



**FİLM TURİZMİ FAALİYETLERİNİN
YEREL HALKA ETKİSİNİN
İNCELENMESİ: SİVRİHİSAR ÖRNEĞİ**

Yunus Emre TOPRAK

Yüksek Lisans Tezi

Eskişehir, 2023

FİLM TURİZMİ FAALİYETLERİNİN YEREL HALKA ETKİSİNİN İNCELENMESİ: SİVRİHİSAR ÖRNEĞİ

Yunus Emre TOPRAK

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2023

T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yunus Emre TOPRAK tarafından hazırlanan “Film Turizmi Faaliyetlerinin Yerel Halka Etkisinin İncelenmesi: Sivrihisar Örneği” başlıklı bu çalışma 23.05.2023 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Doç. Dr. Müjdat ERTÜRK

Üye

Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK (Danışman)

Üye

Doç. Dr. Orhan Can YILMAZDOĞAN

ONAY

23/05/2023

ETİK İLKE ve KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Yunus Emre TOPRAK

İmza

ÖZ

FİLM TURİZMİ FAALİYETLERİNİN YEREL HALKA ETKİSİNİN İNCELENMESİ: SİVRİHİSAR ÖRNEĞİ

TOPRAK, Yunus Emre

Yüksek Lisans, 2023

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

Çalışmanın temel amacı film turizmi faaliyetlerinin yerel halka etkisinin incelenmesidir. Bu doğrultuda literatür incelenmiş ve araştırma modeli geliştirilmiştir. Modelin test edilebilmesi adına Kasım 2022-Şubat 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen uygulamada Sivrihisar’da yaşayan yerel halka ulaşılmış ve toplam 473 kişiye anket uygulanmıştır. Eksik ya da hatalı doldurulduğu tespit edilen 27 anket analize dâhil edilmemiştir ve 446 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Veriler doğrultusunda kullanılan ölçeklerin geçerliliğinin tespiti için faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapıldıktan sonra, değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için YEM kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre kişisel faydanın, turizm desteği, turizmin algılanan pozitif sosyokültürel etkileri, turizmin algılanan pozitif sosyoekonomik etkileri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna ek olarak turizmin algılanan pozitif sosyokültürel etkileri, turizmin pozitif sosyoekonomik etkileri ve turizmin algılanan negatif sosyokültürel etkilerinin turizm desteği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Yapılan çalışmanın en önemli katkılarından birisi genel turizm etkilerinden farklı olarak film turizminin etkileri kapsamında sunulan değişkenleri tek bir modelde ele almasıdır. Toplumun kültürel değerlerinin korunarak geliştirilmesi, doğru planlama ve yönetimin sağlanarak daha fazla kişisel fayda elde edilebilmesi için yerel toplumun daha fazla dâhil olduğu aktivitelerin yapılması; turizmin algılanan negatif sosyokültürel

etkilerinin en aza indirgenmesi, algılanan pozitif etkilerinin en üst seviyeye çıkarılması için bilinçlendirme, eğitim ve yerel katılımın artırılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sivrihisar, Kişisel Fayda, Turizmin Pozitif Etkileri, Turizmin Negatif Etkileri, Turizm Desteği.



ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE IMPACT OF FILM TOURISM ACTIVITIES ON LOCAL PUBLIC: A CASE OF SIVRIHISAR

TOPRAK, Yunus Emre

MsC-2023

Field of Tourism Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Cüneyt TOKMAK

The main purpose of the study is to examine the effects of film tourism activities on the local people. In this direction, the literature was examined and the research model was developed. In order to test the model, the local people living in Sivrihisar were reached in the application carried out between November 2022 and February 2023 and a total of 473 people were surveyed. 27 questionnaires that were found to be incomplete or incorrectly filled were not included in the analysis and 446 questionnaires were evaluated. In line with the data, factor analysis was performed to determine the validity of the scales used. After the factor analysis was done, SEM was used to determine the relationships between the variables. According to the results of the analysis, it has been seen that personal benefit has a significant effect on tourism support and satisfaction, positive socio-cultural effects of tourism, and positive socio-economic effects of tourism. In addition, it was concluded that positive socio-cultural effects of tourism, positive socio-economic effects of tourism and negative socio-cultural effects of tourism have a significant effect on tourism support and satisfaction. One of the most important contributions of the study is that it considers the variables presented within the scope of the effects of film tourism in a single model, unlike the general tourism effects. Carrying out activities with greater involvement of the local community in order to protect and develop the cultural values of the community, to obtain more personal benefits by providing the right planning and management; In

order to minimize the negative cultural effects of tourism and to maximize its positive effects, it has been suggested to increase awareness, education and local participation.

Keywords: Sivrihisar, Personal Benefit, Positive Effects of Tourism, Negative Effects of Tourism, Tourism Support.



TEŞEKKÜR

Film turizmi faaliyetlerinin Sivrihisar’da yaşayan yerel halka etkisinin incelendiği bu araştırma boyunca yanımda olan ve desteğini hiç esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK’a, eğitim sürecimde güler yüzü ve bilgisiyle her an yanımda olan değerli hocam Doç. Dr. Ebru ARSLANER DÜŞMEZKALENDER’e, değerli bilgileriyle bana yol gösteren hocam Arş. Gör. Dr. Yasin Emre OĞUZ’a, her şeye rağmen tüm enerjisini ortaya koyan, varlığını esirgemeyen ve yanımda olan değerli yol arkadaşım, kardeşim Selçuk KAMBER’e, araştırma sürecinde ve tüm hayatımda her daim yanımda olan, ilgisi, desteği ve varlığı ile beni ben yapan, her şeyim canım annem Yasemin GÜLTEKİN TOPRAK’a bana olan güvenlerini hiçbir zaman yitirmeyen ve her aldığım kararda yanımda olan değerlim Eda Nur TOPRAK’a ve varlığıyla bana güç olan babam Mehmet TOPRAK’a ve beni ben yapan dostlarım Havvanur KUM, İsmail Burak KIBICI, Kenan ORUJOV, Agil ABDULRAZAGOV ve diğer tüm arkadaşlarıma sonsuz minnetlerimi sunarım.

Yunus Emre TOPRAK

Eskişehir, 2023

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKE ve KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	iii
ÖZ.....	iv
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Film Turizmi.....	4
1.1.1. Film Turizminin Yapısı ve Özellikleri.....	8
1.1.2. Film Turizminin Tarihsel Gelişimi	10
1.2. Film Turizminden Sağlanan Kişisel Fayda	11
1.3. Film Turizminin Etkileri	11
1.4. Turizm Desteği	14
1.5. İlgili Araştırmalar	15

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Problemi	21
2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	21
2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	22

2.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli.....	22
2.5. Veri Toplama Aracı.....	26
2.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	28
2.7. Veri Analiz Yöntemi	29

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE SONUÇ

3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	30
3.2. Güvenilirlik Bulguları	30
3.3. Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Bulgular	32
3.3.1. Modelin Geçerliliğine İlişkin Bulgular.....	33
3.3.2 Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular.....	37
SONUÇ VE ÖNERİLER	41
KAYNAKÇA	45
EKLER	62

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Film/Dizilerin Gelire/Talebe Etkisi	7
Tablo 2. Film Turizminin Biçim ve Özellikleri (Off-Location)	8
Tablo 3. Film Turizminin Biçim ve Özellikleri (On-Location)	9
Tablo 4. Film Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Çok Aşamalı Etkileri	13
Tablo 5. Turizme Yönelik Fayda ve Maliyetler	14
Tablo 6. Kullanılan Ölçekler	27
Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özellikleri	30
Tablo 8. Güvenilirlik Bulguları	31
Tablo 9. Sorulara Verilen Cevapların Ortalamaları	32
Tablo 10. Ölçüm Modeli Faktör Analizi Sonuçları	33
Tablo 11. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Yapı Güvenilirlik Analizi Sonuçları	35
Tablo 12. Ayırt Edici Geçerlilik	36
Tablo 13. Ayırışma Geçerliliği (HTMT)	36
Tablo 14. Modelin R^2 , f^2 , Q^2 ve VIF değerleri	38
Tablo 15. Model Uyum Değerleri	39
Tablo 16. Hipotezlere İlişkin Bulgular	40

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Film Turizminin Kapsamı.....	6
Şekil 2. Ekici ve Çizel'in Modeli.....	16
Şekil 3. Saltık ve Dönmez'in Modeli	17
Şekil 4. Güneş'in Modeli	18
Şekil 5. Ko ve Stewart'ın Modeli.....	18
Şekil 6. Vargas-Sánchez, Plaza Mejía ve Porras-Bueno'nun Modeli	19
Şekil 7. Nunkoo ve So'nun Modeli.....	20
Şekil 8. Araştırma Modeli	26
Şekil 9. Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları (PLS-SEM).....	37

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AVE	: Average Variance Extracted
CR	: Composite Reliability
HTMT	: Heterotrait-Monotrait Değer
KEKK	: Kısmi En Küçük Kareler
KF	: Kişisel Fayda
NEE	: Negatif Sosyoekonomik Etkiler
NSKE	: Negatif Sosyokültürel Etkiler
PEE	: Pozitif Sosyoekonomik Etkiler
PLS	: Kısmi En Küçük Kareler
PSKE	: Pozitif Sosyokültürel Etkiler
SRMR	: Standardized Root Mean Square Residual
TDK	: Türk Dil Kurumu
TD	: Turizm Desteği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TV	: Televizyon
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
VIF	: Variance İnflation Factor

GİRİŞ

Filmler, modern toplumların son yıllardaki en etkili araçlarından biri olmuş hikâyeleri aktarmanın ve insanları etkilemenin yöntemlerinden biri haline gelmiştir (Oshriyeh ve Capriello, 2022: 223). Kanallar ve dijital platformlar, film ve dizileri yeni izleyicilere ulaşmak için kullanmıştır. Bu bağlamda mobil cihazlarda televizyon (TV) ve video tüketimi 2010 yılından bu yana %85 oranında artış göstermiştir (Ericson Consumer Lab: 2017). Bununla birlikte film ve TV eğlencesi ile deniz aşırı seyahatlerin gelişmesi sonucunda film turizmi giderek küreselleşmeye başlamıştır (Teng, 2021: 2588). Bu gelişmeler turizm sektörü için fırsat yaratmaktadır.

Film turizmi kişilerin medya aracılığıyla bir yerlerden etkilenmeleri sonucu orayı ziyaret etmeleridir (Busby ve Klug, 2001: 316). Film turizmi başka bir tanımda ise; turistlerin çekimin yapıldığı bölgeyi ve oraya has eşya ve ürünleri merak etmesi sonucu ortaya çıkan eylem olarak tanımlanmıştır (Beeton, 2008: 40). Film turizmi, alternatif bir turizm türü olarak görülmekte iken, dünya üzerinde gelişim göstermesi dolayısıyla zamanla büyüyen ve gelişen bir turizm çeşidi olmuştur (Örgün, 2012: 54). Filmde ilgili alandan bahsetmek, ürünlerin pazarlanması açısından önemlidir. Klasik yöntemlere göre yüksek maliyeti olan bu yöntemde yenilikçi fikirler içeren ve maliyeti daha az olan durumlar tercih edilmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006: 257). Filmlerin üretildiği alanlara ve destinasyonlara, stüdyolarına ve açık alanlara, konaklanan tesislere ve evlere turlar yapılması gibi etkinlikler ziyaretçilere çekici gelmeye başlamıştır. Ziyaretçilerin bu bölgeleri ziyaret etme meraklarının artması, ziyaret etmesi (Hudson ve Ritchie, 2006: 394; Yılmaz ve Yolal, 2008: 179), destinasyonun markalaşması ve pazarlanmasında bu durum etkin bir araç olarak rol oynamaktadır (Xia v.d., 2022: 1). Film izleyicileri filmin etkisinde kaldıklarından ilgili bölgeleri görmek istemektedirler (Bolan v.d., 2011: 104). Dizi ve filmlerin ekranda uzun süreler kalmasıyla birlikte daha fazla kitleye ulaşarak turizmin sezonluk bir anlayıştan çıkıp uzun vadede aktif olmasını sağlamaktadır (Özdemir, 2008: 41-43).

Bununla birlikte film turizminin olumlu ve olumsuz etkilerinden söz edilebilmektedir. Ziyaretçi sayısında artma, ekonomik anlamda olumlu etkiler, bölgenin itibarına olumlu katkısı ve bölgenin tanıtımı olumlu etkiler olarak sıralanabilir (Koçak, 2019: 20-21). Olumsuz etkiler arasında çekimlerin yapıldığı alanlarda ziyaretçi sayısının artması ile meydana gelen kapasite sorunları

gösterilebilir. Yine buna bağlı olarak taşıt sayısında meydana gelen artışla birlikte yaşanan trafik sorunları ve yöre halkının yaşam kalitesinin düşmesi de olumsuz etkiler arasındadır. Bölgeye gelen turist sayısının artması ile birlikte fırsatçılık faaliyetlerinin artması ve girişimciler arasında meydana gelebilecek çekişmeler olumsuz olarak değerlendirilen bir diğer unsur olarak göze çarpmaktadır (Tooke ve Baker, 1996: 90; Riley v.d., 1998).

Yerel halkın yaşadığı yeri film turizmi açısından destekliyor oluşu, yapılmakta olan ya da yapılması öngörülen film turizmi etkinliklerinin başarısı açısından çok önemli bir role sahiptir (Kim v.d., 2017). Bu nedenle yöre sakinlerinin film turizminin olumlu ve olumsuz etkisini nasıl gördüğü önemlidir. Film turizminin en temel parçalarından biri olmasına rağmen, yöre halkının turizm faaliyetleri planlaması, yönetimi ve bunun geliştirilmesi aşamasında bir karar verici olarak yer almadığı görülmektedir (Heitmann, 2010). Film turizminin, destinasyona yönelik yararının artması ve sürdürülebilir bir rekabet gücü kazandırabilmesi için film turisti algılarının ve yerel halkın beklentilerinin göz önünde bulundurularak yerel örgütlerin atacağı adımlar önem taşımaktadır (Saltık ve Dönmez, 2021: 58). Bir başka ifadeyle, filmin çekimi esnasında ya da sonrasında o bölgede yaşayan yerel halkın film turizmine bakışı, turizm politikasının sürdürülebilir bir yapıya bürünmesi açısından önemlidir (Lopez v.d., 2018). Bu sayede, sadece turist sayısındaki artışın değil, orada yaşayan kişilerin beklentilerinin de gözetilmesiyle, destinasyonun gelişimi ve film turizminin sürdürülebilirliği sağlanabilecektir (Saltık ve Dönmez, 2021: 58).

Literatür incelemesi sonucunda dizi/film turizmi kapsamında yapılan çalışmalar olduğu ve sayılarının giderek artmaya başladığı görülmüştür (Teng ve Chen, 2020). Ancak yapılan çalışmaların genel çerçevesi, ilgili destinasyona turizmin genel olarak etkisinin incelenmesi, pazarlanması ve turistlerin bu destinasyona ilgisi olarak görülmektedir (Vila ve Brea, 2013; Carvalho v.d., 2014; Juškelytė, 2016; Li v.d., 2017). Son dönemde yapılan çalışmalar incelendiğinde ise film turizmine desteğin zaman içerisindeki değişimi ve yerel halkın yaşam kalitesi ve turizme yönelik algı ve tutumlarının durumlara göre nasıl ve hangi oranda değiştiği (Kim, Suri ve Park, 2018; Pillai, Kamat, Scaglione, D'Mello ve Weiermair, 2019), film turistlerinin destinasyonları ziyaret etme nedenleri (Vila v.d., 2021), film turizmi planlamasının ve gelişiminin ortaya konulması (Thelen v.d., 2020), film turizminin sosyal etkileri (Kim ve Park, 2021), ekonomik, sosyokültürel ve çevresel algıların turizme yönelik desteğe

etkisi (Kılınç ve Çalışkan, 2021) gibi konular üzerinde durulmuştur. Yine film turizmi üzerine yapılan çalışmaların çoğu çok başarılı olmuş dizi ve film örnekleri üzerine odaklanmıştır (Buchmann, 2010 ; Yoon, Kim ve Kim, 2015). Bu bağlamda film turizmine yönelik yapılan çalışmalarda film turizminin yerel halkın tutum ve davranışlarına yönelik etkilerine odaklandığı görülmektedir.

Çalışmada temel problem film turizmi faaliyetlerinin yerel halka etkisinin olup olmadığıdır. Yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada, film turizminden sağlanan faydanın yerel halkın turizm desteğini turizmin pozitif ve negatif sosyoekonomik ve sosyokültürel etkilerin aracılığıyla ölçmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda film turizminden sağlanan kişisel fayda ile film turizmine olan destek arasındaki ilişkiyi incelemesi açısından diğer çalışmalara göre farklılık arz etmektedir. Diğer taraftan yapılan çalışmalarda genel olarak hali hazırda turistik kimliği ile ön planda olan ve turist çeken büyük destinasyonlara odaklanıldığı görülmektedir. Yine bu çalışmada film turizminin henüz gelişmeye başladığı ve kırsal bir alan olan Sivrihisar'ın konu edinilmesi nedeniyle literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın temel amacı; film turizmi faaliyetlerinin Sivrihisar şehrinde yaşayan yerel halka etkilerinin incelenmesidir. Çalışmanın konusunu Sivrihisar'da yaşayan yerel halkın film turizmine yönelik bakış açıları ile film turizminin yerel halka etkileri arasındaki ilişkinin incelenmesi oluşturmaktadır. Hali hazırda çekimleri devam eden Gönül Dağı dizisinin çekildiği ve film turizmi kapsamında henüz yeni bir yer olan Sivrihisar ilçesi seçilmiştir. Bu kapsamda yapılan çalışmanın film turizminin yerel halka etkisinin görülmesini sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde film turizmi kavramı ve bununla bağlantılı temel kavramlara ve araştırma modelini oluşturan kavramlara yer verilmiş ve bu kavramlarla ilgili literatür değerlendirilmiştir. İkinci bölümde araştırma yöntemi detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise elde edilen veriler ışığında araştırma modeli test edilmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Söz konusu model SPSS 27.0 ve SMART PLS 4 programları yardımıyla test edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiler doğrudan ve dolaylı olarak incelenmiştir. Sonuç kısmında elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve bu sonuçlar literatür ile karşılaştırılarak çeşitli öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Film Turizmi

Film turizmi kavramının tanımlanmasında literatürde bazı farklılıkların olduğu görülmektedir. En temel farklılık ise kültürel ve coğrafi ayrımlardır. Bazı ülkelerde “ekran turizmi” kavramı tercih edilirken, bazılarında da “film turizmi” kavramının tercih edildiği görülmektedir. Bazı araştırmalarda “ekran turizmi” kavramının şemsiye bir terim olduğu, film ve TV medyasını kapsadığı ve bu sayede yorumlamada meydana gelen hataları azaltmada daha yararlı olduğu fikri ortaya konulmuştur. Ancak birçok çalışmada film turizmi terimi benimsenmiştir. Film ve TV, potansiyel turistlerin film ya da dizilerde bahsi geçen destinasyonlara empati duymasına ve oraya karşı duygusal hislere sahip olmasına yardımcı olabilir (Kim ve Kim, 2018; Pérez García v.d., 2021: 1). Diğer taraftan film turizmi “film kaynaklı turizm” olarak anımsanmaktadır (Connell, 2012: 1009) ve bu sayede turizm motivasyonu yaratarak bireyleri buna teşvik eder (Kim ve Kim, 2018; Pérez García v.d., 2021: 1).

