Yasin BULUT

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

Doktora Tezi

2025

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Hazırlayan

Yasin BULUT

Danışman

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Doktora Tezi

Ekim 2025, KAYSERİ

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

(Doktora Tezi)

Hazırlayan

Yasin BULUT

Danışman

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından SDK-2024-13917 kodlu proje ile desteklenmiştir.

Ekim 2025, KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

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

Yasin BULUT

TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Ana Bilim Dalı : Turizm İşletmeciliği

Program Adı : Turizm İşletmeciliği

Tez Başlığı : Yerel Halkın Kişilik Tiplerine Göre Turizmin Sosyokültürel Etkilerine İlişkin Algıları: Kapadokya Örneği

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 162 sayfalık kısmına ilişkin 13/10/2025 tarihinde ***Turnitin*** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı**:** %12'dir.

Filtrelemeye **alıntılar dâhil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimeden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 13/10/2025

Danışman	**Öğrenci**
Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU	Yasin BULUT

KILAVUZA UYGUNLUK

"Yerel Halkın Kişilik Tiplerine Göre Turizmin Sosyokültürel Etkilerine İlişkin Algıları: Kapadokya Örneği" başlıklı Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan	**Danışman**
Yasin BULUT	Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Turizm İşletmeciliği ABD Başkanı

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU danışmanlığında **Yasin BULUT** tarafından hazırlanan **"Yerel Halkın Kişilik Tiplerine Göre Turizmin Sosyokültürel Etkilerine İlişkin Algıları: Kapadokya Örneği"** adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Turizm İşletmeciliği** Anabilim Dalı'nda **Doktora** tezi olarak kabul edilmiştir.

01/10/2025

JÜRİ:

Danışman : **Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU**

Üye : **Doç. Dr. Harun ÇALHAN**

Üye : **Prof. Dr. Hakkı BÜYÜKBAŞ**

Üye : **Prof. Dr. Fatih TÜRKMEN**

Üye : **Doç. Dr. Sabahat Ceylin ŞANLI KAYRAN**

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun …. /…./…… tarih ve …….. sayılı kararı ile onaylanmıştır.

……. /…..…../ ……..…

Prof. Dr. Atabey KILIÇ

Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının en başından itibaren yol göstericiliği ile gerek bilimsel açıdan gerekse de manevi anlamda desteklerini her zaman hissettiğim kıymetli danışmanım Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU'na, tezin konu belirleme ve temel kurgusunu oluştururken görüşlerinden ve yönlendirmelerinden istifade ettiğim değerli büyüğüm Doç. Dr. Ayhan DAĞDEVİREN'e, özellikle yöntem ve analiz aşamalarında desteğe ihtiyaç duyduğumda samimi desteklerini esirgemeyen aziz dostum/ağabeyim Dr. Öğr. Üyesi Ali ILGAZ'a, birinci bölümün yazımı ve istatistiki temelinin oluşturulması konularında fikir veren, aynı zamanda jüri üyesi olarak katkıda bulunan hocam Prof. Dr. Fatih TÜRKMEN'e, akademik ve insani açıdan yardımları ile mesafe almama katkıda bulunan TİK üyesi hocalarım Doç. Dr. Harun ÇALHAN ve Prof. Dr. Hakkı BÜYÜKBAŞ'a, jüride yer alan ve özellikle uygulama kısmı ile ilgili görüşlerinden faydalandığım Doç. Dr. Sabahat Ceylin ŞANLI KAYRAN'a, bulgular kısmı için dışarıdan bir okuma yaparak katkıda bulunan Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SÜRÜCÜ'ye, desteklerini aldığım ancak isimlerine yer veremediğim diğer hocalarıma, anketin uygulanması aşamasında yardımcı olan mesai arkadaşlarıma ve öğrencilerime;

Tez sürecinde büyük fedakârlığı, manevi desteği ve her durumda gösterdiği anlayış ile kıymetli eşime, gözlerinden güç aldığım oğullarıma, yapıcı yaklaşımlarını ve dualarını esirgemeyen babama, anneme, kardeşlerime, kayınbabama, kayınvalideme ve isimlerini zikredemediğim sevdiklerime içten teşekkür eder, saygı ve sevgilerimi sunarım.

Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından SDK-2024-13917 kodlu proje ile desteklenmiştir.

Yasin BULUT, Kayseri, 2025

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Yasin BULUT

Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Doktora Tezi, Ekim 2025
Danışman: Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, yerel halkın kişilik tiplerinin turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde, kişilik tipleri konusu, kavramsal ve kuramsal bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünün konusunu ise turizmin sosyokültürel etkileri ve bu etkiler ile ilgili ortaya koyulan kuramsal yaklaşımlar oluşturmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünü teşkil eden uygulama kısmında ise nicel araştırma yöntemi ve veri toplama aracı olarak da anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda, araştırmanın evrenini Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan yerel halk oluşturmuş olup, örneklem seçiminde ise kolayda örnekleme yöntemi ile 541 adet kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda ortaya koyulan hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Ayrıca, yerel halkın sosyodemografik özelliklerinin araştırmanın ana değişkenleri üzerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığının tespit edilebilmesi için ise bağımsız- örneklemler t testi ve tek-yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Araştırmada yapılan analizler sonucunda, yerel halkın kişilik tiplerinin uyumluluk, sorumluluk ve duygusal dengelilik alt boyutlarının turizmin sosyokültürel etkilerinin alt boyutları üzerinde anlamlı etkisinin olduğu; dışa dönüklük ve deneyime açıklık alt boyutlarının ise turizmin sosyokültürel etkilerinin alt boyutları üzerinde herhangi bir belirleyici etkiye sahip olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, yerel halkın kişilik tiplerinin sosyodemografik özelliklerden cinsiyet değişkenine göre turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ise cinsiyet, turistlerle iletişim durumu ve eğitim durumu değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel halk, Kişilik tipleri, Turizmin sosyal etkileri, Turizmin kültürel etkileri, Turizmin sosyokültürel etkileri

PERCEPTIONS REGARDING TO THE SOCIOCULTURAL EFFECTS OF TOURISM ACCORDING TO THE PERSONALITY TYPES OF LOCAL PEOPLE: A CASE OF CAPPADOCIA

Yasin BULUT

Erciyes University, Graduate School of Social Sciences
PhD Thesis, October 2025
Supervisor: Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how local people's personality types influence their perceptions of the sociocultural impacts of tourism. To this end, the first part of the study addresses the topic of personality types with a conceptual and theoretical approach. The second part of the study focuses on the sociocultural impacts of tourism and the theoretical approaches put forward regarding these impacts. The third part, which constitutes the practical part of the study, employ a quantitative research method and a questionnaire technique as the data collection tool. Accordingly, the research population consisted of local residents living in the Rocky Cappadocia Region, and 541 usable survey forms were obtained through convenience sampling. Structural equation modeling was utilized to test the hypotheses proposed for the study's purpose. Additionally, independent-samples t test and one-way ANOVA analysis were used to determine whether the sociodemographic characteristics of the local population made a difference on the main variables of the study. The analyses conducted in the study revealed that the sub-dimensions of the local people's personality types -agreeableness, conscientiousness, and emotional stability- had a significant impact on the sub-dimensions of the sociocultural impacts of tourism, while the sub-dimensions of extraversion and openness to experience had no significant impact on the sub-dimensions of sociocultural impacts of tourism. In addition, it was concluded, according to the gender variable from the sociodemographic characteristics of personality types, that local people's perceptions regarding the sociocultural impacts of tourism showed significant differences according to the variables of gender, communication status with tourists and educational status.

Keywords: Local people, Personality types, Social impacts of tourism, Cultural impacts of tourism, Sociocultural impacts of tourism

İÇİNDEKİLER

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK ..... **i**

TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI ..... **ii**

KILAVUZA UYGUNLUK ..... **iii**

KABUL VE ONAY TUTANAĞI ..... **iv**

TEŞEKKÜR ..... **v**

ÖZET ..... **vi**

ABSTRACT ..... **vii**

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ ..... **xiii**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **xv**

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xvii**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

KİŞİLİK TİPLERİ: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kişilik Kavramı ve İlişkili Kavramlar 6

1.1.1. Karakter 8

1.1.2. Mizaç 8

1.1.3. Yetenek 8

1.2. Kişiliği Oluşturan Faktörler 9

1.2.1. Kalıtımsal ve Bedensel Faktörler 9

1.2.2. Aile ile İlgili Faktörler 10

1.2.3. Sosyokültürel Faktörler 11

1.2.4. Sınıfsal Faktörler 11

1.2.5. Coğrafi Faktörler 12
1.2.6. Diğer Faktörler 13
1.3. Kişilik Kuramları 13
1.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı 14
1.3.2. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı 16
1.3.3. Carl Gustav Jung'ın Kişilik Kuramı 17
1.3.4. Erich Fromm'un Kişilik Kuramı 18
1.3.5. Harry Stuck Sullivan'ın Kişilik Kuramı 19
1.3.6. Hans Jurgen Eysenck'in Kişilik Kuramı 19
1.3.7. Ernst Kretschmer'in Kişilik Kuramı 22
1.3.8. Meyer Friedman ve Ray Rosenman'ın Kişilik Kuramı 22
1.3.9. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Kuramı 23
1.4. Konuyla İlgili Alan Yazını Değerlendirmesi 24
1.4.1. Ziyaretçileri Konu Edinen Çalışmalar 24
1.4.2. Tüketicileri Konu Edinen Çalışmalar 29
1.4.3. Turizm Sektörü Çalışanlarını Konu Edinen Çalışmalar 32
1.4.4. Yerel Halkı Konu Edinen Çalışmalar 33

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizmin Etkileri 36
2.1.1. Ekonomik Etkileri 36
2.1.2. Çevresel Etkileri 37
2.1.3. Sosyal Etkileri 38
2.1.3.1. Alışveriş Merkezi ve Rekreasyon Olanakları 39
2.1.3.2. Toplumsal İlişkiler ve İnsanlar Arası Güven 39

2.1.3.3. Aile Kurumuna Etkileri 40
2.1.3.4. Kentleşme ve Toplumsal Gruplar 41
2.1.3.5. İstenmeyen Alışkanlık ve Davranışlar 42
2.1.3.6. Aşırı Kalabalık ve Gürültü 44
2.1.3.7. Ulaşım Hareketliliği 45
2.1.3.8. Siyasal Yapı 45
2.1.3.9. Yerel Hizmetler ve Üst Yapı ile İlgili Olanaklar 46
2.1.3.10. Dil Öğrenimine Etkisi 47
2.1.4. Kültürel Etkileri 48
2.1.4.1. Kültürel Faaliyet Çeşitliliği 48
2.1.4.2. Yerel Kültürel Değerlerin Korunması 49
2.1.4.3. Yerel Kültürün Tanınırlığının Artması 50
2.1.4.4. Kültürel Etkileşim ve Baskın Kültürün Etkisi 51
2.1.4.5. Sanat Anlayışının Değişmesi 53
2.1.4.6. Gelenek ve Göreneklerin Değişmesi 53
2.1.4.7. Dinî İnanış ve Yaşayış Biçiminin Değişmesi 54
2.1.4.8. Dilin Değişmesi 55
2.1.4.9. Yerel Kültürün Metalaştırılması 56
2.1.4.10. Yerel Halkın İstismarı 58
2.2. Turizm ve Sosyokültürel Değişim 59
2.3. Konu ile İlgili Öne Çıkan Kuramlar 60
2.3.1. Sosyal Temsiller Kuramı 60
2.3.2. Eşitlik Kuramı 62
2.3.3. Sosyal Mübadele (Değişim) Kuramı 62
2.3.4. Doxey'in Tolerans Modeli 64

2.3.5. Butler'ın Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli 66
2.4. Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları Belirleyen Faktörler 69
2.4.1. Tek Değişkenli Faktörler 69
2.4.1.1. İçsel Boyutlar 70
2.4.1.2. Dışsal Boyutlar 70
2.4.2. Çok Değişkenli Faktörler 74
2.4.2.1. Faktör Analizi 74
2.4.2.2. Kümeleme Analizi 75
2.5. Konuyla İlgili Alan Yazını Değerlendirmesi 77
2.5.1. Uluslararası Alan Yazını Değerlendirmesi 77
2.5.2. Ulusal Alan Yazını Değerlendirmesi 84

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİ'NDE YAŞAYAN YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 92
3.2. Araştırmanın Kapsamı 93
3.3. Araştırmanın Yöntemi 93
3.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler 94
3.3.2. Evren, Örneklem ve Örnekleme 101
3.3.3. Veri Toplama Aracı 102
3.3.3.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeği 103
3.3.3.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeği 105
3.3.4. Pilot Test Uygulaması 107
3.3.5. Veri Toplama Süreci 107
3.4. Verilerin Analizi 109

3.5. Araştırmanın Bulguları 109
3.5.1. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular . 109
3.5.1.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular 110
3.5.1.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeğinin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular 112
3.5.2. Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular 114
3.5.2.1. Katılımcıların Sosyodemografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular 115
3.5.2.2. Katılımcıların Kişilik Tiplerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular 117
3.5.2.3. Katılımcıların Turizmin Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Algılarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular 119
3.5.3. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) 121
3.5.3.1. Ölçüm Modeline Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonuçları 123
3.5.3.2. Yapısal Eşitlik Modellemesi sonuçları 130
3.5.4. Bağımsız Örneklemler T Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi 141
3.5.4.1. Sosyodemografik Özelliklere İlişkin T-Testi Sonuçları 142
3.5.4.2. Sosyodemografik Özelliklere İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları 147
SONUÇ VE ÖNERİLER 153
KAYNAKÇA 163
EKLER 214
EK 1. ETİK KURUL ONAYI 215
EK 2. ANKET FORMU 216

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

Alt. : Alternatif

AFA : Açımlayıcı Faktör Analizi

AGFI : Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi

BFI : Beş Faktör Kişilik Ölçeği

Bk. : Bakınız

CFI : Karşılaştırılmalı uyum indeksi

COVID-19 : Yeni Koronavirüs Hastalığı

DFA : Doğrulayıcı Faktör Analizi

GFI : Uyum iyiliği indeksi

GKRY: : Güney Kıbrıs Rum Yönetimi

H : Standart Hata Değeri

IFI : Fazlalık uyum indeksi

KKTC : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

KTB : Kültür ve Turizm Bakanlığı

n : Örneklem Büyüklüğü

NFI : Normalleştirilmiş uyum indeksi

NNFI : Normalleştirilmemiş uyum indeksi

P : Anlamlılık Değeri

PGFI : Sıkı Normalleştirilmiş Uyum İyiliği İndeksi

r : Regresyon Katsayısı

RMR : Artıkların Kareleri Ortalamasının Karekökü

RMSEA : Yakınsama hatalarının kareleri ortalamalarının karekökü

SRMR : Standartlaştırılmış Artıkların Kareleri Ortalamasının Karekökü

SSCB : Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

SS : Standart Sapma

t : İstatistiksel Anlamlılık Göstergesi

TDK : Türk Dil Kurumu

UNESCO : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

Vb. : Ve Benzeri

Vd. : Ve Diğerleri

YEM : Yapısal Eşitlik Modellemesi

Z : Yanılma Olasılık Değeri

x^2/df : Ki Kare İstatistiği

σ : Evrenin Standart Sapma Değeri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Jung'ın kişilik özellikleri 18

Tablo 2.1. Doxey'in Tolerans Modeli 65

Tablo 2.2. Tek değişkenli faktörlerin alt boyutlarına ait değişkenler 73

Tablo 2.3. Çok değişkenli faktörlerin alt boyutlarına ait değişkenler 76

Tablo 3.1. Araştırmanın hipotezleri 99

Tablo 3.2. Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği alt boyutları 107

Tablo 3.3. Araştırma kapsamındaki ilçe ve beldelerin nüfus verileri (2023) 108

Tablo 3.4. Katılımcıların sosyodemografik özelliklerine ilişkin bulgular 116

Tablo 3.5. Katılımcıların kişilik tiplerine ilişkin bulgular 118

Tablo 3.6. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik algılarına ilişkin bulgular 120

Tablo 3.7. Beş faktör kişilik ölçeğinin güvenirlik analizi ve normallik dağılımına ilişkin bulgular 111

Tablo 3.8. Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeğinin güvenirlik analizi ve normallik dağılımına ilişkin bulgular 113

Tablo 3.9. Doğrulayıcı faktör analizine ait uyum iyiliği indeksleri 124

Tablo 3.10. Doğrulayıcı faktör analizine ait katsayılar 125

Tablo 3.11. Örtük değişkenler arasındaki korelasyon değerleri 128

Tablo 3.12. Yapısal eşitlik modellemesine ait uyum iyiliği indeksleri 132

Tablo 3.13. Yapısal eşitlik modellemesine ait katsayılar ve hipotez sonuçları 133

Tablo 3.14. Katılımcıların kişilik tiplerinin cinsiyete göre t-testi sonuçları 142

Tablo 3.15. Katılımcıların kişilik tiplerinin medeni duruma göre t-testi sonuçları 143

Tablo 3.16. Katılımcıların kişilik tiplerinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları 143

Tablo 3.17. Katılımcıların kişilik tiplerinin ailesinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları 143

Tablo 3.18. Katılımcıların kişilik tiplerinin turistlerle iletişim durumuna göre t-testi sonuçları 144

Tablo 3.19. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının cinsiyete göre t-testi sonuçları 144

Tablo 3.20. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının medeni duruma göre t-testi sonuçları 145

Tablo 3.21. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları 146

Tablo 3.22. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ailesinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları 146

Tablo 3.23. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının turistlerle iletişim durumuna göre t-testi sonuçları 147

Tablo 3.24. Katılımcıların kişilik tiplerinin sosyodemografik değişkenlere göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 148

Tablo 3.25. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının yaşa göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 149

Tablo 3.26. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının eğitim durumuna göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 150

Tablo 3.27. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının statüye göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 151

Tablo 3.28. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ikamet edilen yere göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 151

Tablo 3.29. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ikamet edilen süreye göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 152

Tablo 3.30. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının kişisel gelire göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 152

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Bilinç düzeylerinin kişiliğin aşamaları ile ilişkisi 15

Şekil 1.2. Eysenck'in kişilik modeli 21

Şekil 2.1. Sosyal değişim süreci modeli 64

Şekil 2.2. Butler'ın turizm alanı yaşam döngüsü modeli 66

Şekil 3.1. Araştırmanın modeli 98

Şekil 3.2. Doğrulayıcı faktör analizi 124

Şekil 3.3. Yapısal eşitlik modellemesi 131

GİRİŞ

Modern anlamda turizm faaliyetleri, Sanayi Devrimi sonrası 19. yüzyılın ortalarından itibaren Batı Avrupa'da gelişmeye başlamıştır. Sanayileşmeyle birlikte kentleşmenin ve gelir düzeyinin artması, özellikle işçi sınıfına dönük olarak sosyal güvenlik haklarının (sağlık, emeklilik, kaza, işsizlik) yaygınlaşması, ulaşım imkânlarının (demir yolu, deniz yolu, kara yolu) iyileşmesi gibi unsurlar turizm faaliyetlerinin gelişmesini tetikleyen başlıca faktörler olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte, kitlesel anlamda bir turizm hareketliliğinden ancak 2. Dünya Savaşı sonrasından itibaren söz edilebilir. 1950'li yıllardan itibaren yaşanan teknolojik gelişmeler, havayolu taşımacılığının ve iletişim imkânlarının gelişmesi, altyapı hizmetlerinin (su ve kanalizasyon, enerji vs.) yaygınlaşması, refah düzeyinin artması, özellikle gelişmiş ülkeler arasında vizesiz seyahatin mümkün hale gelmesi, SSCB'nin dağılması, toplumların çekirdek aile yapısına doğru evrilmesi, sosyal güvenlik sisteminin ve sendikal hakların yaygınlaşması gibi birçok faktörün etkisiyle turizm faaliyetlerinde muazzam sayılabilecek artışlar yaşanmıştır. Böylece, turizm faaliyetleri yaygınlaşarak küresel ölçekli bir büyüklüğe ulaşmıştır.

21. yüzyıla gelindiğinde ise turizm sektörü, bazı kriz yılları dışında istikrarlı bir şekilde büyüyen ve özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri için ödemeler dengesi üzerindeki cari açığı azaltıcı rolü, yatırım ve istihdam ortaya çıkaran yapısı ile oldukça önemli bir sektör konumuna gelmiştir. 2019 yılında turizm sektörü, yakıtlar ve kimyasal ürünlerden sonra üçüncü büyük sektör olarak yerini almış olup, aynı yılın küresel ölçekli turizm istatistiklerine göre toplam uluslararası ziyaretçi sayısı, 1 milyar 465 milyon; uluslararası turizm geliri ise 1 trilyon 490 milyar dolar seviyelerine ulaşmıştır.

2019 yılı sonunda başlayan COVID-19 pandemisi ile ciddi bir gerileme yaşayan sektör, yaklaşık iki yıl süren olumsuz gelişmelerin ardından 2022 yılında toparlanmaya başlayarak 2024 yılı istatistikleri itibariyle (1,4 milyar uluslararası ziyaretçi ve 1,6 trilyon dolar turizm geliri) pandemi öncesi seviyelerine ulaşmıştır. Türkiye ise pandemi öncesi en çok ziyaretçi ağırladığı (51,7 milyon) ve en yüksek turizm gelirini (42,9 milyar dolar) elde ettiği 2019 yılına oranla ziyaretçi sayısını yaklaşık %20 düzeyinde artırarak 2024 yılında 62,3 milyona ve turizm gelirini de 2019 yılına oranla %40'ın üzerinde artırarak 61,1 milyar dolara yükseltmeyi başarmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2025). Böylece Türkiye, COVID-19 salgını sonrası en hızlı toparlanan ülkeler arasında yer almıştır (World Tourism Organization, 2024, s. 8; World Tourism Organization, 2025, s. 4).

Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada seyahat ve turizm sektörlerinin geçmişi incelendiğinde, özellikle ilk çağlardan itibaren seyahatlerin gerçekleştirildiği görülse de 1800'lü yılların ortalarına kadar, modern anlamda bir turizm hareketliliğinden söz etmek mümkün değildir. Esas itibariyle, Türkiye'de turizmin gelişimi ise 1980'li yıllardan itibaren mümkün olabilmiştir. 24 Ocak 1980 ekonomi politikaları çerçevesinde gündeme gelen ve 1982 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Kanunu'ndan sonra turizmin arz kapasitesi artmış ve sektör canlanmıştır. 2000'li yıllarda da turizmde ortaya koyulan vizyoner ve istikrarlı politikalar ile sektörün yükselişi devam etmiştir (Şanlıoğlu & Bulut, 2023, s. 439-462).

İthalat girdisinin oldukça düşük olduğu, çarpan etkisiyle onlarca sektörü doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen ve işgücü oranı yüksek bir hizmet sektörü olan turizm, ulusal ekonomiler açısından büyüme ve kalkınmada öncü bir rol üstlenmektedir. Belirtilen ekonomik katkılarının yanı sıra turizm sektörü, toplumsal, kültürel, çevresel ve teknolojik boyutları da olan çok yönlü bir faaliyet alanıdır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, ev sahibi ve ziyaretçi toplulukların bir araya geldiği ve büyük kitlesel hareketlerin yaşandığı turizm faaliyetlerinin gelişimi ile toplumsal ve kültürel değişim de kaçınılmaz hale gelmektedir (Butler, 1974, s. 107; Pizam & Milman, 1986, s. 31; Doğan, 2004, s. 1; Hashimoto, 2014, s. 217). Dolayısıyla, turizmin en önemli aktörleri arasında yer alan yerel halkın sahip olduğu değerler ile gelenek ve görenek, inanç, sosyal ilişki ve yaşayış

tarzı gibi sosyokültürel özellikleri de yaşanan değişimlerden önemli ölçüde etkilenmektedir (Jaafar vd., 2017, s. 125; Alobiedat, 2018, s. 25).

Bu tez çalışmasında turizm faaliyetlerinin gelişmesi ve yoğunlaşması sonucunda ortaya çıkan değişimlerden hareket edilerek turizmin sosyokültürel etkilerine odaklanılmıştır. Alan yazını değerlendirmesinde, turizm faaliyetlerini, yerel halk üzerindeki iktisadi ve çevresel etkilerinin yanı sıra sosyokültürel etkileri açısından da ele alan çalışma sayısının son yıllarda artmış olduğu (Akis vd., 1996; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Gilbert & Clark, 1997; Korça, 1998; Brunt & Courtney, 1999; Carmichael, 2000; Fredline & Faulkner, 2000; Chen, 2001; Tosun, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Andereck vd., 2005; Pappas, 2008; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Soontayatron, 2014; Dağdeviren, 2015; Jaafar vd., 2017; Alobiedat, 2018; Haddad vd., 2019) görülmektedir. Buna rağmen konunun *yaşam tarzı* (Davis vd., 1988), *yabancılaşma* (Brohman, 1996), *otantiklik* (Croes vd., 2013) ve *kişilik tipleri* (Moghavvemi vd., 2021) gibi farklı kavramlarla ilişkilendirilmek suretiyle sosyolojik ve psikolojik açılardan ele alınması ve farklı destinasyonlardan toplanacak verilerle zenginleştirilmesi, yerel halkın ve ziyaretçilerin turizm faaliyetlerini algılayışları, turizme dair bakış açıları ile turizmden ve turizm sektörünün tüm paydaşlarından beklentilerinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Yerel halkı ya da turistleri konu edinen bu doğrultudaki çalışmalar, kamu ve özel sektör temsilcilerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve akademisyenlerin, turizmin bugünü ve geleceğine ilişkin plan, politika, uygulama ve stratejiler geliştirmesinde, amaç ve hedefler ortaya koymasında belirleyici öneme sahip bilgi ve bulgular üretmesine imkân verecektir. Zira, planlı ve sürdürülebilir şekilde turizm faaliyetlerinin gelişiminin sağlanması ancak yerel halkın desteği ile mümkün olabilecektir (Yoon vd., 1999, s. 30).

Bu doğrultuda araştırmada, farklı kişilik özelliklerine sahip yerel halkın, turizm faaliyetlerinin ekonomik, çevresel ya da teknolojik etkilerinden bağımsız olarak sosyokültürel etkilerini nasıl algıladıkları tespit edilmek istenmiştir. Bu araştırma sorusuna verilecek yanıt ya da yanıtlar ile 20. yüzyılın ortalarından itibaren turizm faaliyetlerinin varlığını sürdürdüğü bir destinasyonda yaşayan yerel halkın, turizmin sosyokültürel etkilerine dair algı ve beklentileri tespit edilerek, turizmin yerel halkın sosyal ve kültürel yaşamına olumlu ya da olumsuz etkilerinin neler olduğu ve bu etkilerin

farklı kişilik tipine sahip yerel sakinler arasında değişip değişmediği ortaya koyulmuş olacaktır. Dolayısıyla, bölgede yaşayan yerel halkın turizmin olumlu ya da olumsuz hangi sosyokültürel etkilerini önceliklendirdiğine ve turizmi bir sorun ya da fırsat olarak görüp görmediğine bağlı olarak turizm destinasyonunun geleceğine ilişkin alınacak kararların şekillendirilmesi mümkün olabilecektir. Ayrıca, bölgede turizmin gelişmeye devam edip etmemesi ve devam edecekse bu gelişimin hangi yönde olması gerektiği gibi sorulara dair önemli çıkarımlar yapılabilecektir. Bu olası çıkarımlardan hareketle, bireylerin diğer bireylerden ayırt edilmesini sağlayan ve tüm yapısal niteliklerini oluşturan farklı kişilik özelliklerinin, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarını değiştirip değiştirmediği hususunun tespiti, çalışmanın başlıca amacını teşkil etmektedir.

Belirlenen amaç doğrultusunda, çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, bu yöntem çerçevesinde saha araştırmalarında sıklıkla kullanılan anket tekniği tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılacak yöntem ve tekniğin seçiminde, araştırmanın amacına ve araştırma kapsamında yer alan örneklemin büyüklüğüne uygun olması ve nitel yaklaşıma göre çok daha kapsayıcı ve karşılaştırılabilir bir veri seti sunması belirleyici olmuştur. Örneklem seçiminde ise zengin tarihi ve kültürel birikime ve onlarca yıldır köklü bir turizm geleneğine sahip Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından birini teşkil eden Kayalık Kapadokya Bölgesi'nin (Nevşehir'in Ürgüp, Göreme, Uçhisar, Avanos, Derinkuyu ve Kaymaklı ilçe ve beldeleri ile Aksaray'a bağlı Ihlara beldesi) yerel halkı kapsama alınmıştır. Araştırmanın, gerek Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarını ortaya koyması gerekse de farklı kişilik tiplerine ve sosyodemografik değişkenlere göre konuyu genişletmesiyle turizm alan yazınına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Tez çalışması, üç bölümden meydana gelmektedir. Çalışmanın ilk iki bölümü kavramsal ve kuramsal çerçeveyi oluşturmaktadır. Birinci bölümde, kişilik kavramı ve kişiliği oluşturan faktörlere yer verildikten sonra kişilik kuramları, sosyolojik ve psikolojik açılardan ele alınarak farklı kişilik tiplerine ilişkin yaklaşım, model ve kuramlar geniş bir şekilde ortaya koyulmaktadır. Daha sonra, uluslararası ve ulusal alan yazınında kişilik tipleriyle yerel halk ilişkisini ele alan çalışmaların değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ilk olarak turizmin etkileri sosyal ve kültürel açılardan değerlendirilmiştir. Daha sonra, turizm ile sosyokültürel değişimin nasıl gerçekleştiği

hususu ve yerel halkın turizme yönelik algılarını etkileyen faktörler ele alınmaktadır. Bu çerçevede özellikle destinasyonlarda turizmin gelişimi ve etkilerini kapsamına alan kuram, model ve yaklaşımlara yer verilmiş ve ayrıca, uluslararası ve ulusal alan yazınında konuyla ilgili çalışmaların değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünü ise uygulama kısmı oluşturmaktadır. Bu bölümde öncelikle araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, sınırlılıkları, yöntemi, evren ve örneklem seçimine yer verilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında elde edilen birincil verilere ilişkin bulgular ile bu bulgulara ve hipotez sonuçlarına ilişkin analiz tablolarına yer verilmiş ve bulguların geniş bir değerlendirmesi yapılmıştır. Ayrıca, çalışmanın sonuç kısmında uygulayıcılara ve araştırmacılara yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KİŞİLİK TİPLERİ: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle kişilik tipleri hakkında kavramsal bir çerçeve ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda ilk olarak; kişilik kavramı ve ilişkili kavramlar ile kişiliği oluşturan temel faktörlere değinilmiştir. Daha sonra, kişilik tipleri ile ilgili ortaya koyulmuş olan önemli kuramlar ele alınmış ve konu hakkında yayımlanmış uluslararası ve ulusal alan yazınında yer alan çalışmaların değerlendirmesi ile bölüm sona ermiştir.

1.1. Kişilik Kavramı ve İlişkili Kavramlar

Kişilik kavramı, Latincedeki *persona* sözcüğünden türemiştir. Persona, Klasik Roma tiyatrosunda seyirciler ile sahne arasında uzaklığın fazla olması nedeniyle izleyicilerin karakterleri daha net görebilmesi için tiyatro oyuncularının yüzlerine taktıkları maskelere verilen isimdir (Marshall, 1999, s. 409; İşçi, 2007, s. 105) ve bu kavram zamanla kişiliği de ifade eden bir boyut kazanmıştır. Kişilik kavramı ile psikolog, sosyolog, davranış bilimci gibi farklı bakış açılarına sahip sosyal bilim araştırmacıları ilgilenmiş, çeşitli tanımlar ortaya koymuş ve bu çerçevede farklı kişilik kuramları geliştirmişlerdir.

Kavramı, psikologlar "bir kişinin fiziksel ve sosyal ortamıyla etkileşme biçimini tanımlayan düşünce, duygu ve davranışın ayırt edici karakteristik örüntüleri" (Smith vd., 2020, s. 454); sosyologlar ise kişilik özelliklerinin bireyin içinde yaşadığı zaman ve mekânla ilişki içerisinde şekillendiği varsayımından hareketle "bir bireyi diğerlerinden ayırt eden özellikler kümesi" (Marshall, 1999, s. 409) şeklinde tanımlamıştır. Kuramcılar kişiliği tanımlarken bireyin çevresine uyum sağlama çabasına odaklanarak kişinin özünü oluşturan ve onu diğer insanlardan ayıran özellik ve eylemlerin kişiliği oluşturduğuna dikkat çekmektedir (Hall vd., 1985, s. 4).

Yukarıda yapılan tanımlardan anlaşılacağı üzere, psikologlar kişiliğin tanımlanmasında bireyin bilinçaltına ve fikirlerine; kişilik kuramcıları duyguların, fikirlerin ve bilinçaltındaki zihinsel süreçlerin somut davranışlara dönüştüğü sürece; sosyologlar ise bireyin içinde bulunduğu zaman ve mekân boyutunu dikkate almak suretiyle esasen toplum içindeki bireye odaklanmaktadır.

Türk Dil Kurumu'na göre kişilik kavramı, "bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerinin bütünü; şahsiyet (1); insanlara yakışacak durum ve davranış (2); bireyin toplumsal hayatı içinde edindiği alışkanlıkların ve davranışların bütünü (3); herhangi bir kişi için, herhangi bir kişiye yetecek miktarda olan (4) ve herhangi bir sayıda kişiden oluşan (5) şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2024). Ayrıca, bazı yazarlar da kavramı kendi bakış açılarından tanımlamışlardır. Örneğin Allport (1961, s. 28) kişilik kavramını, bireyin özgün fikir ve davranışları ile karakterini oluşturan psikofiziksel süreçlerinin bir araya gelmesi; Norman (1963, s. 575) bireyin davranış biçimi, ilgi ve eğilim, yetenek ve ruhsal yapısının bütünlük oluşturması; Feshbach ve Weiner (1991) fiziksel ve sosyokültürel etkiler sonrası bireyde ortaya çıkan karakter özelliklerinin bütünü; Dubrin (1994) kişinin yaşam tarzı; Fromm (1996) kişiye özgü ve kişiyi diğer bireylerden ayıran kalıtımsal ya da sonradan kazanılmış özelliklerin tümü; Funder (2001, s. 197) bireyin duygu, düşünce ve davranışlarının karakteri üzerindeki yansımaları; Burger (2016, s. 23) bireyin kendi dünyasında var olan duygusal, güdüsel ve bilişsel süreçler ile tutarlı davranış kalıplarının bir bileşkesi; Cevizci (2017, s. 264) her bir bireyi diğer bireylerden ayıran davranışsal ve psikolojik özellikler örüntüsü olarak tanımlamışlardır.

Kişilik kavramına ilişkin tanımlar incelendiğinde; bireyin diğer bireylerden ayrılmasını sağlayan özelliklerine ve bu özelliklerin bireyde bir bütünlük oluşturmasına ve kişinin benzer durumlar karşısındaki davranışlarının da benzer olmasına (tutarlılık) vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlardan ayrıca, kişiliğin pek çok özelliği bir arada barındıran bir yapıda olması sebebiyle bu yapıyı oluşturan tüm özelliklerin birbiriyle ilişki içerisinde bireye özgü bir kimlik oluşturma hususunda etkili olduğu anlaşılmaktadır.

1.1.1. Karakter

Kişilik ve karakter sözcükleri, birbirinin yerine kullanılsa da esasen kapsam ve anlam itibariyle birbirinden farklılık arz ederler. Kişiliğin ortaya çıkması için bireyin belirli bir olgunluğa erişmesi ve davranışlarının süregelen bir şekilde seyretmesi gerekirken, karakter doğuştan var olan ve dış çevrenin de etkisiyle ortaya çıkan davranış ve eğilimler olarak bilinmektedir (Pelit vd., 2010, s. 84). Dolayısıyla karakter, kişinin davranışlarının bütünü olup, istediği yönde kendisini geliştirerek belirli bir zaman dilimi içerisinde devam ettirdiği kişilik özelliklerinin yansımasını ortaya çıkarmakta ve insanların değer ve inançlarını da kapsamına almaktadır (Cloninger vd., 1993, s. 975; Kisling, 2007, s. 16; Biçer, 2011, s. 405-406).

1.1.2. Mizaç

Huy olarak da adlandırılan mizaç kavramı, kalıtsal özelliklerle gelen, bireylerarası farklılık gösteren duygusal ve davranışsal özelliklerdir (Partridge, 2003, s. 2). Bireyin karakteri önemli derecede mizacına bağlı olarak gelişim göstermektedir. Kişinin fiziksel özelliklerinin mizaç üzerinde etkili olduğunu belirten Hipokrat, mizacı dört grupta incelemiştir. Bunlar (aktaran Cloninger & Svrakic, 1997, s. 122);

- **Neşeli mizaç:** Optimist, canlı, umut dolu, neşeli ve ilgi alanları hızla değişebilen,
- **Soğukkanlı mizaç:** Ağırbaşlı, az konuşan, tembel, fazla neşeli olmayan ve güçlü kişiliğe sahip,
- **Kızgın mizaç:** Heyecanı yüksek, çabuk sinirlenen, hareketli ve sert bir yapıya sahip,
- **Melankolik mizaç**: Kaygılı, hüzünlü, hareketsiz, sıkıcı, alıngan ve zayıf kişiliğe sahip insanları karşılamaktadır.

1.1.3. Yetenek

Sözlükte, “bir kimsenin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği; istidat, kabiliyet” (1); “bir duruma uyma konusunda organizmada bulunan ve doğuştan gelen güç, kapasite” (2); “kişinin kalıtıma dayanan ve öğrenmesini çerçeveleyen sınır” (3) ve “dışarıdan gelen etkiyi alabilme gücü” (4) (TDK, 2024) şeklinde tanımlanan yetenek kavramı, bireyin fiziksel ve zihinsel becerilerinin çeşitli eğitim ve deneyim süreçleri içerisinde

geliştirilerek yapabilme noktasına taşınabilen durumunu ifade etmektedir (Erdoğan, 1983, s. 245-246).

Bireylerin yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmesi ve içinde bulundukları çevreye uyum sağlayabilmeleri için fiziksel ve zihinsel yeteneklerin her ikisine birden gereksinimi bulunmaktadır (Carroll, 1993, s. 17). Fiziksel yetenek, ayakta durma, hareket etme, tat ve koku alma, vücudunu belirli bir eş güdüm içerisinde kullanma gibi bedeni faaliyetlere dönük özellikleri; zihinsel yetenek ise ilişki kurma, muhakeme etme, anlama ve çözüm üretme gibi zihni faaliyetlere dönük özellikleri kapsamaktadır (Şimşek vd., 2011, s. 100-101).

1.2. Kişiliği Oluşturan Faktörler

Kişiliğin oluşumunda, bireyin doğuştan gelen birtakım bedensel, fıtri ya da mizaca dönük özelliklerinin yanı sıra aile ya da sosyal çevreden edindiği bilgi, deneyim ve alışkanlıklarının, coğrafi çevrenin, kendini geliştirmesine bağlı olarak elde etmiş olduğu kazanımlarının ya da mesleki/toplumsal statüsü gereği içinde yer aldığı sosyal grupların da etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada, kişilik kavramını oluşturan faktörler altı alt başlıkta incelenmiştir. Bunlar (Luthans, 1995, s. 114):

- Kalıtımsal ve bedensel faktörler,
- Aile ile ilgili faktörler,
- Sosyokültürel faktörler,
- Sınıfsal faktörler,
- Coğrafi faktörler,
- Diğer faktörler.

1.2.1. Kalıtımsal ve Bedensel Faktörler

İnsan, mevcut özelliklerinin birçoğuna doğuştan sahip olduğundan gerek insan olmanın sağladığı birtakım özellikler gerekse de nesep ve ailesinden kaynaklanan özellikler kendisinde var olarak dünyaya gelir (Eroğlu, 1995, s. 140). Yapılan araştırmalar, bireysel özelliklerin büyük çoğunluğunun kalıtımsal bir arka planı olduğunu başka bir deyişle, doğuştan geldiğinin bilindiğini ancak bu özelliklerden hangilerinin genetik faktörler aracılığıyla taşındığının ise tam olarak bilinmediğini ortaya koymaktadır (Parks & Guay,

2009, s. 675). Buna bağlı olarak kalıtım yoluyla aktarılma, ten rengi, göz rengi, boy uzunluğu gibi fiziksel özelliklerin yanı sıra sinirlilik, duygusallık, utangaçlık, kıskançlık gibi özellikleri de kapsamaktadır (Aydın, 2016, s. 10).

Kalıtımsal özelliklerin nesilden nesile, bireyden bireye taşınması ile ilgili olarak; atalarının fiziksel yapısına benzer özelliklere sahip olan insanları ya da tek yumurta ikizlerini konu edinen çalışmalar örnek verilebilir. Bu doğrultuda ilk olarak, Afrika kıtasında geniş bir coğrafyada avcı, toplayıcı olarak yaşamlarını sürdürmüş olan Etiyopyalılar ile ilgili gözlemlere yer verilmiştir. Etiyopyalıların ataları gibi uzun boylu, ince ve dayanaklı bir fiziki yapıya sahip olması ve uzun mesafe koşu sporuna ilgi duyması, kalıtımsal faktörlerin bireylerin kişilikleri ve yaşamları üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Kalıtımsal özelliklerin etkileri, tek yumurta ikizlerine dönük gerçekleştirilmiş çalışmalarda da ortaya koyulmuştur. Bu araştırmalarda tek yumurta ikizlerinin kişilik özelliklerinin birbirlerine fazlasıyla benzediği tespit edilmiştir. Bu konuda gerçekleştirilmiş bir çalışmada farklı yerlerde büyüyen ve hiçbir şekilde birbirleriyle teması olmayan tek yumurta ikizlerinin 40 yıl sonra buluşmalarında dikkat çekici benzerlikler tespit edilmiştir. Her ikisinin de bıyıklı, tel çerçeveli gözlük takmış, baharatlı yemekleri ve tatlı içecekleri seven, dalgın, kahvesine tereyağlı tost ekmeği batırmaktan hoşlanan, aynı mesleği seçmiş kişiler olduğu ve görünüm, tavır ve mizaçlarının birbirine çok benzediği belirlenmiştir. Sonuç olarak bu ve benzeri örnekler, kalıtımsal özelliklerin kişilik üzerindeki belirleyici etkisini ortaya koymaktadır (Smith vd., 2020, s. 453).

1.2.2. Aile ile İlgili Faktörler

Aile, kişinin ilk sosyal çevresi olarak bilinir ve bireyin davranışları ailede şekillenir. Dinî, ahlaki, geleneksel kural ve değerlerin ilk öğrenildiği, toplumsal katılımın ve toplum tarafından kabul edilmenin ilk gerçekleştiği birim ailedir. Aile bireyleri ile kurduğu iletişime ve ailesinin ona yaklaşımına göre bireyin kişilik gelişimi etkilenecektir.

Küçük yaşlardaki çocuğun hayata gözlerini açtığı ve zamanının çoğunu birlikte geçirdiği aile büyüklerini ya da diğer aile bireylerinin tavır ve davranışlarını örnek alması, onlara benzemek istemesi normal ve olması gereken bir durum olarak görülmektedir. Dolayısıyla, ailenin büyüklüğü (geleneksel ya da çekirdek), ailenin yapısı (ataerkil,

anaerkil, eşitlikçi), aile bireylerinin eğitim durumu, toplumsal statüleri gibi pek çok özellik bireylerin kişilik gelişimini doğrudan etkilemektedir. Bunların dışında bireyin ailesinin ekonomik durumu ve refah düzeyinin sağladığı zorluk ya da kolaylıklar, yaşanılan bölgenin ekonomik, sosyokültürel ve demografik yapısı ile ailenin tek çocuğu olmak gibi etkenlerin de bireyin kişilik gelişimi üzerinde önemli belirleyiciler olduğu bilinmektedir (Kolasa, 1969, s. 152; Hellriegel vd., 1992, s. 79; Luthans, 1995, s. 36; Özsoy & Yıldız, 2013, s. 6).

1.2.3. Sosyokültürel Faktörler

Bireyin içinde yaşadığı toplumun sosyal ve kültürel yapısı, gelenek ve göreneklerine (örf, âdet, anane vs.) olan bağlılığı, somut ve somut olmayan kültürel birikimi, toplumsal normlar ve değerler sistemi gibi pek çok olgunun insan kişiliği üzerinde gözlenebilen ya da gözlenemeyen etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla kişilik, kalıtımsal ve çevresel faktörlerin birleşiminden ortaya çıkmaktadır (Başaran, 2008, s. 64). Birey, içinde yaşadığı toplumun kültüründen etkilendiği gibi, aynı zamanda toplumun kültürünü de etkilemektedir.

Bu çerçevede, öğrenme sürecinden bahsetmek yerinde olacaktır. Öğrenme, elde edilen bilgi ve deneyimlerden sonra davranışlarda ortaya çıkan değişimleri ifade etmektedir (Goldstein, 1981, s. 233). Bir süreç olarak değerlendirildiğinde öğrenme, zihinsel algılama ile başlayan, kabullenme ile devam eden ve sonrasında tutum ve davranışa dönüşen çok boyutlu faaliyetler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Sosyokültürel çevrenin kişilik üzerindeki belirleyici etkileri de ailesel faktörler de olduğu gibi bir öğrenme ve deneyim sürecini içermektedir. Ayrıca, aile ile ilgili faktörlerin kişilik üzerindeki etkileri küçük yaşlarda daha belirgin olmaktayken, sosyokültürel faktörlerin ise etkileri çocukluk sonrası yaşlarda daha fazla gözlenmektedir (Roach, 2006, s. 78).

1.2.4. Sınıfsal Faktörler

Toplum, birbirinden farklı alt organizmalardan meydana geldiği gibi, toplumun sosyokültürel yapısı da bu alt organizmaların sosyokültürel yapısından meydana gelmektedir. Bireyin içinde yer aldığı ya da erişmek istediği bu alt sosyal gruplar, yaşam tarzı, ilgi alanları, düşünceleri, tüketim alışkanlıkları gibi daha pek çok yönden bireyleri etkisi altına almakta ve kişiliğinin şekillenmesinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır

(Schermerhorn vd., 2008, s. 41). Bir bireyin kişiliğini anlamak ya da kişiliğine dair çıkarımlarda bulunabilmek için içerisinde yer aldığı sosyal grupların da bilinmesi gerekmektedir. Nitekim, kişinin geçmişte içerisinde yer aldığı sosyal gruplar (öğretmen/doktor/asker/bankacı/spor eğitmeni/avukat emeklisi vb.) dahi bireyin kişilik özelliklerini etkileyerek davranış kalıpları, algıları, tutumları ve yaşam tarzı gibi pek çok etken üzerinde belirleyici olabilmektedir (Kaşlı, 2009, s. 16; Eroğlu, 2011, s. 218). Dahası, sosyoekonomik faktörler içerisinde yer alan gelir düzeyi de sınıfsal bir faktör olarak bireyin sosyal statüsü ve kişiliği üzerinde belirleyici düzeyde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir (Koç, 2019, s. 18).

1.2.5. Coğrafi Faktörler

Doğa olayları, iklim özellikleri, yer şekillerinin ve toprağın yapısı (tarıma elverişlilik vb.) gibi birey ve toplumların yaşadıkları bölgenin coğrafi özellikleri bireylerin kişilik özelliklerini doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Köknel, 1986, s. 83; Zel, 2006, s. 16). Yaşanılan yerin kırsal ya da kentsel bir çevre olması, nüfusun yapısı, yıl içinde havanın seyri (sıcaklık derecesi, açıklık/kapalılık durumu) gibi unsurların gerek toplumların gerekse de bireylerin antropolojik ve psikolojik yapılarını etkilediği bilinmektedir. Nesiller boyu içerisinde yaşanılan coğrafyaya göre, bireylerin fiziksel, duygusal ve sosyal pek çok özellikleri farklılık gösterebilmektedir. Bilindiği üzere, sıcak bölgelerde yaşayan toplumların genel kişilik özellikleri ile soğuk bölgelerde yaşayan toplumların genel kişilik özellikleri ten rengi, fiziksel özellikler, sosyal iletişim, giyinme ve yaşam tarzı ve benzeri pek çok hususta aynı değildir (Zel, 2006, s. 25). Bu durum, coğrafyanın kişilik üzerinde ne kadar önemli ve belirleyici bir etken olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, coğrafi faktörlerin kişilik üzerindeki etkileri, bireyin kültürel özelliklerinin coğrafyanın özellikleriyle ilişkilendirilmesi ve kültürler arasındaki benzer ve farklı yönlerin karşılaştırılarak incelenmesi ile iki boyutlu olarak anlaşılabilmektedir. Bu etkilere ilişkin yapılmış bir çalışma da Ekvator bölgesinden uzakta yaşayanların daha çok dışa dönük oldukları, ancak sorumluluk alma konusunda ise daha az görev odaklı oldukları sonucuna varılmıştır (Allik & McCrae, 2004, s. 18).

