber yerel sakinlerin ziyaretçilerle etkileşim dereceleri (Belisle ve Hoy, 1980) ile turizm sektörüne yönelik farkındalık ve bilgi düzeyleri (Davis vd., 1988) turizm ile ilgili tüm algıları etkileyebilmektedir. Turistler ile yerel halkın etkileşim derecesinin yüksek olması etkileşim üzerinde olumlu (Rothman, 1978) ve olumsuz olabileceğini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Pizam, 1978).

Faulkner ve Tideswell (1997)'in yapmış oldukları çalışmada, turizmden kaynaklanan sosyal değişikliklerde sakinlerin nüfusu, destinasyona gelen turistlerin sayısı, destinasyondaki turizmin gelişim düzeyi, turist tipleri, turist ve yerel halkın ilişki

düzeyi gibi değişkenlerin, sakinler üzerinde olumlu veya olumsuz etkilere sebep olduğunu vurgulanmıştır.

Şekil 1.1.'de, bir destinasyonda turizmin gelişmesiyle birlikte açığa çıkan etkilerin algılanması süreci açıklanmıştır. Bu sürece göre turizmin etkileri ilk olarak toplumu oluşturan kişiler tarafından algılanmakta ve zamanla günlük hayatta kendisini göstermesiyle başlamaktadır. Sakinlerin günlük hayatına girmesiyle başlayan turizmin olumlu/olumsuz etkileri kişilerin yaşam kalitelerini belirlemektedir (Kim, 2002, s.8).



Şekil 1.1. Algılanan Turizm Etkileri, Gelişim Aşaması, Özel Yaşam Alanları ve Yaşam Kalitesi Arasındaki İlişkiler

Kaynak: Kim (2002, s.8)

Sakinlerin turizm sektörüne yönelik yaklaşımlarıyla destinasyonun yaşam sürecinin arasında bir ilişki olduğu öne sürülmektedir (Diedrich ve García-Buades, 2009). Buna istinaden destinasyon yaşam süreci başlangıç seviyesinde ise bölgede yaşayan sakinlerin turizm ile ilgili tutumları olumlu, ileri seviyede ise (ekonomik maliyetler, fiziksel nedenler, sosyal çıktılar gibi nedenlerden dolayı) sakinlerin tutumlarında olumsuzluk meydana gelebilmektedir (Butler, 1980).

Literatürde bunların yanında son yıllarda araştırmacıların multidisipliner çalışmalar aracılığıyla sakinlerin turizm ile ilişkisini etkileyen yeni etkenleri inceledikleri görülmektedir. Bu araştırmanın konusu içinde de yer alan kişilik ve duygusal dayanışma gibi değişkenler de sakinlerin turizme karşı tutumlarında etkili olmaktadır (Moghavvemi vd., 2017).

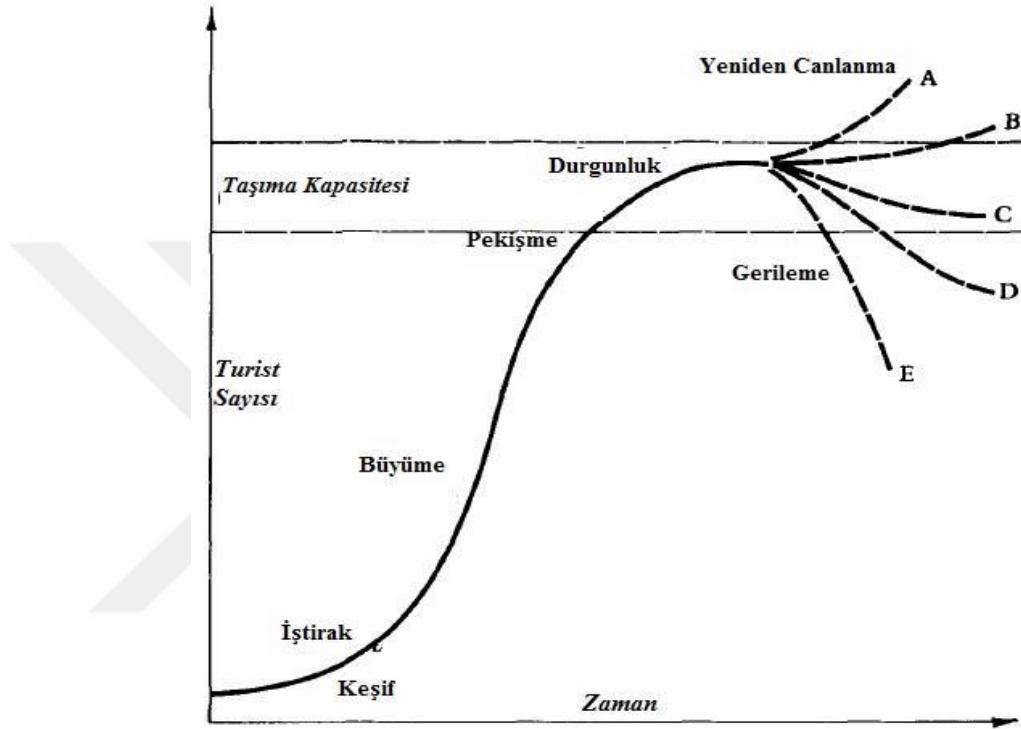
Yerel sakinlerin turizm ile ilgili algılarında, tutumlarında ve davranış biçimlerinde etkili olan faktörler çeşitlilik arz etmektedir. Bu çalışmanın teorik altyapısını oluşturabilmek ve sakinlerin turizme yönelik olumlu ya da olumsuz tutumlarının sebeplerini anlamak için literatürdeki yerel sakinler ile turizm etkileşiminde öne çıkan modeller ve teoriler incelenecektir.

1970’li yılların başından itibaren yerel halkın turizm sektörü için önemi anlaşılmaya başlanmış, bu tarihten itibaren yerel halkın turizm sektörüne olan tutumları ile algılarını belirlemek için sayısız araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar yapılırken ilişkileri belirlemek amacıyla farklı yaklaşımlara yer verilmiştir. İlgili literatür çalışmaları incelendiğinde turizmin yerel halk ile ilişkisini açıklamayı amaç edinen araştırmacılar genellikle Doxey’in *Tolerans Modeli*, Butler’ın *Turizm Yaşam Döngü Modeli* ile sosyoloji temelli *Sosyal Değişim Teorisi*’ni kullandıkları görülmüştür (Nunkoo vd., 2013). Bu teoriler dışında turizm sektörünün yerel halk ilişkisini açıklamak maksatıyla, *Bütünleşik Tehdit Teorisi* ile *Temas Hipotezi* (kuramı) gibi sosyal psikoloji temelli teoriler de kullanılmıştır (Anastasopoulos, 1992; Çelik, 2019b, 2021; Teye vd., 2002). Ayrıca turizm literatür çalışmaları içerisinde daha güncel sayılan, hem çevre psikolojisi hem de sosyal psikoloji ortak alanına giren yaklaşımlar ise topluluğa bağlılık ile yer kimliğidir (Proshansky, 1978; Wang, 2016; Wang ve Xu, 2015). Bu çalışmanın amacına yönelik olarak yukarıda değindiğimiz kuram ve modellerden birkaçına da yer verilecektir.

1.1.1.1. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli (TALC)

Destinasyon Yaşam Seyri Modeli, turizm sektörüne yönelik tutum ve davranışları araştırmada yararlanılan bir modeldir. Brougham ve Butler 1972 yılında yaptıkları araştırmalarla bu modelin temellerini atmış, ancak araştırmaları yayınlanmamıştır. 1980 yılında modelin çerçevesini çizen Butler (1980); turizmin her alanını, ürünlerin satış evrelerindeki gibi ilk piyasaya adım atması yavaş, büyüme döneminde hızlı, düşme döneminde ise satışların azalmasına benzer gelişimsel dönemlerden geçtiğini vurgulamaktadır (Özgürel, 2020).

Butler'in 1980 yılında geliştirdiği Destinasyon Yaşam Seyri Modeli; Keşif, Katılım (iştirak), Büyüme, Pekişme, Durgunluk ve son evresi ikili olasılık '' Gerileme veya Yeniden Canlanma'' olan altı evre ile turizmin nasıl geliştiğini anlatmaya çalışırken, bölgeye gelen ziyaretçi sayısı ve altyapı gibi durumları göz önünde bulunduran modeldir.



Şekil 1.2. Turizm Yaşam Seyri Modeli

Kaynak: Butler (1980, s.7); Buzlukçu (2020, s.47)

Keşif evresinde; yeni keşfi yapılan bakir destinasyonlarda turist keşfetme heyecanı yaşarken, bölge insanına ve ekonomik değerlere etkisi sınırlı düzeydedir (Butler, 1980). Katılım (İştirak) evresinde; bakir destinasyonun tanınırlığının artması ile paralel olarak turist sayısı da artacaktır, yerel girişimcilerin sektörel yatırımları ile birlikte yerel halk-turist etkileşimi artar. Yerel halk kültürel değerlerini (yemek, içecek, giyim, takı ve benzeri (vb.) pazarlamaya başlayarak sürece dâhil olurlar. Ekonomik girdinin artmasıyla birlikte halk ve yerel girişimciler alt yapı, tanıtım, ulaşım vb. sorunlar için devlete ve belediyelere baskı yaparlar (Butler, 1980). Büyüme evresinde; bölgenin tanınırlığı artmış, yerel halk dışında girişimcilerin yatırımları ile hizmet çeşitliliği artarken kalite rekabeti de başlamıştır. Gerek

yatırımlar gerekse çalışanlar bazında yabancı hakimiyeti artmıştır, bu durum bölge insanında ciddi huzursuzluklar yaratır (Butler, 1980). Pekişme evresinde; destinasyona gelen turist sayısı artmaya devam eder, yerel halkın ekonomisinde turizm sektörüne bağımlılık artmış, temel ekonomik parametre turizm sektörü olmuştur. Bölge küresel oyuncuların dikkatini çeker, bir yandan çok uluslu yatırımlar bölgeye akar diğer yandan bu ülkelerden turistler bölgeye çekilir. Turizm sektörü dışında kalan yerel sakinler durumdan rahatsız olmaya başlar ve bu durumu dillendirerek muhalif tutum sergilerler (Butler, 1980). Durgunluk evresinde; turizm sektörünün kapasitesinin aşılması sonucunda destinasyonda olumsuzluklar baş gösterir. Turist sayısı tavana yaklaşmış olup bundan sonra düşüş evresi gerçekleşir, turizmde yaşanan bu olumsuzluklardan dolayı sektör gözden düşüş evresine girmiştir (Butler, 1980). Altıncı evrede (gerileme veya yeniden canlanma); turistik bölge çekiciliğini ve cazibesini kaybetmeye başlayarak doyum noktasına ulaşmıştır. Bu evrede sektör için iki olasılık mevcuttur ya kendisini yenileyerek farklı talepler oluşturur; kongre, sağlık, tema parkları, vb. çalışmalarla talebi canlı tutar ya da düşüş eğilimine girmesini engelleyemez ve tesisler satılmaya başlandığı gibi farklı sektörel alanlarda da değerlendirilebilir. Örneğin binalar yaşlı bakım evlerine, konukevlerine, öğrenci yurtlarına, apart dairelere dönüştürülebilir. Artık turizm geniş kapasiteli ve kalabalık olmaktan çıkmış, hafta sonları veya gününbirlikçi ziyaretçilere hizmet etmeye başlamıştır. Böylelikle turistik bölge sektörden silinme sürecine girer (Butler, 1980, 2006).

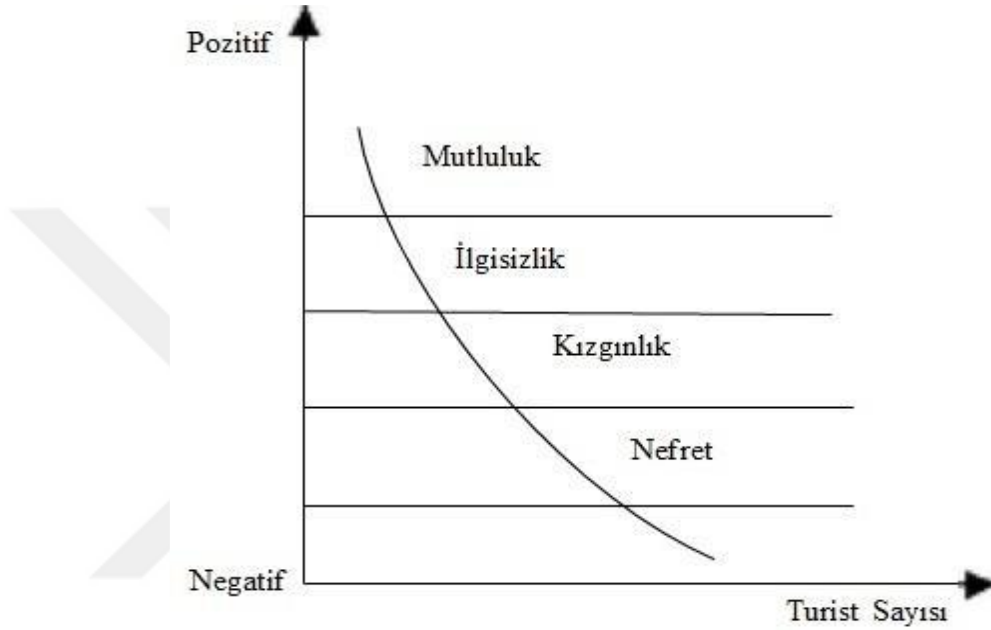
Turizm gelişmeye devam eder ise yarattığı çevresel, kültürel, sosyal tahribattan dolayı yerel halkın artan bir nefreti ve yerel halkın desteğinin azalmasıyla karşılaşacaktır. Butler'ın modeli; yerel halk içerisindeki bireysel farklılıklarını göz ardı ettiği (Zhang vd., 2006) ve toplumu homojen olarak değerlendirdiği için eleştiri almaktadır. Ayrıca yerel halkın turizmi farklı algılama yeteneği ve gelişim düzeylerinin farklılığının göz ardı edilmesi (Faulkner ve Tideswell, 1997) ile modelin deneysel verilerinin olmaması ciddi eksikliklerdir.

1.1.1.2. Doxey Tolerans Modeli

Yerel halkın turizm ile olan ilişkisini açıklayan en popüler modellerden biri olarak kabul gören Doxey'in *Tolerans Modeli*' ne göre bölge insanının turizm sektörüne karşı tutumları, fayda- maliyet analizinin sonuçlarına göre "*Mutluluk, İlgisizlik,*

Kızgınlık, Nefret” olan aşamalarından geçmektedir (Harrill, 2004). Modelin temel amacı turist yoğunluğu ve turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak yerel halkın davranışlarını sosyal etki prensipleri üzerinden açıklamaktır.

Doxey Tolerans Modeli’ne göre; Yerel halkın turizm sektörüne bakış açısını dört evrede sınıflandırmak mümkündür. Bu evreler “*Mutluluk, İlgisizlik, Kızgınlık, Nefret*” tir.



Şekil 1.3. Tolerans Modeli

Kaynak: Babu ve Munjal (2015, s.411); Buzlukçu (2020, s.46)

Mutluluk evresi; ilk evre olup profesyonel yaklaşımdan uzak gayri resmi ilişkilerin yani birincil ilişkilerin yoğun olduğu ilişki tarzı mevcuttur. Yerel halk tarafından bölgeye gelen ziyaretçiler hoş karşılanmaktadır. İkinci evre olan ilgisizlik evresinde; bölgeye gelen turist sayısının artması ile birlikte ilişki tarzı resmi tarza ve yerel halktan işletmelere kaymaktadır. Üçüncü olarak kızgınlık evresinde; bölge kapasitesinin üzerinde turist akını olmaya ve bölgesel doyum oluşmaya başlayınca halk turistlere karşı olumsuz duygular beslemeye başlar. Tesisler ve belediyeler kapasiteyi artırarak soruna çözüm bulma yoluna giderler. Son evrede yani nefret evresinde ise; yerli halkın nefrete dönmüş negatif duyguları açığa çıkmaya başlar. İşletmeler ve yerel yönetimler bozulan imajı düzeltmek için farklı çalışmalara yönelirler (Beeton, 2006).

Modelde, turizmin gelişimsel döneminin başlangıcında başta ekonomik girdiler olmak üzere farklı faydaların olacağına yönelik umutlarından dolayı yerel halk sektöre olumlu tavır takınır. İlerleyen süreçte gerek turistlerden kaynaklanan olumsuzluklar gerekse halkın doyuma ulaşmasından dolayı yerel halkın tutumları olumsuz şekilde değişmektedir (Shafaei ve Mohamed, 2015; Wearing ve Larsen, 1996). Ayrıca Doxey yerel halkın kızgınlık derecesini turist ile çatışmalarının büyüklüğüne bağlamaktadır (Zhang vd., 2006). Bu durumda yerel halkın hoşgörüsüz tavırları ziyarete gelen turistlerin destinasyondan soğumasına ve olumsuz propaganda yapmasına sebep olacağından zamanla turist sayısında azalmalar kaçınılmaz olacaktır.

Doxey Tolerans Modeli zayıf yönlerinden dolayı eleştiriler almaktadır. Doxey modeli yerel insanların yaklaşımlarını, tek taraflı yaklaşımlar sergilemesi, yerel halkı tek tip gibi düşünmesi, inançsal, bireysel, demografik, kökense, farklılıkları göz ardı etmesi, tarihsel süreçten gelen düşmanlıkları göz önünde bulundurmaması modele yönetilen ciddi eleştirilerin temelini oluşturmaktadır (Duran, 2011; Mason ve Cheyne, 2000; Pavlic ve Portolan, 2015).

1.1.1.3. Topluluğa Bağlılık (Community Attachment) Teorisi

Bağlılık disiplinlerarası araştırmalara konu olan bir kavram, bir olgudur. Topluluğa bağlılık teorisi topluluk ile yerel halkın birbirlerine olan bağlılıklarını iki tarafın bakış açısı ile irdelemektedir. Coğrafi bilimciler bağlılığı mekânın anlamlandırılması (hissedilmesi) şeklinde değerlendirmektedirler. Psikoloji bilimi ise bağlılığın fiziksel, sosyal yönlerinin mekânlar içerisinde farklılık gösterdiğini ortaya koymuşlardır (Hidalgo ve Hernández, 2001). Cheng vd. (2003) bağlılığı ortaklık kavramının etrafında birleşen gruplarla açıklamışlardır. Şöyle ki; ortak kültür, ortak dil, ortak tarih gibi bu teori sosyal katılım (insanların arkadaşlık, sevgili vb. sosyalitesini belirtmektedir.) ve yerel insanların hayatına katılma sürecini duygusallık tarafıyla incelemektedir (Güneş, 2014). Bağlılık yaşamsal faaliyetlerde aktif olunması ile birlikte artmaktadır yani bir insanla ortak hareket ettikçe ona olan bağlılığınız artar. İçinde yaşadığı topluma bağlı olan yerel halk toplumun faydasına olan turizmi daha çabuk kanıksamaktadır (McCool ve Martin, 1994).

Tabi topluluğa olan bağlılık her zaman için olumlu olmayabilir, bunun aksini ortaya çıkaran çalışmalarda mevcuttur. Turizm yaşam kalitesini azaltan ve topluluğa dahil

olan insan sayısı çoğaldıkça turizmin gelişimine yönelik algıyı olumsuz hale getiren bir sektördür (Harrill, 2004). Um ve Crompton (1987)'a göre ise uzun yıllar aynı yerde yaşayan bireylerin, yer değişikliğinde bulunup uzun süre aynı yerde yaşamayanlara göre turizme bakış açıları daha olumsuz olmaktadır.

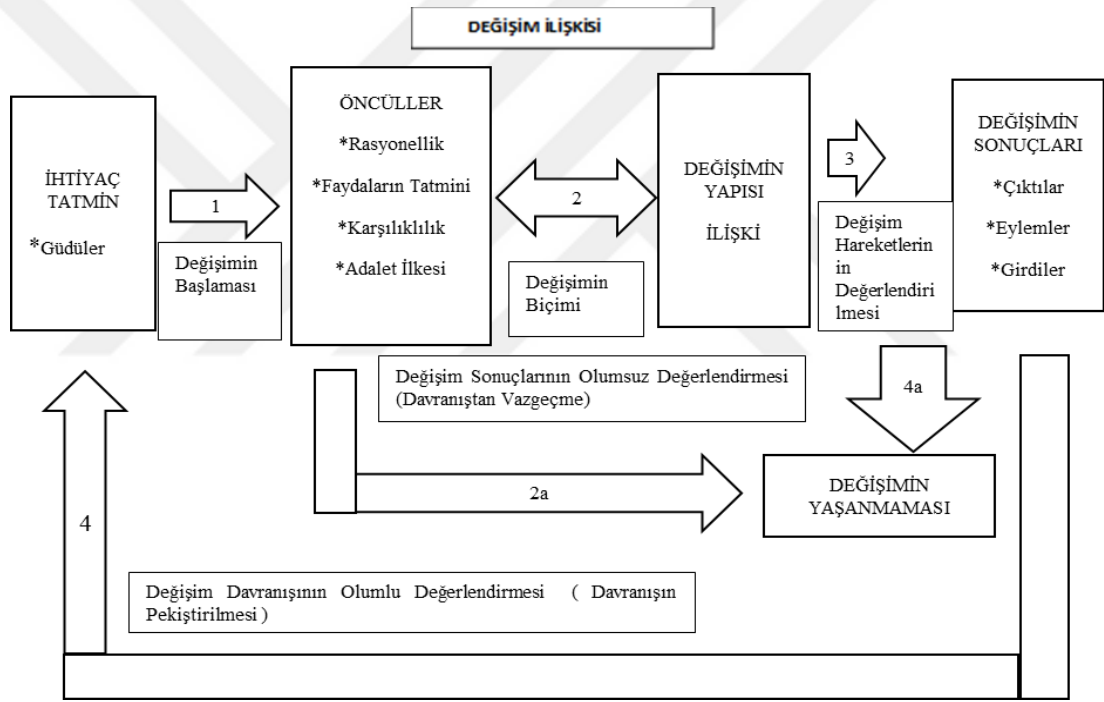
Topluluğa bağlılık modeline göre sosyal statü, yaşam süresi, sosyal olma becerisi, sosyal çevrenin genişliği vb. etkenler topluluğa olan bağlılığı etkilemektedir. Birey sosyalleştikçe, statü sahibi oldukça, ilişki ağı geliştikçe topluma bağlılığı artar (Kasarda ve Janowitz, 1974). Fakat bazı araştırmalar bunun tersini göstermektedir (Cuba ve Hummon, 1993; Stedman, 2002). Bazen yöreye yeni gelen bireyler, yörede uzun süredir yaşayan bireylerden daha fazla bağlılık gösterirler. Yeni gelen birey mekânın güzelliğinden dolayı daha bağlı olmaktadır (McCool ve Martin, 1994).

1.1.1.4. Sosyal Değişim (Social Exchange) Teorisi

Sosyal değişim teorisi birey ile gruplar arası ilişkileri açıklamak için geliştirilmiş sosyoloji bilimine yönelik bir teori olsa da; sosyal psikoloji, davranışsal psikoloji, antropoloji, iktisat gibi bilimlerinde bakış açısını bünyesi içerisinde barındıran multidisipliner bir teoridir. Bu teorinin temel görüşü, sosyal ilişkide bulunan tarafların fayda- zarar merkezli etkileşimde bulunmalarındır (Ap, 1992). Bu teoriye konu olan fayda bazen ekonomik getiri gibi maddi değerler olurken bazen de arkadaşlık, sevgi, değer görme, bilgi, statüsel kazanç gibi manevi değerlerden de oluşabilmektedir (Lambe vd., 2001). Etkileşim esnasında alınan faydanın ve değer artması ilişkinin de süreceği anlamına gelmektedir. Ayrıca maliyetin, faydaya göre artması demek (zarar etmek) tarafların ilişkiyi sorgulaması veya ilişkinin sonlanması demektir (Perdue vd., 1990).

Sosyal değişim teorisi, bireysel ve grup ilişkilerini incelemek açısından uygun bir teori olduğundan destinasyon sakinleri ile turistlerin turizmin sektörel gelişimine yönelik davranışlarının kavramsal temellerini ve turizm için farklı perspektiflerin etkileşimlerini ortaya koymaktadır (Adongo vd., 2019; Jurowski ve Gursoy, 2004; Perdue vd., 1990; Teye vd., 2002; Ward ve Berno, 2011). Bölgelerinde turizmi canlandırmak isteyen başta yerel yönetimler olmak üzere kamu kurum ve kuruluşları, yerel girişimciler, kooperatifler vb. tüm paydaşların turist çekme çabalarının temelinde yörenin ekonomik kalkınmasında ve sosyal yaşam koşullarında belirgin iyileştirmeler yapabilme amacı yatmaktadır (Ap, 1992).

Turizmde sosyal değişim teorisinin yer aldığı araştırmaların en erken örneklerine Perdue vd., (1987, 1990) 'nin Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Colorado'da yaptıkları araştırmalarda rastlanmaktadır. Ap (1992) ise daha önce yapılan çalışmaları referans göstererek *Sosyal Değişim Teorisi*'ni turizme uyarlayan bir model geliştirmiştir. Geliştirilen bu modele göre yerel halkın turizm sektöründen kaynaklı yaşadıkları süreçte izlenen yollar; **1) Değişimin yaşanması, 2) Değişimin oluşumu, 3) Değişim İlişkisinin Değerlendirilmesi, 4) Olumlu değerlendirme ve değişimin pekiştirilmesi** şeklindedir. Değişimin sonunda elde edilen çıktıların olumsuz olması durumunda ise değişim azalır veya değişim tamamen reddedilir.



Şekil 1.4. Sosyal Değişim Süreci Modeli

Kaynak: Ap (1992, s.670); Güneş (2014, s.14)

Sonuç olarak turist ve yerel halk etkileşiminden ve turizm sektörünün bölgeye olumlu katkısından etkilenerek sakinler turizm sektörünün gelişimini destekleyecekler ancak sosyal bilimlerin diğer alanlarında olduğu gibi bu alanda da tutumları etkileyen onlarca farklı faktör olduğundan bu modelin turizm ve yerel halk ilişkisini irdeleyip açıklamada yetersiz kalacağı düşünülmektedir (Avcıkurt, 2015).

1.1.1.5. Sosyal Temsiller Teorisi

İlk olarak Durkheim'ın kullanmış olduğu sosyal temsiller kavramını daha sonra Moscovici benimseyip geliştirmiştir. Moscovici'ye göre bu kavram "kendi kültürel anlamları olan ve bireysel deneyimden bağımsız olarak varlığını sürdüren, önyargılar, imgeler ve değer sistemleri" şeklinde tanımlamıştır (Fredline ve Faulkner, 2000, s.767). Yani sosyal temsiller toplulukların farklı kolektif (ortak) bilinçleri, düşünce yapıları ve sağduyularıyla ilgilidir. Her daim kültürel, sosyal ve sembolik varlıklar ile ilişkili olup bir varlığın temsilidirler (Moscovici, 1988).

Moscovici'nin (1988, s.214) vermiş olduğu sosyal temsiller tanımı:

“Sosyal temsiller [...] gündelik düşüncenin içeriğiyle ve dini inançlarımıza, siyasi fikirlerimize ve nefes alırken kendiliğinden yarattığımız bağlantılara tutarlılık kazandıran fikir stoğuyla ilgilidir. Kişileri ve nesneleri sınıflandırmamızı, davranışları karşılaştırmamızı ve açıklamamızı ve onları sosyal ortamımızın bir parçası olarak nesnelleştirmemizi mümkün kılarlar. Temsiller genellikle erkeklerin ve kadınların zihninde yer alırken, sıklıkla “dünyada” bulunabilirler ve bu nedenle ayrı ayrı incelenebilirler.”

Halfacee (1993, s.29)'ye göre sosyal temsiller, görünür olana ve karşılık verilmesi gerekene doğru bizi yönlendiren, görünüm ile gerçekliği ilişkilendiren ve hatta gerçekliğin kendisini tanımlayan örgütsel zihinsel yapı olarak, Sharpley (2014, s.45) ise bunları “insanların günlük yaşamlarında nasıl ve ne düşündüklerini belirleyen bir toplum içindeki etkiler aslında bir sosyal gerçekliği oluşturan bir dizi fikir, değer, bilgi ve açıklama” şeklinde tanımlamıştır. İnsanoğlu bilişsel olarak karşılaştığı her yeni bilgi, olay, nesne için eski bilgilerini referans olarak kullanmaktadır. Yani geçmiş olan deneyimlerden yola çıkarak yeni olay, olgu, bilgileri yorumlayarak tanıdık bir şablona koyma eğilimindedirler (Fredline ve Faulkner, 2000). Bu teorinin yaklaşımında, meydana gelen olay, olgu, bilgi veya kavramlar grup ya da bireylerce gerçekte olan şekliyle değil, kısmen algılanmakta olup bireyin davranış ve tutumları buna bağlı bir şekilde yeniden yapılanmaktadır. Yeni yapılanma sonucunda ortaya bir takım temsiller çıkar ki bunlar hem zihinsel hem de sosyal unsurlara sahip olurlar (Poussard ve Bastounis, 2008).

Kaynakları bakımından sosyal temsiller; doğrudan deneyim, sosyal etkileşim, medya olarak üç gruba ayrılmaktadır:

i. Doğrudan Deneyim; var olan temsillerin güçlü bir kural koyma yönleri vardır. Herhangi bir vakanın doğrudan deneyimlenmesi kişilere algılarını baz alacakları bilgiler sağlar. Elde edecekleri bu bilgiler ise tamamen kişinin kontrolü altında olup gözlemleri ve sosyal temsilleri arasındaki tutarsızlıkları gördükleri vakit bu durum değişimin meydana gelmesi adına katalizör görevi görebilmektedir (Pearce vd., 1996; aktaran (akt.) Fredline ve Faulkner, 2000). Herhangi bir olguyu doğrudan deneyimleme sınırlı olduğunda sosyal temsilin diğer kaynakları çok daha fazla önem arz etmektedir.

ii. Sosyal Etkileşim; aile, meslektaş, arkadaş, akraba gibi yakın çevre ve yabancı insanlarla olan etkileşimleri kapsamaktadır. Grup üyelikleriyle yakından ilişkili olup sosyal temsilin alıcıya iletilmesi adına çok güçlü bir kanaldır. Bireyler sosyal kimlikler arasında kendilerine benzeyenlere daha fazla meylederler (Breakwell, 1993, akt. Fredline ve Faulkner, 2000). Ayrıca bireyler aynı anda birçok farklı referans grubuna üye olabilirler. Bu farklı referans toplulukları arasındaki olası bir çatışma durumunda birey uzlaştırma yöntemine zorlanabilmektedir (Dougherty vd., 1992).

Topluluğu oluşturan bireylerin tamamı temsilin durumuna aynı derecede maruz kalmamaktadır. Bundan dolayı doğrudan deneyimlemenin sınırlı olduğu zamanlarda grup farklı kaynaklardan sosyal temsilleri ödünç alabilmektedir. Bu anlamda siyasi figürler, sosyal medya, sanatçılar gibi yapıların referans olması kuvvetle muhtemeldir (Fredline ve Faulkner, 2000).

iii. Medya; sunulan haberin içeriği, içeriğin saklanması, çarpıtılması, gizlenmesi, zamanında sunulmaması gibi yöntemler ile bireylerin algılarını etkileyebilmektedir. Etkileyebilme potansiyeline ek olarak, konulardan bazılarını gruplararası çatışma şeklinde sunması ile birlikte gözlemcilerin bakış açısının gruplardan biriyle özdeşleşmesine yol açmaktadır (Gamson vd., 1992).

Sosyal temsil teorisi, daha önce turizme yönelik yapılan çalışmalarda, özellikle turizmin gelişimi açısından yerel halkın tutumları ve algılarının incelenmesinde kullanılmıştır (Monterrubio ve Andriotis, 2014). Teorinin temel amacı;

katılımcılarca, dünyanın günlük olarak aktif inşa edilmesinde yer bulan sosyal bir süreci aydınlatmak ayrıca türetilmiş olan çerçeveler açısından da tutum, inanç ve atıfların nasıl oluşabildiğini göstermeyi amaçlamaktadır (Potter ve Litton, 1985, s.81). Fredline'a göre turizm bakımından, yerel halkın algısını destekleyen temsillere sahip oldukları ve de temsillerin deneyimler, medya, sosyal etkileşim gibi bilgi kaynakları tarafından da bilgilendirildiğini iddia etmektedir (Fredline, 2005, s.271).

Bu teori, yerel halkı turizmin sosyal olgusu olarak anlamlandırmaktadır. Turizm sektörünün modern kültürün önemli bir parçası olmasıyla gelişmiş toplumlar üzerinde kültür, ev, çevre, kimlik, miras gibi kavramlar üzerinde de etkinleşmiştir (Bramwell, 1994; Crouch, 1994). Bu açıdan sosyal temsil, yerel halkın turizm etkilerine yönelik algıları ile sosyal gerçeklerle ilgili tutumlarının oluşum biçimini anlayabilmek için olumlu bir çerçeve oluşturur. Turizm sektörünün olumlu etkileri ve olumsuz etkilerine yönelik sakinlerin görüşleri ile turizmin gelişimi açısından tutumların sosyal kaynaklı olabileceğini öngörmektedir (Dickinson ve Robbins, 2008).

Sosyal Temsiller, turizm sektörünün gelişimine yönelik toplumun tutumları ile ziyaretçilerin etki ve davranışları bağlamında potansiyel bir içgörü sağlayabilmektedir. Sosyal temsillerin yapısı, kişinin turizmle ilgili sahip olduğu fayda, değer ve nitelik sistemine doğrudan ilgi göstermektedir (Pearce vd. 1996; akt. Monterrubio ve Andriotis, 2014). Bu sebeple yerel sakinlerin, turizmin etkilerini ve bazı turist gruplarının davranışlarını nasıl anladıklarını ve buna topluca nasıl tepki verdiklerini açıklayabilmektedir (Monterrubio ve Andriotis, 2014).