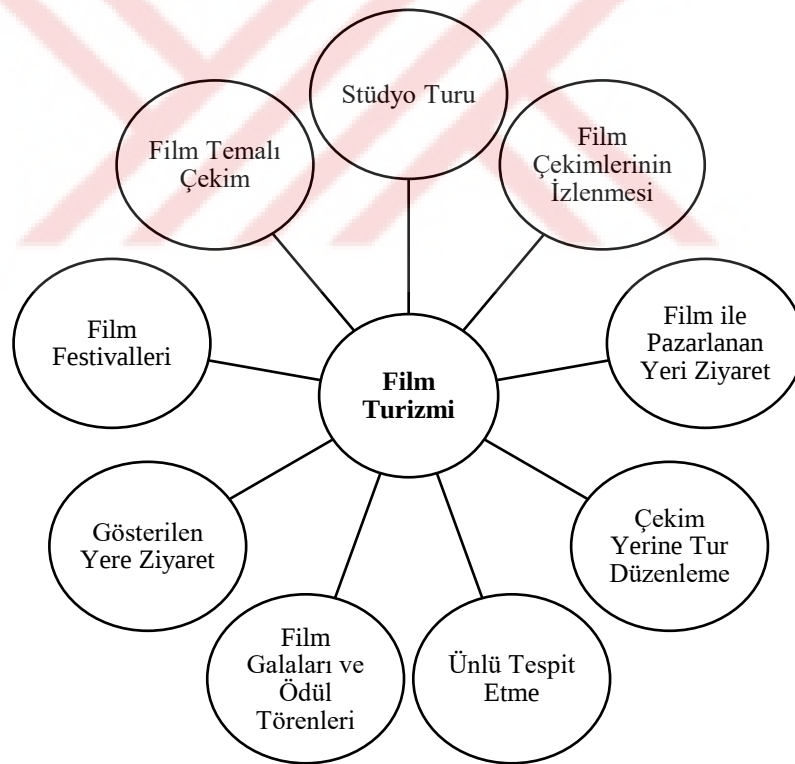
Film turizmi kişilerin medya aracılığıyla bir yerlerden etkilenmeleri sonucu orayı ziyaret etmeleridir (Busby ve Klug, 2001: 316). Yine film turizmi, turistlerin ilgili çekimin yapıldığı bölgeyi ve oraya has eşya ve ürünleri merak etmesi sonucu ortaya çıkan eylem olarak da tanımlanmıştır (Beeton, 2008: 40). Başka bir tanımda ise film etkili turizm, bir bölgeyi ya da aktiviteyi ekranda seyretmelerinin akabinde kişileri harekete geçirmenin veya motive hale getirmenin bir yolu olarak tanımlanmıştır (Beeton, 2008: 109). Diziler ve film, hızlı tüketim kültürü içerisinde üst sıralarda yer almaktadır. Bu sayede evrensel bir rol üstlenmekte ve toplumları kısa sürede etkileyebilmektedir. Bu açıdan film ve dizilerin serbest zaman kullanımında üst sıralarda olduğu değerlendirilmektedir (Kim ve Richardson, 2003: 217). Kişilerin TV’de, videolarda, dizi ve filmlerde görmüş oldukları yerler içerisinde kendilerini ait hissettikleri yere hareket etme istekleri tetiklenmektedir. Bu hareketleri kapsayan alan için “ekran turizmi” terimi kullanılmaktadır (Connell ve Meyer, 2009: 195; Akdu ve Akin, 2016: 1045). Dizilerin TV’de, filmlerde ve sinema ekranında aktif olduğu sürelerde ve daha sonrasında o bölgelere ziyaret gerçekleştirilmesi film teşvikli turizm olarak ifade edilmiştir (Roesch, 2009: 6).

Film turizmi, alternatif bir turizm türü olarak görülmekte iken, küresel çapta gelişim göstermesiyle zamanla büyüyen ve gelişen bir turizm çeşidi olmuştur (Örgün, 2012: 54). Bölgelerin kalkınmasında ve yönetiminde çeşitli avantajlar sağlamasıyla birlikte daha fazla yatırımın çekilmesi, turistlerin fazla harcama yaptığı bir sektör olması ve iş dünyasının ilgisini çekmesiyle birlikte ön plana çıkmıştır (Sousa, Malheiro, Liberato ve Liberato, 2021: 373). Dizi ve film turizmi, sadece ziyaretçi sayısında artış ya da ziyaretçi çekme konusunda değil, ülkelerin ekonomik durumu açısından da önem arz etmektedir (Özbek ve Güllü, 2021: 856). Diğer taraftan filmde ilgili alandan bahsetmek, ürünlerin pazarlanmasına da katkı sağlamaktadır. Klasik yöntemlere göre yüksek maliyeti olan bu yöntemde yenilikçi fikirler içeren ve maliyeti daha az olan durumlar tercih edilmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006: 257). Film yapımcıları turizm bölgesinin etkisinden faydalanırken, organizasyon şirketleri de pazarlamada filmlerin etkilerini kullanmaktadır (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009: 36). Filmlerin üretildiği alanlara ve destinasyonlara, stüdyolarına ve açık alanlara, konaklanan tesislere ve evlere turlar yapılması gibi etkinlikler ziyaretçilere çekici gelmeye başlamıştır. Bu, ziyaretçilerin bu bölgeleri ziyaret etme meraklarının artması ve ziyaret etmesiyle sonuçlanmaktadır (Hudson ve Ritchie, 2006: 394; Yılmaz ve Yolal, 2008: 179). Film izleyicileri filmin etkisinde kaldıklarından ilgili bölgeleri görmek istemekte (Bolan v.d., 2011: 104) ve bağ kurabildikleri filmler veya dizilerden dolayı o destinasyonda olabilmek için çaba göstermektedirler (Vagionis ve Loumrioti, 2011: 356). Çünkü film ya da dizilerde yaşananları gerçekten tecrübelendirmek ve deneyimlemek insanların ilgisini çekmektedir (Tuclea ve Nistoreanu, 2011). Film turizmi temaları bu açıdan bakıldığında büyük bir etki uyandırabilmektedir. Bazı ülkeler film/dizilere konu olmasıyla, çekimlerin yapıldığı yerler ve stüdyolar turistlerin uğrak noktası olmakta ve buna bağlı olarak ilgili bölgelere organize turlar düzenlenmektedir (Hart, 2003; Wilson ve Till, 2011). Geniş etki yaratmayı başarmış yapımlar ve yapılan ülkeler arasında, tarih temalı Cesur Yürek - İskoçya, fantezi temalı Yüzüklerin Efendisi - Yeni Zelanda, bilim kurgu temalı Üçüncü Türden Yakınlaşmalar – Wyoming - ABD, romantik temalı Shirley Valentine – Yunanistan ve aksiyon temalı Miami Vice -Miami - ABD yer almaktadır (Shani v.d., 2009). Ülkemizde ise Nevşehir, İzmir, Bursa, Mardin gibi destinasyonlarda çekim yapılmasının ziyaretçi sayısında büyük bir artış olduğunu gözler önüne sermiştir (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009: 47; Kuliyeve, 2012). Film turizmi kapsamında yapılan çalışmalar incelendiğinde film turizmini farklı yönleri ile ele alındığı görülmüştür. Bunlar:

- *Daha büyük bir tatilin parçası olarak:* Turist, ziyaret ettiği yer ile ilgili önceden herhangi bir bilgiye sahip olmadan film ile ilgili ziyaret edilmesi.
- *Özel bir ilginin ana amacı olarak:* filmdeki yerin imajı nedeniyle ziyarette bulunulması
- *Tatilin gücü olarak:* Film yerindeki doğal ve turistik güzelliklerin çekici olması nedeniyle ziyaret edilmesi.
- *Çekimin yapıldığı varsayıldığı yer olarak:* Filmin sunduğu gerçeklik farklı olsa bile, çekim yerinin ziyaret edilmesi.
- *Romantik bir tatilin parçası olarak:* Çekim yerinin özel bir bağ ve sıcaklık ile ziyaret edilmesi.
- *Bir kaçış nedeni olarak:* Turistlerin gündelik yaşamdan biraz uzaklaşarak yaptıkları ziyaretler (Tuclea ve Nistoreanu, 2011: 27-28).

Şekil 1

Film Turizminin Kapsamı



Kaynak: Connell (2012)

Bununla birlikte film turizminin dokuz ana bileşeni olduğu Şekil 1’de görülmektedir. Bunlar; film festivalleri, film galaları ve ödül törenleri, gösterilen yeri

ziyaret etme, stüdyo turları, film temalı çekimler, film çekimlerinin izlenmesi, film çekimleri ile birlikte pazarlanan yerin ziyaret edilmesi, çekim yapılan yerlere organize turların düzenlenmesi ve ünlülerin tespit edilmesinden (evleri, vakit geçirdikleri yerler vb.) meydana gelmektedir (Connell, 2012: 1010).

Tablo 1

Film/Dizilerin Talebe/Gelire Etkisi

Film – Dizi	Destinasyon	Ziyaretçi Sayısı/Gelire Etkisi
Timsah Dundee	Avustralya	1981 yılından 1988'e kadar ABD'li ziyaretçi sayısında %20.5 artış
Miami Vice	ABD	Alman ziyaretçi sayısında 1985'den 1998'e kadar %150 artış.
Er Ryan'ı Kurtarmak	Fransa	ABD'li turist sayısında %40 artış.
Kalp atışı	İngiltere	1991'de, önceki dönemlere oranla üç kat fazla ziyaretçi artışı.
Görevimiz tehlike 2	Avustralya	2000 yılında % 200 artış.
Aşk ve Gurur	Birleşik Krallık	Ziyaretçi sayısında % 150 artış.
Yüzüklerin Efendisi	Yeni Zelanda	1998'den 2003'e kadar İngiltere'den gelen turist sayısında her yıl % 10 artış.
Çelik Manolyalar	ABD	Filmin gösteriminden sonra %56 artış.
Forest Gump	ABD	Turizmde %7'lik bir artış olmuştur.
Boğa Durham	ABD	Gelen turist sayısı bir sonraki yıl %25 artmıştır.
Mrs. Brown	Birleşik Krallık	%25 artış olmuştur.
Nothing Hill	İngiltere	Bir ayda %10'luk artış olmuştur.
Truva	Türkiye	Turizm'de %73 artış.
Harry Potter	İngiltere	Çekim yapılan tüm bölgelerde ziyaretçi sayısında %50 artış.
Kurtuluş	Gürcistan	Her yıl ortalama 20 bin ziyaretçi ve gelirin iki milyon dolardan üç milyon dolara çıkması.
Cesur Yürek	İskoçya	Film gösterimiyle ziyaretçi sayısında %300 artış.

Kaynak: Hudson ve Ritchie (2006)

Tablo 1 incelendiğinde çekilen film/dizilerin ilgili destinasyonlarda turist sayısında ve gelirden belirgin bir artışı sağladığı görülmektedir.

Literatür incelendiğinde TV dizilerinin ve filmlerin yöreye ve turizm faaliyetlerine etkileri bakımından birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Tooke ve Baker, 1996; Busby ve Klug, 2001; Beeton, 2008; Connel ve Meyer, 2009; Saltık v.d., 2010;

Kuliyeva, 2012; Nuroğlu, 2013; Akdu ve Akın, 2016; Çiftçi, 2016; Taş v.d., 2017; Mandić v.d., 2017; Zavalı ve Dağcı, 2019; Çelik, 2019, Güngör ve Uysal; 2019; Koçak, 2019; Yılmaz, 2019; Zavalı ve Öztürk, 2020; Türten, 2021, Aydın ve Koçak, 2022).

1.1.1. Film Turizminin Yapısı ve Özellikleri

Dizi ve filmler hikâyeleri, duyguları anlatırken diğer taraftan mekânlar konusunda da bilgi vermektedir. Ses, görüntü ve karakterler ile birlikte bireylerin dikkatini çekebilmektedirler. Bununla birlikte çekildikleri yerlerin güzelliğini göstererek izleyicinin oralara ilişkin algısını da etkilemektedirler (Cardoso v.d., 2017: 29). Turistlerin film çekilen bölgeyi ziyaret etme motivasyonları arasında oyuncularla tanışmak, çekim için kullanılan stüdyoları görmek gibi birçok neden sayılabilir. Bu bağlamda film turizmi; off-location (filmin çekildiği stüdyo) ve on-location (filmin çekildiği yer) olarak iki ana kola ayrılabilir (Kuliyeva, 2012: 6).

Tablo 2

Film Turizminin Biçim ve Özellikleri (Off-Location)

Biçim	Özellikleri	Örnekleri
Film stüdyosunun düzenlendiği turlar	Film stüdyolarına düzenlenen turlar	Paramount stüdyoları
Park temalı film stüdyosu	Turizmin gelişimi için oluşturulmuş parklar	Universal stüdyoları
Film galaları	Filme saygı ve kafada yeniden canlandırılması	The Lord Of The Rings filmindeki yerler
Film festivalleri	Klasik Hollywood galaları	Cannes film festivali
Koltuk Seyahatleri		
Seyahat programları	Sorunsuz seyahat için rehber kılavuzları	Kaçış ve pilot kılavuzları
Mutfak programları	Mutfak yayınları izleyiciyi çekebilmekte	Aşçı turları

Kaynak: Beeton (2005)

Filmin çekildiği stüdyo (off-location); kapalı film stüdyolarında inşa edilmiş yapılar, caddeler ve manzaralar, yapay bilgisayar gönderileri gibi ortamda ortaya çıkar. Bu açıdan film stüdyoları çekim sonrasında da turist çekmektedir (Beeton, 2005: 174).

Tablo 3*Film Turizminin Biçim ve Özellikleri (On-Location)*

Biçim	Özellikleri	Örnekleri
Birincil seyahat motivasyonu olarak	Turistlerin seyahate motive olması için filmin çekildiği yerin çekici olması	Mull Adası
Tatilin bir parçası olarak	Bir etkinlik olarak çekim yerinin ziyaret edilmesi	
Film turizmin kutsallığı	Filme saygı ve kafada yeniden canlandırılması	The Lord Of The Rings filmindeki yerler
Ünlüler	Ünlülerin hayatı ve yaşadığı yerlerin gösterilmesi	Hollywood evleri
Nostaljik film turizmi	Başka bir çağı temsil eden yerlerin görülmesi	The Andy Griffit Show
<i>Ticari</i>		
Film turizmi için inşa edilen merkezler	Turistler için cazibe merkezlerinin inşa edilmesi	Heartbeat Experience
Film turları	Film alanlarına tur düzenlenmesi	Sex And The City
Rehberli turlar	Özel arazilerde turlar düzenlenmesi	Hobbiton
<i>Yanlış Kimlikler</i>		
Filmin çekildiğine inanılan yerlere yapılan turlar	Kaçak yapımlı filmler	Deliverance
Filmin çekilmiş olmadığı yerlere yapılan turlar	Filmin çekildiği yere değil hikayesinin ortaya çıktığı yere yapılması	Bravehart

Kaynak: Beeton (2005)

Sette turizm (on-location); var olan binalar, kafeler, doğal yapılar ve ortamlar gibi yerlerde çekildiği zaman ortaya çıkmaktadır. Sette turizm, filmin çekildiği ülkeye öncelikli olarak ekonomik anlamda katkı sağlamaktadır (Beeton: 2005).

1.1.2. Film Turizminin Tarihsel Gelişimi

Yirminci yüzyılın ortalarından itibaren, TV ve film ana eğlence medyası haline gelmiş ve o dönemde turizmi etkilemede özellikle etkili olmuştur (Beeton, 2016). Film turizmi araştırmaları ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık'ta yoğunlaşmış ancak ilerleyen dönemlerde Avustralya, Avrupa ve Asya ülkelerine doğru yönelim göstermiştir (Connell, 2012: 1011). 2000'lerin başında Kore Dalgası'nın (Hallyu) ortaya çıkması sonucunda film turizmi araştırmaları Kore üzerinde yoğunlaşmıştır. Hallyu Dalgası, ilk defa 2002'de Kore TV dizisi "Winter Sonata" yayınlandıktan sonra Nisan 2003'te tam olarak hissedilmeye başlamıştır (Han ve Lee, 2008: 115). Bazı Kore TV dizileri ve filmlerinin başarısı sonucunda, TV dizileri ve filmler, Tayvanlı ve diğer Asyalı turistler için motive edici, çekici ve talep edilen deneyimler haline gelmiştir (Yen ve Croy, 2016: 1033). 1996 yılında, İngiliz Turizm Derneği, film çekimlerinin yapıldığı bir Britanya haritası yayınlamış ve bu alanda film etkili turizmden faydalanan ilk turizm şirketi olmuştur (Visitbritain, 1996). Kim v.d., (2009: 870), araştırmalarında 1997-2005 döneminde Kore'de film turizmi talebini vurgulayarak, turizm verilerinin istatistiksel analizini yaparak ilk TV draması olan Fireworks'ün yayınlanmasının ardından 2000'li yıllarda Tayvanlı turist sayısında meydana gelen artışa dikkat çekmişlerdir. Liou (2010: 6) Japon dramasının gelişimini ele alırken, Wu (2011), çalışmasında Çin'de film turizminin son 20 yıldaki gelişimini ve film temaları çevresinde gelişen bir endüstrinin olduğunu ortaya koymuştur.

Kervankıran ve Çuhadar, (2018: 47)' a göre, filmler/diziler Türkiye'nin tabii güzelliklerini ortaya koymak için kullanılabilecek en iyi yollardan birisi olabilir. Film ve dizilerin yurtdışına satılmasıyla birlikte turistik hareketlerde artış olması bu durumu desteklemektedir (Yanmaz, 2011: 118). Türk filmlerinin olumlu şekilde algılanması 1990'ların sonuna doğru Türk Sinemasında yakalanan ivme ile gerçekleşmiş (Yanmaz, 2011: 118), 2000'li yıllardan itibaren yerli film ve dizi yapımlarından kaynaklı olarak turizm faaliyetleri önem kazanmaya başlamıştır (Kömürcü ve Öter, 2013: 6) Bu kapsamda yapılan turistik ziyaretlerin artmasında Asmalı Konak dizisi öncü olmuştur (Saltık v.d., 2010: 43). Yine 2000'li yılların başlarından itibaren Türk dizileri ihraç edilmeye başlanmış, çoğunlukla Orta Doğu, Balkanlar ve Kuzey Afrika bölgelerinde izleyiciyle buluşmuştur. Bu gelişme doğrultusunda turist sayısında büyük oranda artış olduğu görülmüştür (Nuroğlu 2013: 7). Türkiye'den ihraç edilen ilk dizi

2001-2002 yılında Kazakistan'a “Deli Yürek” olmuştur. Ancak “Gümüş” isimli dizi daha çok etki yaratmış ve dizinin de etkisiyle 2008 yılının ilk yarısında Türkiye’ye gelen Arap turist sayısında %56’lık bir artış yaşanmıştır (Nuroğlu, 2013: 1).

1.2. Film Turizminden Sağlanan Kişisel Fayda

Turizmden sağlanan kişisel fayda yöre halkının bireysel olarak turizm endüstrisi ile birlikte girmiş oldukları değişim sonucunda ortaya çıkarmış oldukları sosyal, kültürel ve ekonomik değerler olarak tanımlanmıştır. (Wang ve Pfister, 2008). Sosyal Değişim Teorisinin yerel halkın alışveriş ile meydana gelen ilişki sonucunda elde ettikleri ile bekledikleri bireysel ve öznel faydalara göre tepki vermesinden dolayı, turizm ile elde edilen kişisel faydalar, turizmin etkileri ile ilgili algılarını belirlediği belirtilmiştir (Emerson, 1987). Yerel halk, bu alışverişten sağlayacakları faydaya ek olarak, yaşadıkları bölgenin turizm faaliyetlerinin gelişmesini destekleme, misafir seven bir yapıda olma, turizmin meydana getirdiği hava kirliliği gibi olumsuzlukları tolere etme ve turistlere öncelik verme gibi davranışlar gösterebilmektedir (Kaynak ve Marandu, 2006). Bu bağlamda Sosyal Değişim Teorisine göre kişiler faydaları arttıkça ve maliyetleri düştükçe değişime yönelik pozitif tutum benimseme eğilimine gireceklerdir (Kankanhalli v.d., 2005).

Bir destinasyonda turizm kaynaklı meydana gelen hareketliliğin o bölgede yaşayan yöre halkına olan etkileri, turizmin faydalarına yönelik algıları, turizme katılım ve desteği gibi konularda geçmiş yıllarda birçok çalışma yapılmıştır (Lindberg ve Johnson, 1997; Jurowski ve Gursoy, 2004; Wang ve Pfister, 2008; Nunkoo v.d., 2013; Özel ve Kozak, 2017; Kanwal v.d., 2020). Bu bağlamda film turizmi faaliyetlerinin yapıldığı bölgelerde de diğer turizm faaliyetlerinde olduğu gibi benzer bir fayda beklentisinin olduğu söylenebilir.

1.3. Film Turizminin Etkileri

Turizmin topluluklar üzerinde yarattığı etkiyi değerlendirmek ve anlamak, turizm endüstrisinin başarısını ve sürekliliğini sağlamak açısından önemlidir (Diedrich ve Garcia-Buades, 2009: 512). Ayrıca turizm faaliyetlerinin kişi, sosyal yapı ve kültür üzerinde meydana getirdiği etkilerinin dikkate alınmasına ve toplumsal yapı üzerindeki değişimlerin farkına varılmasına da yardımcı olmaktadır (Avcıkurt, 2007: 38). Bu nedenle, araştırmacıların birçoğu turizmin sözü edilen etkilerinin ekonomik (Perdue v.d.,1990), sosyal (King v.d., 1993: 656), kültürel (Murphy, 2013: 65) ve

çevresel (Liu v.d., 1987: 18) etkilerin odağında oluşacağını belirtmektedir. Söz konusu etkilerin toplumdan topluma farklılık göstermesinden dolayı turizm türlerinin artmasıyla ekonomik, çevresel ve sosyokültürel etkiler daha da önemli hale gelmektedir (Dyer v.d., 2007: 411). Bu bağlamda bakıldığında turizmin etkileri; sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel olmak üzere dört faktörden oluşmaktadır (Türker ve Türker, 2014: 82).