1.2.6. Diğer Faktörler

Yukarıda ifade edilen temel faktörlerin dışında çoğunlukla doğrudan olmasa da dolaylı olarak kişiliği etkileyen başka faktörler de bulunmaktadır. Bunlar, bireyin ailenin kaçıncı çocuğu olduğu, annenin gebelik süreci, kitle iletişim araçları, örnek alınan idoller ve benzeri şeklinde sıralanmaktadır (Türkel, 1992; Adler, 2006; Çetin & Beceren, 2007; Kaşlı, 2009; İyigün, 2012; Koç, 2019).

Adler'in (2006, s. 44) kuramında doğum sırası kişiliği etkileyen önemli bir faktör olarak gösterilmiş ve ilk çocuk ile sonraki çocuklar arasında özellikle zekâ seviyesi ve ilişki kurma konularında farklılıklar olabileceği belirtilmiştir. Bununla birlikte, annenin gebelik süreci de kişilik üzerinde etkili olan diğer bir faktör olarak dikkat çekmektedir. Sorunsuz bir gebelik süreci geçiren annelerin bu durumunun, çocukların kişiliği üzerinde de olumlu tesirleri olduğu bilinmektedir (Kaşlı, 2009, s. 17).

Kitle iletişim araçlarından etkilenme düzeyi, televizyon, internet, sosyal medya ve sosyal ağların kullanımı, gün içerisinde ne kadar zamanın kitle iletişim araçları ile geçirildiği ile bağlantılı olarak değişebilmektedir. Dolayısıyla, kitle iletişim araçlarının kullanım süresi ve kullanım amacına göre değişmek üzere kişilik üzerindeki etkilerinden bahsedilmektedir (Türkel, 1992, s. 32). Bireyin sosyal grubunda yer alan ya da ilgilendiği alana ilişkin medyadan tanıdığı birini kendisine örnek alması ve idol olarak belirlemesi de kişiliği üzerinde birtakım etkiler ortaya çıkarmaktadır (İyigün, 2012, s. 67).

1.3. Kişilik Kuramları

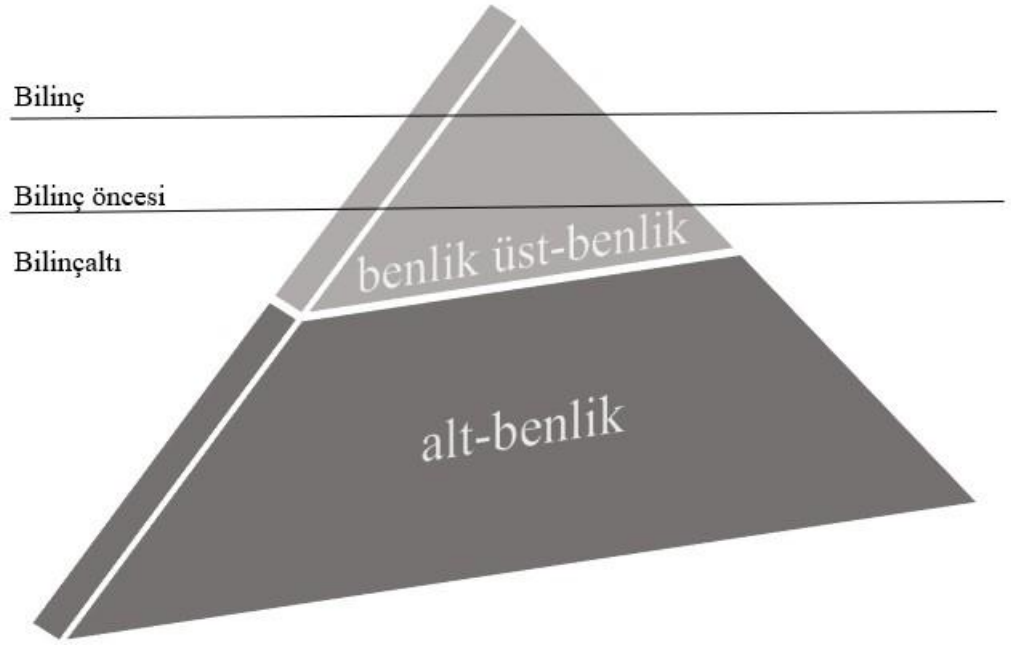
Kişilik konusunda pek çok kuram geliştirilmiş ve her ortaya atılan yeni kuram ise konuyu kendi bakış açısıyla ele almıştır. Kuramcıların, konuya ilişkin daha önce ortaya koyulan tezlerden etkilendiği ve buna göre kendi kuramlarını geliştirmeye çalıştığı görülse de kişilik kavramının farklı bir yönüne odaklanarak konuya yeni bir boyut kazandırmaya çalışmaları dikkat çekici bulunmuştur. Bununla birlikte, kuramların kişilik tiplerinin sınıflandırılması, modellenebilmesi ve konunun daha somut bir düzleme indirgenerek ölçülebilir nitelik kazanmasında önemli etkileri olmuştur. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında; Sigmund Freud, Alfred Adler, Carl Gustav Jung, Erich Fromm, Harry Stuck Sullivan, Hans Jurgen Eysenck. Ernst Kretschmer, Meyer Friedman ve Ray Rosenman ile Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in kişilik kuramları incelenmektedir.

1.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı

İnsan kişiliğine dair geliştirilen ilk kuramlardan biri, Freud'un özellikle bilinçaltına odaklanarak insan davranışını anlamaya çalıştığı *psikanalitik* kuramdır. Kişiliği psikolojik bir bakış açısıyla ele alan Freud, kişiliğin (bebeklik ve çocukluk) ve cinsel kimliğin (çocukluk) erken dönemlerde geliştiğini, bireyin davranışlarının bilinçdışı etkenler ile yönlendirildiğini ve davranışlarının arka planında daha çok bilinçdışı etkenlerin var olduğunu öne sürmüştür (Freud, 1964, s. 98).

Bireyi güdüleyen ve en çok ihtiyaç duyduğu eksikliğin sevgi olduğunu belirten Freud, kişinin sevgi ihtiyacını karşılayamadığı durumun sonucunda anormal davranışlar sergileyebileceğini ve birtakım psikolojik rahatsızlıklar yaşayabileceğini savunmuştur (aktaran Eren, 2020, s. 85). Ayrıca, insanın olumsuz duygu ve düşüncelere sahip bir varlık olduğu için birtakım idari mekanizmalar aracılığıyla denetim altında tutulması gerektiğini, ancak toplumsal baskının bireylerin yalnızca fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları gibi dürtüsel ihtiyaçlarını güdüleyerek bireyleri olumsuz davranışlara sevk ettiğini ifade etmiştir. Freud'un kişiliğe dair bu varsayımları psikanalitik kuram adı altında belirli bir düşünsel sistematiğe bürünmüştür. Psikanalitik kuramda kişiliğin *id* (alt-benlik), *ego* (benlik) ve *süperego* (üst-benlik) şeklinde üç temel birimi bulunmaktadır (aktaran Hall vd., 1985, s. 33-35). Bu doğrultuda, insanı diğerlerinden ayıran en temel niteliği olan kişiliğinin ve bunu diğer insanların duyusal olarak algılayabildiği boyuta indirgeyen davranışlarının bu üç temel sistem tarafından şekillendirildiği varsayılmıştır. Aşağıdaki şekilde (Şekil 1.1) id, ego ve süperegonun bilinç düzeyi ile ilişkisi gösterilmiştir.

Şekil 1.1. Bilinç düzeylerinin kişiliğin aşamaları ile ilişkisi



Kaynak: Burger'dan (2016, s. 79) uyarlanmıştır.

Freud, psikanalitik kurama göre kişiliği açıklamada bilinç düzeyini kullanmaktadır. Burada zihinsel süreçler okyanustaki buz dağına benzetilerek id, ego ve süperego olarak bölümlendirilmiştir. İd bilinçdışını, ego bilinci ve süperego da bilinçaltını temsil etmekte olup, zihinsel süreci oluşturan bu üç temel sistem birbiriyle koordineli bir şekilde sürekli etkileşim halinde kalarak bireyin davranışlarını şekillendirmektedir. Kurama göre id; kişiliğin çocuksu tarafını ve daha çok fizyolojik ihtiyaçlarına ve güvenlik ihtiyacına dönük yaşamsal gerekliliğe haiz dürtülerini, süperego; bireyin olumlu dürtüsel duygularına karşılık gelen ahlaki ve vicdani yönünü, ego ise id ve süperego sistemlerini yöneten merkezi bir sistemi karşılamaktadır (aktaran Smith vd., 2020, s. 459-460). Kuramın ortaya koyduğu zihinsel süreçlerin anlaşılabilmesi için süperegonun kapsamına giren ideal olana ve mükemmele ulaşma arzusu önem arz etmektedir. Bireyin zihinsel, duygusal ve davranışsal bütünlüğünde id, ego ve süperego sistemlerinden hangisi ya da hangileri daha etkin ise kişiliği de ona göre şekillenmekte ve bireyler arasındaki farklılık da bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Kısaca ifade edilecek olursa, Freud'un kuramında yaşamın ilk altı yılı oldukça önem arz eder. Freud'a göre kişiliğin gelişim gösterdiği altı yaşa kadar olan dönem, yaşanılan

hiçbir şeyin izlerinin tümüyle yok olmadığı ve ilerleyen yıllardaki davranışları etkileyen bir dönemi ifade etmektedir. Altı yaştan sonra 12 yaşa kadar olan dönemi de yetişkinlik öncesi son önemli dönem olarak değerlendiren Freud, kişiliğin gelişimini sürdürdüğü tüm bu evreleri; oral dönem (0-1,5 yaş), anal dönem (1,5-3 yaş), fallik dönem (3-6 yaş), gizil dönem (6-12 yaş), genital dönem (12 -18 yaş) olarak sınıflandırmıştır (Freud, 1964, s. 98-99).

1.3.2. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı

Adler geliştirdiği kişilik kuramında grup içerisinde etkileşimde olan bireyi konu edinmiş ve tüm bireylerin ortak istek ve amacının *ait olmak* ve *anlamlı hissetmek* olduğunu belirtmiştir (Adler, 2006, s. 16). Bu kurama göre birey, birçok şeyi ailede öğrenmekte ve bu öğrendikleriyle çevresiyle etkileşim kurmaktadır. Ayrıca, sosyal bir varlık olan birey, kendi çıkarlarının yanı sıra başkalarının çıkarları için de hareket etmektedir (Güney, 2020, s. 201).

Kurama göre insan kişiliğinin oluşmasında kişinin geçmişte yaşadığı olaylar ve geleceğe dair hedef ve beklentiler, önemli belirleyici unsurlardır. Bu doğrultuda, bireyin yaşam tarzı ve yaratıcı benliği geçmiş yaşantılarına dayanarak gelişmekte ve geleceğe dair beklenti ve hedefler ise yaratıcı benlik aracılığıyla sergilenecek davranışlara yön vermektedir. Dolayısıyla *geçmiş*, kişiliğin oluşmasına zemin hazırlamakta, *gelecek* ise şartlara göre davranışların şekillenmesine neden olmaktadır (Altuntaş & Gültekin, 2014, s. 38).

Bireyin tüm davranışları, içinde bulunduğu şartlara göre iyi veya kötü olarak değerlendirilebilmekte başka bir deyişle, iyiyi ya da kötüyü birey kendisi seçebilmektedir. Saygı ve sosyal ilgi görüp, takdir edilen birey kendini ifade edebilmekte ve cesur davranışlar sergileyerek yeteneklerini ortaya koyabilmektedir. Aksi durumda ise birey çeşitli nedenlerden dolayı yaşamış olduğu aşağılanma ve eksiklik duygusunu başkaları üzerinde üstünlük kurarak gidermeye çalışacaktır (İnanç & Yerlikaya, 2009, s. 43-47). Fakat, birey bunu başarabilse dahi Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde üçüncü basamakta yer alan sevgi ve ait olma ihtiyacını karşılayamayacaktır.

Adler'e göre ruhsal açıdan sağlıklı bir birey olmanın şartı, kişisel olarak gelişme ve diğer bireylerin refahına katkıda bulunmadır. Burada belirtilen kriterlerin yeteri kadar

gelişmediği bireylerde aşağılık hissi ön plana çıkabilmekte ve birey üstünlük arayışı nedeniyle diğer insanlara düşmanca tavırlar sergileyebilmektedir. Sağlıklı bir birey olmanın kriterlerinin yeteri kadar gelişim gösterdiği bireylerde ise eşitlik duygusu ön planda yer almakta ve bu birey, başka insanların doyum ve refahına katkıda bulunabilmektedir (Adler, 2006).

Freud geliştirdiği kişilik kuramında kişinin geçmişte yaşamış olduğu deneyimleri daha fazla önemserken, Adler ise geleceğe ilişkin beklenti ve hedeflerin etkilerini vurgulamaktadır. Freud'un kişilik inşasında bilinçdışı faktörler belirleyici etkiye sahipken, Adler'in kuramında birey neyi, niçin yaptığını bilmekte, başka bir ifade ile bilinçli hareket etmektedir. Diğer taraftan Freud, bireyin kişilik gelişim sürecinde ana olguların cinsellik ve saldırganlık olduğunu ve kişiliği bilinçaltı dürtülerin (id) yönettiğini savunurken, Adler ise sosyal bir varlık olarak tanımladığı bireyin sosyal çevresinden etkilendiğini, başarı ve üstünlük hedefleri ile güdülenerek birtakım tercihlerde bulunduğunu ve bu tercihlerin de kişiliğini etkilediğini belirtmiştir. Sonuç olarak Adler, geliştirdiği kişilik kuramıyla kişinin irade gücü ve sorumluluk yetisine sahip olduğunu kabul etmiş görünmektedir (aktaran Burger, 2016, s. 150-156).

1.3.3. Carl Gustav Jung'ın Kişilik Kuramı

Jung, Freud'un kuramının merkezine cinsellik konusunu yerleştirmesini eleştirerek kalıtsal özelliklere ve özellikle de ırk ve soy faktörünün kişilik gelişimindeki etkilerine dikkat çekmiştir. Bu kapsamda, Freud'un bilinçdışı psikanalitik kuramını geliştirerek *kolektif bilinçdışı* (collective unconscious) kavramını öne sürmüştür. Ayrıca, bireyin davranışlarının geçmiş deneyimlerinden etkilendiğini, buna rağmen, kişiliğin daha çok kişinin gelecekteki amaçları doğrultusunda şekillendiğini belirtmesiyle Adler'in tespitlerine yakın bir görüşü benimsemiştir (Jung, 2018).

Jung'ı diğer psikologlardan ayıran temel savı ise atalardan geçen kalıtsal özelliklere dair ortaya koymuş olduğu fikirlerdir. Buna göre atalardan geçen kalıtsal özellikler içerisinde fiziki özelliklerin yanı sıra, ortak bilinçdışı kavramının alt boyutları olarak ifade ettiği sezgi, düşünme, duyum ve duygu gibi özellikleri de belirtilmektedir (Jung, 2009, s. 58-62). Jung'ın ortaya koymuş olduğu bu kişilik tiplerine Tablo 1.1'de yer verilmiştir.

Tablo 1.1. Jung'ın kişilik özellikleri

	Kişilik özellikleri	
İşlevler	**Dışa dönük**	**İçe dönük**
Sezgi	Dışa dönük sezgisel tip	İçe dönük sezgisel tip
Düşünme	Dışa dönük düşünen tip	İçe dönük düşünen tip
Duyum	Dışa dönük duyumsal tip	İçe dönük duyumsal tip
Duygu	Dışa dönük duygusal tip	İçe dönük duygusal tip

Kaynak: İnanç ve Yerlikaya'dan (2009) uyarlanmıştır.

Jung'a (2009, s. 58-62) göre bu özellikler kişilik tipinin oluşmasında belirleyici bir konumda yer almaktadır. Kişi bu özellikleriyle daha çok kendi iç dünyasına yönelim gösterirse içe dönük, dış dünyaya yönelim gösterirse de dışa dönük bir kişilik yapısı gelişecektir. Ayrıca kuramında, bahsi geçen özelliklerin (sezgi, düşünme, duyum ve duygu) kesin sınırlar ile belirlenmiş tam bir içe ya da dışa dönük kişilik tiplerinden birine yönelim göstermediği durumları da açıklığa kavuşturmaya çalışmış ancak, bu kişilik özelliklerini kavramsallaştırmamıştır.

1.3.4. Erich Fromm'un Kişilik Kuramı

Erich Fromm, kişilik konusunu sosyolojik ve ekonomik boyutları ile ele almış ve kişilik üzerinde daha çok tarihsel düzlemde etkili olan faktörlere odaklanmıştır. Tarihsel evrim süreci içerisinde insanoğlunun doğayla ve diğer varlıklarla var olan bağlarını koruyamadığını, kendi aklı ve sezgilerinin peşinden giderek sürekli yeni sorunlarla karşı karşıya kaldığını belirtmiştir. Farklı toplumsal dönem ya da yüzyıllarda farklı boyutları ile ön plana çıkan bu sorunların ise sosyal, ekonomik, siyasal, kültürel boyutlarda pek çok etkileri olduğunu öne sürmüştür. Tüm bu etkilerin insan kişiliği üzerinde de sürekli ve dönüştürücü birtakım sonuçlara neden olduğu ve dolayısıyla ortaya çıkan bu sorunların tanımlanarak çözüm önerilerinin geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Fromm, 2014, s. 81-85).

Fromm (2014, s. 31-36), bireylerin fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra varoluşsal ihtiyaçlarının da doyurulması gerektiğini ve buna bağlı olarak da edilgen durumundan kurtularak sanat ve kültürle ilgili faaliyetlere yönelmesi gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca, ebeveynlerin sağlıklı bir iletişim ortamında yetiştirmedikleri ya da sanatla ve sporla kendilerini ifade etme imkânı vermedikleri çocuklarının yaratıcı yönlerini geliştiremeyeceklerini belirterek, özgün benliğini ortaya koyamayan çocukların ise kişiliklerinde öfkenin ve saldırgan tutumların etkili olacağını öne sürmüştür.

1.3.5. Harry Stuck Sullivan'ın Kişilik Kuramı

Bireyi yaşam seyri içerisinde ele alan Sullivan, kişiliğin sosyal çevrede şekillendiğini ve bireyin diğer bireylerle kurmuş olduğu yakınlıklar aracılığıyla kendini ifade edebileceğini öne sürmüştür. Bu doğrultuda, kişiliğin gelişim gösterdiği aşamaları yedi evrede ele almıştır. Bu evreler şu şekilde ifade edilmektedir (aktaran İnanç & Yerlikaya, 2009, s. 147-156):

- **Bebeklik:** 0-2 yaş arasını kapsamına alan bu evre, anneye yüksek düzeyli bağımlılığın olduğu, sosyalliğin daha çok anne ile gerçekleştiği, iyi ve kötünün öğrenilmeye başlandığı evredir.
- **İlk çocukluk:** Anne ve babanın etkin rol oynadığı, oyun ve hayal dünyasının geliştiği, kavramların öğrenilmeye başlandığı, 2-6 yaş arası evredir.
- **İkinci çocukluk:** Oyun arkadaşlarının edinildiği, akranların ilgi odağı olduğu, rekabet ve iş birliğinin belirginleştiği, 6-8,5 yaş arasını kapsayan evredir.
- **Ergenlik öncesi dönem:** Yakın arkadaşın ve samimiyetin önemli olduğu, saygı ve sevginin benimsendiği, 8,5-13 yaş arasını kapsayan dönemdir.
- **Erken ergenlik:** Karşı cinse ilginin başladığı, arkadaş gruplarının ve kendini güvende hissetmenin önemsendiği, 13-15 yaş arası dönemi kapsamaktadır.
- **Geç ergenlik:** Kendini ve iç dünyasını keşfetmeye başladığı 15-18 yaş arası dönemi kapsayan evredir.
- **Yetişkinlik:** Önceki evreleri sağlıklı bir şekilde tamamlayan birinin gerçek sevgi ve dostluklar yaşayabildiği, sorumluluk alabildiği, zorlanmadan kişiler arası ilişkiler kurabildiği ve kişilik gelişiminin tamamlandığı 18 yaş sonrası dönemi ifade etmektedir.

1.3.6. Hans Jurgen Eysenck'in Kişilik Kuramı

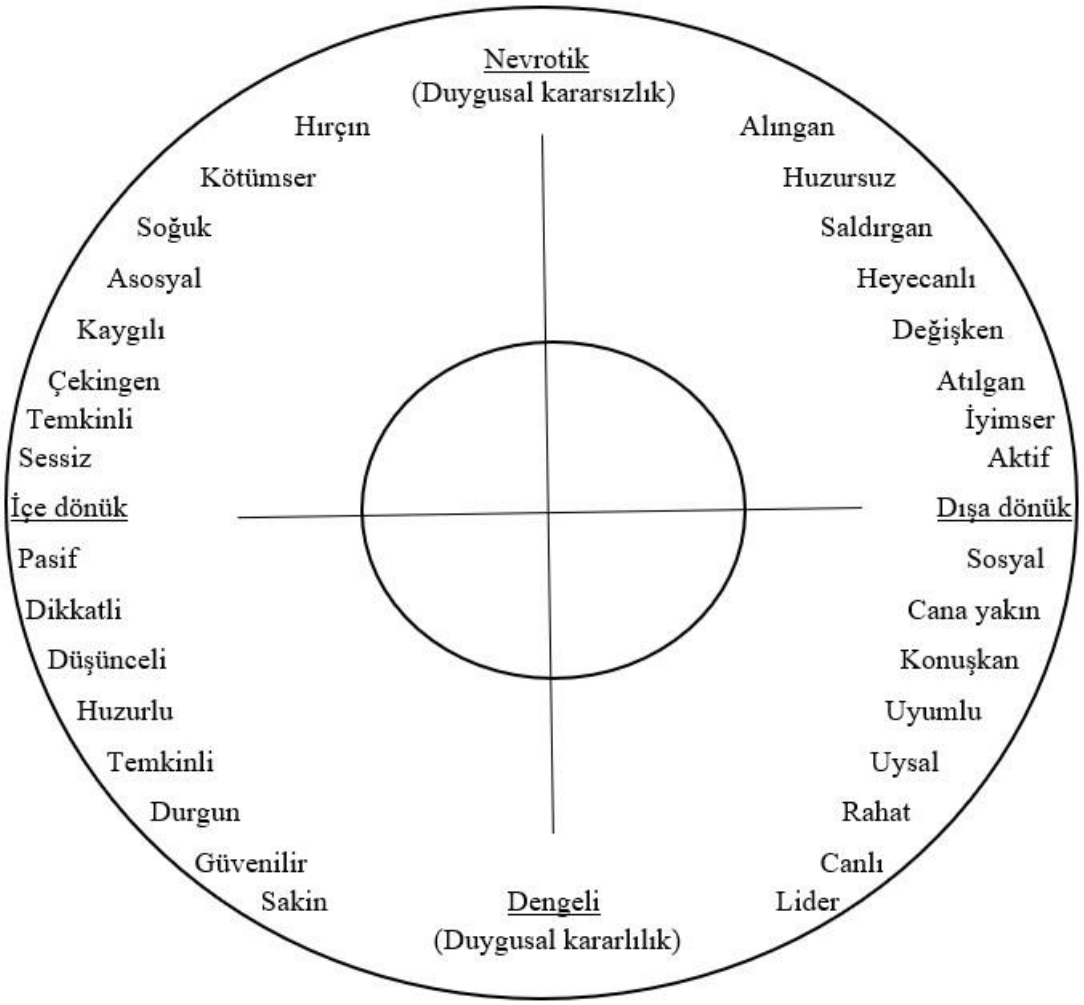
Eysenck, ortaya koymuş olduğu kişilik tipleri ve bunların ölçülebilmesine dönük yapmış olduğu çalışmalarla kişilik konusundaki alan yazınına önemli katkılarda bulunmuştur. Eysenck, kişiliğin gelişim sürecinde ve kişilik üzerinde etkili olan temel faktörlerin biyolojik yapısal özellikler ile ilişkili olduğu görüşünü savunmuştur (Eysenck, 1952). Biyolojik özelliklerin kişiliğin oluşmasında etkili olan ana unsur olduğuna dair görüşünü yalnızca kuramsal düzlemde ortaya koymakla kalmayıp, geliştirmiş olduğu birtakım ölçme araçlarıyla test etmiştir. Dolayısıyla, kişiliğin gelişimine ilişkin fikirlerini

kanıtlamaya çalışmış ve alan yazınında *Eysenck Kişilik Envanteri* olarak bilinen kişilik ölçeğini geliştirmiştir. Bu ölçek üç boyuttan oluşmaktadır (Eysenck vd., 1985):

- **Dışa dönüklük–içe dönüklük:** Dışadönük kişiliğe sahip bireyler samimi, konuşkan ve girişken bireylerdir. Bu kişiler genellikle tek başlarına olmayı tercih etmeyerek başkalarıyla vakit geçirmekten ve eğlenceli boş zaman aktivitelerine katılmaktan zevk alırlar. İçe dönük bireyler ise çok fazla arkadaşı olmayan, çekingen ve sessiz kişilerdir. Bu bireyler, başkalarıyla vakit geçirmek yerine daha çok tek başlarına olmayı tercih etmektedirler.
- **Nevrotizm–duygusal kararlılık:** Nevrotik bireyler, kararsız ve fazlasıyla duygusal bir yapıdadırlar. Heyecan ve öfke kontrolleri zayıftır. Depresyona girme ihtimalleri yüksektir. Duygusal açıdan kararlı olan bireyler ise nevrotikliğin karşıtı olarak duygusal açıdan dengelidir, duygusal kontrol ve otokontrol seviyeleri yüksektir.
- **Psikotizm–normallik:** Psikotizm, insanlara karşı mesafeli, güvensiz, hissiz, saldırgan, soğuk, empatiden uzak, umursamaz davranan ve bu nedenle alışılmışın dışında farklı davranışlar sergileyen bireylere ait kişilik özelliklerini ifade etmektedir. Normallik durumu ise bireylerin zihinsel ve davranışsal özelliklerinin uyumunu ifade etmektedir.

Eysenck'in kişilik modellemesinde bireylerin kişiliği, bu boyutlardan hangisine daha yakın olduğu ile ilişkilidir. Örneğin bir kimsenin kişiliği, birinci boyutta dışa dönüklüğe ikinci boyutta ise nevrotikliğe yakın olabilmektedir. Burada kişilik ile ilgili değerlendirme, boyutlardaki değişkenlere olan yakınlık derecesine göre yapılmaktadır. Sonuç olarak bireylerin kişilik envanterindeki ifadelere vermiş olduğu yanıtların, kişiliği tanımlamak üzere ortaya koyulmuş olan üç boyutun iki ucunda yer alan değişkenlerden hangisine yakın olduğunun belirlenmesiyle bir değerlendirme yapılmakta ve böylece bireyin kişiliğine dair bir sonuca varılabilmektedir.

Şekil 1.2. Eysenck'in kişilik modeli



Kaynak: Eysenck'den (1982) uyarlanmıştır.

Şekil 1.2'den anlaşılacağı üzere, Eysenck (1982) kişiliği birbirinden bağımsız yatay ve dikey boyutlar üzerinden ölçmeye çalışmıştır. Buna göre, *nevrotik ve içedönük bir kimse*, hırçın, kötümser, soğuk, asosyal, kaygılı, çekingen, temkinli, sessiz; *nevrotik ve dışadönük bir kimse*, alıngan, huzursuz, saldırgan, heyecanlı, değişken, atılgan, iyimser, aktif; *duygusal açıdan dengeli ve içedönük bir birey*, pasif, dikkatli, düşünceli, huzurlu, temkinli, durgun, güvenilir, sakin; *duygusal açıdan dengeli ve dışadönük bir birey* ise sosyal, cana yakın, konuşkan, uyumlu, uysal, rahat, canlı ve liderlik vasıflarına sahip kişilik özelliklerini taşıyabilmektedir.

1.3.7. Ernst Kretschmer'in Kişilik Kuramı

Kişilik tiplerine dönük çalışmalar yaparak alan yazınına katkıda bulunan kuramcılardan biri de Ernst Kretschmer'dir. Özellikle bireylerin farklı vücut yapılarına sahip olmalarından yola çıkarak, fiziksel özelliklerin kişilik üzerindeki etkilerine odaklanmıştır. Ayrıca, bireylerin psikolojik ve duygu durumu ile ilgili özelliklerinin kişilik üzerindeki etkilerini de kabul ederek dört kişilik tipi geliştirmiştir (aktaran Quenk, 1993, s. 9). Bunlar (Montemayor, 1978, s. 55):

- **Astenik tip:** İnce ve zayıf bir yapıda olup soğukkanlı, çekingen, içe dönük ve kötümser kişiliği temsil etmektedir.
- **Atletik tip:** Geniş omuzlu, uzun boylu, sporu ve macerayı seven, kaslı ve lider yapıdaki kimseleri temsil etmektedir.
- **Piknik tip:** Orta boylu, yuvarlak karınlı, sıcakkanlı, tevazu sahibi, optimist kişiler bu gruba girmektedir.
- **Displastik tip:** Beden yapıları, mizaç ve kişilikleri diğer üç gruptaki kişilerden farklı olan bireyleri temsil etmektedir.

1.3.8. Meyer Friedman ve Ray Rosenman'ın Kişilik Kuramı

Kardiyoloji alanındaki çalışmaları ile tanınan Friedman ve Rosenman, hastaları üzerindeki gözlemleri sonucu iki tip insan kişiliği olduğu sonucuna varmışlardır. *A ve B tipleri* olarak gruplandırdıkları hastalarının kişilik özellikleri üzerindeki ayırıcı etmeni stres kavramı ile ilişkilendirmişlerdir. Öyle ki önceden beri fazla kilo, hareketsiz yaşam, yüksek tansiyon gibi etkenlerin kalp hastalığı riskini artırdığı bilinmesine rağmen, hareketli kişilerde kalp ve ilişkili hastalıkların daha fazla görülmesinin nedenini stres faktörü ile açıklamışlardır (aktaran Burger, 2016 s. 299-313). Hastaları üzerindeki bu ve benzeri gözlemlerinden hareketle bireylerin farklı davranışlar sergilediklerini ve farklı kişiliğe sahip olduklarını tespit eden araştırmacılar, kişiliği iki gruba ayırmıştır. *A tipi kişilik* aceleci, hareketli, kızgın, zaman baskısı altında yaşayan ve zamanı iyi yönetemeyen, sabırsız kişileri (Taggar Parkinson, 2007, s. 124); *B tipi kişilik* ise rahat ve sakin tavırları olan, eğlenceli, sabırlı, başarıyı önemsemeyen, rekabete girmekten kaçınan, kendi yaşamı için vakit ayırmayı ihmal etmeyen, çevresine duyarlı kişileri ifade etmektedir (Batıgün & Şahin, 2006, s. 33).

1.3.9. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Kuramı

Horowitz ve Alden'in geliştirmiş olduğu kişilik kuramında, kişilik tipleri arasındaki ayırıcı özelliğe ilişkin temel varsayım, insanlar arası davranış ilişkilerine dayanmaktadır. Araştırmacılar, insanların birbirleriyle olan davranış ilişkilerinde ortaya çıkan özelliklere ya da sorunlara göre kişilikleri gruplandırmışlardır. Buna göre belirlemiş oldukları sekiz farklı kişilik tipine yer verilmiştir (Horowitz vd., 1988; Horowitz vd., 2000).

- **Kinci kişilik:** Bu kişilik özelliklerine sahip bireyler, etrafındaki insanlara yardımcı olma hususunda oldukça yetersizdirler. Genel olarak insanlara kuşku ile yaklaşırlar, insanlarla sıcak ilişkiler kuramazlar, paylaşımda bulunamazlar ve anlaşamazlar (Ryan & Shean, 2007, s. 198).
- **Baskın kişilik:** Bu kişilik tipine sahip bireyler, fazlasıyla bağımsız yaşamakta, çevresindeki insanlara karşı öfkeli davranışlar sergileyebilmekte ve hükmedici davranabilmektedir (Horowitz vd., 1993, s. 552).
- **İçedönük kişilik:** Diğer insanlarla sosyalleşmeleri zordur ve daha çok kendi hallerinde yaşamayı tercih ederler. Çekingendirler ve eğlenceli, maceralı aktivitelere katılmak istemezler. Fikirlerini kolayca paylaşmazlar ve kendi doğruları özelinde bir hayat sürdürmekten yana tutum sergilemektedirler (Horowitz vd., 1993, s. 552). Bununla birlikte, bahsi geçen özellikleri bireysel hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştırmakta ve diğer bireyleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilme imkânı vermektedir.
- **Soğuk kişilik:** İnsanlara fazlasıyla mesafeli ve uzak davranabilmektedirler. Uzun süreli ilişki kurma ve sorumluluk alma konularında zorlandıkları (Falkum & Vaglum, 2005, s. 287), bencil ve kaba davranışlar sergiledikleri bilinmektedir (Türkmen, 2013, s. 34).
- **Kullanılmaya yatkın kişilik:** Fazlasıyla sıcak, cana yakın bir yapıda olduklarından, diğer insanlarla hızlıca iletişim kurarlar. Etraflarındaki insanlara hayır diyememekte ve gereken mesafeyi korumakta güçlük yaşamaktadırlar. Her zaman insanları kırma endişesiyle davrandıklarından diğer insanların kendilerinden yararlanmasına uygun bir kişilik özelliği sergilemektedirler (Horowitz vd., 1993, s. 552).

- **Kendine güvensiz kişilik:** Kendine güven düzeyi oldukça düşük olan bireyler, insanlar arası ilişkilerde ve düşüncelerini aktarmada zorlanmaktadırlar. Ayrıca, gündelik basit ilişkilerde dahi stresli halleri ile dikkat çekebilmektedir. Sorumluluk alma ve hakkını arama isteği çok düşük olan bu bireyler, kendi fikirleri yerine başkalarının fikirlerine göre davranmayı alışkanlık haline getirmişlerdir. Bunların yanı sıra, yardımsever olmayı sevmeleri ise olumlu özellikleri olarak görülmektedir (Bartholomew & Horowitz, 1991, s. 240).
- **Fedakâr kişilik:** Diğer insanların talep ve gereksinimlerini kendilerininkinden daha fazla önemsemekte ve gerektiğinden çok daha fazla yardımsever bir tutum sergilemektedirler. Empati yetenekleri aşırı derecede gelişmiştir. Fazlasıyla duygusal ve özverili davranırlar. Güvenilir bir kişiliğe sahip olmalarının yanı sıra kendilerine verilen görevi yerine getirebilmek için fazlasıyla çalışmaktadırlar (Acton & Revelle, 2002, s. 446).
- **Dışadönük kişilik:** Oldukça girişken, enerjik, optimist ve konuşkan yapıları ile bilinmektedir. Heyecanlı ve sabırsız olmaları, dinlemektense konuşmayı ve bulundukları ortamda göz önünde olmayı tercih etmeleri dikkat çeken diğer özellikleridir. Çevrelerindeki insanların dikkatlerini kolayca kendilerine çekebilirler ve etraflarında gelişen her türden olaya hâkim olmak isterler. Sorunlara olumlu bir bakış açısıyla yaklaşarak çözüm odaklı davranırlar. Kendilerine güven düzeyleri yüksektir ve tükenmişlik yaşama ihtimalleri diğer kişilik tiplerine sahip bireylere göre daha zayıftır (Zhang, 2001, s. 884).

1.4. Konuyla İlgili Alan Yazını Değerlendirmesi

Bu bölümde uluslararası ve ulusal turizm alan yazınında kişilik tipleri ile ilgili gerçekleştirilmiş çalışma örneklerine yer verilmiştir. İlgili çalışmalar, konu esaslı bir ayrıma göre sıralanmış, uluslararası ve ulusal alan yazını bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak, ziyaretçileri konu edinen daha sonra ise turizmin diğer paydaşlarını ve yerel halkı kapsamına alan kişilik tipleri ile ilgili öne çıkan çalışmalar, amaç-sonuç ilişkisi dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

1.4.1. Ziyaretçileri Konu Edinen Çalışmalar

Frew ve Shaw'ın (1999) araştırmasında bireylerin kişilik tiplerine göre turistik bir çekim merkezini ziyaret etmelerine ve ziyaret etme olasılıklarına dair birtakım bulgular ortaya

koyulmuştur. Çalışma, Holland'ın (1985) kişilik tipleri kuramı (gerçekçi, araştırmacı, sanatsal, sosyal, girişimci, geleneksel) ile ziyaretçilerin turizm davranışı ilişkisini ölçmek üzere 500 yetişkin birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Avustralya'da yürütülen araştırmada katılımcılara farklı çekim merkezlerini ziyaret edip etmeme, ziyaret sıklığı ve ziyaret etme niyeti ile ilgili soruların yanı sıra bireylerin turistik satın alma davranışına dair sorular da yöneltilmiştir. Araştırma sonucunda, Avustralya'nın bazı çekim merkezlerinde gerçekleştirilen etkinliklerin ziyaret edilmesi ile ilgili kişilik tipleri, cinsiyet ve turizm davranışı açısından birtakım farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Örnek olarak, sanatsal kişiliğe sahip katılımcılar için ulusal sanat galerisi ya da uluslararası sanat festivali yüksek puan alırken, futbol ile ilgili bir etkinlik düşük puan almıştır. İkinci olarak, erkeklerin daha yüksek ortalamaya sahip olduğu bazı etkinlikler, Avustralya Formula 1 Grand Prix'si ve Avustralya Motosiklet Grand Prix'si şeklinde sıralanmıştır. Frew ve Shaw'ın (1999) çalışmasında ortaya koyan temel bulgular incelendiğinde, beklenildiği gibi sanatçı kişiliğe sahip insanların kültür-sanat odaklı galeri ve festival türü boş zaman aktivitelerine katıldığı ve erkeklerin de daha fazla spor ve macera içerikli etkinliklere katılmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Tapanainen ve diğerlerinin (2021) çalışmasında ziyaretçilerin elektronik ağızdan ağıza iletişim, kişilik tipleri ve turizm destinasyonu seçme niyeti arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma, Vietnam'da 617 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre elektronik ağızdan ağıza iletişim ile turizm destinasyonu seçme niyeti arasındaki ilişkinin farklı kişilik tiplerine göre değiştiği belirlenmiştir. Buna bağlı olarak, dışa dönük kişilik tipinin, sosyal medya kaynaklarını etkin kullanarak turizme dair bilgi edindiği ve edinmiş olduğu bilgileri destinasyon seçiminde kullandığı anlaşılmıştır. Uyumlu kişilik tipi, elektronik ağızdan ağıza iletişime imkân veren sosyal medya kaynaklarının destinasyon seçiminde faydalı olduğu, deneyime açık kişilik tipleri ise bilgi edinimini kolaylaştırdığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Diğer taraftan nevrotik ve sorumlu kişilik tipleri, çevrim içi elektronik ağızdan ağıza iletişim imkânı sunan bilgi kanallarının, turizm destinasyonu seçimine dair bilgi edinmede herhangi bir etkisinin olmadığını savunmuşlardır. Araştırmanın diğer bulgularında ise turizm işletmelerinin sosyal medya hesaplarındaki bilgilerin güvenilir, güncel ve kaliteli olmasının önemi ortaya koyulmuştur. Turizm işletmelerinin doğru bilgiyi doğru zamanda paylaşarak bilgi edinmek isteyen potansiyel müşterilerine yardımcı olduğu ve aynı zamanda elektronik

ağızdan ağıza iletişim kanallarını etkin kullanarak önemli bir tanıtım-pazarlama faaliyeti yürüttüğü de belirtilmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, elektronik ağızdan ağıza iletişime imkân veren sosyal medya ve benzeri iletişim kanallarının tüketicilerin kararlarında etkili olduğu ve farklı kişilik tiplerinin bu kanallardan etkilenme düzeylerinin de farklı olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla, tüketici kararlarını etkileyen sosyal medya gibi internet tabanlı platformların destinasyon yönetim örgütleri ve turizm işletmeleri tarafından etkin bir şekilde kullanılarak, farklı turist profillerine göre farklı içerikler üretmeleri bir gereklilik halini almıştır.

Bayarsaikhan ve diğerlerinin (2020) çalışmasında uluslararası turizm pazarından almış olduğu pay ve turist sayısı her geçen gün artan Moğolistan konu edinilmiştir. Çalışmada Moğolistan'ı ziyaret eden turistlerin *Plog'un (1974) kişilik tiplerine* göre hangi turist tipleri içerisinde yer aldığına ve daha fazla turist çekilmesi açısından yapılabilecekler ile ilgili çeşitli değerlendirmelere yer verilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Moğolistan'ı ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğunu *allosentrikler* (dışa dönük) oluşturmaktadır. Bu sonuç, allosentriklerin yeni destinasyonları ziyaret ettiği şeklindeki ön kabul ile uyumludur. Zira Moğolistan, egzotik olarak algılanan destinasyonlar arasındaki yerini korumaktadır. Moğolistan'ı ziyaret eden turistler arasında allosentriklerin sayıca fazla olması, bu turist tiplerine dönük pazarlama uygulamalarının çeşitlendirilmesini engellemeyecektir. Bununla birlikte, *orta merkezli* ve *psikosentrik* (içe dönük) turist tiplerinin de ilgi ve dikkatini toplayacak özel reklam ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla yoğunlaşılmasının gerekliliği ortaya çıkarılmıştır. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, Plog'un (1974) turist tiplemesinde yer alan ve macerayı, keşfetmeyi seven allosentrik turistlerin yeni ve egzotik bir destinasyon olan Moğolistan'ı ziyaret sıralamasında ilk sırada yer alması, olması gereken bir durum şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca, bu tür destinasyonların orta merkezli ve psikosentrik turistler için de ilgi çekici olabilmesi açısından bu turist gruplarının beklenti ve ilgi alanlarının tespit edilerek pazarlama stratejilerinde iyileştirmeler yapılması gerektiği ifade edilmiştir.

Terzic ve diğerlerinin (2022) çalışması, COVID-19 sonrası seyahat davranışlarının farklı kişilik tiplerine göre nasıl değiştiği ile ilgilidir. Bu doğrultuda, araştırmada dört tür kişilik tipi (riske duyarlı, riske duyarsız, riske toleranslı ve riske dirençli) belirlenmiş olup, araştırma çeşitli Avrupa ülkelerinde farklı sosyoekonomik duruma ve seyahat kültürüne

sahip büyük bir örneklem grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre Avrupalı ziyaretçilerin risk algıları diğer değişkenlere (sosyoekonomik durum ve seyahat kültürü) göre büyük farklar olmaksızın genellikle kriz toleranslı olarak belirlenmiş olup, seyahate çıkma konusunda pozitif bir tutum sergiledikleri anlaşılmıştır. Seyahat tercihlerinin ise kişinin sağlık durumu ve sosyoekonomik unsurların yanı sıra turist kabul eden ülkenin sağlık hizmetlerini uygulaması ve güvenilir destinasyon imajına bağlı olarak değiştiği anlaşılmıştır. Ayrıca, COVID-19'un algılanan risklerinin seyahat motivasyonunu olumsuz etkilemesine rağmen, seyahat ihtiyaçlarının pandemi sonrası dönemde özellikle 2022 yılı ile birlikte önemli ölçüde arttığı ve seyahat tercihlerinin değiştiği belirlenmiştir. Bireylerin COVID-19'a bağlı olarak yaklaşık iki yıl boyunca yaşamış olduğu stres; iyileşme, hareket etme, seyahat etme ve doğa ile bütünleşme ihtiyaçlarını artırmıştır. Dolayısıyla, hangi risk duyarlılığına sahip olursa olsun tüketicilerin seyahat davranışı daha çok rahatlama, fiziksel ve zihinsel iyileşme amaçlarına dönük olarak gerçekleşmektedir. Çalışmada bahsi geçen amaçlara dönük yapılan seyahatler kaçış ve keşif güdüleri ile açıklanmıştır. Araştırma bulgularına göre Avrupalı turistlerin COVID-19 salgını ile birlikte evde uzun süre vakit geçirme, stres, doğadan ve sosyal ortamlardan uzak kalma, açık hava özlemi gibi gerekçelerle seyahat etmeyi özlediği ve buna bağlı olarak, birtakım seyahat alışkanlıklarının da değiştiği anlaşılmıştır. Bunlar, sağlık ve hijyen koşullarının sağlanması konusunda daha fazla hassasiyet gösterilmesi, doğa ile bütünleşik turizm türlerine ve hem fiziksel hem de zihinsel sağlığa iyi gelecek açık hava aktivitelerine rağbetin artması şeklinde sıralanmaktadır.

Jattamart ve diğerlerinin (2023) çalışması, COVID-19 salgını sonrası dönemde e-ticaret platformunu kullanan turistlerin kişilik tiplerine göre otel rezervasyonları konusundaki tercihlerini karşılaştırmaktadır. Çalışmada, otel rezervasyon sistemini kullanan 401 katılımcıdan veri toplanmıştır. Çalışmanın konusu, rezervasyonlarını tamamlamadan internet sitesinden ayrılan potansiyel otel müşterilerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevrotiklik, deneyime açıklık kişilik tiplerine göre değerlendirilmesidir. Buna göre dışa dönük ve deneyime açık kişilik özelliklerine sahip katılımcıların e-ticaret platformu üzerinden konaklama rezervasyonu yapmaya yatkın olduğu, uyumlu kişilik özelliğine sahip katılımcıların e-ticaret tabanlı rezervasyon imkânı sunan internet sitelerine olumlu yaklaştığı ancak sorumlu ve nevrotik kişilik özelliğine sahip

katılımcılara benzer şekilde bazı endişeler taşıdıkları anlaşılmıştır. Özellikle dışadönük ve deneyime açık kişiliğe sahip katılımcıların e-ticaret tabanlı internet siteleri üzerinden konaklayacağı oteli bulma ve rezervasyon yapma konusunda istekli olmasının nedenleri arasında; diğer tüketiciler ve otel temsilcileri ile kolay iletişim kurabilme, konaklama işletmesi ve hizmetlerine dönük tüketici geri bildirimlerine hızla ulaşabilme, işletmenin ya da ilgili e-rezervasyon hizmeti sunan aracı kuruluşun çeşitli dönemlerde uyguladığı promosyon-indirim-kampanya gibi çeşitli avantajlardan yararlanabilme gibi imkân ve fırsatlar yer almaktadır. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, dışa dönük ve deneyime açık tüketicilerin e-ticaret tabanlı platformları kullanma konusunda daha fazla istekli olduğu ancak uyumlu, sorumlu ve nevrotik bireylerin bu tür platformlara daha temkinli yaklaştığı anlaşılmıştır. Bu doğrultuda, bahsi geçen bireylerin endişelerinin giderilerek reklam ve tanıtım yoluyla e-ticaret tabanlı platformların sağladığı kolaylık ve faydalarının onlara daha iyi anlatılması gerektiği ifade edilmektedir.

Sreen ve diğerlerinin (2023) çalışması, COVID-19 döneminde seyahat karar alma süreci ve kişilik özellikleri ilişkisine odaklanmaktadır. 790 Japon gezginin görüşü alınan çalışmada seyahat etmeye dönük niyet ve satın alma karar alma sürecini etkileyen psikolojik faktörler, kişilik tipleri üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın bulgularında ilk olarak, çevre dostu ekolojik seyahatin ve seyahat boyunca ortaya çıkan yiyecek-içecek israfının önüne geçilmesine dair birtakım davranış ve uygulamaların destek gördüğü belirtilmiştir. İkinci olarak ise COVID-19 dönemi boyunca seyahat davranışına kişilik özelliklerinin etkisi araştırılmıştır. Bulgulara göre pandemi dönemi süresince seyahat karar alma sürecinde dışadönüklerin içselleştirilmiş bir motivasyon ile hareket ederek sosyal ilişki arayışında oldukları ve seyahat etmeye dönük davranışlar sergiledikleri tespit edilmiştir. İçe dönük bireylerin ise COVID-19 döneminde seyahat etme konusunda çok fazla istekli olmadığı belirlenmiş olmasına rağmen, aile ya da arkadaş grubu ile turizm faaliyetlerine katılma konusunda teşvik edilebilecekleri önerilmiştir.

Ziyaretçilerin kişilik özelliklerine odaklanan çalışmalarda ortaya koyulan bulgular incelendiğinde; dışa dönük ve deneyime açık bireylerin, seyahat edeceği destinasyona karar verme sürecinden konaklama rezervasyonlarının yapılmasına kadar seyahati ile ilgili tüm süreçlerde sosyal medya kanallarını ve e-ticaret platformlarını aktif olarak kullandıkları belirlenmiştir. Uyumlu kişilik tiplerinin de seyahat planlarında sosyal

medyanın ve e-ticaret platformlarının kullanımına olumlu yaklaştıkları ancak, çeşitli endişeler taşıdıkları belirlenmiştir. Sorumlu ve nevrotik kişilik özelliklerine sahip bireylerin ise destinasyon seçimi ve konaklama rezervasyonu gibi hususlarda web tabanlı uygulamaların kullanımı konusunda bazı ön yargılara sahip oldukları tespit edilmiştir.