1.1.2. Turizmin Etkileri

Ko ve Stewart (2002) uzun yıllardır üzerinde hassasiyetle durulan konulardan birinin de turizm sektörünün etkileri olduğunu belirtmektedirler. Son dönemde yapılan araştırmaların temel konusu turizm gelişiminin yerel halk üzerindeki algılarıdır. Olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerinin de bilinmesi araştırmacıları bu konuya yönlendirmektedir. Çalışkan ve Tütüncü (2008)' ye göre bu etkileri ve kaynaklarını belirlememiz durumunda etkileşimin üç boyutlu yapısını (yani tüm çarpanlar üzerindeki etkilerini) belirlememiz açısından önemli görülmektedir. Bu kaynaklar "Turistik Bölge Faktörü" ile "Turist Faktörü" olarak belirlenmektedir. Turistlerin bölgeye getirdiği etki turist faktörü kaynaklı olup; ziyaretçi miktarı,

sosyal faktörler ile demografik özellikler gibi öğeleri içermektedir. Turistik bölge faktörü ise liderlik, yerelde yaşam, yerel halkın turist algısı ve seyahat döngüsünü kapsamaktadır.

Bu çalışmada, turizmin gelişimi ile ortaya çıkan çevresel, sosyo kültürel, ekonomik ve sosyo-psikolojik etkiler incelenecektir.

1.1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turistlerin ziyaretleri sonucunda yaptıkları harcamaların o yöredeki kazancı ve yaşam standartlarını yükseltmesi olayına turizmin ekonomik katkısı ile ilişkilidir (Unur, 2004). Dolayısıyla farklı ekonomik gelir kaynakları olmayan ve istihdam olanağı kısıtlı olan yörelerde turizm sektörü ekonomik açıdan önem arz etmektedir. İnsanın yaşaması için olmazsa olmazı olan ekonomiyi desteklemesi, yeni istihdam alanları yaratması, ekonomisi kötü olan topluluklar için önemlidir (Gursoy vd., 2002). Turizm ekonomik yönden yerel halkın gelirini ve istihdamını artırdığından olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Esmaeil Zaei ve Esmaeil Zaei, 2013). Para kazandıkça yerel halk turizme olumlu bakıp (Perdue vd., 1987) desteklemeye devam edeceği gibi kazancını artırmak için ürün yelpazesini genişletmeye ve kendisini geliştirmeye çalışacaktır. Sonrasında ise ürün çeşitliliğini artırma, daha kaliteli ürün sunma yoluna giderek hem turist sayısını hemde kazançlarını artırmaya çalışırlar. Turist sayısındaki artış işletme sayısı ve çeşitliliğini de artıracaktır bu da doğal olarak istihdamda artış ile ekonomik gelirlerin artması demektir. Bölgede istihdamın artması fiziksel büyümeyi de tetikleyecektir ki bu da konut, iş yeri, arazi vb. talebinin artması demektir (Baştan, 2020). Turizmin ekonomiye etkileri ile ilgili araştırmalar göstermiştir ki Türkiye'nin ekonomik gelişiminde turizmin pozitif katkısı bulunmaktadır (Samirkaş ve Samirkaş, 2014).

Turizm sektöründe insan emeği olmazsa olmaz olduğundan ve otomasyon çok zor olduğundan istihdama olan etkisi çok fazladır. Turizmin diğer sektörlerle göre istihdamının fazla olması, ekonomik kazancın yanında işsizlik sorununu giderme açısından önem arz etmektedir (Kozak vd., 2014). Genel olarak yapılan araştırmalarda turizmin ekonomik etkisinin olumlu olarak algılandığı vurgulanmaktadır (Esmaeil Zaei ve Esmaeil Zaei, 2013; Gursoy vd., 2002).

1.1.2.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Doğası gereği turizm sektörü farklı insan topluluklarının birbirleri ile etkileşime geçmelerine aracılık etmektedir. Bu etkileşim sırasında etik değerler, ahlak, bilgi, kültürel normlar, görgü kuralları arasında ciddi alış-verişler olduğundan toplumun sosyal yapısında, ahlak anlayışında ve yaşamsal değerlerinde değişimler meydana getiren sosyal bir olaydır (Kozak vd., 2014). Berber (2003)' e göre de turizm sayesinde farklı toplumlar arasında gerçekleşen etkileşim ile toplumun sosyal yapısında da değişimler meydana gelmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi ve sürdürülebilir olmasının temelinde, toplumun sosyal yapısının turizmi benimsemesi ve desteklemesi gelmektedir. Sosyal yapıdaki destek eksikliği bu bölgede turizmin faaliyetlerinin kaybolmasına neden olabilmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi ve turist- yerli halk etkileşimi sosyo kültürel etkileri ortaya çıkaran faktörlerdir (Brunt ve Courtney, 1999).

Kozak vd., (2014)'ne göre turizmin sosyo kültürel olarak olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Olumlu etkiler; artan hoşgörü, toplumlar arasında barış, farklı düşüncelerin oluşması, kültürel ve tarihsel değerlerin korunması vb. olumsuz etkiler; içki, sex ticareti, kumar, kaçakçılık vb. şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Yerel halkın turistlerle kurduğu ilişkilerin şekli iki tarafın davranış biçimlerini de etkilemektedir. Ortaya çıkan bu durum turizmin toplum ve birey üzerindeki sosyo-kültürel etkileri belirlemede büyük önem arz etmektedir. Ortaya çıkan karşılıklı etkileşim sonucunda özellikle yerel halkta sonuçları ölçülebilen ve gözlemlenebilen durumlar meydana gelmektedir (Tayfun ve Kılıçlar, 2004). Brunt ve Courtney (1999)'e göre bir toplum ne kadar kapalı olursa olsun uzun bir süre turizmin etkilerine maruz kalırsa kültür, inanç, etik ve değerler üzerinde kademeli olarak değişimlere uğraması kaçınılmazdır. Değişime uğrayan sosyo-kültürel yapı içerisinde hangi faktörün ne derecede ve hangi zaman diliminde değişeceği turist sayısı ile turizmin gelişmişlik düzeyine bağlıdır. Turizmin etkilediği sosyo-kültürel değerler; aile bağlarına etkisi, yerel halkın yaşam biçimine etkisi, etik ve ahlak üzerindeki etkisi, sosyal yaşama etkisi vb. sıralanabilmektedir.

Esman (1984) araştırmasında geleneksel sanatların canlandırılması ve turistlere yönelik ürünlerin ortaya çıkmasını turizm sektörüne yenilikçi katkılarda bulunabileceğini belirtmektedir. Besculides vd. (2002) farklı kültürleri tanıma

amacıyla hareket eden turist için geleneksel el sanatları da cazibe alanlarından biri olup bu sayede turist, bölgenin kültürü hakkında kayda değer bilgilere ulaşma şansı elde etmektedir. Yerel halk açısından ise ekonomik değere çevirdiği geleneksel sanatlarını yaşatma bir sonraki kuşağa aktarma şansını yakalar iken kültür aracılığı ile kendini tanıtmaya, yaşam kalitesini artırma, toplumu yenileme şansını da yakalamaktadır. Bunun yanında kültürün ticarileşmesinin sonucunda kültürün yozlaşmasına ve geleneksel sanatların taklitlerinin ortaya çıkmasına, kalitesizleşmesine sebep olduğunu ileri süren araştırmalarda bulunmaktadır (Haralambopoulos ve Pizam, 1996). Lakin yerel halkın, turistin satın alma gücünü ve yaşamsal farklılıklarını kendisi ile kıyaslaması benlik algısında ve kültür üzerinde dejenerasyona sebep olabilmektedir (Tosun, 2002). Turizmin yaratmış olduğu değişimlerden biri de geleneksel aile yapısı üzerinde onarılmaz yaralar açması veya mevcut değerleri yok etmesidir (Kousis, 1989). Yaşadıkları ülkelerde farklı sosyal ve kültürel gerekçelerle kendilerini baskı altında hissedip özgürce dilediklerini yapmayan turistler yabancı ülkede dilediğince özgür hareketlerde bulunabilmektedirler. Turistlerin talepleri de genellikle yerel sakinlerce karşılanmaktadır. Ekonomik getiri nedeniyle ziyaretçilerin isteklerini yerine getirerek ziyaretçilerle iletişim kuran sakinlerin ahlaki, etik ve dini değerlerinde çok ciddi değişimlerin yaşandığı kabul görülmektedir. Ahlaki değerleri erozyona uğrayan yerel halk başlangıçta ekonomik sebeplerden dolayı sunduğu fuhuş, kumar, madde kullanımı gibi hizmetlerden kendileri de faydalanmaya başlamaktadır (Kozak vd., 2014). Pizam ve Pokela (1985) yaptıkları araştırmada Massachusetts'te yaşayan yerel halkın, turistlere hizmet amacıyla otellerde açılan Casino'lardan rahatsız olduğunu ve kumarın yasallaştırılması ile fuhuş ve diğer suç oranında artış olduğunu belirtmektedirler. Park ve Stokowski (2009) "Toplumsal Düzensizlik Teorisi"nden faydalanarak kırsal alanlarda turizm sektörünün gelişmesi ile suç oranının artıp artmadığını araştırmışlardır. Bu teoriye göre hızlı gelişen toplumlar krize girmekte, toplumsal değerlerinde ciddi yozlaşmalar yaşanmaktadır. Bu yozlaşmanın sonunda bireysel dünya görüşünde, etik değerlerde ve yaşamsal alışkanlıklarda değişiklikler meydana gelmektedir. Araştırmalarda göstermiştir ki turizmin hızla geliştiği yörelerde suç oranı da artış göstermektedir. Gustafson (2002) ise yazın İsveç kışın İspanya'da yaşayan İsveçli emektarların üzerinde yapmış olduğu araştırma sonucu emeklilerin, turistler ve turizm sektörü ile aralarına ciddi mesafe bırakmak

istediklerini göstermiştir. Buna istinaden turizmin yoğun olduğu zamanlarda ülkelerini terk ederek turizm sektörünün olumsuz sürecinden uzak durmayı tercih etmektedirler.

Turizm sektöründeki tüm paydaşların turizm ile ilgili konu ve sorunlarla ilgilenmesi ayrıca toplum merkezli planlamaların uygulamaya konulmasının ve bunun turizmin başlangıcındaki parçalardan biri olması gerektiği araştırmacılar tarafından tavsiye edilmektedir (Ko ve Stewart, 2002).

1.1.2.3. Turizmin Çevresel Etkileri

Turizm talebinin oluşmasındaki önemli temel etkenlerden biri de fiziksel çevredir ve turistlerin gezip konaklayacakları yerlerin seçiminde fiziksel çevre belirleyici bir rol oynamaktadır. Fiziksel çevre turizmin olmazsa olmazı olup fiziksel çevrenin doğal güzellikleri ve tarihsel dokusu turizm sektörünün talebi üzerinde çok etkilidir. Turizm faaliyetlerinin yaşandığı fiziksel çevrede olumlu ve olumsuz bazı etkilerde yaşanabilmektedir (Kozak vd., 2014).

Mansuroğlu (2006) turizmin fiziksel çevreye etkilerini olumlu ve olumsuz olarak iki kategoride ele almaktadır. Olumlu kategoriye; tarihi dokunun korunması, altyapı, arkeolojik ve doğal olanakların artırılıp iyileştirilmesi, çevrenin ön plana alınacağı çalışmaların yapılması ve olumsuz kategoriye; ekolojik dengenin bozulmasına sebep olacak faaliyetler, hava, su, toprak gibi öğelerin kirlenmesi, katı atık sorunları, biyolojik kirlenmeler, tarihi ve arkeolojik mekânların zarar görmesi gibi çalışmalar örnek olarak verilebilir.

Turizmin olumlu yönlerinden biri de eski yapıtların geleceğe farklı kimliklerle taşınıp, yaşamasını sağlayacak adımlar atmasıdır. Eski han, hamam, askeri kışlalar, kale ve sarnıçların restore edilerek farklı amaçlı kullanılabilecek tesislere çevrilmesi turizmin olumlu katkılarındanıdır. Ekonomik kazanca çevirdiği, çevre üzerinden para kazanmaya devam etmek amaçlı da olsa fiziksel çevrenin korunmasına yönelik politikaların oluşturulmasında öncü rol oynayabilmektedir (Kozak vd., 2014).

Yerel kaynaklar üzerinde de turizmin olumsuz etkileri görülebilmektedir. Yerel kaynaklar derken hammadde, enerji kaynakları, yiyecekler vb. diğer temel ihtiyaçlar da düşünülebilir. Sezonun yoğun dönemlerinde kısa sürede kaynaklar tükenebilmektedir. Ayrıca bu durum toprağın bozulmasına sebep olurken yeni

tesislerin inşaatları ile alt yapı çalışmaları da toprağın kaybolmasına sebep olabilmektedir. Turizme yeni alanlar kazandırılırken doğal yaşam alanları ve ormanlar tahrip edilmektedir. Örneğin turizm Akdeniz kıyılarında deniz, kum, güneş üçlemesi ile gelişince Akdeniz Bölgesi'ndeki tarım arazilerinde ve ormanlarda ciddi azalma ile tahribatlar yaşanmıştır (Akış, 1999).

Pek çok akademisyen, araştırmacı ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) turizm sektörünün fiziksel çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkileri sınıflandırmışlardır. 1980 yılında Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) şu şekilde sınıflandırma yapmıştır (Ap ve Crompton, 1998):

- Başta su, toprak ve havada olan kirlenme etkileri
- Doğal alanların, kırsal alanların ve tarımsal alanların yok edilmesi
- Hayvanların ve bitki örtüsünün yok edilmesi
- Tarihsel ve doğal alanların tahribi
- Kalabalık insan topluluklarının yarattığı etki
- Anlaşamama ve çatışma durumlarının etkileri
- Rekabetin olumlu/olumsuz etkisi (Ap ve Crompton, 1998).

1.1.2.4. Turizmin Sosyal-Psikolojik Etkileri

Sosyal psikoloji birey ve grup arasındaki etkileşimi, iletişimi açıklamaya çalışan ve sosyoloji ile psikolojiden beslenen bir bilim dalıdır (Çelik, 2019a). Sosyal psikolojide kullanılan birçok teori olmakla birlikte araştırma konumuzla yakından ilişkili olan sosyal kimlik ve temas hipotezi teorileri açıklanmıştır.

1970'lerin ilk dönemine kadar; doğumdan ölüme değin gelişmeye devam eden benlik, kimlik ve kişilik gibi olguların oluşumunda ve gelişiminde fiziksel çevrenin katkısı neredeyse göz ardı edilmekteydi. Çünkü insanın farklı faktörler ile olan etkileşiminin önemi kavranamamış ve psikoloji biliminin çalışma alanı klinik ortamla sınırlı tutulmuştur (Türksoy, 1986). Ayrıca sosyal psikoloji ile sosyoloji alanlarında araştırılan birçok konunun (milliyet, cemaat, toplum) temelinde fiziksel çevreyle ilişkisinin olmasına rağmen, bu alanlarda 'biz kimiz?' sorusuna

odaklanılmıştır. ‘Biz neredeyiz?’ sorusunun göz ardı edilmesi de diğer bir sebeptir (Azak, 2016).

1970’lerde Henri Tajfel ve John Turner’in geliştirdiği *Sosyal Kimlik Kuramı*; yer üzerinden kimlik tanımlaması olarak; grup, gruplar arası, grup süreçleri, grup üyelikleri gibi ilişkileri temel alan psikoloji kuramıdır (Demirtaş, 2003). Hernandez vd. (2007) ise yer kimliğini; sosyal ve kişisel kimliğin bileşenlerinden biri olarak görüp, bireylerin mekânla etkileşimi sonucunda kendilerini o yere ait olarak tanımlaması süreci olarak adlandırmaktadır.

Turizm sektörünün gelişimi sonrasında bölge insanının sağlamış olduğu faydalar ile memnuniyet durumu yerel halkın turizm sektörüne yönelik tutum ve davranışlarını belirlemede çok önemlidir (Ko ve Stewart, 2002). Bölge insanının sektördeki genel memnuniyeti turizmin gelişimini etkileyen konulardan birisidir. Houston ve Gassenheimer (1987) değişimin başlamasının temelinde memnuniyet durumunun yatmakta olduğunu belirtmişlerdir. Ap (1992)’e göre bir değişimin ana kaynağı olan halkın sosyo psikolojik, ekonomik vb. ihtiyaçlarını karşılayarak memnuniyetleri sağlanmalıdır.

Ko ve Stewart (2002) Kore’de yaptıkları araştırmada Cheju adasında yerel halkın turizm sektörünün gelişimi üzerindeki algı ve tutumları üzerindeki ilişkiyi irdelemiş ve memnuniyet düzeyinin turizm sektörünün gelişim planlamasında yararlı olacağı kanaatine varmışlardır. Vargas-Sanchez vd. (2009) İspanya’nın Huelva yöresinde yaptıkları araştırmada, turizme yönelik algılar olumlu ise bu durumun memnuniyeti de olumlu etkilediği, algıların olumsuz olması durumunda ise turizm gelişimine desteğin de olumsuz olacağı sonucuna varmışlardır.

Turizm sektörü bireylerin, toplulukların ve toplumun birbirleri ile aralarındaki tutumları önemli derece de etkilemektedir (Tomljenovic, 2010). Yeryüzünde yaşayan toplumlar ve sınıflar arasındaki çatışmaların turizm sektörü yardımıyla giderilmesinin turizmin çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik getirilerinden daha önemli olabileceği ileri sürülmektedir (Çelik vd., 2019).

Temas Teorisi (hipotezi) (Allport, 1954) turizmin yerel halk ile olan ilişkisini açıklamaya, değerlendirmeye yardımcı olacak teorilerden biridir. Bu teori gruplararası süreci değerlendirmek için kullanılan, temel parametresi iletişim olan

sosyal psikoloji hipotezidir. Bu teorinin varsayımı, gruplar arası iletişim eksikliklerinin gruplar arası sınırları arttırdığı ve karışık grupla ilgili önyargıları derinleştirdiği görüşünü savunmaktadır (Hewstone ve Greenland, 2000). İletişimin oluşması, gruplar arasında ilişkinin artması, grupların birbirini tanıması sonucunda önyargılarda azalma olacağı öngörülmektedir (Pettigrew, 1998). Ancak bu durumun olabilmesi için Allport bazı şartların oluşması gerektiğini vurgulamıştır. Bu noktada gruplar arası temasın olumlu olabilmesi için grupların eşit statüde olması, gruplar arası işbirliğinin olması, ortak amaçlara sahip olması ve otorite tarafından desteklenmesi gibi dört optimal koşulun olması gerektiğini ileri sürmektedir (Çelik, 2019a).

Dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan toplumlarda turizm sektörünün ortaya çıkardığı etkileşim sayesinde ev sahibi topluluk ve turist kfilesinin sosyo-kültürel parametrelerinde önemli değişimler meydana gelmektedir. Bu değişimler toplumu derinden etkileyen inanç, norm, tutum vb. yaşamsal parametreleri kapsamaktadır (Pizam vd., 2000). Sakinler ve turistlerin tutumlarını biçimlendiren etkenleri sosyo-psikolojik etkiler olarak adlandırılabilir. Bu sayede toplum-toplum, birey-birey, birey-toplum kaynaşması sağlanabilir ve önyargılar yıkılabilir, olası çatışmaların önüne geçilebilir (Buzlukçu, 2020).

Sosyal psikolojik araştırmalar sayesinde yerel halkın turizmi olumsuz etkileyecek yargı ve tutumları belirlenerek önlemler alınabilir. Yani sosyal-psikolojik faktörün turizm sektörüne olumlu/olumsuz yönleri bulunmaktadır. Yapılacak çalışmalarla yerel halkın tutum ve davranışlarının turizm sektörüne olumlu katkı yapması sağlanabileceği gibi olumsuz davranışların turizmin gelişmesine ket vurmasını da engelleyebilir.

1.2. KİŞİLİK KAVRAMI

Kişilik kelimesi, köken olarak Latince "persona" dan türemiş olan bir kavram olup Roma tiyatrosunda *Persona*; oyuncuların canlandığı özellikleri yansıtmak amacıyla oyun süresince yüzlerine takıp kullanmış oldukları maskeleri temsil etmekteydi (Zel, 2011). Persona, bireyin yaşadığı topluluğa göstermiş olduğu yüzüne atıfta bulunmakta olup diğer bireylere göstermiş olduğu dışsal görünüşüdür. Bundan dolayı kişiliğimizin toplumdaki diğer bireyler tarafından nasıl algılandığı sonucuna varılmaktadır. Yani diğer bireyler üzerinde oluşturduğumuz izlenimdir (Omorodion

ve Osayande, 2012). Sözlükteki tanımına bakıldığında kişiliğin bu ussal yürütmeye uyduğu görülmektedir. Aslında kişilik karakterin görünen yüzüdür (Schultz ve Schultz, 2009, s.9).

Kişilik kavramsal olarak bireyler arasında bulunan farklılıkları açığa çıkaran (Hewstone ve Greenland, 2000, s.294) bireyleri karakterize ederek nispi oranda kalıcı, istikrarlı; duygu, düşünce ve davranış kalıplarıdır (Funder, 2012; Hussein, 2014). Kişilik kavramının çok boyutlu özelliklere sahip olması sayıca çok fazla tanımının ortaya çıkmasına da sebep olmuştur (Karaman ve Çetinkaya, 2019). Evrensel şekilde kabul gören bir kişilik tanımı yoktur (Hellriegel ve Slocum, 2011, s.70). Türk Dil Kurumu (TDK) (2019)'na göre kişilik “bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü, şahsiyet” manalarına gelmektedir. Türkçe dilinde kişiliğin yerine eş anlamlıları “şahsiyet ve yabanlık” kelimeleri de kullanılmıştır (Bozkaya, 2013). Bazı araştırmacıların kişilik hakkındaki tanımlarına **Tablo 1.1.**'de yer verilmiştir.

Tablo 1.1. Kişilik ile İlgili Tanımlar

Bilim adamı	Tanım	Kaynak
Freud (1920)	Kişilik; “id, ego ve süper ego arasındaki kontrolü ele geçirme muharebesinin bir sonucudur.”	Morgan vd. (1993, s.577)
Allport (1961)	Kişilik, “çevresine uyum sağlarken kendine has düzenlemelerini belirleyen psikofiziksel sistemlerin sahibi olan bireyin içindeki dinamik organizasyondur.”	Carver ve Connor-Smith (2010)
Nolen-Hoeksema vd., (2009)	Kişilik, “bireyin fiziksel ve sosyal çevre ile etkileşime girme kişisel tarzını oluşturan ayırt edici ve karakteristik düşünce, duygu ve davranış kalıpları”	Nolen-Hoeksema vd. (2009, s.462)
Fromm (1947)	Kişilik, “bireye özgü olan ve bireyi eşsiz kılan, doğuştan getirilmiş ve sonradan kazanılmış ruhsal niteliklerin tamamı.”	Fromm (1994)
Adler (1998, s. 29)	Kişilik, “bireyin kendisine, diğer insanlara ve topluma karşı koyduğu tutumlar olarak açıklar.”	Üngüren (2011)

Tablo 1.1. devamı

Holm (2004)	Kişilik, “uzun süre boyunca istikrar gösteren ve çeşitli durumlarda ortaya çıkan, bireye ait belirli bir davranış modeline neden olan ruhsal özellikler bütünüdür.”	(Karaman ve Çetinkaya (2019)
Burger (2006)	Kişilik, “bireyin kendisinden kaynaklanan tutarlı davranış kalıpları ve kişilik içi süreçler olarak tanımlar.”	Burger (2006, s.23)
Özkalp (2009)	Kişilik, “bireyin çeşitli durumlardaki özel davranışlarda ifadesini bulan yapısal ve dinamik özelliklerinin tümüdür.”	Özkalp (2013, s.29)
Cüceloğlu (2006)	Kişilik, “bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimidir.”	Cüceloğlu (2006, s.404)
Griffin ve Moorhead (2014)	Kişilik, “bir kişiyi diğerinden ayıran nispeten istikrarlı psikolojik özellikler kümesidir.”	Griffin ve Moorhead (2014, s.66)
Köknel (1985)	Kişilik, “bir insanı başkalarından ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerin bütünüdür.”	Köknel (1985, s.19)
Mischel (1976)	Kişilik, "her bireyin kendi yaşam durumlarına uyumunu karakterize eden (düşünceler ve duygular dahil) ayırt edici davranış kalıplarından" oluşur.	Morgan vd. (1993, s.568)

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bu kapsamda bireyin kişiliğinin oluşumunda rol alan önemli etmenleri sıralayacak olursak; düşünce, davranış, duygu, karakteristik özellikleri, hedef, eğilim, kişisel plan, yetenek, tutum, bedensel ve fiziksel yapıları, hayat hikayeleri, ruhsal durumları (Weinstein vd., 2008, s.330), ebeveyn özellikleri, medya ve kitlesel iletişim araçları, yetişmiş olduğu sosyo-kültürel çevre (Bouchard ve Loehlin, 2001; Keskin ve Gündoğan, 2019; Kuru ve Başbuğ, 2008; Sarıtaş, 1997) aile yapısı, cinsiyeti ile cinsiyetin ortaya çıkardığı kazanımlar, toplumun değer yargıları, görenekleri, gelenekleri, adetleri, yaşam biçimleri-deneyimleri, yakın çevresi, mesleği, kültürü (Allik ve McCrae, 2004; Çelik vd., 2019; Hellriegel ve Slocum, 2011; İnanır, 2012)

içsel ve dışsal uyarıcılar, kalıtsal özellikleri, arzu, güdü, istekleri (Yelboğa, 2006, s.198) yer almaktadır.

Kişiliğin terim anlamı ile sözlük anlamı üzerine yapılan yukarıdaki açıklamaların devamında kişilik kavramını anlamak için; kişilik kavramını oluşturan faktörler üzerinde de durulacak sonrasında ise ayrı bilim insanlarının ortaya koyduğu başlıca *Kişilik Kuramları* incelenecektir. Bu şekilde kişilik kavramı üzerine yapılan incelemeler sonlandırılacaktır.

1.2.1. Kişiliğin Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Kişiliğin oluşum süreci ile gelişimsel süreci açısından kişilik üzerinde kalıtsal faktörlerin mi ya da çevresel faktörlerin mi daha etkin olduğu tartışmaları yıllardır devam etmektedir (Hussein, 2014). Her ne kadar araştırmacılar farklı düşüncelere sahip olsa da, kişilik kavramı üzerine yapılan literatür çalışmaları göstermiştir ki iki ana parametre olarak kalıtsal ve çevresel etkiler kişiliğin biçimlenmesinde önemli etkiye sahiptir (Triandis ve Suh, 2002).

Kişilik, kalıtsal olarak ebeveynlerden bireye geçen ve çevresel faktörlerden etkilenmiş ruhsal özelliklerin toplamıdır (Fromm, 1994). Kalıtım faktörü, bireyin cinsiyetinin, mizacının, fiziksel yapısının vb. faktörlerin belirlendiği ve döllenme ile başlayan süreçleri tanımlamaktadır. Çevre faktörü ise; kültür faktörü, sosyal faktör ile durumsal faktörden oluşmaktadır (Schermerhorn vd., 2002, s.20-21).

Kişilik kavramı çevresel ve biyolojik özelliklerden (Griffin ve Moorhead, 2014, s.66; McAdams ve Olson, 2010) etkilenmektedir. Çevresel ve biyolojik parametreler ise; kültür, toplum, aile, grup üyeliği, yaşam deneyimleri, cinsiyet, mizaç, fiziki yapıdır (Hellriegel ve Slocum, 2011, s.72; Özkalp, 2013, s.32). Yapılan bu araştırmalara göre kişiliğin oluşum süreci; kişinin çevreden gelen uyaranlara göstermiş olduğu tepkilerin biyolojik kökenli ve öğrenilen davranışlar toplamı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Fromm, 1994; Ozdemir vd., 2012; Ryckman, 2008, s.4).

Gelişen teknolojilerle beraber son yıllarda ikiz bireyler üzerinde yapılan çalışmalar kalıtımın kişilik üzerindeki etkisini gösteren çarpıcı çalışmalarla sonuçlanmıştır. Genetik donanımları benzer olan tek yumurta ikizlerinden aynı çevrede yetiştirilenler ile birbirlerinden kopartılarak farklı çevrede yetiştirilen bireylerin kişilik özelliklerindeki farklılık ve benzerliklerinin incelenmesi ile kalıtımın kişiliğe olan

etkisi hakkında yorum yapılmaktadır (Luthans, 2011). Yani aynı ortamda büyütülen tek yumurta ikizleri benzer özellikleri taşıyor ayrıca bu benzerlik ayrı yetiştirilen ikizlerde de bulunuyorsa kalıtımın büyük rol oynadığı kanaatine varılabilmektedir. Lakin birlikte büyüyen ikizler aynı özelliklere ve ayrı yetiştirilen ikizler önemli farklılıklara sahip olursa çevrenin etkisi göz önüne alınmaktadır (Kandler ve Papendick, 2017, s.474; Özkalp, 2013,s.31).

Toplumsal kurallar, kültürel ve ahlaki değerler aileden öğrenilmektedir. Bundan dolayı ailenin ilişki şekli (otoriter veya demokrat aile yapısı gibi) (Altay, 2015, s.68-69) kişiliğin gelişiminde çok önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Hellriegel ve Slocum, 2011, s.72).

Bireyin yaşamış olduğu toplum; özgün inançlara, özgün geleneklere, göreneklere ve özgün kültürel değerlere sahip bir yaşam formu olup bu yaşam formu özellikleri ile kişinin davranışsal kalıplarını etkileyerek biçimlenmektedir (Schermerhorn vd., 2002, s.27). Yapılan bilimsel araştırmalar sonucunda bireyin yaşadığı toplumun normlarından etkilenerek bazı edinimleri kazandığı ve kültürel-toplumsal değerlerin bireyin kişiliği üzerinde yadsınamaz bir etkisi olduğu görülmektedir (Kaplan, 2008, s.11).

Psikoloji bilimine göre, kişilik pasif bir varlık değildir, insanın davranış ve faaliyetleriyle ifade edilen dinamik bir varlık olarak görülmektedir (Hussein, 2014). Bireyin kişiliğinde yaşamı boyunca bir takım değişikliklerin olması kaçınılmaz olup yaşam süresince diğer insanlarla kurmuş olduğu ilişkileri, deneyimleri, vardığı kanaatleri, ilişkiyi yorumlama biçimi ve tüm bunların sonucunda almış bulunduğu kararları kişiliği etkileyen çok önemli parametrelerdir (Cloninger, 1993, s.977). Kısaca bireyin kişiliği, doğumla başlayan ve ölümle sonuçlanan uzun bir döneme yayılmaktadır (Soysal, 2008).

1.2.2. Temel Kişilik Kuramları

Kişilik üzerine çalışma yapan bilim insanları, kişiliğin oluşumu ve davranışa olan yansıması üzerine birçok çalışma yapmış ve bu çalışmalar sonucunda farklı teoriler ortaya atmışlardır.

Bütün teorilerin çıkış noktasının temelinde değişik hipotezlerin yattığı ve çalışmalarda farklı yöntemler uygulandığı için farklı sonuçlar elde edilmiştir (Isır,

2006, s.49). Bu durumun temel sebeplerinden biri de kuramın yazarları olan insanların kişisel deneyimleri, yaşadığı toplumun etkisi, geçmiş hikâyesi, yakın çevresi ile olan ilişki biçimi, hayat felsefelerinin çok etkili olmasıdır (Feist ve Feist, 2008, s.13). Şöyle bir bakıldığında kuramların birbirleri ile çeliştiği veya zıt olduğu şeklinde algı oluşsa da aslında tüm kuramların kişiliğin ayrı yönlerini açıklama niyetinde olduğu görülmektedir. Bu kuramlarca bireyin kişilik yapısı, farklı parametrelerden etkilendiğinden, farklı koşullara maruz kaldığından bireyin kişilik tipinin belirlenmesi ancak testler veya değerlendirme ölçeklerinin kullanılması ile ortaya çıkarılabilmektedir (İnanç Yazgan ve Yerlikaya, 2012, s.6-7; Türkmen, 2013, s.21).

Literatürde bulunan, kişiliğin sınıflandırılması ve kişilik tipleriyle alakalı farklı kuramların ve bilim insanlarının da incelenmesi ise daha uygun olacaktır. Bu bağlamda incelenen kişilik ile ilgili kuramlar şöyle özetlenebilir:

1.2.2.1. Freud ve Psikanalitik Kuram

19. yüzyıl sonlarında, psikolojik bazı hastalıkların sebeplerinin araştırılması sırasında bilinçaltının keşfedilmesi ile psikanalitik kuramı ortaya çıkmıştır. Bu kuramın öncüsü Avusturya asıllı hekim olan Sigmund Freud'dur (Dinler, 2015).

Psikanalitik kuram, birey davranışının doğum evresi itibarı ile çözümlenmesine, bilinçaltında yatan ipuçlarının ortaya çıkarılmasına dayanmaktadır (Nolen-Hoeksema vd., 2009). Sigmund Freud birey davranışlarını incelerken rüyasından, dil sürçmesine birçok olayı inceleyerek; bunları bilinçaltı, içgüdü ve kompleksler bağlamında değerlendirmektedir (Gökçe, 2014). Kuramın amacı bilinçaltını ortaya çıkarmaktır (Omorodion ve Osayande, 2012). Bedensel bir gereksinim duydukları zaman bunun giderilmesi adına bireyin içgüdüleri harekete geçer iken bu gereksinimlerin artması durumunda ise bireylerde heyecan, gerilim gibi psikolojik tepkilerin oluştuğunu savunmaktadır (İnanç Yazgan ve Yerlikaya, 2012).

Freud, çocukluk zamanında maruz kalınan sevgi yoksunluğunun davranışlarımıza yansıdığını varsaymaktadır (Eren, 1984). Birçok teorisyenin, Freud'la ortak düşündükleri nokta, ussal yaşamımızın büyük bir çoğunluğunun bilinçsiz olması, kişilik ve birilerine bağlanmanın, değerlerin, isteklerin ve korkuların içindeki ruhsal çatışmalarla uğraşmaktır (Omorodion ve Osayande, 2012, s.52).

1.2.2.2. Jung ve Analitik Psikoloji

Freud'un kişilik kuramı Jung'u etkilemiş olduğu halde bu teoriyle ilgili bazı görüş farklılıkları yaşamıştır. Jung'un görüşüne göre, insanların saldırganlık ve cinselliğinin yanında istek ve amaçlarınca da yönlendirilen varlıklar olduğunu öngörmektedir (Hewstone vd., 2005; Morgan vd., 1993). Geliştirmiş olduğu *Analitik Psikoloji Kuramı*'nın temel varsayımı; birey kendisini gerçekleştirirken, içten içe rekabet eden yapılar ile güçlerin dengelenmesinden ibarettir (Hewstone vd., 2005, s.297).