Pozitif ekonomik etkiler arasında; ödemeler dengesine etkisi, (Kim v.d., 2006: 925), gelir yaratıcı etkisi (Avcıkurt, 2020: 45), istihdam yaratıcı etkisi, (Altıntaş, 2021: 16) ve bölgelerarası gelişmeye etkisi (Tosun v.d., 2003: 142) sayılabilir. Negatif ekonomik etkiler; ithalat etkisi (Usta, 2020: 53), enflasyona etkisi (Avcıkurt, 2020: 47), fırsat maliyeti etkisi (Lea, 1988: 42) ve mevsimsellik etkisi (Günel, 2009: 15; Kozak, Kozak ve Kozak, 2015: 125) bulunmaktadır. Turizmin birçok etkisinin yanında, sosyokültürel etkisi de önemli bir konu alanıdır (Tekin, 1994: 45). Pozitif sosyokültürel etkiler; yaşam standartlarına etkisi (Gürkan, 1996: 113), insan ilişkilerine etkisi (Gürbüz, 2002: 54), kadın istihdamına etkisi (Pala, 2019: 45), tarihi ve kültürel alanların korunması (Kozak, v.d., 2015: 131), aile üzerindeki etkileri (Baştan, 2020: 31) sayılabilmektedir. İletişimde yaşanan eksiklikler (Çolak ve Batman, 2021: 153), yabancı düşmanlığını artması (Farrel, 1979: 123-125) gibi durumlar ise negatif sosyokültürel etkiler arasında sayılabilir. Turizmin yarattığı etkiler arasında bulunan bir diğer konu ise çevresel faktörlerdir. Turizmin pozitif çevresel etkileri arasında; alt ve üst yapının iyileşmesi, doğal alanların korunması (Karakaş ve Güngör, 2015: 25) ve çevre bilincinin ve kalitesinin artması (Yıldız, 2016: 3) sayılabilir. Olumsuz çevresel etkiler arasında ise; çöp atıkları sorunu (Mutlu, 2006: 1-5) ve görüntü kirliliği gibi unsurlar yer almaktadır.

Turizmin etkilerinde bulunan unsurlar aynı şekilde film turizminin de kapsamına girmektedir (Mendes, Vareiro ve Ferreira, 2017). Film turizminin gelir artırma ve istihdam sağlama (Connell, 2012; Almeida Garcia, v.d., 2016) gibi pozitif ekonomik etkileri bulunurken, yerelde yaşayan halkın doğrudan kazanç sağlayamaması ve emlak fiyatlarında meydana gelen artış (Beeton, 2001; Mordue, 2001) şeklinde olumsuz ekonomik etkileri söz konusu olmaktadır. Film turizmi kaynaklı pozitif çevresel ve sosyokültürel etkiler arasında, tarihi alanlar ile kültürel değerlerin korunması (Almeida Garcia v.d., 2016), topluluk gururu sağlaması (Kim v.d., 2018; Park, 2018) yer almaktadır. Film turizminin, turist sayısındaki

beklenmeyen artış (Mordue, 2001), çevre kirliliği (Silver, 2007), trafik (Connell, 2012; Mendes v.d., 2017)) yerel ve kültürel mirasın aşırı biçimde ticarileştirilmesi ve toplumsal çatışma (Thelen v.d., 2020; Kim ve Park 2021) gibi olumsuz sosyokültürel etkileri de söz konusudur.

Film turizminin yerel halka etkilerinin değerlendirildiği çalışmada Kim ve Park (2022), Endonezya'nın Bali şehrinde yaşayan yerel halk üzerinde yapmış oldukları araştırmada film turizminin etkilerini yapım sırası ve yapım sonrası olmak üzere iki aşamada değerlendirmişlerdir. Yapım sırası ve yapım sonrası aşamalarda hem pozitif hem de negatif etkiler ortaya konulmuştur.

Tablo 4

Film Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Çok Aşamalı Etkileri

Yapım Sırasında	Yapım Sonrasında
1-Yerel topluluk gururu ve aidiyet duygusunda artış	1-Yeni iş ve yatırım fırsatları
2-Yeni bir yaşam deneyimi (Kişisel gelişim ve öğrenme)	2-Aşırı kalabalıklaşma ve trafik sıkışıklığı
3-Ekonomik fayda	3-Toplumsal kutuplaşma ve sosyal çatışma/kıskançlık
4-Günlük hayatın aksaması (Trafikte artış)	4-Ritüeller ve dini inançların metalaşması
5-Kısa süreli iş imkânı	5-Yetersiz olan (yerel/bölgesel) hükümetin yeniden onaylanması
6-Geçici ekonomik kayıp	6-Mevcut turizmin/ürünlerin çeşitlenmesi
7-Benlik saygısı	7-Emlak piyasası ve arazi satışlarında artış
8-Gelecekte kültürel olarak metalaşma endişesi	8-Sosyal miras ve yer bağlılığı
9-Ümitsizlik ve önceki yaşama dönme korkusu	9-Yerel halkın mali kayıplarının tazmini
	10-Potansiyel fırsat/sürdürülebilirlik arayan yerel halkın artan çevresel farkındalığı
	11-Turizmin gelişimine ve değişimine karşı artan iç direnç
	12-Altyapıda yapılan iyileştirmeler ve turizmin gelişimi

Kaynak: Kim ve Park (2022)

Turizm ekonomisi kavramı, ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için yeni bir güç haline gelmiş ve özellikle film kaynaklı turizmin ekonomik ve kültürel kalkınmayı büyük oranda desteklediği sonucuna varılmıştır (Yi v.d., 2022: 1). Uluslararası turizmin kârlı bir pazar konumunu almasına paralel olarak film kaynaklı turizmin ekonomik faydasının göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Dean ve Suhartanto, 2019 ; Kim v.d., 2019). Bununla birlikte turizmde fayda ve maliyetler bağlamında yapılmış ilk çalışmalarda da genel olarak ekonomik etkilere odaklanmıştır

(Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Jurowski v.d., 1997; Deccio ve Baloğlu, 2002). Bu çalışmalar sonucunda ekonomik faydanın yerel halk tarafından en önemli faktör olarak değerlendirildiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 5

Turizme Yönelik Fayda ve Maliyetler

	Ekonomik	Sosyokültürel	Çevresel
Faydalar	-Ulaşımda yeni bağlantılar	-Bireyler arasındaki ilişki düzeyinde genişleme	-Çevreye verilen değerin artması
	-Rekreasyonel faaliyet alanlarının artırılması	-Sağlık ve eğitim gibi alanlarda gelişme	-Doğal çevre, flora ve faunanın korunurluğunun artması
	-Alışveriş olanaklarının artması	-Kültürel değerlerin tanınırlığında artış	
	-Gelir ve istihdam etkileri		
	-Vergi gelirleri		
Maliyetler	-Enflasyon	-Aşırı nüfus artışı	-Hava ve su kirliliği, atıkların meydana gelmesi ve gürültü
	-Altyapı yatırımlarının fazla olması ile birlikte bunun kamu tarafından yapılmak zorunda kalınması	-Suçlarda artış	-Doğanın ve doğal varlıkların tahrip edilmesi
		-Kültürel bozulmaların meydana gelmesi	
		-Güvenlik sorunlarının yaşanması	
		-Trafik sorunun ortaya çıkması	- Atık ve çöp problemleri

Kaynak: Yağcı (2003)

1.4. Turizm Desteği

Turizm faaliyetlerinin başarısı, sürdürülebilir olabilmesi ve gelişimi yerel halkın desteğine bağlıdır (Jurowski v.d., 1997; Ekici ve Çizel, 2014). Turistik alanların en önemli paydaşı olarak görülen yerel halk, diğer paydaşların da desteği ile birlikte turistik etkinliklerin sürdürülebilirliğinde kilit rol oynamaktadır (Tokmak, 2019: 231). Yerel halkın turizme yönelik algısının olumlu olması turizmin gelişimine katkı sağlayabilmede önemlidir (Yoon v.d., 2001). Turizmin gelişimi, yerel halkın yaşamında ekonomik, sosyokültürel ve çevresel açıdan değişimlere sebep olmaktadır (Kim v.d., 2013). Yerel halkın turizmin gelişiminden sağlamış olduğu fayda ve memnuniyet algısı ile turizmin gelişimine olan desteğin ortaya konulmasında turizmin

etkileri önemli rol oynamaktadır (Ko ve Stewart, 2002). Diğer taraftan turizm politika ve planlamasına yerel halkında dahil edilmesinin önemi sıklıkla vurgulanmaktadır (Lee, 2013; Woo v.d., 2015). Beeton (2005), film turizmi faaliyetlerinin planlanması sürecine yerel halkın dâhil edilmesinin önemli olduğunu belirtmiştir. Turizm desteğine ilişkin tutumu etkileyen diğer bir etkende yöre halkının memnuniyet derecesidir. Houston ve Gassenheimer (1987), değişimin başlangıcını memnuniyet ihtiyacının oluşturduğunu belirtmiştir. Bunun arkasındaki en önemli dayanağın yerel halkın ekonomik, sosyokültürel ve psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesiyle değişimden memnun kalmalarıdır (Ap, 1992). Yerel halkın turizme yönelik memnuniyet düzeyini inceleyen bazı araştırmalarda, turizmin gelişimi sonucunda artan memnuniyetin turizme olan desteği arttırdığı sonucuna varılmıştır (Vargas-Sánchez v.d., 2009). Gündüz (2018), halkın turizm gelişimine yönelik algılarının ölçülmemesi durumunda turizme destek verme konusunda isteksiz olabileceklerini ve buna bağlı olarak yerel halkın desteğinin alınamaması sonucunda turizmin gelişmesinin olası olmayacağını belirtmiştir.

Yapılmış olan inceleme doğrultusunda, ulusal ve uluslararası literatürde yöre halkının turizm hakkındaki algı ve tutumlarını ölçmeye yönelik çok sayıda araştırmaya rastlanmıştır (Ap ve Crompton 1993; McGehee ve Andereck 2004; Andriotis, 2004; Jurowski ve Gursoy 2004; Bestard ve Nadal, 2007; Byrd v.d., 2009; Amuquandoh, 2010; Chen ve Chen, 2010; Hanafiah v.d., 2013; Yıldız, 2014; Stylidis v.d., 2014; Rasoolimanesh v.d., 2015). Film turizminin yaratmış olduğu etkiler bağlamında yapılan çalışmalar da vardır (Zhang, Ryan ve Cave, 2016; Kim v.d., 2017; Mendes v.d., 2017; Kervankıran ve Çuhadar, 2018).

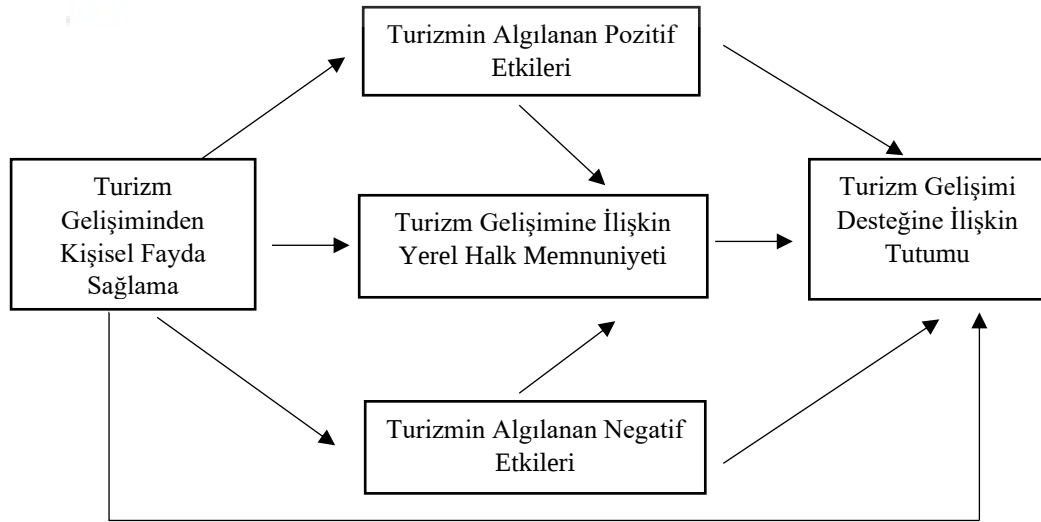
1.5. İlgili Araştırmalar

Turizm literatüründe sağlanan kişisel fayda ve turizm desteği arasındaki ilişkinin bazı çalışmalarda işlendiği görülmüştür. Bu kapsamda ilgili çalışmalarda bağımlı değişken olarak kişisel fayda sıkça kullanılmış, turizmin pozitif ve negatif etkileri ve turizm desteği ile sıklıkla ilişkilendirilmiştir. Turizm desteği üzerinde en sık kabul gören değişkenlerden birisi turizmin pozitif ve negatif etkileri olmuştur (Gursoy ve Rutherford, 2004; Dyer v.d., 2007; Stylidis ve Terzidou, 2014; Nunkoo ve So, 2016). Bu çalışmada film turizminden sağlanan kişisel fayda, film turizminin pozitif ve negatif etkileri ile turizm desteği kullanılmıştır. Literatür incelendiğinde film turizmi kapsamında bu değişkenlerin kullanıldığı bir modele rastlanmamıştır.

Turizmden sağlanan kişisel faydaya yönelik çalışmalar arasında; Getz, 1994; Bastias-Perez ve Var, 1995; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Vesey ve Dimanche 2000; Kuvan ve Akan, 2005; Akova, 2006; Inbarakan ve Jackson, 2006; Vargas-Sánchez v.d., 2009; Sharma ve Dyer, 2009; Poh Ling v.d., 2011; Boğan ve Sarıışık, 2016; Akbulut ve Ekin 2018; Neuts v.d., 2021'un yapmış oldukları çalışmalar bulunmaktadır. Turizmin pozitif ve negatif etkilerine yönelik olarak yapılan çalışmalar; Mordue, 2001; Busby v.d., 2003; Beeton, 2005; O'Neill v.d., 2005; Saltık v.d., 2010; Nunkoo ve Ramkissoon, 2012; Rasoolimanesh v.d., 2015; Demirbulat, Oflaz ve Buzlukçu, 2015; Ayazlar, 2016; Kim v.d., 2017; Akbulut ve Ekin 2018; Kervankıran ve Çuhadar, 2018; Çelik, 2019; Kılınç ve Çalışkan, 2021; Çelik ve Rasoolimanesh, 2021 şeklindedir. Turizm desteğine yönelik yapılan çalışmalar ise; Ko ve Stewart, 2002; Vargas-Sánchez v.d., 2009; Andereck ve Nyaupane 2011; Ekici ve Çizel, 2014; Nunkoo ve So, 2016; Akbulut ve Ekin 2018; Kılınç ve Çalışkan 2021; Saltık ve Dönmez, 2021; Güneş, 2022'in yaptığı şekildedir. Modeldeki değişkenlere benzer olarak kurulan az sayıda çalışma literatürde bulunmaktadır. Bu nedenle çalışmada yer alan modele en yakın modeller verilerek ilgili çalışmaların sonuçlarına değinilmiştir. Bunlardan ilki Ekici ve Çizel'in (2014) modelidir.

Şekil 2

Ekici ve Çizel'in Modeli

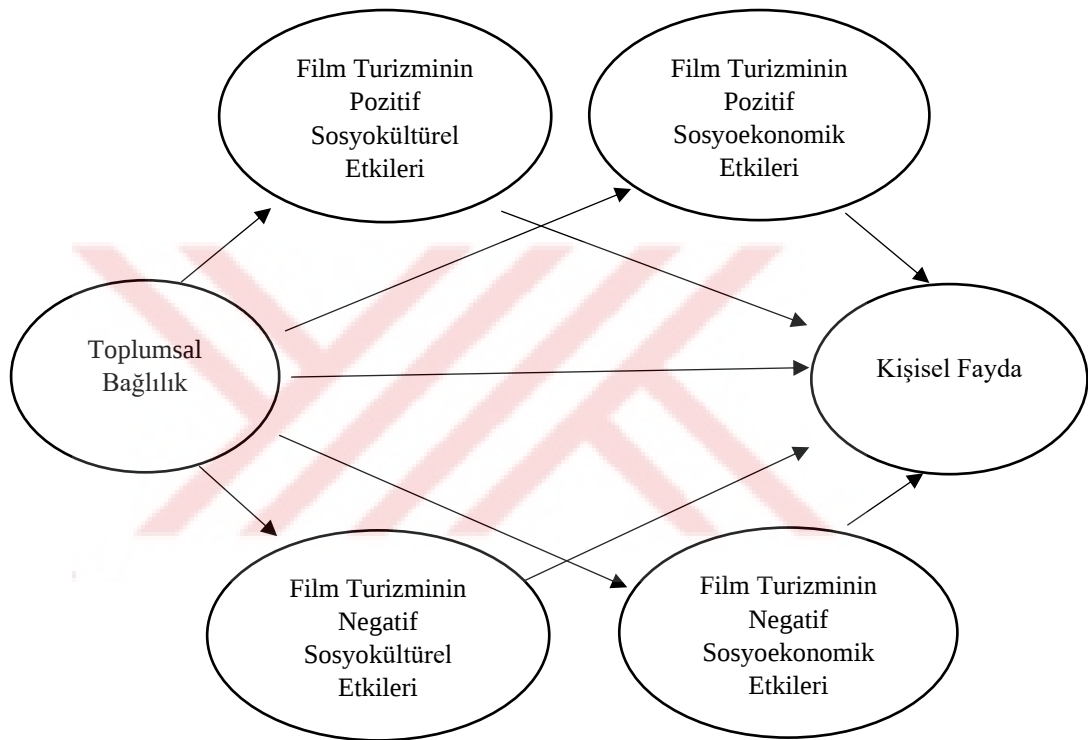


Ekici ve Çizel (2014), destinasyonlardaki gelişme seviyelerinin turizm faaliyetlerine desteğine yönelik tutumlarında göre farklılık olup olmadığını incelemek için yerel halktan 520 kişiden veri toplamıştır. Araştırmaya konu olan iki bölgede

yaşayan yerel halkın turizmin gelişimiyle birlikte fayda ile ilgili algısındaki yükselişe paralel olarak memnuniyet düzeylerinde de yükseliş görülmüştür. Serik'te yaşayan yerel halkın turizm gelişimine karşı pozitif etki algısı yüksek, Kaş-Kalkan'da yaşayan yerel halkın turizmin negatif etkilerine yönelik algıları ise yüksek bulunmuştur. Turizmden yarar sağlanmasına karşın turizmin gelişmesinin negatif bir etkisi olduğu algısına sahiptirler. Yörede yaşayanların turizmin gelişmesine yönelik memnuniyet düzeylerinin turizm gelişimine yönelik desteğe olumsuz yansıdığı görülmüştür.

Şekil 3

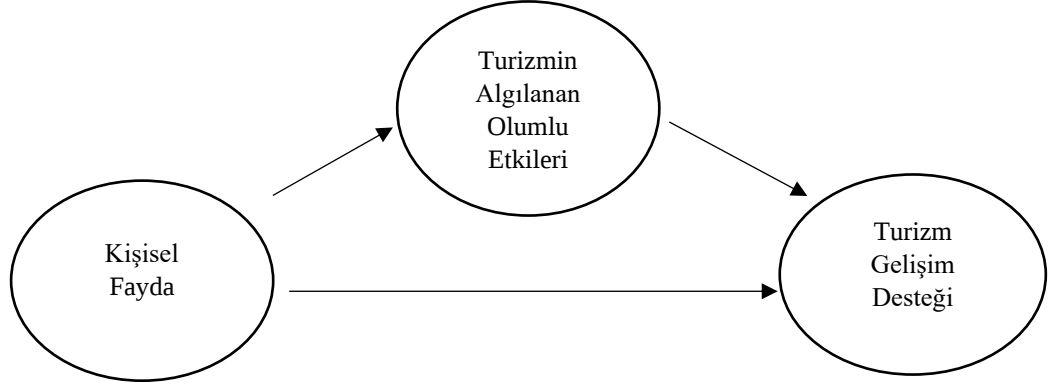
Saltık ve Dönmez'in Modeli



Saltık ve Dönmez (2021), dizi/film turizmi faaliyetlerinin yapıldığı bölgelerdeki yöre halkının toplumsal bağlılığı, film turizmine yönelik pozitif ve negatif etkilerine yönelik algıları ve dizi/film turizminden duyulan memnuniyetleri arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamıştır. Yerel halktan 757 adet anket toplanmış, film turizminin algılanan pozitif etkilerine yönelik algılarının halkın toplumsal bağlılığı ile birlikte arttığı sonucuna varılmıştır. Araştırma sonucunda, film/dizi turizmi faaliyetlerinin pozitif etkilerine dönük algının film turizmine yönelik memnuniyetlerinde pozitif etki yarattığı ancak dizi/film turizmi faaliyetlerinin negatif etkilerine dönük algılarının memnuniyet düzeylerini olumsuz etkilediğini göstermiştir.