1.4.2. Tüketicileri Konu Edinen Çalışmalar

Kılıç ve Girgin'in (2021) çalışmasında tüketicilerin kişilik tiplerine göre sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algıları ilişkisi incelenmiştir. Analiz sonucuna göre dışa dönük kişilik tipine sahip bireylerin sokak lezzeti tercihinde sosyalleşme boyutunun önemli bir faktör olduğu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada ayrıca, sokak lezzeti tercihinde uyumlu kişilik tipine sahip bireyler için kolaylık; öz disiplin kişilik tipine sahip bireyler için kalite, sosyalleşme ve konum; nevrotik kişilik tipine sahip bireyler için ise kolaylık ve haz boyutları önemli ve belirleyici faktörler olarak tespit edilmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, dışarıda yemek yeme alışkanlığı olan bireylerin sokak lezzeti tercihlerine ilişkin farklılıklar olduğu göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda, dışa dönük kişiliğe sahip bireylerin sokak lezzetlerini deneyimleme konusunda, sosyalleşme olanağı da sunması nedeniyle uyumlu, öz disiplin sahibi ve nevrotik bireylere göre daha fazla istekli olduğu, tespit edilmiştir.

Ayaz ve Müsellim'in (2021) çalışması, bir tüketici olarak yerli turistlerin kişilik tipleri ile turistik hizmetlere yönelik fiyat algıları arasındaki ilişkiyi açıklamayı amaçlamıştır. Bu kapsamda, yerli turistlerin fedakâr, dışa dönük, baskın ve kullanılmaya yatkın olmak üzere dört kişilik tipi etrafında toplandığı tespit edilmiştir. Yerli turistlerin kişilik tiplerinden fedakâr, dışa dönük ve kullanılmaya yatkın kişilik tiplerinin turistik hizmetlere yönelik fiyat algıları üzerinde herhangi bir belirleyici etkiye sahip olmadığı, ancak baskın kişilik tipine sahip bireylerin ilgili hizmetlere dönük fiyat algılarının sahip oldukları kişilik tipine bağlı olarak değişiklik gösterdiği saptanmıştır. Baskın kişilik tipine sahip bireyler, istediklerini elde etmek için insanları etkilemeye çalışmaları ve onları kontrol ederek arzu ettikleri sonuca ya da bu sonuca en yakın olana ulaşmayı istedikleri bilinmektedir. Bu doğrultuda, araştırma sonucunda ortaya çıkan bulguların da baskın kişilik tipine sahip bireylerin hizmet fiyatları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmak istemeleri ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan araştırmada turistik tesislerin yerli turistlerin kişilik özelliklerini anlamaya dönük personel eğitimi ve

misafir ilişkileri başta olmak üzere pek çok farklı faaliyet alanı ile ilgili uygulamalarını geliştirmelerine katkıda bulunulduğu belirtilmiş olmasına rağmen, araştırmanın kapsamı ve odağı bakımından çok yönlü bir bakış sunmadığı ve "değişkenler arası kurulan ilişkilerin sadece kişilik tiplerine göre fiyat algısında bir farklılık var mı?" sorusuna yanıt bulmaya çalıştığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla, araştırma sonucunda ortaya koyulan "baskın kişilik tipine sahip bireylerin turistik hizmet fiyatları üzerinde belirleyici etkiye sahip olması, hangi değişkenler ile açıklanabilmektedir? ya da bu belirleyici etkinin hangi şartlar altında gerçekleşmesi mümkündür?" gibi sorular yanıtsız kalmıştır.

Kocabulut ve Albayrak'ın (2019) araştırmasında otel müşterilerinin farklı ruh hallerine ve kişilik özelliklerine sahip olmalarının algılanan hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini etkileyip etkilemediği sorgulanmış ve araştırma sonucunda farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin hizmet kalitesi ve memnuniyet algılarının da farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna bağlı olarak, pozitif ruh haline sahip olma durumu gerçekleştikçe ya da diğer bir deyişle insanların genel ruhsal durumları iyileştikçe, hizmet kalitesi algıları ve müşteri memnuniyetlerinde de iyileşmeler gözlenmiştir. Çalışmada ayrıca, önemli sayılabilecek diğer bir bulgu olarak müşterilerin hizmet kalitesi algılarının ve memnuniyetlerinin otel yöneticilerinin kontrolü dışındaki değişkenlerden de etkilendiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, sunulan hizmetlerin müşteriler tarafından kabul edilme ve müşterilerin otelden memnun ayrılma durumu ile ilgili başarı değerlendirmesinde otel yöneticilerinin müşterilerin kişiliklerini ve ruh hallerini dikkate almaları gerekmektedir. Müşterilerin ruh hallerini doğrudan kontrol edemeseler de bazı özel hediyeler ve şaşırtıcı deneyimler sunarak olumsuz ruh halinden kurtulması sağlanabilecektir. Müşteri hangi kişilik özelliğine sahip olursa olsun bu beklenmedik deneyimler, müşterinin ruh haline olumlu etki edecektir. Dolayısıyla, müşterilerin hizmet kalitesi algıları ve memnuniyetleri de artmış olacaktır. Sonuç olarak, otel yöneticileri müşterilerin hizmet kalitesi ve memnuniyet algılarını arttırma konusunda istedikleri sonucu elde edebilmek için personel alımında iyi insan ilişkileri kurabilecek adaylara öncelik verebilecekleri ve mevcut personele yönelik olarak müşteri ilişkilerini geliştirmeyi amaçlayan eğitimler düzenleyebilecekleri ifade edilmektedir. Zira, hizmet kalitesinin iyileştirilmesinin yanı sıra insan odaklı iletişimlerin de müşterilerin kötü ruh halinden kurtulmalarına yardımcı olabileceği belirtilmektedir.

Berry ve diğerlerinin (2018) çalışması, kişilik tiplerinin tüketici şikâyet kanalları üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Araştırmaya katılan bireyler, farklı senaryolarda dört hizmet başarısızlığı içeren bir anketi tamamlamışlardır. Araştırmada tüketici şikâyet davranışları, gecikmeli yanıtlar, pasif şikâyet davranışı ve sosyallik (aktif şikâyet davranışı) olarak üçe ayrılmıştır. Gecikmeli yanıtlar daha çok içe dönük ya da dışsal gerginliğe sahip müşteriler için geçerli olmakta ve bu tür müşteri şikayetleri, çoğunlukla elektronik kanallardan ulaşmaktadır. Araştırmada bulgulardan hareketle ortaya koyulan sonuçlara göre otel yönetimi, potansiyel müşterilerin hızla etkilenmesine neden olacak bu tür şikayetlerin çözümünde tek tip bir yaklaşım kullanmamalı ve hem durumun hem de müşteri özelliklerinin farkına varmalıdır. Mevcut durumda, yönetim ve çalışanlar, işletmeye gelen konukların kişilik tiplerini belirleyememektedirler. Yalnızca şikâyette bulunabilecek kişileri önceden tahmin ederek önlem alabilir ya da müşterinin rahatsızlığını hızla fark edip çözüm üretmek için çaba gösterebilirler. Dolayısıyla müşteri şikayetlerinin yönetilmesi süreci, henüz şikâyet ortaya çıkmadan alınacak önlemler ile başlamalıdır. Müşterinin kişilik özelliklerinin tespit edilmesi, özellikle pasif şikâyet davranışı sergileyen müşteriler için müşteri profilini tanıyarak herhangi bir şikâyet iletmese dahi müşterinin huzursuzluğunu anlayabilmek ve sorunun çözülerek işletmeden memnun ayrılmasını sağlayabilmek açısından oldukça önemli görülmektedir. Zira çözülmeyen bir hizmet hatası, işletme ile ilgili imajın zedelenmesine ve olumsuz çevrimiçi şikayetlere sebebiyet verebilecektir. Bununla birlikte, sosyal yönleri baskın olan müşterilerin daha kolay tanındığı, dışa dönük oldukları için şikayetlerini aktif bir şekilde dile getirmekten çekinmedikleri ve çevrelerindeki insanları hızlı bir şekilde olumsuz etkileyebilme potansiyeline sahip oldukları, bu nedenle de şikayetlerinin hızla çözülmesi gerektiği belirtilmiştir.

Tüketicilerin kişilik tipleri algılarını konu edinen çalışmalarda dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin sokaktan yemek yeme konusunda diğer kişilik özelliklerine sahip bireylere göre daha istekli olduğu ve turistik hizmetlerde herhangi bir olumsuz durum ile karşılaştıklarında şikayetlerini dile getirmekten çekinmedikleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda bir tüketici olarak yaşadıkları olumlu ya da olumsuz durumları başka insanlara çok daha hızlı aktardıkları belirlenmiştir. Bunun dışında, baskın kişilik özelliğine sahip bireylerin dışa dönük, fedakâr ve kullanılmaya yatkın kişilik özelliklerine

sahip bireylere göre hizmet fiyatlarını daha fazla kontrol etmek istemeleri dikkat çekici bulunmuştur.

1.4.3. Turizm Sektörü Çalışanlarını Konu Edinen Çalışmalar

Naude ve diğerlerinin (2016) çalışması, kumarhane çalışanlarının kişilik tiplerinin boş zaman aktivitelerine katılım ve genel mutluluk düzeyleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, kumarhane çalışanları pozitif ve negatif olarak tanımlanan kişilik tipleri üzerinden değerlendirilmiştir. Pozitif kişilik tipine sahip bireylerin boş zaman aktivitelerine katılmaktan hoşlandıkları ve aktivite sonrası genel mutluluk düzeylerinin yükseldiği tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak, pozitif kişilik tiplerinin boş zamanı değerlendirme ve boş zaman aktivitelerine katılımı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bu tip kişiliğe sahip bireylerin boş zaman aktivitelerine katılım için zaman ayırma eğiliminde oldukları anlaşılmıştır. Negatif kişiliğe sahip bireylerin ise boş zaman aktivitelerine katılım için zaman ayırıyor gibi görünseler de bu bireylerin boş zaman aktivitelerine katılımı her zaman gerçekleşmemektedir. Bu durum, negatif kişiliğe sahip bireylerin boş zaman aktivitelerini daha edilgen durumda oldukları faaliyetler ile geçirme eğiliminde olmalarından ileri gelmektedir. Ancak çalışma bulgularına göre hangi tür kişiliğe sahip olurlarsa olsunlar, boş zamanın varlığının ve boş zaman aktivitelerine katılımın çalışanların mutluluğu ile pozitif yönlü bir ilişkide olduğu ortaya çıkarılmıştır. Netice itibarıyla, kumarhane çalışanlarının mevcut çalışma koşullarında olduğu gibi çalışma sürelerinin artarak boş zamanlarının azaltılması yerine boş zaman faaliyetlerine katılımlarının teşvik edilmesi için iş dışı zamanın arttırılması gerekmektedir. Zira, çalışanların daha mutlu olmalarının, hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin artmasına neden olacağı ifade edilmiştir.

Utar ve Yazıcı Yılmaz'ın (2022) çalışmasında otel işletmeleri için potansiyel işgören kaynağını oluşturan Z kuşağı turizm öğrencilerinin beş faktör kişilik tiplerinin belirlenerek oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile arasındaki ilişki ortaya koyulmuş ve bu ilişkinin insan kaynakları yönetimlerinin işgörene dönük yenilikçi bir strateji olarak ortaya koyduğu oyunlaştırma uygulamaları üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, turizm öğrencilerinin çoğunlukla sorumluluk alabilen kişilik tipine sahip bireylerden oluştuğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda turizm öğrencilerinin güvenilir, öz disiplin sahibi, düzenli, hırslı, titiz, sade, dakik davranışlar sergileyen kişilik özellikleri

ile ön plana çıktığı görülmektedir. Sorumluluk sahibi kişilik tipi ile düzen bozucu oyunlaştırma kullanıcı tipi birbirinden tamamen farklı özellikler göstermektedir. Dolayısıyla araştırma bulgularına göre Z kuşağı turizm öğrencileri sistemin hatasını bulana kadar kendi kimliklerine uygun bir kişilik yapısı ortaya koyarken, sistemin hatasını bulduktan sonra düzen bozucu özellikleri gösterebileceği anlaşılmaktadır. Beş faktör kişilik tiplerinden ikinci baskın olan sonuç ise dışa dönük kişilik tipidir. Bu kişilik tipine sahip bireylerin konuşkan, aktif, sosyal, optimist, kişi odaklı, sevecen tavırlar sergilediği bilinmektedir. Fakat oyunlaştırma kullanıcı tiplerinde sosyallik en düşük yüzdeye sahip olarak belirlenmiş olup çıkan sonuç, oyunlaştırma kuramı ile bütünleştirildiğinde, Z kuşağının örgüt içerisinde durum ve şartlara göre hem sosyal hem de asosyal davranışlar sergileyebildikleri tespit edilmiştir.

Aktif ya da potansiyel turizm sektörü çalışanlarının kişilik tiplerinin incelendiği araştırmalarda; kumarhane çalışanlarının pozitif ya da negatif ruh haline sahip olmalarına göre boş zamanlarını değerlendirmeleri arasında farklılıklar olduğu anlaşılmış olup aynı zamanda, Z kuşağında yer alan potansiyel turizm çalışanlarının da içerisinde bulundukları şartlara göre farklı kişilik özelliklerinin davranışlarını sergiledikleri ortaya çıkarılmıştır.

1.4.4. Yerel Halkı Konu Edinen Çalışmalar

Ayaz ve Parlak'ın (2019) çalışmasında Ardahan ilinde ikamet eden yerel halkın kişilik tiplerine göre turizm algısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre dışa dönük, kullanılmaya yatkın, baskın, soğuk ve kendine güvensiz olarak beş alt boyut tespit edilmiştir. Yerel halkın turizm algısında turizmin olumlu, olumsuz çevresel ve olumsuz toplumsal olmak üzere üç boyutu ortaya koyulmuştur. Yerel halkın turizm algısı ile kişilik tipleri arasındaki ilişki incelendiğinde; kullanılmaya yatkın ve dışa dönük kişilik tipleri turizmi olumlu algılarken, baskın kişiliğe sahip bireyler, turizmin toplumsal yapıyı olumsuz etkileyeceğini ve soğuk kişiliğe sahip bireyler ise turizmin çevresel ve toplumsal olumsuzluklara neden olabileceğini belirtmişlerdir. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, Ardahan ili yerel halkının kişilik tiplerine göre turizm algısının değiştiği ve turizmi olumlu algılayanlar olduğu kadar olumsuz algılayanların da olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, turizmin birtakım çevresel ve toplumsal olumsuzluklara neden olabileceğini düşünen baskın ve soğuk kişiliğe sahip bireylerin turizm sektöründe ya da bağlantılı sektörlerde çalışıp çalışmadıkları ve turistler ile iletişim kurma düzeyi

gibi konuların da açıklanarak olumsuzluk algıları üzerindeki etkilerinin tartışılması gerekmektedir.

Moghavvemi ve diğerlerinin (2021) çalışması, kişiliğin memnuniyet ve turizm gelişimine destek arasındaki ilişki üzerindeki rolünü incelemektedir. Çalışmada farklı kişilik özelliğine sahip yöre sakinleri; açıklık, vicdanlılık, dışa dönüklük, uyumluluk ve nevrotiklik olarak sıralanmaktadır. Araştırma sonucuna göre, uyumlu ve dışa dönük kişiliğe sahip sakinler, yaşadıkları yer ile kolayca bütünleşebilir ve turizmin gelişimine kuvvetli destek sağlayabilirler. Açık (deneyime açık) ve vicdanlı (sorumlu) kişiliğe sahip sakinlerin ise turizm gelişimine katkısı, hükümet ve yerel idarecilerin turizm sektörünü sahiplenmesi ile doğrudan ilgilidir. Zira, hükümet turizm sektörünü sahiplenerek gelişmesine yönelik öncü bir rol üstlendikçe bu kişilik tiplerinin özelliklerini gösteren bireyler de sektörü sahiplenebilecektir. Nevrotik kişiliğe sahip bireyler, içinde yaşadıkları toplumdan daha bağımsız yaşarlar ve sağlıklı bir toplumsal yapıda yönlendirilmeye daha fazla ihtiyaç duyarlar. Dolayısıyla, bireyler hangi kişilik tipine sahip olursa olsun turizm gelişimine tam anlamıyla destek olması hükümet ve diğer paydaşlarla birlikte planlama ve karar alma süreçlerine aktif katılım ile mümkün olmaktadır. Yerel halkın yaşadıkları yer ile ilgili sorunların tanımlanması, çözüm önerilerinin değerlendirilmesi, karar alma ve eylem planlarının uygulanması süreçlerinde aktif rol alması toplumsal aidiyetini güçlendirecektir. Bu sahiplenme duygusu ile birlikte yerel halkın memnuniyet düzeyinin ve turizm gelişimine desteğinin artmış olacağı belirtilmektedir.

Özsezgin ve Bekar'ın (2022) çalışmasında turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi incelenmiştir. Yerel halkın kişilik tiplerini belirlemede öz denetimli, uyumlu, dışa dönük, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık faktörlerinden oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu doğrultuda, dışa dönük bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışının çevresel duyarlılık, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik alt boyutları üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif yönlü iken, ihtiyaç dışı satın alma davranışı alt boyutu üzerindeki etkisi anlamlı ve pozitif yönlüdür. Uyumlu kişilik özelliğine sahip bireylerin tasarruf ve ihtiyaç dışı satın alma boyutları üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif; duygusal dengeli bireylerin tasarruf boyutu üzerinde anlamlı ve ters yönlü ihtiyaç dışı satın alma boyutu üzerinde ise anlamlı ve pozitif yönlü olarak etkili olduğu anlaşılmıştır. Deneyime açık kişilerin yeniden kullanılabilirlik boyutu üzerindeki

etkisi anlamlı ve negatif yönlü iken, ihtiyaç dışı satın alma boyutu üzerindeki etkisi anlamlı ve pozitif yönlü olarak belirmiştir. Öz denetimli bireylerin ise sürdürülebilir tüketim davranışının tasarruf, çevresel duyarlılık ve yeniden kullanılabilirlik boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bulguları incelendiğinde, yerel halkın kişilik tiplerine göre sürdürülebilir tüketim davranışlarının farklılık gösterdiği saptanmıştır. Buna göre dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin çevresel duyarlılık, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik; uyumlu kişilik özelliğine sahip bireylerin tasarruf ve ihtiyaç dışı satın alma; nörotik bireylerin tasarruf; deneyime açık kişilerin yeniden kullanılabilirlik alt boyutları üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif yönlü olarak belirmiştir. Dolayısıyla, çalışmada ortaya koyulan bulgulardan hareketle, turistik bölgelerde yaşayan yerel halkın sürdürülebilir tüketim davranışları konusunda daha fazla bilinçlendirilmesi ve bu konudaki farkındalığın arttırılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Yerel halkın kişilik tiplerini konu edinen araştırmalarda; dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin, yaşadıkları yere hızla uyum sağladıkları, turizm gelişimini olumlu algıladıkları, turizm gelişimine destek oldukları ve sürdürülebilir tüketim davranışlarından ihtiyaç dışı satın alma konusunda bilinçli oldukları, uyumlu kişilik özelliğine sahip bireylerin, yaşadıkları yere hızla uyum sağladıkları ve turizm gelişimine destek oldukları ortaya çıkarılmıştır. Deneyime açık ve sorumlu kişilik özelliğine sahip bireylerin, turizm gelişimine destek olmaları, hükümet ve yerel idarecilerin turizm sektörünü sahiplenmeleri ile ilgilidir. Deneyime açık ve nevrotik bireylerin, sürdürülebilir tüketim davranışlarından ihtiyaç dışı satın alma konusunda bilinçli oldukları ve ayrıca nevrotiklerin, toplumdan daha bağımsız bir yaşam sürdürdükleri için turizm gelişimini destekleme konusunda yönlendirilmeye daha fazla ihtiyaç duydukları belirtilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle turizmin ekonomik ve çevresel etkileri ana hatlarıyla ortaya koyulmuş, daha sonra ise turizmin sosyokültürel etkileri ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Sosyokültürel etkilere dair sınırları kesin olarak belirlenmiş bir ayrım mevcut olmamakla birlikte, sınıflandırma kolaylığı oluşturması açısından sosyal ve kültürel etkiler ayrı ayrı incelemeye tabi tutulmuştur. Bu bölümde ayrıca, yerel halkın turizme yönelik algılarını etkileyen faktörlere ve bu konu ile ilgili çeşitli kuramlara yer verilmiştir. Bu bölümde son olarak, uluslararası ve ulusal alan yazınında turizmin sosyokültürel etkilerini inceleyen çalışmalar ele alınmıştır.

2.1. Turizmin Etkileri

Turizm faaliyetleri doğası gereği ev sahibi toplum ve turist ilişkisine dayandığı için ev sahibi toplum üzerinde değiştirici, dönüştürücü, hatta bazen yıkıcı etkilere neden olabilmektedir. Bu etkiler alan yazınında yaygın olarak ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel (veya sosyokültürel) etkiler olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Çalışmanın konusu itibariyle sosyal ve kültürel etkiler daha geniş bir şekilde ele alınacağından, öncelikle ekonomik ve çevresel etkiler değerlendirilmiştir.

2.1.1. Ekonomik Etkileri

Turizm faaliyetlerinin başlıca olumlu ekonomik etkileri; özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerine katkıda bulunması, milli geliri ve kişisel geliri artırması, döviz getirisi ile ödemeler dengesi üzerindeki cari açığı kapatıcı rolü, yabancı sermaye ve yabancı yatırımların ülkeye girişine aracılık etmesi, çarpan etkisiyle 70'ten fazla sektörü doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemesi, turist harcamalarının turistik

destinasyonda yaşayan insanlar için gelir kaynağı olması, alt ve üst yapı yatırımlarını artırması, doğrudan ve dolaylı istihdama önemli ölçüde katkı sağlaması, yeni faaliyet alanları ve iş olanakları ortaya çıkarması, bölgesel kalkınmayı teşvik ederek bölgeler arası gelişmişlik düzeyi farklarını azaltması, devlet bütçesine gelir artırıcı katkılar sağlaması olarak sayılabilir (Bahar, 2013, s. 12-14; Şanlıoğlu, 2017, s. 59-62). Olumsuz ekonomik etkileri ise turizm yatırımları sebebiyle vazgeçilen diğer yatırım alternatiflerinden doğan fırsat maliyeti (Ison & Wall, 2007, s. 5), turizmin gelişmesi için gereken alt ve üst yapı yatırımları nedeniyle oluşan yüksek düzeyli kısa vadeli maliyetler (Jafari, 1974, s. 240-241), turizm faaliyetlerinin dönemsel ve bölgesel yoğunluğuna bağlı olarak ortaya çıkan enflasyonist etkenler (Tribe, 2011, s. 298), turizm sektörüne olan aşırı bağımlılık (Cook vd., 2016, s. 284), turizm sektörünün gelişimi ve devamlılığı için ihtiyaç duyulan hammadde-malzeme-teknoloji-makine-insan kaynağı gibi unsurların yurt dışından temin edilmesi nedeniyle ortaya çıkan ithalat, yabancı işgücü ve teknolojik transfer, ülkeye kâr elde etmek amacıyla gelerek kârının büyük bölümünü ülke dışına götüren yabancı sermaye (İpar vd., 2016, s. 126-136), turizm sektörü nedeniyle ortaya çıkan arsa-arazi rantı ve yine turizm sektöründen doğan fahiş fiyatlar (Akış, 2007, s. 18-21) şeklinde sayılabilecektir.

2.1.2. Çevresel Etkileri

Turizm sektörünün doğal çevre üzerinde ortaya çıkardığı olumlu etkiler; doğal alanlara ilişkin farkındalığın ve çevresel duyarlılığın oluşması, çevre eğitimleri ve insanların doğa ile iç içe vakit geçirmeleriyle bilinç düzeylerinin arttırılması, koruma faaliyetleri ve biyolojik çeşitlilik üzerine çalışmalar yapılması, nesli tükenmekte olan bitki ve hayvan türlerinin korunmasının sağlanması, turizm aracılığıyla doğal kaynakların ve hayvanların öneminin anlaşılmasıyla bu varlıkların ticaretinin önüne geçilmesi, turistik destinasyonlara doğa ve çevre ile ilgili finansal destekler sağlanması ve doğaya dönük turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirlik temalı mevzuat ve uygulamalar ile desteklenmesi olarak sayılabilir (Akyurt, 2023, s. 94-96). Turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkileri ise daha çok turizm faaliyetlerinin bir bölgede aşırı yoğunlaşmasından kaynaklanmaktadır. Aşırı tüketim ile ortaya çıkan çöp ve atıklar, çevre kirliliği, yapı kirliliği, gürültü kirliliği, hava kirliliği, su kirliliği, ışık kirliliği, sera gazı emisyonları ve küresel ısınmanın hızlanması, arazilerin ve doğal alanların aşırı kullanımı kaynaklı ortaya

çıkan sorunlar ve toprak erozyonları, doğal ekosistemin ve habitatın zarar görerek bozulması ve biyolojik çeşitliliğin kaybolması, doğal kaynakların ve hammaddelerin bilinçsiz ve sorumsuzca tüketilmesi ve benzeri etkenlerin çevre üzerinde pek çok olumsuz etkileri bulunmaktadır (Erdoğan, 2003).

2.1.3. Sosyal Etkileri

Turizm; ekonomik, çevresel, sosyal, kültürel ve teknolojik boyutları da olan çok yönlü bir olgudur. Bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin ana öğesini oluşturan turist, seyahati sırasında yerel halk ile temas kurmakta ve hatta katıldığı turizm türüne bağlı olarak temel seyahat amacı, yerel halkın kültürünü, sosyal yaşamını yerinde görmek de olabilmektedir. Dolayısıyla, turizm gelişimi ile ortaya çıkan bu etkileşim sonrası, turizmin sosyal ve kültürel etkileri ele alınacaktır. Turizm gelişiminin yerel halkın sosyal ve kültürel yaşamı üzerinde değiştirici/dönüştürücü etkilere sahip olmasının önünü açan çok sayıda etken bulunmaktadır. Bu etkenler; turistin kültürünün baskın kültür olarak algılanması, gelir düzeyinin yerel halkın gelir düzeyine göre nispeten daha iyi olması, yaşam tarzı farklılıkları, turistin yabancı bir misafir olarak bulunduğu turistik ortamda gündelik yaşamında olduğundan daha serbest davranışlar sergilemesi şeklinde sayılabilmektedir. Yerel halkın sosyal ve kültürel değerleri, inancı, aile yapısı, yaşam tarzı, giyim ve iletişim kurma biçimi gibi esasen tüm yaşamı bu değişimden etkilenmektedir. Kuşkusuz yerel halkın günlük yaşamındaki sosyokültürel değişikliklerin tek nedeni olarak turizmi göstermek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Ancak ortaya çıkardığı sosyal ve kültürel etkiler göz önüne alındığında turizm faaliyetleri, yerel halkın yaşamını ciddi şekilde etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir (Mathieson & Wall, 1982; Kim, 2002; Rızaoğlu, 2004; Doğan vd., 2010).

Yukarıdaki ifadeler çerçevesinde turizmin sosyal etkileri on alt başlıkta incelenmiştir. Bunlar; alışveriş merkezi ve rekreasyon olanakları, toplumsal ilişkiler ve insanlar arası güven, aile kurumuna etkileri, kentleşme ve toplumsal gruplar, istenmeyen alışkanlık ve davranışlar, aşırı kalabalık ve gürültü, ulaşım hareketliliği, siyasal yapı, yerel hizmetler ve üst yapı ile ilgili olanaklar ve dil öğrenimine etkisi şeklinde ele alınmıştır.

2.1.3.1. Alışveriş Merkezi ve Rekreasyon Olanakları

Bir bölge ya da destinasyonda turizmin gelişimi ile alışveriş olanakları ve rekreasyon tesislerinin sayısı artmakta ve yerel halk için yeni olanaklar ortaya çıkmaktadır (Stylidis, 2012, s. 44). Nitekim pek çok araştırmada yerel halk, turizmin gelişimi ile alışveriş olanaklarının (Korça, 1998; Jurowski & Brown, 2001; Tatoglu vd., 2002; McGehee & Andereck, 2004; Andereck vd., 2005; Byrd vd., 2009) ve rekreasyon tesis ve hizmetlerinin (Akis vd., 1996; Brunt & Courtney, 1999; Jurowski & Brown, 2001; McGehee & Andereck, 2004; Ritchie & Inkari, 2006; Çevirgen & Kesgin, 2007; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008) arttığına inandığını belirtmiştir.

2.1.3.2. Toplumsal İlişkiler ve İnsanlar Arası Güven

Turizmin toplum üzerindeki etkileri pek çok nedene bağlı olmakla birlikte, bir bölgede turizmin gelişimi ile bölge halkının çalışma koşullarında bazı değişiklikler yaşanmakta ve bölge işçi göçü almaktadır. Özellikle büyük kentlerde gelişen turizm ile yeni istihdam olanakları ortaya çıkmakta ve kırsal bölgelerden kentlere göç artmaktadır (Wall & Mathieson, 2006). Kuşkusuz turizm faaliyetleri söz konusu olduğunda bu durumun tersi de yaşanabilmekte ve kıyı turizmi destinasyonları bir ilçe ya da belde büyüklüğünde olsa dahi büyük kentlerden işgücü göçü alabilmektedir. Bu tür göç hareketleri ve turist ziyaretleri demografik yapıyı etkilemekte, bu durum ise toplumsal ilişkilerde ve insanlar arası güven duygularında değişikliklere neden olmaktadır. Bir araştırmada Sisam Adası (Yunanistan) yerel halkının, turizmin insanlar arası içtenlik ve güven duygularını olumsuz etkilemediği, ancak kavgaları artırdığına inandığı tespit edilmiş (Haralambopoulos & Pizam, 1996), başka bir araştırmada ise Ürgüp (Nevşehir) yerel halkının, turizmin dürüstlük, nezaket ve görgü kuralları üzerinde olumsuz bir etkiye neden olduğuna inandığı belirtilmiştir (Tosun, 2002). Ayrıca, turizmin geliştiği bölgelerde içtenliğe dayalı insan ilişkilerinin yerini maddi çıkarlara dayalı insan ilişkilerine bıraktığı ifade edilmektedir (Doğan, 1989). Diğer taraftan yapılan bazı araştırmalarda ise Riga (Letonya) yerel halkının (Upchurch & Teivane, 2000), Gana'da turistik bir köyde yaşayanların (Mensah, 2012) ve Kastamonu'nun turistik ilçelerinde (Pınarbaşı, Azdavay ve Şenpazar) yaşamını sürdüren yerel halkın (Türker & Öztürk, 2013) turizmin toplumda dürüstlük, dostluk ve güven duygularını ve insan ilişkilerini geliştirdiğine inandıkları ortaya çıkarılmıştır.

2.1.3.3. Aile Kurumuna Etkileri

Turizmin geliştiği bölgede yaşayan insanların tarımdan ya da diğer sektörlerden turizm sektörüne geçiş yapmalarının ve diğer bölgelerden aldıkları işgücü göçlerinin bölgenin toplumsal yaşamı üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Örneğin, kadınların ve çocukların aile içerisindeki rollerinde çeşitli değişiklikler meydana gelmektedir. Kadınların iş yaşamına katılma durumlarında ailelerine olan bağlılıklarında azalma yaşanabilmekte ve buna bağlı olarak, aile içerisindeki tüm fertlerin (kadın, erkek, kız ya da erkek çocuk) rollerinde farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Nitekim, kız çocuğu da erkek çocuğu gibi aile bütçesine katkıda bulunabilmekte ve ev içi işlerde erkek çocuğuna da sorumluluklar verilebilmektedir (Bal, 1995). Ayrıca, bazı araştırmalarda gelir elde eden kadınların aile içerisindeki rollerinin değişmesiyle kadın ve erkek arasında ekonomik bir güç savaşının yaşandığı ve boşanmaların arttığı tespit edilmiştir (Usal, 1990; Baykan, 2007; Güzel, 2013; Avcıkurt, 2015). Benzer şekilde Tayland'ın turistik bir köyünde gerçekleştirilen bir araştırmada kariyer yapmaya odaklanan kadınların aile ilişkilerini daha az önemsemeye başladığı ve aileleriyle daha az zaman geçirdiklerine inandığı belirtilmiştir (Huttasin, 2008). Diğer taraftan, Yunanistan'ın Rodos Adası'nda (Pappas, 2008) ve Mauritius'da (Nunkoo & Ramkisson, 2010) gerçekleştirilen araştırmalarda turizmin aile biriminin önemini azalttığı ve aile birimine zarar verdiği ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin Makao Bölgesi'nde yürütülen araştırmada (Zhou vd., 2014) ise turizmin ailenin tahrip olmasına ve aile içi kavgalara neden olduğu ve özellikle gençler üzerinde olumsuz etkilerinin daha fazla olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Girit Adası'nda (Yunanistan) gerçekleştirilen bir araştırmada; turizm faaliyetlerinin gelişiminden önce toplum tarafından önemli kabul edilen evlilik ve çeyiz düzenlemesindeki birtakım âdetlerin önemini yitirdiği, insanların evliliğe dair bakış açılarında farklılıklar oluştuğu ve ekonomik özgürlüğünü elde eden kadınların evliliği tek alternatif olarak düşünmediği tespit edilmiştir (Kousis, 1989). Bununla birlikte diğer bazı araştırmalarda; yerel halk ile turistler arasında gayri meşru ilişkilerin söz konusu olduğu, ekonomik çıkar ilişkisine dayalı evlilikler gerçekleştirildiği, özellikle yerel halk tarafından turistlerin yaşam tarzının benimsenmeye çalışılmasıyla toplumun ahlaki yapısında ve aile yapısında bozulmalar yaşandığı saptanmıştır (Güzel, 2013; Tuna 2015). Benzer şekilde, Antalya yerel halkının çoğunluğu turizmin aile yapısını ve toplumsal

yapıyı olumsuz yönde etkilediğini (Korça, 1998) ve Okavango Deltası (Botsvana) yerel halkı da turizm gelişiminin geleneksel aile yapısına zarar verdiği görüşüne sahiptir (Mbaiwa, 2004). Alanya'da gerçekleştirilen bir araştırmada ise özellikle ikinci konut sahibi olan yaşlı yabancı kadınlar ile ülkenin gelişmişlik düzeyi düşük bölgelerinden çalışmak için gelen genç erkeklerin, tamamen ekonomik sebeplerle evlendikleri saptanmıştır (Tamer Görer vd., 2006).

Ayrıca, turizm gelişimi ile ortaya çıkan gece eğlence mekânlarının da aile olgusuna zarar verdiği görüşü hakimdir. Bu tür eğlence merkezlerinin, gençleri aileden uzaklaştırdığı ve özellikle genç kızları eve bağlı yaşamdan koparark geleneksel aile bağlarını zayıflattığı belirlenmiştir (Doğan, 2004). Buna rağmen, Akçakoca'da (Özmen, 2007), Fethiye'de (Öztürk vd., 2007) ve Antalya'da (Demircan, 2010) gerçekleştirilen bir kısım araştırmada ise yerel halkın büyük çoğunluğunun turizmin aile yaşamı üzerinde olumsuz etkilerinin olmadığına inandığı ifade edilmektedir.

2.1.3.4. Kentleşme ve Toplumsal Gruplar

Turizm faaliyetleri, geliştiği bölgede alt ve üst yapı yatırımlarının iyileşmesine imkân sağlamakta, yeni iş ve istihdam olanakları ile de ilgili destinasyona göç yapılmasına neden olmaktadır. Alt yapı hizmetlerinde su ve kanalizasyon, elektrik, doğalgaz, iletişim, internet, kara yolu ve demir yolu ağları; üst yapı hizmetlerinde ise sağlık hizmetleri, restoran ve otel işletmeleri, seyahat ve havayolu işletmeleri, otogar, tren garı ve havalimanları, alışveriş merkezleri, spor salonları, kütüphaneler, butik ve orta ölçekli işletmeler, kamu binaları, itfaiye ve güvenlik hizmetleri gibi pek çok hizmet ve iş kolunun bölgeye gelmesine aracılık etmektedir. Bu durum, kentleşmenin hızlanmasına ve farklı toplumsal grupların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Kırsal bölge ve köylerde farklı iş kollarına ve toplumsal statüye mensup insanların sayılarının artmasıyla yeni toplumsal gruplar ortaya çıkmakta ve sosyal tekdüzelik bozulmaktadır. Ayrıca, boş zaman etkinliklerinin yaygınlaşmasıyla toplumsal yapıda önemli değişiklikler olmakta ve bu durumdan en çok yerel halk etkilenmektedir (Doğan, 2004, s. 136). Alanya yerel halkının görüşlerine başvurulan bir araştırmada yerel halkın, turizm kaynaklı göç yoğunluğunun yaşam kalitesini negatif yönde etkilediğine, turizmin hızlı ve çarpık kentleşmeye sebep olduğuna, haksız rekabet ortaya çıkardığına, hızlı

kentleşme nedeniyle tarım alanlarının azaldığına ve ikinci konut arzı ile ilgili hızlı artışın turizm gelişimine zarar verdiğine inandığı tespit edilirken (Çevirgen & Kesgin, 2007, s. 315), ABD'nin Virjinya eyaletinde gerçekleştirilen bir araştırmada ise yerel halkın turizm gelişiminin kentleşmeyi hızlandırdığı görüşüne katılmadığı saptanmıştır (Chen, 2000, s. 12). Samsun'da yürütülen bir araştırmada yerel halkın çoğunluğunun, turizmin toplumsal sınıflar arasında eşitsizlik ortaya çıkardığı görüşünü desteklemediği (Karaman & Avcıkurt, 2011, s. 7), Rodos'ta yapılan bir araştırmada ise yerel halkın önemli bir kısmının bu görüşü desteklediği belirlenmiştir (Pappas, 2008, s.58). Bununla birlikte Port Louis'te (Mauritius) yürütülen bir araştırmada yerel halkın önemli bir kısmının, turizmin sosyal adaletsizliği azalttığı yönünde görüş belirtmesi (Nunkoo & Ramkissoon, 2010, s. 52) dikkat çekici olarak değerlendirilebilir.

2.1.3.5. İstenmeyen Alışkanlık ve Davranışlar

Turizm faaliyetlerinin geliştiği bölgelerde insanlar gündelik yaşamın tutucu ilişkilerinden uzak daha rahat ilişkiler kurabilmektedir. Ayrıca, turistlerin gerek davranış gerekse de cinsel yaşam yönünden daha rahat davranışlar sergilemesi turistik bölgede suç eğiliminin artmasına ve seks turizmi adı altında toplumsal düzenin bozulmasına ve aile olgusunun yok olmasına neden olmaktadır. Nitekim bu faaliyet, kimi ülkelerde ekonomik gelir sağlayıcı özelliği nedeniyle destek dahi görmektedir. Bazı çalışmalarda turistik bölgede yaşayan yerel halkın turizmin fuhşu artırdığına inandığı görülmektedir. Korça'nın (1998) Antalya'da, Ko ve Stewart'ın (2002) Güney Kore'de, Sirakaya ve diğerlerinin (2002) Gana'da, Mbaiwa'nın (2004) Botswana'da, Dyer ve diğerlerinin (2007) Avustralya'da, Nunkoo ve Ramkissoon'un (2010) Mauritius'da, Okech'in (2010) Kenya ve Tanzanya'da, Demircan'ın, (2010) Antalya'da, Güzel'in (2013) Muğla'da, Zhou ve diğerlerinin (2014) Çin Halk Cumhuriyeti'nde gerçekleştirdikleri çalışmalar bu duruma örnektir. Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) Yunanistan'da, Özmen'in (2007) Akçakoca'da, Huttasin'in (2008) Tayland'da, Çalışkan ve Tütüncü'nün (2008) Kuşadası'nda gerçekleştirdikleri çalışmalarda ise yerel halk, turizmin fuhşu artırmadığı yönünde görüş belirtmiştir. Cinsel serbestlik konusunda yerel halkın algısını ölçümleyen bir kısım çalışmada yerel halkın turizmin cinsel serbestliği artırdığına inandığı (Ko & Stewart, 2002; Sirakaya vd., 2002; Milman, 2004) belirlenmiştir. Vargas-Sanchez ve

diğerlerinin (2009) İspanya'da gerçekleştirdikleri araştırmada ise yerel halkın turizmin cinsel serbestliği artırdığına dair görüşe katılmadığı tespit edilmiştir.

Bir diğer istenmeyen alışkanlık ve davranış örneği ise kumardır. Kumar, özellikle ABD (Las Vegas), Çin Halk Cumhuriyeti (Makao), Singapur (Singapur) ve Monako (Monte Carlo) gibi bazı gelişmiş ülkelerde turizm faaliyetleri adı altında desteklenerek yaygınlaşan bir sektör konumuna gelmiştir. Korça (1998) ve Zhou ve diğerlerinin (2014) araştırmalarında yerel halk, turizmin kumarı artırdığını ve kumarın yaygınlaşmasını sağladığını belirtirken, Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) araştırmasında kumarın yaygınlaşmasında turizmin etkisinin olmadığı görüşü ifade edilmektedir.

Bir kısım araştırmalarda turizm faaliyetlerinin artışına ve yaygınlaşmasına neden olduğu belirtilen diğer istenmeyen alışkanlıklar, alkol tüketimi ve uyuşturucu kullanımıdır. Yerel halktan toplanan bilgilere göre bu araştırmalarda turizmin alkol kullanımının yaygınlaşmasına neden olduğu ve alkol tüketimini artırdığı görüşü dile getirilmiştir (King vd., 1993; Korça, 1998; Ko & Stewart, 2002; Tosun, 2002; Milman, 2004; Özmen, 2007; Doğan vd., 2010; Keskin & Çontu, 2011; Karaman & Avcıkurt, 2011; Boğan & Sarıışık, 2016). Bazı araştırmalarda ise yerel halkın büyük çoğunluğu, turizmin uyuşturucu kullanımını yaygınlaştırdığı görüşünü savunmuştur (Smith, 1992; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Tosun, 2002; Milman, 2004; Özmen, 2007). Diğer taraftan, Huttasin'in (2008) Tayland'da gerçekleştirdiği araştırmada yerel halkın turizmin alkol ve uyuşturucu kullanımını artırdığına inanmadığı, Upchurch ve Teivane'nin (2000) Letonya'da gerçekleştirdikleri araştırmada ise yerel halkın çoğunluğunun, turizmin alkol tüketimi ve uyuşturucu bağımlılığında düşüşe neden olduğuna inandığı ortaya çıkarılmıştır.

Turizm ve suç ilişkisine dair yapılan pek çok çalışmada yerel halkın, turizmin suç oranlarını artırdığına ilişkin görüş belirttiği anlaşılmaktadır (Smith, 1992; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Lawson vd., 1998; Brunt & Courtney, 1999; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Tosun, 2002; Milman, 2004; Mbaiwa, 2004; Andereck vd., 2005; Dyer vd., 2007; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010; Zhou vd., 2014). Bazı araştırmalarda ise yerel halkın büyük çoğunluğu, turizmin suç oranlarını artırmadığı görüşünü benimsemiştir (Gilbert & Clark, 1997; Mason & Cheyne, 2000; Ritchie & Inkari, 2006; Çalışkan & Tütüncü, 2008; Huttasin, 2008; Byrd vd., 2009; Zhou & Ap 2009). Baykan'ın (2007) turizm ve suç ilişkisi konusunda Ürgüp'te gerçekleştirdiği

araştırmada, yerel halkın turizmin suç oranlarını artırdığı ya da artırmadığı ile ilgili olarak birbirine yakın oranlarda farklı görüşe sahip olması dikkat çekmiştir. Benzer şekilde, Diedrich ve Garcia-Buades'in (2009) Belize'de gerçekleştirdikleri araştırmada beş farklı Belize toplumundan üçü turizm gelişiminin suç oranlarını artırdığı görüşüne katılırken, ikisi ise bu görüşe katılmamaktadır. Ayrıca, Letonya'da yerel halkın, turizm faaliyetlerinin gelişmesi ile birlikte hırsızlık oranının düştüğüne inandığı saptanmıştır (Upchurch & Teivane, 2000). Benzer şekilde Türker ve Öztürk'ün (2013) Kastamonu'da gerçekleştirdikleri araştırmada yerel halk, turizmin hırsızlık ve dilencilik vakalarında azalmaya neden olduğu görüşünü benimsemiştir.

2.1.3.6. Aşırı Kalabalık ve Gürültü

Özellikle havayolu taşımacılığının geliştiği ve charter seferlerinin yoğunlaşmaya başladığı 1950'li yıllardan itibaren ortaya çıkan kitle turizmi faaliyetleri sonucunda aşırı turizmden söz edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla, turizm destinasyonlarında sosyal taşıma kapasiteleri aşılmış ve aşırı kalabalıklaşma, gürültü gibi sorunlar ile karşı karşıya kalınmıştır. Turizm faaliyetlerinin neden olduğu bu sorunlar, birçok araştırmacı tarafından farklı ülke ve destinasyonlardan toplanan veriler aracılığıyla inceleme konusu edilmiştir. Bu çalışmalarda turizmin aşırı kalabalıklaşmaya neden olduğu sonucuna ulaşanlar olduğu gibi (Faulkner & Tideswell, 1997; Brunt & Courtney, 1999; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Tatoglu vd., 2002; Andereck vd., 2005; Chen & Chiang, 2005; Easterling, 2005; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008; Amuquandoh, 2010) bunun tersi sonucunu ifade edenler de (Korça, 1998; Sheldon & Abenoja, 2001; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Tayfun & Kılıçlar, 2004; Kuvan & Akan, 2005; Tovar & Lockwood, 2008; Demirkaya ve Çetin, 2010) bulunmaktadır.

Yerel halkın turizm faaliyetlerinin neden olduğu gürültüye dair yaklaşımı da farklı destinasyonlarda değişkenlik gösterebilmektedir. Akış'ın (1996), Girne (KKTC) ve Bodrum (Muğla) yerel halkından veri toplayarak karşılaştırma yaptığı araştırmada; turizmin yol açtığı gürültünün bölge sakinlerinin yaşamını olumsuz etkilediği fikrine Girne'de yalnızca %10'luk bir kesim katılırken, Bodrum yerel halkının ise %59'u katılmıştır. Tayfun ve Kılıçlar (2004) Alanya ve Gazipaşa'da yaşayan yerel halkın turizmin gürültüye neden olduğu görüşüne katıldığını, Mason ve Cheyne (2000) ise Yeni

Zelanda'da kırsal bir bölgede yaşayan yerel halktan özellikle kadınların bu görüşe daha fazla katıldığını tespit etmişlerdir.

2.1.3.7. Ulaşım Hareketliliği

Pek çok çalışmada yerel halk, trafik sıkışıklığının ve otopark sorunlarının turizmden kaynaklandığı görüşünü savunurken (Pizam, 1978; Keogh, 1990; Caneday & Zeiger, 1991; Akis vd., 1996; Lindberg & Johnson, 1997; Snaith & Haley, 1999; Carmichael, 2000; Snepenger vd., 2001; Fredline vd., 2005; Perez & Nadal, 2005; Lee vd., 2007; Sharma vd., 2008; Vargas-Sanchez vd., 2009; Amuquandoh, 2010; Demirkaya & Çetin, 2010; Latkova & Vogt, 2011; Schofield, 2011; Türker & Öztürk, 2013; Zhou vd., 2014), yapılan birkaç çalışmada ise turizmin bu sorunlara neden olmadığı görüşü dile getirilmiştir (Gu & Wong, 2006; Çalışkan & Tütüncü, 2008).

2.1.3.8. Siyasal Yapı

Turizm faaliyetleri, uluslararası diplomasiyi ve ülkelerin ulusal politikalarını etkileyebilen hatta bazı durumlarda şekillendirebilen bir güç olmakla birlikte, uluslararası diplomasiden ve ulusal hükümet politikalarından da oldukça etkilenmektedir. Uluslararası diplomasi de ülkeler üstü kurum ve kuruluşlar, Avrupa Birliği'nin uyguladığı Schengen Vizesi gibi turist hareketliliğini teşvik eden çeşitli politika ve uygulamalar geliştirebilmektedir. Schengen Vizesi ve benzeri uygulamalarla temel olarak ulusal ölçekte turizmden elde edilen gelirin ve bununla birlikte seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya gibi sektörlerdeki finansal işlem hacminin artırılması hedeflenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke yönetimleri, orta ve uzun vadeli ekonomi ve kalkınma programların da turizm politikalarına yer vermektedir. Nitekim, devlet yönetiminin yapısı ve siyasi istikrar, turizm ile ilgili alınacak kararları ve bu kararlar da yerel toplumun sosyal yaşamını etkilemektedir (Avcıkurt, 2015, s. 34).