Bireylerin genellikle aynı psikolojik mekanizmalara sahip olduğunu varsaymakta (Boeree, 1997; Jung, 2017) olan Jung'a göre bireylerin kişiliğini kavramsallaştırmadaki süreçte iki soru dikkat çekmektedir. Bu sorular; "Bireyin kişiliğini oluşturan yapının unsurlarındaki temel değişkenler nelerdir? Bireyin gerçeğe uyum sağlama alışkanlığının oluşması için ortaya çıkan parametrelerin ve bileşenlerin kullanımı sırasında oluşabilecek farklılıklar neler olabilir?"'dir. Bu soruların kişiliğe dair farklı yanıtları ortaya çıkardığını savunmakta ve kişiler arasındaki bireysel farklılıkları, benzerlikleri, tanımlamak, anlamlandırmak adına iki ayrı tutum olarak kişiliği dışadönük ile içedönük şeklinde ayırmaktadır (Blutner ve Hochnadel, 2010). Ayrıca bu iki tutumla birlikte 4 fonksiyondan 8 kademeli psikolojik tiplerden oluşan bir sınıflandırma kuramı oluşturmuştur. Jung'un odak noktası bu 8 ihtimaldir (içe ve dışa dönük hissetme, algılama, düşünme ile sezgisel tipler) (Ryckman, 2008, s.91). Böylece **Tablo 1.2.**'de gösterilmiş olan sekiz ayrı kişilik kategorisi ortaya çıkartılmıştır.

Tablo 1.2. C. G. Jung'un İki Boyutlu Kişilik Sınıflandırması

İŞLEVLER	TUTUMLAR	
	DİŞADÖNÜK	İÇEDÖNÜK
DÜŞÜNME	Dışadönük düşünen tip	İçedönük düşünen tip
HİSSETME	Dışadönük hisseden tip	İçedönük hisseden tip
DUYUM	Dışadönük duyumsal tip	İçedönük duyumsal tip
SEZGİ	Dışadönük sezgisel tip	İçedönük sezgisel Tip

Kaynak: İnanç ve Yerlikaya (2012, s.83)

Jung, bireylerin içe dönük ve dışa dönük özelliklerin her ikisini de taşıyabileceğine dikkat çekmektedir. Hiç kimsenin tam olarak içe dönük veya dışa dönük olmadığını belirtmektedir (Ryckman, 2008, s.89).

1.2.2.3. Adler ve Bireysel Psikoloji

Adler, bireysel psikolojiyi; birey yaşamı kendi içerisinde anlamlı bir bütün olup ortaya koyduğu her bir dürtü, her bir eylem ve tepkileri kişinin yaşama dair tutumlarının ifadesi olarak tanımlamaktadır (Adler, 2000; Brett, 1997). Bu bilim pragmatik olup pratik bir yapıya da sahiptir (Brett, 1997). Çünkü bilgi sayesinde tutum ve davranışlarımızın sebeplerini anladığımız anda bunları değiştirebilir veya düzeltebiliriz (Adler, 2000). Burada dikkat çeken nokta kişinin algısındaki sübjektifliğin davranış ve kişiliğinde etkili olmasıdır (Feist ve Feist, 2008).

Adler'e göre bireyin hayattaki amaçlarını anladığımız zaman kişiliğini de anlamış oluruz. İnsanların yaşamları boyunca mükemmelliğe ulaşabilmek gibi bir amaçları vardır. Bu amacı gerçekleştirmeye yönelik sarf edecekleri çaba için kendilerini motive ederler. Adler, mükemmelliğe yönelik yapılan bu hareketlerin aşağılık duygularıyla yönlendirildiğini öne sürmektedir (Ryckman, 2008).

Bireyin yaşamında ve kişiliğinin oluşumunda geçmişi önemli bir yer tutmaktadır (Musellim, 2021), birey ilk olarak ailede öğrenmeye başlar ve bu ilk sosyalleşme deneyimi sayesinde yaşadığı toplumla ilişki geliştirebilir. Tüm bu etkilerin sonucunda kişilerin öğrendikleri ve iletişim becerisi kazandıkları öğretiler kişinin yaşam tarzını oluşturmaktadır (Altıntaş ve Gültekin, 2014; Burger, 2006; Yüksel, 2006).

Sosyal ilgi bireysel psikolojide bulunan temel ilkelerden biridir. Adler, sosyal ilgiyi, bir topluluğa aktif aidiyet olarak düşünmektedir (Brett, 1997). Adler'e göre her insan sosyal potansiyele sahip olarak doğar ancak sosyal ilginin oluşabilmesi için insan beraber yaşadığı diğer kişilere karşı saygılı ve düşünceli olmalıdır (Ryckman, 2008, s.117). Birey kendi gücünün, kaynaklarının ve yeteneklerinin farkında olup başka insanların durumunu anlamak ve yardımcı olmak adına empati kurabilmektedir. Yani, 'sosyal ilgi, 'sana karşı ben' yerine 'seninle ben' ifadesiyle özetlenebilir (Brett, 1997).

Adler insanları toplumsal yaşam açısından değerlendirirken bireyin yaşamsal bir amacının olduğunu, bireyin varoluş amacının toplumun iyiliğine, refahına katkı sağlamak ve bu uğurda çabalamak olduğunu, hayatın bize bazı sorumluluklar yüklediğini ve bu doğrultuda bireyin toplumla işbirliği yaparak payına düşen görevleri yapması gerektiğini vurgulamaktadır. Adler, bireyin yaşamsal görevlerini üç farklı kategoride incelemektedir. Bu görevleri ise; *evlilik*, *iş* ve *toplum* şeklinde belirlemiştir. Adler'e göre birey, belirlenen üç temel yaşamsal görev için hayatı süresince çabalamalıdır. Bireysel psikoloji biliminin değerlendirmesine göre, bu yönde çabalamayan, sadece kendisine odaklanan, toplumsal katkı sağlamayan kişiler, problemlili insanlar olup yaşam tarzlarını hayatın yanlış yönüne kanallize eden kişilerdir. Hayatı algılama biçimlerindeki hatalar, çocukluklarının ilk beş yılında uğradıkları çevresel ve genetik faktörlerde bulunan sorun ve eksikliklerden kaynaklanmaktadır (Adler, 2002; Uygur, 2015).

1.2.2.4. Friedman ve Rosenman'ın A Tipi ve B tipi Kişilik Yapısı

1950'li yıllarda Roseman ve Friedman tarafından tıp alanında A ve B tipi kişilik tiyolojileri görüşü ortaya konulmuş olup bu görüş sosyal bilimlerde de büyük bir yankı uyandırmış, uygulama alanları epeyce geniş olmuştur. Kalp üzerine araştırmalar yapan bilim insanları, 1950'li yıllardan itibaren kalp krizlerinin çıkışını tahmin edebilme adına kişilik tiyolojisi üzerinden ortaya çıkan davranışsal kalıpları inceleme altına almışlardır. Ayrıca 1960'li yılların sonlarında ise Friedman ve Rosenman stres üzerine yaptıkları çalışmalarında Tip A kişiliği ile Tip B kişiliğinin kullanımını popüler hale getirmişlerdir (Luthans, 2011, s.284). Kardiyolog Friedman ve Rosenman tiyolojilerinin gelişmesinde temel dayanak olarak muayenehanelerinde bulunan bekleme salonundaki sandalyelerin ön kısmının yırtıldığının döşemeciler tarafından iletilmesi olmuştur. Döşemecilerin bu tespiti üzerine kardiyologlar, kalp hastalarının yaşamış oldukları endişe, korku ve zor durumlarını gözlemleyerek çalışmalarına başlamışlardır. Klinik çalışmaları neticesinde hastalarda farklı iki davranış tipinin olduğu ve farklı davranış tiplerinin kişilik temelinde geliştiğinin sonucunu ortaya çıkarmışlardır (Griffin ve Moorhead, 2014).

A tipi eyleminde bulunan kişilerin rekabetçi yapılarının en gözönünde olan özellikleri olduğunu savunmaktadırlar. Başarıya odaklı, dakik, bekletilmeyi ve beklemeyi sevmeyen, agresif, düzensiz, endişeli ve hırslıdırlar (Hussein, 2014;

Morgan vd., 1993, s.572). Söz konusu duygular ise duygusal tepkilerini güçlü biçimde, öfkelerini sözle veya taşkınlıklarla sergiler, menfi duygular ile yaşarken duygusal tutarsızlıkları ise öngörülemezdir (Darshani, 2014, s.2). Başarmak, A tipi özellik taşıyan bireylerin en esaslı motivasyonu olup başarılarının diğer insanlar tarafından takdir edilmesini beklerler. En küçük olumsuz gelişmeden bile etkilenmektedirler (Özsoy ve Yıldız, 2013).

B tipi kişilik yapısına sahip insanlar, çok az çalışmalarına rağmen hayata karşı tutumları daha dengelidir. Bu bireylerde başarılı olma güdüsü, hayatın merkezinde değildir (Aktaş, 2001; Heilbrun vd., 1986; İbrahimoglu ve Karayılan, 2012, s.252-253; Semiz Bora, 2015). İşlerinin belirli bir hız ve güvenli bir biçimde görülmesi onlar için yeterli olmaktadır. Çünkü bu bireyler aşırı hırslı değillerdir (Hussein, 2014). A tipi bireylere göre daha az rekabet ederler ve saldırgan değillerdir (Morgan vd., 1993, s.572). Uysal, rahat, soğukkanlı, zor sinirlenen kişilik özelliklerine sahiptirler. Hayattan ve işlerinden zevk alan, suçluluk hissiyatı taşımayan, sakin ve hassas çalışabilen, yaşadığı topluma açık ve sosyal bireylerdir. Hayat tarzları A tipine göre çok daha kolay, daha açık ve rahattır. Zaman baskısı diye bir kavram hayatlarında yer bulamamaktadır (Radsepehr vd., 2016).

Tablo 1.3. A Tipi ve B Tipi Kişilik Özellikleri

A Tipi Kişilik Özellikleri	B Tipi Kişilik Özellikleri
Daima eylem halindedirler.	Zamanla ilgileri pek yoktur.
Hızlı yürür.	Sabırlıdır.
Hızlı yer	Övünmekten hoşlanmazlar.
Hızlı konuşur.	Oyunlar ve sporlar kazanmak için değil eğlenmek için yaparlar.
Sabırsızdır.	İçleri rahat bir şekilde dinlenirler.
Bir anda iki şey yaparlar.	İşi hemen bitirme baskısı altında değildirlir.
Boş zamanları pek yoktur.	Yumuşak başlıdırlar.
Sayılarla karşı saplantılıdırlar.	Asla acele etmezler.
Sayılarla başarıyı ölçme eğilimindedirler.	
Agresifdirler.	
Rekabetçidirler.	
Sürekli zaman baskısı altındadırlar.	

Kaynak: Durna (2004,s. 201)

Tip A kişiliği ve Tip B kişiliği özelliklerini de aynı anda taşıyan insanlar da mevcut olup bu kişilere karma tip denilmektedir. Burda önemli nokta insanın sergilediği davranışların tip özelliklerinden hangisine yakın olduğudur (Pel vd., 2010, s.11).

A veya B tipinin özelliklerinin ayırt edilebilmesi ve sınıflayıcı olabilmesi ile çekinik veya baskın karakter olması ortaya konulma sıklığına bağlıdır. Sınıflandırmaların yapılabilmesi mülakat, gözlem, testler gibi yöntemlerin kullanılması ile ortaya çıkarılabilmektedir (Tokat vd., 2013, s.1975).

1.2.2.5. McCrae ve Costa'nın Beş Büyük Faktör Kuramı

Paul Costa ve Robert McCrae' nin 1985 yılında geliştirdiği '*Beş Kişilik Faktörü*' kişilik tiplerinin belirlenebilmesi için kullanılan modellerden birisidir. Geliştirilen bu modelden kişiliğin; liderlik, performans, iş tatmini ile iş gücünün devri gibi konuların arasındaki ilişki yapılarının incelenmesinde faydalanılmaktadır (McCrae ve Costa, 1985). Paul Costa ve Robert McCrae, çalışmalarının faktör analizleri sonucunda beş temel kişilik faktörüne ulaşmışlardır. Bu faktörler; nevrotizm, dışa dönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık ve sorumluluktur (Costa ve McCrae, 1992, s.14-16; McCrae ve Costa Jr., 2008, s.159). **Tablo 4**'te ortaya çıkan bu faktörler puanlanmıştır.

Tablo 1.4. P. Costa ve R. McCrae'nin Beş Faktörlü Kişilik Modeli

Faktörler	Yüksek Puan	Düşük Puan
Dışa Dönüklük	Girişken, sevecen, konuşkan, eğlenceyi seven, sıcakkanlı, aktif, tutkulu	Ayrılmış, yalnız yaşayan kimse, kendisini çevresinden soyutlamaya çalışan, sessiz, ölçülü, pasif, duygusuz
Nevrotizm	Endişeli, kaprisli, alıngan, kendine acıyan, içine kapanık, duygusal, hassas	Rahat, sakin, soğukkanlı, halinden memnun, duygusuz, cesur
Deneyime Açıklık	Yenilikçi, hayalci, yaratıcı, orijinal, çeşitliliği tercih eden, sorgulamayı seven, meraklı, liberal	Gerçekçi, yenilikçi ve yaratıcı olmayan, geleneksel, rutini tercih eden, irdelemeyen, meraksız, muhafazakâr
Uyumluluk	İyi huylu, yumuşak kalpli, güvenen, cömert, uysal, hoşgörülü	Acımasız, kuşkucu, paragöz, muhalif, ciddi, asabi ve sinirli
Sorumluluk	Sorumlu, sıkı çalışan, iyi organize olan, dakik, hırslı, azimli	Umursamaz, ihmalkâr, tembel, dağınık, geç kalan, amaçsız

Kaynak: Feist ve Feist (2008,s.422)

1.3. DUYGUSAL DAYANIŞMA

Tarihsel kökleri klasik sosyoloji biliminde bulunan Emile Durkheim, duygusal dayanışma kavramını ilk kullanan kişi olarak kabul görmektedir (Ribeiro, Woosnam, vd., 2017). Yapısal işlevselci olan Durkheim (1995[1912])’a göre toplumdaki dayanışma gerçekliğinin, derinlerde bir yerlerde saklanan inanç ile ritüel kökenli davranışlar yoluyla ifade edilen, topluluk içindeki kişilerin uyumundan ibarettir. *The Elementary Forms* (Durkheim, 1995[1912])’da temelleri atılan duygusal dayanışma kavramı, kişilerin birbirlerini etkilemelerinin yanı sıra inançlarının ve davranışlarının etkisiyle de şekillendiğini belirtilmektedir (Ribeiro, Pinto, vd., 2017; Woosnam vd., 2009; Woosnam ve Norman, 2010).

Duygusal dayanışmayı karakterize eden parametreleri sıralayacak olursak; kişiye hissedilen duygusal yakınlık, bireylerin hissettikleri temas dereceleri ile duygusal bağlarıdır (Hammarström, 2005). Dolayısıyla bireyin yaşadığı toplumdaki diğer insanlarla özdeşleşmesi duygusal dayanışmadır (Wallece ve Wolf, 2006) ve kişiler arasında oluşan duygu bağlarını anlamak adına oldukça fazla kullanılmıştır.

Kurama göre, kişinin duygusal dayanışmasının, diğer bireylerle etkileşim içerisine girmesinin yanında bu etkileşim sırasında inançlarını ve davranışlarını da paylaşmasından kaynaklanır ve bireyler arasında belirli bağ ve uyum oluşmasını sağlayan bu birlik olma duygusudur (Jacobs ve Allen, 2005; Wallece ve Wolf, 2006). Sosyal değişimin duygulanım teorisi, bu sürecin sosyal bir değişim süreci olduğunu ayrıca ilişkilerdeki güzel duyguların gitgide artan bir dayanışmaya yol açacağını belirtmektedir (Lawler, 2001).

Bireyin yaşadığı topluluktaki diğer kişilerle arasındaki duygusal bağlantıları anlamaya çalışmak için uzun yıllardır yaygın şekilde değişik sosyo-disiplinlerde (psikoloji, sosyoloji, antropoloji, turizm vs.) duygusal dayanışma kavramı incelenmiştir (Bahr vd., 2004; Rosengren, 1959; Street, 1965; Suchman, 1964).

Woosnam vd. (2009, 2011) yapmış oldukları çalışmada yerel halkın turistlerle ilişkisini incelemişlerdir. Bu çalışmaları ile duygusal dayanışmanın her dört yapısının (a) paylaşılan inançlar b) paylaşılan davranışlar c) yerel halk d) ziyaretçiler) birbirleriyle değişen derecede etkileşimlerini ölçeklendirmiş ve maddeler biçiminde

formülizasyonunu yapmışlardır. Yapmış oldukları ölçeklendirme üç kıstas üzerine yoğunlaşmış olup bu kıstaslar; duygusal yakınlık, turistler ve sempati duymadır. Ayrıca duygusal dayanışma, yerel halk ile ziyaretçilerin ilişki biçimleri açısından incelenmiş ve davranışların, inançların gruptaki bireylerin etkileşimlerini, insanların birbirleriyle duygusal dayanışmasını önemli derecede etkilediğine ulaşmışlardır (Woosnam, 2012).

Woosnam (2012) duygusal dayanışmanın her üç faktöründe de *Turizm Etkisi Tutum Ölçeği*'nin her iki parametresinin (turizm sektörünün gelişimine desteği / turizm sektörünün topluma katkısı) önemini öngördüğünü göstermektedir. Li ve Wan (2016) "Sakinlerin festivallere desteği: duygusal dayanışmanın entegrasyonu" adlı çalışmalarında, sakinlerin turistler ile duygusal anlamda daha çok özdeşleşmeleriyle, turizmin etkilerini daha olumlu algılamalarının ve turizm sektörünün gelişimini desteklemelerinin daha yüksek olacağı sonuçlarına ulaşmışlardır. Bu bağlamda, turizm sektörünün çalışmaları çerçevesinde duygusal dayanışma ölçeğinin çok taraflı konsepti doğrulanmıştır (Örneğin; (Joo vd., 2018; Li ve Wan, 2017; Moghavvemi vd., 2017; Patwardhan vd., 2020; Ribeiro vd., 2018; Woosnam, 2012)) ve duygusal dayanışmanın üç boyutuna da aşağıda yer verilmiştir.

a) Ziyaretçilere Karşı Hoşgörü

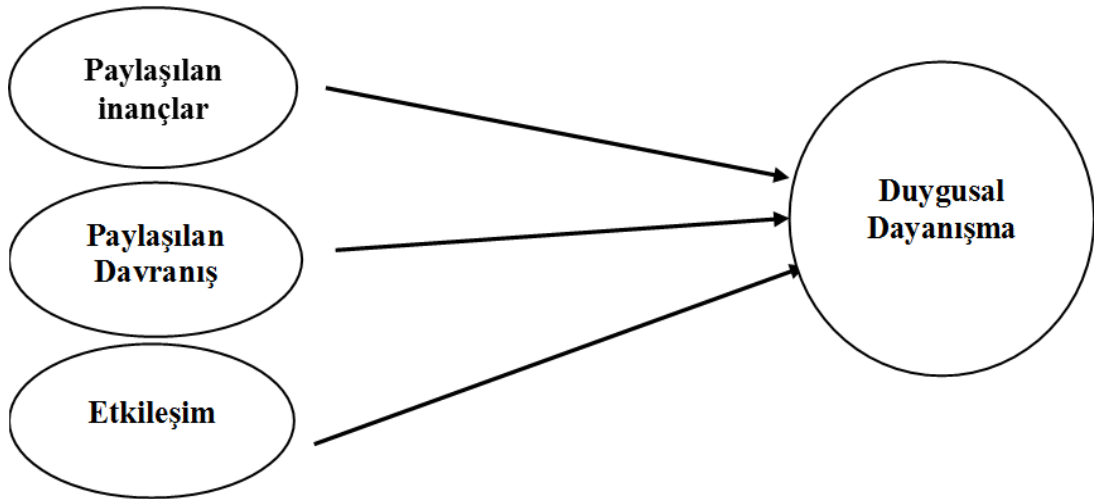
Ziyaretçilere karşı hoşgörü, yerel halk açısından yaşadıkları bölgeye turistlerin gelmesinden duydukları gururu, turistler açısından ise o bölgede yaşayan yerli halkın kendilerini memnuniyetle karşıladıkları hissiyatı doğuran durumu ifade etmektedir (X. Zhang ve Tang, 2021). Woosnam (2012)'in öngördüğü gibi yerel halkın ziyaretçilere karşı hoşgörüsü, yerel halkın destinasyonu geliştirmeye ilgilenmesi düşüncesi ile açıklanabilir. Yaşadıkları destinasyondan gurur duyarlar, bu nedenden turistleri memnuniyetle ağırlamaları kuvvetle muhtemeldir. Önceki çalışmalar, destinasyonda turist misafir eden sakinler bunun destinasyonun gelişimi için bir nevi destek olma anlamına geldiklerinin bilincinde olduklarını göstermektedir (Hasani vd., 2016; Moghavvemi vd., 2017; Woosnam, 2012). Turizmin gelişimine dair duygusal dayanışmanın her üç parametresi arasında, en çok yerel halkın ziyaretçilere karşı hoşgörüsünün olumlu katkısı olduğu öne sürülmektedir (Woosnam, 2012).

b) Duygusal Yakınlık

Her üç boyut içerisinde duygusal dayanışmaya en yakın olan boyut duygusal yakınlık olup (Woosnam, 2012) yerel halkın ziyaretçilere karşı hissettikleri yakınlık ile birbirleriyle kurdukları dostluk düşüncesinde gizlidir (Woosnam ve Norman, 2010). Duygusal yakınlık, sakinlerin bölgeye gelen ziyaretçilerle arkadaş olması ya da ziyaretçilerin bölgedeki yerli halka karşı yakınlık hissetmesi şeklinde de ifade edilebilmektedir (X. Zhang ve Tang, 2021). Turizmde ortaya çıkan sosyal etkinin pozitif göstergelerinden biri de sakinler ve turistler arasında meydana gelen dostluk ilişkileridir (Teye vd., 2002). Bu türden yakınlıklar, tipik bir şekilde, ziyaretçiler ve yerel halkın fiziki yönden bulunduğu turizm destinasyonu içinde ziyaretçiler ile etkileşimler yolu ile desteklenmektedir (Woosnam vd., 2009). Ayrıca yerel halk, turizm destinasyonuna turistlerin yaptığı ekonomik katkıyı görüp takdir ettiği zaman aralarında duygusal bir yakınlık gelişmektedir (Woosnam, 2012). Bu yakınlık sayesinde turizmin olumsuz sosyo-psikolojik etkilerini de (düşmanlık, önyargı gibi...) olumlu yönde etkileyecektir.

c) Sempatik Duyma

Sempatik anlayış, yerel halkın bölgeyi ziyaret edenlerle ortak noktalarının olduğunu, onlara karşı sevgi hissetme, onlarla özdeşleşip onları anlama olarak ifade edilebilmektedir (Erul, 2018; X. Zhang ve Tang, 2021). Yerel bireylerin yaşadıkları destinasyondan farklı olarak ziyaret ettikleri diğer destinasyonlara yaptıkları geziler, turizme olan bakış açılarını etkiler ve destinasyonu gezen yabancı bireylere sempatik duygular geliştirmelerine ve empati kurmalarına sebep olur (Draper vd., 2011). Yerel halktan olup uluslararası gezi deneyimi olan bireyler, uluslararası gezgin olmanın anlamını çok daha iyi anlamaktadır (Moghavvemi vd., 2017). Bölge sakinleri ziyaretçilerle etkileşim halinde ise ziyaretçilerin sergilediği davranışları anlamada daha iyi olacakları öngörülmektedir. Besculides vd. (2002) ziyaretçilerle etkileşim halinde olan yerel halkın, kimi ziyaretçilerin yalnızca yerel halkın yaşam tarzını ve kültürlerini öğrenip, deneyimlemek istediklerini fark edeceklerini belirtmektedir.



Şekil 1.5. Duygusal Dayanışmanın Teorik Modeli

Kaynak: Woosnam vd. (2009)

Woosnam (2012) Teksas'ın Galveston County'de yerel halkın turizm sektörü ve sektörün gelişimi ile ilgili sergiledikleri tutumlarını ve turistlere karşı nasıl hisler beslediklerini *Duygusal Dayanışma Ölçeği*'ne dayanarak araştırmıştır. Araştırma sonucuna dayalı olarak yerel sakinlerden turistler ile duygusal bağ geliştirenlerin, turizmin etkilerini daha olumlu algılaması ve turizmin gelişimini desteklemesi ihtimalinin yüksek olduğu sonucu doğrulanmıştır (Li ve Wan, 2016).

1.4. TURİZM GELİŞİMİNİ DESTEKLEME

Gelişim kavramı, sözlük anlamıyla çok farklı şekillerde tanımlanmaktadır. İnsanın yaşam standartları ile hayatın gereklilikleri üzerinde süreç ve hedef yapısı ile çift yönlüdür (Ingham, 1993; Todaro, 1994). Gelişim evrimdir (Kye-Sung Chon, 1990). Gelişim evrimsel bir süreç olup multidisipliner bir olgudur yani toplumun sosyo-politik, sosyo-ekonomik, kültürel vb. (Goulet, 1992), yaşamsal olgularını etkileyerek daha iyiye doğru değişime zorlamakta ve bu sayede toplumsal eşitsizlik, yoksulluk vb. azaltılmasına da katkı sağlamaktadır (Firebaugh ve Beck, 1994). Toplumun gelişimden ilk beklentisi ekonomik iyileşmenin sağlanmasıdır, ekonomik iyileşme diğer alanları da doğalında tetikleyecektir (Theodori, 2000).

Turizm sektörü gitgide yükselen bir trendle hızlı bir şekilde büyümekte ve bu büyüme esnasında bulunduğu bütün çevreyi bir meta haline getirip kullanmaktadır (Duran, 2011). Turizmin sektörel olarak son yüzyılda ülkelerin ekonomisine azımsanmayacak derecede katkısı olduğu ve yerel ekonomileri güçlendiren (Harrill,

2004) bir yapısı olduğu, istihdam, döviz getirisi, ekonomik kaynak ve vergi kazancı oluşturduğu bilinmektedir (Ko ve Stewart, 2002). Turizm sektörü sayesinde farklı coğrafyalarda doğan, gelişen kültür ve topluluklar insan sirkülasyonunun yarattığı etkileşim sayesinde sosyo-kültürel, etik ve değerler bakımından değişime uğramaktadır (Baykan, 2007).

Yerel halkın faydasına olmayan turizm gelişiminin başarı şansı çok düşük olmaktadır. Dolayısıyla turizm yaşam kalitesini ve ekonomik kazancını yükselterek yerel halka hitap edebilmelidir (Latkova, 2008). Turizmin sürdürülebilirliği, topluma uygun turizm planlamasının gerçekleşmesiyle mümkündür (Inskeep, 1991). Planlama esnasında tarihsel doku, çevresel güzellikler, ahlaki, dini değerlere maksimum hassasiyetle yaklaşılması gerekmektedir. Aksi durumlarda destinasyondan istenen başarının yakalanmaması veya toplumsal değerlerde çöküntünün yaşanması söz konusu olabilmektedir (Inskeep, 1991; McIntyre, 1993). Turizm, geliştiği bölgede yaşayan yerel halkın sosyo kültürel yapısını etkileyeceği için doğru ve hassas yaklaşımlar sergilenmeden atılacak her adım yerel halkın algı, tutum, davranışlarına, kültürel yapısına ve destinasyonun sürdürülebilirliğine zarar verebileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Sheldon ve Abenoja, 2001).

Yerel halkın tutum ve fikirleri turizmin gelişimini yadsınamayacak kadar etkilemektedir (Ambro, 2008). Turizmle ilgili donanımı olmayan toplumlarda, gerçekleşen turizm faaliyetleri şüphe, korku ve merak ile karşılanmaktadır (Lepp, 2007). Turizm destinasyonun oluşumu esnasında bölge insanının aktif olarak destek vermesi ve bilgilendirilmesi oluşabilecek önyargıların ve çatışmaların önüne geçecektir.

Turizmin gelişimindeki amaçla birlikte turizmin toplumsal değişim için bir araç görevi gördürülmesi gerekmektedir (Ko ve Stewart, 2002). Turizm insan merkezli bir sektör olduğundan atılacak her adımda yerel halkın bilgilendirilmesi, desteğinin sağlanması, aktif çalışanı olması sağlanmalıdır. Böylece dâhil oldukları bu sektörde önyargılarından kurtulabilecekleri gibi ekonomik kazanç sağladıkları içinde sektörün sürdürülebilir olmasını sağlayacaklardır (Gursoy ve Rutherford, 2004). İçeriden, kapalı toplumlar değişimi sorun olarak algılamaktadır dolayısı ile turizmin gelişmesine direnç göstermektedirler (Andriotis, 2005). Bireylerin turizm sektörüne

olumlu bakış açısı geliştirmesi için turizm konusunda olumlu kararların alınması da sağlanmalıdır (Huh ve Vogt, 2008).

Yerel bireylerden bazıları turizm sektörünün faydalarını hemen görürken bazı bireyler ise sektörün olumsuz sonuçlarından daha fazla etkilenmektedirler (Andereck vd., 2005). Turizm sektörünün olumsuz yönleri olan; gürültü, kalabalık, çevre kirliliği ile karşılaşan bu bireylerin turizmin gelişmesine karşı olmaları daha olasıdır (C.-F. Chen ve Chen, 2010). Yerel sakinler fayda zarar analizinde maliyetin daha fazla olduğunu algıladıkları zaman turizme yönelik olumsuz yargılar edinmeleri ile turizme karşı desteklerinde ciddi zayıflamaların görülmesi durumu ortaya çıkabilmektedir (Guo vd., 2014). Sosyal değişim teorisi, değişimin tesirini ve bölgelerde turistik gelişiminin faydaları ile maliyetini vurgulayarak, bölge sakinlerinin turizm sektörünün gelişimini olumlu olarak algıarlarsa turizm sektörünün gelişimini destekleyeceğini belirtmektedir (Ap, 1992).

Andriotis ve Vaughan (2003) yapmış oldukları araştırmada, Girit'in kuzey kıyısında bulunan dört ana şehirde yerel halkın Girit turizminin gelişimine ilişkin tutumlarını belirleyerek, açıklanmasına odaklanmışlardır. Yerel halkın turizm sektörüne verdiği destek oldukça yüksek olup turizmin gelişimine yönelik algılarının ise homojen olmadığı görülmüştür. Geçmiş çalışmaların aksine, sakinlerin tutumunu etkileyen en güçlü faktörün eğitim olduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak ise; turizm sektöründen maddi kazanç sağlayanların bakış açısının, sağlamayanlara göre çok daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Gürsoy ve Rutherford (2004) ABD'nin Washington ve Idaho eyaletlerinin belirlenmiş ilçelerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonuçları, turizmin sektörel gelişimine yönelik yöre insanların desteğinin, dokuz belirleyiciden dolayı veya doğrudan etkilendiğini göstermiştir. Bu belirleyiciler; topluluğun kaygı düzeyi, ekosentrik değerler, turizmin kaynak taban kullanımı, topluluğa sadakat, yerel ekonomi, sosyal maliyet, ekonomik / sosyal /kültürel faydalardır. Ward ve Berno (2011) araştırmalarında Yeni Zelanda (279) ile Fiji (384)'den turizm sektöründe çalışan ve çalışmayan bireylerden veri toplamıştır. Araştırmanın amacı, sosyal mübadele kuramının ötesine geçerek temas kuramı ile entegre tehdit kuramını birleştirerek ziyaretçilere yönelik öngörülü bir tutum modelini test etmektir. Sonuç olarak, turizme ilişkin tutumların olumlu olması, endüstride ve ülkede istihdamın artacağı öngörüsünü doğurmaktadır. Kùltürler arası

temas sayesinde gruplar arası tehdit algısı da azalmaktadır. Gannon vd. (2020) çalışmalarında İran'da bulunan tarihi Kaşan ve Tebriz şehirlerindeki yerli halktan veri toplamıştır. Araştırmanın amacı yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumlarının aracı rolünü araştırmaktır. Bulgular, yerel halkın turizmin etkisine dair algılarının, turizm gelişimini desteklemek için toplum katılımı, çevresel tutumlar ile ekonomik kazanımlar arasındaki ilişkileri şekillendirmede çok önemli aracı rolü oynadığını göstermektedir. Ayrıca sonuçlar turizme katılımın ve kültür ilintili tutumların turizmin sektörel gelişimine etkilerini dolaylı olarak desteklemektedir. Lepp (2007) turizm sektöründeki gelişmelere yönelik yapıcı/olumlu tutumların teşvik edilmesinin turizm taraftarı davranışlara sebep olacağını belirtmiştir. Kwon ve Vogt (2011) yerel halkın turizm ile ilgili ürün geliştirme ile yer pazarlanmasına yönelik olan tutumları arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu kanıtlamıştır. Prayag vd. (2013) yerel halkın tutumu ile Olimpiyatlara vermiş oldukları destekler arasındaki olumlu ilişki tespit etmişlerdir. Prayag vd. (2013) araştırmacıların birçoğunun, turizm gelişimi için yerleşik desteğin öncüllerini araştırmış olmasına rağmen, genel olarak tutumlar ve yerleşik desteği arasındaki ilişki hakkında büyük bir belirsizlik olduğunu öne sürmektedirler.

Nitekim literatüre bakıldığında turizm gelişiminin kişilik (Moghavvemi vd., 2020), turizm algısı (Perdue vd., 1990), yaşam kalitesi (Liang ve Hui, 2016), memnuniyet (Woo vd., 2015), duygusal dayanışma (Hasani vd., 2016) gibi farklı değişkenler üzerinde yapılmış araştırmalar mevcuttur.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA ALANI

2.1. MARDİN İLİNİN KONUMU VE COĞRAFI ÖZELLİKLERİ

Güneydoğu Anadolu’da bulunan Mardin, kültürel çerçevede zengin turizm potansiyellerine sahip kadim bir ilimizdir. Mezopotamya coğrafyasının en önemli, en stratejik ve en tarihi yerleşim yerlerinden biri olan Mardin, Fırat ile Dicle nehirleri arasında bulunmaktadır. Mardin ili 39.56 ile 42.54 doğu boylamlarında ve 36.55-38.51 kuzey enlemlerinde bulunmakta olup, Şanlıurfa, Diyarbakır, Batman Siirt, Şırnak ve güneyde ise Suriye devleti ile sınır komşusudur. Tur Abidin olarak bilinen Mardin-Midyat eşiği dağlarının güney yamacı üzerinde konumlandırılmış, Mezopotamya Ovası’na hakim olan önemli bir şehirdir (Acar, 2016, s.9; Ayan, 2012, s.12; Bekleyen vd., 2014, s.29).