Şekil 4

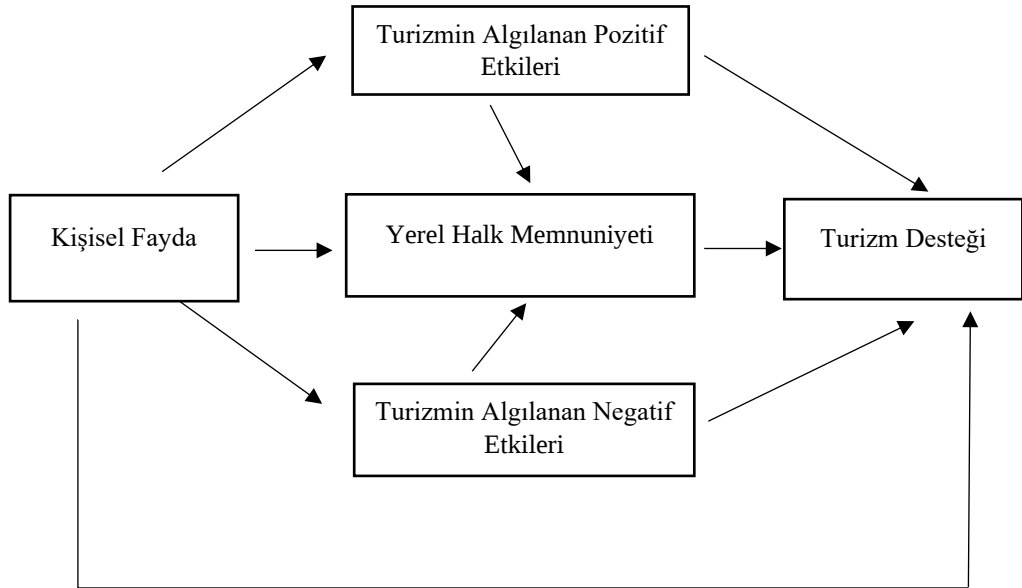
Güneş'in Modeli



Güneş (2022) turizmden kişisel fayda sağlamanın turizmin gelişimine verilen desteğe etkisinde turizm faaliyetlerinin negatif ve pozitif etkilerinin aracılık rolünü incelemiştir. Kemaliye’de yaşayan kişilere ulaşılmış ve 253 kişiye anket yapılarak çalışma devam ettirilmiştir. Bu kapsamda; turistik faaliyetlerden fayda sağlama durumunda bireylerin turizmin gelişimine yönelik desteğini olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte turizmden kişisel fayda sağlama ve turizm desteği arasında turistik faaliyetlerin olumlu etkilerinin aracı rolü olduğu görülmüştür.

Şekil 5

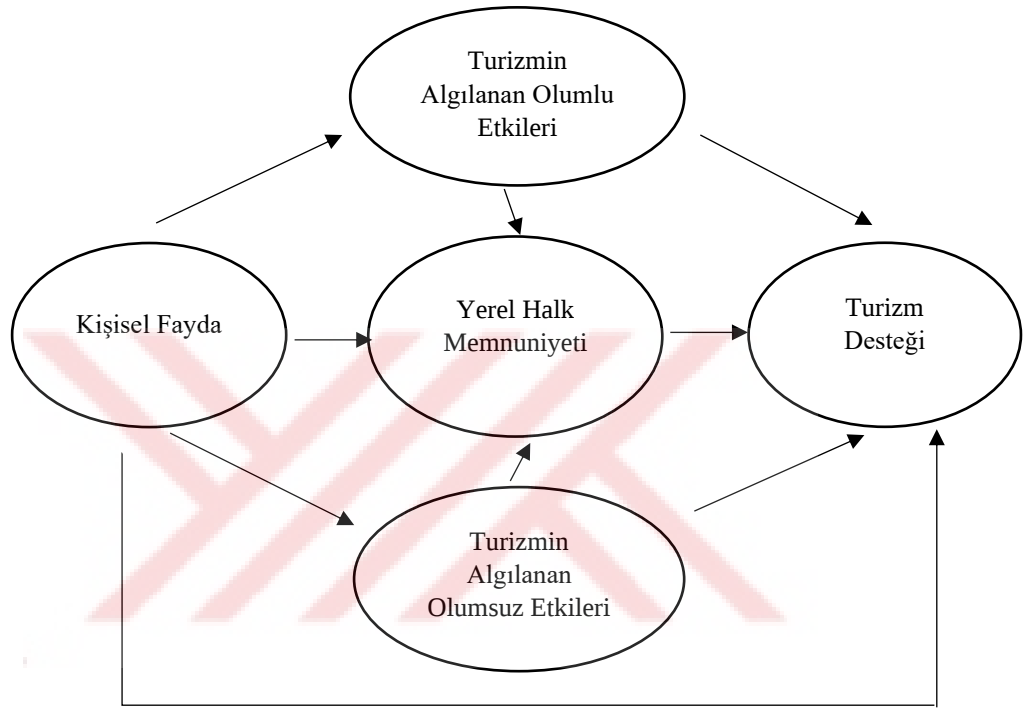
Ko ve Stewart'ın Modeli



Ko ve Stewart (2002), algılanan turizm etkileri ve yerel halkın tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 732 kişi ile yapılan anket sonucunda memnuniyetin, algılanan olumlu ve olumsuz etkileriyle yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Sağlanan kişisel faydanın algılanan olumsuz etkileri ile memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

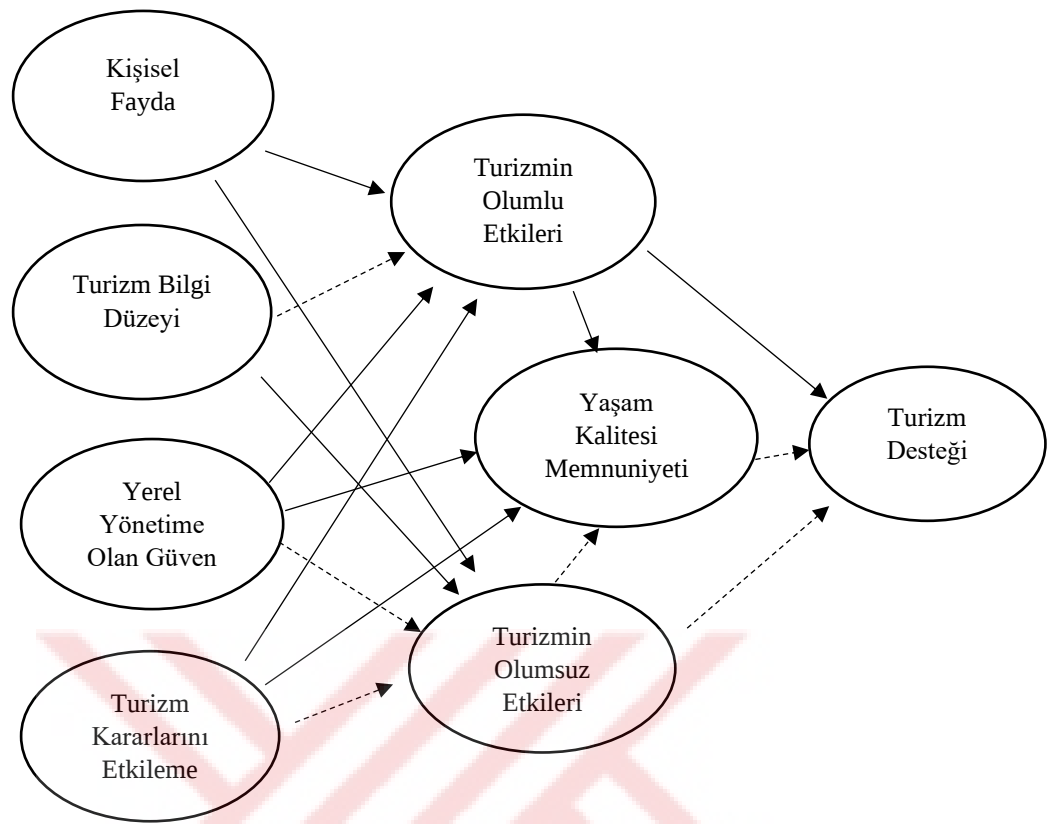
Şekil 6

Vargas-Sánchez, Plaza Mejía ve Porras-Bueno'nun Modeli



Vargas-Sánchez v.d., (2009) tarafından yapılan çalışma, İspanya'nın Huelva kentinde yaşayan yerel halkın şu anda düşüşte olan ve bu sürecin ilk aşamasında olan turizmin etkilerine yönelik tutumlarına odaklanmıştır. Ayrıca yerel halk tarafından algılanan turizmin etkileri ile turizme yönelik memnuniyetleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu kapsamda 359 kişi ile anket yapılmış, araştırma sonuçlarına göre turizmin algılanan etkilerinin tutumu da etkileyen ana faktör olduğu sonucuna varılmıştır.

Nunkoo ve So'nun Modeli



Nunkoo ve So (2016) Kanada'nın Niagara bölgesinde yaptıkları araştırmada Sosyal Değişim Teorisini kullanarak bir model geliştirme amacıyla 391 kişi üzerinde araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda yöre sakinlerinin turizme olan desteklerinin olumlu algılarından etkilendiği görülmüştür. Yöre sakinlerinin turizm kararlarını etkileme gücü ile yerel yönetime olan güvenleri de yaşam doyumlarını ve turizmin olumlu etkilerine ilişkin algılarını etkilediği sonucuna varılmıştır. Yine turizmden sağlanan kişisel faydanın, yöre halkının turizmin olumlu ve olumsuz algılarını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Problemi

Çalışma film turizmi faaliyetlerinin Sivrihisar’da yaşayan yerel halka etkisinin ne olduğu sorusu üzerine odaklanmaktadır. Literatürde yapılan diğer çalışmalar problemin ortaya konulmasında önemli rol oynamıştır. Literatür incelendiğinde çalışmalarda daha çok genel turizm faaliyetlerine odaklanıldığı, ancak film turizmi özelinde böyle bir yaklaşımın benimsenmediği, destinasyon tercihlerinde daha çok ön planda olan destinasyonların tercih edildiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında film turizmi özelinde kişisel fayda sağlanması buna yönelik bir araştırma yapılması önemlidir. Çalışmanın kırsal bir alan olarak pek ön planda olmayan bir yer olan Sivrihisar’da yapılması da literatürde önemli bir eksiğe dikkat çekmektedir. Bu bağlamda;

*Sivrihisar yerel halkının film turizmi faaliyetlerinden sağladığı kişisel fayda ne düzeydedir?

*Sivrihisar yerel halkının film turizminden sağladığı kişisel fayda ile film turizmine olan destekleri arasındaki ilişki hangi düzeydedir?

*Sivrihisar’da yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine destekleri var mıdır? sorularına yanıt aranmıştır.

2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın temel amacı film turizmi faaliyetlerinin yerel halka etkisinin incelenmesidir. Bu doğrultuda araştırmanın alt amaçları;

*Film turizminden sağlanan kişisel faydanın, turizme olan desteğe etkisinin görülmesi,

*Film turizminin algılanan pozitif ve negatif ekonomik ve sosyokültürel etkilerinin olup olmadığının görülmesi olarak belirlenmiştir.

Literatür incelemesi sonucunda dizi/film turizmi kapsamında yapılan çalışmaların olduğu görülmüştür. Ancak yapılan çalışmaların genel çerçevesi, ilgili destinasyona turizmin genel olarak etkisinin incelenmesi, destinasyonun pazarlanması ve turistlerin bu destinasyona ilgisi olarak görülmektedir (Vila ve Brea, 2013;

Carvalho v.d., 2014; Juškelytė, 2016; Li v.d., 2017; Chen, 2018; Rattanaphinanchai ve Rittichainuwat, 2018; Nakayama, 2021; Domínguez-Azcue v.d., 2021; Marafa v.d., 2022). Ancak film turizmi özelinde yerel halka etkisinin daha az çalışıldığı görülmektedir. Yerel halkın film turizmine bakış açılarının görülmesi, literatürde var olan eksikliklerin giderilmesi açısından önemlidir. Ayrıca film turizmi kapsamında yeni gelişmekte ve tanınmakta olan bir destinasyon olan Sivrihisar'ın incelenmesi turizm destinasyonu olarak yeni gelişen ve çok fazla tanınmayan bir bölgenin hangi aşamada olduğunun görülmesi açısından önemli olacaktır. Bu açıdan benzer destinasyonlara örnek olması açısından önemli bir çalışma olacağı düşünülmektedir.

2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışma, elde edilen bulguların ve sonuçların değerlendirilmesinde; araştırma kapsamı, hedef kitle, veri toplama süreçleri ve değerlendirme yöntemi bakımından aşağıda belirtilen unsurlar ile sınırlıdır:

*Araştırmadan yer alan görüşler ve buna bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlar Sivrihisar'da yaşayan yerel halkı ve araştırma yapılan dönemi kapsamaktadır.

*Araştırmada kişisel fayda, turizmin algılanan pozitif etkileri, turizmin algılanan negatif etkileri ile turizm desteği değişkenleri olmak üzere dört değişken kullanılmıştır. Modelde kullanılan ve turizm desteğini etkileyen değişkenler dışında değişkenlerin varlığı, araştırmanın diğer bir sınırı olarak değerlendirilebilir.

*Çalışmada bulunan değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konulması noktasında nicel bir yöntem olan yapısal eşitlik modelinden faydalanılmıştır. Farklı yöntemler ile yapılacak çalışmalar, farklı bulgular sunabilir.

2.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş, kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatürde değişkenlere yönelik değerlendirmelerin sonucunda, değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla hipotezler geliştirilmiştir. Literatürdeki ilgili çalışma değerlendirmelerine ve bu değerlendirmeler doğrultusunda oluşturulan hipotezlere aşağıdaki başlıklar altında yer verilmiştir.

Turizm Desteği

Ling v.d., (2011), Georgetown'da yaptıkları araştırmada, turizmin algılanan pozitif etkileri ve turizme verilen destek arasında pozitif bir ilişki olduğunu; algılanan

negatif etkileri ile verilen turizm desteği arasında ise negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Dyer v.d., (2007) çalışmasında Avustralya’da yaşayanları incelemiş, turizmin ekonomik olarak pozitif algılanan etkilerinin, bölge sakinlerinin turizme verdikleri desteğe ilişkin tutumlarını belirlemede en etkili kıstas olduğu sonucuna varmışlardır. Nunkoo ve Ramkissoon (2010)’un Grand-Baie şehrinde yaptığı çalışmada; bölge sakinlerinin büyük çoğunluğunun turizmin pozitif kısımlarını algıladıklarından dolayı turizme destek verdikleri sonucuna varılmıştır. Film turizmi kapsamında yapılan çalışmalarda; Beeton (2005), Avusturya’da yer alan Barwon Heads kasabasında yaşayanların, 1998 – 2019 yılları arasında yayınlanan “See Change” adlı dizinin yaşadıkları yerin tanınırlığını artırdığını ve bölgeye kimlik kazandırdığını belirtmişler ve buna bağlı artan turist sayısından memnun olmuşlardır. Demirbulat, Oflaz ve Buzlukçu, (2015) “Sevdaluk” isimli dizinin Çamlıhemşin Çamyuva Köyü bölgesinde meydana getirmiş olduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri incelemiştir. Bu kapsamda, çekilen dizinin turizm hareketliliğine ek olarak ekonomik fayda sağladığı ancak taşıma kapasitesi sorunuyla birlikte çevre kirliliğine neden olduğu ifade edilmiştir. Olumsuz durumların bir planlama ile bertaraf edilmesi durumunda film turizmini destekleyeceklerini belirtmişlerdir.

Sağlanan Kişisel Fayda

Perdue v.d., (1990), yöre halkına daha fazla turist gelmesini isteyip istemediklerini sormuş ve bu kapsamda bölge sakinlerinin turizme olan desteği ölçülmek istenmiştir. Araştırma sonucunda turistik faaliyetlerden kişisel fayda sağlama ve daha fazla ziyaretçiyi çekme ile turizme karşı pozitif tutumda etkili olduğu anlaşılmıştır. King v.d., (1993), turistik faaliyetlerden kişisel olarak fayda sağlayan bireylerin, bu durumdan fayda sağlamayan bireylere oranla daha fazla negatif etkiyi belirttiklerini ortaya koymuşlardır. Madrigal (1993) çalışmasında kişisel fayda sağlamanın turistik faaliyetlere olan desteği artırdığı sonucuna varmışlardır. Getz (1994), yaptığı çalışmada İskoçyada yaşayan yöre halkının turistik faaliyetlerden yeterince fayda sağlayamadıkları gerekçesi ile turizme yönelik bakış açıları ve tutumlarının negatif olduğunu görmüştür. Ekici (2013) ise, Serik’te yaşayan halkın turizmden fayda sağladıkça turistik faaliyetlere yönelik olumlu bakış açısı geliştirdikleri ancak Kaş Kalkan’da ikamet eden yerel halkın bu durumdan kişisel fayda sağlasa dahi turizm faaliyetlerinin gelişiminden dolayı olumsuz bakış açısı geliştirdikleri sonucuna varmıştır. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₁: Film turizminden sağlanan kişisel faydanın film turizmi desteği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Film turizminden sağlanan kişisel faydanın film turizminin algılanan pozitif sosyokültürel etkileri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Film turizminden sağlanan kişisel faydanın film turizminin algılanan pozitif ekonomik etkileri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₄: Film turizminden sağlanan kişisel faydanın film turizminin algılanan negatif sosyokültürel etkileri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₅: Film turizminden sağlanan kişisel faydanın film turizminin algılanan negatif ekonomik etkileri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Film Turizminin Pozitif Etkileri

Film turizmi faaliyetleri sonucunda yaşanan istihdam artışı ile birlikte gelirde meydana gelen artışlar olumlu ekonomik etkiler içerisinde öne çıkmaktadır (Connell, 2012; Almeida Garcia v.d., 2016). Yoon v.d., (2015), Kore’de yaşayanlar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada film turizmi faaliyetlerinin yöre sakinlerine yönelik etkilerini incelemiştir. Bu kapsamda turizm faaliyetlerinin hem pozitif hem de negatif ekonomik ve sosyokültürel etkilerinin olduğu, çevresel etkileri ise negatif algıladıkları ancak pozitif ekonomik ve sosyokültürel etkileri daha fazla algıladıkları sonucuna varmıştır. Mendes v.d., (2017) film turizmi faaliyetlerinin Portekiz’de yaşayan yöre halkı tarafından pozitif etkilerinin negatif etkilerine göre daha fazla algılandığı sonucuna ulaşmıştır. Saltık v.d., (2010) Muğla ilinin Bozüyük kasabasında yöre halkı ile yaptıkları çalışmada halkın film turizminin faydalarını ve ne kadar önemli olduğunu fark edemediklerini, ancak film turizminin maddi olarak verdiği katkıyı ve yörenin bilinirliğini artırdığını sonradan fark ettiklerini ortaya koymuşlardır. Kim v.d., (2017), yaptıkları araştırmada Kore’de film/dizi çekimlerinin yapıldığı 7 farklı destinasyonda yaşayan bölge sakinlerinin, film turizmi kaynaklı meydana gelen çevre sorunlarını ve sosyal anlamda meydana gelen olumsuzlukları çok fazla önemsemediklerini belirlemiştir. Castro v.d., (2023), İspanya’nın Sevilla kentinde yaşayan yerel halka yönelik yaptıkları çalışmada mevcutta devam eden turizm faaliyetlerinin olumlu sosyokültürel etkilerinin, hem yerel halkın gelecekteki film turizmine verdiği destek hem de bölge sakinlerinin gelecekteki film turizmi planlaması ve gelişimine

katılımının algılanan öneminde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna varmıştır. Bu bağlamda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₆: *Film turizminin algılanan pozitif sosyokültürel etkilerinin film turizmi desteği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

H₇: *Film turizminin algılanan pozitif sosyoekonomik etkilerinin film turizmi desteği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

Film Turizminin Negatif Etkileri

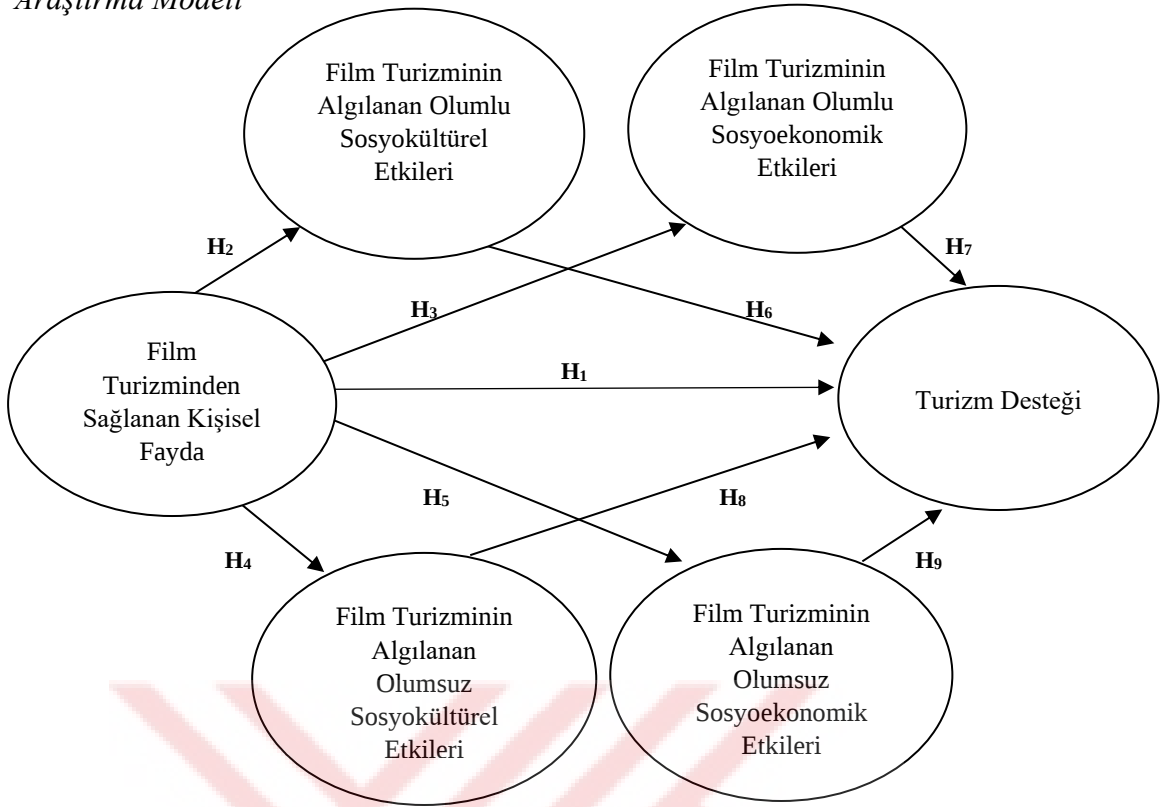
Film turizminin, halkın direkt olarak maddi gelir elde edememesi (Beeton, 2001; Mordue, 2001) ve ekonomik getiri sağlayan faaliyetlerin azlığı (Connell, 2005) şeklinde negatif etkileri vardır. Mordue (2001), Goatland'daki yöre halkının gündelik yaşam faaliyetlerinin, "Heartbeat" isimli dizide kırsal yaşamın dramatize edilmesi ve buna bağlı olarak meydana gelen turist artışıyla birlikte engellendiği sonucuna ulaşmıştır. (Beeton, 2001) BarwonHeads kasabasında yöre halkı ile yaptığı çalışmada "Sea Change" adlı dizinin film turizmi faaliyetlerini arttırdığı ve yöre halkına ekonomik olarak kazanç sağladığını saptamıştır. Ancak yöre halkının turizm faaliyetlerinden kaynaklanan yenilik ve değişimlere karşı hazırlıklı olmadığı da ortaya çıkmıştır. Zhang v.d., (2016) Çin'in Beijing şehrinde yaşayan halkın bölgede turistlerden daha çok kendilerinin yaşadıklarını ve turistler için doğal birer bilgi kaynağı olduğunu düşündüklerinden belediyelerin ve yerel hükümetin onların düşüncelerini de alması gerektiğini belirtmişlerdir. Thelen v.d., (2020) çalışmasında "Mare" isimli bir Japon dizisini incelemiştir. Dizinin öncesinde, dizi esnasında ve dizinin bitimi sonrasında tüm paydaşların görüşlerinin alındığı bir araştırma yapmışlardır. Dizi öncesi aşamada tüm paydaşların pozitif görüşleri olduğu ancak dizi çekiminin devam ettiği süreçte görüşlerin olumsuz yöne kaydığı saptanmıştır. Kervankıran ve Çuhadar (2018) araştırmasında Mardin'de yaşayanların film turizmi faaliyetlerinin bölge ekonomisine katkı sağladığını düşündüğünü ancak bölgenin kültürel anlamda yanlış tanıtıldığını belirtmiştir.