Bir ülkenin yönetim şekli, siyasi erkin yönetme biçimi ya da iç savaş gibi farklı unsurlar, turizm sektörünün gelişimini önemli ölçüde etkileme kapasitesine sahiptir. Daha çok baskıcı rejimlerin, dışa kapalı ekonomik yapıların, terörizm ve siyasi kargaşanın hâkim olduğu ülkelerde turizm faaliyetlerinin gelişimi de olumsuz etkilenmektedir. Bu doğrultuda, Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti'nin dağılma süreci, Suriye, Irak, Yemen, KKTC, GKRY gibi ülkelerde ortaya çıkan siyasi istikrarsızlıklar, Türkiye ile

Rusya arasında 2015 yılında yaşanan uçak krizi gibi ülkeler arasında yaşanan askerî ya da siyasi krizler (Şanlıoğlu, 2017, s. 50-51) ile Çin Halk Cumhuriyeti hükümetinin geçmiş yıllarda halkına dönük gerçekleştirdiği baskıcı müdahaleler, Mısır, Meksika, Peru ve Kuzey İrlanda'da çeşitli grupların ortaya çıkardığı ayaklanmalar (Sönmez, 2017, s. 114-115), İtalya, Yunanistan, Avusturya, Türkiye, Rusya, ABD ve Mısır gibi ülkelerde yaşanan terör faaliyetleri (Yeşiltaş vd., 2008, s. 179-180) turizm sektörünü olumsuz etkileyen olaylar olarak belirtilmektedir.

2.1.3.9. Yerel Hizmetler ve Üst Yapı ile İlgili Olanaklar

Ülke yönetimleri, turizm gelişiminin yönünü belirlemekte, geliştirilmesi öngörülen turistik destinasyonlara karar vermekte ve altyapının tesis edilmesini sağlamaktadır. Hükümet, belediyeler ve diğer kamu kurumları, alt yapı (su ve kanalizasyon, elektrik, doğalgaz, telekomünikasyon) ve üst yapı (sağlık, spor ve sosyal hizmet olanakları, çevre düzenlemesi ve mimari restorasyon vb.) olanaklarına ilişkin plan ve politikaların uygulanması ve yönetiminden sorumludur (Batman & Türkay, 2009, s. 189-216). Alt yapı ve üst yapı hizmetlerinden her biri, bölge yerel halkının yaşamını doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, bölgede turizm ile ilgili çeşitli eğitimlerin (farkındalık, yabancı dil, sürdürülebilirlik, temiz çevre, kültürel etkileşim, yerel ürün ortaya çıkarma ve bunların pazarlanması vb.) düzenlenmesi, politika uygulayıcılarının yerel halk ile toplantı-panel-açık oturum-söyleşi gibi organizasyonlarda bir araya gelmesi ve turizm gelişimini destekleyip desteklememesinin bölge sakinlerinin turizme bakış açısı üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Doğan, 2004, s. 136-140).

Turizmin gelişmeye başladığı bölgelerde yerel kamusal hizmetler arasında sayılan sağlık hizmetleri ve güvenlik, ambulans, itfaiye gibi acil durum hizmetleri de gelişmektedir. Bu doğrultuda, daha fazla ihtiyaç duyulan sağlık merkezleri arasında; sağlık kabinleri, küçük-orta ya da büyük ölçekli hizmet veren kamu ya da özel statülü hastaneler, dispanser merkezleri, özel muayenehaneler ve daha çok fizyoterapi-cilt hastalıkları gibi branşlarda hizmet veren özel klinikler, eczaneler, hasta bakım evleri ve veterinerler sayılabilmektedir. Güvenlik anlamında ise emniyet birimlerine ait karakolların, belde ya da ilçe güvenlik merkezlerinin, sahil güvenlik ve turizm karakolu gibi hizmetlerin, bölgede görevli aktif emniyet personeli sayısının arttırılması konuları gündeme gelmektedir (Brunt & Courtney, 1999, s. 503; Usta, 2016; s. 215-228).

Turistik bölgede faaliyete geçmesi ya da sayıca artması muhtemel üst yapı ile ilgili olanaklar; restoran-kafe ve benzeri yiyecek-içecek işletmeleri, otel-pansiyon-kamping-dağ evi-butik otel-oberj gibi konaklama tesisleri, seyahat ve ulaştırma şirketleri, rekreasyon ve eğlence tesisleri ve benzeri şeklinde sayılmaktadır. Ayrıca, turizm gelişimi ile hediyelik eşya mağazalarına, bakkal-berber-kuaför-terzi-konfeksiyoncu-ayakkabıcı gibi butik hizmet veren mağazalara, telekomünikasyon firmalarına ve internet servis hizmeti sağlayıcılarına ait şubelere, spor salonları, cami, kilise, sinagog gibi ibadet merkezlerine olan ihtiyaç da artmaktadır. Kuşkusuz turistik bir destinasyon kimliği kazanmaya başlayan her bölgede tüm bunların bir arada bulunması zorunluluğu olmadığı gibi, pek çok turistik destinasyonda burada sayılmayan hizmet alanları ve tesislerinin de faaliyete geçtiği görülmektedir.

2.1.3.10. Dil Öğrenimine Etkisi

Turizmin gelişimi sonrası turist kabul eden bölgede ikamet eden yerel halkın yaşamındaki en önemli değişikliklerden bir tanesi de ana dilin dışında turistin konuştuğu dilin öğrenilmesi gerekliliğidir. Özellikle turizm sektöründe çalışanlar, turistlerle iletişim kurabilmek için ikinci bir dile olan ihtiyaçları daha fazla hissedeceklerdir. Buna bağlı olarak, konaklama, seyahat, yiyecek-içecek işletmeleri, hediyelik eşya mağazaları gibi turist ile doğrudan temas kuran işletmeler, personel alımında yabancı dil bilen personele öncelik vereceklerdir.

Diğer taraftan, bazı ülkelerde yerel halkın yabancı dil öğreniminin teşvik edilmesi için hükümetler ya da yerel yönetimler, birtakım uygulamalar gerçekleştirmektedir. Bu duruma, Güney Kore Hükümeti'nin ülkede hizmet veren taksi şoförlerine İngilizce ve Japonca öğrenmelerini teşvik etmek maksadıyla eğitim kitapları dağıtması (Kozak, 2012, s. 112) örnek verilebilir. Hükümetlerin yabancı dil öğrenimini teşvik etmesinin yanı sıra turistik bölgede yaşayan yerel halkın dil öğrenimine olan yaklaşımı da önem arz etmektedir. Bu çerçevede, yapılan başı çalışmaların bulguları incelenecek olursa; Antalya'da yerel halkın önemli bir kısmı turizmin, yabancı dil öğrenme ihtiyacı ortaya çıkardığına (Demircan, 2010, s. 187), Port Louis'te (Mauritius) ise daha çok orta yaşın üzerindeki bireyler, turizmin yabancı dil becerilerini geliştirdiğine inanmaktadır (Nunkoo & Ramkissoon, 2010, s. 53). Nevşehir'de gerçekleştirilen bir araştırmada ise Ürgüp halkının yabancı dil bilgilerinin turistik olmayan Acıgöl ilçe halkına kıyasla çok daha iyi

düzeyde olduğu ve Acıgöl halkının yarıdan fazlasının hiç yabancı dil bilmediği ortaya çıkarılmıştır (Tayfun, 2002, s. 10).

2.1.4. Kültürel Etkileri

Kültür ve turizm ilişkisi değerlendirildiğinde; kültürün turizm faaliyetlerini desteklemesi ve turizmin kültürü etkilemesi iki yönlü olmaktadır (Usta, 2016, s. 82). Turizmin kültürel açıdan yerel halk üzerindeki etkisi ise geleneksel kültürün önemli hale gelmesi, yerel halkın bu konudaki bilgi düzeylerinin artması ve turist kabul eden bölge halkının diğer ulusların kültürlerini öğrenmeleri şeklinde gelişmektedir (Avcıkurt, 2015, s. 90). Bu çerçevede, turizm gelişiminin bir sonucu olarak yerel halkın kültürüne olumlu ya da olumsuz bir biçimde etki eden her konunun dikkatle incelenmesi gerekmektedir.

Turizm faaliyetlerinin artması ve uluslararası boyutta önemli bir seviyeye ulaşması, bir taraftan turizmden kaynaklı kültürel ilişkilerin artmasına neden olurken (Koçoğlu & Özkul, 2016, s. 157) diğer taraftan, kitle turizminin yoğun etkisini hâlâ sürdürüyor olmasının ve turizmin giderek daha kurumsal bir yapıya kavuşmasının, yerel halk ile turist etkileşimini azalttığı görülmektedir (Rızaoğlu, 2012, s. 276). Ancak buna rağmen, turizmin gelişim gösterdiği pek çok destinasyonda yerel halkın değer yargılarının, inancına bağlılık düzeyinin, sanat anlayışının, giyim ve konuşma biçiminin, yaşam tarzının, ticari ilişkilerinin ve dünya görüşünün değiştiği gözlenmektedir (Doğan, 2004, s. 131). Şüphesiz tüm bu unsurların, yerel halkın kültürü ile doğrudan bir ilişkisi bulunmakta, hatta bazı bireyler, değişen koşullardan doğrudan etkilenmektedir. Bu bölümün konusunu teşkil eden turizmin kültürel etkileri; kültürel faaliyet çeşitliliği, yerel kültürel değerlerin korunması, yerel kültürün tanınırlığının artması, kültürel etkileşim ve baskın kültürün etkisi, sanat anlayışının değişmesi, gelenek ve göreneklerin değişmesi, dinî inanış ve yaşayış biçiminin değişmesi, dilin değişmesi, yerel kültürün metalaştırılması ve yerel halkın istismarı alt başlıklarından oluşmaktadır.

2.1.4.1. Kültürel Faaliyet Çeşitliliği

Turizm gelişiminin olumlu kültürel etkilerinden biri bölgede; tiyatro oyunları, sinema gösterimleri, resim galerileri, müzik-şiir-ilahi dinletileri, geleneksel el sanatları (çini, seramik, ebru, hüsn-i hat, halıcılık, ahşap oymacılığı, cam işçiliği, bakırcılık vb.) uygulama atölyeleri ya da sergileri, farklı dallarda (futbol, otomobil-motosiklet yarışları,

golf, yağlı güreş, at biniciliği, ok atma vb.) sergilenen spor müsabakaları ya da oyun gösterimleri, müzik-şiir-edebiyat-resim-mimarlık-el sanatları konularında düzenlenen panel-sempozyum-konferans-açık oturum türündeki toplantılar, çeşitli konularda (gastronomi ve mutfak kültürü vb.) düzenlenen festivaller, fuarlar, panayırlar ve benzeri kültürel faaliyetleri artırmasıdır. Yapılan birçok araştırmada yerel halk turizmin, kültürel faaliyetlerin sayısının artmasına neden olduğunu (Faulkner & Tideswell, 1997; Chen, 2000; Tatoglu vd., 2002; Andriotis & Vaughan, 2003; McGehee & Andereck, 2004; Milman, 2004; Andereck vd., 2005; Ritchie & Inkari, 2006; Özmen, 2007; Huttasin, 2008) bir kısım araştırmalarda ise kültürel faaliyetlere katılımı teşvik ettiğini (Kuvan & Akan, 2005; Huttasin, 2008; Chen & Chen, 2010; Aref & Redzuan, 2010; Demirkaya & Çetin, 2010) düşünmektedir. Ayrıca, bazı araştırmalarda ise yerel halk tarafından turizmin kültürel faaliyetlere katılım konusunda herhangi bir etkisinin bulunmadığı (Ko & Stewart, 2002; Dyer vd., 2007) görüşü paylaşılmıştır.

2.1.4.2. Yerel Kültürel Değerlerin Korunması

Turizm gelişimi ile yerel kültürel değerlerin öneminin anlaşıldığı, korunmaya başlandığı ve tanınırlığının arttığı bilinmektedir. Bir yerin turizm destinasyonu olma niteliği kazanmaya başlaması ile yerel halkın günlük hayatında gayet sıradan bir şekilde sergilediği pek çok davranış, giydiği kıyafet, önünden geçtiği tarihi konak-cami-medrese-han-hamam vs. pek çok yapı, farklı bir anlam kazanmakta ve bölge halkı için değerli hâle gelmeye başlamaktadır. Kuşkusuz kitle turizminin bölgede yoğunlaşması ve buna bağlı olarak, ulusal ya da uluslararası işletmelerin faaliyetlerini tamamen kâr amacı ile bölgeye taşıması, turizmin gelişim gösterdiği ilk yıllardaki yerli-turist ilişkisinin kaybolması ve destinasyonun gelişim evrelerinde daha sonraki aşamalara geçilmesi, yerel halkın turizme dair beklentilerini düşürmektedir. Ancak, buna rağmen turizmin doğasında kültürel alışverişin var olması, farklı seviyelerde olsa da kültürel değerlerin öneminin anlaşılarak korunmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca kültürel değerlerin korunması; kamu kurumları, hükümet, yerel yönetimler, özel ya da yarı özel iştirak ve işletmeler, sivil inisiyatifler ve yerel halk gibi pek çok özel ve tüzel kişiliğin birlikte hareket etmesini zorunlu kılmaktadır. Ayrıca, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization, 2012) turizm faaliyetlerinin kültürel alandaki etkilerinin çoğunlukla olumlu olduğunu belirterek, geleneksel el sanatlarının, müzelerin, mimari anlayışın ve

diğer yerel kültürel değerlerin gelişmesini sağladığını ve pek çok dinî yapının, arkeolojik alanların, anıt-sit gibi kültürle ilgili alanların turizm aracılığıyla yıkımdan kurtarıldığını belirtmiştir.

Turizmin kültürel değerlerin korunmasına ilişkin yaptığı katkılara dair yerel halkın bakış açısını ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çerçevede örneğin; Ankara'nın turistik ilçesi Beypazarı'nda yöre sakinleri, turizmin tarihi konakların korunmasını sağladığına (Uslu & Kiper, 2006, s. 311), Antalya'nın Kaş ilçesi (Akman, 2007, s. 334) ve İran'ın Şiraz kenti yerel halkları (Aref & Redzuan, 2010, s. 89) ise tarihi binaların restore edilmesinde turizm gelişiminin olumlu etkileri olduğuna inandıklarını belirtmiştir. Tayvan'ın Tainan kenti yerel halkı, turizmin yerel mirasın korunması konusundaki farkındalığını artırdığına (Chen & Chen, 2010, s. 537) ve İngiltere'nin Guildford ve Canterbury kentleri sakinleri ise turistlerin bölgeye gelmesi ile yerel miras unsurlarından faydalanma olanaklarının olumsuz etkilenmediğine, aksine turizmin kültürel mirasın korunması konusundaki anlayış ve sorumluluk bilincinin olumlu etkilendiğine inandıklarını (Gilbert & Clark, 1997, s. 348) ifade etmiştir.

Kültürel varlıkların korunması konusunda en önemli hususlardan biri de kontrolsüz ve plansız gelişen bir turizm sektörünün, özellikle finansal gerekçelerle kültürel varlıkların kullanım seviyelerinin diğer bir ifadeyle taşıma kapasitelerinin aşılmasını sağlayarak miras unsurlarının tahribatına hatta yok olmasına neden olmasıdır (Meydan Uygur & Baykan, 2007, s. 41). Bunun önüne geçilmesi için kamunun yaptırım gücünü kullanarak sosyal taşıma kapasitelerine göre turizm sektörünün gelişimini sağlaması kadar ilgili bölgede ikamet eden yerel halkın ve bu çerçevede bölgede faaliyet yürüten sosyal inisiyatiflerin konuya duyarlılığı da önem arz etmektedir.

2.1.4.3. Yerel Kültürün Tanınırlığının Artması

Turizm faaliyetleri, bir ülkenin, bölgenin, kentin ya da bir köyün tanınmasını sağlayabileceği gibi, somut (tarihi bir cami, medrese, konak) ya da somut olmayan (geleneksel el sanatları, sözlü anlatımlar, ritüeller, festivaller vb.) kültür varlıklarının da tüm dünyada tanınmasını sağlayabilecektir (UNESCO, 2006). Bu anlamda yerel değerlerin diğer ulus ve toplumlar tarafından keşfedilerek takdir edilmesi, kültür ve toplumlar arası tarihi bağların ve ilişkilerin güçlendirilmesi, kültürel farklılıklara

hoşgörünün artması ve özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke toplumlarının ekonomik kazanç elde etmeleri mümkün olacaktır (Usta, 2016, s. 83). Turizm sektörü kendine özgü yapısı gereği, yerel kültürün ürettiği somut ya da somut olmayan kültürel miras varlıklarına halk bilimi, antropoloji, sosyoloji benzeri bilim dallarında olduğu gibi taşıdığı anlam itibariyle yaklaşmamakta ve yalnızca bir pazarlama unsuru olarak değerlendirmektedir. Bir ürün ya da hizmet olarak sunulamayan kültür varlıklarının ise zaman içerisinde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla, turizmde kültürel varlıkların hikayeleri ve taşıdıkları anlam, birtakım uyarlama ve güncellemelerle pazarlanabildiği ölçüde değerli olmaktadır (MacCannell, 1989; Berber, 2003, s. 214; Tuna, 2015).

2.1.4.4. Kültürel Etkileşim ve Baskın Kültürün Etkisi

Teknolojik gelişmelerin dönüştürücü gücü bir kenara bırakılırsa kültürel dönüşümü etkileyen üç temel unsur bulunmaktadır (Wall & Mathieson, 2006, s. 263):

- Toplumun yaşadığı coğrafi bölgenin değişmesi,
- Değişik toplumların bir araya gelmesiyle kültürel etkileşimin yaşanması,
- Fizyolojik ve sosyal ihtiyaçların karşılanması amacıyla çevreye uyum sağlama sürecinin gerçekleşmesi.

Bir destinasyonda turizmin gelişimi ile ortaya çıkan kültürel etkileşim sonrası, özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke toplumlarına ait kültürel yapı, gelişmiş ülke toplumlarına ait baskın kültüre doğru bir dönüşüm geçirmektedir (Sampaio vd., 2014, s. 93). Bu kültürel dönüşüme birçok toplum direnç gösterememektedir (Nunez, 1989). Ev sahibi toplum ile turistler arasında yaşanan kültürel etkileşimin toplumlar üzerindeki etkilerinin çok yönlü sonuçlar doğurduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda turist kabul eden bölgede ikamet eden yerel toplumun yaşadığı kültürel dönüşüm, yukarıda ifade edilen "değişik toplumların bir araya gelmesiyle kültürel etkileşimin yaşanması" maddesine dâhil edilmektedir. Ayrıca söz konusu kültürel dönüşüm, bazı aracılar vasıtasıyla gerçekleşmekte, bunlardan en önemlisini ise bir kültür ajanı olarak da ifade edilen turistler oluşturmaktadır (Nash, 1989, s. 37; Burns, 1999, s. 73; Macleod, 2004, s. 8; Smith, 2015, s. 176). Macleod (2004, s. 8-9), kültürel dönüşüm sürecini *kültürleşme* olarak ifade etmekte ve yalnızca turistlerin dönüştürücü bir güç olarak yer aldığı tek

taraflı bir süreç olarak değerlendirmektedir. Ancak Wall ve Mathieson (2006, s. 263), yerel halk ile turistlerin etkileşimi sonrası ortaya çıkan kültürel dönüşümü dört boyutta ele almaktadır:

- İçerisinde fiziksel çevreyi de barındıran maddi kültürün aşılanması,
- Turist gönderen ve turist kabul eden bölge kültürlerinin her ikisinin de kültürel dönüşüme uğraması,
- Kültür üretimi ve kültürel gelişim süreçlerinin yeniden yorumlanması,
- İletişim ve etkileşimin süresi ve yoğunluk seviyesinin dönüşüm sürecini etkilemesi.

Burada bahsi geçen süreç akışının tam olarak anlaşılabilmesi için kültürel değerlere atfedilen önem ile kültürel dönüşüm süreci ilişkisi açıklanmaya muhtaçtır. Bir toplumun kültürel değerlerine yüklediği önem derecesi, dönüşüm sürecini etkilemektedir. Dönüşüm genellikle korunma ihtimalinin daha yüksek olduğu düşünülen fiziksel görünüm ile başlamaktadır. Özellikle geleneksel giyim tarzı ve bir kısım davranış kalıpları, uygulayıcı ve geleneklerine bağlı temsilcilerini kaybettikçe dönüşüm süreci hızlanmaktadır. Devam eden süreçte ise geleneksel kıyafetler, yalnızca turizm faaliyetlerinde kullanılan sembolik bir unsur hâline gelmektedir. Mutfak kültüründe ise daha yavaş ve kısmi de olsa benzeri bir dönüşüm yaşanmaktadır (Carter & Beeton, 2004, s. 426-427). Bu dönüşüm sürecinde yerel halkın içerisinde geleneklerine bağlılığı daha düşük olan ve özellikle de turizm sektöründe hizmet sağlayan kimselerin (örneğin; bu tanımlamaya uygun bir turist rehberi) bir kültür simsarı olarak kültürel dönüşümü hızlandırdığı ifade edilmektedir (Jennings & Weiler, 2006).

Turist gönderen ülke ile ev sahibi toplum arasındaki kültürlerarası ilişkileri ve devamında yaşanması muhtemel kültürel dönüşümü etkileyebilecek önemli konulardan biri de *kültürlerarası uyumlaşmadır*. Farklı kültürlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan kültürlerarası uyumlaşma; geçmişten gelen ön yargılar, medyanın etkisi, yaşanılan ülke ile seyahat edilen ülke arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkiler ve birtakım belirsizlikler gibi pek çok değişkenden etkilenmektedir. Dolayısıyla, iki taraf için de kültürlerarası uyumlaşmada ortaya çıkabilecek kuşku ve belirsizlik iklimini azaltabilmek için çeşitli yollar bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir:

- Turistlere yerel kültür hakkında bilgi verilmesi,
- Kültürler arasındaki ortak değerlerin daha görünür kılınması,
- Toplum ya da kültürler hakkında doğruluğu tartışılan yargılara itibar edilmemesi,
- Grupların birbirine ön yargı ya da ırk üstünlüğü gibi olumsuz tutumlar ile yaklaşmasını engelleyici olumlu temas ortamlarının geliştirilmesi,
- Ana dilin dışında bir veya daha fazla yabancı dilin öğrenilmesi.

2.1.4.5. Sanat Anlayışının Değişmesi

Turizmin geliştiği bölgede geleneksel el sanatları, folklor, güzel sanatlar ve mimari estetik anlayışı canlanmıştır (Aktaş Polat & Polat, 2016, s. 264). Ayrıca, turizm gerek turist gönderen bölge gerekse de turist kabul eden bölge halkları açısından düşünüldüğünde; kişisel ya da aile ile ilgili etkinliklere, kültürel ve sanatsal faaliyetlere daha fazla zaman ayrıldığından bireyler ve buna bağlı olarak toplumlar sosyal, psikolojik, kültürel ve sanatsal açılardan olumlu yönde etkilenmektedir. Aynı zamanda yerel toplumların, kendi değerlerini keşfederek küreselleşme ile tüm dünyayı etkisi altına alan baskın Batı kültüründen uzaklaşabilmeleri ve geleneksel yerel kültürleriyle bütünleşebilmeleri mümkündür (Lanquar, 1991, s. 66-67). Ancak tüm bunlara rağmen, turizmin gelişim gösterdiği destinasyonlarda kitlesel üretim pazarının gelişmeye başlaması sanatsal değerlerin, turizm için pazarlanabilir bir ürün formuna dönüştürülerek meta konumuna indirgenme0si ile sonuçlanmaktadır (Fromm, 2014, s. 130-140).

Turizm ve sanat ilişkisi konusunda yerel halkın görüşlerinin incelendiği araştırmaların genelinde yerel halk, turizmin geleneksel sanatların korunmasına ve/veya canlanmasına katkı sağladığına (Deitch, 1989; Popelka & Littrell 1991; Ryan & Crotts, 1997; Korça, 1998; Boyd, 2002; Besculides vd., 2002; Uslu & Kiper, 2006; Pappas, 2008; Demircan, 2010; Nunkoo & Ramkisson, 2010; Karaman & Avcıkurt, 2011) bir kısmında ise geleneksel sanatların anlamını kaybederek, yalnızca turistlere sunulan ürünler olarak görüldüğüne (Bascom, 1976; May, 1977; Simons, 2000; Baykan, 2007) dair görüşlerini paylaşmıştır.

2.1.4.6. Gelenek ve Göreneklerin Değişmesi

Turist kabul eden ülke insanlarının turistlere özenmenin etkisiyle, gelenek ve görenekleri (örf, âdet, anane vs.), değer yargıları ve davranış kalıplarında farklılıklar ortaya

çıkmaktadır. Yerel halkın atalarıyla arasındaki bağı oluşturan bu tür değerlerin, turistlerin değerleri ile karşılaştırılarak değiştirilmesi/terk edilmesi söz konusu olabilmektedir. Turistlerin sahip olduğu maddi varlıkların ya da davranışlarının taklit edilmesi çoğu zaman yerel halkın mevcut kültürel değerlerinin kaybolması ile sonuçlanmaktadır (Williams, 1998, s. 152). Bazı durumlarda ise özellikle köklü bir tarihi geçmişe ve kadim bir geleneğe sahip toplumlar, kendi geleneklerini turistlere benimsetebilmektedir (Besculides vd., 2002, s. 314).

Toplumsal açıdan gelenek ve göreneklerin devamlılığına yerel halkın bakış açısına dair birtakım çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların bir kısmında yerel halk tarafından turizmin gelişimi nedeniyle bu değerlerin tamamının ya da bir kısmının bozulduğu/bozulmasının hızlandığı/değiştiği (Akis vd., 1996; Tayfun & Kılıçlar, 2004; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008; Pappas, 2008; Aref & Redzuan, 2010; Sharma, 2010; Karaman & Avcıkurt, 2011; Dikici & Sağır, 2012; Uçar, 2012) ifade edilmekte, bir kısmında ise turizmin bu değerleri değiştirici bir etki göstermediği ya da olumlu bir şekilde etkilediği (Gürkan, 1997; Korça, 1998; Besculides vd., 2002; Uslu & Kiper 2006; Baykan, 2007; Özmen, 2007; Öztürk vd., 2007; Gümüş & Özüpekçe 2009; Demircan, 2010) savunulmaktadır.

2.1.4.7. Dinî İnanış ve Yaşayış Biçiminin Değişmesi

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada turizmin, bazı dinî değerlerin aşınmasına, değişikliğe uğramasına ya da yok olmasına neden olduğu ifade edilmiştir. Güneydoğu Asya'da yer alan ve Laos'un turistik köylerinden biri olan Luang Prabang yerel halkının önemli bir kısmı, turizm nedeniyle dinî bir ritüel olan baci ve binthabat törenlerinin ticarileştiğini belirtmiştir. Baci ve binthabat törenlerinin bölgeye gelen ziyaretçileri karşılama ve diğer ticari amaçlarla yalnızca turistler için gerçekleştirildiği ve bu törenlerde yabancı ziyaretçileri görmenin çok sıradan hâle geldiği belirtilmektedir. Bu şekilde geleneklerden ödün verilmesinin toplumun dinine bağlılığını sürdüren kesiminde endişelere yol açtığı aktarılmıştır (UNESCO, 2004, s. 73). Ayrıca, sema gösterilerinin Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden turistlere ücret karşılığında ve özünden koparılarak sunulması da konu ile ilgili örnek teşkil eden bir durumdur.

Turizmin yerel halkın dinî inançlarını ve pratiklerini yerine getirmeleri üzerindeki etkilerine ilişkin mevcut alan yazınında yer alan çalışmalardaki bulgular, farklılık göstermektedir. Turizmin gelişmesinin Avrupa ve ABD'de Hristiyanlık inancının zayıflamasına ve Hristiyanlıkta önemli bir yeri olan pazar ayinlerine katılımı azalttığına, diğer taraftan Uzak Doğu ve bazı Afrika ülkelerinde ise Hristiyanlığın yaygınlaşmasına neden olduğu belirtilmektedir (Boyer, 1981, s. 196-197). ABD'nin turistik bir kıyı kasabasında tatil yapan Hristiyanlar üzerinde gerçekleştirilen bir araştırma bulgularında turistlerin yalnızca %7'si tatildeyken kiliseye gideceğini ancak %44'ü ise tatilde olmasaydı kiliseye gideceğini belirterek ilgili önermeyi desteklemiştir (Dixon, 1979, s. 258). Diğer çalışmalarda ise yerel halkın büyük çoğunluğu, turizm faaliyetlerinin gelişiminin ev sahibi toplumun dinî inançları ve dinî pratiklerini yerine getirmeleri üzerinde olumsuz bir etkide bulunmadığı görüşünü paylaşmıştır (Baykan, 2007; Huttasin, 2008; Zamani-Farahani & Musa, 2012).

2.1.4.8. Dilin Değişmesi

Bu bölümde öncelikle, turizmin bir destinasyonda yaşayan bölge halkının dili üzerindeki dönüştürücü etkileri incelenmektedir. Bu etkileri White (1974), üç başlıkta ele almıştır.

- **Yabancı çalışan etkisi:** Bölgede turizm gelişiminin neticesinde turistik tesislerde yabancı uyruklu personel istihdam edilebilmektedir. Yabancılarla bir arada çalışmak durumunda olan yerel halk ise onların dilini öğrenme ve konuşma baskısı yaşayabilmektedir.
- **Özendirme etkisi:** Gelir düzeyi yüksek turist gruplarının ülke ya da bölgeye gelmesi yerel toplumun, turistlerin yaşam tarzlarına, kullandıkları eşyalara ve dillerine özenmesine neden olabilmektedir. Nitekim, bu durum yabancı kelimelerin yerel halkın kendi aralarındaki konuşma diline ve turistik destinasyondaki işletme tabelalarına yansıması ile sonuçlanabilmektedir.
- **Sosyal iletişim:** Turizm, sosyal iletişim yoluyla gelişim gösterdiği bölgelerde yaşayan yerel halkın yabancı dil öğrenimini ve farklı ülke insanlarının kültürlerinin öğrenilmesini teşvik etmektedir. Dil öğrenimi, yerel halk-turist iletişim ve etkileşimini kolaylaştıracağı gibi ulusların birbirine olan sosyal ve kültürel uzaklığının da azalmasına neden olacaktır. Ulusların birbirlerini daha iyi

anlamasına, birbirlerine karşı ön yargılarının azalmasına ve dolayısıyla dünya barışına katkı sunacaktır.

Turist kabul eden bölgede yaşayan yerel halkın dilinin farklı şekillerde erozyona uğradığı görülmektedir. Bunlar; özgün dildeki kelimelerin yerine yabancı kelimelerin kullanımının tercih edilmesi, yeni üretilmesi gereken kelimelerin ise doğrudan yabancı dilden alınmasıyla yerel dilin gelişimini sürdürememesi (Doğan, 2004, s. 133; Baykan, 2007, s. 193; Uçar, 2012, s. 114) ve özellikle daha az temsilcisi olan yöresel dili kullananların sayısının azalmasıyla dilin yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalması (Lonardi, 2022, s. 342) şeklinde ifade edilmektedir.

2.1.4.9. Yerel Kültürün Metalaştırılması

Sanayileşme ve kentleşme ile başlayan, kapitalizm ve kapitalizmin ortaya çıkardığı fordist üretim ve hedonist tüketim anlayışıyla artarak ilerleyen tüketim çılgınlığı (Baudrillard, 2017), postmodernizm ve dijitalleşmenin de etkisiyle 21. yüzyılda en üst seviyesine ulaşmıştır. Her an yeni bir nesnenin, metanın tüketildiği postmodernist dünyada; küresel sistemin sembolik olarak meydana getirdiği piyasa gibi unsurların, uluslarüstü kurumların, uluslararası ya da çok uluslu şirketlerin ve kaçınılmaz olarak bu sisteme angaje olmuş ulus devletlerin de desteğini alarak gelişen turizm faaliyetleri (Bulut, 2024), hazcılığın (Otto & Ritchie, 1996, s. 169), yapay eğlencelerin (Fromm, 2014, s. 129) ve kültür endüstrisinin (Adorno, 2007, s. 142) esiri olmuştur. Nitekim küresel sistemin hâkimiyetine girmiş bir turizm sektörü, yerel kültür dâhil olmak üzere karşısına çıkan tüm değerleri birer metaya dönüştürebilme kapasitesine sahip bulunmaktadır (Günlü Küçükaltan & Dilek, 2017, s. 4-5).

Yerel kültürün somut ve somut olmayan değerleri, turizm sektöründe tüketim sürecine dâhil edilerek zamanla birer metaya dönüşmekte ve bu da kültürel varlık özelliğini yitirmelerine neden olmaktadır. Kuşkusuz konu turizm olduğunda somut ya da somut olmayan tüm kültür varlıkların, turistik bir ürün olarak nihai tüketiciye pazarlanabildiği ölçüde bir anlam ifade etmektedir. Ancak bazı tarihi mabetlerin restorasyonunda görüleceği üzere; yapının bulunduğu çevre ile bütün olarak var olan orijinal dokusu, otantik yapısı ve manevi atmosferinin yaşatılmasından ziyade turistin gözüne hitap eden seyirlik yapılar elde edilerek kentlerin tarihi geçmişinin pazarlanarak tüketilmesi

amaçlanmaktadır (Pekol, 2010, s. 8). Bu durum ise tam olarak kültürel mirasın turizm aracılığıyla metalaştırılmasını ifade etmektedir.

Diğer taraftan, yerel halkın kültürünü ve yaşam tarzını dönüştürerek özellikle de Batılı turistlerin kültürel değerlerini, moda anlayışını, yaşam tarzını benimsemesi kültürel yozlaşma olarak tanımlanmaktadır (Baykan, 2007). Dolayısıyla, yerel halkın turistlerin davranışlarını taklit etmesiyle başlayan süreç, yerleşik tutum ve alışkanlıklara dönüşmektedir. Bu çerçevede yer verilmesi gereken diğer bir kavram ise *kültürleşmedir*. Kültürleşme, turizm aracılığıyla ya da farklı şekillerde bir araya gelen toplumların kültürel açıdan birbirinden etkilenerek değişikliğe uğradığı ve birbirlerine uyum sağladığı süreç olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2010, s. 107). Yerel halkın kültürünün tamamen otantik yapısı korunarak turistlere sunulmaya çalışıldığı diğer bir durumda ise bazen turist ve yerel halk arasındaki mesafe oldukça açılmakta ve yerel kültür, tam olarak meta konumuna indirgenmektedir. Bu duruma, özellikle Afrika'nın bazı ilkel dönem kabilelerinin kültürünü ve yaşam tarzını görmek isteyen turistlerin, bu halkların yaşadığı köyleri belirlenen mesafeyi koruyarak adeta bir hayvanat bahçesi ziyaret eder gibi ziyaret etmeleri örnek olarak verilebilir (Tuna, 2015).

Ayrıca yerel kültüre ait somut ya da somut olmayan varlıkların yalnızca ticari amaçlarla turistlere sunulmasıyla gerçek anlamını yitirdiği, özünden uzaklaştığı savunulmaktadır (MacCannell, 1973; Greenwood, 1989; Wall & Mathieson, 2006). İngiltere'nin bazı kiliselerinin ibadet yapılan ve dinî ritüellerin yansıtıldığı merkezler olmanın ötesinde birer alışveriş ve kazanç sağlama merkezine dönüştüğü görülmektedir (Avcıkurt, 2015, s. 94). Benzer şekilde Mardin'de yürütülen bir araştırmada turizm gelişimi sonrası yerel halkın giyim tarzının, geleneksel folklorik etkinliklerinin, çeşitli ritüellerinin ve kültürüne ait diğer unsurların, turistin istediği şekilde metalaştırılarak sunulduğu tespit edilmiştir (Kaygalak vd., 2013, s. 247). Diğer bir örnek de Şanlıurfa'nın kadim kültüründe önemli bir yere sahip olan ve UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne de girmiş bulunan sıra geceleridir. Bölgede önemli bir yeri olan bu dost meclisleri, birtakım ticari kaygılar, modernleşme ile ortaya çıkan dönüşüm ve iç turizm hareketliliği gibi gerekçelerle özünden koparılarak yeni bir forma evrilmiştir (Avcıkurt, 2015, s. 94).

2.1.4.10. Yerel Halkın İstismarı

İstismar kavramı, birinin iyi niyetini kötüye kullanma ya da sömürme anlamlarına gelmektedir (TDK, 2024). Turizm sektörünün yerel halkın istismarına yol açtığı düşünülen etkilerinden bazıları şu şekilde sıralanmıştır (Diamond, 1977, s. 540; Mathieson & Wall, 1982; 148; Doğan, 2004, s. 151-152; Uslu & Kiper, 2006, s. 305-306):

- Yerel halkın emeğinin ekonomik karşılığını tam olarak alamaması,
- Yoksul yerlilerin zengin turistlere hizmet etmesi ve kendi faydalanamadıkları hizmetlerden yabancıların faydalanması sonucu yeni bir sömürgecilik anlayışının ortaya çıkması,
- Turistlerle kurduğu iletişim sonrası aşağılık hissine kapılan ve onları taklit eden yerel halkın kültürel açıdan asimilasyona uğraması,
- Gelişmiş ülke vatandaşlarının turizm aracılığıyla özellikle az gelişmiş ülke toplumlarının özgün kültürlerini yok ederek kültürel bakımdan köleleştirmesi,
- Turizmin çocukların çalıştırılması ve etnik kimliğin yok edilmesi gibi sonuçlar doğurmasının yerli çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri,
- Yerel kültürün seyirlik duruma gelmesi ve ticarileşmesinin, kendi kültürüne yabancılaşma ile sonuçlanması,
- Yerel kültüre ait unsurların turistik bir öğe olarak değiştirilmesi sonrası anlamını yitirmesi ve özgünlüğünü kaybetmesidir.

Turizmin yerel halkın istismarına yol açıp açmadığı ya da istismar edilmesi üzerindeki etkileri bir kısım araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Konu ile ilgili olarak, tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından pazarlanan ve turistler tarafından da ilgi gören bazı turizm türleri olduğu ve bu turizm türlerinin doğrudan yerel halkın istismarına neden olabileceği belirtilmektedir. Bunlar; gecekondu turizmi (slum tourism), getto turizmi (ghetto tourism), yoksulluk turizmi (poverty tourism), banliyö turizmi (suburb tourism), varoş turları (reality/favela tours) şeklinde sayılmaktadır. Birbirinden küçük farklarla ayrılan bu turizm türlerinin ortak noktası, maddi imkânı olan insanların maddi yetersizliğe sahip toplum kesimlerinin yaşadıkları bölgeleri ziyaret ederek onların yaşamlarını gözlemlemeleridir (Arslan, 2023, s. 20). Gecekondu turizmi örneği üzerinden hareket eden bir araştırmada gecekondu turizmi ile yoksulluğun, sefaletin ve eşitsizliğin

bir turizm ürününe dönüştürülmesi eleştirilerek gecekondu sakinleri ile turist karşılaşmasının önceden var olan ekonomik, sınıfsal, ırksal ve toplumsal ayrışmaları derinleştirdiği ifade edilmektedir. Başlangıçta yoksul bölgelerin kalkınması ve yöre halkının sahip olduğu sosyal imkânların arttırılması amaçlanarak bir anlamda yoksul yanlısı turizm yaklaşımıyla ortaya koyulan bu turizm türleri, uygulamada çeşitli bağlam ve düzeylerde yerel halkın istismarı ile sonuçlanabilmektedir (Gülduran & Akdeniz, 2022, s. 463-469).

Yerel halkın istismarını konu edinen başka bazı çalışmalarda bulunmaktadır. Örneğin; Yeni Zelanda'da yürütülen bir araştırmada katılımcıların önemli bir kısmı, yerel kültürün turizm yoluyla istismar edildiğine inandıklarını ifade etmiş (Williams & Lawson, 2001, s. 279), bir başka araştırmada Cheju (Güney Kore) yerel halkınca turizmin istismar edilme düzeylerini artırdığı önemli ölçüde kabul görürken (Ko & Stewart, 2002, s. 525), ABD'nin Arizona eyaletinde gerçekleştirilen bir başka araştırmada ise turizmin yerel halkın istismar edilme düzeylerini etkilemediği tespit edilmiştir (McGehee & Andereck, 2004, s. 135).

2.2. Turizm ve Sosyokültürel Değişim

Turizm yapısı gereği, farklı bir geçmişe, dinî ve kültürel değerlere sahip toplumlar arasında bir etkileşim meydana gelmesine neden olmaktadır. Bu etkileşim sonucunda yaşamlarını sosyal ve ekonomik açıdan turizme bağlı olarak sürdüren yerel toplumların, baskın kültürün (turistin) yaşam tarzına ve kültürel değerlerine öykünme ve benimseme isteği ortaya çıkmaktadır (Sampaio vd., 2014, s. 93). Turistin turizm faaliyetlerine katılmak üzere yaşadığı yerden turistik bölgeye gerçekleştirmiş olduğu seyahat, yalnızca fiziksel bir yer değiştirme hareketi olmayıp, aynı zamanda duygusal, zihinsel, kültürel, sosyal, ekonomik, teknolojik hatta politik bir yer değiştirme hareketidir. Turist; kültürüne, değerlerine, düşünce dünyasına dair tüm bu birikimi ile bir seyahat gerçekleştirmektedir. Ayrıca, turistik ortamda sürekli yaşadığı yerdeki davranış kalıplarının dışına çıkmak ve günlük yaşamındaki rutin aktivitelerden farklı deneyimler elde etmek istemektedir (MacCannell, 1989; Urry, 2009). Dolayısıyla, çoğu zaman günlük yaşamında olduğundan farklı davranışlar sergilemektedir. Bu davranışlar, bazen yeni yerler görme ve yeni insanlarla tanışmanın sonucunda ortaya çıkan insani açıdan zenginleşme ve duygusal yenilenme (sevgi, şefkat, anlayış duyguları vb.) gibi olumlu

yönde olurken, bazen de turistik ortamda aşırı rahatlayan turist; suç işleyebilmekte (Smith, 1992; Zhou vd., 2014), yerel halkın kültürüne, değerlerine, inancına saygısızlık edebilmekte, bölge halkını ve yaşantısını aşağılayabilmektedir (Tuna, 2015). Bu durum, bölge sakinleri ile turistler arasında çatışmalara yol açabilmekte, hatta bölge halkının huzurunun bozulmasına neden olarak turistlerden nefret etme duygusuna kadar gidebilmektedir. Bu doğrultuda, turistik destinasyonda yaşayan bölge halkının turizmden kaynaklanan olumlu sosyokültürel etkilerinin artırılması ve olumsuz sosyokültürel etkilerinin ise en aza indirilmesinin sağlanması gerekmektedir.

2.3. Konu ile İlgili Öne Çıkan Kuramlar

Bu bölümde yer verilecek olan kuram ve modellerin; turizmin bir bölgede gelişmeye başladığı andan itibaren gösterdiği gelişim seyrinin, turistik destinasyonda yaşamını sürdüren yerel halkın turizmden etkilenme düzeyi, bu etkilere ilişkin algıları ve algılarına ilişkin ölçüm yollarının anlaşılmasına dair önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada; sosyal temsiller kuramı (Moscovici, 1961), eşitlik kuramı (Adams, 1963), sosyal mübadele kuramı (Blau, 1964), Doxey'in tolerans modeli (Doxey, 1975) ve Butler'ın turizm alanı yaşam döngüsü modeli (Butler, 1980) ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

2.3.1. Sosyal Temsiller Kuramı

Serge Moscovici'nin (1961) geliştirdiği sosyal temsiller kuramına göre bireyler etrafındaki nesne ve olaylara ilişkin farklı algılara sahiptir ve bu algılar, tutum ve davranışları oluşturmaktadır. Sosyal temsil kavramı, dünyayı görme biçimi, bir nesne hakkındaki bilgi, tutum ve inançlar ile bir grubun bilişle ilgili sahip olduğu ortak bileşenler olarak tanımlanmıştır (Flament & Rouquette, 2003). Dolayısıyla, bu kurama göre sosyal bilişin temelinde bireysel temsilden ziyade sosyal temsiller bulunmakta ve bu biliş düzeyinde ise toplumsal hafızanın içerik ve işlevinin esas alınması gerekmektedir (Moscovici, 1984).

Sosyal temsiller, bireylerin deneyimlerine dayalı olarak ne tür ilişkiler ortaya koydukları ve bunları nasıl ifade ettiklerine yönelik toplumsal yaklaşımların anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. İletişim sürecinde ortaya koyulan ve sosyal ağlar aracılığıyla organik bir şekilde değişen ve dağılan sosyal temsiller, siyasi görüşten dinî inanca, algı, tutum ve

davranışlardan gündelik düşüncelere varıncaya kadar pek çok faktörü kapsamaktadır. Nitekim sosyal temsiller kuramı, sosyal yapının anlaşılmasında en önemli adımın anonim gerçeklerin analiz edilmesi olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal temsiller, grupta yer alan üyeler arasındaki ilişkilere bağlı olarak üç şekilde incelenmektedir (Moscovici, 1988, s. 221-222):

- **Hegemonik temsiller:** Ulus-şehir-siyasi parti gibi üst düzeyli ilişkilere sahip oluşumlar tarafından paylaşılan bu temsiller, sembolik ve/veya duygusal pratiklere hâkim olarak gelişim gösterirler. Tekdüze ve zorlayıcıdırlar.
- **Özgür temsiller:** Birbiri ile yakın ilişkide olan alt gruplarda düşünce ve bilgi paylaşımı ile ortaya çıkmaktadır. Alt gruplardan her biri kendi organik yapısını oluşturmakta ve diğerleri ile paylaşmaktadır. Bunlar, toplumsal düzlemde bazı değerlendirme ve paylaşımların bir sonucu ve belirli bir düzeyde özgürlüğüne kavuşmuş temsiller oldukları için birbirini tamamlayıcı bir işleve sahip bulunmaktadırlar.
- **Polemikçi temsiller:** Gruplar arası sosyal çatışmalar devam ederken gerçekleşen temsiller olup, toplumun geneli tarafından paylaşılmamaktadır. Bu tür gruplarda temsiller, düşmanca ilişkilere ve gerçekte olmayan bir muhatapla kurulan diyaloglara dayandırılarak gelişmektedir.

Bu üç temsilde de bilinmeyen bir şeyi bilinir hâle getirmek amaçlanmaktadır. Kuramın bilişle ilgili iki temel aşamadan oluştuğu belirtilmektedir. Bilinmeyeni, eskiden bilinen sosyal temsiller alanına sokarak karşılaştırabilmek ve değerlendirebilmek için *demirleme* aşamasına; somuta dönüştürerek algılayabilmek ve kontrol edebilmek için ise *nesneleştirme* aşamasına ihtiyaç duyulmaktadır (Höijer, 2011, s.7). Kuramın turizm araştırmalarında kullanılmasına yönelik olarak inceleme yapan Pearce ve diğerleri (1996), turistik destinasyonlarda özellikle tutumlara yönelik bilgi üretmeyi amaçlayan araştırmalarda sosyal temsiller kuramından faydalanılabileceğini belirtmektedir. Araştırmacılara göre, bireylerin günlük deneyimlerinin, onları nasıl etkilediği ve bu deneyimlere dair ne düşündükleri belirlenerek destinasyonların bugünü ve geleceğine katkı sağlayacak sosyal gerçeklikler öğrenilebilmektedir.

2.3.2. Eşitlik Kuramı

Adams (1963) tarafından geliştirilen eşitlik kuramı, kişinin gerçekleştirdiği eylemin/yaptığı işin sonucunda elde ettiği çıktıların birbiri ile dengeli olması durumunu ifade etmektedir. Diğer bir deyişle 1 birimlik iş üretimi ile 1 birimlik çıktı elde edilmesi olarak açıklanmaktadır. Bu kurama göre kişinin çabasının karşılığını alamaması, eksik ya da fazla alması durumları huzursuzluk ve mutsuzluk nedeni olmaktadır (aktaran Huseman vd., 1987, s. 22).

Eşitlik kuramı, ev sahibi toplumun turizmin gelişimine yönelik algı ve tutumlarındaki değişikliklerin açıklanması için Pearce ve diğerleri (1991) tarafından kullanılmıştır. Bu araştırmacılar, yerel halkın turizm gelişimi ile ilgili destek verme ya da karşı çıkma konusundaki yaklaşımlarının temel eşitlik prensibine göre fayda ve maliyet unsurlarını dikkate alarak değerlendirdiklerini ve böylece bir sonuca vardıklarını düşünmektedir. Buna bağlı olarak yerel halk, turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz etkileri dengeli olduğunda ya da olumlu etkileri daha fazla olduğunda bir eşitlik dengesinin oluştuğuna inanmaktadır (Easterling, 2004, s. 48).