Şekil 2.1. Mardin İli Haritası

Kaynak: Beşer (2017)

Mardin dağları doğu-batı doğrultusunda uzanıp, Mardin topraklarının %4,8'ini kaplamaktadır. Kimi dağların yükseltisi 1000 metreye kadar çıkmakta olup dağlar çıplaktır. Kalkerli yapısından dolayı toprakta yarıklar ve çatlaklar meydana gelmekte iken buralardan dibe çöken sular ova ve platolarda yeryüzüne çıkmaktadır. Yüksek kesimlerde yer yer meşe ormanlarına rastlanmaktadır. Ayrıca dişbudak, sakız ve çınar ağaçları da doğal bitki örtüsü olarak görülmektedir. Dağların batı-doğu yönünde uzanmasından kaynaklı, kış mevsimleri soğuk yaz mevsimleri ise kuzeyden serin havanın engellenmesinden dolayı kurak ve çok sıcak geçmektedir. Bu sebeplerden dolayı Mardin'de akdeniz ve karasal iklim özellikleri görülebilmektedir (Ayan, 2012, s.13; Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2019).

Tarihsel süreçte defalarca istilaya uğramış, birçok kavim tarafından yerle yeksan edilmiş olduğu halde, stratejik konumundan dolayı tekrardan imar edilen şehir, günümüze kadar varlığını devam ettirebilmiştir. Mardin'in kurulduğu konumun temelinde coğrafik olarak bazı özellikler bulunmaktadır (Günel, 2006, s.105-106). Konumu gereği istilaya karşı korunaklı, dirençli bir yerde olması, Mardin'in güneyinde bereketli hilal olarak adlandırılan Mezopotamya Ovası'nın bulunması, mevcut konumunda canlı yaşamının temel kaynağı olan suyun bulunması ile kadim İpekyolu üzerinde kurulu bulunması gibi özellikleri etkili olmaktadır.

Tarihin en eski ticaret yolu güzergâhlarından *İpekyolu* üzerinde kurulu olan Mardin, *Ortadoğu* ile *Anadolu* şehirleri arasında bir köprü vazifesi görmüştür. Gelişmiş ulaşım altyapısıyla (karayolu, havayolu) turizm sektörünün çekiciliklerinden biri olma özelliği taşıması ve ulaşılabilirliğinin kolaylığı faktörü sayesinde önemli bir turizm merkezi konumu olma özelliği de taşımaktadır (Atsız ve Kızılırmak, 2017).

2.2. MARDİN İLİNİN NÜFUSU VE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Mardin ilinin 2019 yılı itibari ile merkez ilçe Artuklu olmak üzere 9 ilçe (Kızıltepe, Nusaybin, Midyat, Mazıdağı, Derik, Dargeçit, Yeşilli, Savur, Ömerli) ile birlikte toplamda 10 ilçesi bulunmaktadır. 2021 nüfus sayım verilerince Mardin ili toplamda **862.757** nüfusa sahiptir. Bu nüfusun 432.288'i erkekler 430.469'u ise kadınlardır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021).

2.3. MARDİN İLİNİN TARİHİ

Mardin, Mezopotamya ovasına hâkim kuzey yönündeki dağların yamacında kurulu, tarihsel ve kültürel yönlerden eşsiz güzelliklere sahip, *Milattan Önce* (M.Ö.) 3000’lerde kurulmuş bir kenttir. Mimari şehir dokusu ile adeta açık hava müzesi olan Mardin, *Ortaçağ* mimari şehir dokusu ile başta Artuklu, Akkoyunlu, Osmanlı olmak üzere birçok medeniyete ait izlere rastlanmaktadır (Ayan, 2012, s.19). Süryani toplumuna ait kilise ve manastırlar hala çoğunluktadır.

M.Ö. 3000’li yıllarda Hurrilerin egemenliğinden bu yana tarihsel kaynaklarda her daim yerleşim alanı olarak bilinmektedir. 5000 yılı aşkın tarihi olan Mardin, M.Ö. 1300 yıllarında Asur Krallığı’ndan sonra Medler, İskitler, Babil ve Roma İmparatorluğu, gibi büyük güçleri ağırlamış ve bunların kültürel değerlerini bünyesine katmıştır. Milattan Sonra (M.S.) 640’lı yıllardan itibaren islami değerlerle tanışmış günümüze kadar bu değerlerle varlığını sürdürebilmiştir (Günel, 2006, s.104-105).

Eski kaynakların birçoğunda Mardin ‘‘Merdin (kaleler)’’ şeklinde geçmektedir. Şehrin etrafında birçok kale olmasından dolayı bu şekilde anıldığı kabul görmektedir. Bu kalelerin içerisinde yaşam yerlerinin yanında savunma amaçlı kulelerde bulunmaktadır. Mardin’in kimler tarafından ve hangi tarihlerde kurulduğuna dair kesin bilgiler yoktur. Ulaşılabilen belgelere göre ilk olarak M.Ö. 4500 yıllarında *Subarular* tarafından kurulmuştur. Mardin’de sırasıyla; Subarular, Hurriler, Sümerler, Akadlar, Mitanniler, Hittiler, Asurlular, İskitler, Babiller, Persler, Makedonyalılar, Abbasiler, Romalılar, Bizanslılar, Araplar, Selçuklular, Artuklular, Osmanlılar ve Türkiye Cumhuriyeti egemenlik kurmuşlardır. En parlak dönemini ise Artuklu’lar döneminde yaşayan şehir, imar çalışmaları ile gelişmiştir (Akmeşe vd., 2018, s.3601).

Tarihsel süreç içerisinde onlarca medeniyete ev sahipliği yapan Mardin tüm bu medeniyetlerin kalıntısı olan eserleri günümüze kadar taşıyabilen ender şehirlerden biridir. Zengin kültürel yapısı ile Mezopotamya’nın tarihsel kimliğini en güzel şekilde gözler önüne sermektedir. Sahip olduğu tarihi mimarisi, etnografik yapısı, arkeolojik buluntuları ile adeta ziyaretçilerine görsel bir şölen yaşatan Mardin, zamanı durdurmuş hissiyatı yaratan Kudüs ile Venedik’ten sonra üç kadim şehirden biri olarak bütünü ile sit alanı ilan edilmiştir (Gündüz, 2011, s.80). Ve sit alanında

geleneksel Mardin konakları, üretime yönelik işletmeler, dini yapılar, sosyal yapılar ile günümüzde butik otel olarak hizmet veren tarihi yapılar bulunmaktadır. Kentte bulunan kaleler, hanlar, hamamlar, evler, çarşılar, dini yapılar ile sosyal yapılar kendine has değerleri yaşatmakta ve yansıtmaktadır (Gündüz, 2011, s.92).

2.4. MARDİN İLİNİN TURİSTİK ARZINI OLUŞTURAN TARİHİ VE KÜLTÜREL DEĞERLERİ

Tarihi boyunca onlarca medeniyeti bünyesinde barındıran Mardin, kültürel ve tarihi çeşitliliği bir zenginlik olarak yaşatmaya devam etmektedir. Bunlar; mimari yapılar, arkeolojik kalıntılar, etnografik değerler, konaklar, hanlar, hamamlar, bedestenler ve bunlar gibi birçok değer ile karşılaşabilmektedir (Atsız ve Kızılırmak, 2017, s.31).

Mardin’de turizmin önemi; ulaşım, terör, kalifiye eleman azlığı, yatırımcı isteksizliği, tanıtım yetersizliği, kültürel değerlere yeterli önemin verilmemesi gibi birtakım sorunlardan kaynaklı geç anlaşılmıştır (Ulucan ve Kahraman, 2017, s.21). Ne yazık ki, ulaşım, terör, güvenlik gibi sebeplerden ötürü Mardin’in tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri potansiyel olarak değerlendirilememiş, geçmiş yıllarda hak ettiği ilgiyi görememiştir. Lakin son dönemlerde kentin ziyaretçilerinde bariz bir artış görülmektedir. Bu durumun nedeni olarak, kültürel, doğal ve tarihi değerlerinin farkına varılması, yatırımlarda artış olması, reklam çalışmalarının artırılması, ulaşım alt yapısındaki iyileştirmeler, güvenlik sorununun ciddi anlamda çözülmesi, kültürel değerlerin ön plana çıkarılarak değerlendirilmesi gösterilmektedir (Aşkın, 2006).

Bölge turizminin gelişiminin sağlanabilmesi için tarihi, kültürel, doğal çekiciliklerinin yanında bunlara ulaşımı sağlayabilmek için ulaşım ağları, yiyecek-içecek hizmetleri, konaklama tesisleri ile rekreasyon çalışmalarının turistlere iletilmesi gerekmektedir (Çolak, 2017, s.51).

Turizm destinasyonlarında uluslararası seviyede ayrışma oluşmaktadır. Turizm destinasyonuna gelen turistlerin ağırlıklı olarak; kasaba, manzara, yaşam şekli, etnik aidiyet, tarihsel varlıklar, eğlence yerleri, kum, deniz, güneş gibi durumlarla sınıflandırılabilir. Buna göre Mardin kültürel mirası ve tarihi değerleri ile turizm potansiyeline sahiptir. Turizm destinasyonları üç dikotomi prensibi ile sınıflandırılmaktadır. Bunlar; otantik olup olmaması, modern ya da tarihi varlıkların olması, turist baskısının kolektif ya da romantik olmasıdır. Buradan bakıldığında Mardin, otantik, tarihi, romantik, kolektif potansiyelleri ile bir turistik objedir

(Toprak, 2015). Günümüzde *Eski Mardin* olarak tabir edilen kentin ören yerleri ve tarihi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca 1974 yılında koruma altına alınmıştır. Ve şimdiye kadar yapılmış tescillerin neticesinde Türkiye'nin en büyük sit alanları arasında bulunmaktadır (Günel, 2006, s.108).

Mardin'deki tarihi ve kültürel değerlerin bir kısmına aşağıda yer verilmiştir:

1) Mardin Kalesi

İlk yerleşke alanı olarak kullanılan Mardin Kalesi'nin bir diğer adı da *Kartal Yuvası*'dır. Kentin sırtını dayadığı bu kalenin tarihte birçok isimlendirmesi mevcuttur. Bunlar; dağ kalesi, şahin kalesi, karga kalesi, şahika kalesidir. Hamdaniler'ce 10. yüzyıl (yy) da yaptırıldığı düşünülmektedir. Ünlü seyyahlar Evliya Çelebi ile Kâtip Çelebi'nin eserlerinde yer bulmuş olan *Mardin Kalesi* defalarca istilalara ve yıkıma uğramasına rağmen restore edilerek kullanılmıştır. Bu sayede günümüze kadar ulaşabilmiştir. Kalenin doğudan yüksekliği 1200 m batıdan yüksekliği ise 1180 m dir. Genişliği 50 m ile 150 m arasında değişmektedir. Mardin'de bulunan diğer kaleler ise; Kız, Erşemet, Arur, Dara, Rabbat, Dermetinan, Zarzavan, Savur, Rhapsium, Marin, Haytam ve Anzavur kaleleridir (Akmeşe vd., 2018; Ayan, 2012; Günel, 2006).

2) Zinciriye Medresesi

Artuklu sultanlarından Melik Necmeddin İsa, *Zinciriye Medresesi*'ni hüküm sürdüğü 1385 yıllarında yaptırmıştır. Bundan dolayı halk arasında ‘‘Sultan İsa Medresesi’’ şeklinde de anılmaktadır. Halk arasındaki rivayete göre; Melik İsa Timurlenk ile olan mücadelesinde yenildikten sonra bir süre burada hapsedilmiştir. Bir diğer rivayet ise; eskiden medresenin iki dilimli kubbeleri arasında zincir gerildiğinden Zinciriye Medresesi olarak isimlendirilmiştir. Geniş bir alanda ve dikdörtgen şeklinde kurulu olan yapı, camii, türbe, ek mekânlar ile iki katlı avludan meydana gelmektedir. Doğu kısmındaki yüksek taç kapı, güneydeki *Sultan İsa Türbesi* ile çok sayıdaki kitabelerle dikkat çekmektedir. Ayrıca rasathane görevi görebilmesi için yüksek bir yerde kurulmuştur. Bir dönem *Mardin Müzesi* olarak da kullanılmıştır (Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021).

3)Kasimiye Medresesi

Akkoyunlular zamanında Cihangir Kasım Padişah'ın yaptırmış olduğu medrese kentin güneybatısında bir avlulu, iki katlı ve iki teraslı olarak imar edilmiştir. Külliye olarak kullanılan camisi *Mezopotamya Ovası* manzarasına sahiptir (Ayan, 2012, s.23; www.mardin.gov.tr, 2021). Zinciriye, Kasimiye ve Hatuniye medreseleri Mardin'in en önemli tarihi yapılarından olup önceleri eğitim maksadıyla kurulmuşlardır. Fakat günümüzde ise bu kuruluş amacından çok uzakta farklı biçimde değerlendirilmektedir. Her üç medrese de restore edilmiş olup ziyaretçilerin hizmetine sunulmuştur. Ayrıca sanatsal faaliyetler, sergi alanı, konser ve festival alanları olarak da hizmet vermektedirler. Zinciriye Medresesi ayrıca *Askerlik Şubesi*, *Mardin Müzesi* olarak da kullanılmıştır (Gündüz, 2011).

Mardin'deki diğer medreseler ise; Şehidiye, Muzafferiye, Hüsamîye, Altun Boğa, Melik-Mansur, Şah Sultan Hatun ve Savur kapıdır (Ayan, 2012).

4) Meryemana Kilisesi ve Patrikhanesi

Günümüzde müze olarak kullanılan yapı 1860 yılında yaptırılmıştır. Bir dönem kilise olarak hizmet veren bu yapı akustik ses düzenine sahiptir. Vaaz yeri ile patriğin oturma mekânı zarif el işçiliği ile süslenmiştir. Patrikhane bölümü ise 1895 yılında yapılmıştır. Kültür Bakanlığı'na 1988 yılında devredilen ve restore edilen patrikhane 1995 yılından beri müze olarak kullanılmaktadır. 1914-1915 yılları arasında yapılan restorasyonda patrikhane binasının bazı kısımları yıkılmıştır (Mardin İl Turizm Müdürlüğü, 2021).

5) Kırklar Kilisesi

Hristiyanların yoğun olduğu Şar Mahallesi'nde *Ortodokslara* ait kilise V. yy. da inşa edilmiştir. Yapının üç girişi olup taş işçiliğinin en ince ustalıkları sergilenmektedir. Dikkat çeken özellikleri arasında 400 senelik ahşaptan kapıları, kökboyanın da kullanılmış olduğu 1500 senelik perdeler ve mihraplar yer almaktadır. 1170 yılına kadar *Mor Behnam* olarak anılan kilise o yıllarda kırk şehitlere ait kemiklerin getirilmesi ile birlikte bu isimle anılmaya başlanmıştır (Günel, 2006, s.28).

Mardin’de; Mar Mihayel, Kırmızı, Mar Yusuf, Mor İliye, Mor Yuhanna, Mar Petrus, Mar Hırmıs, Protestan ve Mor Kriyakus kiliseleri de yer almaktadır (Toprak, 2015, s.139).

6) Deyr-ul Zafaran Manastırı

Mezopotamya bölgesinin en ünlü yapıtlarından olan Deyrulzafaran, Mardin merkeze 10 dakikalık bir mesafede bulunmaktadır. IV. yy.da kurulan ve Süryani halkının dini eğitimlerinin merkezi konumunda olan bu manastır günümüzde hala faal durumdadır. Deyrulzafaran manastırı Şemsiler’in *Güneş Tapınağı* ve Romalı’ların *Kalesi* üzerine kurulmuştur. Süryani kadim kilisesinin 640 yıllık bir dönemi boyunca (1932 yılına kadar) patriklik merkezi olmuştur. V.yy.dan itibaren yapılan eklenti ve restorasyonlarla şimdiki şekline XVIII. yy.da varmıştır. 793 yılında *Metropolit Aziz Hananyo* manastırda büyük bir restorasyon çalışması başlatmıştır, bir süre manastır onun adıyla anılır olmuştur. Daha sonra çevrede yetişen safran bitkisinden dolayı safran kilisesi anlamına gelen deyrulzafaran manastırı olarak anılmaya başlanmıştır ki günümüzde de bu isimle anılmaya devam etmektedir. *Deyr* arapçada kilise *Zafaran* ise safran anlamına gelmektedir (Güven, 2006).

Döneminin ilk matbaası 1876 yılında Deyrulzafaran Manastırı’na İngiltere’den o yılların patriği IV. Petrus aracılığıyla getirilmiştir. Bu matbaa ile 1969 yılına değin Arapça, Süryanice, Türkçe ve Osmanlıca kitaplar basılmıştır. İç ve dış mekânlardaki taş işçiliği, kubbeleri, ahşap el işçiliği, kemerli sütunları ve dönem mozaikleriyle örnek bir mimari işçilik sergileyen yapı günümüzde de görülebilmektedir. Farklı dönemlerde yapılmış üç ibadethanenin de yer aldığı manastırda toplamda 52 *Süryani Patriğine* ait mezarlar da bulunmaktadır. Yapının içinde rahip odaları, Meryem Ana Kilisesi, Azizler Mezarlığı, Mor Honanyo Kilisesi, Divanhane ve Şemsi Tapınağı yer almaktadır (Babat, 2006).

7) Mor Gabriel Manastırı

Süryanilere özgü bu manastır, bölgenin en antik ve en eski yapısı olarak kabul görmektedir. Mardin’in Midyat ilçesinde (ilçeye 18 kilometre (km) uzaklıkta doğu yönünde) bulunan manastır halk arasında *Deyrulumur* olarak da anılmaktadır. Mor Gabriel tarafından mozaiklerle ve sanat motifleriyle süslenmiş olan yapı neredeyse

sanat müzesi niteliği taşımaktadır. Meşe ağaçları içerisindeki tepede konumlanmış olup M.S. 397 yılında inşa edilmeye başlanmıştır.

Mardin'deki diğer manastırlar ise; Mor Serkis, Mor Evgin, Seyde, Hammara, Mor Dimet ve Meryemana manastırlarıdır (Ayan, 2012, s.31; Güven, 2006, s.263; Toprak, 2015, s.39).

8) Dara Antik Kenti

Mezopotamya'nın yerleşim merkezleri içerisinde önemli bir yeri olan *Dara Antik Kenti* Mardin ilinin güneydoğusunda 30 km uzaklıktaki Oğuz Köyü'nde bulunmaktadır. Askeri garnizon merkezi olarak M.S. 505 yılında *İmparator Anastasius* tarafından kurulmuştur. Sasani ordularına karşı *Roma İmparatorluğu*'nun doğu sınırlarını koruma görevi üstlenmiştir. Kentin etrafı 4 km'lik devasa bir sur ile çevrelenmiştir. Antik şehrin içindeki iç kale, kiliseler, saray, su sarnıçları, agora, zindan ve tophane gibi yapılar günümüze ulaşabilmiştir (Akmeşe vd., 2018).

9) Gırnavaz Höyüğü

Habur nehir kollarından *Çağ Çağ* deresinin doğu kısmında höyük karakteri özelliği taşıyan Gırnavuz Höyüğü, Nusaybin kent merkezine 4 km uzaklıkta kurulmuştur. Bilim dünyasına arkeoloji merkezi olarak ilk defa 1918 yılında girmiş ve farklı araştırmalar için kullanılmıştır. 1991 yılına değin çalışmalar yürütülmüş olup kazılarda süs eşyaları, metal silahlar, kandiller, vazolar, tabletler ve mühürlere rastlanmıştır. Bu çalışmalarla, M.Ö. IV. den M.Ö. VII. yy kadar daimi bir yerleşim merkezi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Günel, 2006).

10) Mardin Müzesi

Süryani Patrik İgnatios Behnam'ın 1895'te yaptırdığı bina "Süryani Katolik Patrikhanesi" olarak hizmet vermiştir. Mardin şehir meydanında bulunan yapı Kültür Bakanlığı'nın Süryani Katolik Vakfı'ndan satın alınmasıyla birlikte restore edilmiş ve 2000 yılında müze olarak hizmet etmeye başlamıştır. Bina geleneksel Mardin evleri mimarisi ile inşa edilmiş olup mimarinin karakteristik tüm özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Asur, Bizans, Artuklu ve Osmanlı medeniyetlerine ait tarihi eserler müzenin girişinde sergilenmektedir. Ayrıca müzeciliğin çağdaş anlayışına uygun bir şekilde "Arkeopark Müze Eğitim Merkezi" yine giriş katında

yer almaktadır. Eğitim merkezinde turistlere yönelik, ebru, sikke basma, kök boya, seramik atölye çalışmaları bulunmaktadır. İkinci katta bulunan dört girişli teşhir salonunda, sikke, din, beslenme, savaş, iktidar ve güç gibi sosyal hayata ait eserler sergilenmektedir. Mardin’de hüküm sürmüş olan tüm medeniyetlere ait eserler sergilenmektedir. Ayrıca kent merkezinde *Sabancı Şehir Müzesi* de hizmet vermektedir (Babat, 2006).

11) Mardin Ulu Cami

Mardin’in en eski camisi olarak kabul edilen bu camii kurulu bulunduğu mahalleye de adını vermiştir. İlk olarak Selçuklular zamanında inşa edildiği fakat Artuklular döneminde ise günümüzdeki şeklini aldığı kabul görmektedir. İlk dönemlerde çifte minareli inşa edilmiş ise de günümüze bir minaresi ulaşabilmiştir. Bu minareden anlaşıldığı kadarı ile camii 1176 yılında Artuklu Sultanı Necmettin İlgazi tarafından imar edilmiştir.

Mardin’de bunun dışında; Necmettin Camii, Zeynel Abidin Camii, Latifiye Cami, Molla Hari Süleyman Camii, Koçhisar Camii (Kızıltepe), Reyhaniye Camisi, Sultan Hamza-İ Kebir Camii, Melik-Mahmut Camii ve Şehidiye Camii gibi camiler de bulunmaktadır (Ayan, 2012, s.25; Babat, 2006, s.238).

12) Mardin El Sanatları

Anadolu’nun tüm kentlerinde olduğu gibi Mardin’de de sosyal toplumlarda sosyalleşmenin ön koşulları arasında yer alan el sanatları vazgeçilmeyen uğraşlar arasında yer almaktadır. Son dönemlerde rağbet görmeye başlayan “el emeği göz nuru” bu sanat dallarının canlandırılması için yoğun bir emek harcanmaktadır (Ayan, 2012).

Günümüzde hala yapılmakta olan Mardin el sanatları şunlardır;

1. İşleme sanatı; örgü, iğne işleri, mekik, oya ve boncuk
2. Taşlı el sanatları; sivil mimari, kilise, camii, medrese, türbe
3. Ağaç İşlemeciliği; peştahta, taht, cevizden işlemeli kanepeler, sandık, kafes, serir, konsol (gardırop)
4. Kuyumculuk sanatı; telkâri

5. Bakırcılık sanatı

6. Dokumacılık sanatı; mezyel (başörtüsü), sof (ince yünlü kumaş), basmacılık, keçecilik, vale (dokuma sanatları)

7. Hattatlık

8. Kunduracılık ve pabuç

9. Diğer el sanatları; terzilik, pestil, ev yapımı şarapçılık, çömlekçilik, tatlı sucuk

Bir bölgenin turizmde cazibe merkezi olabilmesi için deniz, güneş, kum dışında yörenin doğal güzellikleri, kültürel ve tarihi değerleri de önemli bir ölçüttür. Mardin tarihsel süreç boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır ve bu medeniyetlerin izlerini, eserlerini bünyesinde barındırmasından dolayı kültürel ve tarihi bir çekiciliğe sahiptir (Ataman, 2019). Bundan hareketle **Tablo 2.1.**'de Mardin ilinin kültürel, doğal ve tarihi çekiciliklerine yer verilmiştir.

Tablo 2.1. Mardin İlinin Doğal, Tarihi ve Kültürel Çekicilikleri

Kiliseler	Manastırlar	Medreseler	Kaleler	Mağaralar
Mor Petrus Ve Pavlus Kilisesi, Mor İliyo Kilisesi, Kırklar Kilisesi, Meryem Ana Kilisesi, Kırmızı Kilise, Protestan Kilisesi, Mor Yakup Kilisesi, Mor Mihayel Kilisesi, Mor Yusuf Kilisesi (Surp Hovsep), İzozel Kilisesi, Mor Stefanos Kilisesi, Mor Şimuni Kilisesi, Mor Barsavmo Kilisesi, Mor Aksanoya Kilisesi, Mor Sarbel Kilisesi, Mor Abraham, Meryem Ana Kilisesi (Anıtlı Köyü) Kilisesi, Hah Katedrali (Mor Sobo Kilisesi)	Deyrulzafaran Manastırı, Mor Yakup Manastırı, Mor Gabriel (Deyrulumur) Manastırı, Mor Dimet Manastırı, Mor Evgin Manastırı, Mor Cırcıs Manastırı, Hammara Manastırı, Mor Mihayel Burç Manastırı, Dereiçi (Killit) Köyü	Kasımiye Medresesi, Zinciriye Medresesi, Sıtti Radviye Medresesi, Altun Boğa Medresesi, Melik Mansur Medresesi, Şah Sultan Hatun Medresesi	Mardin Kalesi, Fafih Kalesi, Marin - Merdis Kalesi, Rabbat Kalesi, Aznavur Kalesi	Gızzelin Mağarası (İplik Dokuma), Midyat Linveyri Şifa Mağarası Dışında İlde Mardin Şakolin ve Firiye, Midyat Kefilsannur, Midyat Şenköy Kefilelep, Kefilmardin, Midyat Hapisnas, Midyat Tınat, Savur Kılıt, Kızıltepe Hanika ve Salah, Nusaybin Hessinmeryem ve Sercahan, Mazıdağı Gümüşyuva ve Avrihan, Derik Derinsu, Dırkıp, Haramiye Mağaraları

Tablo 2.1. devamı

Hamamlar	Çarşılar	Akarsular
Radviye Hamamı, Ulu Cami Hamamı	Kayseriyye Çarşısı, Revaklı Çarşı, Kuyumcular Çarşısı, Bakırcılar Çarşısı,	Gümüş Çayı, Çağ Çay Suyu, Savur Çayı, Seyhan Deresi, Yeşilli Gülzar Deresi

Kaynak: Mardin Valiliği (2021); Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022)

Turizm destinasyonlarında planlama ile gelişimin başarılı olabilmesi için arz/talep dengesi/ ilişkisinin doğru hesaplanması gerekmektedir. Arz ve talep dengesinin sağlıklı sağlanabilmesi, turistlerin ihtiyaç ve isteklerinin doğru tespitine bağlıdır (Günel, 2006, s.203) .

Mardin’e ait kültürel ile tarihsel çekicilikler sayesinde kent yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edilmektedir. Mardin il merkezi ve Midyat ilçesinde konaklama tesisleri daha yoğundur çünkü kültürel ve tarihi varlıkların sayısı bu iki yerde daha fazladır. Turizm potansiyelinin çok yüksek olduğu, doluluk oranlarının %95'lere vardığı Mardin’de tesis ve yatak sayılarının yetersiz olduğu görülmektedir. Tesislerin kalitesi ve sayısı artırılarak turistlere bölgede konaklama imkânları sağlanabilir. **Tablo 2.2.**'de Mardin ilinin turizm konaklama tesisleri istatistik raporuna yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Mardin İlinin Turizm Konaklama Tesisleri İstatistik Raporu

MARDİN İL KÜLTÜR-TURİZM ÖZET İSTATİSTİK TABLOSU			
Konaklama Tesislerinin Sınıf ve Kapasitelerine Göre Durumları			
Tesisin Türü ve Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Turizm İşletme Belgeli 5 Yıldızlı Otel	2	347	694
Turizm İşletme Belgeli 4 Yıldızlı Otel	2	203	410
Turizm İşletme Belgeli 3 Yıldızlı Otel	5	168	334
Turizm İşletme Belgeli 2 Yıldızlı Otel	1	22	41
Turizm İşletme Belgeli Özel Konaklama Tesisleri	6	131	264
Turizm İşletme Belgeli Butik Otel	2	81	170
Turizm İşletme Belgeli Apart Otel	2	41	82
Turizm İşletme Belgeli Pansiyon	1	8	18
Turizm Belgeli Oteller Toplam	21	1.001	2.013
Belediye Belgeli Otel	34	1.114	2.418

Tablo 2.2. devamı

Kamu Konukevi	9	234	499
Genel Toplam	64	2.349	4.930
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Turizm Yatırım Belgeli Tesisler	8	623	1323
Konaklayan Turist Sayısı	Yerli	Yabancı	Toplam
2020 TOPLAM	154.308	8.359	162.667
2021 TOPLAM	298.128	25.781	323.909
2022 TOPLAM	232.941	21.771	257.712
** 2022 yılının ilk 8 ayını kapsamaktadır (Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022).			

Kaynak: Ak (2022); Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2022)

2.5. MARDİN İLİ ARZ VE TALEP DURUMU

Tarihsel süreç boyunca onlarca medeniyete ev sahipliği yapmış olan Mardin iline ilginin artması için yeterli kültürel ve tarihsel varlıklar mevcuttur. Ancak bu varlıklara yeteri kadar önem verilmemesi, yatırımların yetersiz olması, terör ve güvenlik olaylarının varlığından dolayı yeterli ilgiyi görememektedir.

Tablo 2.3. ve Tablo 2.4. ‘de 2021 yılında Mardin otellerinde konaklayan kişi sayısı ile Geceleyen Kişi Sayısı verilmiştir.

Tablo 2.3. Mardin İli 2021 Yılı Otellerde Konaklayan Kişi Sayısı

2021 YILI OTELLERDE KONAKLAYAN KİŞİ SAYISI			
Aylar	Yerli	Yabancı	Aylık Toplam
Ocak	9.387	596	9.983
Şubat	10.422	611	11.033
Mart	18.691	1.091	19.782
Nisan	12.355	1.226	13.581
Mayıs	9.541	875	10416
Haziran	22.396	1.233	23.629
Temmuz	29.597	3.128	32725
Ağustos	28.124	4.381	32505
Eylül	33.629	3.038	36667
Ekim	58.022	2.666	60688
Kasım	41.523	1.956	43479
Aralık	24.441	4.980	29421
Yıllık Toplam	298.128	25.781	323.909
Yerli ve Yabancı Toplam	647.818		

Kaynak: Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2022)

Tablo 2.3.'den de anlaşılaçağı üzere Mardin iline gelen turist sayısı 2021 yılı verilerine göre yerli ziyaretçi sayısı 298.128 yabancı ziyaretçi sayısı 25.781 olmak üzere toplamda **647.818**'dir (mardin.ktb.gov.tr, 2021).

Tablo 2.4. Mardin İli 2021 Yılı Otellerde Geceleyen Kişi Sayısı

2021 YILI OTELLERDE GECELEYEN KİŞİ SAYISI			
Aylar	Yerli	Yabancı	Aylık Toplam
Ocak	14.972	904	15.876
Şubat	19.183	886	20.069
Mart	28.389	1.652	30.041
Nisan	19.138	1.979	21.117
Mayıs	16.490	1.445	17935
Haziran	34.697	1.861	36558
Temmuz	42.002	4.513	46515
Ağustos	40.762	6.359	47121
Eylül	45.828	4.854	50682
Ekim	80.420	3.866	84.286
Kasım	62.552	2.823	65375
Aralık	36.599	6.548	43147
Yıllık Toplam	441.032	37.690	478.722
Yerli ve Yabancı Toplam		478.722	

Kaynak: Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2022)

Tablo 2.4. incelendiğinde **2021** yılı otellerde geceleyen yerli turist sayısı 441.032, yabancı turist sayısı 37.690 olmak üzere toplam 478.722 dir. **2022** yılının ilk 8 ayında otellerde geceleyen yerli turist sayısı 232.941, yabancı turist sayısı 21.771 olmak üzere toplam 254.712 dir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde yerel sakinlerin “Yerel Halkın Kişilik, Duygusal Dayanışma ve Turizm Destekleme Boyutu İlişkileri: Mardin İli Örneği” çalışmasında kullanılan araştırma yöntemi detaylı bir biçimde açıklanacaktır. Öncelikle araştırmanın; amaç ve önemi, sınırlılıkları, evreni, örnekleme, veri toplama araçları ve veri toplama süreci ile ilgili bilgilere daha sonra oluşturulmuş olan araştırma modeli ve araştırma hipotezlerine yer verilecektir.

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Herhangi bir turizm bölgesinde, sürdürülebilir turizmin gelişiminde yerel halkın katılımı ve destekleri olmadan başarıya ulaşılamaz. Dolayısıyla yerel halkın turizmin gelişimine vereceği desteği incelemek, verecekleri desteğin ne gibi faktörlerden etkilendiğini anlamak, bölgenin turizm geliştirme sürecini şekillendirmek ve düzenleme yapabilmek adına büyük önem taşımaktadır.

Literatüre bakıldığında, yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılarıyla, tutumlarını etkileyen etmenlerle ilgili birçok çalışma (Gursoy ve Rutherford, 2004; Ambro, 2008; Gannon vd., 2020) yapıldığı ve bu çalışmaların birçoğunun turizmin gelişimi üzerine belirli boyutlara (yere bağlılık, topluma bağlılık, çevresel ve kültürel tutumlar, ekonomik kazanç) odaklanmış olduğu ve yerel halkın ziyaretçilere yönelik duygularının incelendiği (Eusébio vd., 2018) görülmektedir. Yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki ilişki biçimini açıklayan ve sakinlerin turizmin gelişimine ilişkin tutumları çalışmalarda ortaya konulmasına rağmen (Carmichael, 2006) kurdukları ilişkilerin samimiyet ve yakınlıklarını inceleyen çok az sayıda araştırma mevcuttur (Woosnam, 2011).

Ayrıca yöre sakinlerinin tutum ve davranışlarını tanımlamak adına kullanılan kıstaslar, esasında turizm etkisine ve turizmin sektörel gelişimine yönelik olup yöre sakinlerinin ziyaretçiler hakkındaki ortak yönleri ve algılarını incelenmediği görülmektedir (Woosnam, 2011). Woosnam (2012), yöre sakinlerinin turistler ile kurdukları duygusal dayanışmanın, turizmin gelişimine ilişkin tutumlarını hangi yönde etkileyebileceğini ortaya çıkaracak araştırmalar yapılmadığını öne sürmektedir. Woosnam'ın çalışmalarından sonra literatürde kısıtlı düzeyde de olsa konuya yönelik çalışmaların (Ribeiro vd., 2017; Aleshinloye vd., 2019; Yozukmaz vd., 2020) yapıldığı görülmektedir.