H₈: *Film turizminin algılanan negatif sosyokültürel etkilerinin film turizmi desteği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

H₉: *Film turizminin algılanan negatif sosyoekonomik etkilerinin film turizmi desteği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

Şekil 8

Araştırma Modeli



2.5. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada kullanılan araştırma modeli Saltık ve Dönmez'in (2020) "Ekranların Doğal Platosu: Muğla İli Film Turizmi Uygulamalarının Değerlendirilmesi" adlı çalışmasından uyarlanmıştır. Film turizminin yerel halk üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bu çalışmada birincil ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. İlk etapta, film turizminin algılanışına etki eden faktörler araştırılmıştır. Bu amaçla, konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar detaylı bir şekilde incelenmiş, katılımcılardan elde edilen veriler güncel istatistik programları ile analiz edilerek, araştırmanın amaçlarına uygun olarak yorumlanmıştır. Verilerin analizinde frekans, standart sapma değerleri alınmış, değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

Bu kapsamda kullanılan veri toplama aracı iki bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde, sağlanan kişisel fayda, turizmin algılanan pozitif-negatif sosyoekonomik ve sosyokültürel etkileri ve film turizmine olan destek durumuna yönelik toplamda 38 soru bulunmaktadır. Bu bölüm beşli likert şeklinde; Tamamen Katılıyorum (5), Çok Katılıyorum (4), Orta Düzeyde Katılıyorum (3), Az Katılıyorum (2), Hiç

Katılmıyorum (1) yargılarından oluşmaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların profilini (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, aylık gelir) öğrenmek amacıyla sorulan sorulara yer verilmiştir.

Tablo 6

Kullanılan Ölçekler

Kişisel Fayda (KF)	
Film turizminden sosyal fayda sağlıyorum.	Nunkoo ve So (2016)
Film turizminden ekonomik fayda sağlıyorum.	
Film turizminden kültürel fayda sağlıyorum.	
Algılanan Pozitif Sosyokültürel Etkiler (PSKE)	
Yerel yönetim için gurur vericidir.	Mendes v.d., (2017)
Yöremizi güzelleştirir.	
Yerel halkın kültürel etkinliklere katılımını teşvik eder.	
Tarihi yerlerin yenilenmesini sağlar.	
Yöremizin doğal kaynaklarını korur.	
Yerel halkın vakit geçirebileceği eğlence ve dinlenme alanlarını artırır.	Gursoy v.d., (2002)
Algılanan Pozitif Sosyoekonomik Etkiler (PEE)	
Yerel halkın gelir düzeyini artırır.	Kim v.d., (2017)
Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltir.	
Yerel ekonomiyi geliştirir.	
Turizm tesis ve olanaklarını artırır.	
Yöremizdeki iş olanaklarını artırır.	Mendes v.d., (2017)
Yöredeki yatırımları artırır.	
Hizmet kalitesini (mağazalar, restoranlar vb.) iyileştirir.	
Yöremizdeki kültürel değerleri (gelenek, el sanatları vb.) korumaya yardımcı olur.	
Altyapının iyileştirilmesini sağlar.	
Algılanan Negatif Sosyokültürel Etkiler (NSKE)	
Yöredeki suç oranını artırır.	Gursoy v.d., (2002)
Yöredeki alkol ve uyuşturucu madde kullanımını artırır.	Mendes v.d., (2017)
Yerel halk ile yapım ekibi arasında çatışma/sorun yaratır.	
Yerel halkın birlik ve bütünlüğünü bozar.	
Yerel halkın geleneksel yaşam biçimini olumsuz etkiler.	
Yöredeki alkol ve uyuşturucu madde kullanımını artırır.	
Yerel halk ile yapım ekibi arasında çatışma/sorun yaratır.	
Yerel halkın birlik ve bütünlüğünü bozar.	
Yerel halk ile turistler arasında çatışma/sorun yaratır.	Kim v.d., (2017)
Yörenin doğal manzarasını bozar.	
Çocukların ve gençlerin eğitimlerini ve gelişimlerini olumsuz etkiler.	
Yörenin yerel ekosistemine zarar verir.	
Yöreyi ekranda gerçekte olduğundan farklı tanıtarak imajını zedeler.	Saltık ve Dönmez (2020)
Algılanan Negatif Sosyoekonomik Etkiler (NEE)	
Hayat pahalılığına neden olur.	Kim v.d., (2017)
Emlak fiyatlarını artırır.	Mendes v.d., (2017)
Günlük yaşamda kullanılan ürün ve hizmetlerin fiyatlarını artırır.	
Trafikle ilgili sorunları artırır.	
Yerel halkın geleneksel yaşam biçimini olumsuz etkiler.	Saltık ve Dönmez (2020)

Turizm Desteği (TD)	
Film/ dizi çekimi yapılan yöremizin yaşam kalitesinden memnunum.	Kim v.d., (2017)
Film/ dizi çekimi yapılması yöre yaşamını daha keyifli kılar.	Saltık ve Dönmez (2020)
Yöremize gelen turist sayısının artmasını sağlar.	
Film turizmi faaliyetleri ilgimi çekiyor.	Mendes v.d., (2017)
Yerel yönetim için önemlidir.	

2.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın amacına uygun olarak evren ve örneklem belirlenmiştir. Eskişehir ili turistik açıdan gözde bir destinasyon olarak göze çarpmaktadır. Sivrihisar ilçesi tarihi ve kültürel çekicilikleri bağlamında; Saat Kulesi ve Seyir Terası, Kilim Müzesi, Ulu Cami, Tarihi Ermeni Kilisesi Surp Yerrortunyun, Arastalar Çarşısı ve Nasreddin Hoca Kültür evi vb. gibi turistik çekicilik unsurlarına sahiptir. Sivrihisar’da devam eden dizi/film çekimlerine katılarak bölgenin direkt olarak gözlemlenmesi araştırma evreni seçiminde önemli bir neden olmuştur. Sivrihisar ilçesinin seçilmesinde ilgili destinasyonda halihazırda var olan turistik cazibenin, film/dizi çekimlerinin başlamasıyla birlikte nasıl gelişim göstereceğinin gözlemlenmesi önemli bir unsur olmuştur. Dizi/film çekimlerinden sonra Sivrihisar’ı ziyaret eden turist sayısında ciddi bir artış yaşandığı görülmüştür (Aydın ve Koçak, 2022: 17).

Araştırmaya konu olan bölgedeki nüfusun belirlenmesiyle, nüfusu temsil eden örneklem listesi oluşturulmaktadır (Erdoğan, 2003: 166). Bu kapsamda araştırma evrenini Sivrihisar’da yaşayan 18 yaş üstü yerel halk oluşturmaktadır. Buna göre Sivrihisar’da adrese dayalı nüfus kayıt sistemi veri tabanına göre, ilçenin toplam nüfusu 20.217 olup, 10.331 erkek, 9.886’ ı kadındır. Nüfusun 9.507’si ilçe merkezinde, 10.710’u köy ve beldelerde bulunmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021).

Ana kütle hacmi 10.000 kişi üstünde olması durumunda olan örneklem hacmi 384 olarak hesaplanmaktadır (Yılmaz ve Doğan, 2016: 196). Bu nedenle 384 ve üzerinde katılımcı sayısının yeterli olacağı sonucuna varılmıştır. Araştırmada Sivrihisar’da ikamet eden yerel halktan basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenenlerden anket formunu doldurmayı kabul edenler ile yüz yüze anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yönteminde evrendeki yer alan her bir birimin örnekleme olarak seçilme olasılığı eşit ve bağımsızdır. Bir birimin örnekleme olarak seçilme olasılığı diğer birimleri etkilemez (Onwuegbuzie ve Collins, 2007: 285). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler İnsan

Araştırmaları Etik Kurulunun 19.04.2022 tarihli onayı (Ek-1) ile Kasım 2022-şubat 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen uygulamada tesadüfiliği sağlayabilmek adına Sivrihisar'da yaşayan yerel halkın temsil yeteneğini arttırmak için merkezde yaşayanlara ulaşmak amacıyla üç araştırmacı vasıtasıyla rastgele bir şekilde evlere gidilmiş, araştırmaya katılmayı onaylayan 473 kişiyle görüşülmüştür. Eksik ya da hatalı doldurulduğu tespit edilen 27 anket analize dâhil edilmemiştir ve 446 anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

2.7. Veri Analiz Yöntemi

Sivrihisar'da yaşayan yerel halk ile yüz yüze gerçekleştirilen anket uygulaması sonrasında, hatalı yanıtların ve kodlamaların olup olmadığı ve yanıtlanan anketlerin doğru bir şekilde doldurulup doldurulmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan kontroller sonrasında veriler elektronik ortama aktarılmış, anket formunda yer alan ifadelere katılımcıların verdikleri yanıtların analizi, SPSS 27.0 ve Smart PLS 4 paket programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Veri setinin oluşturulması, demografik bilgilere yönelik frekans dağılımlarının hesaplanması, ilgili değişkenlere yönelik faktör boyutlarının ve alt boyutlarının ortalamalarının alınması gibi analizler için SPSS 27.0 programı tercih edilmiştir. Smart PLS 4 programı aracılığıyla araştırmaya konu olan değişkenlere yönelik Faktör Analizi yapılmış ve ilgili program aracılığıyla oluşturulan Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) test edilmiştir. Verilerin eksik ya da hatalı kodlanmış olma olasılığını en aza indirebilmek için tüm verilere ait frekans dağılımları incelenmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE SONUÇ

3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların %46,4'ü kadın, %53,6'sı erkek iken %27,1'i işçi, %22'si serbest çalışandır. Katılımcıların %36,7'si 35-44, %30,3'ü ise 45-54 yaşları aralığındadır. Katılımcıların diğer demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	207	46,4
	Erkek	239	53,6
Yaş	18-24	37	8,3
	25-34	53	11,7
	35-44	165	36,7
	45-54	133	30,3
	55-64	34	7,6
	65+	24	5,4
Son Mezuniyet	Okuryazar	22	4,9
	İlköğretim	139	31,2
	Lise	187	41,9
	Ön lisans	59	13,2
	Lisans	35	7,8
	Lisansüstü	4	0,9
Meslek	Ev Hanımı	36	8,1
	İşçi	121	27,1
	Emekli	31	7,0
	Memur	79	17,7
	Esnaf	56	12,6
	Çiftçi	18	4,0
	Serbest	98	22,0
	Öğrenci	7	1,6
Gelir	2500 ve altı	39	8,7
	2501-5000	78	17,5
	5001-7500	98	22,0
	7501-10000	126	28,3
	10000 ve üstü	105	23,5

3.2. Güvenilirlik Bulguları

Ölçeklerin güvenilirlik analizlerinin yapılmasında farklı modeller kullanılmaktadır ancak en çok tercih edilen modellerden biri alfa katsayısıdır. Cronbach Alfa değeri, 0 ve 1 arasında değişiklik göstermektedir (McMillian ve Schumacker, 2006).

Tablo 8

Güvenilirlik Bulguları

	Ortalama	Standart Hata	CA Çıkartıldığında
Kişisel Fayda (KF)			
KF1	2,9350	1,35673	0,881
KF2	2,1816	1,38717	0,882
KF3	3,4148	1,31565	0,882
Film Turizminin Algılanan Pozitif Sosyokültürel Etkileri (PSKE)			
PSKE1	4,3879	,86621	0,881
PSKE2	4,2915	,92178	0,882
PSKE4	4,3274	,86402	0,883
PSKE5	4,3027	,81024	0,881
PSKE6	4,2601	,92873	0,881
Film Turizminin Algılanan Pozitif Sosyoekonomik Etkileri (PEE)			
PEE1	3,7848	1,04003	0,877
PEE2	3,7601	1,10497	0,878
PEE3	3,8610	1,17213	0,879
PEE4	3,6502	1,24471	0,878
PEE5	3,9865	1,11367	0,877
PEE6	4,0650	1,03111	0,877
PEE7	3,5964	1,25542	0,878
PEE8	3,8587	1,12988	0,879
PEE9	4,1502	,97258	0,879
Film Turizminin Algılanan Negatif Sosyokültürel Etkileri (NSKE)			
NSKE1	1,9955	1,22336	0,881
NSKE2	1,9686	1,21744	0,880
NSKE3	2,1637	1,20397	0,878
NSKE4	2,3341	1,26777	0,879
NSKE5	2,2242	1,24303	0,880
NSKE6	2,2422	1,19347	0,880
NSKE7	1,9081	1,25531	0,881
NSKE8	2,0179	1,17259	0,880
NSKE9	1,8318	1,06464	0,880
NSKE10	2,0359	1,14698	0,879
Film Turizminin Algılanan Negatif Sosyoekonomik Etkileri (NEE)			
NEE3	3,6794	1,20407	0,882
NEE4	3,1525	1,32022	0,881
NEE5	3,2915	1,29832	0,880

Turizm Desteği (TD)			
TD2	3,5807	1,14027	0,880
TD3	4,2377	,88535	0,880
TD4	3,6211	1,21873	0,882
TD5	3,8565	1,06086	0,881

Maddelerin standart hata, ortalama ve crobach's alpha değerlerinin yer aldığı güvenilirlik analizi bulgularında (CA) değeri 0,883 olarak tespit edilmiştir. Bu değer ölçeğin oldukça güvenilir olduğuna işaret etmektedir. Araştırma problemlerinin incelenmesi için oluşturulan değişkenlerin frekans değerleri Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9

Sorulara Verilen Cevapların Ortalamaları

		KF	PSKE	PEE	NSKE	NEE	TD
N		446	446	446	446	446	446
Ortalama		2,8438	4,3210	3,8570	2,0722	3,1368	3,7260
Medyan		3,0000	4,5000	3,8889	1,8000	3,2000	3,8000
Yüzdelik	25	2,0000	4,0000	3,3333	1,2000	2,6000	3,1500
	50	3,0000	4,5000	3,8889	1,8000	3,2000	3,8000
	75	3,6667	4,8750	4,6667	2,8000	3,6000	4,4000

Sivrihisar yerel halkının film turizmi faaliyetlerinden sağladığı kişisel faydanın ne düzeyde ve yine Sivrihisar'da yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine desteklerinin olup olmadığının belirlenmesi adına yerel halka yöneltilen sorulara verilen cevapların ortalaması alınmıştır. Tablo 9'da yer alan bilgilere göre Sivrihisar yerel halkının film turizmi faaliyetlerinden sağladığı kişisel faydanın orta düzeye yakın olduğu görülmektedir (2,84). Diğer taraftan Sivrihisar'da yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine desteklerinin yükseğe yakın düzeyde olduğu görülmüştür (3,72).

3.3. Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Bulgular

İlk defa Wold (1982) tarafından ele alınmış olan kısmi en küçük kareler (KEKK), soyut olan olaylar arasındaki ilişkinin ortaya konmasını ve yapının meydana getirilmesinde birleştirilmiş bir model yaklaşımını esas alarak (Lohmöller, 1989), gizil ve gözlenen değişkenlerin arasında yer alan çok değişkenli karmaşık ilişkileri modelleme amacıyla kullanılan istatistiksel bir yaklaşımdır (Yılmaz v.d., 2019: 89).

3.3.1. Modelin Geçerliliğine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, sosyal bilimlerde bir ölçek geliştirmek veya uyarlamak için yapı geçerliliğine ilişkin kanıt elde etmek adına en çok kullanılan yöntemlerdendir. Faktör analizinde amaç, çok sayıda farklı değişkenden elde edilmiş olan bilginin özetlenmesi ve en az veri kaybıyla daha az sayıda boyut veya faktör seti oluşturmaının sağlanmasıdır (Gegez, 2010: 316). Bu çalışmada; ölçme aracının alt boyutlarının belirlenmesi ve kullanılan maddelerin ölçeğe uygun olup olmadığının anlaşılması için önce faktör analizi, sonraki aşamada ise yol analizi yapılmıştır.