2.3.3. Sosyal Mübadele (Değişim) Kuramı

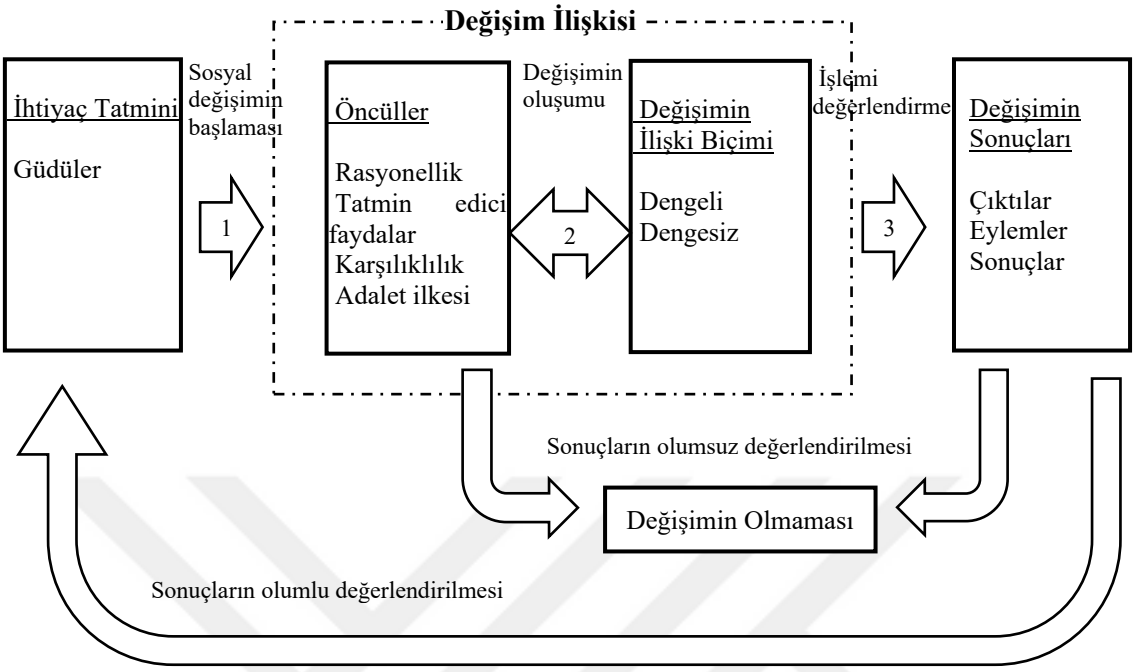
Sosyal davranışları ilk defa bir mübadele olarak ele alan kişi Homans (1958) olsa da bunu bir kuram kapsamında değerlendirerek sosyal mübadele kuramını ortaya koyan kişi ise Blau (1964) olmuştur. Bu kuram ile sosyal etkileşim içerisindeki bireylerin maddi ya da maddi olmayan (saygı, sevgi, arkadaşlık, önemsenme vb.) kaynakların mübadelesinde fayda ve maliyet dengesini gözeterek hareket ettiği savunulmakta ve bu dengenin ortaya çıkardığı sosyal etkiler açıklanmaya çalışılmaktadır (Homans, 1974). Bu doğrultuda kurama ait temel ilkeler şu şekilde ifade edilmektedir (Searle, 2000):

- Bireylerin başladıkları bir ilişkiden fayda beklentileri bulunmaktadır.
- Elde edilen faydanın artarak sürmesi, ilişkinin devamlılığı için önemlidir.
- Fayda ve maliyet dengesinin adil olması, ilişkinin devamlılığı için önemlidir.
- Bu sosyal ilişkinin maliyeti, elde edilen faydayı aşmamalıdır.
- İlişkiden beklenilen faydaya ulaşılma olasılığı yüksek olmalıdır.

Bireylerin sosyal yaşamlarında ilişkide oldukları tüm insan ve gruplar ile arasında mübadeleye dayalı bir etkileşim olduğunu vurgulayan kurama göre bu etkileşimin sonucunda katlanılan maliyetin karşılığının alınacağının ya da elde edilmesi umulan faydaya ulaşılacağının bir garantisi bulunmamaktadır (Blau, 1964). İlişkinin taraflarından saygı görme, takdir edilme, değer verilme, dikkate alınma gibi davranışlar ile karşılaşılması, beklenilen faydaya ulaşıldığı anlamına gelmektedir. Aksi durumda bu davranışlardan mahrum olmak ise ilişkilerin maliyetini arttırmaktadır. Dolayısıyla ilişkinin maliyetinin elde edilen faydayı geçmediği durumlarda uzun süreli bir ilişki devam edebilirken, maliyetin faydayı geçmesi durumunda ilişkinin zayıflaması ve kısa süreli olması beklenmektedir (Gonzalez vd., 2018, s. 280).

Sosyal mübadele kuramının 20. yüzyılın sonlarından itibaren turizm araştırmacıları tarafından turizmin etkilerinin açıklanmasında kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Perdue ve diğerleri (1990), turizmin etkilerine ilişkin yerel halkın algıları ile turizm gelişimine olan destekleri arasındaki ilişkiyi açıklamada bu kuramdan yararlanmıştır. Buna göre, yerel halkın turizmden beklenilen faydayı elde ettiğinde turizm gelişimini de desteklediği belirtilmektedir. Ap (1992) ise turizmin etkilerine ev sahibi toplumun vermiş olduğu reaksiyonların nedenleri üzerinde durarak hangi koşullarda değiştiğini anlamaya çalışmış ve bu doğrultuda bir model geliştirmiştir.

Şekil 2.1. Sosyal değişim süreci modeli



Kaynak: Ap'dan (1992, s. 670) uyarlanmıştır.

Modele (Şekil 2.1) göre, bir bölgede turizmin sürebilmesinin ön koşulu yerel halk ve turistler arasında karşılıklı mübadelenin olmasıdır. Turistler ile yerel halk arasındaki etkileşim sınırlı olsa da yerel halkın turizmden elde ettiği faydanın, bölgede turizm sektöründen ya da turistlerin varlığından doğan maliyete katlanılmayı göze alacak yeterlilikte olması gerekmektedir. Dolayısıyla, turizmden doğan bu etkileşimin her iki taraf için de yeteri kadar fayda sağlaması ve tarafları tatmin etmesi önem arz etmektedir. Aksi durumda, turizmden elde etmeleri gereken faydayı elde edemeyen yerel halkın turizm gelişimine karşı algılarının olumsuz olması beklenmektedir.

2.3.4. Doxey'in Tolerans Modeli

Doxey'in (1975) geliştirmiş olduğu tolerans (irridex) modeli, turizmin gelişim gösterdiği bölgede yaşayan yerel halkın turizme ve turistlere karşı algı ve tutumlarının zaman içindeki değişimlerini ele almaktadır (aktaran Mason ve Cheyne, 2000). Dört aşamadan oluşan modele göre birinci aşama *mutluluk* (euphoria) aşaması olup, yerel halk, turizmin sağlayacağı ekonomik ve sosyal faydalardan hoşnut olmaktadır. Bölge için turizm pazarlama ve planlamasının henüz tam olarak başlamadığı bu aşamada turizm işletmeleri yok denecek kadar azdır ve yerel halk ön plandadır. Yerel halk ve turistler arasındaki

ilişkinin tamamen ticarileştiği ikinci aşama ise *ilgisizlik* (apathy) aşamasıdır. Bu aşamada turizm pazarlama ve planlamasında artış yaşanmış ve turizmin gelişim gösterdiği dönemdeki heyecan kalmamıştır. İlerleyen süreçte yerel halk, turizmin sebep olduğu sosyal ve çevresel maliyetlerden rahatsızlık duymaya başlamıştır. Kitle turizminin hız kazandığı bu aşama üçüncü aşama olup *kızgınlık* (annoyance) aşamasıdır. Son aşamada ise kitle turizmi yaygınlaşmış ve yerel halk turizm sektörüne ve turistlere doymuş durumdadır. Modele göre, bu aşama yerel halkın turizme karşı nefret ve kin beslediği *düşmanlık* (antagonism) aşamasıdır (Beeton, 2006, s. 39; Stockton, 2011, s. 28).

Tablo 2.1. Doxey'in tolerans modeli

Aşamalar	**Özellikler**
Mutluluk	Bölgeye turistlerin gelmesi yerel halk için heyecan vericidir ve yerel halk turizm gelişiminden memnundur.
İlgisizlik	Turist sayısı arttıkça turistler yerel halk tarafından ticari bir meta olarak görülmeye başlanır. Turist ve yerel halk arasındaki ilişkiler kurumsal bir boyut kazanır ve resmileşir.
Kızgınlık	Turist sayısının artışıyla beraber doğal kaynakların ve sosyal olanakların kullanımına ilişkin yerel halk ile turistler arasındaki rekabet artar. Yerel halk turizmin gelişiminden endişe duymaktadır.
Düşmanlık	Bölgenin turizm anlamında doygunluğa ulaştığı ve taşıma kapasitelerinin aşıldığı evredir. Çevresel, sosyal, doğal tüm olumsuzlukların nedeni turistler olarak görülmektedir.

Kaynak: Ramchander'ın (2004, s. 75) çalışmasından uyarlanmıştır.

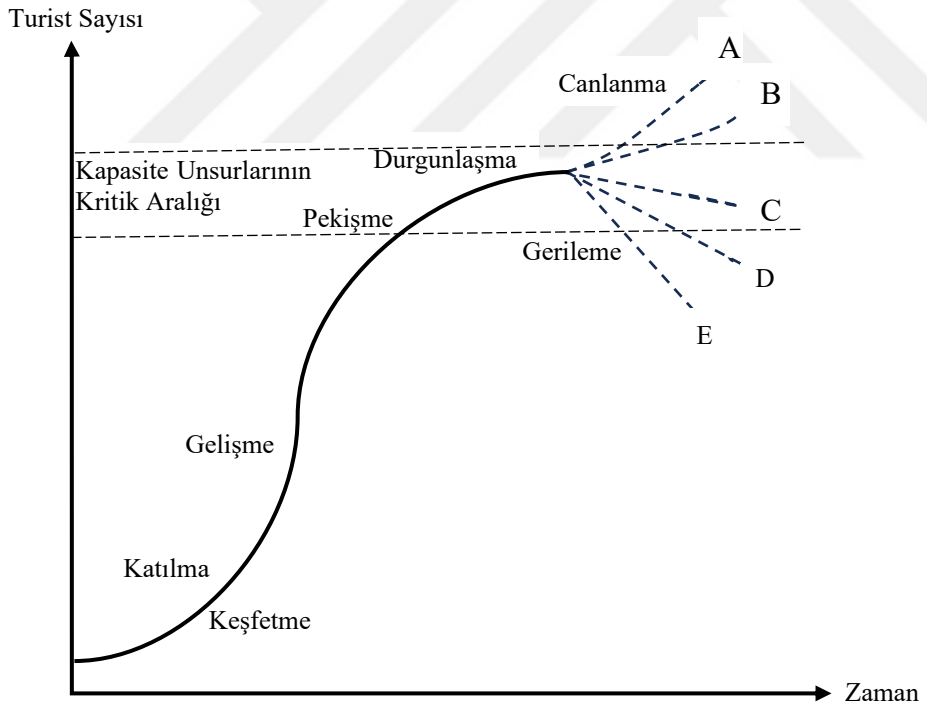
Doxey'in (1975) ortaya koyduğu bu model, bazı araştırmacılar tarafından test edilmiştir. Long ve diğerleri (1990), ABD'nin Colorado eyaletinde 28 farklı kırsal bölgeden topladıkları verilerle, turizm gelişiminin yerel halk tarafından başlangıçta olumlu algılandığını daha sonra olumsuz algıya doğru evrildiğini tespit etmiş ve bu şekilde modelin desteklendiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, Antalya'nın Belek ilçesinde yürütülen bir başka araştırmada ise modele göre 3. ya da 4. aşamada olması beklenen turizm gelişiminden yerel halkın memnun olduğu ve turistlere karşı kızgınlık ya da düşmanlık beslemedikleri saptanmıştır (Çetinkaya & Dedemen, 2013, s. 22). Ayrıca, destinasyonda yaşayan yerel halkın aynı anda farklı algı ve tutumlara sahip olduğunu gösteren araştırmalar da gerçekleştirilmiştir (Rothman, 1978; Brougham & Butler, 1981). Modelin savunduğu görüşe göre turizm gelişimi ile başlangıçta düşünülmeyen çevresel, sosyal maliyetlerin turist sayısı arttıkça bir sorun haline gelmesi ve ev sahibi toplumun turizmi sorumlu tutarak kin-nefret ve hatta düşmanlık beslemesi olası görünmektedir (Şahbaz & Karaçar, 2013. s.14). Ancak bazı araştırmalar (Rothman, 1978; Brougham &

Butler, 1981; Mason & Cheyne 2000) göstermektedir ki bir bölgedeki turizm gelişimi ve yerel halkın algı ve tutumları tek yönlü (olumludan olumsuza) ve homojen bir gelişim göstermemektedir.

2.3.5. Butler'ın Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli

Butler'ın (1980) turizm alanı yaşam döngüsü modeli de Doxey'in (1975) tolerans modeline benzer şekilde bir bölgedeki turizm gelişimi ile ilgilidir. Ancak belki de en önemli fark Doxey'in modeli ortaya çıkan sonuçlar itibarıyla yerel halkın algı ve tutumları ile ilgiliyken, Butler'ın modeli ise destinasyonun yaşam seyri ile ilgilidir. Ayrıca Butler modelinde turistik destinasyona gelen ziyaretçi sayısının yanı sıra altyapıyı da dikkate alarak bir destinasyonun gelişim seyrini altı evrede incelemiştir. Bunlar; *keşfetme, katılma, gelişme, pekişme, durgunlaşma, gerileme* ya da *yeniden canlanmadır* (Butler, 1980).

Şekil 2.2. Butler'ın turizm alanı yaşam döngüsü modeli



Kaynak: Butler'dan (1980, s. 7) uyarlanmıştır.

Butler'ın (1980) ortaya koyduğu model (Şekil 2.2), bir ürünün piyasaya çıktığı andan itibaren piyasadaki serüvenini anlatan ürün yaşam döngüsüne dayanmaktadır. Bu döngüye göre ürünün satışları ilk aşamada yavaş ilerlemekte (giriş) daha sonra hızla yükselmekte (büyüme) devam eden süreçte durağanlaşmakta (olgunluk) son olarak düşüş

(düşme) eğilimine girmekte ya da ürün geliştirme/inovasyon gibi uygulamalarla yeniden yükselişe geçmekte (yeniden canlanma) ve bu şekilde ürün yaşam süreci devam etmektedir. Ürün yaşam döngüsündeki ürünün karşılığı Butler'ın modelinde destinasyondur ve modelde ürün yaşam seyrine benzer bir yaşam seyrinin destinasyonlar için gerçekleştiği düşünülmektedir. Buna göre turizmin gelişmeye başladığı andan itibaren destinasyonların geçirdiği evreler şu şekilde açıklanmıştır (Butler, 1980, s. 6-9):

- **Keşfetme aşaması:** Bölgeye az sayıda ve bireysel seyahat eden turist gelmektedir. Alt yapı ve üst yapı olanakları açısından henüz gelişmemiş olan bölgede turizm tesisi bulunmamaktadır. Turistlerin yerel sakinlerle teması oldukça fazladır. Bölgenin fiziksel ve sosyal yapısında turistler kaynaklı bir değişiklik yaşanmamıştır. Turist profili, Plog'un (1974) allosentrikleri (dışadönük) ya da Cohen'in (1979) kaşifleri olarak belirtilmektedir.
- **Katılma aşaması:** Bölgeye gelen ziyaretçi sayısı artmaktadır. Yalnızca turistlerin kullanımına dönük tesisler yapılmaya başlanmıştır. Ziyaretçiler ve yerel halkın teması yüksek düzeyde ve yerel halk turizmden gelir elde etmektedir. Bölgenin ulaşım ve benzeri altyapı olanaklarının sağlanması ya da iyileştirilmesi için talepler, uygulayıcılara aktarılmaya başlanmıştır. Bazı reklam faaliyetleri başlayabilmektedir.
- **Gelişme aşaması:** Bölgenin turizm pazarı şekillenmiş durumdadır. Tanıtım ve reklam faaliyetleri artarak devam etmektedir. Yerel halk, turizm üzerindeki etki ve kontrolünü hızla kaybetmektedir. Yerel turizm tesisleri yerini zincir ve/veya uluslararası işletmelere bırakmaktadır. İthal iş gücü kullanımı başlamaktadır. Doğal ve kültürel cazibe merkezleri, yapay ve ithal çekiciliklerle desteklenmektedir. Bölgenin fiziksel görünümünde gözle görülür değişiklikler yaşanmakta ve yerel halkın bir kısmı bu durumdan rahatsızlık duymaktadır. Devam eden süreçte, turist sayısı yerel nüfusa eşit ya da yerel nüfusu geçmektedir. Turist profili Plog'un (1974) orta merkezli ve Cohen'in (1979) kurumsallaşmış turistlerine doğru değişim göstermiştir.
- **Pekişme aşaması:** Turist sayısı artmaya devam etse de artış hızı yavaşlamıştır. Bölge ekonomisinin önemli bir kısmı turizme bağlıdır. Tanıtım ve reklam faaliyetleri oldukça kapsamlı bir şekilde yapılmaktadır. Bölgedeki turizm sektörü, zincir işletmelerin ya da çok uluslu işletmelerin şubelerinin kontrolündedir.

Bölgede yeni açılan işletme sayısı oldukça azalmakta ya da yeni işletme açılmamaktadır. Ziyaretçilere sağlanan olanaklar, bölge halkının bir kısmı için hoşnutsuzluk ortaya çıkarmaktadır. Turizmin ilk gelişmeye başladığı dönemde yapılan turistik tesisler yıpranmaya başlamakta ve tesislerin niteliği düşmektedir.

- **Durgunluk aşaması:** Ziyaretçi sayısı en yüksek seviyesindedir. Taşıma kapasiteleri aşılmıştır. Bu durum; çevresel, sosyal ve ekonomik sorunların artmasına neden olmuştur. Bölgenin yerleşik bir imajı bulunmakta ancak, bölge artık kesinlikle mistik bir yer değildir ve moda destinasyon olma özelliğini yitirmiştir. Bölgede mevcut yatak kapasitesinin dolması ve ziyaretçi sayısının düşmemesi için yoğun çaba sarf edilmektedir. Yapay ve ithal tesis ve çekicilikler, doğal ve kültürel olanların yerini almaya ve bölgenin coğrafi yapısı önemsiz hale gelmeye başlamıştır. Bölgedeki taşınmazlar sık el değiştirmektedir. Turist profili, Plog'un (1974) psikosentrik (içedönük) ve Cohen'in (1979) organize kitle turistine evrilmiştir.
- **Gerileme aşaması (alt.1):** Bölgede turizm pazarının düşüşü söz konusudur ve bölge artık tatilcilerin gözdesi olmaktan çıkmıştır. Buna bağlı olarak bölge, yeni cazibe merkezleri ile rekabet edememektedir. Turistik tesisler, turistik olmayan yapılara dönüştürülmeye başlanmıştır. Bölgede iç turizm canlanmakta ve yerel ziyaretçilerin sayıları artmaktadır. Neticede bölgenin turistik işlevini tamamen yitirmesi ya da verimsiz bir turizm merkezi olarak kalması ihtimalleri söz konusudur.
- **Canlanma aşaması (alt.2):** Yeni rekreasyon biçimlerinin, insan yapımı (yapay) cazibe merkezlerinin ve/veya daha önce turizme kazandırılmamış doğal ve kültürel kaynakların turizme kazandırılmasıyla bölge turizminin yeniden yükselişe geçmesi mümkün görünmektedir. Aynı zamanda, alternatif/özel ilgi alanlarına dayalı turizm türleri ile turistik ürün çeşitlendirmesi yapılarak ve bölgenin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yoğunlaşılarak turistik destinasyonun yeniden ilgi odağı haline gelmesi sağlanılabilmektedir.

Her iki model de (Doxey'in ve Butler'ın modelleri) turizm gelişimini turizmin sektörel yönünü dikkate alarak değerlendirmesi ve yerel halkın turizm gelişimine karşı tutum ve algılamaları tekdüze ve homojen kabul etmesi nedenleriyle eleştirilmiştir. Zira, algı ve tutumlar çok çeşitli ve değişken bir özellik gösterebilmektedir (Faulkner & Tideswell,

1997, s. 7; Mason & Cheyne, 2000, s. 392; Zhang vd., 2006, s. 185). Bu noktada Ap (1992), sosyal değişim kuramının özellikle yerel halkı ilgilendiren sosyokültürel değişikliklerle daha fazla ilgili olduğunu öne sürerek her iki kurama (Doxey'in ve Butler'ın modelleri) da alternatif olabileceğini belirtmiştir.

2.4. Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları Belirleyen Faktörler

Turizmin etkilerinin incelenmesi ile ilgili olarak alan yazınında *algı* (Ap, 1992; Faulkner & Tideswell, 1997; Upchurch & Teivane, 2000; Besculides vd., 2002; Tosun, 2002; Andriotis, 2005; Perez & Nadal, 2005; Lim & Lee, 2006; Lee vd., 2007; Cordero, 2008; Jackson, 2008; Zhou & Ap, 2009; Zhou, 2010; Demirkaya & Çetin, 2010; Chen, 2011; Zamani-Farahani & Musa, 2012; Mensah, 2012; Long, 2012; Dağdeviren, 2015), *tutum* (Brougham & Butler, 1981; Lindberg & Johnson, 1997; Lawson vd., 1998; Gursoy vd., 2002; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Kuvan & Akan, 2005; Wang vd., 2006; Zhang vd., 2006; Lepp, 2007; Nepal, 2008; Gursoy vd., 2009; Chen & Chen, 2010; Choi & Murray, 2010; Latkova & Vogt, 2011; Harrill vd., 2011; Vargas-Sanchez vd., 2011; Nawijn & Mitas, 2012; Ribeiro vd., 2013), *düşünce* (Snaith & Haley 1999; Williams & Lawson, 2001), *perspektif* (Chen, 2001), *niyet* (Chen & Raab, 2012) gibi birbirinden farklı kavramlar kullanılmış olmasına rağmen, bu çalışmada algı kavramı tercih edilmiştir. Algı; karşılaşılan bir nesne, olay, kişi ve/veya duruma anlam yükleme süreci olarak tanımlanmaktadır (Reisinger & Turner, 2003, s. 148). Algı kavramının tercih edilme nedeni; bireylerin herhangi bir durum, nesne ya da olaya dair formel ya da informel bilgi, fikir ve öngörülere sahip olmaksızın algılarının var olabilmesinin mümkün olmasıdır. Nitekim, yerel halkın tamamının turizm ile ilgili yeterli sayılabilecek düzeyde fikir sahibi olmasının beklenemeyeceği açıktır. Yerel halkın turizme yönelik algılarını etkileyen faktörler, istatistiksel olarak *tek değişkenli* ve *çok değişkenli* faktörler olarak sınıflandırılmaktadır.

2.4.1. Tek Değişkenli Faktörler

Konuyla ilgili alan yazınında gerçekleştirilen araştırmalardan yola çıkarak tek değişkenli faktörler, *içsel* ve *dışsal* boyuttaki değişkenler olarak ikiye ayrılmıştır (Faulkner & Tideswell, 1997; Fredline & Faulkner, 2000; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Stylidis, 2012). Yerel halkın turizme ilişkin algılarını ortaya koyan araştırmalarda sıklıkla test

edilen tek değişkenli faktörlerin içsel ve dışsal boyutlarına ait değişkenlere alt başlıklarda yer verilmiştir.

2.4.1.1. İçsel Boyutlar

İçsel boyutlarda bireylerin turizmin etkilerine dair algılarının kişisel özelliklere göre farklılık gösterdiği ve bu algıların her durum ve şartta aynı olmadığı kabul edilmektedir (Fredline & Faulkner, 2000, s. 765). İçsel boyutlar içerisinde yer alan değişkenler; sosyodemografik özellikler, yaşanılan yerde ikamet süresi, turistik bölgeden uzaklık, turizme dair bilgi düzeyi, turistlerle etkileşim düzeyi, turizme ekonomik ve/veya mesleki açıdan bağımlı olma, turizme aktif katılım ve turizmin olanaklarından faydalanma, toplumsal aidiyet ve turizm planlamasında rol alma olarak sayılabilmektedir (Dağdeviren, 2015, s. 72).

2.4.1.2. Dışsal Boyutlar

Dışsal boyutlar ise toplum üzerinde bütüncül bir yaklaşımla makro ölçekte etki gücüne sahip bulunan ve yerel halkın algılarının değişmesine neden olan ortak değişkenlerden oluşmaktadır. Bu değişkenler; turist tipi, turist-yerel halk oranı, bölgenin turizm gelişim aşaması, mevsimsellik olarak belirtilmektedir (Faulkner & Tideswell, 1997, s. 6; Fredline & Faulkner, 2000, s. 765). Bu değişkenler aşağıda ele alınmaktadır.

- **Turist tipi:** Alan yazınında turist tipolojisi geliştiren pek çok araştırmacı olsa da özellikle en çok tercih edilen turist tipolojileri olarak Plog'un (1974) ve Cohen'in (1979) sınıflandırmalarına yer verilmiştir. Plog (1974, s. 55-58) iki gruba ayırdığı turistleri, *içedönük* ve *dışadönük* olarak isimlendirmiştir. Buna göre içedönük turistler, daha önceden bildiği ya da çoğunluk tarafından rağbet gören destinasyonları kurumsal olarak belirlenmiş bir tatil programına göre seyahat edenleri; dışadönük turistler ise yeniliğe açık, macera arayan ve bireysel olarak seyahat eden turist gruplarını kapsamına almaktadır. Cohen (1979, s. 183-190) ise turistleri beş gruba ayırmıştır. Buna göre *rekreasyonel turist*, daha çok fiziksel rekreasyonlara odaklanan; *şaşırtıcı turist*, günlük rutin yaşantısından uzaklaştırıcı etkinliklere katılmak isteyen; *deneyimsel turist*, otantik ve farklı deneyimler arayan; *deneysel turist*, yerli halk ile etkileşimi temel motivasyon kaynağı olarak

gören; *varoluşçu turist* ise seyahat ettiği destinasyonda yaşayan yerel halkın kültürüne ve yaşam tarzına uyum sağlamak isteyen turistleri temsil etmektedir.

- **Turist-yerel halk oranı:** Destinasyonu ziyaret eden toplam turist sayısının toplam yerel halk sayısına oranı olarak ifade edilen turist yerel-halk oranı, aynı zamanda turist yoğunluğunu ifade etmektedir. Bir kısım araştırmalarda destinasyona gelen turist sayısı az olsa da yerel halk ve turistler arasında içten bir etkileşim oluştuğundan turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin önemli boyutlara ulaşabildiği belirtilmektedir (Pizam, 1978; Butler, 1980; Brougham & Butler, 1981; Doğan, 1989). Diğer taraftan, destinasyondaki turist yoğunluğuna bağlı olarak, yerel halkın turistlere karşı negatif algı besleyebileceği sonucuna ulaşan araştırmalar da olmuştur (Pizam, 1978; Horn & Simmons 2002).
- **Bölgenin turizm gelişim aşaması:** Ev sahibi toplumun turizme dair algılarının ölçüldüğü pek çok araştırmada, bölgenin turizm gelişiminde hangi aşamada olduğu konusu dikkate alınan bir değişken olarak görülmektedir. Destinasyonda yaşayan yerel halkın algılarını turizm gelişim aşamasına göre değerlendiren bazı araştırmalarda *Doxey'in Tolerans Modeli* (Akis vd., 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Ryan vd., 1998; Mason & Cheyne, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Cavus & Tanrisevdi, 2003) bazı araştırmalarda ise *Butler'ın Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli* (Akis vd., 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Ryan vd., 1998; Mason & Cheyne, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Hovinen, 2002; Diedrich & Garcia-Buades, 2009) kullanılmıştır. Buna bağlı olarak, Yeni Zelanda'da 10 farklı turistik destinasyonda gerçekleştirilen bir araştırmada, destinasyonlarda turizm gelişimi ilerledikçe yerel halkın turizme karşı ilgilerinin azaldığı tespit edilmiştir (Lawson vd., 1998). Bir başka araştırmada, destinasyondaki turizm gelişiminin ilerleyen aşamalarında turizmin etkilerinin daha belirgin hale geldiği ve etki gücünün arttığı saptanmıştır (Diedrich & Garcia-Buades, 2009). Diğer taraftan, özellikle gelişmiş destinasyonlarda gerçekleştirilen bazı araştırmalarda ise yerel halkın turizmin etkilerine dair algıları turizm gelişiminin her aşamasında birbirine yakın şekilde olumlu seyretmiş, olumsuz algıya yönelik bir değişim söz konusu olmamıştır (Liu & Var, 1986; Faulkner &Tideswell, 1997; Sheldon & Abojena, 2001). Dolayısıyla gerek Doxey'in (1975) Tolerans Modeli gerekse Butler'ın (1980) Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli gibi yerel halkın algılarının belirli

bir biçimde değişeceğini öngören kuram ve modellerin tüm destinasyonlarda yaşayan her türden toplum grubu için aynı düzey ve biçimde gerçekleşmediği anlaşılmaktadır.

- **Mevsimsellik:** Turistik destinasyonlarda turist yoğunluğunun fazla olduğu hatta bazı bölgelerde belirli dönemlerde bölge nüfusunun çok üzerinde ziyaretçi sayılarına ulaşılan dönem, turizm sezonu olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, bu dönemde ortaya çıkan etkiler, turizmin mevsimsellik etkisi olarak açıklanmaktadır. Turizm sezonunda ziyaretçi sayısının bölgenin taşıma kapasitesinin çok üzerinde gerçekleşmesi; aşırı kalabalık, ulaşım zorluğu, sosyal alan ve otopark yetersizliği gibi sorunlara yol açarak ev sahibi toplumların huzursuzluğu ile sonuçlanabilmektedir. Dolayısıyla yerel halkın algıları, turizm talebinin dönemsel yoğunluğuna göre olumlu ya da olumsuz olarak etkilenmektedir. Nitekim, gelir sağlayıcı özelliğini yitirmeden turizm hareketliliğinin kısmen azaldığı dönemlerin yerel halkın turizme karşı daha ılımlı yaklaştığı dönemler olduğu savunulmaktadır (Andriotis & Vaughan, 2003). Başka bir görüşe göre ise turizm sezonunun yoğun olduğu dönemlerde yerel halkın ortaya çıkan sorunlara karşı etkin başa çıkma yöntemleri geliştirerek turizmin olumsuz etkilerini azalttığı ve buna bağlı olarak, mevsimsellik etkisinin yerel halkın turizm algısında olumsuz anlamda bir değişikliğe neden olmadığı düşünülmektedir (Rothman, 1978).

Yukarıda yer verilen tek değişkenli faktörlerin içsel ve dışsal boyutlarına ait değişkenler, Tablo 2.2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.2. Tek değişkenli faktörlerin alt boyutlarına ait değişkenler

Tek Değişkenli Faktörler	
İçsel Boyutlar	
Sosyodemografik özellikler ▪ Cinsiyet ▪ Yaş ▪ Medeni durum ▪ Eğitim durumu ▪ Gelir durumu ▪ Doğum yeri ▪ Ev mülkiyeti ▪ Çocuk sayısı ▪ Etnik köken	(Belisle & Hoy, 1980; Broughman & Butler, 1981; Pizam & Pokela, 1985; Liu & Var, 1986; Milman & Pizam, 1988; Schluter & Var, 1988; Ritchie, 1988; Husbands, 1989; Perdue vd., 1990; Mok vd., 1991; Lankford, 1991; Caneday & Zeiger, 1991; Lankford, 1994; Harambopoulos & Pizam, 1996; Ryan vd., 1998; Hsu, 1998; Snaith & Haley, 1999; Fredline & Faulkner, 2000; Chen, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Tosun, 2002; Teye vd., 2002; Andriotis & Vaughan, 2003; Andereck vd., 2005; Kuvan & Akan, 2005; Ritchie & Inkari, 2006; Gu & Wong, 2006; Bestard & Nadal, 2007; Nepal, 2008; Terzidou vd., 2008; Gu & Ryan, 2008; Huh & Vogt, 2008; Nepal, 2008; Sharma & Dyer, 2009; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010; Weaver & Lawton, 2013).
Yaşanılan yerde ikamet süresi	(Pizam, 1978; Brougham & Butler, 1981; Liu & Var, 1986; Allen vd., 1988; Ross, 1992; Allen vd., 1993; Lankford & Howard, 1994; Madrigal, 1995; Faulkner & Tideswell, 1997; Yoon vd., 1999; Snaith & Haley, 1999; Harrill & Potts, 2003; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Kuvan & Akan, 2005; Wang vd., 2006; Huh & Vogt, 2008; Wang & Pfister, 2008; Huttasin, 2008; Maragh vd., 2015).
Turistik bölgeden uzaklık	(Belisle & Hoy, 1980; Pearce, 1980; Tyrrell & Spaulding, 1984; Sheldon & Var, 1984; Keogh 1990; Long vd., 1990; Mansfeld, 1992; Korça, 1998; Williams & Lawson, 2001; Harrill & Potts, 2003; Jurowski & Gursoy, 2004; Akova, 2006; Lee vd., 2007).
Turizme dair bilgi düzeyi	(Davis vd., 1988; Lankford & Howard 1994; Andereck vd., 2005).
Turistlerle etkileşim düzeyi	(Pizam, 1978; Brougham & Butler, 1981; Lankford & Howard, 1994; Akis vd., 1996; Weaver & Lawton, 2001; Andereck vd., 2007).
Turizme ekonomik ve/veya mesleki açıdan bağımlı olma	(Pizam, 1978; Brougham & Butler, 1981; Madrigal, 1995; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Korça, 1998; Smith & Krannich, 1998; Snaith & Haley, 1999; Williams & Lawson, 2001; Kayat, 2002; Sirakaya vd., 2002; Tatoglu vd., 2002; Tosun, 2002; Andriotis & Vaughan, 2003; Andriotis 2004; Haley vd., 2005; Kuvan & Akan, 2005; Andereck vd., 2007; Nepal, 2008; Sharma vd., 2008;

	Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Weaver & Lawton, 2013).
Turizme aktif katılım ve turizmin olanaklarından faydalanma	(Brougham & Butler, 1981; Ap, 1992; Pizam vd., 1994; Lankford & Howard, 1994; Korça, 1998; Lindberg vd., 2001; Gursoy & Rutherford 2004).
Toplumsal aidiyet	(Sheldon & Var, 1984; Um & Crompton, 1987; McCool & Martin, 1994; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Jurowski vd., 1997; Snaith & Haley,1999; Gursoy & Rutherford, 2004; Bestard & Nadal, 2007; Choi & Murray, 2010).
Turizm planlamasında rol alma	(Cooke, 1982; Lankford & Howard, 1994; Teye vd., 2002).
Dışsal Boyutlar	
Turist tipi	(Cohen, 1972; Butler, 1980; Doğan, 1989; Keng & Cheng, 1999; Zins, 1999; Ryan & Mohsin, 2001; Gonzalez & Bello, 2002; McKercher & du Cros, 2003; Mehmetoğlu, 2004; Dolnicar, 2005; Diedrich & Garcia-Buades, 2009; Altunel & Kahraman, 2012).
Turist-yerel halk oranı	(Pizam, 1978; Duffield & Long, 1982; Liu vd., 1987; Horn & Simons, 2002; Diedrich & Garcia-Buades 2009).
Bölgenin turizm gelişim aşaması	(Doxey, 1975; Butler, 1980; Doğan 1989; Akis vd., 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Gilbert & Clark, 1997; Lawson vd., 1998; Ryan vd., 1998; Yoon vd., 1999; Mason & Cheyne, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Sheldon & Abenoja, 2001; Hovinen, 2002; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Diedrich & Garcia-Buades, 2009).
Mevsimsellik	(Rothman, 1978; Belisle & Hoy, 1980; Sheldon & Var, 1984).

* Faktör yapılarına ait gruplar belirlenirken turizmin etkilerine ilişkin araştırmalarda en sık kullanılan değişkenler dikkate alınmaya çalışılmıştır.

2.4.2. Çok Değişkenli Faktörler

Çok değişkenli faktörler, *faktör analizi* ve *kümeleme analizi* olarak sınıflandırılmıştır (Andriotis & Vaughan, 2003). Yerel halkın algılarını ölçümleyen ve faktör ya da kümeleme analizi türlerini kullanan araştırmalarda sıklıkla yer verilen değişkenler, aşağıda ele alınmaktadır.

2.4.2.1. Faktör Analizi

Faktör analizi, birçok değişkenin bağlı olduğu yapı ya da yapıları tespit ederek bu yapı ya da yapıları daha az sayıda anlamlı ve tanımlanabilir değişken ile açıklamaya yönelik

bir istatistiksel analiz tekniğidir (Tabachnick & Fidell, 2020 s. 25). Diğer bir ifadeyle, kendi içerisinde bir bütün oluşturabilen birbiri ile ilişkili değişkenlerin oluşturduğu bir boyutun, yeniden tanımlanarak ve daha iyi açıklanması sağlanarak yeni bir yapı oluşturmaya yarayan yöntemler bütünüdür (Coşkun vd., 2019, s. 296). Turizm destinasyonlarında ikamet eden bölge sakinlerinin algılarının ölçüldüğü ve faktör analizinin kullanıldığı araştırmalarda en sık kullanılan değişkenler şu şekilde sıralanmaktadır (Dağdeviren, 2015, s. 92-93): Olumlu ekonomik etkiler, olumlu sosyokültürel etkiler, olumlu çevresel etkiler, olumsuz ekonomik etkiler, olumsuz sosyokültürel etkiler, olumsuz çevresel etkiler, yaşam kalitesi, kültürel açıdan sağlanan yararlar, sosyal açıdan sağlanan yararlar, ekonomik maliyetler, sosyal maliyetler.

2.4.2.2. Kümeleme Analizi

Kümeleme analizinde ele alınan örneklemin, dağılımlarına göre belirli ortak gruplar altında sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu analiz türünde, katılımcıların sorulara vermiş oldukları yanıtların ortalamaları esas alınarak bölümlendirme yapılmakta ve ortaya çıkan grupların kendi içinde homojen, gruplar arasında ise heterojen dağılım gösteren bir yapıda olması beklenmektedir (Williams & Lawson, 2001, s. 274). Turizmin etkilerinin ölçüldüğü ve kümeleme analizinin kullanıldığı araştırmalarda, katılımcıların genellikle aşağıdaki gruplarda yer alan değişkenler altında sınıflandırıldıkları görülmektedir (Dağdeviren, 2015, s. 109):

- Destekçiler/Sevenler/İstekliler
- Tarafsızlar/Gerçekçiler/İhtiyatlılar/Tedirginler
- Karşı çıkanlar/Kötümserler/Nefret edenler

Tablo 2.3'te çok değişkenli faktörlerin alt boyutlarından faktör ve kümeleme analizlerinin kullanıldığı araştırmalarda sıklıkla tercih edilen değişkenler gösterilmiştir.

Tablo 2.3. Çok değişkenli faktörlerin alt boyutlarına ait değişkenler

Çok Değişkenli Faktörler	
Faktör Analizi	
Olumlu ekonomik etkiler	(Harvey vd., 1995; Korça, 1998; Yoon vd., 1999; Andereck & Vogt, 2000; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Chen, 2001; Tatoğlu vd., 2002; Harril & Potts, 2003; Andriotis, 2004; Gursoy & Rutherford, 2004; Choi & Sirakaya, 2005; Gu & Wong, 2006; Wang vd., 2006; Dyer vd., 2007; Oviedo-Garcia vd., 2008; Sharma & Dyer, 2009; Chen, 2011; Harrill vd., 2011).
Olumlu sosyokültürel etkiler	(Tomljenovic & Faulkner, 2000; Sirakaya vd., 2002; Tatoğlu vd., 2002; Dyer vd., 2007; Oviedo-Garcia vd., 2008; Zhou vd., 2014).
Olumlu çevresel etkiler	(Tomljenovic & Faulkner, 2000; Oviedo-Garcia vd., 2008).
Olumsuz ekonomik etkiler	(Andereck & Vogt, 2000; Gu & Wong, 2006; Oviedo-Garcia vd., 2008; Sharma & Dyer, 2009).
Olumsuz sosyokültürel etkiler	(Tomljenovic & Faulkner, 2000; Sirakaya vd., 2002; Tatoğlu vd., 2002; Dyer vd., 2007; Oviedo-Garcia vd., 2008; Chen, 2001; Zhou vd., 2014).
Olumsuz çevresel etkiler	(Faulkner & Tideswell, 1997; Yoon vd., 1999; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Chen, 2001; Gu & Wong, 2006; Oviedo-Garcia vd., 2008; Chen, 2011; Zhou vd., 2014).
Yaşam kalitesi	(Gu & Wong, 2006; Wang vd., 2006; Tovar & Lockwood, 2008; Chen, 2011).
Kültürel açıdan sağlanan yararlar	(Harrill & Potts, 2003; Andriotis 2004; Gursoy & Rutherford, 2004).
Sosyal açıdan sağlanan yararlar	(Lankford & Howard, 1994; Andriotis, 2004; Gursoy & Rutherford, 2004; Sharma & Dyer, 2009; Harrill vd., 2011).
Ekonomik maliyetler	(Sirakaya vd., 2002; Teye vd., 2002; Marzuki, 2011).
Sosyal maliyetler	(Yoon vd., 1999; Chen, 2001; Tatoglu vd., 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Andriotis, 2004; Zhou, 2010; Marzuki, 2011).
Kümeleme Analizi	
Destekçiler / Sevenler / İstekliler	(Davis vd., 1988; Evans, 1993; Ryan & Montgomery, 1994; Madrigal, 1995; Fredline & Faulkner, 2000; Snepenger vd., 2001; Thyne & Lawson, 2001; Williams & Lawson, 2001; Buch, 2007; Zhou & Ap, 2009; Brida vd., 2011; Chen, 2011; Harrill vd., 2011; Weaver & Lawton, 2013).
Tarafsızlar / Gerçekçiler/ İhtiyatlılar	(Madrigal, 1995; Fredline & Faulkner, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Perez & Nadal, 2005; Buch, 2007; Brida vd., 2011).

Karşı çıkanlar / Kötümserler / Nefret edenler	(Davis vd., 1988; Evans, 1993; Madrigal, 1995; Fredline & Faulkner, 2000; Thyne & Lawson, 2001; Williams & Lawson, 2001; Buch, 2007; Brida vd., 2011).

* Faktör yapılarına ait gruplar belirlenirken turizmin etkilerine ilişkin araştırmalarda en sık kullanılan değişkenler dikkate alınmaya çalışılmıştır.

2.5. Konuyla İlgili Alan Yazını Değerlendirmesi

Çalışmanın bu bölümüne kadar ki kısımda turizmin sosyokültürel etkileri konusu, önemli ölçüde uluslararası ve ulusal alan yazınından faydalanılarak değerlendirilmiştir. Buna rağmen, daha geniş ve düzenli bir alan yazını değerlendirmesinin çalışma açısından önemli olduğu düşünülmüştür. Dolayısıyla, bu bölümde uluslararası ve ulusal turizm alan yazınında yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarını ölçümleyen çalışma örneklerine yer verilmiştir. Bu doğrultuda, yerel halkın turizme ya da turizm türlerine ilişkin genel algıları ve turizmin yerel halk üzerindeki sosyokültürel (sosyal ve kültürel) etkileri ile ilgili gerçekleştirilmiş çalışmalar kapsama alınmıştır. İlgili çalışmalar, destinasyon ve konu esaslı bir ayrıma göre sıralanmış, dolayısıyla ilk olarak uluslararası alan yazınında daha sonra ise ulusal alan yazınında yer alan örnekler üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır.

2.5.1. Uluslararası Alan Yazını Değerlendirmesi

Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) araştırması, Yunanistan'ın Samos adasında yaşayan sakinlerin algıladığı turizmin etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmanın sonucunda bölge sakinlerinin, turizm sektörünün daha fazla genişlemesini istediği ortaya koyulmuş olsa da katılımcıların önemli bir kısmı; uyuşturucu bağımlılığı, kavgalar, vandalizm, cinsel taciz ve suçlarla turizmi ilişkilendirmiştir. Bununla birlikte araştırmada özellikle ekonomik olarak turizme bağımlı olan katılımcıların, bağımlı olmayanlara göre sektöre karşı daha olumlu tutumlara sahip olduğu bir kez daha doğrulanmıştır. Diğer taraftan, bölgede ikamet ettiği süre fazla olan bireylerin daha kısa süre ikamet edenlere göre turizmin etkilerine ilişkin algılarının daha olumsuz olduğu görülmektedir. Snaith ve Haley'in (1999) New York'ta gerçekleştirdikleri araştırmada da benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Buna göre katılımcıların bölgede yaşanan suçlar ile turizm gelişimini ilişkilendirdiği ve bölgedeki yaşam süresinin, bölge halkının turizmin etkilerine ilişkin algılarını olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Dolayısıyla, bölgedeki yaşam süresini toplumsal aidiyet ile eşdeğer kabul eden her iki çalışmada da bağlılığın artmasının

turizmin etkilerine dönük algıyı olumsuz etkilediği anlaşılmıştır. ABD'nin Washington ve Idaho eyaletlerinde ikamet eden bireylerin turizm algılarını ölçümleyen araştırmada (Gursoy & Rutherford, 2004) ise tersi yönde bir sonuç ortaya çıkmıştır. Buna göre toplumsal bağlılığı yüksek bireylerin turizmin sosyal ve ekonomik etkilerine karşı daha olumlu bir yaklaşım içerisinde olduğu ve yaşanılan yere bağlılık düzeyindeki artışın turizm gelişimine verilen desteği olumlu yönde etkilediği ortaya koyulmuştur. Araştırmada ayrıca, rekreasyonel faaliyetlere sık katılan bölge sakinlerinin turizm ile ilgili daha fazla negatif algıya sahip olduğu belirlenmiştir.

Allen ve diğerleri (1988) ABD'nin Colorado eyaletindeki kırsal bölgelerde gerçekleştirdikleri araştırmada, turizm gelişiminin toplumsal yaşamın yedi boyutu (kamu hizmetleri, ekonomi, çevre, sağlık hizmetleri, vatandaş katılımı, formel eğitim ve rekreasyon hizmetleri) üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Bu boyutlardan; çevresel kaygılar, kamu hizmetleri ve vatandaş katılımı fırsatları, turizm gelişimine dair değişikliklerden en fazla etkilenen boyutlar olarak dikkat çekmiştir. Colorado eyaletinde 10 farklı kırsal yerleşim biriminde gerçekleştirdikleri diğer bir araştırmada (Allen vd., 1993) ise yerel sakinlerin turizm ve rekreasyon gelişimine dair tutumları incelenmiştir. Toplulukların gelir düzeyine ve turizm gelişmişliğine göre sınıflandırıldığı araştırmada, gerek yüksek gelir düzeyine ve turizm gelişmişliğine gerekse düşük gelir düzeyine ve turizm gelişmişliğine sahip toplulukların her ikisinin de turizme ilişkin tutumlarının, düşük gelir düzeyine ve yüksek turizm gelişmişliğine ya da yüksek gelir düzeyine ve düşük turizm gelişmişliğine sahip topluluklara göre daha olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ABD'nin Arizona eyaletinde gerçekleştirilen bir araştırmada (Anderecek vd., 2005); turistlerle iletişim halinde olan ve turizm konusunda daha fazla bilgiye sahip olan yerel sakinlerin turistlerle teması az olan, turizm sektörünün dışındaki insanlara göre genel olarak turizmi daha fazla olumlu yönde algıladıkları ve aynı zamanda, turizmin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerine ilişkin olarak da daha olumlu algılara sahip oldukları tespit edilmiştir. Arizona'da yer alan kırsal toplulukların turizm algılarını ölçümleyen diğer bir araştırmada (Andereck & Vogt, 2000) ise farklı kırsal topluluklarda yaşayan katılımcıların büyük çoğunluğu, turizmin toplumsal kalkınmayı desteklediği ve yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediği konusunda ortak algıya sahipken, turizmin olumsuz

sonuçları ortaya çıkardığı konusunda ise farklı algılara sahiptir. Ayrıca araştırma sonucuna göre, kırsal bölgede yaşayan yerel halkın büyük çoğunluğu, turizmi olumlu algılamakta ve bölgelerindeki turizm kalkınma programını desteklemektedir.

Besculides ve diğerleri (2002) ABD'nin Colorado eyaletinde İspanyol ve İspanyol olmayan katılımcılar ile gerçekleştirdikleri çalışmada; İspanyol katılımcıların, turizmin bölgede gelenekleri ve sanatı yeniden canlandırarak nesilden nesile aktarılmasını sağladığına, folklor ve hikâyelerin korunarak geliştiğine İspanyol olmayan katılımcılara göre daha fazla inandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, turizmin kültürel değişimin nedenlerinden biri olduğu, yerel halkın yaşam kalitesinin artmasını ve toplum imajının gelişmesini sağladığı belirtilmiştir.