Davranışları yönlendiren en temel unsurlardan birinin kişilik olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğu vakit yerel yöneticilerin, politikacıların ve işletmecilerin bölge insanının kişilik yapısını iyi analiz etmeleri ehemmiyet arz etmektedir. Çünkü yerel halkın birlikte yaşadığı diğer vatandaşlara ve ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve tepkileri bulundukları destinasyonun turizm açısından gelişim gösterip göstermeyeceğini tespit etme potansiyeli yüksektir (Moghavvemi vd., 2017).

Bu çalışma, yerel halkın kişilik yapıları göz önünde bulundurularak, yerel halk - ziyaretçiler arasında gelişen duygusal dayanışmanın, yerel halkın ziyaretçilere karşı gelişen tutumlarını ve turizm gelişimine olan desteğini açıklamaya yönelik bakış açısı oluşturmaya odaklanmıştır. Aynı zamanda duygusal dayanışma faktörünün yerel halkın turizmin gelişimine yönelik verecekleri destek üzerinde ne gibi etkisi olduğu ve bundan önce yapılmış birçok araştırmada gözden kaçırılmış olan kişiliğin duygusal dayanışma üzerindeki etkisini ve çalışmada kişilik yapılarının turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde duygusal dayanışmanın aracı rolünü de inceleyerek literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Aracılık rolüne ilişkin analizlerin Andrew F. Hayes tarafından önerilen aracılık analizi süreci kullanılacaktır..Hayes'in modeli Türkçe kaynak ve araştırmalarda oldukça sınırlıdır. Yerel halkın turizm gelişimine vereceği desteğin ve bu gelişimden duyacağı memnuniyetin o bölgedeki turizm gelişimini hızlandıracağı dikkate alındığında bu çalışmanın Mardin'de yapılması da büyük önem taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak için kullanılan kaynaklar, ulaşılabilen literatür kaynaklarından derlenmiştir ve bu bir sınırlılık olarak kabul edilebilir. Coğrafi sınırlama da bir diğer sınırlılıktır. Turizmin gelişmeye başladığı birçok il olmasına karşın, araştırmanın evreni Mardin ili ile sınırlandırılmıştır. Bu nedenle araştırmada elde edilen veriler Mardin’de ikamet eden yerel sakinlerin görüşleriyle sınırlıdır. Araştırmada elde edilen verilerin Mayıs-Haziran (2022) aylarında toplanmış olması, çalışmanın bulgularının da bu zaman aralığı ile sınırlandırmaktadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

“Herhangi bir araştırma kapsamına giren obje, olgu, olay ve bireylerin tümüne evren denilmektedir” (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s.69). Çalışmanın yapılacağı evreni temsil edebilme yeterliliği olan birimlerden meydana gelen topluluğa örneklem denir (Özmen, 1999, s.27). Çalışmanın evreni olarak Mardin ili seçildikten sonra örneklem için büyüklük tespiti yapılmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014, s.86-87)’ ın belirttiği formül dikkate alınarak örneklem büyüklüğü hesaplanmış olup çalışmada kullanılan formül ile formülde kullanılan sembollerin açıklaması aşağıda yer almaktadır:

$$n = N \cdot t^2 \cdot p \cdot q / d^2 (N - 1) + t^2 \cdot p \cdot q$$

N: Hedef kitledeki birey sayısı

n: Örneklem hacmini yani örnekleme girecek birey sayısı

p: İncelenen olayın oluş sıklığını yani gerçekleşme olasılığını

q: İncelenen olayın olmayış sıklığını yani gerçekleşmeme olasılığını

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosundan bulunan teorik değeri

d: Olayın oluş sıklığına göre kabul edilen $\pm$ örnekleme hatasını göstermektedir.

Homojen yapıya sahip olmayan evren için sakinler üzerinde kullanılan örneklem formülü ile %95 güven aralığı ile %5 örneklem hatasıyla gerekli olan örneklem büyüklüğü Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014) formülüne istinaden;

$n = 862.757 (1,96)^2 (0,5) (0,5) / (0,5)^2 (862.757 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5) = 384$ olacak şekilde hesaplanmıştır.

Araştırmanın evrenini Mardin ili, örnekleme ise Mardin’de yaşayan yerel halk oluşturmuştur. Bu çalışmada maliyet unsuru, ulaşılabilirlik unsuru, zaman unsuru bakımından örnekleme başvurulmuş ve örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır.

Çalışmada olasılığa dayalı olmayan örneklem türlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Mardin ilinin 2021 yılı nüfus sayımına göre nüfusu **862.757** kişidir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021). Örneklem büyüklüğü hesaplamasından sonra elde edilen 384 veri, çalışmanın örneklem yeterliliğine uygun olmasına karşın, çıkabilecek hatalı bilgiler ile doldurulacak eksik bilgiler göz önüne alınarak Mardin’de yaşayan 548 bireyden veri toplanmıştır.

3.4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu araştırmada verileri derlemek için nicel araştırma metotlarından anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmaların birçoğunda anket tekniği yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Bu tekniğin yaygın bir şekilde kullanılmasının sebeplerini; ekonomik olması, kolay uygulanabilmesi, büyük kitlelere ulaşabilmesi sayesinde çalışmanın yapılacağı evreni en iyi biçimde temsil edebilmesi şeklinde sıralayabiliriz (Odabaşı, 1999, s.82).

Dört bölümden oluşmakta olan anket formunun, birinci bölümünde katılımcıların sosyo-demografik yapılarıyla ilgili sorular yer almaktadır. İkinci bölümde; yerel halkın kişilik özelliğini ölçmek amacı ile “Beş Faktör Kişilik Ölçeği”, üçüncü bölümde; yerel halkın duygusal dayanışmasını ölçmek amacı ile “Duygusal Dayanışma Ölçeği”, dördüncü bölümde ise; yerel halkın turizmin gelişimine desteklerini ölçmek amacı ile “Turizm Gelişimini Destekleme Tutum Ölçeği” kullanılmıştır.

Sakinlerin kişilik özelliklerini belirlemek için Costa ve McCrae (1985) tarafından oluşturulan, Rammstedt ve John (2007) tarafından geliştirilen ve Horzum vd., (2017) tarafından “Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması” çalışmasında kullanılan kişilik ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçek 5 boyut ve 10 maddeden oluşmaktadır. Bu boyutlar: dışa dönüklük, yumuşak başlılık, öz

denetimlilik, nörotiklik ve deneyime açıklıktır. Ölçekte yer alan 1.4.5.7. ve 9. maddeleri ters kodlanmıştır (Kırdök ve Doğanülkü, 2018).

Sakinlerin turistlerle olan duygusal dayanışmasını belirlemek adına kullanılan duygusal dayanışma ölçeği Woosnam (2012) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek 3 boyut ve 10 maddeden oluşmaktadır. Boyutlar: ziyaretçilere karşı hoşgörü, duygusal yakınlık ve sempati duymadır.

Mardin sakinlerinin turizm gelişimini destekleme boyutlarını değerlendirmek amacıyla Eusébio vd. (2018) ile Çelik ve Rasoolimanesh (2021) çalışmalarından uyarlanmış tek boyut ve 5 maddelik ölçek kullanılmıştır.

Bütün ifadelerin beşli likert ölçeği ile (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) cevaplandırılması istenmiştir.

3.5. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Anket uygulaması Mardin ilinde yaşayan 548 bireyden Mayıs-Haziran (2022) ayları içerisinde yüz yüze ve elektronik ortamda (çevrimiçi) veriler toplanmıştır. Toplanan verilerin, Hair vd., (2021) göre % 5'ten fazlası (29 âdeti) eksik veya yanlış doldurulduğu için çalışmadan çıkarılmış ve geriye kalan 519 veri üzerinden analizler yapılmıştır.

3.6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

3.6.1. Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

Çalışmanın inceleme konusu olan; kişilik, duygusal dayanışma, yerel halkın turizme ilişkin tutum ve turizm gelişimini destekleme boyutuna ilişkin önceden yapılan çalışmalar ve bu çalışmalarda ortaya çıkan bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

3.6.2. Kişilik ve Duygusal Dayanışma İlişkisi

Turizm sektörü sayesinde farklı ekonomik, kültürel, coğrafi, sosyal çevrelerden gelen bireyler turistik aktiviteler boyunca etkileşim içerisine girerler, bu sayede farklı bireyleri etkilerken onlardan ve onların değerlerinden de etkilenirler (Berber, 2003). Ayrıca yerel halk ve ziyaretçiler arasında oluşan ilişki kişilik başta olmak üzere farklı faktörlerden de etkilenmektedir. Bu bağlamda yerel halkın kişiliğini incelemek çok önemli bir unsurdur, çünkü kişilik yapıları arasındaki kişisel farklılıklar, bir olgu, olay ya da durum karşısında birbirinden farklı tepki ve duyguları tetikleyebilmektedir

(Triandis ve Suh, 2002;). Turizmin başarısının ön koşullarından biri de yerel halkın ziyaretçilere yönelik tutum, samimiyet ve olumlu yaklaşımlarıdır. Bu hem ziyaretçilerin kendilerini iyi hissetmelerini sağlamak hem de turizmin değerlerini inşa etmek adına önem arz etmektedir (Sharpley, 2014).

Davranışlarla gözlemlenebilen kişilik özelliklerinden biri deneyime açıklık olup (McCrae ve John, 1992), bireyin ortaya çıkan yeni olay ve durumları keşfetmeye ne kadar istekli olup olmadığını ifade etmektedir (Glass vd., 2013). Bu özelliğe sahip olan kişiler daha çok heyecanlıdır (Lin ve Worthley, 2012). Deneyimlere açık olanların önemli özellikleri; farklılık ihtiyacı, entelektüellik ve geleneksel normlar dışındaki değerler (McCrae, 1993) vb.'dir. Yani deneyimlere açıklık, çeşitli kültürel, estetik ya da entelektüel deneyimlemelerin takdiri ile eş değerdir (McCrae ve Costa, 1985). Shtudiner, Klein ve Kantor (2018, s.168)'un yapmış oldukları çalışmada, yerel halkın turizmin gelişimine dair karışık tutumlarını belirtmelerine rağmen, turizmin gelişimini desteklediklerini, ayrıca ziyaretçiler din ve yerel kültüre saygı gösterdikleri sürece turistlere yönelik misafirperver tutumlar sergiledikleri sonucuna varmışlardır.

Moghavvemi vd. (2017) çalışmalarında, yerel halkın kişilik yapısı, duygusal dayanışması ve topluluğa bağlılık değişkenlerinin turizme bakış açılarını nasıl etkilediğini araştırmış ve bu araştırma sonucuna göre sakinlerin turizm gelişimine desteğini açıklamaya çalışmışlardır. Araştırmada, yerel halkın turizm gelişimi tutumlarını etkileyen en güçlü etkenlerin; sempati duyma ve ziyaretçilere karşı hoşgörünün olduğu aynı zamanda etkinin değişik kişilik niteliklerine sahip kadın ve erkekler arasında farklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte yerel halkın duygusal yakınlık ve ziyaretçilere karşı hoşgörüsünün, sakinlerin turizm gelişimi algılarındaki etkisinin, kişilik özelliklerinden dışa dönüklük ve uyumluluğa (yumuşak başlılık) sahip bireylerde farklılık gösterdiğini ama sorumluluk (öz denetimlik), nevroitiklik ve deneyime açık özellikleri olanların ise dikkate değer etkisinin olmadığını saptamışlardır. Moghavvemi vd. (2020) Kırsal Malezya'ya uzak olan turistik bölgelerde yapmış oldukları çalışmada memnuniyet ile topluluk faktörü arasındaki ilişki ile turizm gelişimine destek ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi açıklamak adına kişilik faktörlerinden sorumluluk (öz denetimlik), dışa dönüklük,

deneyime açıklık ve uyumluluğun (yumuşak başlılık) düzenleyici etkilerinin olduğunu bulmuşlardır.

3.6.3. Kişilik ve Turizmi Gelişimini Destekleme İlişkisi

Turizmin gelişebilmesi için önemli rollere sahip olan parametreler; destinasyonda yaşayan bireylerin kişilik yapısı, yaşanılan toplumun yapısı ve destinasyona gelen misafirlere olan bakış açılarıdır (Moghavvemi vd., 2017).

Kişilik yapıları spesifik olarak, dışarıdan gelen olumlu veya olumsuz etkiler karşısında, insanın duyarlılığını hızlandırıp belirli olaylara karşı tepki ve kararını etkileyebilmektedir (Park vd., 2014). Hiçbir toplum homojen gruplardan oluşmamaktadır. Topluluğu oluşturan yöre insanları turizmin hissedilen etkilerine yönelik, farklı kişiliklere, farklı duygulara, farklı sosyal doku seviyesine (katılım, bağlılık vb.) sahip bireylerden oluşmaktadır. Topluluğun bu yönleri, bireyin çevresine vereceği tepkiyi belirleyen psikolojik (içgüdüsel) özellikler ile ilgili olabilmektedir (Moghavvemi vd., 2020). Bu da göstermektedir ki kişilik özellikleri bireyi diğerlerinden ayıran etkenlerdendir ve yerel halkın tutumlarını etkileyebileceği (M. J. Kim vd., 2019; Moghavvemi vd., 2017) belirtilmektedir.

Kişilik yapısının davranışın sürücülerinden biri olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğu vakit politikacılar, işletmeciler ile yerel yöneticilerin yerel topluluğun kişilik yapısını çok daha iyi anlayabilmeleri önem arz etmektedir. Çünkü yerel halkın birlikte yaşadığı diğer vatandaşlara ve ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve tepkileri bulundukları destinasyonun turizm açısından gelişim gösterip göstermeyeceğini tespit etme potansiyeli yüksektir (Moghavvemi vd., 2017).

Psikoloji bilimi başta olmak üzere diğer disiplin araştırmacıları, insanların kişilikleri ile davranış biçimlerini araştırabilmek için kapsamlı çalışmalar yapmışlardır. Turizm alanı ile ilgili birçok çalışma (Jani vd., 2014; Kavenská ve Simonová, 2015; Kuo vd., 2015; Leung ve Law, 2010) yapılmıştır. Bu çalışmalar destinasyon kişilikleri, marka kişilikleri, kişilik, kişiliğin özellikleri, internetten arama davranışları ve turist kişilikleri gibi konuları kapsayan çalışmalar yapılmıştır.

Ayaz ve Parlak (2019) Ardahan'da ikamet eden sakinlerin kişilik özelliklerine göre turizme bakış açılarını ortaya çıkarmak ve bölgede turizm gelişimine katkıda bulunmak amacıyla yapmış oldukları araştırmada, dışa dönük özelliğe sahip

sakinlerin turizm gelişimini destekleme ve kabul etme konusunda daha hazır oldukları sonucuna ulaşmışlardır. İnandır ve Uçar (2021) yaptıkları araştırmada sakinlerin kişiliklerinin, turizmi algılama düzeylerini nasıl etkilediğini amaçlamışlardır. Sonuç olarak sakinlerin kişilik özellikleri ile turizmin kültürel, ekonomik ve sosyal etkilerini algılamaları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu fakat turizmin çevresel etkilerini algılamaları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını tespit etmişlerdir. Turan (2018) yapmış olduğu tez çalışmasında sakinlerin turizmin etkilerine karşı bakış açıları, kişilik ile demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla verileri toplamıştır. Araştırma sonucuna göre turizmin etkileri ile ilgili algıların eğitim ve medeni durum, yaş, cinsiyet gibi değişkenlerle arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

3.6.4. Duygusal Dayanışma ve Turizmi Gelişimini Destekleme İlişkisi

Duygusal dayanışma teorisi turizm sektörüne verilen desteği anlayabilmek adına yeni ortaya çıkmış popüler kavramlar arasındadır (Erul vd., 2020; Joo vd., 2018; Maruyama vd., 2020; Woosnam, 2012). Sosyoloji temelli bu kavram insanlar arasında oluşan aidiyet duygusu ile duygusal bağları incelemeyi amaçlamaktadır (Woosnam ve Norman, 2010). Yerel halkın ziyaretçiler hakkındaki düşüncelerini ve turizme verecekleri desteği anlamamızda duygusal dayanışma kavramından faydalanılabilir (Woosnam vd., 2009; Woosnam ve Norman, 2010), yerel halkın turistlerle olan (ortak davranış, ortak inanç gibi) olumlu etkileşimi sayesinde sakinlerin turizme karşı tutumlarının da olumlu olabileceği (Yozukmaz vd., 2020) ileri sürülmektedir.

Duygusal dayanışma, turistlere yönelik sempatik anlayış ve hoşgörü gibi etkenler sayesinde, ziyaretçilerin algılarında olumlu bir imaj oluşmasına (Erul vd., 2020; Ouyang vd., 2017; Phuc Nguyen ve Nguyen, 2020; Woosnam, 2012) yardımcı olacağı gibi turizmin sektörel gelişimi için verilen desteklerde de olumlu etkiye sahiptir (Stylidis vd., 2014). Ayrıca turizme destek olma ile duygusal dayanışma arasındaki ilişki; turizm ve refah düzeyi, turizmin algılanan etkileri, duygusal dayanışmanın bağlantılarını anlamaya katkı sağlamaktadır (Munanura vd., 2021). Duygusal dayanışma ile ilgili yapılmış olan araştırmalar (Erul vd., 2020; Ouyang vd., 2017; Phuc Nguyen ve Nguyen, 2020; Woosnam, 2012) göstermektedir ki duygusal dayanışma turizm endüstrisine güçlü, pozitif bir destek vermektedir.

Hasani vd. (2016) yapmış oldukları çalışmada yerel halkın turistlere karşı duygusal dayanışması tutumları ile turizm gelişimine destekleri arasındaki ilişkiyi ölçmüşlerdir. Araştırma sonucunda, yerel halkın ziyaretçilere karşı hoşgörüsünün, turizm gelişimini desteklemedeki en güçlü etken olduğu görülmüştür. Bunun yanında diğer boyutların (duygusal yakınlık ve sempati duyma) turizm gelişimine destek üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Munanura vd. (2021) çalışmalarında ABD Oregon eyaletinde gerçekleştirdikleri araştırmada duygusal dayanışmayı ortaya çıkarmaya yönelik bilişsel değerlendirmenin aşamalarını incelemişlerdir. Sonuçlar, turizmin etkilerinin olumlu algılanmasının duygusal dayanışmayı güçlü bir şekilde öngörebildiğini ve bölgede refah seviyesinin değişim göstermeye başlamasıyla oluşan turizmin olumlu etkilerinin de duygusal dayanışmayı dolaylı yoldan etkileyebildiğini göstermiştir. Aynı zamanda turizmin algılanan olumsuz etkileri ve duygusal dayanışma arasında negatif bir ilişki olduğu ve turizm gelişimini desteklemede duygusal dayanışmanın önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Woosnam (2012), sosyal değişim teorisini hatırlatarak, yerel halktan turistlere karşı pozitif duygular besleyen ve turizm sektöründen kişisel menfaat elde edenlerin, turizmin gelişimine sıcak bakacaklarını belirtmektedir. Turistleri ağırlayan yerel toplumlar hem kendileriyle gururlanacak hem de ekonomiye olan katkılarından dolayı turistlere değer vereceklerdir. Ek olarak duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun yerel sakinlerin turizm sektörünün gelişimine olan desteklerini öngörebilecek en güçlü faktör olduğu ileri sürülmektedir (Hasani vd., 2016; Woosnam, 2012). Ayrıca Woosnam (2012) *Turizm Etkisi Tutum Ölçeği* düzeyini tahmin edebilmek maksadı ile duygusal dayanışmanın faktörlerini kullanarak, duygusal yakınlık, ziyaretçilere karşı hoşgörü, sempati duyma ile turizm sektörünün yerel topluluklara katkısı, sektörün gelişimine destek arasında olumlu ilişkiler ortaya çıkarmıştır.

Duygusal dayanışma bazı çalışmalarda aracı değişken olarak da kullanılmıştır. Örneğin; Juric vd. (2020) çalışmalarında, duygusal dayanışma parametrelerinin, kişilik özelliklerinin ve teknolojiyle alakalı tutumların, parasal olmayan (eşler arası P2P) konaklamalara katılma eğilimini hangi yönde etkilediğini incelemiştir. Elde edilen bulgular, kişisel kullanma niyetini etkileyen model bileşenlerinin gücünü doğrulamıştır. Yani duygusal dayanışma etkenlerinin konuk ile ev sahiplerinin P2P

(peer-to-peer) konaklama ağlarına katılabilme motivasyonu ile ilgili modelin elde edilen verilere uyduğunu göstermiştir. Çalışmanın bulgularına göre duygusal yakınlık ile sempati duyma faktörlerinin, katılma niyetinin davranışsal boyutunu etkilemekte iken ziyaretçilere karşı hoşgörünün herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Ayrıca mevcut çalışmada bazı kişilik özelliklerinin, parasal olmayan (eşler arası P2P) konaklama ağlarına katılma istekleri üzerinde dolaylı ya da doğrudan etkilerinin olduğu saptanmıştır. Aleshinloye vd. (2019) ortak kimlik teorisi ve gruplar arası temas teorisine dayanan çalışmalarında, duygusal dayanışmanın aracılık ettiği, turistler ve sakinler arasındaki temas sıklığının moderatörlüğünü yaptığı sosyal mesafenin öncüsü olarak yer bağlılığını incelemek için bütünsel bir teorik model geliştirerek insan–yer ilişkilerini daha iyi anlamaya çalışmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre yere bağlılık ve sosyal mesafe arasındaki ilişkide duygusal dayanışmanın üç boyutunun da önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Simpson ve Simpson (2016) yapmış oldukları araştırmanın genel amacı, göç eden bireylerin güvenlik güçleriyle duygusal dayanışmasını ve güvenlik algıları üzerindeki etkilerini incelemektir. Çalışmada göç eden bireyler ve yerleşik halk tarafından etkili güvenlik algısı ve algılanan güvenlik ilişkisinde duygusal dayanışma boyutlarının önemli ölçüde aracılık edeceğini tahmin ettikleri hipotezler oluşturmuşlardır. Çıkan sonuçlara göre yerel halk için ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun, göç eden bireyler için duygusal yakınlık boyutunun aracılık ettiği fakat sempati duyma boyutunun aracılık etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Yukarıda bahsi geçen tüm bu çalışmalardan yola çıkarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: *Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

H1a: *Yerel halkın kişilik boyutlarından dışa dönüklüğün turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

H1b: *Yerel halkın kişilik boyutlarından nörotikliğin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

H1c: *Yerel halkın kişilik boyutlarından öz denetimliliğin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

H1d: Yerel halkın kişilik boyutlarından deneyime açıklığın turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1e: Yerel halkın kişilik boyutlarından yumuşak başlılığın turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışmasının turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2a: Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü düzeyinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2b: Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık düzeyinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2c: Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma düzeyinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.

H4: Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.

H5: Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.

H6: Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.

H7: Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.

H8: Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.

H9: Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.

H10: Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.

H11: Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.

H12: Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.

H13: Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.

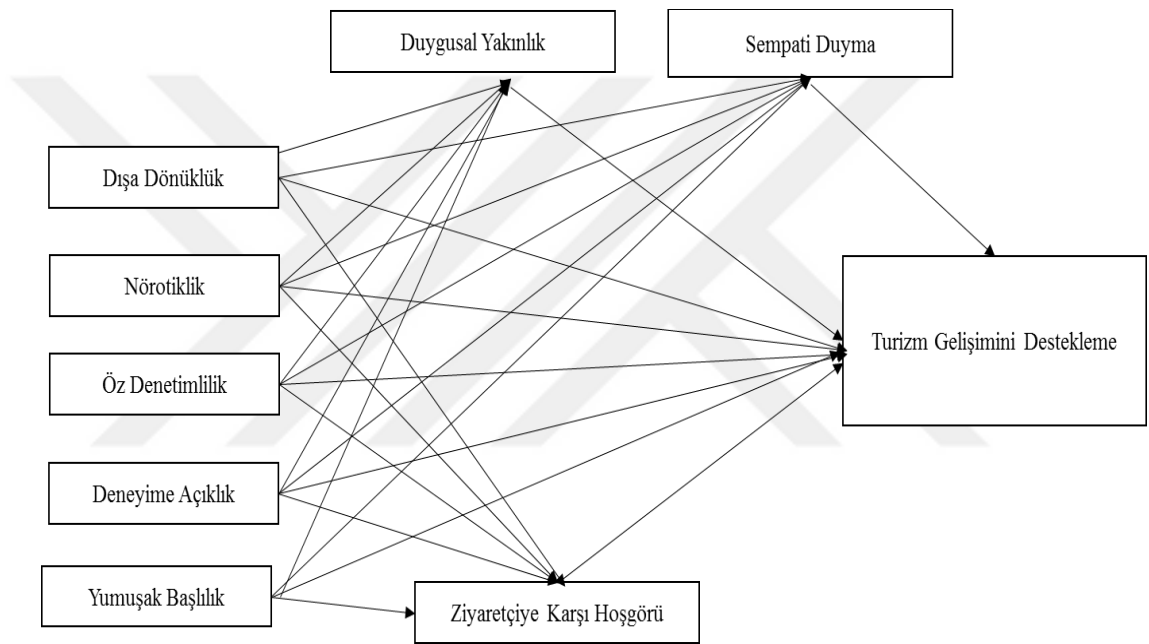
H14: Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.

H15: Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.

H16: Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.

H17: Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.

Şekil 3.1.'de çalışmanın hipotezleri ile amaçları doğrultusu için test edilecek olan kuramsal model gösterilmektedir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

Araştırma modelinde bağımsız değişken kişilik kavramı olup alt boyutları olarak dışa dönüklük, nörotiklik, öz denetimlilik, deneyime açıklık ve yumuşak başlılık kavramları ele alınmıştır. Modelde yer alan bağımlı değişken ise turizm gelişimini destekleme boyutudur. Bahsi geçen iki değişken (bağımlı-bağımsız değişken) arasındaki ilişkide aracı değişken olduğu düşünülen değişken ise duygusal dayanışma olup alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü, duygusal yakınlık ve sempati duyma ele alınmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde, Mardin ilinde ikamet eden yerel halktan toplanan 519 anket verisi SPSS 23 ve SPSS PROCESS v4.1 paket programları ile analiz edilerek bulgular ortaya konulmuştur. Öncelikle katılımcıların demografik özellikleri tanımlayıcı istatistiklerle ortaya konulmuştur. Sonra çalışmada yer alan değişkenlere ilişkin faktör analizleri, faktör analizi sonucunda çıkan her boyut için güvenirlik analizleri, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Bu aşamalardan sonra çıkan analiz sonuçları tablolastırılıp, bulgulara yer verilmiştir.

4.1. DEĞİŞKENLERE YÖNELİK DEMOGRAFİK BULGULAR

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili bilgiler **Tablo 4.1.**'de yer almaktadır.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Grup	Frekans	Yüzdelik (%)
Cinsiyet	Erkek	361	69,6
	Kadın	158	30,4
	Toplam	519	100
Yaş	18-28	170	32,8
	29-39	201	38,7
	40-50	90	17,3
	51-61	49	9,4
	62 ve üzeri	8	1,5
	Toplam	518	99,8
Medeni Durum	Evli	281	54,1
	Bekâr	238	45,9
	Toplam	519	100

Tablo 4.1. devamı

Eğitim Durumu	Okur Yazar Değilim	9	1,7
	İlköğretim	119	22,9
	Lise	214	41,2
	Üniversite	160	30,8
	Lisansüstü	17	3,3
	Toplam	519	100
Meslek	İşçi	240	46,2
	Memur	31	6,0
	Emekli	7	1,3
	İşsiz	21	4,0
	Ev Hanımı	20	3,9
	Akademisyen	3	0,6
	Öğrenci	17	3,3
	Serbest Meslek	159	30,6
	Diğer*	20	3,9
	Toplam	518	99,8
Gelir	1000 ve altı	43	8,3
	1001-4000	56	10,8
	4001-7000	270	52,0
	7001-10000	99	19,1
	10001-13000	22	4,2
	13001-16000	19	3,7
	16000 ve üzeri	10	1,9
	Toplam	519	100

*2 İşveren, 4 Eczacı, 2 Esnaf, 1 Camcı, 1 Kombici, 1 Mobilyacı, 1 Danışman, 1 Restorantçı, 1 Geri Dönüşümcü, 1 Tacir, 1 Müdür, 1 İç Mimar, 1 Öğretmen, 1 Psikolojik Danışman ve 1 Mühendis

Buna göre katılımcıların %69,6'sı erkek, %30,4'ü kadınlardan oluşmaktadır. Medeni durumları incelendiğinde evli olanlar %54,1'i ve bekâr olanlar ise %45,9'unu oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş durumlarından 29-39 yaş (%38,7) aralığı en yüksek, 51-61 yaş (%9,4) aralığının ise en düşük yüzdeliği aldığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında; %1,7'sinin okur-yazar olmadığı, %22,9'nun ilkokul mezunu, %41,2'sinin lise mezunu, %30,8'inin üniversite mezunu ve %3,3'ünün de lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleki dağılımları ise toplam örneklem içerisinde; %46,2'sinin işçi, %6'sının memur, %1,3'ünün emekli, %4'ünün işsiz, %3,9'unun ev hanımı, %0,6'sının akademisyen, %3,3'ünün öğrenci, %30,6'sının serbest meslek sahibi ve toplam 2 işveren, 4 eczacı,

2 esnaf, 1 camcı, 1 kombici, 1 mobilyacı, 1 danışman, 1 restorançı, 1 geri dönüşümcü, 1 tacir, 1 müdür, 1 iç mimar, 1 öğretmen, 1 psikolojik danışman ve 1 mühendis çalışma dahilinde bilgi alınan katılımcılardır. Gelir durumları ise; katılımcıların %8,3'ünün 1000 TL ve altı gelire, %10,8'nin 1001-4000 TL arasında, %52'sinin 4001 TL-7000 TL arasında, %19,1'inin 7001 TL-10000TL arasında, %4,2'sinin 10001 TL-13000TL arasında ve %3,7'sinin de 13001 TL-16000 TL arasında ve %1,9'unun da 16000 TL ve üzeri gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.2. Katılımcıların Mardin ile İlgili Özellikleri

Değişken	Grup	Frekans	Yüzdelik (%)
Kaç yıldır Mardin'de yaşıyorsunuz?	1-10 yıl	48	9,2
	11-20 yıl	74	14,3
	21-30 yıl	191	36,8
	31-40 yıl	105	20,2
	41-50 yıl	54	10,4
	50 yıl ve üzeri	47	9,1
	Toplam	519	100
Hangi mahallede ikamet ediyorsunuz?	Turizmin yoğun olduğu	266	51,3
	Turizmin az olduğu	246	47,4
	Toplam	512	98,7
Mardin'i ziyaret eden turistlerle etkileşiminiz ne kadar sıklıkta oluyor (yardım etme, sohbet, ticaret vb.)?	Hiç Yok	158	30,4
	Az	132	25,4
	Orta	119	22,9
	Fazla	29	5,6
	Çok Fazla	81	15,6
	Toplam	519	100,0

Ankette yer alan katılımcılara ilişkin demografik sorularla birlikte Mardin ile ilgili bazı özelliklere ait sorular da yer almaktadır. **Tablo 4.2.** incelendiğinde, katılımcıların Mardin'de kaç yıldır yaşadıkları sorusunun cevapları yedi farklı kategoriye ayrılmıştır. Buna göre; %9,2'si 1-10 yıl , %14,3'ü 11-20 yıl, % 36,8'i 21-30 yıl, %20,2'si 31-40 yıl, %10,4'ü 41-50 arasında ve %9,'i de 50 yıl ve üzerinde yaşadıkları bilgisine ulaşılmıştır. Mardin'de turizmin yoğun olduğu mahallelerden

%51,3 ve turizm az olduğu mahallerden %47,4 ikamet eden katılımcıya ulaşıldığı görülmektedir. Çalışmaya katılan katılımcıların Mardin'i ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle etkileşim ve iletişim durumlarına bakıldığında , %30,4'ünün hiç yok, %25,4'ünün az , %22,9'unun orta, %5,6'sının fazla,%15,6'sının çok fazla olduğu görülmektedir.

4.2. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN FAKTÖR ANALİZLERİ

Faktör analizi, "Birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir." (Büyüköztürk, 2002, s.472).

Tablo 4.3. Kişilik Özelliklerine Yönelik Faktör Analizi Bulguları

Faktörler	Kişilik yapılarını belirlemeye yönelik kullanılan ifadeler	Bileşenler				
		1	2	3	4	5
Dışa Dönüklük 1-2	Kendimi içine kapanık biri olarak görüyorum.	,957				
	Kendimi dışa dönük, sosyal biri olarak görüyorum.	,948				
Nörotiklik 7-8	Kendimi rahat ve stresle başa çıkabilen biri olarak görüyorum.		,836			
	Kendimi kolay sinirlenen biri olarak görüyorum.		,875			
Öz Denetimlilik 5-6	Kendimi yavaş hareket etme eğiliminde olan biri olarak görüyorum.			,866		
	Kendimi bir işi tam yapacak biri olarak görüyorum.			,758		
Deneyime Açıklık 9-10	Kendimi çok az sanatsal ilgisi olan biri olarak görüyorum.				,856	
	Kendimi yaratıcı biri olarak görüyorum.				,810	
Yumuşak Başlılık 3-4	Kendimi genellikle güvenilir biri olarak görüyorum.					,827
	Kendimi başkalarının hatasını bulma eğiliminde biri olarak görüyorum.					,803

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği: ,608 Bartlett Küresellik Testi: $p < 0,05$: χ^2 : 1498,223 df: 45. Açıklanan Toplam Varyans: % 77,917

Tablo 4.3. incelendiğinde kişilik ölçeğinin 10 maddesinin 5 boyutunun açıkladığı toplam varyans %77,917'tür. Analiz sonuçlarına göre toplam 5 boyutun varyansın büyük bir kısmını açıkladığı görülmektedir. Bu boyutlardan birinci boyutun varyansı

açıklama oranı %18,875, ikinci boyutun %15,995, üçüncü boyutun %14,529, dördüncü boyutun %14,390 ve son olarak beşinci boyutun %14,128 (beşinci boyutun özdeğerinin 1'e çok yakın (,927) çıkmış olmasına rağmen, ölçekte yer alan beş boyutun da kullanılmasının uygun olacağı düşünüldüğü için çalışmaya 5. boyut olarak eklenmiştir.)'dir. Buna göre tüm boyutlar 2'şer maddeden oluşmaktadır. Boyutlara madde içerikleri ve kavramsal çerçeve dikkate alınarak isimlendirme yapılmıştır. Bu doğrultuda ilk boyut dışa dönüklük, ikinci boyut nörotiklik, üçüncü boyut özdenetimlilik, dördüncü boyut deneyime açıklık ve beşinci boyut yumuşak başlılık şeklinde isimlendirilmiştir.