Geliştirilen model Smart PLS 4 programı yardımıyla çizilmiş ve mevcut anket verileri programa yüklenmiştir. İlk olarak faktör yük tablosu incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre faktör yükleri 0,70'in altında olan maddeler çıkartılmıştır. Buna bağlı olarak algılanan negatif sosyoekonomik etkiler içerisinde yer alan NEE1 ve NEE2 değişkenleri, algılanan negatif sosyokültürel etkiler içerisinde yer alan PSKE3 değişkeni ve turizm desteği içerisinde yer alan TD1 değişkeni değerlerinin 0,70'in altında kalmasından dolayı modelden çıkartılmıştır. Ölçüm modelinin faktör analizi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10

Ölçüm Modeli Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri					
	KF	NEE	NSKE	PEE	PSKE	TD
Faktör 1: Kişisel Fayda (KF)						
KF1 Film turizminden sosyal fayda sağlıyorum.	0,893					
KF2 Film turizminden ekonomik fayda sağlıyorum.	0,759					
KF3 Film turizminden kültürel fayda sağlıyorum.	0,833					
Faktör 2: Film Turizminin Algılanan Negatif Sosyoekonomik Etkileri (NEE)						
NEE3 Trafikle ilgili sorunları artırır.		0,889				
NEE4 Emlak fiyatlarını artırır.		0,939				
NEE5 Günlük yaşamda kullanılan ürün ve hizmetlerin fiyatlarını artırır.		0,783				
Faktör 3: Film Turizminin Algılanan Negatif Sosyokültürel Etkileri (NSKE)						
NSKE1 Yöredeki suç oranını artırır.			0,815			
NSKE2 Yöredeki alkol ve uyuşturucu madde kullanımını artırır.			0,827			
NSKE3 Yerel halk ile turistler arasında çatışma/sorun yaratır.			0,854			
NSKE4 Yörenin doğal manzarasını bozar.			0,812			

NSKE5 Yöreyi ekranda gerçekte olduğundan farklı tanıtarak imajını zedeler.			0,794			
NSKE6 Yerel halk ile yapım ekibi arasında çatışma/sorun yaratır.			0,821			
NSKE7 Çocukların ve gençlerin eğitimlerini ve gelişimlerini olumsuz etkiler.			0,837			
NSKE8 Yörenin yerel ekosistemine zarar verir.			0,845			
NSKE9 Yerel halkın birlik ve bütünlüğünü bozar.			0,849			
NSKE10 Yerel halkın geleneksel yaşam biçimini olumsuz etkiler.			0,809			
Faktör 4: Film Turizminin Algılanan Pozitif Sosyoekonomik Etkileri (PEE)						
PEE1 Yerel halkın gelir düzeyini artırır.				0,829		
PEE2 Yöremizdeki iş olanaklarını artırır.				0,830		
PEE3 Yöredeki yatırımları artırır.				0,774		
PEE4 Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltir.				0,840		
PEE5 Hizmet kalitesini (mağazalar, restoranlar vb.) iyileştirir.				0,877		
PEE6 Yerel ekonomiyi geliştirir.				0,855		
PEE7 Altyapının iyileştirilmesini sağlar.				0,790		
PEE8 Yöremizdeki kültürel değerleri (gelenek, el sanatları vb.) korumaya yardımcı olur.				0,810		
PEE9 Turizm tesis ve olanaklarını artırır.				0,804		
Faktör 5: Film Turizminin Algılanan Pozitif Sosyokültürel Etkileri (PSKE)						
PSKE1 Yerel yönetim için gurur vericidir.				0,726		
PSKE2 Yöremizi güzelleştirir.				0,709		
PSKE4 Yerel halkın kültürel etkinliklere katılımını teşvik eder.				0,712		
PSKE5 Tarihi yerlerin yenilenmesini sağlar.				0,862		
PSKE6 Yöremizin doğal kaynaklarını korur.				0,848		
Faktör 6: Turizm Desteği (TD)						
TD2 Film/ dizi çekimi yapılması yöre yaşamını daha keyifli kılar.						0,882
TD3 Yöremize gelen turist sayısının artmasını sağlar.						0,781
TD4 Film turizmi faaliyetleri ilgimi çekiyor.						0,814
TD5 Yerel yönetim için önemlidir.						0,832

Araştırma ölçeğine ilişkin yapı güvenirliği analiz sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11*Araştırma Ölçeklerine İlişkin Yapı Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
KF	0,772	0,869	0,689
NEE	0,864	0,905	0,762
NSKE	0,949	0,956	0,683
PEE	0,941	0,950	0,679
PSKE	0,838	0,881	0,600
TD	0,847	0,897	0,685

Tablo 11 incelendiğinde, boyutların cronbach's alpha değerinin 0,772 ile 0,941 arasında ve bileşik güvenilirlik (CR) değerinin ise 0,869 ile 0,956 arasında olması ölçeğin kendi arasında tutarlı olduğunu göstermektedir. Cronbach's alpha değerleri kişisel fayda için 0,772, algılanan negatif sosyoekonomik etkiler için 0,864, algılanan negatif sosyokültürel etkiler için 0,949, algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler için 0,941, algılanan pozitif sosyokültürel etkiler 0,838 ve turizm desteği ölçeği için ise 0,847 olarak gerçekleşmiştir. Analizler tüm değişkenlerin iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Analizler sonucunda, eşik değeri 0,70 olan CR değerlerinin kişisel fayda için 0,869, algılanan negatif sosyoekonomik etkiler için 0,905, algılanan negatif sosyokültürel etkiler için 0,956, algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler için 0,950, algılanan pozitif sosyokültürel etkiler için 0,881 ve turizm desteği ölçeği için ise 0,847 olarak gerçekleşmiştir. Aynı zamanda, yakınsak geçerliliği ölçmek için kullanılan eşik değeri 0,5 olan ortalama varyans değerleri kişisel fayda için 0,689, algılanan negatif sosyoekonomik etkiler için 0,762, algılanan negatif sosyokültürel etkiler için 0,683, algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler için 0,679, algılanan pozitif sosyokültürel etkiler için 0,600 ve turizm desteği ölçeği için ise 0,685 olarak gerçekleşmiştir. Boyutların açıklanan ortalama varyans (AVE) değerlerinin 0,600 ile 0,762 arasında olması da birleşme geçerliliğinin sağlandığı anlamına gelmektedir (Fornell ve Larcker, 1981; Hair v.d., 2017). Ayırt edici geçerliliğin analizinde Fornell ve Larcker (1981) tarafından önerilmiş olan ölçüt ve Henseler v.d., (2015) tarafından önerilen heterotrait-monotrait ratio (HTMT) kullanılmıştır. Ölçeklere ait ayırma geçerliliği analiz sonuçları Tablo 12 ve 13'de verilmiştir.

Tablo 12*Ayırt Edici Geçerlilik*

	KF	NEE	NSKE	PEE	PSKE	TD
KF	0,830					
NEE	-0,081	0,873				
NSKE	0,042	0,541	0,827			
PEE	0,414	-0,043	-0,149	0,824		
PSKE	0,137	0,041	-0,007	0,358	0,775	
TD	0,365	-0,068	-0,221	0,700	0,192	0,828
AVE değerleri	0,689	0,762	0,683	0,679	0,600	0,685

Her bir boyutun AVE değerinin karekökü diğer boyutlarla olan korelasyondan yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Tablo 12'ye göre ilgili modelin ayırt edici geçerliliğinin sağlandığı görülmüştür (Fornell ve Lacker, 1981; Yılmaz v.d., 2019).

Tablo 13*Ayrışma Geçerliliği (HTMT)*

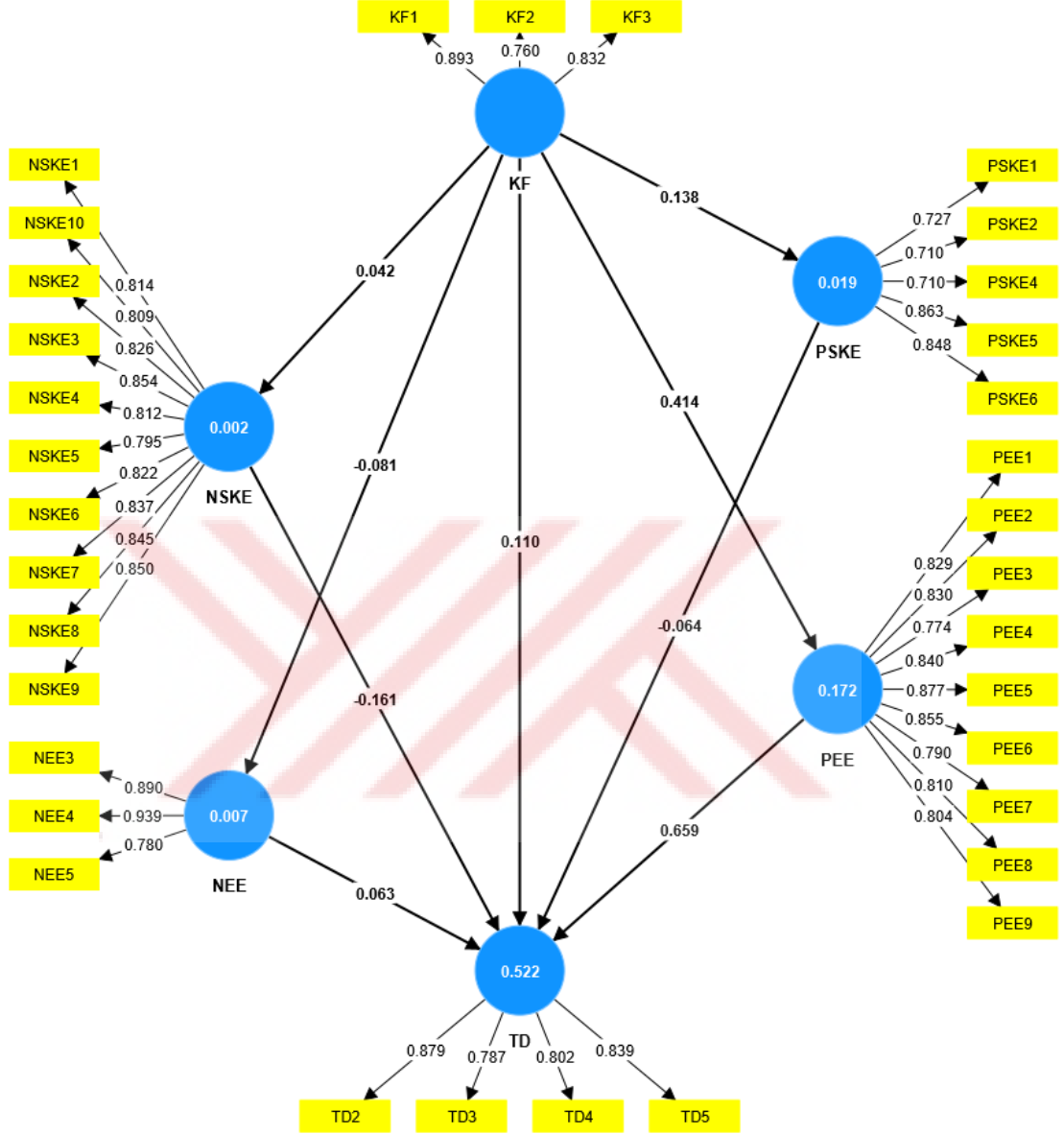
	KF	NEE	NSKE	PEE	PSKE	TD
KF						
NEE	0,095					
NSKE	0,078	0,593				
PEE	0,484	0,078	0,154			
PSKE	0,162	0,165	0,104	0,374		
TD	0,444	0,132	0,227	0,773	0,194	

Ayrışma geçerliliğinin sağlandığının görülmesi için Henseler v.d., (2015) tarafından önerilen HTMT değeri de hesaplanmıştır. HTMT değerinin 0,90 altında olması durumunda kriter geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir (Rodríguez-Victoria, v.d., 2017). Tablo 13 incelendiğinde ölçek değerlerinin 0,90 değerinin altında olduğu görülmektedir. Tablo 12 ve 13'de yer alan sonuçlara göre ayrışma geçerliliğinin sağlandığı görülmüştür.

3.3.2 Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular

Şekil 9

Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları (PLS-SEM)



Yapısal model kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (KEKK-YEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizi için Smart PLS 4 istatistik paket programı kullanılmıştır (Ringle v.d., 2015). Yapısal modelin etki büyüklüğünü (f^2) ve R^2 değerini hesaplamak için kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik (KEKK), tahmin gücünü (Q^2) hesaplamak adına Blindfolding analizi yapılmıştır. Yapısal modele ilişkin R^2 , f^2 , Q^2 ve VIF değerleri Tablo 14’de sunulmuştur.

Tablo 14*Modelin R², f², Q² ve VIF değerleri*

İlişkiler	R ²	f ²	Q ²	VIF
H₁: KF -> TD	0,522	0,020	0,470	2,079
H₂: KF -> PSKE	0,019	0,019	0,409	1,020
H₃: KF -> PEE	0,172	0,207	0,592	1,207
H₄: KF -> NSKE	0,002	0,002	0,608	1,002
H₅: KF -> NEE	0,007	0,007	0,457	1,007
H₆: PSKE -> TD		0,008		
H₇: PEE -> TD		0,639		
H₈: NSKE -> TD		0,036		
H₉: NEE -> TD		0,006		

Modele ait elde edilen R² değerleri incelendiğinde de turizm desteği faktörünün %52, algılanan pozitif sosyoekonomik etkilerin %17, algılanan pozitif sosyokültürel etkilerin %2 oranında açıklandığı tespit edilmiştir.

Etki büyüklüğü katsayısının (f²), 0,02 ve üzerinde olması düşük; 0,15 ve üzerinde olması orta; 0,35 ve üzerinde olması ise yüksek olarak değerlendirilmektedir (Cohen, 1988). Sarstedt v.d., (2017)'e göre ise katsayı değerinin 0,02'nin altında olması durumunda herhangi bir etkiden söz etmenin mümkün olmayacağını belirtmiştir. Etki büyüklüğü katsayıları incelendiğinde turizm desteği üzerinde algılanan negatif sosyokültürel etkiler ve kişisel faydanın düşük, algılanan pozitif sosyoekonomik etkilerin yüksek etkisi olduğu, kişisel faydanın ise algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler üzerinde orta düzeyde etkisi olduğu görülmüştür. Diğer faktörler arasındaki ilişkilerde ise herhangi bir etkinin olmadığı görülmüştür.

Tahmin gücü katsayısının (Q²) sıfırdan büyük olması, yapısal modelin bir evreni temsil eden deneklerin değişebilen özelliği (endojen) olan değişkenleri tahmin gücünün olduğunu göstermektedir (Hair v.d., 2017). Q² değerlerinin sıfırdan büyük olması nedeniyle yapısal modelin kişisel fayda, algılanan pozitif sosyokültürel etkiler, algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler, algılanan negatif sosyokültürel etkiler, algılanan negatif sosyoekonomik etkiler ve turizm desteği faktörlerini tahmin etme gücüne sahip olduğu söylenebilir.

Değişkenler arasındaki VIF (Variance Inflation Factor) değerleri incelendiğinde, değerlerin eşik değer olan 5'in altında olması nedeniyle değişkenler arasında çoklu iç ilişki problemi olmadığı anlaşılmıştır (Hair v.d., 2011).

Model uyumu değerlendirilmesinde kullanılan bir diğer değer de GoF indeksidir. KEKK-YEM’de genel bir uyum indeksinin varlığından söz edilememektedir ancak Tenenhaus v.d., (2004) tarafından uyum iyiliğinin ölçütü olarak uyum iyiliği indeksi olan (GoF) önerilmiştir. GoF indeksi hem yapısal modelin hem de ölçüm modelinin performansının belirlenmesi adına tüm modelin tahmin performansının belirlenmesi için standart bir ölçüm sağlamak adına geliştirilmiştir. GoF indeksi, 0 ile 1 arasında değerler alır. GoF indeksinin uyum dereceleri $GoF < 0,10$ (az), $0,10 < GoF < 0,25$ (orta), $0,25 < GoF < 0,36$ (çok iyi) şeklindedir (Wetzels v.d., 2009). GoF indeksi, gizil değişkenler için elde edilen AVE ile R^2 değerlerinin ortalamalarının çarpımının karekökünün alınması ile elde edilir. Yapılan hesaplama sonucunda AVE değerlerinin ortalaması 0,58 ve R^2 değerlerinin ortalaması 0,14 bulunmuş ve elde edilen değer 0,29 olarak hesaplanmıştır. GoF indeksine göre modelin çok iyi uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

Yapısal eşitlik modellemesi sonrasında ortaya çıkan hipotezlere ilişkin bulgular Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo 15

Model Uyum Değerleri

SRMR	0,065
d_ ULS	2,486
d_ G	1,214
Chi- Square	2884,135
NFI	0,759

Model uyumu için Smart PLS 4 yazılımının hesapladığı ölçülerden SRMR değerinin 0,10’dan küçük bir değer alması beklenmektedir (Yılmaz ve Kınaş, 2021: 145). Model için SRMR değeri 0,065 olarak hesaplanmıştır. d_ ULS ve d_ G tam uyum kriterleri için hesaplanan 2.486 ile 1.214 değerleri ise $p > 0,05$ çıkmıştır. NFI değeri ise 0 ile 1 arasında değer alır (Widaman ve Thompson, 2003). NFI’nın 1’e yakın değer alması modelin iyi uyuma sahip olduğunu göstermektedir (İed ve Yılmaz, 2023: 125). Çalışmadaki model için NFI 0,759 olarak hesaplanmıştır. İlgili değerler incelendiğinde modelin iyi uyuma sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 16*Hipotezlere İlişkin Bulgular*

	Standart Yüklemler	T değeri	P değeri	Sonuç
H₁: KF -> TD	0,110	2,599	0.009**	Desteklendi
H₂: KF -> PSKE	0,138	2,867	0.004**	Desteklendi
H₃: KF -> PEE	0,414	11,500	0.000**	Desteklendi
H₄: KF -> NSKE	0,042	0,685	0.493	Desteklenmedi
H₅: KF -> NEE	-0,081	1,458	0.145	Desteklenmedi
H₆: PSKE -> TD	-0,064	1,727	0.084	Desteklenmedi
H₇: PEE -> TD	0,659	18,462	0.000**	Desteklendi
H₈: NSKE -> TD	-0,161	3,578	0.000**	Desteklendi
H₉: NEE -> TD	0,063	0,994	0.320	Desteklenmedi
*p<0,05, **p<0,01				

İlgili hipotezlere yönelik sonuçlara Tablo 16’da yer verilmiştir. Buna göre; modelde yer alan değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamak için oluşturulan 9 adet hipotezlerden H₁, H₂, H₃, H₇ ve H₈ desteklenmiştir. H₄, H₅, H₆ ve H₉ ise desteklenmemiştir. H₁’e göre film turizmden sağlanan kişisel fayda, turizm desteğini anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir (t=2,60; p<0,05). Buna göre film turizminden sağlanan kişisel fayda arttığında turizm desteği artmaktadır. Kişisel faydada meydana gelen bir birimlik artış turizm desteğini 0,11 birim artırmaktadır. H₂’ ye göre film turizminden sağlanan kişisel fayda, algılanan pozitif sosyokültürel etkileri olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. (t=2,87; p<0,05). Buna göre kişisel faydada meydana gelen bir birimlik artış, algılanan pozitif sosyokültürel etkileri 0,14 birim artırmaktadır. H₃’e göre film turizminden sağlanan kişisel fayda, algılanan pozitif ekonomik etkileri olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. (t=11,50; p<0,05). Buna göre kişisel faydada meydana gelen bir birimlik artış, algılanan pozitif ekonomik etkileri 0,41 birim artırmaktadır. H₇’ye göre algılanan pozitif ekonomik etkilerin, turizm desteğini anlamlı ve pozitif şekilde etkilediği görülmüştür (t= 18,46; p<0,05). Buna göre algılanan pozitif ekonomik etkilerde meydana gelen bir birimlik artışta turizm desteği 0,66 birim artmaktadır. H₈’ e göre algılanan negatif sosyokültürel etkilerin, turizm desteği ile arasında anlamlı bir ilişki vardır (t=3,58; p<0,05). Buna göre algılanan negatif sosyokültürel etkilerde meydana gelen bir birimlik artışta turizm desteğinde 0,16 birimlik azalma meydana gelmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Film turizmi, halkın turizm faaliyetlerinden sağladığı kazanımlarının artması, yörenin imajının gelişmesi ve destinasyonun tanınırlığının artması gibi artılarından dolayı önemli ve değeri her geçen artmakta olan bir turizm türüdür. Turizm faaliyetlerinde olduğu gibi film turizmi faaliyetlerinin de kontrollü ve planlı bir şekilde yapılması önem arz etmektedir. Plansız yapılan faaliyetler sonucunda yerel halk ve yöre üzerinde olumsuz etkilerden söz edilebilecektir. Bu etkilerin önlenmesi ve bölgede turizmin geliştirilmesi adına tüm paydaşların bakış açılarının görülebilmesi adına yapılan çalışmalar önem arz etmektedir.

Bulguların Değerlendirilmesi

Çalışmada yöre halkının film turizminin algılanan pozitif ve negatif etkilerine yönelik algıları incelenmiştir. Yapılan çalışma uluslararası ve ulusal literatürün taranması sonucunda oluşturulan araştırma modelinin doğrulandığını göstermiştir. Hipotezlerin test edilmesiyle birlikte elde edilen bulgular doğrultusunda, film turizminden sağlanan kişisel fayda, yereldeki turizm faaliyetlerinin desteklenmesini pozitif yönde etkilemektedir (H₁). Bu bulgu Perdue v.d., (1990)'nin turistik faaliyetlerden kişisel fayda sağlama ve daha fazla ziyaretçiyi çekme ile turizme karşı pozitif tutumda etkili olduğu, King v.d., (1993)'nin, turistik faaliyetlerden kişisel olarak fayda sağlayan bireylerin, bu durumdan fayda sağlamayan bireylere oranla daha olumsuz etkiyi belirttikleri, Madrigal (1993)'in kişisel fayda sağlamanın turistik faaliyetlere olan desteği artırdığı, Getz (1994)'in İskoçya'da yaşayan yöre halkının turistik faaliyetlerden yeterince fayda sağlayamadıkları gerekçesi ile turizme yönelik bakış açıları ve tutumlarının negatif olduğu ve Ekici (2013)'nin Serik'te yaşayan halkın turizmden fayda sağladıkça turistik faaliyetlere yönelik olumlu bakış açısı geliştirdikleri ancak Kaş Kalkan'da ikamet eden yerel halkın bu durumdan kişisel fayda sağlasa dahi turizm faaliyetlerinin gelişiminden dolayı olumsuz bakış açısı geliştirdikleri sonuçlarıyla bağdaşmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarla birlikte değerlendirildiğinde yerel halkın turizmden kişisel fayda sağlamaları durumunda turizm faaliyetlerine daha olumlu yaklaştıkları görülmektedir. Bazı araştırmalarda ise fayda sağlayamayan bireylerin turizm faaliyetlerine daha olumsuz yaklaştığı sonucuna varılmıştır.

H₂'ye göre film turizminden sağlanan kişisel fayda, algılanan pozitif sosyokültürel etkileri olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Benzer sonuçlar Ekici ve Çizel (2014) ve Yayla (2021) tarafından yapılan çalışmalarda da ortaya konmuştur. İlgili çalışmalarda turizmden sağlanan kişisel faydanın algılanan pozitif sosyokültürel etkiler ile arasında anlamlı etkisinin olduğu yapılan çalışma sonucuyla uyumludur. Dolayısıyla turizmin pozitif şekilde algılanması turizmin gelişimine verilen desteğin artmasını sağlamaktadır.

Kişisel faydanın algılanan pozitif sosyoekonomik etkiler üzerinde olumlu ve anlamlı bir ilişkisi olduğunu ortaya koyan H₃ sonuçları literatürde Perdue v.d., (1990), Vargas-Sanchez vd., (2009) ve Poh Ling v.d., (2011)'nin bulgularıyla örtüşmektedir. Poh Ling v.d., (2011)'nin Malezya'da yaptıkları araştırmalarında, turizmden sağlanan kişisel fayda ile turizmin algılanan pozitif etkileri arasında anlamlı ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Bu kapsamda turizmin gelişmesiyle birlikte kişisel fayda sağlamanın pozitif algıyı arttırdığı görülmektedir.