Brunt ve Courtney (1999) İngiltere'de bir kıyı kasabasında yürüttükleri araştırmada bölge sakinlerinin, turizm sektörünün bölge halkının eğitimi ile ilgili önemli bir gelişime yol açtığı konusunda ikiye bölündüğü, sağlık hizmetleri ve sosyal hizmetlerin gelişimini hızlandırdığı konusunda ise mutabık oldukları görülmüştür. Ayrıca, araştırmaya katılanların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları olumsuz olsa da turizmin bölgede alışveriş ve rekreasyon olanakları gibi sosyal imkânları geliştirdiği görüşü, önemli ölçüde desteklenmiştir.

ABD'nin Virjinya eyaletinde ikamet eden yerel halk üzerinde yapılan bir araştırmada (Chen, 2000) erkek ve kadın katılımcıların, turizm gelişimine ilişkin farklı tutumlara sahip olduğu ve kadınların turizm gelişimiyle ilgili daha olumsuz görüşlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir yıl sonra gerçekleştirilen başka bir araştırmada ise (Chen, 2001) Virjinya eyaletinde yaşayan ve yüksek gelir grubunda bulunan yerel halkın, turizm sektörünün toplumda vandalizme neden olduğuna ve özellikle fazla harcama yapan turistlerin yaşam tarzları üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğuna ilişkin görüşe katılmadıkları belirlenmiştir.

Tayvan'ın Tainan kentinde gerçekleştirilen araştırmada (Chen & Chiang, 2005) yerel halk; turizmin kültürel mirasın gelişiminden sorumlu olduğuna, turistlerin varlığının yerel mirastan istifade etmelerini kısıtlamadığına tam tersi bir şekilde kültürel yaşamlarını olumlu etkilediğine, bölgede turizmin varlığının somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunması için bilinç ve sorumluluklarını artırdığına dair görüşlerini

paylaşmıştır. Aref'in (2011) İran'ın Şiraz kentinde turizmin yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini incelediği araştırmada da turizmin bölge sakinlerinin yaşam kalitesi üzerinde olumlu bir etkide bulunduğu ve en güçlü olumlu etkilerin; toplumsal refah, duygusal iyi oluş, gelir ve istihdam olduğu anlaşılmıştır.

ABD'nin Louisiana eyaletinde yaşayan etnik kökenli bir grup olan Cajun halkı üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada (Esman, 1984) Cajun halkının güçlü kimlik ve etnik gurur duygusuna sahip olduğu, turizmin bölge halkı ile yabancılar arasındaki farkların belirginleşmesini sağlayarak Cajun kültürünün korunmasına yardımcı olduğu ve farklı kültürler ile etkileşime ve yerel halkın bölgenin kültürünü öğrenme isteğine katkıda bulunduğu, ancak buna rağmen, bölge halkının her geçen gün geleneksel kültürlerinden daha fazla uzaklaşarak ABD değerlerini benimsediği anlaşılmıştır. Araştırmada ayrıca, Cajun toplumunun yaşadığı bölgelerde kurumsallaşan turizm sektörü sonrası, yerel toplumun kültürel değerlerinden uzaklaşmasının hızlandığı ve etnik kültürel değerlerin, ticari amaçlarla turistlere sunulan bir pazarlama unsuruna dönüşmeye başladığı savunulmuştur.

Yasothornsrikul ve Bowen (2015), Tayland'ın Pattaya kentinde turizmin özendirme etkisini inceledikleri araştırmada turizmin kitlesel ve sosyal medya gibi diğer dönüştürücü etkenlerle birlikte Taylandlı yerlilerin ve göçmenlerin toplumsal değerlerini dönüştürdüğü ve özellikle dinî uygulamaların ve tek eşliliğin azalması, boşanmaların artması konularında olumsuz etkiler ortaya çıkardığı ifade edilmiştir. Ayrıca, Taylandlı yerli çocukların da turizm faaliyetlerinin gelişimi ile ortaya çıkan olumsuzluklardan oldukça etkilenerek dinî değerlere bağlılık geliştiremedikleri ve çocuklar ile gençler arasında bekâretin önemini yitirdiği anlaşılmıştır. Malavi, Mangochi yerel halkının turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarını ölçmek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada (Bello vd., 2017) ise turizmin iş imkânlarını ve kişisel geliri artırması ve güvenlik hizmetlerinin iyileşmesini sağlaması olumlu sosyokültürel etkiler, iş aramak için bölgeye göç eden insanların artması ve Batılı ziyaretçilerin özendirme etkisi nedeniyle yerel kültür ve yerel halkın yaşam biçimi üzerindeki etkileri ise olumsuz sosyokültürel etkiler olarak değerlendirilmiştir.

Portekiz'in Lizbon kentinde gerçekleştirilen araştırmada (Costa vd., 2020), bölge sakinlerinin turizmin kültürel ve sosyal etkileri konusunda genel olarak olumlu bir algıya

sahip olduğu anlaşılmıştır. Buna rağmen, suç işleme oranlarında, uyuşturucu ve alkol kullanımında yaşanan artış, vandalizm, yerel halkın geleneklerini terk etmeye teşvik edilmesi ve turistlerin davranışlarının taklit edilmesi (özendirme etkisi) gibi olumsuz etkiler de bulunmaktadır. Sırbistan'da turistik bir bölge olan Vrnjačka Banja'da gerçekleştirilen araştırmada (Dordevic & Milicevic, 2020) da bölge sakinlerinin çoğunluğu, turizm faaliyetlerinin gelişimi ile rekreasyonel aktivite ve tesislerde çeşitliliğin arttığını, kamu altyapısının güçlendiğini ve yaşam kalitelerinde iyileşmeler kaydedildiğini, ancak bununla birlikte sokaklarda, parklarda ve alışveriş merkezlerinde kalabalık ve trafik sıkışıklığı ortaya çıktığını aktarmıştır.

Nijerya'nın Cross River Eyaleti'nde sosyokültürel kalkınmanın sürdürülmesinde turizm sektörünün rolünü incelemek için yapılan araştırmada (Amalu vd., 2021), yerel halktan toplanan verilerle olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkiler belirlenmiştir. Buna göre yerel halk turizmin etkilerinin; geleneksel evlilikler, geleneksel aile düzeni, aile bütçesi, sanat ve el sanatları konularında olumlu yönde gerçekleştiğini, geleneksel inanç sistemi, ibadet, yerel yiyecek-içecek kültürü, geleneksel giyim tarzı, toplumsal normlar ve meşru cinsel ilişki konularında ise olumsuz yönde gerçekleştiğini ifade etmiştir.

Suudi Arabistan'ın El-Ahsa bölgesindeki kırsal turizm gelişiminden bölge halkının etkilenme ve memnuniyet düzeylerinin incelendiği araştırmada (Hassan vd., 2022); turizm gelişiminin sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarıyla bir bütün olarak gerçekleştiğinde, bölgede yaşayan yerel halkın memnuniyet düzeyinin de doğrusal olarak arttığı saptanmıştır. Ayrıca, bölgedeki tarım ve inşaat faaliyetlerinin geliştirilmesine ilişkin bazı düzenlemelerin oluşturulması da bölgenin kırsal turizm gelişimini ve bölge sakinlerinin turizme ilişkin algılarını olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır.

Peru'nun başkenti Lima'da yaban hayatı koruma alanının (Pantanos de Villa) yer aldığı bir bölgede ikamet eden yerel halkın algılarını ölçmek üzere gerçekleştirilen bir araştırmada (Espinoza vd., 2025) elde edilen bulgulara göre bölge sakinleri; yaban hayatı koruma alanı idari birimlerinin, yerel halkın ve ziyaretçilerin çevre eğitimini iyileştirmek için çaba gösterdiğini düşünmektedir. Bununla birlikte, bölgedeki turizm gelişimi sonrası işgücünün eğitim ve öğretiminde bir artış olduğunu, kamu altyapısında iyileşmeler yaşandığını, koruma alanının imajının daha iyi bir konuma geldiğini ifade etmişlerdir. Güçlü bir kültürel kimliğe sahip olduklarını belirten araştırma katılımcıları, turizm

işletmelerinin bölgenin doğal güzelliğini olumsuz etkilemediğini belirterek, daha fazla kültürel etkileşim için halka açık alanlarda kültürel etkinlikler düzenlenmesi ve bölgedeki zanaatkârların hem yerel sanatı geliştirerek kültürlerini tanıtabilmek, hem de gelir elde edebilmek için koruma alanının girişinde ya da çıkışında ürünlerini satabilecekleri yeterli bir alan oluşturulmasına dair önerilerini sunmuştur.

Uluslararası alan yazınında turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik olarak gerçekleştirilen diğer bazı araştırmaların bulgularına bu çerçevede yer verilmektedir. Kolombiya'nın Santa Marta kentinde (Belisle & Hoy, 1980), ABD'nin Rhoe Island eyaletinde (Tyrell & Spaulding, 1984) ve Kanada'nın Alberta eyaletinde (Ritchie, 1988) gerçekleştirilen araştırmalarda katılımcılar genel anlamda turizmi faydalı bulmakta ve buna bağlı olarak turizmin etkilerini de olumlu değerlendirmektedir. Ayrıca, bu araştırmalarda turizmin bölgelerinde yeni iş ve istihdam alanları oluşturarak sosyoekonomik refaha katkıda bulunduğu ortaya koyulmuştur. Diğer bazı araştırmalarda (Long vd., 1990; Andereck & Vogt, 2000; Dyer vd., 2007; Andereck & Nyaupane, 2011) ise turizm gelişiminin bölgede yeni iş olanakları ortaya çıkarmasına ek olarak alışveriş ve eğlence olanaklarını geliştirildiği ifade edilmiştir. Başka araştırmalarda da turizmin, yolların iyileştirilmesi, iletişim ağının güçlendirilmesi ve otoparkların arttırılması gibi önemli alt ve üstyapı hizmetlerinin ve diğer kamu hizmetlerinin bölgeye ulaştırılmasını sağladığı ortaya koyulmuştur (Settina & Richmond, 1978; Pizam, 1978; Liu vd., 1987; Teye vd., 2002; Godovykh vd., 2024).

Olumsuz etkiler olarak ise bazı araştırmalarda (Rothman, 1978; Tyrell & Spaulding, 1984; Liu & Var, 1986; Long vd., 1990; Keogh, 1990; Prentice, 1993; Andereck & Vogt, 2000; Dyer vd., 2007) özellikle yüksek sezonda turizmin yoğun trafiğe ve kalabalığa neden olduğu, bu durumunda yerel halkın yaşamını kısıtladığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna rağmen Davis ve diğerlerinin (1988) araştırmasında yerel halk, trafik yoğunluğunun ve kalabalığın turizm kaynaklı olmadığını iddia etmiştir. Diğer taraftan turizmin; aile yaşamı üzerinde olumsuz tesirleri olduğu (Kousis, 1989), kültürün ticarileşmesine neden olduğu (Cohen, 1988), suç vakalarını (Long vd., 1990; Andereck & Vogt, 2000; Dyer vd., 2007) alkol kullanımını (King vd., 1993) fuhuş, uyuşturucu ve rüşvet gibi istenmeyen alışkanlıkları artırdığı (Smith, 1992) yönünde bulgular ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Ek olarak, ABD'nin Massachusetts (Pizam, 1978) ve Alaska

eyaletlerinde (Cerveny, 2004) gerçekleştirilen araştırmaların bulguları; turizm sezonunda ortaya çıkan turist yoğunluğunun, bölge sakinlerinin turistlere ve turizme karşı olumsuz tutuma sahip olmasına yol açtığına dair görüşü önemli ölçüde desteklemektedir. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarının, turizm gelişimine verdikleri destek ile ilişkilendirildiği bir kısım çalışmada (Gursoy & Rutherford 2004; Latkova & Vogt, 2012; Vargas-Sanchez vd., 2015; Rasoolimanesh vd., 2017; Eusebio vd., 2018; Martin vd., 2018; Gursoy vd., 2019) ise turistik bir bölgede ikamet eden sakinlerin, turizm gelişimine yönelik algılarının olumlu olması durumunda turizm gelişimine yönelik desteklerinin de olumlu yönde olduğu belirtilmiştir. Diğer taraftan, turizm gelişimine yönelik algılarının olumsuz olması durumunda ise turizm gelişimine dönük desteklerinin de olumsuz yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Uluslararası alan yazınında; Kuzey Amerika, Güney Amerika, Batı Avrupa, Güneydoğu Avrupa, Doğu Asya, Güneydoğu Asya, Batı Asya, Batı Afrika ve diğer bölgelerin turistik destinasyonlarında turizmin yerel halk üzerindeki sosyokültürel etkilerini konu edinen araştırmalar değerlendirilmiştir. Bu araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre, farklı ülkelerin turistik bölgelerinde ikamet eden yerel halkların turizme, turizm gelişimine ve turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin olumlu ve olumsuz algı ve değerlendirmeleri söz konusudur. Araştırmaların büyük çoğunluğunda yerel halkların turizme ve turizm gelişimine dair genel algılarının olumlu yönde olduğu görülse de toplumsal ve kültürel yaşama dair daha detaylı sorular yöneltildiğinde algıların, olumlu ve olumsuz yönde belirginleştiği görülmektedir. Bu doğrultuda olumlu sosyokültürel etkileri bakımından turizmin; bölgesel kalkınmaya, toplumsal refaha, yeni iş imkânlarına ve istihdama, alışveriş ve rekreasyon olanaklarının artmasına, kamu hizmetlerinin (yollar, otoparklar, altyapı hizmetleri vb.) iyileştirilmesine, sağlık ve sosyal hizmetlerin gelişimine, bölge halkının eğitimine, bölge ve toplum imajının gelişmesine, yaşam kalitesinin yükselmesine, somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunmasına ve korunması konusundaki bilinç düzeyinin artmasına olan katkıları vurgulanmıştır. Olumsuz sosyokültürel etkiler ise bölgelerinde alkol ve uyuşturucu bağımlılığının, fuhşun, suç unsurlarının, trafik sıkışıklığının, kalabalığın, göçmenlerin ve vandalizmin artması; aile yaşamının, dinî yaşamın, toplumsal ve ahlaki normların, geleneksel giyim tarzının, yerel yiyecek-içecek kültürünün, gelenek ve göreneklerin zarar görmesi; özendirme etkisiyle gelişmiş ülke toplumlarının baskın kültürünün benimsenmesi ve kültürün ticarileşmesi

şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca pek çok araştırmada turizme ekonomik açıdan bağımlı olanların, turistlerle iletişimi daha yoğun olanların, turizm sektöründe çalışanların ve turizm hakkında daha fazla bilgiye sahip olanların; turizm gelişimine daha olumlu yaklaştıkları ve turizm gelişimini daha fazla destekledikleri ortaya koyulmuştur.

2.5.2. Ulusal Alan Yazını Değerlendirmesi

Akis ve diğerleri (1996), Kıbrıs'ta yaşayan Türk ve Rum kökenli yerel halkın kıyı turizmi gelişimine ilişkin algılarını inceledikleri araştırmada, Türk ve Rum kökenli yerlilerin; kitle turizminin faydalarına inandığını ancak buna rağmen, bölgede yaşayan birçok turizm uzmanının; özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren kitle turizm pazarındaki artan rekabetten ve buna bağlı olarak, taşıma kapasitelerinin aşılmasından endişe duyduğunu aktarmıştır. Bu sorunun yaşanmaması için ise eko turizm ve alternatif turizm türlerini değerlendirmenin akıllıca olduğu ifade edilmiştir. Araştırmada ayrıca, bir kısım köylülerin komşu ve tanıdıklarıyla ancak turistler gittikten sonra görüşebildiklerini söylemesi, turizmin sosyal dokuyu dönüştürücü etkilerine işaret etmektedir. Diğer taraftan, Butler'ın turizm alanı yaşam döngüsü modeli ile ortaya koyduğu ve turizm gelişimi düzeyi ile ev sahibi toplumun turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerine ilişkin algıları arasında ters bir ilişki olduğuna dair hipotezi, büyük ölçüde doğrulanmıştır.

Cavus ve Tanrisevdi (2003) Kuşadası'nda yürüttükleri araştırmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun bölgedeki turizm gelişimini olumsuz olarak değerlendirdiğini, bununla birlikte, ileri yaştaki katılımcıların turizm sektörüne dönük algılarının daha olumsuz olduğunu saptamıştır. Araştırmada ayrıca, turizmin özellikle turist hareketliliğinin fazla olduğu aylarda taşıma kapasitelerinin aşılmasına, kalabalıklaşmaya ve fiyatların yükselmesine neden olduğu görüşü paylaşılmıştır. Dolayısıyla, araştırma ile yerel halkın turizme ilişkin tutumunun Doxey'in (1975) modelindeki kızgınlık aşamasında olduğu belirlenmiştir. Kuşadası'nda yürütülen bir diğer araştırmada (Çalışkan & Tütüncü, 2008) ise bölge halkına turizmin sosyal ve kültürel açıdan bölgeyi ve kendilerini nasıl etkilediği sorulmuştur. Bölge halkı, turizmin bölgenin kırsal özelliğini yitirmesine ve kentsel bir kimliğe bürünmesine neden olduğuna, ayrıca turizmin suç teşkil eden olayları, şiddeti, fuhşu ve trafiği artırmadığına ve yaşamı olumsuz yönde etkilemediğine dair görüşlerini paylaşmıştır.

Alanya'da yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin bakış açısını belirlemeyi amaçlayan araştırmada (Doğan & Üngüren, 2010) yerel halk; turizmin toplumda hoşgörü iklimini artırdığını ve yabancı dil öğrenimine olumlu etkileri olduğunu, ancak bununla birlikte, alkol tüketiminin artışına da neden olduğunu belirtmiştir. Alanya'da benzer bir amaçla araştırma yürüten Boğan ve Sarıışık (2016) da yerel halkın; turizmin sosyal imkânlarının artmasını sağladığını ama aynı zamanda boşanma oranlarının, alkol kullanımının, fuhuş ve tecavüz vakalarının artışında da etkili olduğunu düşündüğünü belirtmiştir.

Boğan ve Dedeoğlu (2018), Alanya ve Sapanca destinasyonu sakinlerinin turizm algılarını karşılaştırdıkları araştırmada, Alanya halkı; turizmin yaşam standartlarını yükselttiği ve boş zamanlarını değerlendirebilecekleri olanaklar sağladığı görüşlerine Sapanca halkına oranla daha yüksek bir katılım göstermiştir. Diğer taraftan, turizmin geleneksel kültürel değerlerde değişimlere yol açtığı görüşüne de Sapanca yerel halkı daha yüksek bir katılım göstermiştir. Araştırmada bu bulguların ortaya çıkması, Sapanca halkının turizm sektörüne düşük düzeyde ve Alanya halkının ise yüksek düzeyde bağlı olması ve bununla birlikte, Alanya'nın destinasyon yaşam evresinde olgunluk, Sapanca'nın ise gelişme evresinde olması ile ilişkilendirilmiştir. Araştırmada ortaya koyulan bir diğer bulgu ise bir destinasyon, yaşam evresinde giriş aşamasından olgunluk aşamasına ilerledikçe, bölge sakinlerinin turizmin etkilerine yönelik algıları eğitim düzeyine göre farklılaşabilmektedir. Nitekim turizmin sosyal açıdan olumsuz etkileri konusunu, Sapanca'da eğitim düzeyi nispeten daha düşük olan bireyler daha fazla önemserken bu durum, Alanya'da eğitim düzeyi nispeten daha yüksek olan bireyler için söz konusu olmuştur.

Aydın'ın turistik ilçesi Didim'de yerel halkın aidiyet duygusunun turizmin etkileri üzerinde ortaya çıkardığı farklılıkları ölçmek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada (Ayazlar & Ayazlar, 2016) aidiyet duygusunun, yerel halkın turizmi olumlu ya da olumsuz algılamasında (sosyokültürel, çevresel ve ekonomik) önemli bir belirleyici olduğu saptanmıştır. Ayrıca, turizmin sosyokültürel etkileri ile yerel halkın yaşam tatmini arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır. Azadaliyev ve Ayazlar'ın (2025) Muğla'nın Ortanca ilçesinde yaşayan yerel halkın kırsal turizme dönük algılarını ölçtükleri araştırmada bölge halkı; turizmin farklı kültürler ile etkileşimlerini artırdığını

ve yeni deneyimler kazanmalarını sağladığını ancak bununla birlikte, farklı kültürel normlara maruz kalınmasının yerel değerler üzerinde olumsuz tesirler bıraktığını düşünmektedir. Ayrıca bu bulgu, Türker ve Türker'in (2014) Muğla'nın Dalyan ilçesi yerel halkının algılarını ölçtüğü araştırma bulgularıyla örtüşmekte ve her iki araştırma bulguları, yerel değerler üzerindeki olumsuz etkilerden en çok gençlerin etkilendiği görüşünü desteklemektedir.

Tosun'un (2002) Ürgüp yerel halkının turizmin etkilerine ilişkin algılarını ölçmek ve ABD ile Fiji'de bulunan iki turistik destinasyonda yaşayan yerel halkın algılarıyla karşılaştırmak maksadıyla ortaya koyduğu araştırmada, Ürgüp yerel halkının turizm sektörüne yönelik tutumu; Orta Florida bölgesi halkının ya da Fiji'nin Nadi kenti sakinlerinin tutumundan daha olumsuz olarak belirmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında Nadi sakinlerinin turizm ile ilgili işlerde daha fazla çalışması ve Orta Florida bölgesi halkının bölgeye ilişkin turistik çekicilikler ile geliştirilmesi planlanan turizm politikalarına dair daha fazla bilgi sahibi olmalarının etkili olduğu belirtilmiştir. Diğer bir bulgu da Ürgüp ve Nadi yerel halklarının, yaşadıkları yere gelen yabancı turistlerin kendilerinden oldukça farklı olduğunu, Orta Florida sakinlerinin ise turistlerin bazı yönlerden kendilerinden farklı olduğunu bazı yönlerden ise kendilerine benzediğini savunmasıdır. Buna bağlı olarak araştırmada, Ürgüp yerel halkının turistler ile aralarındaki sosyoekonomik farklılıklara dair ortaya koyduğu tespitlerin, sosyokültürel farklılıkların da nedeni olduğu belirtilmiştir. Jovicic (2011), bu farklılıkların kültürel yanlış anlaşılmalar, eğitim eksikliği, turistlerin yerel topluluk için hangi davranışların kabul edilebilir, hangilerinin kabul edilemez olduğunu bilmemesi gibi faktörlere bağlı olduğunu ve özellikle küçük ve bağımsız destinasyonlarda turist ile ev sahibi ilişkileri arasındaki farkın fazla olmasının, olumsuz sosyal etkilerin daha fazla belirginleşmesini sağlayacağını savunmuştur. Ayrıca, Tosun'un (2002) araştırmasında Ürgüp yerel halkının turizmden kaynaklı olduğunu düşündüğü birtakım olumsuz etkiler de tespit edilmiştir. Bu tespitler; insanlar arasındaki karşılıklı güven ve dürüstlük duygularının zedelenmesi, bireysel ve organize suç vakalarının artması, ahlaki değerlerin zayıflaması, uyuşturucu-alkol bağımlılığı ve cinsel davranışlara açıklık gibi istenmeyen davranışların yaygınlaşması şeklindedir. Ürgüp yerel halkının turizm kaynaklı olarak algıladığı olumlu etkiler ise istihdam olanaklarının ve ilçenin gelirlerinin artması olarak ifade edilmiştir.

Baykan'ın (2007) Ürgüp yerel halkı üzerinde gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre, yöre halkının önemli bir kısmı; olumsuz etkiler olarak, turistleri mutlu etmek uğruna dinî vecibelerini yerine getiremediklerini, turizm faaliyetlerinin ahlaki değerlerin azalmasına neden olduğunu, turistlerin gelir getirdiği sürece tüm davranışlarına göz yumulduğunu, turizmin uyuşturucu kullanımını yaygınlaştırdığını, yöredeki ticari ahlakın bozulmasına neden olduğunu, mal ve hizmetlerin yerel halk ile turistlere farklı satış fiyatları üzerinden satıldığını, turizmin suç oranlarının artmasına neden olduğunu, el sanatı ürünlerinin yalnızca turistlerin zevkine göre düzenlendiğini, yöredeki el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olduğunu belirtirken, olumlu etkiler olarak ise turistlerin davranışlarını taklit etmediklerini, turizmin yeme-içme, kılık-kıyafet alışkanlıkları ya da gelenek-görenekler üzerinde değiştirici bir etkiye neden olmadığını, yabancı kelimelerin günlük yaşam içerisinde kullanılsa da yerel dil üzerinde herhangi bir erozyon ortaya çıkarmadığını ve turizmin yerel kültürün bir parçası haline geldiğini belirtmiştir.

Akova (2006) çalışmasında Cumalıkızık'ta yaşayan yerel halkın 2001 ve 2003 yıllarında turizmin etkilerine dair algılarını ölçmüştür. Araştırmada ilk olarak, turizm gelişiminin başlangıç aşamasında bulunan Cumalıkızık destinasyonu yerel halkının 2001'den iki yıl sonraki ölçümde turizmi algılayışlarının olumlu yönde değiştiği tespit edilmiştir. İkinci olarak ise yerel halkın turizme dair algılarında; turizmle ilgili bir işte çalışma, turistlerle temas kurma ve yörenin yerlisi olma durumlarına göre farklılıklar olduğu anlaşılmıştır.

Alaeddinoğlu (2007) Van halkının turizm algısını tespit etmek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada yerel halkın büyük çoğunluğu tarafından turizmin; daha fazla iş imkânı sunan, sosyal yaşamda olumlu etkiler gerçekleştiren, daha hızlı bir ekonomik büyüme ile Van'ın gelişmesini ve dışa açılmasını sağlayan bir sektör olarak algılandığını ortaya koymuştur. Sivas ilinde gerçekleştirilen araştırmada (Alaeddinoğlu, 2008) ise bölge halkının turisti ve turizmi olumlu algılayarak geliştirilecek turizm yaklaşımlarına destek olacağı belirlenmiştir. Ancak turizmin bölgede ortaya çıkaracağı ekonomik, sosyal ve kültürel faydalara ilişkin yerel halkın yeterince bilgi sahibi olmadığı anlaşılmıştır.

Iğdır yerel halkı üzerinde turizmin yalnızca olumlu etkileri konu edilerek gerçekleştirilen araştırmada (Bayat, 2010) yerel halk; turizmin dünya barışına ve bölge toplumunun kültürel gelişimine katkı sağladığına, yerel ve kültürel değerler ile gurur duyulmasına

neden olduğuna, kadın hakları ve aile yapısı konusunda birtakım yenilikler getirdiğine, farklı kültürden insanları birbirine yaklaştırdığına inandığı belirlenmiştir. Gümüş ve Özüpekçe'nin (2009) İzmir'in Foça ilçesinde gerçekleştirdikleri araştırma sonuçlarına göre, Foça yerel halkı; turizmin kadınların iş yaşamına katılmasında teşvik edici bir rol üstlendiğini ancak bölgede turizmin gelişmesi nedeniyle dillerinde erozyon meydana geldiğini, kullandıkları sözcüklerin değişime uğradığını düşünmektedir. Akdu ve Öktem'in (2019) Gümüşhane yerel halkı üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında da yerel halk; turizmin bölge halkının kendi kültürünü daha yakından öğrenmesini, mimari ve gastronomi gibi kültürel ögelerin korunmasını sağladığı ve kılık-kıyafet alışkanlığı gibi kültürel özelliklerini değiştirmediği görüşünü paylaşmıştır. Bir kültür turizmi destinasyonu olan Safranbolu'da yürütülen araştırmada (Altay & Aydın, 2020) ise yerel halk; turizmin sosyal refah artışı, yeni iş alanları açılması, bölgenin tanınırlığının artması, ulaşım olanaklarının gelişmesi ve yaşam standartlarının yükselmesi, yabancı dil öğrenme istekliliği, kültürel kimliğin korunması, park ve rekreasyon alanlarının artması gibi olumlu etkileri olduğunu paylaşmıştır.

İzmir'in sörf sporu ve taş evleriyle bilinen turistik beldesi Alaçatı'da yürütülen araştırmada (Albayrak & Özmen, 2018), beldenin aldığı göç, turizm ve özellikle turizm kaynaklı olarak gelişen ticaretin etkisiyle bölge insanının; geleneklerini, dinî-manevi-kültürel değerlerini ve naifliğini yitirdiği, taş evlerin fiziksel olarak korunaklı kalması dışında bölgenin kültürünü yansıtmadığı ve bu evlerin çoğunlukla meyhane ve restoran olarak hizmet vermesi nedeniyle yerel halkın hoşnut olmadığı, göçün ve özellikle İstanbul'dan ticaret amaçlı gelenlerin etkisiyle gayrimenkul piyasasında fahiş fiyatların ortaya çıktığı, bölgede tarım toplumundan tüketim toplumuna geçiş sonrası kalkınma yaşandığı ancak bununla birlikte geleneklerin, kültürel kimliğin, toplumsal normların, somut olmayan kültürel miras unsurlarının, insanlar arası güven duygusunun yitirildiği, tüm değerlerin madde ile ölçülür hale geldiği, bölgeye özgü konuşma biçiminin azalmaya başladığı, önceleri çalışkan, üretken ve yardımsever olan bölge halkının bireyselleşme, yabancılaşma ve maddileşme tehlikeleri ile karşı karşıya kaldığı belirtilmiştir. Aynı zamanda çalışmada, belediye ve sivil topluma ait derneklerin kültürel varlıkların korunması ve yaşatılması için herhangi bir girişimde bulunmadıkları konusu, katılımcılar tarafından eleştirilmiştir.

Ataman ve Özer'in (2020) çalışmasında Mardin yerel halkı, örneklem olarak seçilmiş ve turizm gelişimine ilişkin bölge halkının algılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bulgulara göre, bölge halkının turizm gelişimine ve turizmin etkilerine ilişkin algıları olumlu gerçekleşmiş olup, destinasyonun henüz gelişim aşamasında olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda bölge halkının turizmin ilk olarak ekonomik, daha sonra sosyokültürel ve çevresel sonuçları ile yüzleştiği ve ekonomik etkilerin halka olumlu yansımaması durumunda diğer etkilere ilişkin algıların da olumsuz olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla, gelenek ve göreneklerine bağlı olduğu anlaşılan Mardin halkının, özellikle olumsuz sosyokültürel etkiler ile karşılaşması durumunda turizmi algılaması da olumsuz olmaktadır.

Türkeri ve Akyürek'in (2021) Erzurum'da ikamet eden yerel halkın destinasyon imaj algısı ve turizme ilişkin algılarını ilişkilendirdikleri araştırmanın sonuçlarına göre araştırmaya katılan Erzurum halkı; kentlerinde var olan kısıtlı imkânlar nedeniyle turizmde daha fazla gelişimin mümkün olmadığını ancak destinasyon imajının fiziksel çevre ve sosyal çevre alt boyutlarının turizm gelişimine verdikleri desteği olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Bu doğrultuda, Erzurum'un kış ve doğa turizmine uygun iklime, özgün tarihi-kültürel mirasa ve sosyal dokuya sahip olması, içtenlik ve dostluğun kent sakinlerinin bir özelliği olması, kentin güven veren yapısı ile eşsiz bir destinasyon olması özellikleriyle ön plana çıktığı ve bu özelliklerin yerel halk tarafından olumlu algılandığı anlaşılmıştır.

Türkiye'nin farklı bölge ve destinasyonlarında turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin yerel halkın algısını ölçümleyen diğer bazı araştırmaların sonuçlarına yer verilmiştir. Bu doğrultuda; Afyonkarahisar'da (Özdemir & Kervankıran, 2011), Aksaray'ın Ihlara ilçesinde (Varnacı Uzun & Somuncu, 2011), Bursa Cumalıkızık'ta (Eren & Aypek, 2012), Düzce Akçakoca'da (Duran & Özkul, 2012), Konya'da (Bilim & Özer, 2013), Çanakkale Bozcaada'da (Duran, 2013), İstanbul'un Üsküdar ilçesine bağlı Çamlıca beldesinde (Sezer vd., 2013), Burdur'da (Solmaz, 2014), Ankara Beypazarı'nda (Kervankıran, 2014) Muğla Dalyan'da (Türker & Türker, 2014), Çanakkale'de (Gülüm & Boz, 2014), Bilecik'in Söğüt ilçesinde (Vatan & Zengin, 2015), Kahramanmaraş'ta (Sandal & Karademir, 2016), Rize'de bulunan Huser Yaylası'nda (Acuner vd., 2021) ve Rize genelinde (Gündoğdu, 2022) ikamet eden yerel halkı kapsamına alan çalışmaların

sonuçları değerlendirilmiştir. Bu araştırma sonuçlarına göre turizmin gelişim gösterdiği bölgede; kültürel, tarihi ve doğal miras unsurlarının korunmasına, kültürel faaliyet çeşitliliğinin, iş imkânlarının ve sosyal refahın artmasına imkân tanıdığı belirtilmiştir. Ayrıca, kültür turizmi destinasyonlarında da benzer şekilde olumlu algılar elde edilmiştir. Buna göre, Kervankıran'ın (2014) Beypazarı'nda, Gülsevil Berber ve Sözbilen'in (2017) Kapadokya bölgesinde, Çiçekçi ve Okuyucu'nun (2024) Bursa'nın Mudanya ilçesinde yer alan Tirilye beldesinde yürüttükleri araştırmalarda yerel halk; turizmin kültürel kimliğin gelişmesine olumlu etki ettiğini, kültürel anlayış ve hoşgörüyü desteklediğini ve yöresel yeme-içme kültürünün yeniden canlanmasına katkı sağladığını ifade etmiştir. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarının, turizm gelişimine verdikleri destek ile ilişkilendirildiği bazı çalışmalarda (Ekici & Çizel, 2014; Çiçek & Sarı, 2018; Yeşilyurt & Koçak, 2020; Türkmen & Saatcı, 2020) ise turistik bir bölgede ikamet eden yerel halkın, turizm gelişimine yönelik algılarının olumlu olması durumunda turizm gelişimine yönelik desteklerinin de olumlu yönde olduğu ya da tam tersi şekilde, turizm gelişimine yönelik algılarının olumsuz olması durumunda turizm gelişimine dönük desteklerinin de olumsuz yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ulusal alan yazınında Türkiye'nin farklı destinasyonlarında turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin yerel halkın algılarını ölçümleyen araştırmalarda olumlu ve olumsuz algılar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre olumlu algılar turizmin; yeni iş ve istihdam olanakları ortaya çıkarması, kültürel ve rekreasyon faaliyetlerinin çeşitliliğini artırması, kendi kültürünü, farklı kültürleri ve yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi, yerel ve kültürel değerlerin korunmasını ve bu değerler ile gurur duyulmasını sağlaması, kültürel kimliğin, yerel yiyecek-içecek kültürünün canlanmasını, kültürel anlayışın ve toplumsal refahın artışını desteklemesi, bölgenin tanınırlığına, tarihi-kültürel ve doğal miras unsurlarının korunmasına, yaşam standartlarının yükselmesine ve ulaşım imkânlarının gelişmesine katkıda bulunması, kadınların çalışma yaşamına girmelerini kolaylaştırması şeklinde ortaya koyulmuştur. Olumsuz algılar ise aşırı turizm ile sosyal taşıma kapasitelerinin aşılarak kalabalık, trafik sıkışıklığı ve fahiş fiyatlar ortaya çıkması; suç vakalarının, alkol ve uyuşturucu kullanımının ve fuhşun artması; toplumsal yapının, dinî-ahlaki-geleneksel kültürel değerlerin zarar görmesi; kültürel kimliğin yok olması; insanlar arası güven ve dürüstlük duygularının zedelenmesi; kültürün ticarileşmesi; ticari ahlakın bozulması; konuşma dilinin erozyona uğraması; maddileşmenin ve bireyselleşmenin yaygınlaşması;

toplumsal normların kaybolması; kırsal bölgelerin kentleşmesi; turistlerin ölçüsüzce rahat davranışlar sergilemesinin toplumda huzursuzluğa neden olması; özendirme etkisi ile gelişmiş ülke toplumlarının baskın kültürel değerlerinin özellikle gençler tarafından benimsenmesi ve turistleri hoşnut etmek uğruna ibadetlerini yerine getirmemesi olarak sıralanmıştır. Ayrıca, bazı araştırmalarda turizm sektöründe çalışmanın ve turizm hakkında daha fazla bilgiye sahip olmanın, yerel halkın turizmin gelişimine dair algılarını olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİ'NDE YAŞAYAN YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPLERİNE GÖRE TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI

Bu bölümde öncelikle araştırmanın temel amacı, alt amaçları, önemi, kapsam ve sınırlılıkları ortaya koyulmuştur. Daha sonra, araştırmada kullanılan yöntem ve bu yöntemin özelliklerine yer verilmiştir. Araştırmanın modeli ve hipotezleri, evren, örneklem ve örnekleme seçimi, veri toplama aracı, pilot test uygulaması ve veri analizi konuları ayrıntılı şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, veri toplama aracı başlığı altında araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin geniş bir değerlendirme yapılmıştır. Bu bölümde son olarak, elde edilen verilerin hangi ölçüm ve analiz teknikleri kullanılarak test edileceği ortaya koyulmuş ve araştırmanın bulguları başlığı altında hipotez sonuçları değerlendirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, yerel halkın kişilik tiplerinin turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde etkisi olup olmadığını incelemektir. Tez çalışmasına yönelik ortaya koyulan bu amacın belirlenmesinde; turizmin önemli bir paydaşı olan yerel halkın, turizmin gerek toplumlar ve kültürlerarası etkileşimi sağlayan özelliğinden gerekse de endüstri olma niteliğinden sosyokültürel açıdan nasıl etkilendiğinin tespit edilmesine yönelik alan yazınında yeterince çalışma olmayışı önemli olmuştur. Dolayısıyla, bu çalışmanın yerel halkın kişilik tipleri ile turizmin sosyokültürel etkileri arasındaki nedensellik ilişkisini ortaya koymasıyla alan yazınında var olduğu bilinen eksikliği gidereceği düşünülmektedir.

Bu amaç doğrultusunda belirlenen alt amaçlar ise:

- Yerel halkın sosyodemografik özelliklerine ilişkin gerekli bilgilerin ortaya koyulması,
- Yerel halkın beş faktör kişilik özelliklerine ilişkin yaklaşımlarının tespit edilmesi,
- Yerel halkın kişilik özelliklerinin sosyodemografik özelliklere göre değişip değişmediğinin tespit edilmesi,
- Yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ortaya koyulması,
- Yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının sosyodemografik özelliklere göre değişip değişmediğinin tespit edilmesi şeklindedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmada öncelikle "turizmin sosyokültürel etkilerinin yerel halkın yaşantısında ne gibi değişikliklere yol açtığı ve yerel halkın bu etkileri algılayışlarının nasıl olduğu?" sorusundan hareket edilmiştir. Daha sonra araştırmanın odağına, kişilik tipleri değişkeni de dâhil edilerek kapsam, farklı kişilik özelliklerine sahip yerel sakinlerin turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarında değişiklik olup olmadığının tespit edilmesi şeklinde genişletilmiştir. Ayrıca, turizm alan yazınında sosyokültürel etkilere ilişkin yerel halk algısının ölçüldüğü birtakım çalışmalar olsa da (Akis vd., 1996; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Gilbert & Clark, 1997; Korça, 1998; Brunt & Courtney, 1999; Carmichael, 2000; Fredline & Faulkner, 2000; Chen, 2001; Tosun, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Andereck vd., 2005; Pappas, 2008; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Soontayatron, 2014; Dağdeviren, 2015; Jaafar vd., 2017; Alobiedat, 2018; Haddad vd., 2019) araştırmada konunun kişilik tipleri ile ilişkilendirilecek olmasının ve araştırmanın Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yürütülecek olmasının bölge ve Türk turizmi için önemli bulgular sunabileceği öngörülmektedir. Diğer yandan, araştırmada yalnızca Kayalık Kapadokya Bölgesi'nden veri toplanacak olması ve araştırmanın sonuçlandırılması için belirlenen süre araştırma kapsamının genişlemesine imkân vermemektedir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup, veri toplama aracı olarak ise bu yaklaşıma bağlı anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılacak yöntem

ve tekniğin seçiminde, araştırmanın amacına ve araştırma kapsamında yer alan örneklemin büyüklüğüne uygun olması ve nitel yaklaşıma göre çok daha kapsayıcı ve karşılaştırılabilir bir veri seti sunması belirleyici olmuştur. Birincil veriye ulaşmada anket tekniğinin kullanılması ile ilgili olarak bu temel nedenin dışında, anket tekniğini diğer araştırma tekniklerine göre öne çıkaran şu özelliklerin de etkisi bulunmaktadır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2011: 93-94).

- Çok sayıda katılımcıya hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılabilmesi,
- Daha fazla sayıda örneklemden veri toplama imkânı sunmasıyla araştırmanın ana kütlesine ilişkin kapsayıcılığı sağlayarak bulguların güvenirliğini ve dış geçerliğini artırması,
- Bireylerin bir durum, konu ya da soruna ilişkin görüş, duygu, düşünce, davranış, inanç, algı, tutum ve güdülerine yönelik olarak bilgi toplamanın mümkün olması,
- Veri toplama maliyetinin düşük olması.

3.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Çalışmanın bu kısmında öncelikle araştırma hipotezlerinin ortaya koyulma sürecine, konuyla ilgili alan yazınından faydalanılarak yer verilmiştir. Bu çerçevede, ilk olarak turizm disiplininde kişilik konusunun geçmişi, daha sonra ise farklı kişilik özelliklerine sahip yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerini algılayışlarına dair ölçümün neden gerekli olduğu, ana hatlarıyla açıklanmıştır.

Kişilik, daha önce de ifade edildiği üzere bireyleri birbirinden farklı kılan özellikler bütünü olmasının (Marshall, 1999, s.409) yanı sıra genetik, fizyolojik, coğrafi ve kültürel pek çok faktörden etkilenen (Luthans, 1995, s.114) karmaşık bir olgudur. Kişiliğin insanların birbirinden ayırt edilmesine yardımcı olan bir olgu olması ve zamanla geliştirilen ölçekler aracılığıyla ölçülebilir bir boyut kazanması, farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin bir konu ya da durum ile ilgili algı, tutum, anlayış ve bakış açısı farklılıklarının tespit edilmesini sağlamıştır. Kişiliğe dair tespitler ve bireylerin farklı kişilik özelliklerine göre sınıflandırılması konusu, yalnızca psikoloji bilimi ile sınırlı kalmamış özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren sosyal bilimler alanındaki diğer disiplinlerin de ilgi alanına girmiştir. Turizm disiplini de bunlardan birini teşkil eder ve bu çerçevede araştırmacıların psikoloji içerikli konulara önem vermeye devam ettiği

gözlenmektedir. Ancak buna rağmen hâlâ psikoloji bilimi ve turizm disiplinini bir araya getiren çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Buna bağlı olarak, ziyaretçilerin ve turizm çalışanlarının (Frew & Shaw, 1999; Naude vd., 2016; Berry vd., 2018; Kocabulut & Albayrak, 2019; Bayarsaikhan vd., 2020; Tapanainen vd., 2021; Kılıç & Girgin, 2021; Ayaz & Müsellim, 2021; Terzic, vd., 2022; Utar & Yazıcı Yılmaz, 2022; Jattamart vd., 2023; Sreen vd., 2023) ve özellikle de yerel halkın (Ayaz & Parlak, 2019; Moghavvemi vd., 2021; Li vd., 2024) kişiliğini esas alan çalışmalar da oldukça sınırlı sayıdadır.

Bir bölgede turizm gelişiminin başlaması ve bölgenin turistik bir destinasyon niteliği kazanmasıyla turizmin sosyokültürel etkileri söz konusu olacaktır. Turizm sektörünün insan temelli etkileri ile ilgili olan sosyokültürel etkileri, ev sahibi toplumun sosyal ve kültürel açıdan yaşadığı dönüşümü ifade etmekte olup olumlu ve olumsuz olarak iki şekilde ortaya çıkabilmektedir (Zhuang vd., 2019, s. 3). Çalışmanın önceki bölümlerinde de ifade edildiği üzere konuyla ilgili alan yazınında turizmin olumlu sosyokültürel etkileri; *alışveriş merkezi ve rekreasyon olanaklarını geliştirmesi* (Akis vd., 1996; Korça, 1998; Brunt & Courtney, 1999; Jurowski & Brown, 2001; Tatoglu vd., 2002; McGehee & Andereck, 2004; Andereck vd., 2005; Ritchie & Inkari, 2006; Çevirgen & Kesgin, 2007; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008; Byrd vd., 2009; Stylidis, 2012), *insanlar arası güvene ve sosyal ilişkilere katkı sağlaması* (Upchurch & Teivane, 2000; Mensah, 2012; Türker & Öztürk, 2013), *yerel kamu hizmetlerini ve üst yapısal olanakları iyileştirmesi* (Settina & Richmond, 1978; Pizam, 1978; Liu vd., 1987; Brunt & Courtney, 1999; Batman & Türkay, 2009; Teye vd., 2002; Godovykh vd., 2024), *yeni iş ve istihdam olanakları ortaya çıkarması* (Belisle & Hoy, 1980; Tyrell & Spaulding, 1984; Ritchie, 1988; Long vd., 1990; Andereck & Vogt, 2000; Dyer vd., 2007; Andereck & Nyaupane, 2011; Aref, 2011), *yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi* (Tayfun, 2002; Doğan, 2004; Demircan, 2010; Nunkoo & Ramkisson, 2010; Doğan & Üngüren, 2010; Altay & Aydın, 2020) *kültürel faaliyetleri ve çeşitliliğini artırması* (Faulkner & Tideswell, 1997; Chen, 2000; Tatoglu vd., 2002; Andriotis & Vaughan, 2003; McGehee & Andereck, 2004; Milman, 2004; Andereck vd., 2005; Ritchie & Inkari, 2006; Özmen, 2007; Huttasin, 2008; Varnacı Uzun & Somuncu, 2011; Eren & Aypek, 2012; Sezer vd., 2013; Sandal & Karademir, 2016; Gündoğdu, 2022), *yerel kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunması ve yerel kültürün tanınırlığını sağlaması* (Gilbert & Clark, 1997; Uslu & Kiper, 2006; UNESCO, 2006; Akman, 2007; Aref & Redzuan, 2010; Chen & Chen,

2010) şeklinde sıralanırken, olumsuz sosyokültürel etkiler ise *kentleşmeyi hızlandırması, bölgeye işgücü göçünü artırması* (Wall & Mathieson, 2006; Çevirgen & Kesgin, 2007), *aile yapısında olumsuz değişiklikler ortaya çıkarması* (Usal, 1990; Huttasin, 2008), *istenmeyen alışkanlık ve davranışların yaygınlaşması* (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Korça, 1998; Lawson vd., 1998; Ko & Stewart, 2002; Sirakaya vd., 2002; Tosun, 2002; Mbaiwa, 2004; Milman, 2004; Andereck vd., 2005; Dyer vd., 2007; Özmen, 2007; Okech, 2010; Keskin & Çontu, 2011; Zhou vd., 2014; Boğan & Sarıışık, 2016), *aşırı kalabalık* (Faulkner & Tideswell, 1997; Brunt & Courtney, 1999; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Tatoglu vd., 2002; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Andereck vd., 2005; Chen & Chiang, 2005; Easterling, 2005; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008; Amuquandoh, 2010; Dordevic & Milicevic, 2020), *gürültü ve trafik sorunlarına neden olması* (Pizam, 1978; Long vd., 1990; Keogh, 1990; Caneday & Zeiger, 1991; Prentice, 1993; Akış, 1996; Akis vd., 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Lindberg & Johnson, 1997; Korça, 1998; Brunt & Courtney, 1999; Snaith & Haley, 1999; Carmichael, 2000; Chen, 2000; Mason & Cheyne, 2000; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Jurowski & Brown, 2001; Weaver & Lawton, 2001; Snepenger vd., 2001; Ko & Stewart, 2002; McGehee & Andereck, 2004; Milman, 2004; Tayfun & Kılıçlar, 2004; Andereck vd., 2005; Fredline vd., 2005; Haley vd., 2005; Perez & Nadal, 2005; Ritchie & Inkari, 2006; Dyer vd., 2007; Lee vd., 2007; Huttasin, 2008; Oviedo-Garcia vd., 2008; Sharma vd., 2008; Vargas-Snchez vd., 2009; Sharma & Dyer, 2009; Byrd vd., 2009; Amuquandoh, 2010; Demirkaya & Çetin, 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Latkova & Vogt, 2011; Schofield, 2011; Türker & Öztürk, 2013; Zhou vd., 2014), *Batılı turistlerin baskın kültürünün etkisinde kalınması* (Nunez, 1989; Sampaio vd., 2014), *sanat anlayışını* (Bascom, 1976; May, 1977; Simons, 2000; Baykan, 2007), *gelenek ve görenekleri* (Akis vd., 1996; Tayfun & Kılıçlar, 2004; Dyer vd., 2007; Huttasin, 2008; Pappas, 2008; Aref & Redzuan, 2010; Sharma, 2010; Karaman & Avcıkurt, 2011; Dikici & Sağır, 2012; Uçar, 2012; Jaafar vd., 2017; Alobiedat, 2018) *konuşma dilini* (Doğan, 2004; Baykan, 2007; Uçar, 2012; Lonardi, 2022), *dinî inanış ve yaşayış biçimini olumsuz etkilemesi* (Dixon, 1979; Boyer, 1981; Baykan, 2007; Sampaio vd., 2014; Avcıkurt, 2015; Yasothornsrikul & Bowen, 2015; Albayrak & Özmen, 2018), *yerel kültürün metalaşmasına* (Baykan, 2007; Pekol, 2010; Bulut, 2024) ve *yerel halkın istismarına yol açması* (Diamond, 1977; Mathieson & Wall, 1982; Williams & Lawson, 2001; Ko &

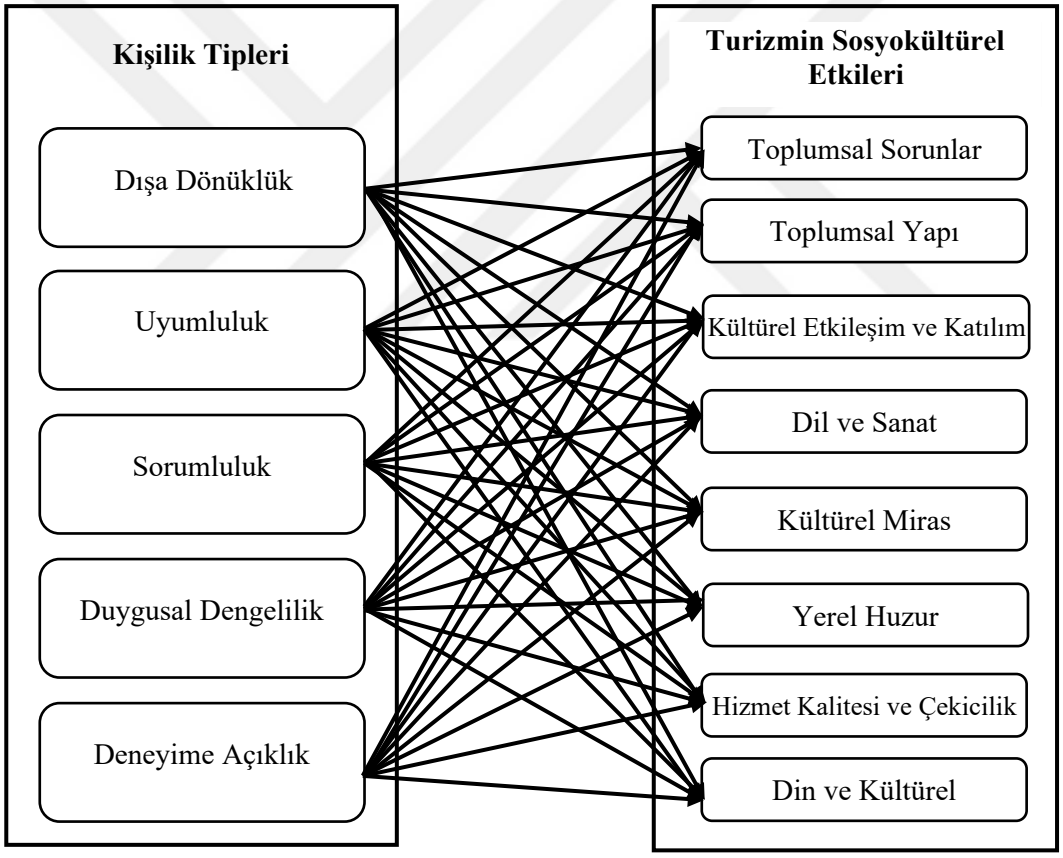
Stewart, 2002; Doğan, 2004; Uslu & Kiper, 2006; Gülduran & Akdeniz, 2022) şeklinde sıralanmaktadır.