Tablo 4.4. Duygusal Dayanışmaya Yönelik Faktör Analizi Bulguları

Faktörler	Duygusal Dayanışmayı belirlemeye yönelik kullanılan ifadeler	Bileşenler	
		1	2
Ziyaretçiye Karşı Hoşgörü 3-1-2-4	Mardin'e turistlerin gelmesinden gurur duyuyorum.	,878	
	Mardin'de turistlerin bulunmasının toplum yararına olduğunu hissediyorum.	,862	
	Yerel ekonomiye yaptıkları katkılardan dolayı turistleri takdir ediyorum.	,888	
	Mardin'de turistlere adil davranırım	,604	
Duygusal Yakınlık 5-6-7-8	Mardin'de tanıştığım bazı turistlere kendimi yakın hissediyorum.		,755
	Mardin'de tanıştığım birkaç turistle arkadaş oldum.		,861
	Mardin'e gelen turistlerle etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım.		,826
	Mardin'e gelen turistlerle olan etkileşimim olumlu ve faydalıdır.		,747

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği: ,834 Bartlett Küresellik Testi: $p < 0,05$; χ^2 : 2562,263 df:28 Açıklanan Toplam Varyans: % 71,717

Tablo 4.4. incelendiğinde duygusal dayanışma ölçeğinin faktör analizi sonucunda sempati duyma boyutuna ait 4 maddenin binişik madde olarak ortaya çıkması sebebiyle ölçekten çıkarılmıştır. Ölçekten çıkarılan bu maddeler sonra kalan 8 madde 2 boyut olarak toplanmıştır. 8 maddenin 2 boyutunun açıkladığı toplam varyans %71,717'dir. Analiz sonuçlarına göre toplam 2 boyutun varyansın büyük bir kısmını açıkladığı görülmektedir. Bu boyutlardan birinci boyutun varyansı açıklama oranı %37,395, ikinci boyutun %34,322'dir. Buna göre ortaya çıkan 2 boyut 4'er maddeden oluşmaktadır. Boyutlara madde içerikleri ve kavramsal çerçeve dikkate alınarak isimlendirme yapılmıştır. Bu doğrultuda ilk boyut ziyaretçilere karşı hoşgörü, ikinci boyut duygusal yakınlık şeklinde isimlendirilmiştir.

Tablo 4.5. Turizm Gelişimini Destekleme Boyutuna Yönelik Faktör Analizi Bulguları

Faktörler	Turizm Gelişimini Destekleme Boyutunu Belirlemeye Yönelik Kullanılan İfadeler	Bileşenler
		1
Turizm Gelişimini Destekleme 4-3-1-5-2	Mardin’de turizm gelişimini destekliyorum.	,755
	Mardin’de turizm gelişimi için öneride bulunurum.	,618
	Mardin’de turizm planlamasına aktif olarak katılırım.	,846
	Mardin’de turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.	,861
	Mardin’de çok turist görmek istiyorum.	,722

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği: ,690 Bartlett Küresellik Testi: $p < 0,05$; χ^2 : 1293,072 df: 10 Açıklanan Toplam Varyans: % 58,587

Tablo 4.5. incelendiğinde turizm gelişimini destekleme boyutu ölçeğinin 5 maddesinin tek boyutunun açıkladığı toplam varyans %58,587’dir. Analiz sonuçlarına göre bu tek boyutun varyansın çoğunluğunu açıkladığı görülmektedir.

4.3. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN GÜVENİRLİK ANALİZİ

Güvenirlik analizinde hesaplanan Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı genellikle 0 ile +1 arasında bir değer almaktadır, değer 1’e yaklaştıkça güvenilirliğin de o kadar arttığı anlamına gelmektedir (Can, 2019).

Tablo 4.6. Güvenirlik Analizi Bulguları

Değişkenler	Faktörler	Soru Sayısı	İç Güvenirlik Cronbach Alfa
Kişilik	Dışa Dönüklük	2	,931
	Öz Denetimlilik	2	,536
	Nörotiklik	2	,700
	Yumuşak Başlılık	2	,566
	Deneyime Açıklık	2	,596
Duygusal Dayanışma	Ziyaretçilere Karşı Hoşgörü	4	,859
	Duygusal Yakınlık	4	,894
	Turizm gelişimini destekleme	5	,794

Tablo 4.6.'da yer alan güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde dışa dönüklük yüksek derecede güvenilir, nörotiklik, ziyaretçilere karşı hoşgörü, duygusal yakınlık ve turizm gelişimini destekleme boyutlarının katsayılarının oldukça güvenilir ve öz denetimlilik, yumuşak başlılık ve deneyime açıklık boyutlarının katsayılarının da düşük derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

4.4. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN KORELASYON ANALİZİ

Korelasyon analizinde, korelasyon katsayısı (r) ± 1 'e ne kadar yakınsa, aradaki ilişkinin de o kadar güçlü ve fazla olduğu, -0- olması değişkenler arasında bir ilişkinin olmadığı anlamına gelmektedir (Can, 2019, s.370).

Tablo 4.7.'de yerel halkın kişilik yapısı (bağımsız değişken), duygusal dayanışması (bağımsız değişken) ve turizm gelişimini destekleme boyutu (bağımlı değişken) puanları arasındaki korelasyon analizinin sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4.7. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler Arasındaki Korelasyon Değerleri

Faktörler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Turizm Gelişimini Destekleme	1							
Dışa Dönüklük	,212**	1						
Nörotiklik	-,043	-,158**	1					
Öz Denetimlilik	,115**	,211**	-,165**	1				
Deneyime Açıklık	,139**	,228**	-,172**	,181**	1			
Yumuşak Başlılık	,015	,091*	-,229**	,306**	,130**	1		
Ziyaretçilere Karşı Hoşgörü	,618**	,122**	-,063	,165**	,066	,168**	1	
Duygusal Yakınlık	,561**	,317**	-,109*	,132**	,233**	,060	,493**	1

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı. * Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

Turizm gelişimini destekleme boyutu ile ziyaretçilere karşı hoşgörü arasında; r: .618, $p < .01$ pozitif, orta korelasyon ve turizm gelişimini destekleme boyutu ile duygusal yakınlık arasında; r: .561, $p < .01$ pozitif, orta şiddette korelasyon bulunmuştur.

Turizm gelişimini destekleme boyutu ile dışa dönüklük arasında; r: .212, $p < .01$ pozitif, deneyime açıklık arasında; r: .139, $p < .01$ pozitif ve öz denetimlilik arasında; r: .115, $p < .01$ pozitif düşük korelasyon bulunmuştur. Fakat turizm gelişimini

destekleme boyutu ile yumuşak başlılık ve nörotiklik arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

4.5. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN REGRESYON ANALİZİ

Regresyon analizi, ‘‘bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin ve yönünün belirlenmesi için yapılan bir analiz türüdür. Etki beta katsayısı ile gösterilmekte olup, bu katsayının yüksek olması, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin de yüksek olduğunu işaret etmektedir.’’ (M. Kozak, 2015).

Tablo 4.8.’de kişilik boyutlarının; dışa dönüklük, yumuşak başlılık, öz denetimlilik, nörotiklik ile deneyime açıklığın turizm gelişimini destekleme etkisini gösteren regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4.8. Kişilik Boyutlarının Turizm Gelişimini Destekleme Etkisi

	B	Standart sapma	Beta	t	Sig.
Bağımsız değişkenler	3,171	,271		11,708	,000
Dışa Dönüklük	,118	,030	,180	4,011	,000
Nörotiklik	,004	,034	,005	,115	,908
Öz Denetimlilik	,065	,041	,072	1,562	,119
Deneyime Açıklık	,077	,038	,090	2,012	,045
Yumuşak Başlılık	-,016	,022	-,034	-,731	,465
R= ,242 R ² = ,058 R ² adjusted= ,049 F= 6,365 p< .05					

Bağımlı değişken: Turizm gelişimini destekleme boyutu

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre kişilik boyutlarının turizm gelişimini destekleme etkisinin istatistiksel olarak (Sig: .000) anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Kişilik yapısının dışa dönüklük boyutunun standardize edilmiş katsayısı ve t-testi skorlarına bakıldığında ($\beta = .180$ - $t = 4,011$) turizm gelişimini desteklemeyi anlamlı düzeyde yordadığı ($p < .05$) görülmektedir. Deneyime açıklık boyutunun standardize edilmiş katsayısı ve t-testi skorlarına bakıldığında ($\beta = .090$ - $t = 2,012$) turizm gelişimini desteklemeyi anlamlı düzeyde yordadığı ($p < .05$) görülmektedir. Geriye kalan diğer bağımsız değişkenlerin (yumuşak başlılık, öz denetimlilik, nörotiklik) bağımlı değişkeni (turizm gelişimini destekleme) anlamlı düzeyde yordamadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > .05$).

Tablo 4.9. Duygusal Dayanışma Boyutlarının Turizm Gelişimini Destekleme Etkisi

	B	Standart sapma	Beta	t	Sig.
Bağımsız değişkenler	,086	,196		,438	,662
Ziyaretçilere Karşı Hoşgörü	,607	,050	,451	12,228	,000
Duygusal Yakınlık	,345	,038	,338	9,167	,000
R= ,684 R ² = ,469 R ² adjusted= ,466 F= 227,428 p<.05					

Bağımlı değişken: Turizm gelişimini destekleme boyutu

Tablo 4.9.'da duygusal dayanışma boyutlardan ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun turizm gelişimini destekleme etkisini ölçmek için uygulanmış olan regresyon analizi sonucuna göre standardize edilmiş katsayısı ve t-testi skorlarına bakıldığında ($\beta=,451$ - $t=12,228$) turizm gelişimini destekleme boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ($p<.05$) görülmektedir. Duygusal yakınlık boyutunun standardize edilmiş katsayısı ve t-testi skorlarına bakıldığında ($\beta=,338$ - $t=9,167$) turizm gelişimini destekleme boyutunu anlamlı düzeyde yordadığı ($p<.05$) görülmektedir.

4.6. ARACILIK ANALİZLERİ

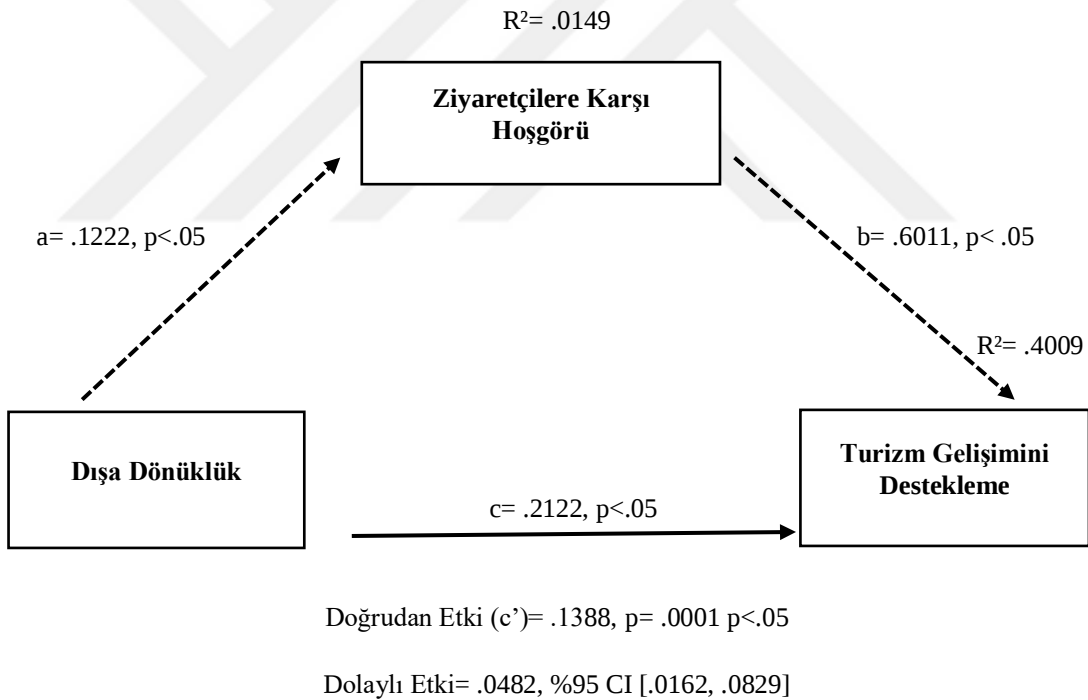
Aracılık Analizi, X (bağımsız) öncül değişkeninin, sonuç şeklinde ortaya çıkan Y (bağımlı) değişkeninin üzerindeki etkisine ve nasıl iletildiğine dair hipotezleri test etmek üzere tasarlanan ve bu çalışmalarda ortaya çıkan sonuçları değerlendirebilmek için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir (Hayes, 2018). Bu yönetime göre, aracı olan değişken bağımlı ve bağımsız olan değişkenler arasında kurulan ilişkide ara bulucu rolünü üstlenmektedir (Yılmaz ve Dalbudak İlhan, 2018). Bu çalışmada aracılık etkilerini istatistiki bakımdan hesaplayan temel yaklaşımlardan biri olan ve güçlü hesaplama yapılmasına olanak tanıyan **Andrew F.Hayes (2018)'in aracılık modeli kullanılmıştır**. Bu yaklaşımın, aracılıktaki **odak noktası, dolaylı etkiyi hesaplayıp buna göre çıkarımlarda** bulunulmasıdır (Gülbüz ve Bayık, 2021).

Bu bölümde, kişiliğin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde duygusal dayanışmanın aracılık etkisini test etmek amacıyla bootstrap yöntemiyle regresyon analizleri yapılmıştır. Bootstrap yönteminde 5000 yeniden örneklem seçeneği kullanılmıştır. Analizler Hayes (2018)'in geliştirmiş olduğu process makrosu model 4 kullanılarak yapılmıştır. Bootstrap yöntemiyle yapılan analiz sonucunda elde edilen

güven aralığı değerlerine göre aracı veya dolaylı etkinin olup olmadığı tespit edilmektedir. Buna göre güven aralıklarındaki alt ve üst değerlerin arası “0” değerini içermiyorsa dolaylı etkinin anlamlı olduğu kabul edilmektedir (Gürbüz ve Bayık, 2021). Araştırmada ulaşılabacak analiz sonuçları neticesinde kişilik boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasında duygusal dayanışma boyutlarının aracılık ilişkisi değerlendirilerek ortaya konulacaktır.

Etki büyüklüklerinin yorumlanmasında genel olarak tam standardize etki (K^2) değeri kullanılmaktadır; $K^2 = .01$ 'e yakınsa düşük etki, $K^2 = .09$ 'a yakınsa orta etki, $K^2 = .25$ 'e yakınsa yüksek etki olarak yorumlanmaktadır (Cohen, 1988). Bu bilgiler doğrultusunda elde edilen analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

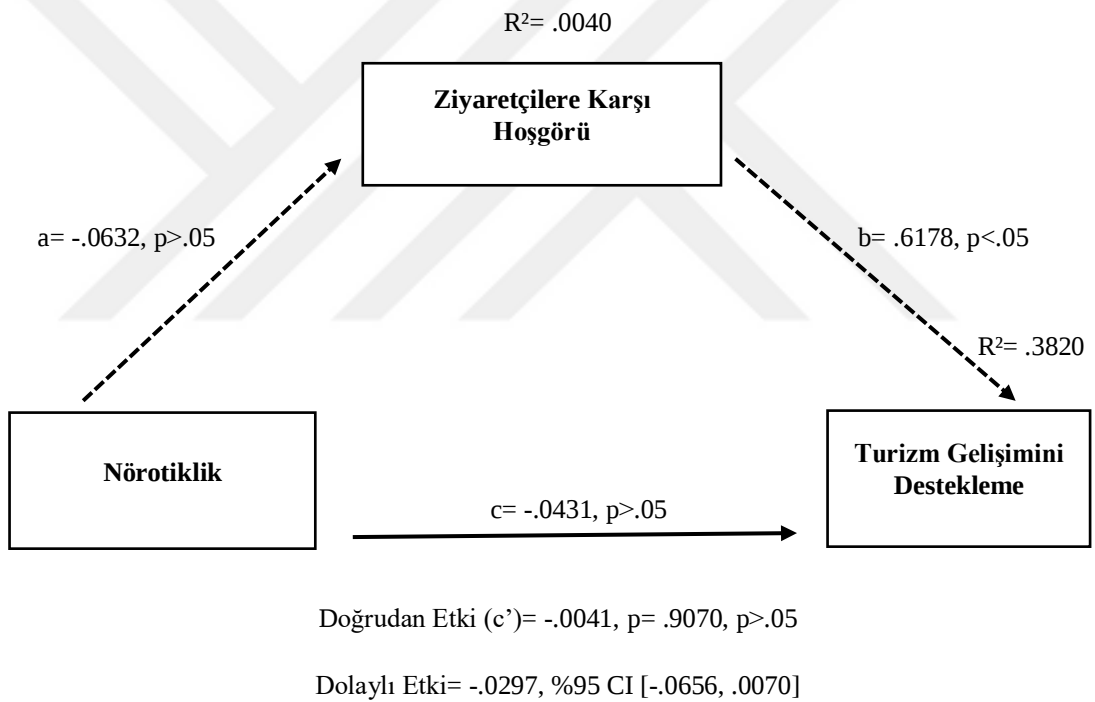
Kişilik ve Turizm Gelişimini Destekleme Arasındaki İlişkide Duygusal Dayanışmanın Aracılık Rolünü Belirlemeye Yönelik Analizler



Şekil 4.1. Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü

Dışa dönüklük kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .0482$, 95% CI [.0162, .0829]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değere yakın ($K^2 = .0734$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu

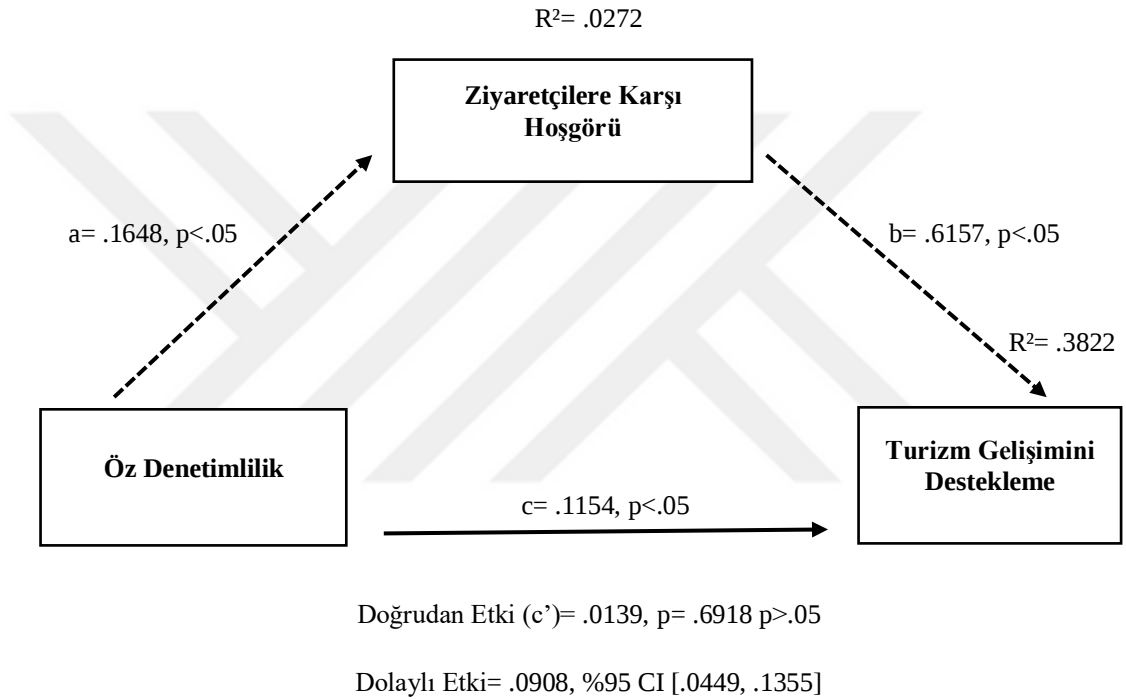
kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından dışa dönüklük ve turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ziyaretçilere karşı hoşgörünün **kısmi (tamamlayıcı) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan dışa dönüklük boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .2122$, $p = .0000$, $p < .05$). Dışa dönüklük boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1222$, $p = .0053$, $p < .05$). Aracı değişken ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .6011$, $p = .0000$, $p < .05$).



Şekil 4.2. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü

Nörotiklik kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamsız ve ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olmadığı ($\beta = -.0297$, %95 CI [-.0656, .0070]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içerdiği görülmektedir. Buna göre, kişilik boyutlarından nörotiklik ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide ziyaretçilere karşı hoşgörünün **aracılık rolünün olmadığı** analiz sonucunda tespit

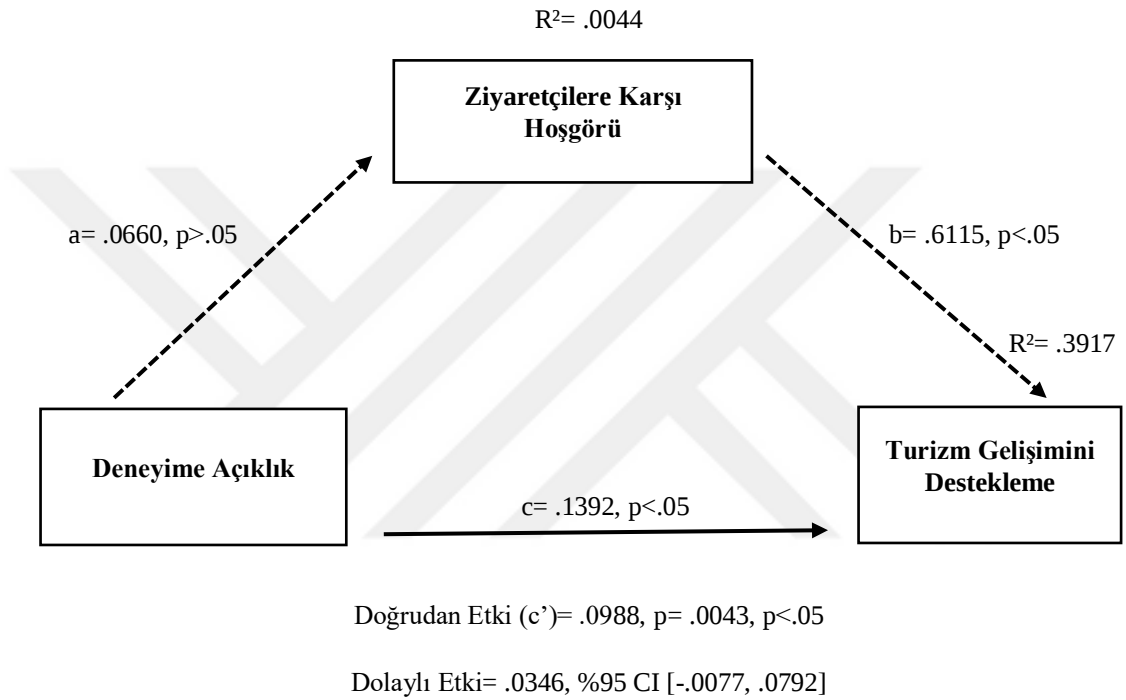
edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan nörotiklik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = -.0431$, $p = .3271$, $p > .05$). Nörotiklik boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = -.0632$, $p = .1505$, $p > .05$). Aracı değişken ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .6178$, $p = .0000$, $p < .05$).



Şekil 4.3. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü

Öz denetimlilik kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .0908$, $95\% \text{ CI } [.0449, .1355]$) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değere yakın ($K^2 = .1015$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından öz denetimlilik ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide ziyaretçilere karşı hoşgörünün **kısmi (tamamlayıcı) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan öz

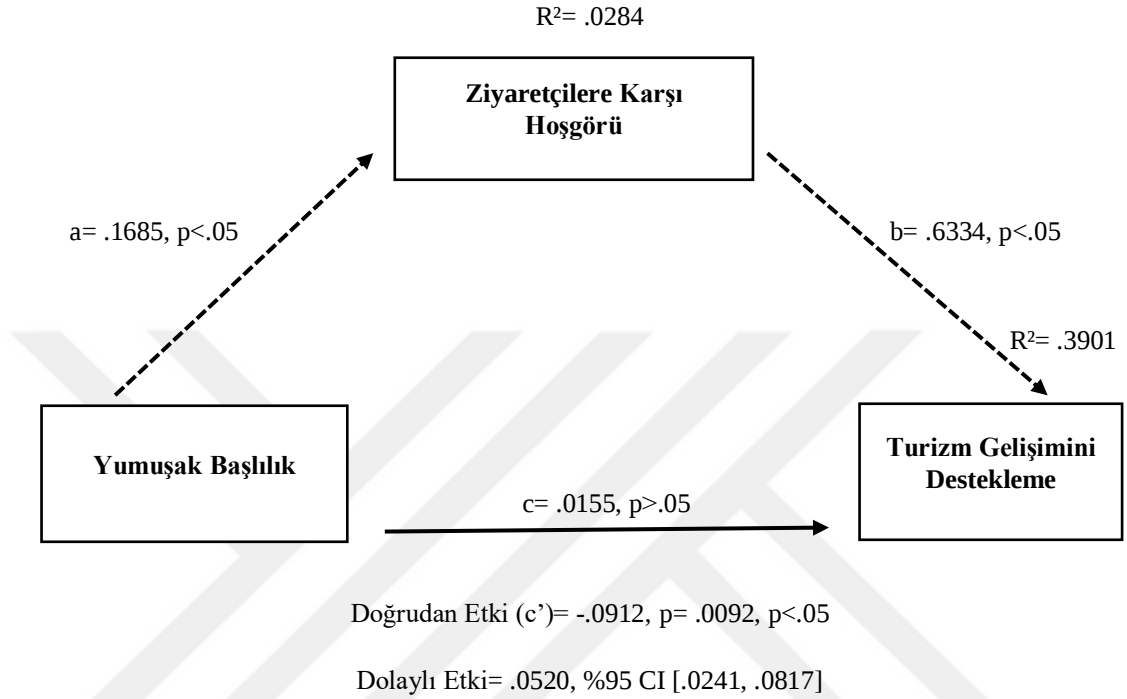
denetimlilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1154$, $p = .0085$, $p < .05$). Öz denetimlilik boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1648$, $p = .0002$, $p < .05$). Aracı değişken ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .6157$, $p = .0000$, $p < .05$).



Şekil 4.4. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü

Deneyime açıklık kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamsız ve ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olmadığı ($\beta = .0346$, %95 CI $[-.0077, .0792]$) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içerdiği görülmektedir. Buna göre, kişilik boyutlarından deneyime açıklık ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide ziyaretçilere karşı hoşgörünün **aracılık rolünün olmadığı** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1392$, $p = .0015$, $p < .05$). Deneyime açıklık boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü

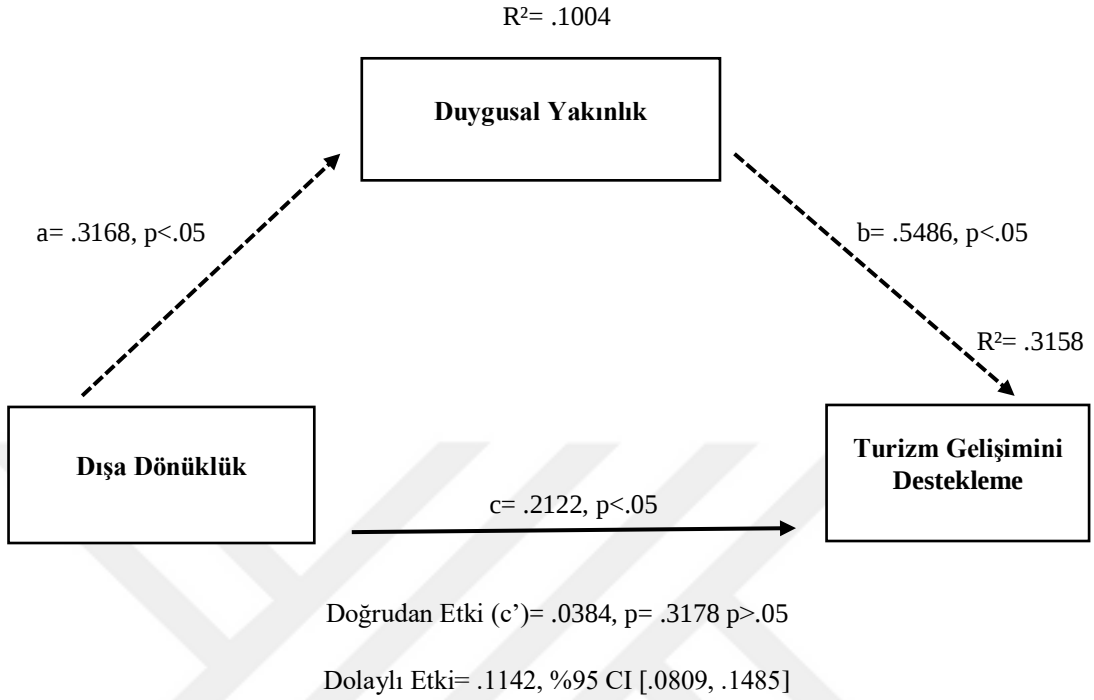
boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = .0660$, $p = .1329$, $p > .05$). Aracı değişken ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .6115$, $p = .0000$, $p < .05$).



Şekil 4.5. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Ziyaretçilere Karşı Hoşgörünün Aracı Rolü

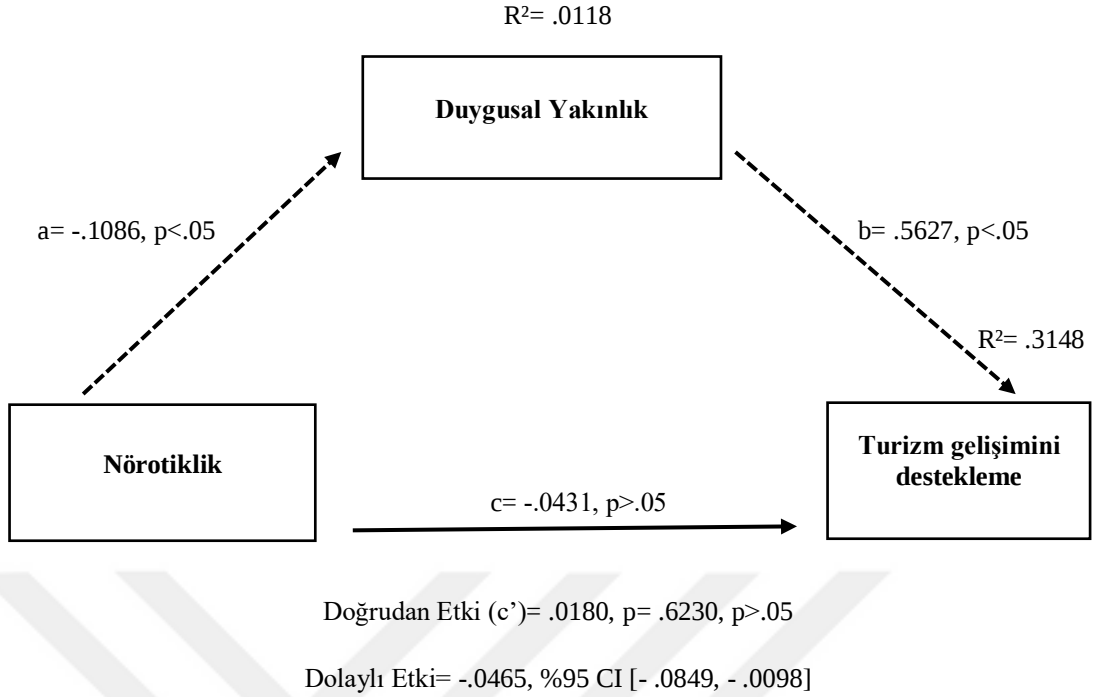
Yumuşak başlılık kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .0520$, %95 CI [.0241, .0817]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değer ($K^2 = .1067$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından yumuşak başlılık ve turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ziyaretçilere karşı hoşgörünün **tam aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan yumuşak başlılık boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = -.0155$, $p = .7252$, $p > .05$). Yumuşak başlılık boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1685$, $p = .0001$, $p < .05$). Aracı değişken ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme

boyutu üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .6334$, $p = .0000$, $p < .05$).



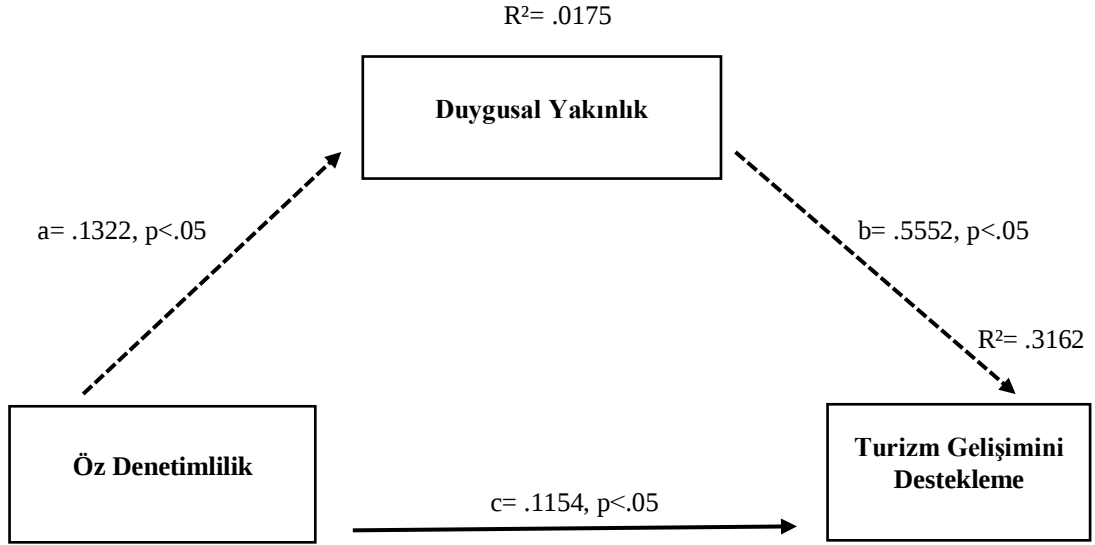
Şekil 4.6. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü

Dışa dönüklük kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve duygusal yakınlık boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .1142$, %95 CI [.0809, .1485]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün yüksek değer ($K^2 = .1738$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından dışa dönüklük ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal yakınlığın **kısmi (tamamlayıcı) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan dışa dönüklük boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .2122$, $p = .0000$, $p < .05$). Dışa dönüklük boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından duygusal yakınlık boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .3168$, $p = .0000$, $p < .05$). Aracı değişken duygusal yakınlık boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .5486$, $p = .0000$, $p < .05$).