Algılanan pozitif ekonomik etkilerin turizm desteği olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır ve H₇ desteklenmiştir. Bu doğrultuda Yoon v.d., (2015) nin, Kore'de yaşayanlar üzerinde yaptıkları çalışmada pozitif ekonomik ve sosyo kültürel etkileri diğer etkilere oranla daha fazla algıladıkları ve Mendes v.d., (2017)'nin film turizmi faaliyetlerinin Portekiz halkı tarafından pozitif etkilerinin negatif etkilerine göre daha fazla algılandığı sonuçlarıyla benzer olduğu görülmüştür.

Turizmin algılanan negatif sosyokültürel etkileri ile turizm desteği arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur (H₈). Vargas-Sanchez v.d.,'nin (2009) İspanya Huelva bölgesinde yaptıkları araştırmada, negatif etkiler ile turizm gelişimine destek arasındaki ilişkinin negatif yönde olduğu ve Kervankıran ve Çuhadar (2018)'in araştırmasında Mardin'de yaşayanların film turizmi faaliyetlerinin bölge ekonomisine katkı sağladığını düşündüğünü ancak bölgenin kültürel anlamda yanlış tanıtıldığı sonucuna varmışlardır. Hipotez sonucunun ilgili çalışmaların sonuçlarıyla benzer olduğu sonucuna varılmıştır. Kişisel faydanın algılanan negatif sosyokültürel ve negatif sosyoekonomik etkiler üzerinde (H₄, H₅), pozitif sosyokültürel etkiler ve negatif ekonomik etkilerin ise turizm desteği üzerinde etkisinin olmadığı araştırma sonuçlarında görülmüştür (H₆, H₉). Bu durumun yerel halkın turizmin hem algılanan pozitif hem de negatif sosyokültürel etkilerini yeterince ön planda tutmadığını ya da kavrayamadığı sonucunu doğurmaktadır. Diğer taraftan algılanan negatif ekonomik

etkilerin turizm desteğine herhangi bir etkisinin olmamasının yerel halkın turizmin algılanan pozitif ekonomik etkilerinden iyi şekilde yararlandığını ve algılanan pozitif ekonomik etkileri çok daha iyi algıladıklarını göstermektedir.

Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Sivrihisar ilçesinde film turizmi üzerine yapılabilecek gelecek çalışmalarda farklı değişkenlerin kullanılması ya da farklı veri toplama yöntemlerinin kullanılmasıyla daha farklı sonuçlar elde edilerek literatüre katkı sağlanabilir. Bununla birlikte farklı destinasyonlarının araştırma kapsamına alınarak orada yaşayan yerel halkın da film turizmi hakkında fikirlerinin görülmesi amaç edinilebilir. Yapılan çalışmanın yöreye özgü olmasından dolayı bölgenin sosyoekonomik ve sosyokültürel durumunun görülmesine katkı sunmuştur. Bu bilgilerin diğer bölgelere genellenemeyeceği düşünüldüğünde diğer destinasyonlarda yapılacak çalışmaların hem sektörel hem de yerel halk açısından farklı sonuçları ortaya koyabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Diğer taraftan yapılan çalışmada sadece anket ile veri toplanmıştır. Yapılacak diğer çalışmalarda hem nicel hem de nitel yöntemlerin bir arada kullanılabileceği karma yöntem kullanılarak farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Sektörel Öneriler

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, yerel halkın yaklaşımına ve yerel turizm işletmelerine ve destinasyonlara fayda sağlayabilecek önemli bilgiler sunmuştur. Kişisel fayda sağlamanın genel anlamda turizme katılımı artırdığı, turizmin olumlu etkilerine yönelik katkısının olduğu ve turizme desteği artırdığı görülmüştür. Yerel halkın turizm faaliyetlerinden kişisel fayda sağlamasının bu açıdan değerli olduğu değerlendirilmektedir. Sivrihisar'da yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımlarının artmaya başladığı ve bunun sonucunda turizm desteğinde artış meydana geldiği düşünülmektedir. Bununla birlikte yöre halkının film turizminden daha fazla fayda sağlayabilmesi ve fayda sağlayamayanların da katılımlarının sağlanabilmesi adına çalışmalar yapılabilecektir. Film turizmi faaliyetlerinin gelişiminin sağlanması ve sürdürülebilirliğinin devam ettirilmesi aşamasında yöre halkı ve yerel sivil toplum kuruluşlarının da etkin olarak sürece katılarak görüşlerinin alınması, planlamaya dahil edilmesi de önem arz etmektedir. Sürdürülebilir bir kalkınma ve sürdürülebilir film turizmi faaliyetlerinin devam etmesinde ön plana çıkan ekonomik etkenler arasında yerel işletmelerin korunması, uygun bir ticari yaşam ortamının sağlanması, istihdam

politikalarının eşitlikçi bir çizgide yürütülmesi ve yerel halkın refah seviyesinin artırılması önemlidir. Buna bağlı olarak yerel halkın turizme yönelik bilgilerinin artırılması turistik faaliyetlerin daha etkili bir biçimde yürütülmesine olanak sağlayabilecektir. Medya ve TV ekranlarının, etkili film ya da dizi projelerinin etkisiyle daha fazla turistin ilgili destinasyona seyahat etme motivasyonlarına etki ettiği görülmektedir. Bu durumun hem yerelde hem de uluslararası alanda büyük bir etki yaratabileceği göz önüne alındığında yabancı turist sayısında artış sağlayabileceği ve bununla birlikte yerel halkın daha fazla kazanım elde edebileceği ve yörenin tanıtımında daha etkili sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan kişisel fayda sağlamanın turizm desteğine olan etkisi görülmektedir. Yapılan çalışmada da kişisel fayda sağlamanın turizm desteğine olumlu bir etkisinden söz edilmektedir. Yukarıda bahsedilen turizmden sağlanacak ekonomik, kültürel ve sosyal etkilerin turizme olan desteği artırmasının beklenmesi kaçınılmazdır. Değinilen unsurların turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu görülmektedir.



KAYNAKÇA

- Akbulut, O. ve Ekin, Y. (2018). Perception and attitudes of local people toward film tourism within the context of place attachment. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 27, 276–293.
- Akdu, U. ve Akın, M. H. (2016). Film ve dizilerin destinasyon tercihine etkileri. *Journal of International Social Research*, 9(45), 1042-1052.
<https://doi.org/10.32003/iggei.489920>
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 77-109.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vazquez, A., ve Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007>
- Altıntaş, V. (2021). *Turizm ve yaşam kalitesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the lake bosomtwe Basin, Ghana. *Journal Of Sustainable Tourism*, 18(2), 223-238.
<https://doi.org/10.1080/09669580903298531>
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal Of Travel Research*, 50(3), 248-260.
<https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
- Andriotis, K. (2004). The perceived impact of tourism development by cretan residents. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 123-144.
<https://doi.org/10.1080/1479053042000251061>
- 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. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.
<https://doi.org/10.1177/004728759303200108>
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm sosyolojisi: turist-yerel halk etkileşimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2020). *Turizm sosyoloji genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını anlamak: yerel halkın bölge imajı ve turizme desteği. *The Journal of International Social Research*, 9(43), 2538-2547.
<https://doi.org/10.17719/jisr.20164317813>
- Aydın, F. ve Koçak, E. (2022). Dizilerin turizm faaliyetlerine etkisi: Gönül dağı dizisi örneği. *International Journal of Geography and Geography Education*, 47, 162-186.
<https://doi.org/10.32003/igge.1113526>
- Bastias-Perez, P. ve Var, T. (1995). Perceived impacts of tourism by residents. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 208-210.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00007-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00007-8)
- Baştan, N. B. (2020). *Turizmin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Şirince Köyü Örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Pamukkale Üniversitesi
- Beeton, S. (2001). Smiling for the camera: The influence of film audiences on a budget tourism destination. *Tourism Culture & Communication*, 3(1), 15-25.
<https://doi.org/10.3727/109830401108750661>
- Beeton, S. (2005). *Aspects of tourism: filminduced tourism*, Clevedon: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2008). From the screen to the field: The influence of film on tourism and recreation. *Tourism Recreation Research*, 33(1), 39-47.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2008.11081288>
- Beeton, S. (2008). Location, location, location: Film corporations' social responsibilities. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 24(2-3), 107-114.
<https://doi.org/10.1080/10548400802092551>
- Bestard, A. B. ve Nadal, J. R. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.004>
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016). Yerel halkın turizm faaliyetine yönelik görüş ve algılamalarının belirlenmesi üzerine Alanya'da bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 325-342.
- Bolan, P., Boy, S. ve Bell, J. (2011). "We've seen it in the movies, let's see if it's true": Authenticity and displacement in film-induced tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 102-116.
<https://doi.org/10.1108/17554211111122970>
- Buchmann, A., Moore, K. ve Fisher, D. (2010). Experiencing film tourism: Authenticity & fellowship. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.005>

- Busby, G. ve Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal Of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332.
<https://doi.org/10.1177/135676670100700403>
- Busby, G., Brunt, P. ve Lund, J. (2003). In agatha christie country: Resident perception of special interest tourism. *Tourism*, 51(3), 287-300.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4084.3602>
- Byrd, E. T., Bosley, H. E. ve Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural Eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021>
- Cardoso, L., Estevão, C. M., Muniz, A. C. F. ve Alves, H. (2017). Film induced tourism: A systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 13(3), 23-30.
<https://doi.org/10.18089/tms.2017.13303>
- Carvalho, S. B., De Campos Vieira, A. L. L. ve De Sousa, A. M. P. (2014). Film-induced tourism: The case of Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21/22), 469-482.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v4i21/22.12435>
- Castro, D., Kim, S. ve Assaker, G. (2023). An empirical examination of the antecedents of Residents' support for of future film tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101067, 1-12.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101067>
- Chen, C. F. ve Chen, P. C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 12(4), 525-545.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516398>
- Chen, C. Y. (2018). Influence of celebrity involvement on place attachment: Role of destination image in film tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(1), 1-14.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1394888>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Connell, J. (2012). Film tourism—evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>
- Connell, J. ve Meyer, D. (2009). Balamory revisited: An evaluation of the screen tourism destination-tourist nexus. *Tourism Management*, 30(2), 194-207.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.001>

- Çelik, Ö. Ç. (2019). Film turizmi ve Sığacık'a (İzmir) etkileri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 432-460.
<https://doi.org/10.14520/adyusbd.490712>
- Çelik, S. ve Rasoolimanesh, S. M. (2021). Residents' attitudes towards tourism, cost-benefit attitudes, and support for tourism: A pre-development perspective. *Tourism Planning & Development*, 18(1), 1-19.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1873836>
- Çiftçi, B. (2016). *Turizm coğrafyası açısından dizi turizmi: Karagül dizi örneği (Halfeti)* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Harran Üniversitesi.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2021). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Taraklı'da bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 149-174.
<https://doi.org/10.32572/guntad.874614>
- Dean, D. ve Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: The role of push-pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1572631>
- Deccio, C. ve Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 winter olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56.
<https://doi.org/10.1177/0047287502041001006>
- Demirbulat, G. Ö., Oflaz, M. ve Buzlukçu, C. (2015). Kırsal yörelerde televizyon dizilerinin turizm hareketleri üzerindeki etkisi: Sevdaluk dizisi örneği. M. A. Çukurçayır, A. Başoda, Ş. Ünüvar M. Sağır, M. Çiçekdağı ve S. Büyükipekçi (Eds.), *I. Eurasia international tourism congress: Current issues, trends, and indicators* (s. 256-265) içinde. Konya: Aybil Yayınları.
- 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>
- Domínguez-Azcue, J., Almeida-García, F., Pérez-Tapia, G., ve Cestino-González, E. (2021). Films and destinations—towards a film destination: A review. *Information*, 12(1), 39.
<https://doi.org/10.3390/info12010039>
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. ve Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002>
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3). 73-87.

- Emerson, R. M. (1987). Toward a theory of value in social exchange. K. S. Cook (Ed.), *Social exchange theory* içinde (s. 11-58) içinde. Newbury Park, California: Sage.
- Ericsson (2021). Consumer Lab report. <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/consumerlab/reports/tv-and-media-2017> adresinden 20 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- Farrell, B. H. (1979). Tourism's human conflicts: Cases from the Pacific. *Annals of Tourism Research*, 6(2), 122-136.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90143-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90143-9)
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
<https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gegez, A. E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta.
- Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management*, 15(4), 247-258.
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90041-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90041-8)
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Gursoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Gündüz, S. (2018). Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik alternatif bir ölçek geliştirme: Karataş destinasyonu örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(52), 343-357.
<https://doi.org/10.19168/jyasar.426222>
- Günel, Ö. D. (2009). *Turizm sektöründe mevsimsellik sorunu ve mevsimlik istihdamın sektör çalışanlarının örgütsel bağlılıklarına etkisi: Konaklama işletmeleri çalışanlarına yönelik bir araştırma* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Güneş, E. (2022). Turizmden sağlanan kişisel fayda ve turizm gelişim desteği arasındaki ilişkide turizmin algılanan olumlu etkilerinin aracı rolü. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(1), 1–15.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6397355>
- Güngör, Ş. ve Uysal, A. (2019). Film turizmi: Popüler kültür aracı olarak film ve dizilerin Nevşehir ili turizm faaliyetlerine etkisi. *International Journal of Geography And Geography Education*, 39, 189-202.
<https://doi.org/10.32003/iggei.489920>

- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 1-2, 49-59.
- Gürkan, M. İ. (1996). Turizmin sosyal yapı üzerindeki etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-119.
- Han, H. J. ve Lee, J. S. (2008). A study on the kbs tv drama winter sonata and its impact on Korea's hallyu tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2-3), 115-126.
<https://doi.org/10.1080/10548400802092593>
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R. ve Zulkifly, M. I. (2013). Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 792-800.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.11.082>
- Hair, J. F., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd Edition). Los Angeles: SAGE.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00075-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5)
- Hart, K. P. R. (2003). Auteur/bricoleur/provocateur: Gregg araki and postpunk style in the doom generation. *Journal of Film and Video*, 55(1), 30-38.
- Heitmann, S. (2010). Film tourism planning and development—questioning the role of stakeholders and sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 31-46.
<https://doi.org/10.1080/14790530903522606>
- Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
<https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Houston, F. S. ve Gassenheimer, J. B. (1987). Marketing and exchange. *Journal of Marketing*, 51(4), 3-18.
<https://doi.org/10.1177/002224298705100402>
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006a). Film tourism and destination marketing: The case of captain corelli's mandolin. *Journal of Vacation Marketing* 12(3), 256-268.
<https://doi.org/10.1177/1356766706064619>

- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006b). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387-396.
<https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Ied, F. A. Ve Yılmaz V. (2023). Suriyeli sığınmacıların mutluluk, kaygı ve sosyal uyumunu etkileyen faktörlerin kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesiyle araştırılması. E. Arı ve H. Şen (Eds.), *Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Sosyal Bilimlerde Uygulama Örnekleri* içinde (s.105-136) içinde. Ankara: Iksad Publishing House.
- Inbakaran, R. ve Jackson, M. (2006). Resident attitudes inside victoria's tourism product regions: A cluster analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(1), 59-74.
<https://doi.org/10.1375/jhtm.13.1.59>
- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>
- Jurowski, C., Uysal, M. 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>
- Juškelytė, D. (2016). Film induced tourism: Destination image formation and development. *Regional Formation and Development Studies*, 2, 54-67.
<https://doi.org/10.15181/rfds.v19i2.1283>
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. ve Wei, K. K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: An empirical investigation. *MIS Quarterly*, 29(1), 113-143.
<https://doi.org/10.2307/25148670>
- Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Pitafi, A. ve Ren, M. (2020). Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 77, 104014, 1-10.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104014>
- Karakaş, A. ve Güngör, H. Y. (2015). Turizm faaliyetlerinin çevreye etkisi K. Güven (Eds.), *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Çevre Sorunları Sempozyumu ve Çalıştayı* (s. 221-226) içinde. Diyarbakır: Karacadağ Kalkınma Ajansı.
- Kaynak, E., ve Marandu, E. E. (2006). Tourism market potential analysis in Botswana: A Delphi study. *Journal of Travel Research*, 45(2), 227-237.
<https://doi.org/10.1177/0047287506291595>
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2018). Mardin'de çekilen dizi ve filmlere dönük yerel halkın algısı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 44-59.
<https://doi.org/10.26677/tutad.2018.23>

- Kılınç, T. ve Çalışkan, U. (2021). Kırsal alanlarda yerel halkın film turizmi algıları ve destek tutumları arasındaki ilişki: Muğla Yeşilyurt örneği. *İzmir İktisat Dergisi*, 36(2), 329-353.
<https://doi.org/10.24988/ije.202136206>
- Kim S. ve Kim S. (2018). Perceived values of TV drama, audience involvement, and behavioral intention in film tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 259–272.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1245172>
- Kim, H. J., Chen, M. H. ve Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.011>
- Kim, H. J., Chen, M. H. ve Su, H. J. (2009). Research note: The impact of Korean TV dramas on Taiwanese tourism demand for Korea. *Tourism Economics*, 15(4), 867-873.
- Kim, H. ve Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M. J. (2013). “How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?”. *Tourism Management*, 36, 527-540.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Kim, S. ve Park, E. (2021). An integrated model of social impacts and resident’s perceptions: From a film tourism destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 20(10), 10963480211011641, 1-28.
<https://doi.org/10.1177/10963480211011641>
- Kim, S. ve Park, E. (2022). Identifying film tourism impacts on grassroots communities: implications for film tourism development and community planning. *Tourism Recreation Research*, 1-5.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2133810>
- Kim, S., Kim, S. ve Oh, M. (2017). Film tourism town and its local community. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(3), 334-360.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2016.1276005>
- Kim, S. Kim, S. ve King, B. (2019). Nostalgia film tourism and its potential for destination development. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(2), 236–252.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1527272>

- Kim, S., Suri, G. ve Park, E. (2018). Film Tourism İn Asia. S. K. Kim ve S. Rejinders (Eds.), *Changes in local residents' perceptions and attitudes towards the impact of film tourism: The case of eat pray love (epl) film tourism in Ubud, Bali* içinde (125-138) içinde. Singapore: Springer.
https://doi.org/10.1007/978-981-10-5909-4_8
- King, B., Pizam, A. ve Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90089-L](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90089-L)
- 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)
- Koçak, A. (2019). *Film turizmi ve destinasyon imajı algısı: Kapadokya örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gaziantep Üniversitesi.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2015). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Kömürcü, S. ve Öter, Z. (2013). Türkiye'nin destinasyon pazarlamasında dizi ve filmlerin rolü. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 43, 1-10.
- Kuliyeva, V. (2012). *Film turizmi: Destinasyonların pazarlanmasında filmlerin rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
- Lea, J. (1988). *Tourism and development in the third world*. United Kingdom: Routledge.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Li, S., Li, H., Song, H., Lundberg, C. ve Shen, S. (2017). The economic impact of on-screen tourism: The case of the lord of the rings and the hobbit. *Tourism Management*, 60, 177-187.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.023>
- Lindberg, K. ve Johnson, R. L. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals Of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80009-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80009-6)
- Ling, L., Jakpar, S., Johari, A., Abdul Rani, N. ve Myint, K. (2011). An evaluation on the attitudes of residents in Georgetown towards the impacts of tourism development. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 264-277.

- Liou, D. Y. (2010). Beyond Tokyo rainbow bridge: Destination images portrayed in Japanese drama affect Taiwanese tourists' perception. *Journal of Vacation Marketing*, 16(1), 5-15.
<https://doi.org/10.1177/1356766709356137>
- 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.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90045-4)
- Lohmöller, J. B. (1989). Latent variables path modeling with partial least squares. Heidelberg:Physica
- Lopez, L., Nicosia, E. ve Lois González, R. C. (2018). Sustainable tourism: A hidden theory of the cinematic image? a theoretical and visual analysis of the way of St. James. *Sustainability*, 10(10), 3649.
<https://doi.org/10.3390/su10103649>
- Mandić, A., Petrić, L. ve Pivčević, S. (2017). Film as a creative industry constituent and its impacts on tourism development: Evidence from Croatia. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4(1), 335-348.
<https://doi.org/10.20867/tosee.04.14>
- Marafa, L. M., Chan, C. S. ve Li, K. (2022). Market potential and obstacles for film-induced tourism development in Yunnan province in China. *Journal of China Tourism Research*, 18(2), 245-267.
<https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1819498>
- McGehee, N. G. ve Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
<https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- McMillian, J. H. ve Schumacker, S. (2006). *Research in Education: Evidence- Based Inquiry*, 6th Edition, Boston.
- Mendes, R., Vareiro, L. ve Ferreira, A. R. (2017). Residents' perceptions of film-induced tourism: A Portuguese case study. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 424-433.
<https://doi.org/10.1177/1467358416646624>
- Mordue, T. (2001). Performing and directing resident/tourist cultures in Heartbeat country. *Tourist Studies*, 1(3), 233-252.
<https://doi.org/10.1177/146879760100100302>
- Murphy, P. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*. London: Routledge.
- Mutlu, A. (2006). Turizm bölgelerinde katı atık sorunu ve belediyeler. *Yerel Yönetim ve Denetim*, 11(9), 23-28.