Bir destinasyonda, bölge halkının turizme, turiste ve turizmin gelişimine ilişkin olarak olumsuz algılarının en aza indirilebilmesi (Timothy, 1999; Tosun, 2002; Byrd, 2007; Jaafar vd., 2017), bürokrasinin ve sivil inisiyatiflerin gereken önlemleri zamanında alarak bölgedeki tarihi-kültürel-sosyal dokunun ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının en iyi şekilde korunmasını sağlayabilmesi (Kariel & Kariel, 1982; Zaidan 2016), bunlara bağlı olarak turizmin bölgeye ve bölge halkına en yüksek katkıyı verebilmesi ve turizm gelişiminin planlı ve sürdürülebilir bir şekilde yürütülebilmesi (Williams & Lawson, 2001; Gursoy vd., 2002; Akova & Atsiz, 2019; Tekin & Rahimi, 2019; Li vd., 2024) gibi gerekçelerden dolayı, destinasyon sakinlerinin turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının bilinmesi gerekir. Dolayısıyla, turizm gelişiminin yaşandığı destinasyonlarda yerel halkın sosyokültürel etkileri algılayışları ile ilgili olarak farklı araştırma yaklaşımlarıyla ölçüm yapılması oldukça önemli bir konu olma özelliğine sahiptir (King vd., 1993; McCool & Martin, 1994; Teye vd., 2002; Tosun, 2002; Soontayatron, 2015; Tang vd., 2021).

Hashimoto (2002), sosyokültürel olgulardaki değişikliklerin yıllar içerisinde ve yavaş bir şekilde ortaya çıktığını ve bu değişikliklerin ölçülmesinin ve hesaplanmasının bir hayli zor ve karmaşık olduğunu belirtmiştir. Archer ve diğerleri (2012), toplumsal norm ve değerlerde kısa sürede birtakım değişiklikler olduğunu, bununla birlikte ev sahibi toplumun inançlarında, toplumsal değerlerinde ve kültürel miras uygulamalarında uzun sürede gerçekleşen daha köklü değişikliklerin de olduğunu savunmuştur. Hall ve Page'e (2006) göre de ev sahibi toplulukların bireysel ve kolektif değer, inanç ve davranışlarında turizmin sosyokültürel etkileri ile ortaya çıkan değişikliklerin hızlı ve etkili bir şekilde gerçekleşmesi mümkündür. Sharpley (2014) ise bu değişikliklerin turizm gelişiminin doğasından kaynaklanabileceği gibi, ev sahibi-turist etkileşiminden de kaynaklanabileceğini ifade etmiştir. Tüm bunlardan hareketle çalışmada, 20. yüzyılın ortalarından itibaren yabancı ziyaretçilerin kültürel ve dinî nedenlerle ziyaret ettiği bir destinasyon olma özelliği taşıyan Kayalık Kapadokya Bölgesi (Tosun, 2002, s. 234) yerel halkı konu edilmiştir. Bölgedeki turizmin esas gelişiminin ise bölgenin 1985 yılında "Göreme Milli Parkı ve Kapadokya" ismiyle UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne

alınmasıyla başladığı bilinmektedir (UNESCO, 2024). Ayrıca araştırmada, Li ve diğerlerinin (2024) belirtmiş olduğu gibi yerel halkın kişilik özelliklerine odaklanılarak turizmin sosyokültürel etkilerine dair bakış açıları ve yaklaşımlarının tespit edilmesi; Unurlu'nun (2024) belirttiği gibi yerel halkın sosyodemografik değişkenlere göre kişilik tiplerinin ve Teye ve diğerlerinin (2002) ileri sürdüğü şekilde de sosyodemografik değişkenlere göre turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının değişip değişmediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amaçlarına uygun şekilde oluşturulan modelde yerel halkın kişilik tiplerinin alt boyutları ile turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının alt boyutları arasındaki nedensellik ilişkisine dair hipotezler (H_1-H_{40}), Şekil 3.1'de gösterilmiştir.

Şekil 3.1. Araştırmanın modeli



Araştırma modelinde yer alan hipotezler (H_1-H_{40}), Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Araştırmanın hipotezleri

	Araştırmanın Hipotezleri
H_1-H_8	**H_1:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal sorunlar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_2:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal yapı* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_3:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel etkileşim ve katılım* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_4:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *dil ve sanat* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_5:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel miras* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_6:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *yerel huzur* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_7:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *hizmet kalitesi ve çekicilik* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_8:** Kişilik tiplerinin *dışa dönüklük* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *din ve kültürel kalıplar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_9-H_{16}	**H_9:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal sorunlar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{10}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal yapı* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{11}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel etkileşim ve katılım* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{12}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *dil ve sanat* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{13}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel miras* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{14}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *yerel huzur* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{15}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *hizmet kalitesi ve çekicilik* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{16}:** Kişilik tiplerinin *uyumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *din ve kültürel kalıplar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{17}-H_{24}	**H_{17}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal sorunlar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{18}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal yapı* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

	H_{19}: Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel etkileşim ve katılım* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{20}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *dil ve sanat* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{21}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel miras* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{22}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *yerel huzur* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{23}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *hizmet kalitesi ve çekicilik* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{24}:** Kişilik tiplerinin *sorumluluk* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *din ve kültürel kalıplar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{25}-H_{32}	**H_{25}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal sorunlar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{26}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal yapı* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{27}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel etkileşim ve katılım* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{28}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *dil ve sanat* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{29}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel miras* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{30}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *yerel huzur* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{31}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *hizmet kalitesi ve çekicilik* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{32}:** Kişilik tiplerinin *duygusal dengelilik* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *din ve kültürel kalıplar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{33}-H_{40}	**H_{33}:** Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal sorunlar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{34}:** Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *toplumsal yapı* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{35}:** Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel etkileşim ve katılım* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. **H_{36}:** Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *dil ve sanat* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H_{37}: Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *kültürel miras* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{38}: Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *yerel huzur* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{39}: Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *hizmet kalitesi ve çekicilik* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.
H_{40}: Kişilik tiplerinin *deneyime açıklık* alt boyutunun, turizmin sosyokültürel etkilerinin *din ve kültürel kalıplar* alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

3.3.2. Evren, Örneklem ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini (ana kütlesini), Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde (Nevşehir'in Ürgüp, Göreme, Uçhisar, Avanos, Derinkuyu ve Kaymaklı ilçe ve beldeleri ile Aksaray'a bağlı Ihlara beldesi) ikamet eden 18 yaş ve üstü yerel halk oluşturmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan yerel halkın tamamına ulaşmanın zaman, maliyet ve erişilebilirlik açısından mümkün olmayacağı göz önünde bulundurularak evreni temsil etmesi için örneklem seçme yoluna gidilmiştir (Taherdoost, 2016, s. 18). Kayalık Kapadokya Bölgesi yerel halkının 18 yaş ve üstü yerleşik nüfusu 10.000'i aştığından (*bk. Tablo 3.5*) örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında nicel araştırmalar kapsamında sınırsız evrenler (N>10.000) için geliştirilen şu formül uygulanmıştır (Özdamar, 2003, s. 116-118):

$$n = \frac{\sigma^2 . Z_a^2}{H^2}$$

Formülde yer alan ifadelerin açıklamaları şu şekildedir:

- n: Örneklem büyüklüğü
- σ: Evrenin standart sapma değeri
- Z: Yanılma olasılık değeri
- H: Standart hata değeri

Formülde hata değeri (H) 0,10; standart sapma değeri (σ) 1 ve anlamlılık düzeyi (α) 0,05 şeklinde alınmıştır. Çift yönlü hipotez ve sonsuzluk serbestlik derecesinde α=0,05 için $Z_{0,05}$=1,96'dır (Ural & Kılıç, 2006, s. 47).

Bu sayısal değerler doğrultusunda; $n = \frac{1^2.1,96^2}{0,1^2} = 384$ olarak hesaplanmıştır.

Burada yer alan hesaplama sonucunda da görüleceği üzere, bu çalışmada ulaşılması gereken örneklem sayısı (n) 384 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, belirli evren büyüklükleri için kabul edilebilir örneklem sayılarının hesaplandığı bir başka araştırmada da *50.000 evren* için 381 örneklem sayısının yeterli olduğu belirtilmiştir (Sekaran & Bougie, 2016, s. 264).

Örnekleme seçiminde evreni oluşturan tüm ögelerin bilindiği ve örneklem içerisine dâhil edilme olasılıklarının eşit olduğu durumda olasılığa dayalı örneklem seçim teknikleri kullanılmaktadır (Neuman, 2022, s. 401-403). Araştırma kapsamındaki deneklerin tamamının bilinmesi ve her birine eşit katılım hakkının verilmesi mümkün olmadığı için araştırmada olasılığa dayalı olmayan örneklem seçim tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, örneklemin hiçbir ölçüt kullanılmadan rastgele seçilmesinden oluşmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, araştırmacı araştırma sahasında belirli bir zaman diliminde tamamen gelişigüzel bir şekilde karşısına çıkan insanlardan veri toplamaktadır (Kozak, 2021, s. 106-107). Bu doğrultuda, anket formu; sokakta, parkta, spor salonunda, kahvehanede, restoranda, alışveriş dükkanlarında vakit geçiren ya da belediye, kaymakamlık gibi kurumlarda mesaide olan yerel halk mensuplarının rastgele tespit edilerek uygulanması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

3.3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın veri toplama aracı olan anket formu katılımcılara yüz yüze ve internet tabanlı uygulamalarda çevrim içi olarak uygulanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların sosyodemografik özelliklerine ilişkin veri elde etmek amacıyla dokuz kapalı uçlu (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, turizm sektöründe çalışma durumu, ailenin turizm sektöründe çalışma durumu, turistlerle iletişim kurma durumu, ikamet edilen yer, ikamet süresi) ve üç açık uçlu soruya (statü, kişisel gelir ve hane geliri durumu) yer verilmiştir. Veri toplandıktan sonra, açık uçlu sorulara verilen yanıtlar, belirli kıstaslara göre kategorize edilerek bilgisayar yazılımlarına işlenebilir kapalı forma dönüştürülmüştür. Anket formunun ikinci bölümünde ise kişilik tiplerini belirlemek amacıyla John ve diğerleri (1991) tarafından geliştirilen ve Alkan (2007) tarafından

Türkçeye uyarlaması yapılan "*Beş Faktör Kişilik Ölçeği*[1]*"*; yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarını ölçmek amacıyla da Dağdeviren (2015) tarafından hazırlanan "*Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeği"* kullanılmıştır.

3.3.3.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeği

Kişilik özelliklerinin beş boyut altında toplandığının tespit edilmesine ilişkin alan yazını incelendiğinde, ilk olarak sözlük temelli kavramsal bir yaklaşımın benimsendiği (Goldberg, 1990), daha sonra ölçme yöntemleriyle test edilerek ölçeğin alt boyutlara ayrıldığı (Costa & McCrae, 1992; Saucier & Ostendorf, 1999; Soto & John, 2008) anlaşılmıştır. Alt boyutlara ilişkin ifadelerin oluşturulmasında farklı araştırmacılar tarafından ortaya koyulmuş olan faktör yapılarının ortak kavramlara göre eşleştirilmesiyle elde edilen 300 terim kullanılmıştır. Bu süreç çerçevesinde alanında uzman 10 psikolog belirlenmiş ve bu uzmanlar, 1988 yılından önce yayımlanmış beş boyutlu kişilik ölçeğini ele alan tüm makaleleri inceleyerek 300 terimin 112 tanesini beş boyuttan biri ile %90 ya da daha yüksek bir uyumla eşleştirmişlerdir. Ayrıca, oluşturulan bu kategorileştirmelerin geçerliği 10 psikoloğun topladığı veriler yardımıyla faktör analizi yapılmak suretiyle test edilmiştir (John, 1990). Dolayısıyla, her bir alt boyutun pek çok bileşenden oluştuğu ve kişilik özelliklerinin geniş bir bölümünü kapsadığı büyük beş boyutlu kişilik ölçeğine ulaşılmıştır.

Bu aşamadan sonra araştırmacılar, bu beş kişilik özelliklerini tüm yönleriyle kapsayan daha kısa bir ölçme aracına ihtiyaç duymuşlardır. Bu ihtiyacı karşılamak üzere John ve diğerleri (1991) tarafından Beş Faktör Kişilik Ölçeği (BFI: The Big Five Inventory) geliştirilmiştir. Bu ölçeğin, kişiliğin beş boyutunun ölçümlenmesine dair ölçek geliştirme süreci sonunda ortaya koyulan tüm terimleri kapsayıcı bir araç olarak geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amacı daha az sayıda ifade ile kısa ve anlaşılır bir şekilde sağlıyor olması, BFI ölçeğini, kişilik özelliklerini ölçümleyen beş boyutlu diğer bazı ölçeklere (NEO-FFI ve TDA) kıyasla araştırmacılar için daha kolay uygulanabilir ve katılımcılar için de daha kısa süre ve daha az enerji ile tamamlanabilir hale getirmektedir. BFI ölçeğinde yer alan ifadeler, 60 maddeli NEO-FFI ölçeğinin (Borkenau & Ostendorf,

[1] Orijinal kaynakta "Big Five Inventory" (BFI) olarak ifade edilen ölçeğin isminin Türkçe karşılığı için Türkçeye uyarlamayı gerçekleştiren Alkan'ın (2007) kullanımı tercih edilmiştir.

1993) ifadelerine kıyasla daha net ve tek kelimelik sıfatlardan oluşan 100 maddeli TDA ölçeğinin (Goldberg, 1992) ifadelerine kıyasla daha açıklayıcıdır. Ayrıca BFI, büyük beş kişilik özelliklerinin bahsi geçen ölçekler ile aynı düzeyde etkili bir ölçümünü sağlamaktadır. Dolayısıyla, Beş Faktör Kişilik Ölçeği (BFI), pek çok örneklem üzerinde uygulanabilir bir ölçme aracı özelliği göstermektedir.

BFI ölçeği, beş alt boyuta sahip olup, beşli likert özelliğinde 44 kapalı uçlu maddeden (ifade) oluşmakta ve temel kişilik özelliklerini ölçmektedir. Ölçekte yer alan maddelerin bir kısmı ters kodludur (- işareti ile gösterilmiştir). Maddelerin ölçekte yer alan sırasına göre hangi alt boyut içerisinde yer aldığı şu şekilde açıklanmıştır. *Dışadönüklük:* 1, 6-, 11, 16, 21-, 26, 31-, 36; *uyumluluk:* 2-, 7, 12-, 17, 22, 27-, 32, 37-, 42; *sorumluluk:* 3, 8-, 13, 18-, 23-, 28, 33, 38, 43-; *duygusal dengelilik:* 4, 9-, 14, 19, 24-, 29, 34-, 39 ve *deneyime açıklık:* 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35-, 40, 41-, 44. Ayrıca, ölçeğin genel iç tutarlılık katsayısı (0,87) ve ölçek alt boyutlarının iç tutarlılık katsayıları (dışadönüklük:0,89; uyumluluk:0,67; sorumluluk:0,79; duygusal dengelilik:0,79; deneyime açıklık:0,79) kabul edilebilir sınarlar içerisinde güvenilir olarak tespit edilmiştir (Alkan, 2007). BFI ölçeği alt boyutları değerlendirildiğinde, *dışadönüklük* (extraversion); konuşkanlık, cana yakınlık, aktif, iddialı ve baskın olma hali ile sosyal ve fiziksel çevreye yönelik dinamik bir yaklaşımı temsil etmekte ve sosyal aktivitelere karşı ilgili ve olumlu bir ruhsal durumu karşılamaktadır. *Uyumluluk* (agreeableness); içinde yaşanılan toplum ya da daha küçük toplumsal kümelere özgecilik (diğerkâmlık), güven ve alçakgönüllülük esaslı duygularla yaklaşma durumuna karşılık gelmektedir. *Sorumluluk* (conscientiousness); eyleme geçmeden önce düşünerek planlı ve kontrollü davranışlar sergileme, dürtüsel hareket etmeyerek toplumsal norm ya da kurallara uygun davranma biçimine karşılık gelmektedir. *Duygusal dengelilik*[2] (emotional stability); duygu durumunun genellikle istikrarlı olduğu, mutluluk ve kısmen rahatlık durumunu karşılamaktadır. *Deneyime açıklık* (openness to experience); zihinsel ve pratiksel yaşamın serbestlik, özgünlük ve derinlik düzeylerini tanımlamaktadır (John vd., 1991; Alkan 2007).

Diğer taraftan, kişiliğe dair diğer tüm kuram, yaklaşım ve ölçeklerde olduğu gibi BFI ölçeğinde de birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bir kısım araştırmacıların ölçeğin

[2] Ölçeğin orijinalinde "neuroticism" (nevrotiklik) şeklinde belirtilmiş olup diğer dört alt boyut için olumlu uç kullanılması nedeniyle nevrotikliğin diğer ucu olan duygusal dengelilik tercih edilmiştir.

kişilik özelliklerinin tümüne dair kapsayıcılık ortaya koyamadığı (McAdams, 1992; Pervin, 1994; Block, 1995; Eysenck, 1997) yönündeki eleştirisi haksız sayılmayacaktır. Zira BFI ölçeği, kapsamlı bir kişilik kuramı olarak tasarlanmamış, kişilik özellikleri arasındaki yapısal ilişkileri tanımlamak üzere kurgulanmıştır. Dolayısıyla ölçeğin odağı, kişiliğe dair dinamik süreçlerin açıklanmasından ziyade, yalnızca bireylerin yerleşik düşünce ve davranışlarını tanımlayarak hangi kişilik özelliğine yakın olduğunun belirlenmesidir (John vd., 1991; John vd., 2008). Bununla birlikte BFI ölçeği, psikoloji, işletme, eğitim, turizm gibi pek çok disipline ait uluslararası ve ulusal alan yazınında üretilen bilimsel çalışmalarda kullanılmış ve kullanılmaya devam etmektedir. Ek olarak, araştırmacılar tarafından 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren bireylerin kişilik tiplerini belirlemeye dönük iki, üç, dört, beş ve sekiz boyutlu olmak üzere farklı ölçekler de geliştirilmiştir (Friedman & Rosenman, 1974; Eysenck & Eysenck, 1975; Horowitz vd., 1988; Benet-Martinez & John, 1998; John & Srivastava, 1999).

3.3.3.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeği

Turizmin sosyokültürel etkileri konusundaki alan yazını incelendiğinde, sosyokültürel etkileri bir arada inceleyen çalışmalar (Liu & Var, 1986; Andereck & Vogt, 2000; Cerveny, 2004; Doğan & Üngüren, 2010; Jovicic, 2011; Gülüm & Boz, 2014; Yasothornsrikul & Bowen, 2015; Ayazlar & Ayazlar, 2016; Bello vd., 2017; Gursoy vd., 2019; Ataman & Özer, 2020; Dordevic & Milicevic, 2020; Amalu vd., 2021; Azadaliyev & Ayazlar, 2025) bulunduğu gibi, sosyal ve kültürel etkileri ayrı ayrı ölçümleyen (Chen, 2001; Teye vd., 2002; Cavus & Tanrisevdi, 2003; Gursoy & Rutherford, 2004; Chen & Chiang, 2005; Akova, 2006; Alaeddinoğlu, 2007; Dyer vd., 2007; Alaeddinoğlu, 2008; Gümüş & Özüpekçe, 2009; Akdu & Öktem, 2019; Costa vd., 2020) ya da bu etkilerden yalnızca birini dikkate alan çalışmalar (Esman, 1984; Allen vd., 1988; Kousis, 1989; King vd., 1993; Akis vd., 1996; Haralambopoluos & Pizam, 1996; Besculides vd., 2002; Andereck vd., 2005; Baykan, 2007; Eren & Aypek, 2012; Gülsevil Berber & Sözbilen, 2017; Altay & Aydın, 2020; Hassan vd., 2022; Çiçekçi & Okuyucu, 2024; Espinoza vd., 2025) da bulunmaktadır. Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeğine, turizmin sosyal etkileri ve turizmin kültürel etkilerine ilişkin erişilebilen kaynaklar arasında yapılan ölçek araştırması neticesinde karar kılınmıştır. Bu doğrultuda, Dağdeviren'in (2015) hazırlamış olduğu "Turizmin Sosyokültürel Etkileri" isimli ölçeğin; gerek turizmin sosyokültürel

etkilerine ilişkin en kapsamlı ölçek olarak dikkat çekmesi, gerekse de farklı uluslararası çalışmalarda yer alan ölçek maddelerinden faydalanarak hazırlanmış olmasının ölçek maddelerinin kuramsal dayanağını güçlendirmesi gerekçeleriyle tercih edildiği söylenebilir. Ayrıca, ölçeğin hazırlanmasında faydalanılan çalışmalardan (Akis vd., 1996; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Faulkner & Tideswell, 1997; Gilbert & Clark, 1997; Korça 1998; Andereck & Vogt, 2000; Fredline & Faulkner, 2000; Tomljenovic & Faulkner, 2000; Upchurch & Teivane, 2000; Williams & Lawson, 2001; Weaver & Lawton, 2001; Yoon vd., 2001; Kim, 2002; Ko & Stewart, 2002; Tatoglu vd., 2002; Teye vd., 2002; Tosun, 2002; Gursoy & Rutherfod, 2004; Chen & Chiang, 2005; Choi & Sirakaya, 2005; Kuvan & Akan, 2005; Dyer vd., 2007; Huttasin 2008; Pappas 2008; Vargas-Sanchez vd., 2009; Nunkoo & Ramkissoon 2010) bu tez çalışmasında da istifade edilmiş olup, kaynakların birçoğunun konuya ilişkin referans oluşturan temel kaynaklar olması, ölçeğin kabul edilebilirliğini artıran bir unsurdur.

Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği, 32 madde ve 8 boyuttan oluşmaktadır. Ölçeği hazırlayan Dağdeviren (2015), topladığı verilerle ölçeğe ilişkin güvenirlik analizi ve açımlayıcı faktör analizi (AFA) uygulamıştır. Güvenirlik analizi sonucuna göre ölçeğin genel iç tutarlılık katsayısının (0,865) ve ölçeğin alt boyutlarına ilişkin iç tutarlılık katsayılarının (Toplumsal Sorunlar: 0,855; Toplumsal Yapı: 0,740; Kültürel Etkileşim ve Katılım: 0,719; Dil ve Sanat: 0,675; Kültürel Miras: 0,639; Yerel Huzur: 0,614; Hizmet Kalitesi ve Çekicilik: 0,585; Din ve Kültürel Kalıplar: 0,589) kabul edilebilir sınırlar içerisinde güvenilir olduğu saptanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ise faktör yükleri 0,4'ün altında seyreden iki maddeyi hipotez testlerine geçmeden eleme yoluna gitmiştir. Bu maddeler, ölçekte 6. ve 7. sırada yer alan "turizm, toplumda dürüstlüğün azalmasına neden olmuştur" ve "turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır" şeklindeki maddelerdir. Buna rağmen, bu tez çalışmasında ölçeğin 32 ifade ile kullanılmasına karar verilmiş olup, araştırmada toplanan birincil veri setiyle gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonrası, ölçek maddelerinin tamamının faktör yapısı doğrulanarak ölçeğin bir bütün olarak kullanılabileceği tespit edilmiştir (*bk. Tablo 3.11*) Ölçek alt boyutlarına ve madde sayılarına Tablo 3.2'de yer verilmiştir.

Tablo 3.2. Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği alt boyutları

Alt boyut	Madde Sayısı
Toplumsal sorunlar	5
Toplumsal yapı	8
Kültürel etkileşim ve katılım	4
Dil ve sanat	3
Kültürel miras	4
Yerel huzur	3
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3
Din ve kültürel kalıplar	2
Toplam	32

3.3.4. Pilot Test Uygulaması

Pilot test uygulamasına geçmeden önce ölçekteki kavramların amacına uygun kullanılıp kullanılmadığı ve ifadelerin anlaşılırlığı ile ilgili turizm işletmeciliği alanında uzman 4 ve psikoloji alanında uzman 2 akademisyenin görüşü alınmış ve önerileri dikkatle incelenerek gereken düzeltmeler yapılmıştır. Ayrıca, hazırlanan anket formunun araştırma sahasında kullanılmasından önce 18 yaş ve üstü 122 üniversite öğrencisinden veri toplanarak soruların anlaşılırlığının kontrol edilmesi amacıyla ön test yapılmıştır. Ön test sonrası, ölçek ifadelerinde yer alan birkaç kelime ölçekteki amacı dışında farklı anlamları da çağrıştırması nedeniyle eş/yakın anlamlı başka kelimeler ile değiştirilmiştir.

3.3.5. Veri Toplama Süreci

Araştırmada veri toplanacak tarihler belirlenirken, turist hareketliliğinin kısmen azaldığı ve tarımsal faaliyetlerin olmadığı, bölge halkının evlerinde ya da park, kafe, restoran, kahvehane, kütüphane gibi sosyal alanlarda daha fazla vakit geçirdiği bir dönem olmasına özen gösterilmiştir. Diğer taraftan, araştırmanın veri toplama sürecinde toplumun farklı sosyodemografik ve sosyokültürel katmanlarında yer alan bireylerine ulaşılarak homojen bir örneklem dağılımı ortaya koyulması amacıyla sahada ya da internet tabanlı platformlarda farklı toplumsal grupları bünyesinde barındıran sosyal alan ve mecralara ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket formundaki sorular yöneltilmeden önce katılımcılara araştırmanın konusu ve amacı hakkında bilgi verilmiş, toplanan verilerin ilgili amaç dışında kullanılmayacağı aktarılmış ve katılımcıların araştırmaya gönüllülük esaslı katılımları sağlanmıştır. 21/10/2024 ve 30/11/2024 tarihleri arasında hafta içi ve hafta sonu olmak üzere farklı günlerde gerçekleştirilen araştırmada, araştırma sahasında ikamet eden 18 yaş ve üzeri 556 katılımcıdan yüz yüze ve 14 katılımcıdan da çevrim içi olmak

üzere toplam 570 adet anket elde edilmiştir. Eksik ve hatalı yanıtlanmış ya da yarıda bırakılmış 29 anket veri girişi sırasında tespit edilerek veri analizi aşamasına geçmeden elenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın nihai verisi, 541 anketten oluşmuştur.

Araştırma sonrası katılımcılardan toplanan anket formları incelendiğinde, katılımcılar arasında; özellikle aile işletmesi olan girişimcilerin kişisel ve hane gelirlerini ayırmadıkları, öğrencilerin bir kısmının hane gelirini bilmedikleri ve çalışan ya da emekli katılımcılar içerisinde tek kişinin geliri ile geçimini sağlayan hanelerin fazla olduğu tespit edilmiş ve bu nedenlerden dolayı, sosyodemografik sorular arasından hane geliri sorusu çıkarılmıştır. Dolayısıyla, katılımcıların gelir durumu yalnızca, kişisel gelire göre gruplandırılmış olup, veri girişi 11 sosyodemografik soru (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, statü, turizm sektöründe çalışma durumu, ailenin turizm sektöründe çalışma durumu, turistlerle iletişim kurma durumu, ikamet edilen yer, ikamet süresi, gelir durumu) üzerinden yapılmıştır.

Katılımcı sayıları, araştırma kapsamında yer alan ilçe ve beldelerin 2023 yılı nüfus verilerine göre yaklaşık olarak orantılanarak hesaplanmış ve veri toplanan kamu ve özel statüye sahip kurum ve işletme yetkililerinden anket uygulamak üzere gerekli izinler alınmıştır. Araştırma kapsamındaki ilçe ve beldelerin 2023 yılı nüfus verileri ve birimlere göre toplam örneklem içerisindeki oransal dağılımları Tablo 3.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.3. Araştırma kapsamındaki ilçe ve beldelerin örneklem dağılımları

İlçe/Belde	**Toplam Nüfus (2023)**	**Toplam İçindeki Oranı (%)**	**Örneklem İçindeki Sayısı**	**Örneklem İçindeki Oranı (%)**
Ürgüp	19.325	39,11	208	38,45
Göreme	1.952	3,95	24	4,44
Uçhisar	3.238	6,55	32	5,91
Avanos	11.586	23,45	126	23,29
Derinkuyu	8.057	16,31	87	16,08
Kaymaklı	3.326	6,73	41	7,58
Ihlara	1.929	3,90	23	4,25
Toplam	**49.413**	**100**	**541**	**100**

* Yaklaşık nüfus verilerini içermektedir. 18 yaşın altındaki nüfus, hesaplamaya dâhil edilmemiştir.
Kaynak: Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü'nün 2023 yılı, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre araştırmacı tarafından hesaplanarak hazırlanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin istatistiksel ölçüm ve analizlerinde kullanılmak üzere iki farklı paket programdan yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığını ölçmek için Cronbach's Alpha katsayısı aracılığıyla güvenirlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Verilerin normal bir şekilde dağılıp dağılmadığını ölçme hususunda ise normallik testi sonucunda ölçeklerde yer alan ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Araştırmanın bulguları kısmında ilk olarak, araştırmaya katılan yerel halkın sosyodemografik özelliklerine ilişkin bulgular, frekans ve yüzde dağılım tabloları aracılığıyla ortaya koyulmuştur. Devamında araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarının doğrulanıp doğrulanmadığını ve yapısal eşitlik modellemesinin (YEM) ilk aşamasını teşkil eden ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizi ile yapılmış ve ikinci aşamada araştırmanın ana hipotezleri, yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Son olarak, sosyodemografik özelliklerin yerel halkın kişilik tipleri ya da turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde farklılık ortaya çıkarıp çıkarmadığının test edilebilmesi için parametrik analiz tekniklerinden bağımsız örneklemler t testi (Independent-Samples T Test) ve tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizi ve normallik dağılımı sonuçlarına yer verilmiştir. İkinci olarak, katılımcıları tanımlayıcı istatistikler bulgular ortaya koyulduktan sonra, ölçeklere ait doğrulayıcı faktör analizi bulguları izah edilmiştir. Son olarak, araştırma hipotezlerinin sonuçlarını gösteren yapısal eşitlik modellemesi bulguları ve sosyodemografik özelliklere göre sonuçları gösteren bağımsız örneklemler t testi ve tek yönlü varyans analizi bulguları tablolar halinde sunularak değerlendirilmiştir.

3.5.1. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında, araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenirlik analizi ve normallik dağılımı bulgularına yer verilmiştir. Güvenirlik, ankette yer alan özellikle algı ve tutum ölçümünde kullanılan ölçeklerin, araştırma tekrarlandığında aynı ya da benzer sonuçlara ulaşılıp ulaşılmayacağını göstermektedir. Güvenirlik analizinde, Cronbach's Alpha

katsayısı aracılığıyla ölçeğin geneline, ölçek maddelerine ya da ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin iç tutarlılık katsayılarına bakılabilmektedir (Kozak, 2021, s. 131-132). İç tutarlılık katsayısı, 0 ile 1 arasında değişen değerler almaktadır. Bu değerlerin, 0,80 ve üzeri olması yüksek, 0,70 ile 0,80 aralığında olması kabul edilebilir, 0,60 ile 0,70 aralığında olması ise düşük düzeyli güvenirlik olarak belirtilmektedir (Sekaran & Bougie, 2016, s. 290).

Veri seti ile parametrik olmayan analizlere göre etki gücü ve genellenebilirliği daha yüksek olan parametrik analizlerin yapılabilmesi için verinin normal (homojen) dağılım özelliği göstermesi gerekmektedir. Bunun için ölçek maddelerine ait verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılması gerekmektedir (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 79). Çarpıklık, dağılımın simetrisi diğer bir deyişle, verideki dağılımın normal dağılımdan sağa ve sola ne kadar uzaklaştığı ile ilgilidir. Bu değerin sıfır olması, verinin mükemmel bir normalliğe sahip olduğunu göstermektedir. Pozitif ve negatif değerler alabilen çarpıklığın, pozitif olması durumunda verinin çoğunlukla sıfırdan uzaklaşarak düşük değerlerde yoğunlaştığı ve negatif olması durumunda ise sıfıra doğru yöneldiği ve yüksek değerlerde toplandığı görülmektedir (Coşkun vd., 2019, s. 196; Tabachnick & Fidell, 2020, s. 79). Veri setinin normallik koşulunu sağlamasında çarpıklık değerinin en iyi referans aralığı -1 ile +1 olarak gösterilmiştir (Hair vd., 2019, s. 48). Basıklık değeri ise dağılımın odak noktası ile ilgili olup, bu noktanın çok basık ya da yüksek olup olmadığı incelenmektedir. Ayrıca, çarpıklık değerinde olduğu gibi mükemmel bir normalliğe sahip verinin basıklık değeri de sıfırdır. Basıklık değeri, pozitif olması durumunda, dağılımın her iki noktasındaki kuyrukları kısa ve tepe noktası oldukça yüksek, negatif olması durumunda ise dağılımın kuyrukları uzun ve tepe noktası oldukça basık olmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 79). Normallik koşulunun sağlanmasında basıklık değerinin olması gereken en iyi referans aralıkları da -1 ile +1 olarak belirtilmiştir (George & Mallery, 2016, s. 114).

3.5.1.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular

Beş faktör kişilik ölçeği alt boyutlarına ait iç tutarlılık katsayıları (güvenirlik analizi) ve ölçek maddelerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri (normallik dağılımı) Tablo 3.4'te gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Beş faktör kişilik ölçeğinin güvenirlik analizi ve normallik dağılımına ilişkin bulgular

Beş Faktör Kişilik Ölçeği	**Çarpıklık**	**Basıklık**	**İç tutarlılık katsayısı**
Dışa Dönüklük			**0,862**
Konuşkan biriyim (dd1).	-,791	-,273	
Mesafeli biriyim (dd6).	-,800	-,216	
Enerji dolu biriyim (dd11).	-,857	-,099	
Diğer insanları heveslendiren biriyim (dd16).	-,702	-,454	
Sessiz kalmaya yatkın biriyim (dd21).	-,712	,441	
Girişken bir kişiliğe sahip biriyim (dd26).	-,541	-,840	
Bazen utangaç ve tutuk biriyim (dd31).	-,741	-,812	
Dışa dönük sosyal biriyim (dd36).	-,489	-,831	
Uyumluluk			**0,773**
Başkalarının hatasını bulmaya yatkın biriyim (u2).	-,546	-,733	
Yardımsever biriyim (u7).	-,485	-,808	
Başkaları ile sözlü kavga (ağız dalaşı) başlatan biriyim (u12).	-,550	-,825	
Hoşgörülü davranabilen biriyim (u17).	-,427	-,915	
İnsanlara genellikle güvenen biriyim (u22).	-,573	-,763	
Soğuk ve kayıtsız olabilen biriyim (u27).	-,536	-,725	
Herkese karşı nazik ve düşünceli biriyim (u32).	-,633	-,591	
Zaman zaman başkalarına karşı kabalaşan biriyim (u37).	-,619	-,660	
Başkaları ile iş birliği yapmayı seven biriyim (u42).	-,654	-,576	
Sorumluluk			**0,849**
Yaptığı işi eksiksiz yapan biriyim (s3).	-,610	-,638	
Bazen özensiz olabilen biriyim (s8).	-,695	-,476	
Bir görevin (çalışma, ödev, iş) verilmesi için güvenilen biriyim (s13).	-,659	-,618	
Dağınık, çok derli toplu olmayan biriyim (s18).	-,605	-,680	
Tembel olmaya eğilimli biriyim (s23).	-,586	-,641	
Bir işi bitirmeden bırakmayan biriyim (s28).	-,590	-,620	
İşleri etkin, verimli yapan biriyim (s33).	-,687	-,585	
Plan yapan ve onları uygulayan biriyim (s38).	-,629	-,713	
Dikkati çabuk dağılan biriyim (s43).	-,561	-,812	
Duygusal Dengelilik			**0,785**
Karamsar ve hüzünlü biriyim (d4).	-,632	-,556	
Rahat, stresle baş edebilen biriyim (d9).	-,523	-,843	
Gergin olabilen biriyim d14).	-,560	-,836	
Çok endişeli biriyim (d19).	-,561	-,687	

Duygusal olarak dengeli, kolay kolay üzülmeyen biriyim (d24).	-,643	-,516	
Duygusal iniş ve çıkışlar yaşayan biriyim (d29).	-,562	-,733	
Gergin durumlarda sakin kalan biriyim (d34).	-,573	-,779	
Çabuk heyecanlanan biriyim (d39).	-,630	-,680	
Deneyime Açıklık			**0,877**
Orijinal, yeni fikirler üreten biriyim (da5).	-,518	-,790	
Birçok farklı konuya meraklı biriyim (da10).	-,599	-,619	
Zeki, derin düşünebilen biriyim (da15).	-,503	-1,001	
Hayal gücü zengin biriyim (da20).	-,519	-,917	
Yaratıcı yeteneklerini kullanan biriyim (da25).	-,639	-,614	
Sanatsal ve estetik deneyimlere değer veren biriyim (da30).	-,557	-,904	
Rutin, tek düze işler yapmayı tercih eden biriyim (da35).	-,625	-,810	
Düşünmeyi ve fikirlerle ilgilenmeyi seven biriyim (da40).	-,717	-,482	
Sanatsal ilgileri az olan biriyim (da41).	-,724	-,559	
Sanat, müzik ve edebiyat konusunda oldukça bilgili biriyim (da44).	-,817	-,246	

Tablo 3.4'te gösterilen güvenirlik analizi sonuçlarına göre, beş faktör kişilik ölçeği alt boyutlarından dışa dönüklük (0,862), sorumluluk (0,849) ve deneyime açıklık (0,877) alt boyutları iç tutarlılık katsayılarının yüksek düzeyli; uyumluluk (0,773) ve duygusal dengelilik (0,785) alt boyutlarının ise orta düzeyli güvenirliğe sahip oldukları saptanmıştır. Normallik testi sonuçlarına göre ise ölçekte yer alan 44 ifadenin tamamının çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 aralığında seyrettiği ve ölçeğe ait verinin normal dağılım özelliği gösterdiği görülmüştür. Dolayısıyla, parametrik olmayan analizlere göre genellenebilirliği ve etki gücü daha yüksek olan parametrik analizlerin uygulanabileceği anlaşılmıştır.

3.5.1.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeğinin Güvenirlik Analizi ve Normallik Dağılımına İlişkin Bulgular

Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği alt boyutlarına ait iç tutarlılık katsayıları (güvenirlik analizi) ve ölçek maddelerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri (normallik dağılımı) Tablo 3.5'te gösterilmiştir.

Tablo 3.5. Turizmin sosyokültürel etkileri ölçeğinin güvenirlik analizi ve normallik dağılımına ilişkin bulgular

Turizmin Sosyokültürel Etkileri Ölçeği	Çarpıklık	Basıklık	İç tutarlılık katsayısı
Toplumsal Sorunlar			**0,775**
Turizm, alkol kullanımını artırmıştır (ts1).	-,885	-,125	
Turizm, uyuşturucu kullanımını artırmıştır (ts2).	-,621	-,710	
Turizm, suç oranlarını artırmıştır (ts3).	-,568	-,761	
Turizm, fuhşu artırmıştır (ts4).	-,689	-,502	
Turizm, trafik sıkışıklığını artırmıştır (ts5).	-,888	,089	
Toplumsal Yapı			**0,836**
Turizm, toplumda dürüstlüğün azalmasına neden olmuştur (ty6).	-,793	-,302	
Turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır (ty7).	-,658	-,564	
Turizm, komşuluk ilişkilerini zayıflatmıştır (ty14).	-,607	-,568	
Turizm, aile bağlarının bozulmasına neden olmuştur (ty15).	-,629	-,552	
Turizm, kadınların aile içi kararlara katılımını artırmıştır (ty16).	-,660	-,578	
Turizm, gençlerin davranışlarını olumsuz yönde etkilemiştir (ty17).	-,658	-,545	
Turizm, sosyal eşitsizliğe neden olmuştur (ty18).	-,659	-,469	
Turizm, yerel halkın istismar edilme düzeyini artırmıştır (ty19).	-,782	-,317	
Kültürel Etkileşim ve Katılım			**0,769**
Turizm, yerel halkın el sanatları, güzel sanatlar ve müzik gibi çok çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını teşvik etmiştir (kek20).	-,813	-,266	
Turizm, yerel halkın yöresel kültürüyle daha fazla gurur duymasını sağlamıştır (kek21).	-,597	-,741	
Turizm, yerel halk ile turistler arasındaki kültürel alışverişin artmasını sağlamıştır (kek22).	-,667	-,492	
Yerel halkın dünyanın farklı bölgelerinden gelen turistlerle tanışması, onlara turistlerin kültürünü ve toplumsal değerlerini daha iyi anlamak için önemli bir deneyim kazandırmıştır (kek23).	-,768	-,248	
Dil ve Sanat			**0,689**
Turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur (ds24).	-,930	,052	
Turizm, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırmıştır (ds25).	-,654	-,532	
Turizm, yerel halkın yabancı dil becerisini geliştirmiştir (ds26).	-,762	-,271	
Kültürel Miras			**0,755**
Turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır (km29).	-,846	-,118	
Turizm, tarihi yapıların korunmasına ve restore edilmesine olanak tanımıştır (km30).	-,687	-,516	
Turizm, kültürel varlıkların aşırı kullanımına neden olmuştur (km31).	-,669	-,407	

Turizm, yerel halkın kültürel mirasın korunması konusunda daha fazla anlayış göstermesini sağlamıştır (km32).	-,760	-,308	
Yerel Huzur			**0,702**
Turist sayısındaki artış, yerel halk ile turistler arasında sürtüşmelere neden olmuştur (yh9).	-,730	-,370	
Turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır (yh10).	-,775	-,337	
Turizm, eğlence merkezleri ve rekreasyon tesislerinin yerel halk tarafından kullanımını kısıtlamıştır (yh11).	-,793	-,228	
Hizmet Kalitesi ve Çekicilik			**0,690**
Turizm, acil durum hizmetlerinin (polis, itfaiye ve ambulans) kalitesini artırmıştır (hkç8).	-,769	-,272	
Turizm; mağazalar, restoranlar ve otellerde hizmet kalitesini artırmıştır (hkç12).	-,677	-,477	
Turizm, yaşadığım yerin ilginç ve heyecan verici bir yer olmasını sağlamıştır (hkç13).	-,699	-,472	
Din ve Kültürel Kalıplar			**0,635**
Turizm, yerel halkın namaz, oruç gibi ibadetlerini olumsuz yönde etkilemiştir (dkk27).	-,680	-,415	
Turizm, geleneksel kültür kalıplarının bozulmasına neden olmuştur (dkk28).	-,746	-,258	

Tablo 3.5'te yer verilen turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği alt boyutlarının güvenirlik analizi sonuçlarına göre, toplumsal yapı (0,836) alt boyutu iç tutarlılık katsayısı yüksek düzeyli; toplumsal sorunlar (0,775), kültürel etkileşim ve katılım (0,769), kültürel miras (0,755) ve yerel huzur (0,702) alt boyutları iç tutarlılık katsayılarının orta düzeyli; dil ve sanat (0,689), hizmet kalitesi ve çekicilik (0,690) ve din ve kültürel kalıplar (0,635) alt boyutları iç tutarlılık katsayılarının ise düşük düzeyli güvenirliğe sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, ölçeğe ait verinin normallik dağılımı analizinde 32 ifadenin tamamının çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 aralığında yer alarak normal dağılım özelliği gösterdiği görülmektedir. Nitekim, elde edilen veri ile parametrik testler uygulanabilecektir.

3.5.2. Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Bu başlık altında; katılımcıların sosyodemografik özelliklerini, kişilik tiplerini ve turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik algılarını içeren tanımlayıcı istatistiksel bulgularına ait tablolar ve bu tabloların değerlendirilmeleri yer almaktadır.

Katılımcıların özelliklerinin sayısal veriler kullanılarak aktarılmasında frekans dağılım tablolarından faydalanılmaktadır. Bu tablolar, sosyodemografik özellikler gibi

kategorilere ayrılmış nominal verileri anlaşılır bir şekilde sunmanın en kolay yoludur. Likert düzeyinde ölçüm yapan ölçeklere dair verilerin tablolar ile aktarılmasında ise merkezi eğilim ölçülerinden ortalama puan, en yaygın kullanılanlardan biridir. Ortalama puan, tüm puanların toplanılarak katılımcı sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Standart sapma ise tüm katılımcıların puanları ile ortalama puan arasındaki ortalama uzaklığı ifade etmektedir (Neuman, 2022, s. 627-631).