Şekil 4.7. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü

Nörotiklik kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve duygusal yakınlık boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = -.0465$, %95 CI [-.0849, -.0098]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değer ($K^2 = -.0611$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından dışa dönüklük ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal yakınlığın **kısmi (rekabetçi) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan nörotiklik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = -.0431$, $p = .3271$, $p > .05$). Nörotiklik boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından duygusal yakınlık boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = -.1086$, $p = .0133$, $p < .05$). Aracı değişken duygusal yakınlık boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .5627$, $p = .0000$, $p < .05$).

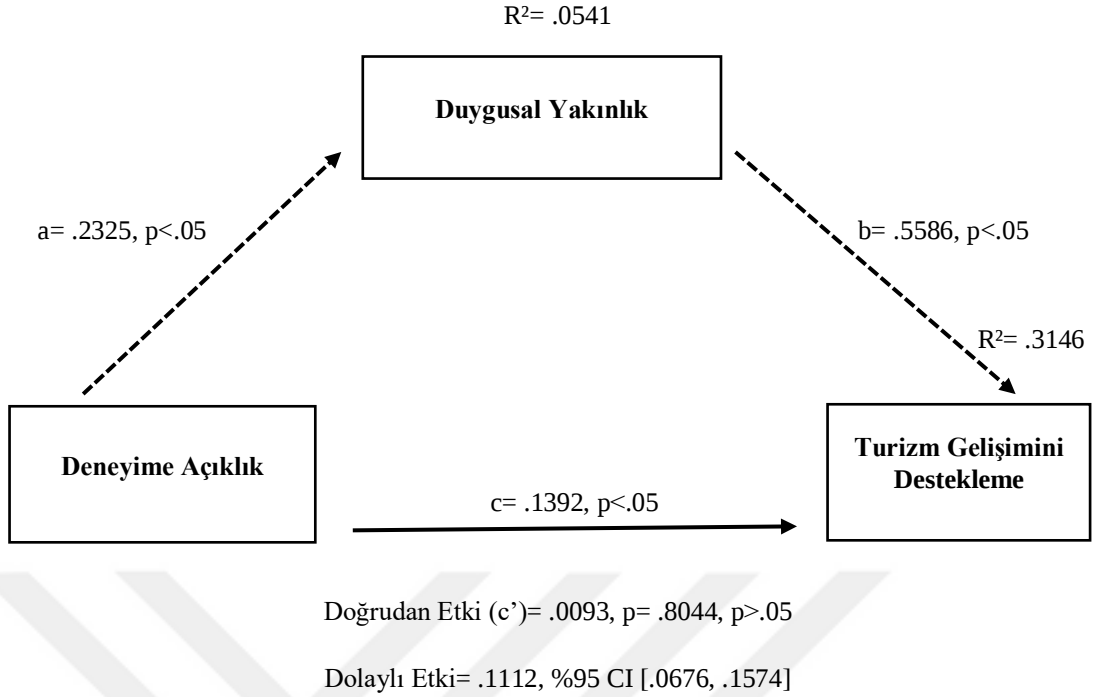


Doğrudan Etki (c') = .0420, $p = .2531, p > .05$

Dolaylı Etki = .0657, %95 CI [.0234, .1088]

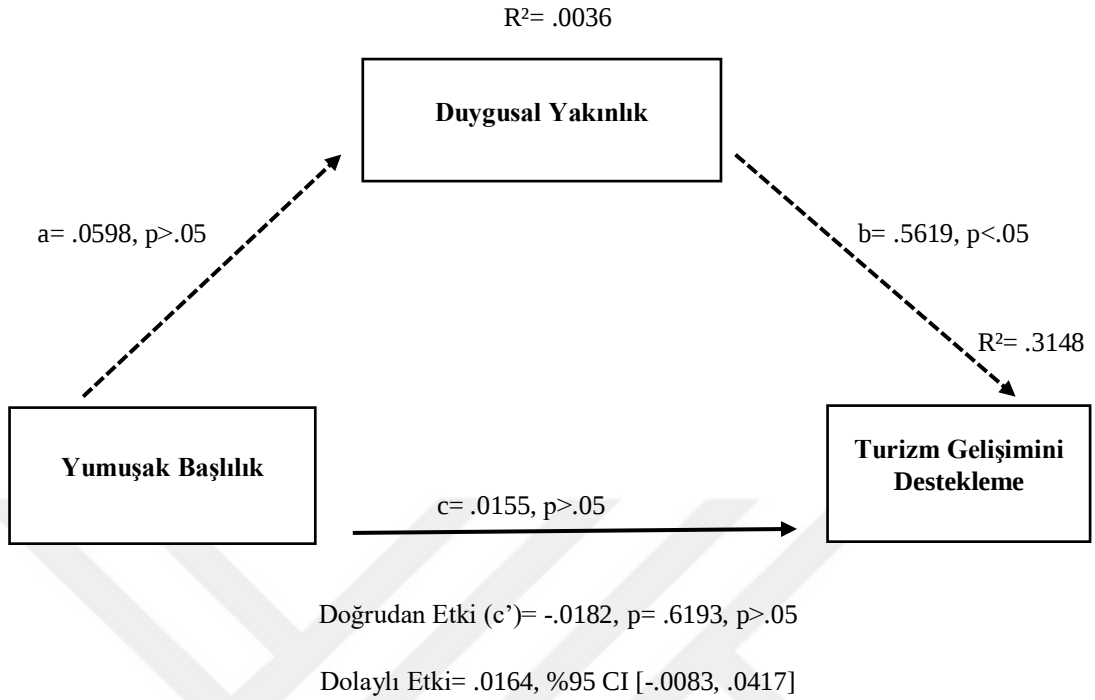
Şekil 4.8. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü

Öz denetimlik kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve duygusal yakınlık boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .0657$, %95 CI [.0234, .1088]) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değer ($K^2 = .0734$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından öz denetimlilik ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal yakınlığın **kısmi (tamamlayıcı) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan öz denetimlik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1154, p = .0085, p < .05$). Öz denetimlik boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından duygusal yakınlık boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1322, p = .0025, p < .05$). Aracı değişken duygusal yakınlık boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .5552, p = .0000, p < .05$).



Şekil 4.9. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü

Deneyime açıklık kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı ve duygusal yakınlık boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olduğu ($\beta = .1112, \%95 \text{ CI } [.0676, .1574]$) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içermediği görülmektedir. Aracılığın tam standardize etki büyüklüğünün orta değer ($K^2 = .1299$) bir etki büyüklüğüne sahip olduğu kabul edilebilir. Buna göre, kişilik boyutlarından deneyime açıklık ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal yakınlığın **kısmi (tamamlayıcı) aracılık rolünün olduğu** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık boyutunun turizm gelişimini üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .1392, p = .0015, p < .05$). Deneyime açıklık boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından duygusal yakınlık boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .2325, p = .0000, p < .05$). Aracı değişken duygusal yakınlık boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .5586, p = .0000, p < .05$).



Şekil 4.10. Kişilik –Turizm Gelişimini Destekleme İlişkisinde Duygusal Yakınlığın Aracı Rolü

Yumuşak başlılık kişilik boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olmadığı, duygusal yakınlık boyutunun da bu ilişkide aracılık rolünün olmadığı ($\beta = .0164, \%95 \text{ CI } [-.0083, .0417]$) ve analiz sonucunda ortaya çıkan güven aralıklarının 0 değerini içerdiği görülmektedir. Buna göre, kişilik boyutlarından yumuşak başlılık ve turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal yakınlığın **aracılık rolünün olmadığı** analiz sonucunda tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan doğrudan etkiler ise şu şekildedir; kişiliğin alt boyutu olan yumuşak başlılık boyutunun turizm gelişimini destekleme üzerinde (c yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = .0155, p = .7252, p > .05$). Yumuşak başlılık boyutunun duygusal dayanışma alt boyutlarından duygusal yakınlık boyutu üzerinde (a yolu) anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir ($\beta = .0598, p = .1735, p > .05$). Aracı değişken duygusal yakınlık boyutu bağımlı değişken turizm gelişimini destekleme üzerinde (b yolu) anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta = .5619, p = .0000, p < .05$).

Tablo 4.10. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

HİPOTEZLER		SONUÇ
H1	Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H1a	Yerel halkın kişilik boyutlarından dışa dönüklüğün turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H1b	Yerel halkın kişilik boyutlarından nörotikliğin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H1c	Yerel halkın kişilik boyutlarından öz denetimliliğin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H1d	Yerel halkın kişilik boyutlarından deneyime açıklığın turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H1e	Yerel halkın kişilik boyutlarından yumuşak başlılığın turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H2	Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışmasının turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H2a	Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü düzeyinin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H2b	Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık düzeyinin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H2c	Yerel halkın turistlere yönelik duygusal dayanışma boyutlarından sempati düzeyinin turizm gelişimini destekleme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Test edilmedi
H3	Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H4	Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.	Red
H5	Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H6	Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.	Red

Tablo 4.10. devamı

H7	Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörü boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H8	Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır	Kabul
H9	Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H10	Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H11	Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.	Kabul
H12	Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlık boyutunun aracılık rolü vardır.	Red
H13	Kişilik boyutlarından dışa dönüklük boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.	Test edilmedi
H14	Kişilik boyutlarından nörotiklik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.	Test edilmedi
H15	Kişilik boyutlarından öz denetimlilik boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.	Test edilmedi
H16	Kişilik boyutlarından deneyime açıklık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.	Test edilmedi
H17	Kişilik boyutlarından yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme arasındaki ilişkide duygusal dayanışma boyutlarından sempati duyma boyutunun aracılık rolü vardır.	Test edilmedi

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada Mardin ili yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmi destekleme üzerindeki etkisinde duygusal dayanışmanın aracılık rolü araştırılmıştır. Bu bağlamda nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde ise anket tekniği kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular neticesinde bağımlı-bağımsız-aracı değişken arasındaki ilişkiler aşağıda açıklandı, eleştirel kaynak incelemesi yapıldı ve akademik ve sektörel öneriler ortaya konulmuştur.

Araştırmada bulgularına göre ölçekler daha önce yapılmış araştırmalarla farklılık ve benzerlik göstermektedir. Kişilik ölçeği 10 ifade 5 boyut (dışa dönüklük, öz denetimlilik, nörotiklik, yumuşak başlılık, deneyime açıklık), duygusal dayanışma ölçeği 12 ifade 3 alt boyuta (ziyaretçilere karşı hoşgörü, sempati duyma, duygusal yakınlık) turizm gelişimini destekleme boyutu 5 ifade tek boyut olarak faktör analizi uygulanmıştır.

Güvenirliliği, daha önceden yapılmış birçok çalışmada kanıtlanmış duygusal dayanışma ölçeği, yapılan faktör analizi neticesinde Woosnam (2012) çalışmasına göre farklılık göstermiş ve 8 ifade ile 2 boyut (ziyaretçilere karşı hoşgörü ve duygusal yakınlık) altında toplanmıştır. Kişilik ve turizm gelişimini destekleme boyutu ölçeklerinden herhangi bir ifade çıkarılmamıştır ve boyutlandırma ölçeklerin alındığı çalışmalarla (Horzum vd., 2017; Eusébio vd., 2018; Çelik ve Rasoolimanesh, 2021) benzerlik göstermektedir.

Analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara göre; yerel sakinlerin kişilik özelliklerinin turizm gelişimini destekleme boyutu üzerindeki etkileri incelendiğinde, dışa dönüklük (β : .180) ve deneyime açıklık (β : .090) boyutlarının turizmi gelişimini

destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, yumuşak başlılık (β : -.034), öz denetimlilik (β : .072) ve nörotiklik (β : .005) boyutlarının turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre turizmin gelişiminde, dışa dönük ve deneyime açık kişilik özellikleri taşıyan bireylerin turizm gelişimine olan desteklerinin daha güçlü olacağı görülmektedir. Bunun sebebi dışa dönük özelliğe sahip kişilerin daha sıcak ve sosyal (Lounsbury ve Gibson, 2022) ayrıca iddialı, kısıtlamasız ve kendine güvenen yönleriyle, başka bireyleri olumlu yönde etkileme yetenekleri de vardır (Lin ve Worthley, 2012), deneyime açık bireylerin ise gelenekçi olmayıp daha entelektüel (Glass vd., 2013) ve yeniliğe açık özelliklere sahip olmaları ile açıklanabilir. Moghavvemi vd., (2020), yapmış oldukları araştırmanın sonuçları da çalışmanın sonuçları ile benzerlik gösterip, destekler niteliktedir. Bu özellikleri taşıyan bireylerin turizme karşı daha istekli, daha önyargısız olmaları ve turizmin gelişimi konusunda destek oluşturabilecekleri sonucu çıkarılabilir.

Çalışmada nevrotiklik, yumuşak başlılık ve öz denetimlilik kişilik özellikleri taşıyan bireylerin turizmin gelişimini desteklemede anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Nevrotik kişiler çoğunlukla duygusal anlamda endişeli, depresif ve kararsızdırlar (Yoo ve Gretzel, 2011). Bundan dolayı bu özelliğe sahip olan kişiler herhangi bir topluluğa bağlanmak, gerçekleştirilen faaliyetlere veya topluluk taahhüdüne dâhil olmak istemezler çünkü yaşanabilecek olumsuz etkilere karşı kendilerini koruma içgüdüğü içine girerler ve turizmin gelişmesinin sosyo-kültürel normlar üzerinden olumsuzluk yaratabileceğinden korkabilirler (Moghavvemi vd., 2020). Nevrotiklik üzerine elde edilen sonuçlar Moghavvemi vd., (2017) çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Öz denetimlilik özelliğine sahip bireyler çalışkan, kontrollü, düzenli ve yaptıkları işe düşkündürler. Tracey, Sturman ve Tews (2007), turizm sektöründe ön planda yer alan çalışanların başarı sağlamaları için gerekli olan kişilik özelliğinin öz denetimlilik (sorumluluk) olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Lee ve Tseng (2015) ise bazı meslek gruplarında kişinin öz denetimlilik düzeyi ne kadar yüksekse, risk alma ihtimalinin de o derecede düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durumu Costa ve McCrae (1992), özdenetimli kişilerin aşırı planlı ve organize olmaları ile açıklandığını ileri sürmüşlerdir.

Yerel sakinlerin duygusal dayanışmasının turizmi gelişimini destekleme boyutu üzerindeki etkileri incelendiğinde, ziyaretçilere karşı hoşgörü (β : .451) ve duygusal yakınlık (β : .338) boyutlarının turizm gelişimini destekleme boyutu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Erul vd., (2020) turizm gelişimini desteklemede duygusal dayanışmayı da dikkate alarak yapmış oldukları çalışma sonucunda duygusal dayanışma boyutlarının yerli halkın turizme karşı tutumlarını etkilediği ve yerli halkın turistlerle olan duygusal dayanışması arttıkça, yerel halkın potansiyelde turizmi ve dolayısıyla da turizm gelişimini daha çok destekleyeceklerini ön görmüşlerdir. Yapmış olduğumuz çalışma Erul vd. (2020) çalışmasını destekler niteliktedir.

Yerel sakinlerin kişilik özellikleri ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasında duygusal dayanışma boyutlarının (ziyaretçilere karşı hoşgörü, sempati duyma ve duygusal yakınlık) aracılık etkisini test etmek amacıyla 15 tane aracı etki hipotezi kurulmuştur. Fakat sempati duyma boyutu yapılan faktör analizi sonucunda maddelerin binişik çıkması sebebiyle analize dâhil edilmemiştir. Analiz sonuçlarına göre geriye kalan duygusal dayanışma boyutlarından; ziyaretçilere karşı hoşgörünün, kişilik boyutlarından; dışa dönüklük, öz denetimlilik ve yumuşak başlılık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu görülmektedir. Nörotiklik ve deneyime açıklık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ise aracılık etkisinin olmadığı, duygusal dayanışma boyutlarından; duygusal yakınlığın, kişilik boyutlarından; dışa dönüklük, öz denetimlilik, nörotiklik ve deneyime açıklık boyutları ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide aracılık etkisinin olduğu, yumuşak başlılık boyutu ile turizm gelişimini destekleme boyutu arasındaki ilişkide ise aracılık etkisinin olmadığı görülmektedir.

Çalışmada çıkan en şaşırtıcı sonuçlardan ilki yumuşak başlılığın (uyumluluk) turizm gelişimini desteklemede anlamlı bir etkisinin olmaması ve yine duygusal dayanışma boyutlarından duygusal yakınlığın turizm gelişimini desteklemede yumuşak başlılık boyutu üzerinde aracılık etkisinin olmamasıdır. İkinci olarak duygusal dayanışma boyutlarından ziyaretçilere karşı hoşgörünün turizm gelişimini desteklemede deneyime açıklık boyutu üzerinde aracılık rolünün olmamasıdır. Oysaki yumuşak başlı kişilerin uyumluluk özelliği taşıyan, nazik, düşünceli, dost canlısı, yardımsever,

uzlaşmacı, çatışmadan uzak (Ying ve Norman, 2014), birlik yanlısı, bağışlayan, sempatik (Fayombo, 2010; Myers vd., 2010; Rose vd., 2010) oldukları gibi başka bireylerle iletişime geçtiklerinde de bireyler hakkında olumlu yargılara sahiptirler (Tan vd., 2004) ve yine deneyime açık özelliği taşıyan bireylerin hayal gücü kuvvetli, yenilikçi, çeşitliliği tercih eden, yaratıcı, sorgulamayı seven, orijinal, meraklı (Feist ve Feist, 2008) kimseler olması sebebiyle turizm algılarının turizmi gelişimine verecekleri desteğin ve turistlerle olabilecek duygusal dayanışmalarının olumlu olması beklenmektedir (Moghavvemi vd., 2017). Nitekim elde edilen sonucu, Mardin ilinde turizm sektörü gelişme aşamasında olduğu için yerel sakinler ile bölgeyi ziyaret edenler arasında kişilerarası, etkileşim ve iletişimin az olması, turizmin bölgede henüz yeterli derecede istihdam sağlayamamış olması, sektör ile ilgili yerel halkın iş olanaklarının kısıtlı olması şeklinde yorumlanabilir.

Juric vd., (2020), çalışmalarında duygusal dayanışmanın, dışa dönüklük, deneyime açıklık ve uyumluluğun (yumuşak başlılık) etkilerine aracılık ettiği sonucuna varmışlardır. Çalışma sonuçlarımız ile kısmen benzerlik göstermektedir. Sonuç olarak, farklı kişilik yapılarına sahip bireylerde farklı algıların meydana geldiği görülmektedir.

Aracılık analizinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde doğrudan etkisinin anlamlı olmaması aracı değişkenin varlığını ortadan kaldırmaz (Gürbüz ve Bayık, 2021). Dolayısıyla özdenetimli veya yumuşak başlı kişilerin turizmi destekleyebilmesi için ayrıca ziyaretçiye karşı hoşgörü düzeyinin de yüksek olması ile turizmi desteklemeyi olumlu yönde etkileyebilir. Ve yine özdenetimli ve nörotik kişilerin turizmi destekleyebilmesi için duygusal yakınlık düzeyinin de yüksek olması ile turizmi desteklemeyi olumlu yönde etkileyebilir.

Bu tez çalışmasında turizmin gelişimini desteklemede, yerel halkın kişilik özellikleri ile duygusal dayanışmasının etkisi incelenmiştir. Literatürde duygusal dayanışmanın aracılık etkisini farklı değişkenler üzerinde tespit etmeye yönelik yapılan araştırmalar (Aleshinloye vd., 2019; J. Chen vd., 2022; Patwardhan vd., 2020) olsa da kişilik değişkeninin dahil olduğu çok az sayıda çalışma vardır. Ayrıca bu çalışmada duygusal dayanışmanın, kişilik ve turizm gelişimini destekleme üzerindeki aracılık etkisi de dikkate alınmıştır. Yerel halkın turizm gelişimi ile ilgili tutumlarını ele alan araştırmaların çoğu, sakinlerin kişilik yapılarını çok fazla dikkate almadığı ve daha

çok ekonomik, sosyal, kültürel etkilere odaklandığı görülmektedir. Bu çalışma kişilerarası psikolojik farklılıkları (kişilik yapıları) ve sosyo-psikolojik yaklaşımları (duygusal dayanışma) tarafından açıklamaya çalışmasının yanında turizm gelişimine desteğe de bir bakış açısı sunmaya çalışmaktadır. Bunun yanında turizm gelişimine desteği açıklamada bütüncül bir yaklaşım sergilemektedir.

ÖNERİLER

Sektöre İlişkin Öneriler

Yerel halkın kişilik özelliklerini ve duygusal dayanışmasını araştırmak, ziyaretçilere, topluluk katılımına veya turizm gelişimine verecekleri tepkilerin nasıl olabileceğini anlamak için yol gösterici olabilir. Sakinler bulundukları bölgede turizm gelişiminden fayda sağlarsa, gelişime daha fazla destek verebilirler. Bunun için yerel yönetimler birtakım karar alma sürecinde yerel sakinlerin katılımını ve turizme yönelik desteklerini ve düşüncelerini etkileyici, yaşadıkları yere karşı gurur duymalarını sağlayıcı, yaşadıkları yere bağlılıklarını ve olumlu bakış açılarını arttırıcı adımlar atmalıdırlar. Yerel halkın mevcut turizm faaliyetlerine katılımlarını sağlayacak fırsatlar verilmeli, yönetim ve planlama sürecine katılım şanslarının olması sağlanmalıdır. Birbirinden farklı kişilik özelliği taşıyan, (özellikle dışadönük ve deneyime açık kişilik özelliği taşıyan bireyler) bireylerin turizm planlamasında veya turizm gelişiminin değişik aşamalarında dâhil edilmeleri alınacak karar ve uygulamalarda fayda sağlayabilir.

Turizm faaliyetleri gerçekleştirirken bölgede bulunan firmaları, esnafları vb. bu faaliyetlere daha çok dâhil ederek istihdamı arttırmaya ve ekonomik açıdan kalkınmaya olanak sağlayarak turizmin yaşadıkları bölgeye fayda sağladığı düşüncesinin yerel halka hissettirilmelidir.

Çalışmanın sonuçları incelendiğinde yerel halkın kişilik yapıları ve ziyaretçilerle olan duygusal dayanışmasının turizm gelişimine desteklerini etkilediği görülmektedir. Mardin’de ikamet eden yerel sakinlerin çoğu bölgede turizmin gelişimini destekledikleri için bölgeye gelen ziyaretçilerle daha yakın olabileceklerdir. Yerel halk-turist arasında oluşabilecek bu duygusal yakınlık, ziyaretçiler açısından bölgeyi tekrar ziyaret etme düşüncelerini etkileyebilir. Yerel yöneticiler ve planlayıcılar tarafından, duygusal yakınlığın oluşturabilmesi ve iki

taraf arasında gelişebilecek ilişkiyi güçlendirmeye yönelik özel etkinlikler, festivaller, seminer ve fuarlar düzenlenmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır (Erul vd., 2020). Ayrıca Mardin'e genellikle paket turlar gelmektedir. Paket turlarda turistlerin halkla etkileşimi az olmaktadır. Bundan dolayı paket turların halkla etkileşimi arttırıcı yönde düzenlemeler yapılmalı ve münferit gezginlerin daha fazla gelmesi sağlanmalıdır.

Turizm Araştırmacılarına Yönelik Öneriler

Mardin ili için daha çok çalışmanın yapılması önem arz etmektedir. Bu perspektiften yerel halkın desteğini sağlamak, kişilik yapıları ile duygusal dayanışma arasındaki ilişkiyi incelemek ve gelecekteki çalışmalarda benzer veya farklı ölçeklerin kullanılması ve farklı kişilik özelliklerine yönelik çalışmaların yapılması yeni bakış açılarına veya sonuçlara ulaşarak literatüre de katkı sağlanabilir. Ayrıca ileriki çalışmalarda yer bağlılığı, yaşam kalitesi, turizm etkisi gibi değişkenlere yönelik araştırmalar yapılabilir.

Bundan sonraki çalışmalarda yerel sakinlerin algılarının yanında, yerel halk-turist arasındaki kültür farklılıklarını (tutum ve davranış vb.) da dâhil ederek bu çalışmanın modeli değiştirilip, genişletilebilir. Tutumlar arasındaki farklılıklar, değer, gelenek, inanç, dini algıların şekliyle, davranışsal ölçütler ise gündelik yaşam, dini uygulamalar ve seyahat ile alakalı bazı faaliyetlere katılım sıklığıyla belirlenebilir. Bu şekilde dayanışma, sakinlerin turizm ile ilgili bakış açıları ve turizm gelişimine verecekleri destek arasında olan ilişkiyi açıklamada yardımcı olabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, S. (2016). *Mardin tarihi bibliyografyası* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi.
- Adler, A. (2000). *Yaşama sanatı* (K. Şipal, Çev.; 7. Baskı). Say Yayınları.
- Adler, A. (2002). *Sosyal duygunun gelişiminde bireysel psikoloji* (H. Özgü, Çev.). Hayat Yayınları.
- Adongo, R., (Sam) Kim, S., ve Elliot, S. (2019). “Give and Take”: A social exchange perspective on festival stakeholder relations. *Annals of Tourism Research*, 75, 42-57. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.005>
- Ak, Y. (2022). *Mardin ilindeki arkeolojik alanların ilin turizm kalkınması açısından değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Batman Üniversitesi. <http://earsiv.batman.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12402/4239>
- Akış, S. (1999). Sürdürülebilir turizm ve Türkiye. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11.
- Akmeşe, H., Ataman, D., ve Aras, S. (2018). Somut kültürel mirasın turizm açısından değerlendirilmesi: Mardin ili örneği. *International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(29), 3598-3607.
- Aktaş, A. M. (2001). Bir kamu kuruluşunun üst düzey yöneticilerinin iş stresi ve kişilik özellikleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 56(4), 1.
- Aleshinloye, K. D., Fu, X., Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., ve Tasci, A. D. A. (2019). The influence of place attachment on social distance: Examining mediating effects of emotional solidarity and the moderating role of interaction. *Journal of Travel Research*, 1, 22.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., ve Perdue, R. R. (1993). Rural residents’ attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, 31(4), 27-33. <https://doi.org/10.1177/004728759303100405>
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., ve Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents’ perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21. <https://doi.org/10.1177/004728758802700104>

- Allik, J., ve McCrae, R. R. (2004). Toward a geography of personality traits: Patterns of profiles across 36 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35(1), 13-28. <https://doi.org/10.1177/0022022103260382>
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice* (25. yıl dönümü baskısı).
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., ve Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Altay, A. (2015). *Örgütsel vatandaşlık davranışı ile kişilik arasındaki ilişki üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Altıntaş, E., ve Gültekin, M. (2014). *Psikolojik danışma kuramları* (1. Baskı). Nobel Yayınevi.
- Ambro, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. *Anthropological Notebooks*, 17.
- Anastasopoulos, P. G. (1992). Tourism and attitude change. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 629-642. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90058-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90058-W)
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <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 ve Tourism Research*, 29(1), 67-90. <https://doi.org/10.1177/1096348004268196>
- Andriotis, K., ve 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., ve Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Aşkın, S. (2006). Mardin ilinin ekonomik kalkınma ve verimliliğine turizm sektörünün etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Yayınları*, 13, 250-265.
- Ataman, D. (2019). *Mardin halkının turizmin etkilerine yönelik algıları* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.

- Atsız, O., ve Kızılırmak, İ. (2017). Mardin'in doğal ve kültürel çekiciliklerinin destinasyon pazarlaması kapsamında incelenmesi. *Mukaddime*, 8(1), 25-41.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi: Genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Ayan, A. Ü. (2012). *Mardin folkloru* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Konya Selçuk Üniversitesi.
- Ayaz, N., ve Parlak, U. (2019). Kırsal alanlarda yaşayan yerel halkın kişilik tipleri ve turizm algısı. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(3), Art. 3. <https://doi.org/10.7596/taksad.v8i3.2144>
- Azak, Y. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında mekâna dayalı kimlik inşaları ve yaşam tarzı olasılıkları* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Babat, D. (2006). Mardin ilinin ekonomik kalkınma ve verimliliğine turizm sektörünün etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Yayınları*, 13, 231-248.
- Babu, V., ve Munjal, S. (2015). Oachira Panthrandu Vilakku: A study of a culturally embedded festival aligned with economic benefits. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 403-416. <https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2015-0009>
- Bahr, H. M., Mitchell, C., Li, X., Walker, A., ve Sucher, K. (2004). Trends in familysSpace/Time, conflict, and solidarity: Middletown 1924–1999. *City and Community*, 3(3), 263-291.
- Baştan, N. B. (2020). *Turizmin yerel halk üzerine sosyo-kültürel etkileri: Şirince köyü örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Pamukkale Üniversitesi. <http://acikerisim.pau.edu.tr:8080/xmlui/handle/11499/35349>
- Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, Art. 2.
- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. LandLinks Press.
- Bekleyen, A., Dalkılıç, N., ve Nurtekin Özer. (2014). Geleneksel Mardin Evi'nin mekânsal ve ısısal konfor özellikleri. *Türk Bilim Araştırma Vakfı*, 7(4), 28-44.
- Belisle, F. J., ve Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101. [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. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 205-221.
- Besculides, A., Lee, M. E., ve McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Beşer, M. U. (2017). Turizm potansiyeli ve destinasyon pazarlaması bağlamında "Mardin Kalesi". İçinde L. Toprak, A. Altürk, Ş. Aykol ve T. Arık Yüksel (Ed.), 18. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı 18-22 Ekim 2017, Mardin*. Detay Yayıncılık.
- Bhat, A. A., ve Mishra, R. K. (2021). Demographic characteristics and residents' attitude towards tourism development: A case of Kashmir region. *Journal of Public Affairs*, 21(2). <https://doi.org/10.1002/pa.2179>
- Blutner, R., ve Hochnadel, E. (2010). Two qubits for C.G. Jung's theory of personality. *Cognitive Systems Research*, 11(3), 243-259.
- Boeree, G. C. (1997). *Personality theories*.
- Boğan, E., ve Dedeoğlu, B. B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamalarına ilişkin karşılaştırmalı bir çalışma: Alanya ve Sapanca örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 10(2), 26-41.
- Bouchard, Jr., T. J., ve Loehlin, J. C. (2001). Genes, evolution and personality. *Behavior Genetics*, 31(3), 243-273.
- Bozkaya, E. (2013). *Örgüt çalışanlarının kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Hiyerarşik yapısı yüksek bir kurumda uygulama* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Bramwell, B. (1994). Rural tourism and sustainable rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 1-6.
- Breakwell, G. M. (1993). *Integrating paradigms, methodological implications*. Clarendon Press.
- Brett, C. (Ed.). (1997). *Understanding Life: An introduction to the psychology of Alfred Adler*. Oneworld Publications.
- Brougham, J. E., ve Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90042-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90042-6)

- Brunt, P., ve Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik* (İ. D. E. Sarioğlu, Çev.; 1. Baskı). Kaktüs Yayınları.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, R. W. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. İçinde *The Tourism Area Life Cycle*, 1 (ss. 3-12). Channel View Publications.
- Buzlukçu, C. (2020). *Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti ilişkisi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Büyüköztürk, S. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 14.
- Can, A. (2019). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi* (8. Baskı). Pegem Akademi.
- Carmichael, B. A. (2006). Linking quality tourism experiences, residents' quality of life, and quality experiences for tourists. İçinde G. Jennings ve N. P. Nickerson (Ed.), *Quality Tourism Experiences* (s. 115-135). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Carver, C. S., ve Connor-Smith, J. (2010). Personality and coping. *Annual Review of Psychology*, 61(1), 679-704.
- Cavus, S., ve Tanrisevdi, A. (2003). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3), 259-269. <https://doi.org/10.3727/108354203108750102>
- Chen, C.-F., ve Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31, 29-35.
- Chen, J., Liu, Si, Y., Law, R., ve Zhang, M. (2022). A study on the mediating role of emotional solidarity between authenticity perception mechanism and tourism support behavior intentions within rural homestay inn tourism. *Behavioral Sciences*, 12(9), 341.