- Nakayama, C. (2022), Destination marketing through film-induced tourism: A case study of Otaru, Japan. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
<https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0047>
- Neuts, B., Kimps, S. ve Van Der Borg, J. (2021). Resident support for tourism development: Application of a simplified resident empowerment through tourism scale on developing destinations in Flanders. *Sustainability*, 13(12), 6934. 792-800.
<https://doi.org/10.3390/su13126934>
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
- Nunkoo, R., Smith, S. L. ve Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2012.673621>
- Nunkoo, R., ve So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
<https://doi.org/10.1177/0047287515592972>
- Nuroğlu, E. (2013, 31 Ekim-1 Kasım). "Dizi Turizmi: Orta Doğu ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?". *Küresel ve bölgesel değişim sürecinde yeni Türkiye'nin ekonomik vizyonu içinde* (s. 1-13). 5. Uluslararası İstanbul İktisatçıları Zirvesi, İstanbul / Türkiye.
- O'Neill, K., Butts, S. ve Busby, G. (2005). The corellification of cephalonian tourism. *Anatolia*, 16(2), 207-226.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2005.9687178>
- Onwuegbuzie, A. J. ve Collins, K. M. (2007). A typology of mixed methods sampling designs in social science research. *Qualitative Report*, 12(2), 281-316.
<https://doi.org/10.46743/2160-3715/2007.1638>
- Oshriyeh, O. ve Capriello, A. (2022), Film-induced tourism: A consumer perspective. Jaziri, D. ve Rather, R.A. (Ed.), *Contemporary Approaches Studying Customer Experience in Tourism Research* içinde (s. 223-244) içinde. Bingley, West Yorkshire: Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-632-320221022>
- Örgün, E. (2012). *Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon seçimine etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Özbek, M. ve Güllü, K. (2021). Destinasyon tercihinde film ve dizi izlemenin önemi: Kapadokya'da film turizmi örneği. *Erciyes Akademi*, 35(Özel Sayı), 855-873.
<https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.955394>

- Özcan, Y. (2003), *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2017). An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: A social exchange theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 284-300.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1236826>
- Pala, G. (2019). *Yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine bakışı ile kültürel duyarlılık düzeyleri arasındaki ilişki* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Park, E. (2018). Film Tourism In Asia. S. K. Kim ve S. Rejinders (Eds.), *The impacts of film tourism on place change and tourist experience: A lesson from eat pray love in Bali, Indonesia* içinde (107-123) içinde. Singapore: Springer.
- Perdue, R. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q)
- Pérez García, Á., Sacaluga Rodríguez, I. ve Moreno Melgarejo, A. (2021). The development of the competency of “cultural awareness and expressions” using movie-induced tourism as a didactic resource. *Education Sciences*, 11(7), 315.
<https://doi.org/10.3390/educsci11070315>
- Pillai, S. K. B. Kamat, K. Scaglione, M. D'mello, C. ve Weiermair, K. (2019). Film tourism and its impact on residents quality of life: A multi logit analysis. *In Best Practices In Hospitality and Tourism Marketing and Management* içinde (s. 181-199) içinde. Cham, Switzerland: Springer.
- Ling, L., Jakpar, S., Johari, A., Abdul Rani, N. ve Myint, K. (2011). An evaluation on the attitudes of residents in Georgetown towards the impacts of tourism development. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 264-277.
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N. ve Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.001>
- Rattanaphinanchai, S. ve Rittichainuwat, B. N. (2018). Film-induced tourism in Thailand: An influence of international tourists' intention to visit film shooting location. *International Journal of Tourism Sciences*, 18(4), 325-332.
<https://doi.org/10.1080/15980634.2018.1551317>
- Riley, R., Baker, D. ve Van Doren, C. S. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00045-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00045-0)

- Ringle, C., Da Silva, D. ve Bido, D. (2015). Structural equation modeling with the SmartPLS. *Brazilian journal of marketing*, 13(2).
<https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2717>
- Rodríguez-Victoria, O. E., Puig, F. ve González-Loureiro, M. (2017), Clustering innovation and hotel competitiveness: Evidence from the Colombia destination. *International journal of contemporary hospitality management*, 29(11), 2785-2806.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2016-0172>
- Roesch, S. (2009). *The experiences of film location tourists*. United Kingdom: Channel View Publications.
- Saltık, A. I., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). Televizyon dizilerinin destinasyon pazarlaması açısından olası sonuçları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 41-50.
- Saltık, I. A. ve Dönmez, F. G. (2020). Ekranların doğal platosu: Muğla ili film turizmi uygulamalarının değerlendirilmesi. *Tübitak Projesi (No: 119K551)*, Muğla.
- Saltık, I. A. ve Dönmez, F. G. (2021). Toplumsal bağlılık, film turizminin etkileri ve memnuniyet algısı: Yerel halk üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 57-73.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M. ve Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. Homburg, C., Klarmann, M. ve Vomberg A. (Eds.), *Handbook of Market Research*, Heidelberg, Springer International Publishing, 1-40.
- Shani, A., Wang, Y., Hudson, S. ve Gil, S. M. (2009). Impacts of a historical film on the destination image of South America. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 229-242.
<https://doi.org/10.1177/1356766709104269>
- Sharma, B. ve Dyer, P. (2009). Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts. *Benchmarking: An International Journal*, 16(3), 351-371.
<https://doi.org/10.1108/14635770910961371>
- Silver, T. (2007). The "deliverance" factor. *Environmental History*, 12(2), 369-371.
- Sousa, B., Malheiro, A., Liberato, D. ve Liberato, P. (2021). Advances in Tourism, Technology and Systems. de Carvalho, J.V., Rocha, Á., Liberato, P., Peña, A. (Eds.), *Movie tourism and attracting new tourists in the post-pandemic period: A niche marketing perspective içinde (373-384) içinde*. Singapore: Springer.
https://doi.org/10.1007/978-981-33-4256-9_34
- Styliadis, D. ve Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, 44, 210-226.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.10.004>

- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
- Şahbaz, R. P. ve Kılıçlar, A. (2009). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-52.
- Taş, S., Başkan, K. ve Kamber Taş, S. S. (2017). Turistik destinasyon tercihlerinde filmlerin ve tv dizilerinin etkisi: Doğu Karadeniz bölgesi örneği. *Journal of International Social Research*, 10(54), 1135-1145.
<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20175434682>
- Tekin, A. (1994). Turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 45-46.
- Tenenhaus, M., Amato, S. ve Esposito Vinzi, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. *In Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting* 1(2), 739-742.
- Teng, H. Y. (2021). Can film tourism experience enhance tourist behavioural intentions? The role of tourist engagement. *Current Issues in Tourism*, 24(18), 2588-2601.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1852196>
- Teng, H. Y. ve Chen, C. Y. (2020). Enhancing celebrity fan-destination relationship in film-induced tourism: The effect of authenticity. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100605, 1-11.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100605>
- Thelen, T., Kim, S. ve Scherer, E. (2020). Film tourism impacts: A multi-stakeholder longitudinal approach. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 291-306.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1718338>
- Tooke, N. ve Baker, M. (1996). Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations. *Tourism Management*, 17(2), 87-94.
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00111-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00111-5)
- Tokmak, C. (2019). Sürdürülebilir turizmde yerel memnuniyet. O. Türkay ve İ. Çalık (Eds.), *Sürdürülebilir turizm: Gösterge geliştirme ve ölçme Yaklaşımı* (s. 231-242) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tosun, C., Timothy, D. ve Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal Of Tourism*, 11(2-3), 133-161.
<https://doi.org/10.1080/09669580308667200>
- Tuclea, C. E. ve Nistoreanu, P. (2011). How film and television programs can promote tourism and increase the competitiveness of tourist destinations. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 25-30.

- Türkiye İstatistik Kurumu (2021). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> adresinden 23 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- Türker, G. Ö. ve Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan destinasyonu örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Türten, B. (2021). Film festivalleri ve turizm ilişkisi: belgesel film yönetmenleri üzerine bir çalışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(1), 205-230. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.810902>
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vagionis, N. ve Loumioti, M. (2011). Movies as a tool of modern tourist marketing. *Tourismos*, 6(2), 353-362. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v6i2.235>
- Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. de los Á., ve Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387. <https://doi.org/10.1177/0047287508322783>
- Vesey, C. M. ve Dimanche, F. (2000). *Urban residents' perceptions of tourism and its impacts*. [Unpublished Manuscript]. University Of New Orleans.
- Vila, N. A. ve Brea, J. A. F. (2013). Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: El caso de España. *Investigaciones Europeas De Dirección Y Economía De La Empresa*, 19(1), 8-15. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2012.07.001>
- Vila, N. A., Brea, J. A. F. ve De Carlos, P. (2021). Film tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in tv series. *European Research On Management and Business Economics*, 27(1), 100135. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100135>
- VisitBritain (1996). Timeline. <https://www.Visitbritain.Org/Timeline-1990-1999> adresinden 16 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- Wang, Y. ve Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. ve van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.

- Wilson, R. T. ve Till, B. D. (2011). Product placements in movies and on Broadway: A field study. *International Journal of Advertising*, 30(3), 373-398.
<https://doi.org/10.2501/IJA-30-3-373-398>
- Wold, H. (1982). Soft modeling, the basic design and some extensions. K. G. Jreskog ve H. Wold (Eds.). *System under indirect observation*. I-II Amsterdam: Nort-Holland.
- Woo, E., Kim, H. ve Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
- Wu, J. (2011). Analysis and strategic suggestions for china's film and tv tourism. G. Zhang, R. Song ve D. Liu (Eds.), *Green Book of China's Tourism* içinde (s. 185-198) içinde. Heide, Germany: China Outbound Tourism Research Institute.
- Xia, J., Qiu, Q., Zuo, Y. ve Wang, L. (2022). Can audience involvement stimulate visit intention in Chinese Kung Fu? Using a serial multiple mediation model to explore film tourism. *Frontiers in Psychology*, 13, 979839 1-11.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.979839>
- Yanmaz, P. (2011). Turizm tanıtımında sinemanın rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2). 112-139.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yen, C. H. ve Croy, W. G. (2016). Film tourism: Celebrity involvement, celebrity worship and destination image. *Current Issues in Tourism*, 19(10), 1027-1044.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.816270>
- Yıldız, B. S. (2014). Hatay ilinin inanç turizmi potansiyeli ve yerel halkın inanç turizmine bakışı. M. Ertürk, A. Uzun ve Ş. Danacıoğlu (Eds.), *Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi* (s. 69-79) içinde. Muğla: Coğrafyacılar Derneği Yayınları.
- Yıldız, S. (2016). *Çevre bilinci ve eko-kent planlanması: Gölbaşı özel çevre koruma bölgesi örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Yılmaz, H. ve Yolal, M. (2008). Film turizmi: Destinasyonların pazarlanmasında filmlerin rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 175-192.
- Yılmaz, V. ve Doğan, M. (2016). Planlanmış davranış teorisi kullanılarak önerilen bir yapısal eşitlik modeli ile geri dönüşüm davranışlarının araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(Özel Sayı), 191-206.
<https://doi.org/10.18037/ausbd.417457>

- Yılmaz, V., Can, Y. ve Aras, N. (2019). Investigation of attitude about nuclear and renewable energy by using partial least squares structural equation modeling. *Alphanumeric Journal*, 7(1), 87-102.
<http://dx.doi.org/10.17093/alphanumeric.460563>
- Yılmaz, V. ve Kınaş, Y. (2021). Kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesiyle mobil bankacılık kullanımının araştırılması. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(2), 133-149.
<https://doi.org/10.30855/gjeb.2021.7.2.004>
- Yılmaz, Y. (2019). *Mardin ilinin film turizm potansiyelinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Batman Üniversitesi.
- Yi, K., Zhu, J., Zeng, Y., Xie, C., Tu, R. ve Zhu, J. (2022). Sustainable development for film-induced tourism: From the perspective of value perception. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-10.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.875084>
- Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5)
- Yoon, Y., Kim, S. S. ve Kim, S. S. (2015). Successful and unsuccessful film tourism destinations: From the perspective of Korean local residents' perceptions of film tourism impacts. *Tourism Analysis*, 20(3), 297-311.
<https://doi.org/10.3727/108354215X14356694891852>
- Zavalsız, Y. S. ve Dağcı, Y. S. (2019). Televizyon dizilerinin toplum üzerindeki etkisi (Karabük örneği). *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 185-201.
<https://doi.org/10.30627/cuilah.549553>
- Zavalsız, Y. S. ve Öztürk, Y. E. (2020). Festivallerin yerel halk üzerindeki sosyo-kültürel etkileri: Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(2), 456-474.
<https://doi.org/10.14230/johut838>
- Zhang, X., Ryan, C. ve Cave, J. (2016). Residents, their use of a tourist facility and contribution to tourist ambience: Narratives from a film tourism site in Beijing. *Tourism Management*, 52, 416-429.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.006>

EKLER

Ek-1: ETİK KURUL ONAY BELGESİ VE ARAŞTIRMA İZNİ



T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Sayı : E-64075176-050.01.04-321064
Konu : 2022.08.05.Karar.

22.04.2022

Sayın Doç.Dr. Cüneyt TOKMAK
Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

Sorumlu Araştırmacı olduğunuz **“Film Turizmi Faaliyetlerinin Yerel Halka Etkisinin İncelenmesi: Sivrihisar Örneği (Examining The Effect Of Film Tourism Activities On Local People: A Case of Sivrihisar)”** başlıklı çalışma hakkında alınan karar ekte sunulmuştur.
Bilgilerinizi ve gereğini saygı ile rica ederim.

Prof. Dr. Yaşar SARI
Kurul Başkanı

Ek: Etik Kurul Kararı.

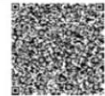
Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : 1NuK6Mcv187

Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/esogu-ebys>

Adres : Meselik Kampüsü PK:26480 Odunpazarı
Telefon : 0222 2393750 Faks: 0222 2291418
İnternet Adresi : www.ogu.edu.tr
KEP adresi : esk.osmangaziunirek@hs01.kep.tr

Bilgi için : Sibel AK
Telefon : 0222 2393750-5074
E-posta : sibelak@ogu.edu.tr



T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
ESKİŞEHİR

Toplantı Tarihi : 19.04.2022

Toplantı No : 2022-08

GÜNDEM :

5. Başvuru Sahibi : Doç.Dr.Cüneyt TOKMAK (Yunus Emre TOPRAK ile birlikte).

Konu : "Film Turizmi Faaliyetlerinin Yerel Halka Etkisinin İncelenmesi: Sivrihisar Örneği (Examining The Effect Of Film Tourism Activities On Local People: A Case of Sivrihisar)" isimli araştırmasının görüşülmesi.

KARAR :

5. Doç.Dr.Cüneyt TOKMAK'ın (Yunus Emre TOPRAK ile birlikte) "Film Turizmi Faaliyetlerinin Yerel Halka Etkisinin İncelenmesi: Sivrihisar Örneği (Examining The Effect Of Film Tourism Activities On Local People: A Case of Sivrihisar)" isimli araştırmasının ve başvuru evrağının ekinde örneği bulunan araştırmalarında kullanacakları ölçme aracının/araçlarının; fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluk başvuru sahibine/sahiplerine ait olmak üzere veri toplama araçlarını uygulamak için gerekli yerlerden yasal izinleri almak şartıyla Üniversitemiz insan araştırmaları etik kurulu yönergesine uygunluğuna oybirliği ile karar verildi.

(İmza)
Prof. Dr. Yaşar SARI
Başkan

(İmza)
Prof. Dr. Esra DERELİ
Başkan Yardımcısı

(İmza)
Prof. Dr. Zafer BALBAĞ
Üye

(İmza)
Prof.Dr. Birol YILDIZ
Üye

(İmza)
Prof. Dr. Ferit USLU
Üye

(İmza)
Prof. Dr.Ayşe AYPAY
Üye

(İmza)
Prof.Dr. Mustafa Kemal BEŞER
Üye (Raportör)

Ek-2: ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

İlgilerinize sunulan bu araştırmanın amacı, yerel halkın film turizminden sağladığı kişisel fayda ile yerel halka etkisi arasındaki ilişkinin ortaya konulması ve film turizmine yönelik desteğin görülmesi olarak belirlenmiştir. Anket; bu amaçlara yönelik sorulardan oluşmaktadır. Ankette yer alan sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak ve toplu olarak değerlendirilecektir. Göstereceğiniz ilgi ve ayıracağınız zaman için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

ESOGÜ Yüksek Lisans Öğrencisi
Yunus Emre TOPRAK

Birinci Bölüm		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Film Turizminden Sağlanan Kişisel Fayda						
1	Film turizminden sosyal fayda sağlıyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Film turizminden ekonomik fayda sağlıyorum.	①	②	③	④	⑤
3	Film turizminden kültürel fayda sağlıyorum.	①	②	③	④	⑤
Algılanan Pozitif Sosyokültürel Etkiler						
Yöremizde film/ dizi çekimi yapılması nedeniyle gerçekleşen film turizmi ...						
4	Yerel yönetim için gurur vericidir. mendes	①	②	③	④	⑤
5	Yöremizi güzelleştirir. mendes	①	②	③	④	⑤
6	Yerel halkın vakit geçirebileceği eğlence ve dinlenme alanlarını artırır. Gursoy	①	②	③	④	⑤
7	Yerel halkın kültürel etkinliklere katılımını teşvik eder. mendes	①	②	③	④	⑤
8	Tarihi yerlerin yenilenmesini sağlar. mendes	①	②	③	④	⑤
9	Yöremizin doğal kaynaklarını korur. mendes	①	②	③	④	⑤
Algılanan Pozitif Sosyoekonomik Etkiler						
10	Yerel halkın gelir düzeyini artırır. kim	①	②	③	④	⑤
11	Yöremizdeki iş olanaklarını artırır. mendes	①	②	③	④	⑤
12	Yöredeki yatırımları artırır. mendes	①	②	③	④	⑤
13	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltir. kim	①	②	③	④	⑤
14	Hizmet kalitesini (mağazalar, restoranlar vb.) iyileştirir. mendes	①	②	③	④	⑤
15	Yerel ekonomiyi geliştirir. kim	①	②	③	④	⑤
16	Altyapının iyileştirilmesini sağlar. mendes	①	②	③	④	⑤
17	Yöremizdeki kültürel değerleri (gelenek, el sanatları vb.) korumaya yardımcı olur. mendes	①	②	③	④	⑤
18	Turizm tesis ve olanaklarını artırır. kim	①	②	③	④	⑤

Algılanan Negatif Sosyokültürel Etkiler						
19	Yöredeki suç oranını artırır. Mendes gursoy	①	②	③	④	⑤
20	Yöredeki alkol ve uyuşturucu madde kullanımını arttırır. mendes	①	②	③	④	⑤
21	Yerel halk ile turistler arasında çatışma/sorun yaratır. kim	①	②	③	④	⑤
22	Yörenin doğal manzarasını bozar. kim	①	②	③	④	⑤
23	Yöreyi ekranda gerçekte olduğundan farklı tanıtarak imajını zedeler. saltık	①	②	③	④	⑤
24	Yerel halk ile yapım ekibi arasında çatışma/sorun yaratır. mendes	①	②	③	④	⑤
25	Çocukların ve gençlerin eğitimlerini ve gelişimlerini olumsuz etkiler. kim	①	②	③	④	⑤
26	Yörenin yerel ekosistemine zarar verir. kim	①	②	③	④	⑤
27	Yerel halkın birlik ve bütünlüğünü bozar. mendes	①	②	③	④	⑤
28	Yerel halkın geleneksel yaşam biçimini olumsuz etkiler. mendes	①	②	③	④	⑤
Algılanan Negatif Sosyoekonomik Etkiler						
29	Hayat pahalılığına neden olur. kim	①	②	③	④	⑤
30	Emlak fiyatlarını artırır. mendes	①	②	③	④	⑤
31	Günlük yaşamda kullanılan ürün ve hizmetlerin fiyatlarını artırır. Mendes	①	②	③	④	⑤
32	Trafikle ilgili sorunları artırır. mendes	①	②	③	④	⑤
33	Yerel halkın geleneksel yaşam biçimini olumsuz etkiler. saltık	①	②	③	④	⑤
Turizm Desteği						
Yöremizde film/dizi çekimi yapılmasını ve film turizmi faaliyetlerini destekliyorum. Çünkü ...						
34	Film/ dizi çekimi yapılan yöremizin yaşam kalitesinden memnunum. kim	①	②	③	④	⑤
35	Film/ dizi çekimi yapılması yöre yaşamını daha keyifli kılar. saltık	①	②	③	④	⑤
36	Yöremize gelen turist sayısının artmasını sağlar. saltık	①	②	③	④	⑤
37	Film turizmi faaliyetleri ilgimi çekiyor. saltık	①	②	③	④	⑤
38	Yerel yönetim için önemlidir. Mendes	①	②	③	④	⑤
İkinci Bölüm						
39	Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()					
40	Yaşınız:					
41	Son Mezun Olduğunuz Okul: Okuryazar () İlköğretim () Lise () Ön Lisans () Lisans () Lisansüstü ()					
42	Aylık Geliriniz (Rakam olarak belirtiniz):					
43	Meslek:					