- Chen, J. S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 24(1), 5-19, 341.
- Cheng, A. S., Kruger, L. E., ve Daniels, S. E. (2003). "Place" as an integrating concept in natural resource politics: Propositions for a social science research agenda. *Society ve Natural Resources*, 16(2), 87-104.
- Cloninger, C. R. (1993). A psychobiological model of temperament and character. *Archives of General Psychiatry*, 50(12), 975.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. Baskı). Lawrence Erlbaum Associates.
- Costa, P. T., ve McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13(6), 653-665.
- Crouch, D. (1994). Home, escape and identity: Rural cultures and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 93-101.
- Cuba, L., ve Hummon, D. M. (1993). A place to call home: Identification with dwelling, community, and region. *The Sociological Quarterly*, 34(1), 111-131. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1993.tb00133.x>
- Cüceloğlu, D. (2006). *İnsan ve davranış* (15.Baskı). Remzi Kitabevi.
- Çalışkan, U., ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası ilçesi uygulaması. İçinde N.Kozak (Ed.), *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (ss.806-824).
- Çelik, S. (2019a). Social psychological effects of tourism evaluation of the Tourist–Local people interaction within the context of Allport's intergroup contact theory. İçinde D. Gursoy and R. Nunkoo (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism Impacts* (ss. 242-251). Routledge.
- Çelik, S. (2019b). Does tourism reduce social distance? A study on domestic tourists in Turkey. *Anatolia*, 30(1), 115-126.
- Çelik, S. (2021). Factors affecting the impact of tourism on attitude change: A qualitative research. In role and impact of tourism in peacebuilding and conflict transformation. İçinde *The Role and Impact of Tourism in Peacebuilding and Conflict Transformation* (s. 238-254). IGI Global.
- Çelik, S., Öztürk, E., ve Coşkun, E. (2019). Turistlerin destinasyon kişiliği ve kalite algılarının tekrar gelme eğilimleri üzerindeki etkileri: İspanya/Endülüs

- Bölgesi'nde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 18.
- Çelik, S., ve Rasoolimanesh, S. M. (2021). Residents' attitudes towards tourism, Cost–Benefit attitudes, and support for tourism: A Pre-Development perspective. *Tourism Planning ve Development*, 1-19.
- Çolak, E. (2017). *Muğla halkının turizm olgusuna ve turizm etkilerine bakış açılarını anlamaya yönelik bir alan araştırması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Darshani, R. K. N. D. (2014). A review of personality types and locus of control as moderators of stress and conflict management. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(2), 1-8.
- Davis, D., Allen, J., ve 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>
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Dickinson, J. E., ve Robbins, D. (2008). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management*, 29(6), 1110-1121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.003>
- Diedrich, A., ve 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>
- Dinler, C. (2015). Kars yöresine ait manilerden hareketle manilerin piskanalitik yaklaşımla çözümlenmesi üzerine bir deneme. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 5.
- Dougherty, K. C., Eisenhart, M., ve Webley, P. (1992). The role of social representations and national identities in the development of territorial knowledge: A study of political socialization in Argentina and England. *American Educational Research Journal*, 29(4), 809-835.
- Draper, J., Woosnam, K. M., ve Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.

- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi: Turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (19), 291-313.
- Durkheim, E. (1995). *The elementary forms of religious life* (K.E. Filds, Çev.). The Free Press.
- Durna, U. (2004). Stres, A ve B tipi kişilik yapısı ve bunlar arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 11(1), 16.
- Ekici, M. (2000). Halk, halk bilimi ve halk bilgisi üzerine bir deneme. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 45, 2-8.
- Eren, E. (1984). *Yönetim psikolojisi* (2. Baskı). 30.Yıl Yayınları.
- Erul, E. (2018). *Considering residents' behavioral support for tourism development: A theoretical examination of the emotional solidarity theory and the theory of planned behavior* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Texas AveM University.
- Erul, E., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., ve Salazar, J. (2020). Complementing theories to explain emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1800718>
- Esmaeil Zaei, M., ve Esmaeil Zaei, M. (2013). *The impacts of tourism industry on host community*. 1(2), 12-21.
- Esman, M. R. (1984). Tourism as ethnic preservation. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 451-467. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90031-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90031-8)
- Eusébio, C., Vieira, A. L., ve Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695>
- Faulkner, B., ve 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>
- Fayombo, G. (2010). The relationship between personality traits and psychological resilience among the caribbean adolescents. *International Journal of Psychological Studies*, 2(2), 12.
- Feist, J., ve Feist, G. J. (2008). *Theories of personality* (7. Baskı). he McGraw- Hill Companies.

- Firebaugh, G., ve Beck, F. D. (1994). Does economic growth benefit the masses? Growth, dependence, and welfare in the third world. *American Sociological Review*, 59(5), 631. <https://doi.org/10.2307/2096441>
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279. <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>
- Fredline, E., ve Faulkner, B. (2000). Host community reactions. *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)
- Fromm, E. (1994). *Erdem ve mutluluk ahlak psikolojisi üzerine bir inceleme* (A. Yörükan, Çev.; 2. Baskı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Funder, D. C. (2012). Accurate personality judgment. *Current Directions in Psychological Science*, 21(3), 177-182.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., ve Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 373-393. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.18.080192.002105>
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., ve Taheri, B. (2021). Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149-171. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A., ve Schwab, N. (2013). The influence of personality and facebook use on student academic performance. *Issues in Information Systems*, 14(2), 199-126.
- Goulet, D. (1992). Development: Creator and destroyer of values. *World Development*, 20(3), 467-475. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(92\)90036-U](https://doi.org/10.1016/0305-750X(92)90036-U)
- Gökçe, Y. (2002). İlkel toplumları kapsmayan bir teori: Psikanaliz. *Milli folklor*, 7(55), 119-122.
- Griffin, R. W., ve Moorhead, G. (2014). *Organizational behavior: Managing people and organizations* (11. Baskı). South-Western/Cengage Learning.
- Guo, Y., Kim, S., ve Chen, Y. (2014). Shanghai residents' perceptions of tourism impacts and quality of life. *Journal of China Tourism Research*, 10(2), 142-164. <https://doi.org/10.1080/19388160.2013.849639>
- Gursoy, D., Jurowski, C., ve Uysal, M. (2002). Resident attitudes. *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)

- Gursoy, D., ve Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gustafson, P. (2002). Tourism and seasonal retirement migration. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 899-918. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00084-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00084-6)
- Günel, V. (2006). *Mardin ilinde kültürel çekicilikler ve turizm amaçlı kullanım olanakları* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Gündüz, E. (2011). *Tarihi kentin çevresel kapasite yöntemi ile korunması: Mardin örneği* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Güneş, N. (2014). *Yerel halkın turizm algısı ve turizme katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez ilçesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Gürbüz, S., ve Bayık, M. E. (2021). Aracılık modellerinin analizinde yeni yaklaşım: Baron ve Kenny'nin yöntemi hâlâ geçerli mi? *Türk Psikoloji Dergisi*, 36(88), 1-14.
- Güven, M. (2006). Gökkuşuğu kent: Mardin. *Adıyaman Üniversitesi Yayınları*, 13, 255-264.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature Switzerland AG.
- Halfacree, K. H. (1993). Locality and social representation: Space, discourse and alternative definitions of the rural. *Journal of Rural Studies*, 9(1), 23-37. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(93\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0743-0167(93)90003-3)
- Hammarström, G. (2005). The construct of intergenerational solidarity in a lineage perspective: A discussion on underlying theoretical assumptions. *Journal of Aging Studies*, 19(1), 33-51. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2004.03.009>
- Haralambopoulos, N., ve Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism. *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>

- Hasani, A., Moghavvemi, S., ve Hamzah, A. (2016). The impact of emotional solidarity on residents' attitude and tourism development. *PLOS ONE*, 11(6), e0157624. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0157624>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis* (2. Baskı). Guilford Press.
- Heilbrun Jr., A. B., Palchanis, N., ve Friedberg, E. (1986). Self-Report measurement of type a behavior: Toward refinement and improved prediction. *Journal of Personality Assessment*, 50(4), 525-539.
- Hellriegel, D., ve Slocum, J. W. (2011). *Organizational behavior* (13. Baskı). South-Western Cengage Learning.
- Hernández, B., Carmen Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. E., ve Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319.
- Hewstone, M., Fincham, F. D., ve Foster, J. (2005). *Psychology* (1. Baskı). Blackwell Pub.
- Hewstone, M., ve Greenland, K. (2000). Intergroup conflict. *International Journal of Psychology*, 35(2), 136-144. <https://doi.org/10.1080/002075900399439>
- Hidalgo, M. C., ve 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>
- Horzum, M. B., Ayas, T., ve Padir, M. A. (2017). Beş faktör kişilik ölçeğinin Türk kültürüne uyarlanması. *Sakarya University Journal of Education*, 398-408. <https://doi.org/10.19126/suje.298430>
- Houston, F. S., ve Gassenheimer, J. B. (1987). Marketing and exchange. *Journal of Marketing*, 51(4), 3-18. <https://doi.org/10.1177/002224298705100402>
- Huh, C., ve Vogt, C. A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: A cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455. <https://doi.org/10.1177/0047287507308327>
- Hussein, B. A. (2014). Relationship between personality types A and B and creativity level of secondary school students' in Kwara State, Nigeria. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*, 19(8), 58-63.

- Ingham, P. W. (1993). Localized hedgehog activity controls spatial limits of wingless transcription in the *Drosophila* embryo. *Nature*, 366(6455), 560-562. <https://doi.org/10.1038/366560a0>
- Isır, T. (2006). *Örgütlerde personel seçim süreci: Bir kamu kuruluşundaki yönetici personelin kişilik özelliklerini tespit edilerek personel seçim sürecinin iyileştirilmesi üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Işık, C., ve Turan, B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı: İzmir ili üzerine bir uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*.
- İbrahimoglu, N., ve Karayilan, D. (2012). A ve B tipi kişilik özellikleri ile zaman yönetimi davranışları arasındaki ilişkiler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 12.
- İnanç Yazgan, B., ve Yerlikaya, E. E. (2012). *Kişilik kuramları* (6.baskı). Pegem Akademi.
- İnanır, A. (2012). *Konaklama işletmelerinde işgörenlerin kişilik tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley ve Sons.
- İnanir, A., ve Uçar, Ö. (2021). Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeylerine etkisi: Antalya örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 25. <https://doi.org/10.26466/opus.837754>
- Jacobs, S., ve Allen, R. (2005). *Duygu, akıl ve gelenek: Michael Polanyi'nin sosyal, politik ve ekonomik düşüncesi üzerine denemeler—DRO*.
- Jani, D., Jang, J.-H., ve Hwang, Y.-H. (2014). Big five factors of personality and tourists' internet search behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(5), 600-615. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.773922>
- Joo, D., Tasci, A. D. A., Woosnam, K. M., Maruyama, N. U., Hollas, C. R., ve Aleshinloye, K. D. (2018). Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. *Tourism Management*, 64, 245-257. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.012>
- Jung, C. G. (1921). *Psychological types* (J. Beebe, Ed.). Routledge.

- Juric, J., Lindenmeier, J., ve Arnold, C. (2021). Do emotional solidarity factors mediate the effect of personality traits on the inclination to use nonmonetary peer-to-peer accommodation networks? *Journal of Travel Research*, 60(1), 47-64. <https://doi.org/10.1177/0047287519895127>
- Jurowski, C., ve Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., ve Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of Host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
- Kandler, C., ve Papendick, M. (2017). Behavior genetics and personality development: A methodological and meta-analytic review. İçinde J. Specht (Ed.), *Personality Development Across the Lifespan* (ss. 473-495). Academic Press.
- Kaplan, T. (2008). *İşgörenlerin kişilik tiplerinin örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi: Bursa' da mobilya sektöründe uygulama örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dumlupınar Üniversitesi.
- Karaman, E. E., ve Çetinkaya, N. (2019). Kişilik özelliklerinin algılanan aşırı nitelikliliğe etkisi: Konaklama işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma görünümü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 21.
- Kasarda, J. D., ve Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 39(3), 328. <https://doi.org/10.2307/2094293>
- Kavenská, V., ve Simonová, H. (2015). Ayahuasca tourism: Participants in shamanic Rituals and their personality styles, motivation, benefits and risks. *Journal of Psychoactive Drugs*, 47(5), 351-359.
- Keskin, E., ve Gündoğan, H. (2019). Beş faktör kişilik özellikleri ile iş performansı arasındaki ilişkiler: Beş yıldızlı oteller üzerine bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 15.
- Kırdök, O., ve Doğanülkü, H. A. (2018). Öğretmenlerin mesleki bağlılıklarının yordayıcısı olarak kişilik özellikleri. *Turkish Studies Educational Sciences*, 13(19), 1163-1175.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of residents in the community* [Yayımlanmamış doktora tezi]. State University, Blacksburg, Virginia.

- Kim, M. J., Bonn, M., Lee, C.-K., ve Kim, J. S. (2019). Effects of employees' personality and attachment on job flow experience relevant to organizational commitment and consumer-oriented behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 156-170.
- Ko, D.-W., ve 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)
- Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212. <https://doi.org/10.1080/01490409809512280>
- Kousis, M. (1989). Tourism and the family in a rural cretan community. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 318-332.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma :Tasarım, yazım ve yayım teknikleri* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2014). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar* (15.baskı). Detay Yayıncılık.
- Köknel, Ö. (1985). *Kaygıdan mutluluğa kişilik* (1. Baskı). Altın Kitaplar Basımevi.
- Kuo, N.-T., Cheng, Y.-S., Chiu, W.-H., ve Cho, S. (2015). Personalities of travel agents with strong sales records in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(9), 1001-1019. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1093514>
- Kuru, E., ve Başbuğ, G. (2008). Futbolcuların kişilik özellikleri ve bedenlerini algılama düzeylerinin incelenmesi. *Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 095-101. https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000094
- Kwon, J., ve Vogt, C. (2010). Identifying the role of cognitive, affective, and behavioural components in understanding residents' attitudes toward place marketing. *Journal of Travel Research*, 49(4).
- Kye-Sung Chon. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *The Tourist Review*, 45(2), 2-9. <https://doi.org/10.1108/eb058040>
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M., ve Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3), 1-36.

- Latkova, P. (2008). *An examination of factors predicting residents' support for tourism development*. Michigan State University. Department of Park, Recreation and Tourism Resources.
- Lawler, E. J. (2001). An affect theory of social exchange. *American Journal of Sociology*, 107(2), 321-352. <https://doi.org/10.1086/324071>
- Lee, T. H., ve Tseng, C. H. (2015). How personality and risk-taking attitude affect the behavior of adventure recreationists. *Tourism Geographies*, 17(3), 307-331. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.1000955>
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.
- Leung, R., ve Law, R. (2010). A review of personality research in the tourism and hospitality context. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 27(5), 439-459. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.499058>
- Li, X., ve Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224889>
- Liang, Z.-X., ve Hui, T.-K. (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China. *Tourism Management*, 57, 56-67. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.001>
- Lin, I. Y., ve Worthley, R. (2012). Servicescape moderation on personality traits, emotions, satisfaction, and behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 31-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.05.009>
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., ve Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Liu, J. C., ve Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
- Lounsbury, J. W., ve Gibson, L. W. (2022). Resource associates. *Resource Associates, Inc.*, 53.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (12. Baskı). McGraw-Hill Irwin.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), Art. 1.

- Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2021, Şubat 24). *Kiliseler*.
<http://www.mardin.gov.tr/yeni-kiliseler>
- Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2019, Şubat 24). *İklim*.
- Mardin İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2022, Ekim 10). *Yıllara Göre Konaklayan Ziyaretçi İstatistikleri*.
- Mardin Valiliği. (2021, Ekim 26). *Mardin*.
- Maruyama, N. U., Ribeiro, M. A., ve Woosnam, K. M. (2020). The effect of minority residents' attitudes and emotional solidarity on ethnic neighborhood tourism: A multigroup invariance analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1849238>
- Mason, P., ve Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McAdams, D. P., ve Olson, B. D. (2010). Personality development: Continuity and change over the life course. *Annual Review of Psychology*, 61(1), 517-542. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100507>
- McCool, S. F., ve Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McCrae, R. R. (1993). Openness to experience as a basic dimension of personality. *Imagination, Cognition and Personality*, 13(1), 39-55.
- McCrae, RR ve Costa, PT, Jr. (2008). Beş faktör kişilik teorisi. İçinde OP John, RW Robins ve LA Pervin (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (ss. 159–181). Guilford Basın.
- McCrae, R. R., ve Costa, P. T. (1985). Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 6(5), 587-597.
- McCrae, R. R., ve John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-215.
- McGehee, N. G., ve Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Studies*, 43(2), 131-140.
- McIntyre, G. (1993). Sustainable tourism development: Guide for local planners. *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*.

- Milman, A., Reichel, A., ve Pizam, A. (1990). The impact of tourism on ethnic attitudes: The Israeli- Egyptian case. *Journal of Travel Research*, 29(2), 45-49. <https://doi.org/10.1177/004728759002900207>
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Hamzah, A., ve Hassani, A. (2020). Considering residents' personality and community factors in explaining satisfaction with tourism and support for tourism development. *Tourism Planning ve Development*, 18(3), 267-293.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., ve Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.021>
- Monterrubio, J. C., ve Andriotis, K. (2014). Social representations and community attitudes towards spring breakers. *Tourism Geographies*, 16(2), 288-302. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.889208>
- Morgan, C. T., King, R. A., Weisz, J. R., ve Schopler, J. (1993). *Introduction to psychology* (7. Baskı). McGraw Hill Education (Hindistan) Private Limited Yeni Delhi.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250.
- Munanura, I. E., Needham, M. D., Lindberg, K., Kooistra, C., ve Ghahramani, L. (2021). Support for tourism: The roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-16.
- Musellim, F. (2021). *Kişilik tipleri ve fiyat algısı: Antalya destinasyonu ziyaretçileri üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Karabük Üniversitesi.
- Myers, S. D., Sen, S., ve Alexandrov, A. (2010). The moderating effect of personality traits on attitudes toward advertisements: A contingency framework. *Management ve Marketing*, 5(3), 3-20.
- Nolen-Hoeksema, S., Fredrickson, B. L., Loftus, G. R., ve Wagenaar, W. A. (2009). *Atkinson ve Hilgard's introduction to psychology* (15.baskı). Canale.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. J., ve Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.

- Odabaşı, Y. (1999). Anket yöntemi. İçinde A. A. Bir (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Omorodion, O., ve Osayande, F. (2012). *Personality theories: A comparative analysis*. Bilgi İnceleme.
- Ouyang, Z., Gursay, D., ve Sharma, B. (2017). Role of trust, emotions and event attachment on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 63, 426-438. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.026>
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T., ve Nasıroğlu, S. (2012). Personality development. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar - Current Approaches in Psychiatry*, 4(4), 566. <https://doi.org/10.5455/cap.20120433>
- Özgürel, G. (2020). *Turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi üzerine bir inceleme* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Özkalp, E. (2013). İçinde A. Ç. Kirel ve O. Ağlargoğlu (Ed.), *Örgütsel davranış*. Anadolu Üniversitesi.
- Özmen, A. (1999). Örneklem. İçinde A. A. Bir (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özsoy, E., ve Yıldız, G. (2013). Kişilik kavramının örgütler açısından önemi: Bir literatür taraması. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(2), 12.
- Öztürk, Y. (2020). Yerel halkın bölge turizmine bakış açılarının ve farkındalıklarının belirlenmesi üzerine Çankırı'da bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 427-443. <https://doi.org/10.24010/soid.716100>
- Park, M., ve Stokowski, P. A. (2009). Social disruption theory and crime in rural communities: Comparisons across three levels of tourism growth. *Tourism Management*, 30(6), 905-915. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.015>
- Park, M.-S., Lee, K. H., Sohn, S., Eom, J.-S., ve Sohn, J.-H. (2014). Degree of extraversion and physiological responses to physical pain and sadness. *Scandinavian Journal of Psychology*, 55(5), 483-488.
- Passafaro, P., Cini, F., Boi, L., D'Angelo, M., Heering, M. S., Luchetti, L., Mancini, A., Martemucci, V., Pacella, G., Patrizi, F., Sassu, F., ve Triolo, M. (2015). The "Sustainable Tourist": Values, attitudes, and personality traits. *Tourism and Hospitality Research*, 15(4), 225-239.
- Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Payini, V., Woosnam, K. M., Mallya, J., ve Gopalakrishnan, P. (2020). Visitors' place attachment and destination loyalty:

- Examining the roles of emotional solidarity and perceived safety. *Journal of Travel Research*, 59(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/0047287518824157>
- Pavlic, I., ve Portolan, A. (2015). Irritation index, tourism. İçinde J. Jafari and H. Xiao (Eds.), *Tourism Encyclopedia (s.1-2)*. Springer International Publishing.
- Pearce, Moscardo, G., ve Ross, G. (1996). *Tourism community relationships*. Elsevier.
- Pel, E., Türkmen, F., ve Yarmacı, N. (2010). Turizm sektöründeki işgörenlerin kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 8.
- Perdue, R. R., Long, P. T., ve Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T., ve Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. *Annual Review of Psychology*, 49(1), 65-85. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.49.1.65>
- Phuc Nguyen, H., ve Nguyen, H. M. (2020). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: Case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, 20.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Pizam, A., ve Pokela, J. (1985). The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research*, 12(2), 147-165.
- Pizam, A., Uriely, N., ve Reichel, A. (2000). The intensity of tourist–host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: The case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21(4), 395-406.
- Potter, J., ve Litton, I. (1985). Some problems underlying the theory of social representations. *British Journal of Social Psychology*, 24(2), 81-90.
- Poussard, J.M., ve Bastounis, M. (2008). Kimlik ve sosyal temsiller. İçinde H. Tanrıöver (Ed.), *Sen benim kim olduğumu biliyor musun? Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümler*. Hil Yayınları.

- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., ve Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629-640.
- Proshansky, H. M. (1978). The city and Self-Identity. *Environment and Behavior*, 10(2), 147-169. <https://doi.org/10.1177/0013916578102002>
- Radsepehr, H., Shareh, H., ve Dehnabi, A. (2016). Comparing metacognitive beliefs and thought control strategies among iranian students with three personality types. *Education in Medicine Journal*, 8(1), 1-14.
- Ramkissoon, H., ve Nunkoo, R. (2011). City image and perceived tourism impact: Evidence from Port Louis, Mauritius. *International Journal of Hospitality ve Tourism Administration*, 12(2), 123-143.
- Rammstedt, B., ve John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the big five inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 203-212.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., ve Woosnam, K. M. (2017). Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries. *Tourism Management*, 61, 523-537.
- Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., Pinto, P., ve Silva, J. A. (2018). Tourists' destination loyalty through emotional solidarity with residents: An integrative moderated mediation model. *Journal of Travel Research*, 57(3), 279-295. <https://doi.org/10.1177/0047287517699089>
- Rose, R. C., Ramalu, S. S., Uli, J., ve Samy, N. K. (2010). Expatriate performance in overseas assignments: The role of big five personality. *Asian Social Science*, 6(9), p104. <https://doi.org/10.5539/ass.v6n9p104>
- Rosengren, W. R. (1959). Symptom manifestations as a function of situational press: A demonstration in socialization. *Sociometry*, 22(2), 113.
- Rothman, R. A. (1978). Residents and transients: Community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Ryckman, R. M. (2008). *Theories of personality* (9. baskı). Thomson Wadsworth.
- Samirkaş, M., ve Samirkaş, M. C. (2014). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), Art. 1. <https://doi.org/10.24889/ifede.268176>
- Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde kişilik faktörü. *Eğitim Yönetimi*, 4, 22.

- Schermerhorn Jr., J. R., Hunt, J. G., ve Osborn, R. N. (2002). *Organizational behavior* (7.baskı). John Wiley ve Sons, A.Ş.
- Schultz, D. P., ve Schultz, S. E. (2009). *Theories of personality* (9.baskı). Wadsworth Cengage Learning.
- Semiz Bora, B. (2015). Tüketicilerin kişilik tiplerinin satın alma tarzlarına etkisinin incelenmesi. *Türk Pazarlama Dergisi*, 5(1), 77-99.
- Shafaei, F., ve Mohamed, B. (2015). Turizm sosyal etki değerlendirmesine yönelik aşama tabanlı bir model geliştirme çalışması. *Uluslararası Bilimsel ve Araştırma Yayınları Dergisi*, 5(3), 1-6.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Sheldon, P. J., ve Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of waikiki. *Tourism Management*, 22(5), 435-443.
- Shtudiner, Z., Klein, G., ve Kantor, J. (2018). How religiosity affects the attitudes of communities towards tourism in a sacred city: The case of Jerusalem. *Tourism Management*, 69, 167-179.
- Simpson, J. J., ve Simpson, P. M. (2016). Emotional solidarity with destination security forces. *Journal of Travel Research*, 56(7), 927-940.
- Soysal, A. (2008). Çalışma yaşamında kişilik tipleri: Bir literatür taraması. *Çimento İşverenler Dergisi*, 22(1), 16.
- Stedman, R. C. (2002). Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place-based cognitions, attitude, and identity. *Environment and Behavior*, 34(5), 561-581. <https://doi.org/10.1177/0013916502034005001>
- Street, D. (1965). The inmate group in custodial and treatment settings. *American Sociological Review*, 30(1), 40. <https://doi.org/10.2307/2091772>
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., ve Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Suchman, E. A. (1964). Sociomedical variations among ethnic groups. *American Journal of Sociology*, 70(3), 319-331. <https://doi.org/10.1086/223842>
- Şentürk, B. (2019). *Edremit ilçesi yerel halkının turizm gelişimine yönelik algısı* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.

- Tajfel, H., ve Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. İçinde J. T. Jost ve J. Sidanius (Ed.), *Political Psychology* (1.baskı, ss. 276-293). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203505984-16>
- Tan, H. H., Foo, M. D., ve Kwek, M. H. (2004). The Effects of customer personality traits on the display of positive emotions. *Academy of Management Journal*, 47(2), 287-296. <https://doi.org/10.5465/20159579>
- Tayfun, A., ve Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Teye, V., Sirakaya, E., ve F. Sönmez, S. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Theodori, G. L. (2000). Levels of analysis and conceptual clarification in community attachment and satisfaction research: Connections to community development. *Community Development Society. Journal*, 31(1), 35-58.
- Todaro, M. P. (1994). *Economic development* (5. Baskı). New York, London: Longman. - PDF Free Download. <https://docplayer.net/14061680-Todaro-m-p-1994-economic-development-5th-ed-new-york-london-longman.html>
- Tokat, B., Kara, H., ve Karaa, M. Y. (2013). A-B tipi kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin olası bir örgütsel değişime yatkınlıklarının araştırılması. *Turkish Studies*, 8(8), 16.
- Tomljenovic, R. (2010). Tourism and intercultural understanding or contact hypothesis revisited. O. Moufakkir ve L. Kelly (Eds.), *Tourism, Progress and Peace* (ss. 17-34). CABI.
- Toprak, L. (2015). Mardin'de halkın turizm algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 201-218.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts. *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)
- Tracey, J. B., Sturman, M. C., ve Tews, M. J. (2007). Ability versus personality: Factors that predict employee job performance. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(3), 313-322.
- Triandis, H. C., ve Suh, E. M. (2002). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 133-160.

- Turan, B. (2018). *Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki: İzmir İli Örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi
- Türk dil kurumu. (t.y.). *Kişilik ne demek TDK Sözlük Anlamı*. Erişim tarihi: Şubat 11, 2022, <https://sozluk.gov.tr/?kelime=kişilik>
- Türkiye istatistik Kurumu. (2021). *TÜİK - Veri Portalı*. Erişim tarihi: Nisan 19,2022, <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=n%C3%BCfusvedil=1>
- Türkmen, F. (2013). *Kişilik tiplerinin çatışmayı yönetme yöntemlerine etkisi: Turizm sektöründe bir uygulama* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Türksoy, Ö. (1986). *Çevresel psikoloji, planlama ve kentsel bütünleşme*. 13-16.
- Ulucan, E., ve Kahraman, N. (2017). Kültür kenti Mardin’de turizm konaklama arz ve talebinin gelişimi ve analizi. *18. Ulusal Turizm Kongresi*, 1(1), 21-27.
- Um, S., ve Crompton, J. L. (1987). Measuring resident’s attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- Unur, K. (2004). Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(4), 29.
- Uygur, A. E. (2015). *Din psikolojisi açısından ‘Alfred Adler Psikolojisi’nin değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Üngüren, E. (2011). *Psikobiyolojik kişilik kurami ekseninde yöneticilerin kişilik özellikleri, karar verme stilleri ve örgütsel sonuçlara yansımaları* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M. A., ve Porras-Bueno, N. (2009). Residents’ attitudes towards tourism development in the Spanish province of Huelva. *Narodnostopanski Arhiv, International Edition*, 5, 31-63.
- Wallece, R. A., ve Wolf, A. (2006). *Contemporary sociological theory Ruth A. Wallace, Alison Wolf Uploaded by university of Sargodha... Taimoor Ali*. Pearson. <http://archive.org/details/ContemporarySociologicalTheoryRuthA.WallaceAlisonWolfUploadedByUniversityOfSargodha...TaimoorAli>
- Wang, S. (2016). Roles of place identity distinctiveness and continuity on resident attitude toward tourism. *European Journal of Tourism Research*, 13, 58-68.

- Wang, S., ve Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Ward, C., ve Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.005>
- Wearing, S., ve Larsen, L. (1996). Assessing and managing the sociocultural impacts of ecotourism: Revisiting the Santa Elena rainforest project. *The Environmentalist*, 16(2), 117-133. <https://doi.org/10.1007/BF01325103>
- Weimar, D., ve Rocha, C. M. (2019). Does distance matter? Geographical distance and domestic support for mega sports events. *Journal of Sports Economics*, 20(2), 286-313. <https://doi.org/10.1177/1527002517724505>
- Weinstein, T. A. R., Capitanio, J. P., ve Gosling, S. D. (2008). Personality in animals. İçinde *Handbook of Personality: Theory and Research* (ss. 328-350). The Guild Press.
- Williams, S. (2002). Tourism geography. *Routledge*, 225.
- Woo, E., Kim, H., ve Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
- Woosnam, K. M. (2011). Comparing residents' and tourists' emotional solidarity with one another: An extension of Durkheim's model. *Journal of Travel Research*, 50(6), 615-626. <https://doi.org/10.1177/0047287510382299>
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327. <https://doi.org/10.1177/0047287511410351>
- Woosnam, K. M. ., ve Aleshinloye, K. D. (2015). Residents' emotional solidarity with tourists: Explaining perceived impacts of a cultural heritage festival. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 1(19), 19.
- Woosnam, K. M., ve Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., ve Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258. <https://doi.org/10.1177/0047287509332334>

- www.mardin.gov.tr. (2021). *Medreseler*. Erişim tarihi: Şubat 24, 2022, <http://www.mardin.gov.tr/yeni-medreseler>
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (4.baskı). Detay Yayıncılık.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik özellikleri ve iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. “İş, Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 22.
- Yılmaz, V., ve Dalbudak İlhan, Z. (2018). Aracı değişken etkisinin incelenmesi: Yüksek hızlı tren işletmeciliği üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 18.
- Yılmaz, Ö. D., ve Filiz, A. (2017). Turizm gelişim yaklaşımları kapsamında yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları: Mazı Köyü-Türkbükü karşılaştırmalı analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 109-110.
- Ying, T., ve Norman, W. C. (2014). Personality Effects on the social network structure of boundary-spanning personnel in the tourism industry. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 41(5), 515-538.
- Yoo, K.-H., ve Gretzel, U. (2011). Influence of personality on travel-related consumer-generated media creation. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 609-621. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.05.002>
- Yozukmaz, N., Bertan, S., ve Alkaya, S. (2020). Festivals’ social impacts and emotional solidarity. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(2), 239-253.
- Yüksel, Ö. (2006). *Davranış bilimleri* (1.baskı). Gazi Kitabevi.
- Zel, U. (2011). *Kişilik ve liderlik* (3.baskı). Nobel Yayınevi.
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., ve Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.
- Zhang, X., ve Tang, J. (2021). A study of emotional solidarity in the homestay industry between hosts and tourists in the post-pandemic era. *Sustainability*, 13(13), 7458. <https://doi.org/10.3390/su13137458>

EKLER

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı; Bu anketin amacı, Mardin İlinde ikamet eden yerel halkın kişilik yapıları göz önünde bulundurularak, yerel halk ve turistler arasında gelişen duygusal dayanışmanın, yerel halkın turistlere karşı gelişen tutumlarını ve yerel halkın turizme olan desteğini bir model çerçevesinde ortaya koymaktır. Bu amaç kapsamında anketin doldurma süresi 7-10 dakikadır. Bilgiler bilimsel araştırma dışında hiçbir yerde kullanılmamaktadır. Çalışmanın güvenilirliği için doğru cevap vermeniz oldukça önemlidir. Katılımınız için teşekkür ederiz.

İletişim: aysundemir0121@gmail.com Yük. Lis. Öğr. Aysun DEMİR, Doç. Dr. Sedat ÇELİK / Şırnak Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

1. Cinsiyetiniz : () Erkek () Kadın

2. Medeni Durumunuz : () Evli () Bekâr

3. Yaşınız : ...

4. Kaç yıldır Mardin’de yaşıyorsunuz? : ...

5. Hangi mahallede ikamet ediyorsunuz? ...

6. Eğitim düzeyiniz : () Okur Yazar Değilim () İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisansüstü

7. Mesleğiniz? () İşçi () Memur () Emekli () İşsiz () Ev Hanımı () Akademisyen
() Öğrenci () Serbest Meslek **Diğer** (lutfen belirtiniz)...

8. Aylık ortalama geliriniz? (TL) : ...

9. Mardin’i ziyaret eden turistlerle etkileşiminiz ne kadar sıklıkta oluyor (yardım etme, sohbet, ticaret vb.)?
() Hiç yok () Az () Orta () Fazla () Çok Fazla

Lütfen aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi; En Düşük 1, En Yüksek 5 olacak biçimde belirleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1- Kesinlikle Katılmıyorum.	1	2	3	4	5
2- Katılmıyorum.	1	2	3	4	5
3- Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum.	1	2	3	4	5
4- Katılıyorum.	1	2	3	4	5
5- Kesinlikle Katılıyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi içine kapanık biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi dışa dönük, sosyal biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi genellikle güvenilir biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi başkalarının hatasını bulma eğiliminde biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5

Kendimi yavaş hareket etme eğiliminde olan biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi bir işi tam yapacak biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi rahat ve stresle başa çıkabilen biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi kolay sinirlenen biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi çok az sanatsal ilgisi olan biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi yaratıcı biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'e turistlerin gelmesinden gurur duyuyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'de turistlerin bulunmasının toplum yararına olduğunu hissediyorum.	1	2	3	4	5
Yerel ekonomiye yaptıkları katkılardan dolayı turistleri takdir ediyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'de turistlere adil davranırım.	1	2	3	4	5
Mardin'de tanıştığım bazı turistlere kendimi yakın hissediyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'de tanıştığım birkaç turistle arkadaş oldum.	1	2	3	4	5
Mardin'e gelen turistlerle etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5
Mardin'e gelen turistlerle olan etkileşimim olumlu ve faydalıdır.	1	2	3	4	5
Mardin'e gelen turistleri kendimle bir tutarım.	1	2	3	4	5
Mardin'e gelen turistlerle çok ortak noktam var.	1	2	3	4	5
Mardin'deki turistlere karşı sevgi hissediyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'deki turistleri anlıyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'de turizm gelişimini destekliyorum.	1	2	3	4	5
Mardin'de turizm gelişimi için öneride bulunurum.	1	2	3	4	5
Mardin'de turizm planlamasına aktif olarak katılırım.	1	2	3	4	5
Mardin'de turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.	1	2	3	4	5
Mardin'de çok turist görmek istiyorum.	1	2	3	4	5