3.5.2.1. Katılımcıların Sosyodemografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyodemografik özelliklerine ait frekans ve yüzde dağılımlarını gösteren bulgular, Tablo 3.6'da gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Katılımcıların sosyodemografik özelliklerine ilişkin bulgular

Grup	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Grup	Değişken	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	301	55,6	**Sektörde Çalışma Durumu**	Çalışan	226	41,8
	Kadın	240	44,4		Çalışmayan	315	58,2
Yaş	18-24	90	16,6	**Ailenin Sektörde Çalışması**	Çalışan	242	44,7
	25-34	95	17,6		Çalışmayan	299	55,3
	35-54	123	22,7	**Turistlerle İletişim**	Kuran	260	48,1
	55-64	109	20,1		Kurmayan	281	51,9
	65 ve üstü	124	22,9	**İkamet Edilen İlçe/Belde**	Ürgüp	208	38,4
Medeni Durum	Evli	317	58,6		Göreme	24	4,4
	Bekâr	224	41,4		Uçhisar	32	5,9
Eğitim Durumu	İlköğretim	91	16,8		Avanos	126	23,3
	Ortaöğretim (Lise)	230	42,5		Derinkuyu	87	16,1
	Ön Lisans	108	20,0		Kaymaklı	41	7,6
	Lisans ve üzeri	112	20,7		Ihlara	23	4,3
İcra Edilen Meslek	Öğrenci	78	14,4	**İkamet Süresi**	1 yıldan az	88	16,3
	Esnaf	87	16,1		1-5 yıl	98	18,1
	Turizmci	87	16,1		6-10 yıl	114	21,1
	Öğretmen/ Akademisyen	65	12,0		11-15 yıl	120	22,2
	Memur	80	14,8		16 yıl ve üzeri	121	22,4
	Emekli	69	12,8	**Gelir Durumu**	22.081 TL ve altı	159	29,4
	İşçi	26	4,8		22.082 TL-41.700 TL	139	25,7
	Ev Hanımı	49	9,1		41.701 TL-59.214 TL	114	21,1
					59.215 TL-83.754 TL	57	10,5
					83.755 TL-132.824 TL	39	7,2
					132.825 TL ve üzeri	33	6,1
Toplam Katılımcı Sayısı (n): 541							

* Karşılaştırılabilir bir veri seti elde edebilmek amacıyla, *boşanmış* tercihinde bulunan 17 katılımcı *bekâr* grubuna; *lisansüstü* eğitim derecesine sahip 19 katılımcı ise *lisans ve üzeri* gruba dâhil edilmiştir.

Tablo 3.6'ya göre, katılımcıların yarıdan fazlası erkek (%55,6) olup, büyük çoğunluğu 35 yaş ve üzeri (%65,7), evli (%58,6), ortaöğretim (%42,5) ya da üniversite (%40,7) mezunu, kendisi (%58,2) ya da ailesinden biri (%55,3) turizm sektöründe çalışmayan, turistlerle iletişimi olmayan (%51,9), Nevşehir'in Ürgüp ya da Avanos ilçelerinde (%61,7) altı yıldan daha uzun süredir (%65,7) ikamet eden ve 41.701 TL'den daha az geliri olan (%55,1) kimselerden oluşmaktadır. Ayrıca, katılımcıların mesleki dağılımları

incelendiğinde; esnaf (%16,1), turizmci (%16,1), memur (%14,8), öğrenci (%14,4), emekli (%12,8), öğretmen/akademisyen (%12,0) ve ev hanımı (%9,1) mesleklerine ait nispeten dengeli bir dağılım olduğu göze çarpmaktadır.

3.5.2.2. Katılımcıların Kişilik Tiplerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Araştırmaya katılan Kayalık Kapadokya Bölgesi yerel halkının kişilik tiplerine ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerini gösteren bulgular, Tablo 3.7'de gösterilmiştir.

Tablo 3.7. Katılımcıların kişilik tiplerine ilişkin bulgular

	İfadeler	Ortalama	Standart sapma
	Mesafeli biriyim (dd6).	3,85	1,107
	Enerji dolu biriyim (dd11).	3,80	1,150
1	Konuşkan biriyim (dd1).	3,76	1,163
	Diğer insanları heveslendiren biriyim (dd16).	3,66	1,186
	Sessiz kalmaya yatkın biriyim (dd21).	3,65	1,182
	Girişken bir kişiliğe sahip biriyim (dd26).	3,57	1,237
	Bazen utangaç ve tutuk biriyim (dd31).	3,45	1,178
	Dışa dönük sosyal biriyim (dd36).	3,45	1,191
	Herkese karşı nazik ve düşünceli biriyim (u32).	3,63	1,190
	Zaman zaman başkalarına karşı kabalaşan biriyim (u37).	3,61	1,168
2	Başkaları ile iş birliği yapmayı seven biriyim (u42).	3,61	1,182
	Başkalarının hatasını bulmaya yatkın biriyim (u2).	3,52	1,210
	Başkaları ile sözlü kavga (ağız dalaşı) başlatan biriyim (u12).	3,52	1,243
	Soğuk ve kayıtsız olabilen biriyim (u27).	3,52	1,162
	Yardımsever biriyim (u7).	3,50	1,187
	İnsanlara genellikle güvenen biriyim (u22).	3,50	1,209
	Hoşgörülü davranabilen biriyim (u17).	3,48	1,198
	İşleri etkin, verimli yapan biriyim (s33).	3,65	1,214
	Bir görevin (çalışma, ödev, iş) verilmesi için güvenilen biriyim	3,61	1,196
3	(s13).		
	Bir işi bitirmeden bırakmayan biriyim (s28).	3,60	1,166
	Dikkati çabuk dağılan biriyim (s43).	3,60	1,214
	Bazen özensiz olabilen biriyim (s8).	3,59	1,167
	Dağınık, çok derli toplu olmayan biriyim (s18).	3,59	1,185
	Yaptığı işi eksiksiz yapan biriyim (s3).	3,57	1,166
	Tembel olmaya eğilimli biriyim (s23).	3,57	1,146
	Plan yapan ve onları uygulayan biriyim (s38).	3,54	1,258
	Karamsar ve hüzünlü biriyim (d4).	3,67	1,171
	Duygusal olarak dengeli, kolay kolay üzülmeyen biriyim (24).	3,63	1,153
4	Çabuk heyecanlanan biriyim (39).	3,62	1,200
	Gergin durumlarda sakin kalan biriyim (d34).	3,60	1,202
	Rahat, stresle baş edebilen biriyim (d9).	3,57	1,216
	Gergin olabilen biriyim (d14).	3,57	1,254
	Duygusal iniş ve çıkışlar yaşayan biriyim (d29).	3,51	1,218
	Çok endişeli biriyim (d19).	3,50	1,187
	Sanat, müzik ve edebiyat konusunda oldukça bilgili biriyim (da44).	3,80	1,110
5	Sanatsal ilgileri az olan biriyim (da41)	3,74	1,198
	Düşünmeyi ve fikirlerle ilgilenmeyi seven biriyim (da40).	3,71	1,157
	Yaratıcı yeteneklerini kullanan biriyim (da25).	3,67	1,170
	Rutin, tek düze işler yapmayı tercih eden biriyim (da35).	3,67	1,238
	Birçok farklı konuya meraklı biriyim (da10).	3,66	1,145
	Hayal gücü zengin biriyim (da20).	3,65	1,196
	Zeki, derin düşünebilen biriyim (da15).	3,61	1,274
	Sanatsal ve estetik deneyimlere değer veren biriyim (da30).	3,55	1,275
	Orijinal, yeni fikirler üreten biriyim (da5).	3,54	1,188

* Ölçek, beşli likert türünde (1=hiç katılmıyorum ve 5=tamamen katılıyorum) derecelendirmeye sahiptir. Ölçeğin alt boyutları: 1=dışa dönüklük, 2=uyumluluk, 3=sorumluluk, 4=duygusal dengelilik, 5=deneyime açıklık.

Tablo 3.7'de katılımcıların beş faktör kişilik ölçeğine ilişkin yanıtları incelenmiştir. Buna göre; dışa dönüklük alt boyunda "mesafeli biriyim" (3,85), uyumluluk alt boyutunda "herkese karşı nazik ve düşünceli biriyim" (3,63), sorumluluk alt boyutunda "işleri etkin, verimli yapan biriyim" (3,65), duygusal dengelilik alt boyutunda "karamsar ve hüzünlü biriyim" (3,67), deneyime açıklık alt boyutunda ise "sanat, müzik ve edebiyat konusunda oldukça bilgili biriyim" (3,80) ifadeleri, en yüksek ortalamaya sahip ölçek maddeleri olarak dikkat çekmiştir. En düşük ortalamaya sahip maddeler ise dışa dönüklük alt boyutunda "dışa dönük sosyal biriyim" (3,45) ve "bazen utangaç ve tutuk biriyim" (3,45), uyumluluk alt boyutunda "hoşgörülü davranabilen biriyim" (3,48), sorumluluk alt boyutunda "plan yapan ve onları uygulayan biriyim" (3,54), duygusal dengelilik alt boyutunda "çok endişeli biriyim" (3,50) ve deneyime açıklık alt boyutunda "orijinal, yeni fikirler üreten biriyim" (3,54) maddeleri olarak tespit edilmiştir.

3.5.2.3. Katılımcıların Turizmin Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Algılarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Araştırma katılımcılarının turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik algılarına ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerini gösteren bulgular, Tablo 3.8'de gösterilmiştir.

Tablo 3.8. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik algılarına ilişkin bulgular

	İfadeler	Ortalama	Standart sapma
1	Turizm trafik sıkışıklığını artırmıştır (ts5).	3,79	1,069
	Turizm, alkol kullanımını artırmıştır (ts1).	3,75	1,142
	Turizm, uyuşturucu kullanımını artırmıştır (ts2).	3,71	1,184
	Turizm, fuhşu artırmıştır (ts4).	3,64	1,157
	Turizm, suç oranlarını artırmıştır (ts3).	3,54	1,198
2	Turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır (ty7).	3,70	1,175
	Turizm, toplumda dürüstlüğün azalmasına neden olmuştur (ty6).	3,69	1,123
	Turizm, sosyal eşitsizliğe neden olmuştur (ty18).	3,67	1,122
	Turizm, yerel halkın istismar edilme düzeyini artırmıştır (ty19).	3,67	1,162
	Turizm, komşuluk ilişkilerini zayıflatmıştır (ty14).	3,64	1,136
	Turizm, kadınların aile içi kararlara katılımını artırmıştır (ty16).	3,63	1,193
	Turizm, gençlerin davranışlarını olumsuz yönde etkilemiştir (ty17).	3,60	1,166
	Turizm, aile bağlarının bozulmasına neden olmuştur (ty15).	3,54	1,140
3	Turizm, yerel halkın el sanatları, güzel sanatlar ve müzik gibi çok çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını teşvik etmiştir (kek20).	3,79	1,062
	Yerel halkın dünyanın farklı bölgelerinden gelen turistlerle tanışması, onlara turistlerin kültürünü ve toplumsal değerlerini daha iyi anlamak için önemli bir deneyim kazandırmıştır (kek23).	3,71	1,127
	Turizm, yerel halkın yöresel kültürüyle daha fazla gurur duymasını sağlamıştır (kek21).	3,67	1,173
	Turizm, yerel halk ile turistler arasındaki kültürel alışverişin artmasını sağlamıştır (kek22).	3,64	1,159
4	Turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur (ds24).	3,74	1,111
	Turizm, yerel halkın yabancı dil becerisini geliştirmiştir (ds26).	3,72	1,129
	Turizm, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırmıştır (ds25).	3,71	1,151
5	Turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır (km29).	3,77	1,082
	Turizm, yerel halkın kültürel mirasın korunması konusunda daha fazla anlayış göstermesini sağlamıştır (km32).	3,72	1,123
	Turizm, tarihi yapıların korunmasına ve restore edilmesine olanak tanımıştır (km30).	3,71	1,136
	Turizm, kültürel varlıkların aşırı kullanımına neden olmuştur (km31).	3,67	1,118
6	Turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır (yh10).	3,74	1,152
	Turizm, eğlence merkezleri ve rekreasyon tesislerinin yerel halk tarafından kullanımını kısıtlamıştır (yh11).	3,70	1,164
	Turist sayısındaki artış, yerel halk ile turistler arasında sürtüşmelere neden olmuştur (yh9).	3,69	1,072

7	Turizm, acil durum hizmetlerinin (polis, itfaiye ve ambulans) kalitesini artırmıştır (hkç8).	3,74	1,063
	Turizm; mağazalar, restoranlar ve otellerde hizmet kalitesini artırmıştır (hkç12).	3,71	1,131
	Turizm, yaşadığım yerin ilginç ve heyecan verici bir yer olmasını sağlamıştır (hkç13).	3,62	1,157
8	Turizm, geleneksel kültür kalıplarının bozulmasına neden olmuştur (dkk28).	3,82	1,085
	Turizm, yerel halkın namaz, oruç gibi ibadetlerini olumsuz yönde etkilemiştir (dkk27).	3,64	1,094

* Ölçek, beşli likert türünde (1=hiç katılmıyorum ve 5=tamamen katılıyorum) derecelendirmeye sahiptir. Ölçeğin alt boyutları: 1=toplumsal sorunlar, 2=toplumsal yapı, 3=kültürel etkileşim ve katılım, 4=dil ve sanat, 5=kültürel miras, 6=yerel huzur, 7=hizmet kalitesi ve çekicilik, 8=din ve kültürel kalıplar.

Tablo 3.8'de Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde ikamet eden ve araştırmaya katılan katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları incelenmiştir. Buna göre, en yüksek ortalamaya sahip olumlu maddeler; kültürel etkileşim ve katılım alt boyutunda "turizm, yerel halkın el sanatları, güzel sanatlar ve müzik gibi çok çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını teşvik etmiştir" (3,79), kültürel miras alt boyutunda "turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır" (3,77), hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutunda "turizm, acil durum hizmetlerinin (polis, itfaiye ve ambulans) kalitesini artırmıştır" şeklindedir. En yüksek ortalamaya sahip olumsuz maddeler ise toplumsal sorunlar alt boyutunda "turizm trafik sıkışıklığını artırmıştır" (3,79), toplumsal yapı alt boyutunda "turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır" (3,70), dil ve sanat alt boyutunda "turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur" (3,74), yerel huzur alt boyutunda "turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır" (3,74) ve din ve kültürel kalıplar alt boyutunda "turizm, geleneksel kültür kalıplarının bozulmasına neden olmuştur" şeklindedir. Ayrıca, "turizm, alkol kullanımını artırmıştır" (3,75), "turizm, toplumda dürüstlüğün azalmasına neden olmuştur" (3,69) ve "turizm, eğlence merkezleri ve rekreasyon tesislerinin yerel halk tarafından kullanımını kısıtlamıştır" (3,70) maddelerinin bağlı olduğu alt boyutlar içerisinde en yüksek ikinci ortalamaya sahip ifadeler olması dikkat çekici bulunmuştur.

3.5.3. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM)

Yapısal eşitlik modellemesi, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki nedensel ilişki dizilerinin test edilmesi amacıyla kullanılan kapsamlı bir istatistiksel analiz olup, birbirini tamamlayan iki türden oluşmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 681). Bunlar ölçüm modeli ve yapısal modeldir. Ölçüm modelinde, örtük (gizil) değişkenler ile gözlenen

değişkenler arasındaki ilişkiler incelenerek örtük değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla tahmin edilmesi beklenmekte iken, yapısal modelde bağımlı ve bağımsız örtük değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler incelenmektedir (Alkış, 2016, s. 108).

Yapısal eşitlik modelinin analizlerine ilişkin aşamalar aşağıda gösterilmiştir (Aytaç & Öngen, 2012. s. 16-17; Alkış, 2016, s. 108-109; Tabachnick & Fidell, 2020, s. 684-726):

- Modelin belirlenmesi: İlk aşama modeli oluşturan bağımlı ve bağımsız, gözlenen ve örtük değişkenlerin kuramsal altyapısı ile ortaya koyularak aralarındaki ilişki ağının netleştirilmesidir.
- Modelin tanımlanması: Her bir model kendine özgü bir yapı barındırdığı için modelde yer alan bilinmeyen tüm parametrelerin tanımlanması gerekmektedir.
- Modelin tahmin edilmesi: Model tanımlandıktan sonra gözlenen değişkenler aracılığıyla örtük değişkenlerin tahmini gerçekleştirilmektedir.
- Modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin incelenmesi: Model uyumunun test edilmesi için çeşitli istatistik değerleri bulunmaktadır. Bunlar arasında en çok tercih edilenler; ki-kare istatistiği (χ^2/df), GFI, CFI ve RMSEA olarak sayılmaktadır.
- Modelin modifikasyonunun sağlanması: Modelin tahmin edilmesi aşamasında uyum iyiliği indeks değerlerinin referans değerlerden uzak olması durumunda modelin önerdiği iyileştirmeler (modifikasyonlar) ilgili kurama bağlı kalınarak yapılabilmektedir.

Araştırmacılar tarafından en sık rapor edilen uyum iyiliği indeksleri; GFI ve RMSEA değerleri olarak gösterilmiştir. Ancak bunlarla birlikte, ölçüm modelinde ve yapısal eşitlik modellemesinde esas alınan uyum iyiliği indeksleri aşağıdaki gibidir (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 720-725):

- Uyum iyiliği indeksi (GFI-Goodness of Fit Index),
- Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi (AGFI-Adjusted Goodness of Fit Index),
- Sıkı normalleştirilmiş uyum iyiliği indeksi (PGFI-Parsimonious Goodness of Fit Index),
- Karşılaştırılmalı uyum indeksi (CFI-Comparative Fit Index),
- Normalleştirilmiş uyum indeksi (NFI-Normed Fit Index),

- Normalleştirilmemiş uyum indeksi (NNFI-Non-normed Fit Index) / Tucker Lewis indeksi (TLI-Tucker Lewis Index),
- Fazlalık uyum indeksi (IFI-Incremental Fit Index),
- Yakınsama hatalarının kareleri ortalamalarının karekökü (RMSEA-Root Mean Square Error of Approximation)
- Artıkların kareleri ortalamasının karekökü (RMR-Root Mean Square Residual),
- Standartlaştırılmış artıkların kareleri ortalamasının karekökü (SRMR-Standardized Root Mean Square Residual).

Ölçüm modelinde ve yapısal eşitlik modellemesinde genellikle üç temel ölçme kriteri olarak ele alınan x^2/df, GFI ve RMSEA sonuçlarına ilişkin standartlaştırılmış katsayılar gösterilmiştir. Ayrıca, ölçüm modeline ilişkin katsayılar içerisinde standardize edilmiş regresyon katsayılarına da yer verilmiştir. Araştırmanın bulgularından hareketle ortaya koyulan yapısal eşitlik modellemesinin katsayıları (standart yükler, tahmin, standart hata, t değeri, anlamlılık düzeyi) aracılığıyla ise hipotez sonuçları gösterilmiştir.

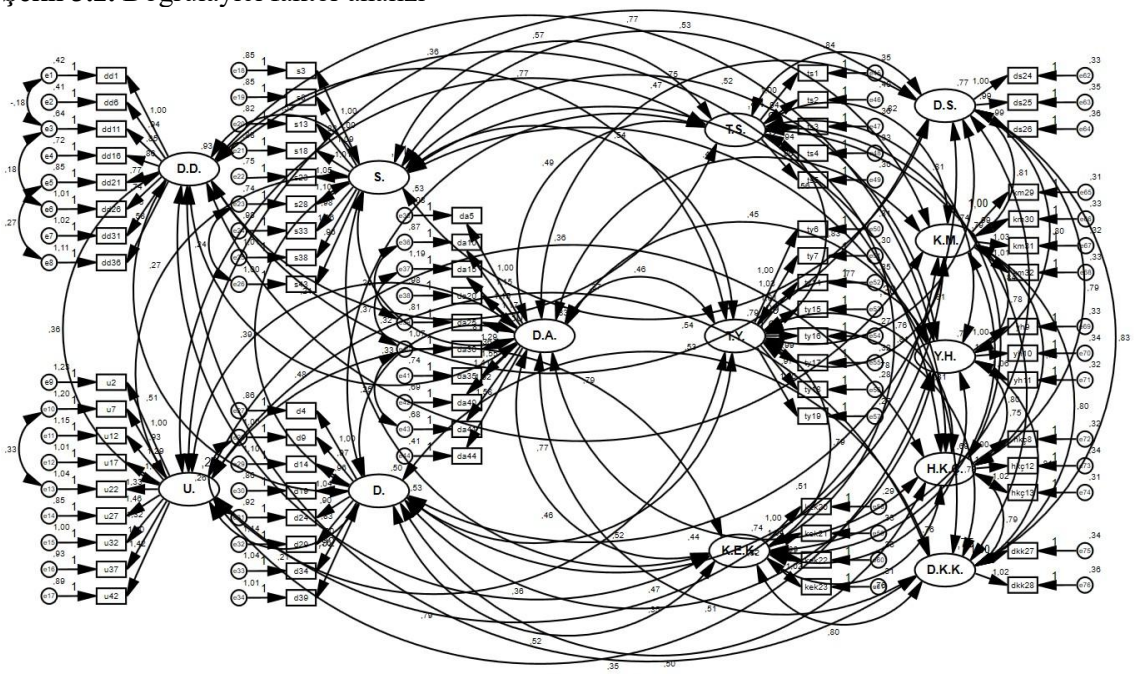
Ölçüm modelini test etmede doğrulayıcı faktör analizi uygulanmakta (Weston & Gore Jr., 2006, s. 724) ve ölçüm modeli ile doğrulayıcı faktör analizi ifadeleri eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi temelde, daha önce ortaya koyulmuş bir yapının (ilişkiler ağının) doğruluğunun test edilmesi amacıyla gerçekleştirilmektedir (Coşkun vd., 2019, s. 298). Bu çalışmada da örtük ve gözlenen değişkenler arasındaki ilişkiye ait modelin test edilebilmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi, bağımlı ve bağımsız örtük değişkenler arasındaki nedensel ilişkilere ait hipotezlerin sınanması için ise yapısal model gerçekleştirilmiştir.

3.5.3.1. Ölçüm Modeline Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonuçları

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin alt boyutları ile oluşturulan ölçüm modeli ve bu modele ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir. İlgili paket program, ölçüm modeline uygulanan DFA sonrası bazı modifikasyonlar önermiştir. Modelin doğru bir şekilde çalışabilmesi ve uyum iyiliği indekslerinin daha fazla iyileştirilebilmesi için BFI ölçeğinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık alt boyutlarında gerekli modifikasyonlar yapılmıştır. Bu aşamadan sonra DFA'nın nihai çıktılarına ulaşılmıştır. Nihai çıktılar, genellikle

standardize edilmiş regresyon katsayıları üzerinden yorumlanmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 701). Bu doğrultuda, modele ilişkin standardize edilmiş sonuçlar, Şekil 3.2'de gösterilmiştir.

Şekil 3.2. Doğrulayıcı faktör analizi



Şekil 3.2'de ölçüm modeli ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde ölçüm modeline ait uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı ve standardize edilmiş faktör yüklerinin ise anlamlı ve güçlü olduğu görülmektedir. Uyum iyiliği indekslerine ve standardize edilmiş faktör yüklerine (regresyon katsayıları) Tablo 3.9 ve Tablo 3.10'da detaylı olarak yer verilmiştir.

3.5.3.1.1. Ölçüm Modeline Ait Uyum İyiliği İndeksleri ve Katsayılar

Ölçüm modeline ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre elde edilen uyum iyiliği indeksleri Tablo 3.9'da gösterilmiştir.

Tablo 3.9. Ölçüm modeline ait uyum iyiliği indeksleri

Uyum İndeksi	Modelin Hesaplanan Değeri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df (CMIN/df)	1,866	0≤χ2/df≤2	2<χ2/df≤3
NFI	,858	0,95≤NFI≤1	0,90≤NFI<0,95/0,85-0,90
NNFI (TLI)	,924	0,95≤NNFI(TLI)	0,90≤NNFI(TLI)
CFI	,928	0,97≤CFI≤1	0,95≤CFI<0,97/0,90-0,95
GFI	,817	0,95≤GFI≤1	0,90≤GFI<0,95/0,80-0,89
AGFI	,801	0,90≤AGFI≤1	0,85≤AGFI<0,90/0,80-0,89
RMSEA	,040	0≤RMSEA≤0,05	0,05<RMSEA≤0,08
IFI	,929	0,95≤IFI	0,90≤IFI

Araştırmanın ölçüm modeline ait DFA sonucuna göre, uyum iyiliği indekslerinden χ^2/df (1,866) değerinin 2 ya da daha küçük olması (Segars & Grover, 1993, s. 522; Schermelleh-Engel vd., 2003, s. 52; Wang vd., 2006, s. 167) ve RMSEA (0,040) değerinin 0,05 ve altında olması mükemmel uyuma işaret etmektedir (Sümer, 2000, s. 61; Schermelleh-Engel vd., 2003, s. 52; Wang vd., 2006, s. 167). GFI (0,817) ve AGFI (0,801) değerlerinin 0,80-0,89 aralığında olması, kabul edilebilir değerler olarak ifade edilmektedir (Segars & Grover, 1993, s. 522; Doll vd., 1994, s. 456; Yu vd., 2005, s. 970; Wang vd., 2006, s. 167). NFI (0,858) değerinin 0,85'ten büyük olması (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 739-742) ve NNFI (0,924) değerinin 0,90-0,95 aralığında olması (Yen vd., 2010, s. 912; Marsh vd., 2006, s. 330) ise kabul edilebilir uyumu göstermektedir. Son olarak, CFI (0,928) değerinin 0,90-0,95 (Hair vd., 2019, s. 640; Hu & Bentler, 1999, s. 4) ve IFI (0,929) değerinin 0,90-0,95 aralığında olması (Erkorkmaz vd., 2013, s. 220), kabul edilebilir değerler olarak görülmektedir. Nitekim, ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği indekslerinden ikisinin (χ^2/df, RMSEA) mükemmel uyuma, diğerlerinin (GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI ve IFI) ise kabul edilebilir uyuma sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ortaya koyulan ölçek maddelerine ait standartlaştırılmış faktör yükleri, regresyon katsayıları ve anlamlılık düzeylerine Tablo 3.10'da yer verilmiştir.

Tablo 3.10. Ölçüm modeline ait katsayılar

Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları		Regresyon Katsayıları			
	Standartlaştırılmış Faktör Yükleri	**Tahmin**	**S. Hata**	**t değeri**	**P**
Dd1<--- Dışa Dönüklük	,830	1,000			
Dd6<--- Dışa Dönüklük	,817	,937	,042	22,474	***
Dd11<--- Dışa Dönüklük	,714	,846	,053	16,094	***
Dd16<--- Dışa Dönüklük	,698	,857	,048	18,018	***
Dd21<--- Dışa Dönüklük	,625	,766	,049	15,652	***
Dd26<--- Dışa Dönüklük	,580	,743	,052	14,185	***
Dd31<--- Dışa Dönüklük	,513	,626	,051	12,348	***
Dd36<--- Dışa Dönüklük	,468	,577	,052	11,115	***
U2<--- Uyumluluk	,400	1,000			
U7<--- Uyumluluk	,382	,935	,146	6,421	***
U12<--- Uyumluluk	,504	1,293	,173	7,738	***
U17<--- Uyumluluk	,542	1,339	,173	7,738	***
U22<--- Uyumluluk	,533	1,330	,173	7,681	***
U27<--- Uyumluluk	,610	1,461	,18	8,12	***
U32<--- Uyumluluk	,540	1,325	,171	7,725	***
U37<--- Uyumluluk	,574	1,401	,177	7,932	***
U42<--- Uyumluluk	,591	1,424	,177	8,023	***
S3<--- Sorumluluk	,614	1,000			
S8<--- Sorumluluk	,611	,996	,084	11,900	***
S13<--- Sorumluluk	,653	1,092	,087	12,529	***
S18<--- Sorumluluk	,607	1,006	,085	11,844	***
S23<--- Sorumluluk	,654	1,048	,084	12,550	***
S28<--- Sorumluluk	,673	1,097	,086	12,799	***
S33<--- Sorumluluk	,577	,979	,086	11,372	***
S38<--- Sorumluluk	,602	1,059	,090	11,769	***
S43<--- Sorumluluk	,566	,961	,086	11,166	***
D4 <--- Duygusal Dengelilik	,607	1,000			
D9 <--- Duygusal Dengelilik	,567	,970	,090	10,807	***
D14 <--- Duygusal Dengelilik	,546	,963	,092	10,515	***
D19 <--- Duygusal Dengelilik	,621	1,038	,089	11,627	***
D24 <--- Duygusal Dengelilik	,553	,898	,085	10,596	***
D29 <--- Duygusal Dengelilik	,482	,826	,087	9,490	***
D34 <--- Duygusal Dengelilik	,530	,897	,087	10,270	***
D39 <--- Duygusal Dengelilik	,547	,923	,088	10,528	***
Da5 <--- Deneyime Açıklık	,483	1,000			
Da10 <--- Deneyime Açıklık	,577	1,153	,119	9,696	***
Da15 <--- Deneyime Açıklık	,515	1,145	,126	9,072	***
Da20 <--- Deneyime Açıklık	,560	1,168	,123	9,532	***
Da25 <--- Deneyime Açıklık	,639	1,303	,127	10,241	***
Da30 <--- Deneyime Açıklık	,581	1,288	0,132	9,721	***
Da35 <--- Deneyime Açıklık	,717	1,548	,143	10,836	***

Da40 <--- Deneyime Açıklık	,697	1,407	,132	10,697	***
Da41 <--- Deneyime Açıklık	,727	1,519	,139	10,903	***
Da44 <--- Deneyime Açıklık	,814	1,576	,138	11,432	***
Ts1 <--- Toplumsal Sorunlar	,839	1,000			
Ts2 <--- Toplumsal Sorunlar	,807	,942	,039	24,078	***
Ts3 <--- Toplumsal Sorunlar	,825	,956	,038	24,912	***
Ts4 <--- Toplumsal Sorunlar	,833	,942	,037	25,357	***
Ts5 <--- Toplumsal Sorunlar	,846	,957	,037	26,025	***
Ty6 <--- Toplumsal Yapı	,847	1,000			
Ty7 <--- Toplumsal Yapı	,857	1,028	,038	26,741	***
Ty14 <--- Toplumsal Yapı	,835	1,011	,040	25,552	***
Ty15 <--- Toplumsal Yapı	,849	,986	,037	26,299	***
Ty16 <--- Toplumsal Yapı	,866	1,014	,037	27,241	***
Ty17 <--- Toplumsal Yapı	,842	,987	,038	25,891	***
Ty18 <--- Toplumsal Yapı	,853	,975	,037	26,479	***
Ty19 <--- Toplumsal Yapı	,864	1,004	,037	27,113	***
Kek20 <--- Kültürel Etkileşim ve Katılım	,850	1,000			
Kek21 <--- Kültürel Etkileşim ve Katılım	,842	1,040	,039	26,559	***
Kek22 <--- Kültürel Etkileşim ve Katılım	,828	,989	,037	25,803	***
Kek23 <--- Kültürel Etkileşim ve Katılım	,845	1,024	,038	26,738	***
Ds24 <--- Dil ve Sanat	,835	1,000			
Ds25 <--- Dil ve Sanat	,825	,988	,039	25,489	***
Ds26 <--- Dil ve Sanat	,823	,990	,039	25,423	***
Km29 <--- Kültürel Miras	,840	1,000			
Km30 <--- Kültürel Miras	,830	,994	,039	25,601	***
Km31 <--- Kültürel Miras	,845	1,031	,039	26,341	***
Km32 <--- Kültürel Miras	,835	1,010	,039	25,856	***
Yh9 <--- Yerel Huzur	,826	1,000			
Yh10 <--- Yerel Huzur	,834	1,040	,041	25,334	***
Yh11 <--- Yerel Huzur	,846	1,059	,041	25,909	***
Hkç8 <--- Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,826	1,000			
Hkç12 <--- Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,831	1,051	,042	25,264	***
Hkç13 <--- Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,837	1,024	,040	25,520	***
Dkk27 <--- Din ve Kültürel Kalıplar	,830	1,000			
Dkk28 <--- Din ve Kültürel Kalıplar	,825	1,018	,040	25,534	***

* p <,001***

Tablo 3.10'da ölçüm modeline uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, gözlenen değişkenlerin tamamına ait regresyon katsayılarının anlamlı olduğu saptanmıştır (p=0,000). Bununla birlikte, ölçek maddelerine ait standardize edilmiş faktör yüklerinden 0,70 ve üzeri mükemmel, 0,60 ve üzeri çok iyi, 0,50 ve üzeri iyi, 0,40 ve

üzeri orta ve 0,30 ve üzeri ise düşük düzeyli olarak kabul edilmektedir (Harrington, 2009, s. 23). Tablo incelendiğinde, gözlenen değişkenlere ait tüm standardize edilmiş faktör yüklerinin 0,30'un üzerinde olduğu görülmektedir. Bu noktada, faktör yükleri 0,30-0,50 aralığında olan maddelerin çıkarılması konusu değerlendirilmiş, ancak gerek bu maddelerin, modelin uyumunu olumsuz etkilememesi; gerekse de doğrulayıcı faktör analizinde amacın, mümkünse ölçeğin daha önce açımlayıcı faktör analizi ile test edilmiş orijinaline sadık kalınarak doğrulanmasının ve geçerliğinin sağlanması olması nedeniyle ilgili maddelerin çıkarılmamasına karar verilmiştir. Ayrıca, ortak değişkenler üzerinde gözlenen değişkenlerin etkisinin anlamlı olabilmesi için her bir değişkene ait t değerinin -1,96 ile +1,96 arasında olmaması (Hair vd., 2011, s. 145) diğer bir deyişle 1,96'dan büyük olması gerekmektedir (Çapık, 2014, s. 203). Ölçek değişkenlerinin her birinin t değeri, 1,96'dan büyük olarak ortaya çıkmıştır.

3.5.3.1.2. Ölçüm Modelinde Yer Alan Örtük Değişkenlere Ait Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi (karşılıklı ilişki), değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirlemede sıklıkla kullanılan istatistiksel analiz tekniğidir. Korelasyon, -1 ile +1 aralığında değişen değerler almaktadır (Coşkun vd., 2019, s. 260). Ölçüm modelinde örtük değişkenlere ait ilişkilerin yer aldığı korelasyon değerlerine Tablo 3.11'de yer verilmiştir.

Tablo 3.11. Örtük değişkenler arasındaki korelasyon değerleri

	Korelasyon Değeri
Dışa Dönüklük <--> Uyumluluk	,779
Dışa Dönüklük <--> Sorumluluk	,763
Dışa Dönüklük <--> Duygusal Dengelilik	,745
Dışa Dönüklük <--> Deneyime Açıklık	,863
Dışa Dönüklük <--> Toplumsal Sorunlar	,918
Dışa Dönüklük <--> Toplumsal Yapı	,904
Dışa Dönüklük <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	,918
Dışa Dönüklük <--> Dil ve Sanat	,930
Dışa Dönüklük <--> Kültürel Miras	,927
Dışa Dönüklük <--> Yerel Huzur	,937
Dışa Dönüklük <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,937
Dışa Dönüklük <--> Din ve Kültürel Kalıplar	,943
Uyumluluk <--> Sorumluluk	,773
Uyumluluk <--> Duygusal Dengelilik	,604
Uyumluluk <--> Deneyime Açıklık	,741
Uyumluluk <--> Toplumsal Sorunlar	,852
Uyumluluk <--> Toplumsal Yapı	,834
Uyumluluk <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	,850
Uyumluluk <--> Dil ve Sanat	,860
Uyumluluk <--> Kültürel Miras	,846
Uyumluluk <--> Yerel Huzur	,861
Uyumluluk <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,884
Uyumluluk <--> Din ve Kültürel Kalıplar	,885
Sorumluluk <--> Duygusal Dengelilik	,762
Sorumluluk <--> Deneyime Açıklık	,781
Sorumluluk <--> Toplumsal Sorunlar	,865
Sorumluluk <--> Toplumsal Yapı	,849
Sorumluluk <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	,866
Sorumluluk <--> Dil ve Sanat	,866
Sorumluluk <--> Kültürel Miras	,866
Sorumluluk <--> Yerel Huzur	,867
Sorumluluk <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,879
Sorumluluk <--> Din ve Kültürel Kalıplar	,910
Duygusal Dengelilik <--> Deneyime Açıklık	,801
Duygusal Dengelilik <--> Toplumsal Sorunlar	,822
Duygusal Dengelilik <--> Toplumsal Yapı	,830
Duygusal Dengelilik <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	,844
Duygusal Dengelilik <--> Dil ve Sanat	,825
Duygusal Dengelilik <--> Kültürel Miras	,852
Duygusal Dengelilik <--> Yerel Huzur	,843
Duygusal Dengelilik <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,842
Duygusal Dengelilik <--> Din ve Kültürel Kalıplar	,872
Deneyime Açıklık <--> Toplumsal Sorunlar	,942
Deneyime Açıklık <--> Toplumsal Yapı	,910
Deneyime Açıklık <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	,925
Deneyime Açıklık <--> Dil ve Sanat	,931
Deneyime Açıklık <--> Kültürel Miras	,918
Deneyime Açıklık <--> Yerel Huzur	,933

Deneyime Açıklık <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	,918
Deneyime Açıklık <--> Din ve Kültürel Kalıplar	,951
Toplumsal Sorunlar <--> Toplumsal Yapı	1,020
Toplumsal Sorunlar <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	1,030
Toplumsal Sorunlar <--> Dil ve Sanat	1,050
Toplumsal Sorunlar <--> Kültürel Miras	1,034
Toplumsal Sorunlar <--> Yerel Huzur	1,048
Toplumsal Sorunlar <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,042
Toplumsal Sorunlar <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,065
Toplumsal Yapı <--> Kültürel Etkileşim ve Katılım	1,028
Toplumsal Yapı <--> Dil ve Sanat	1,041
Toplumsal Yapı <--> Kültürel Miras	1,022
Toplumsal Yapı <--> Yerel Huzur	1,030
Toplumsal Yapı <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,035
Toplumsal Yapı <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,065
Kültürel Etkileşim ve Katılım <--> Dil ve Sanat	1,054
Kültürel Etkileşim ve Katılım <--> Kültürel Miras	1,049
Kültürel Etkileşim ve Katılım <--> Yerel Huzur	1,045
Kültürel Etkileşim ve Katılım <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,056
Kültürel Etkileşim ve Katılım <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,075
Dil ve Sanat <--> Kültürel Miras	1,067
Dil ve Sanat <--> Yerel Huzur	1,075
Dil ve Sanat <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,084
Dil ve Sanat <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,092
Kültürel Miras <--> Yerel Huzur	1,061
Kültürel Miras <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,062
Kültürel Miras <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,078
Yerel Huzur <--> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,067
Yerel Huzur <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,104
Hizmet Kalitesi ve Çekicilik <--> Din ve Kültürel Kalıplar	1,097

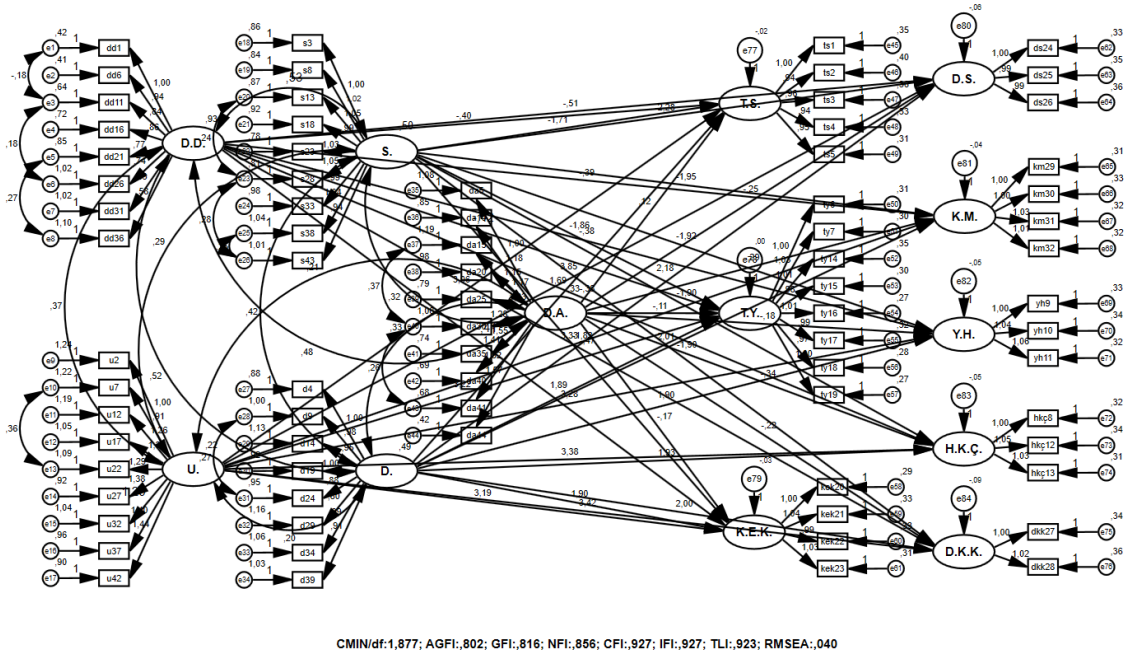
Tablo 3.11'e göre tüm örtük değişkenler arasında yüksek düzeyli ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmaktadır. Korelasyon değerlerine göre, turizmin sosyokültürel etkileri ölçeğine ait alt boyutların (toplumsal sorunlar, toplumsal yapı, kültürel etkileşim ve katılım, dil ve sanat, kültürel miras, yerel huzur, hizmet kalitesi ve çekicilik, din ve kültürel kalıplar) birbiri ile oldukça yüksek düzeyli korelasyon ilişkilerine sahip olduğu ve beş faktör kişilik tipleri ölçeğinin alt boyutlarının (dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik, deneyime açıklık) ise hem birbiri ile hem de turizmin sosyokültürel etkileri ölçeğinin alt boyutları ile yüksek düzeyli korelasyon ilişkilerine sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

3.5.3.2. Yapısal Eşitlik Modellemesi sonuçları

Yapısal eşitlik modellemesinin ilk aşaması olan örtük ve gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerin incelendiği doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, uyum iyiliği indeks

değerleri ve maddelere ait standardize edilmiş regresyon katsayı değerleri ölçeklerin doğrulandığını göstermiştir. İkinci aşamada ise bağımlı ve bağımsız örtük değişkenlerin nedensel ilişkilerinin incelenmesi, diğer bir ifade ile araştırma hipotezlerinin test edilebilmesi için gerçekleştirilen yapısal eşitlik modellemesinin (yapısal model) sonuçlarına yer verilmiştir. Bu doğrultuda, öncelikle standardize edilmiş sonuçların yer aldığı yapısal eşitlik modellemesi sunulmuştur.

Şekil 3.3. Yapısal eşitlik modellemesi



Şekil 3.3'te yapısal eşitlik modellemesine ait uyum iyiliği indeks değerlerinin (χ^2/df=CMIN/df, GFI, CFI, IFI vs.) kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu değerlere ilişkin ayrıntılı bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

3.5.3.2.1. Yapısal Eşitlik Modellemesine Ait Uyum İyiliği İndeksleri

Yapısal eşitlik modellemesine ait uyum iyiliği indeks değerleri ve bu değerlerin referans aralıkları Tablo 3.12'de gösterilmiştir.

Tablo 3.12. Yapısal eşitlik modellemesine ait uyum iyiliği indeksleri

Uyum İndeksi	Modelin Hesaplanan Değeri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df (CMIN/df)	1,877	0≤χ2/df≤2	2<χ2/df≤3
NFI	,856	0,95≤NFI≤1	0,90≤NFI<0,95/0,85-0,90
NNFI (TLI)	,923	0,95≤NNFI(TLI)	0,90≤NNFI(TLI)
CFI	,927	0,97≤CFI≤1	0,95≤CFI<0,97/0,90-0,95
GFI	,816	0,95≤GFI≤1	0,90≤GFI<0,95/0,80-0,89
AGFI	,802	0,90≤AGFI≤1	0,85≤AGFI<0,90/0,80-0,89
RMSEA	,040	0≤RMSEA≤0,05	0,05<RMSEA≤0,08
IFI	,927	0,95≤IFI	0,90≤IFI

Yapısal eşitlik modellemesinde, veri ile modelin uyumu çoğunlukla χ^2/df, GFI ve RMSEA olmak üzere üç ana ölçüm kriteri üzerinden incelenmektedir (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 720-725). Tablo 3.12'ye göre χ^2/df (1,877) değerinin 2 ya da daha küçük olması (Segars & Grover, 1993, s. 522; Schermelleh-Engel vd., 2003, s. 52; Wang vd., 2006, s. 167) ve RMSEA (,040) değerinin 0,05 altında olması (Sümer, 2000, s. 61; Schermelleh-Engel vd., 2003, s. 52; Wang vd., 2006, s. 167) mükemmel uyumu göstermektedir. GFI (0,816) değerinin 0,80-0,89 aralığında olması ise kabul edilebilir uyuma işaret etmektedir (Segars & Grover, 1993, s. 522; Doll vd., 1994, s. 456; Yu vd., 2005, s. 970; Wang vd., 2006, s. 167). Ayrıca, diğer değerlerden NFI (0,856) değerinin 0,85'ten büyük olması (Tabachnick & Fidell, 2020, s. 739-742), CFI (0,927) değerinin (Hair vd., 2019, s. 640; Hu & Bentler, 1999, s. 4) ve IFI (0,927) değerinin 0,90-0,95 aralığında olması (Erkorkmaz vd., 2013, s. 220) kabul edilebilir uyumu kanıtlamaktadır.

Bu bölümde son olarak, yapısal eşitlik modellemesine ait regresyon katsayı değerleri ve araştırmanın ana hipotezlerine ait sonuçlar, tablo üzerinde gösterilmiştir.

3.5.3.2.2. Yapısal Eşitlik Modellemesine Ait Katsayılar ve Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Bağımlı (*yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları*) ve bağımsız (*yerel halkın kişilik tipleri*) örtük değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin, diğer bir deyişle yerel halkın farklı kişilik özelliklerine (*dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik, deneyime açıklık*) sahip olmasının turizmin sosyokültürel etkilerine (*toplumsal sorunlar, toplumsal yapı, kültürel etkileşim ve katılım, dil ve sanat, kültürel miras, yerel huzur, hizmet kalitesi ve çekicilik, din ve kültürel kalıplar*) ilişkin algıları üzerindeki etkilerinin incelendiği hipotez sonuçlarına ait Tablo 3.13'e aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 3.13. Yapısal eşitlik modellemesine ait katsayılar ve hipotez sonuçları

Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları	**Regresyon Katsayıları**				
	Faktör Yükleri	**Tahmin**	**S. Hata**	**t değeri**	**P**	**Hipotez Sonucu**
Dışa Dönüklük ---> Toplumsal Sorunlar	-,418	-,398	,242	-1,642	,101	**H_1:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Toplumsal Yapı	-,454	-,418	,260	-1,609	,108	**H_2:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Kültürel Etkileşim ve Katılım	-,453	-,405	,259	-1,562	,118	**H_3:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Dil ve Sanat	-,560	-,508	,310	-1,601	,101	**H_4:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Kültürel Miras	-,436	-,389	,272	-1,429	,153	**H_5:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Yerel Huzur	-,436	-,384	,266	-1,443	,149	**H_6:** Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	-,445	-,384	,270	-1,423	,155	**H_7**: Kabul edilmedi
Dışa Dönüklük ---> Din ve Kültürel Kalıplar	-,522	-,468	,277	-1,688	,091	**H_8:** Kabul edilmedi
Uyumluluk ---> Toplumsal Sorunlar	1,573	3,057	,884	3,460	,000**	**H_9:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Toplumsal Yapı	1,714	3,223	,946	3,405	,000**	**H_{10}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Kültürel Etkileşim ve Katılım	1,748	3,192	,943	3,387	,000**	**H_{11}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Dil ve Sanat	2,078	3,850	1,127	3,415	,000**	**H_{12}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Kültürel Miras	1,825	3,326	,989	3,363	,000**	**H_{13}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Yerel Huzur	1,829	3,284	,967	3,396	,000**	**H_{14}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,924	3,385	,984	3,441	,000**	**H_{15}:** Kabul edildi
Uyumluluk ---> Din ve Kültürel Kalıplar	1,871	3,422	1,007	3,400	,000**	**H_{16}:** Kabul edildi

Sorumluluk ---> Toplumsal Sorunlar	-1,317	-1,711	,613	-2,793	,005**	**H_{17}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Toplumsal Yapı	-1,478	-1,857	,658	-2,822	,005**	**H_{18}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Kültürel Etkileşim ve Katılım	-1,501	-1,833	,656	-2,794	,005**	**H_{19}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Dil ve Sanat	-1,843	-2,283	,785	-2,908	,004**	**H_{20}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Kültürel Miras	-1,601	-1,951	,689	-2,830	,005**	**H_{21}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Yerel Huzur	-1,601	-1,921	,673	-2,854	,004**	**H_{22}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	-1,619	-1,904	,683	-2,789	,005**	**H_{23}:** Kabul edildi
Sorumluluk ---> Din ve Kültürel Kalıplar	-1,555	-1,902	,700	-2,718	,007**	**H_{24}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Toplumsal Sorunlar	1,293	1,691	,513	3,297	,000***	**H_{25}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Toplumsal Yapı	1,496	1,894	,552	3,433	,000***	**H_{26}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Kültürel Etkileşim ve Katılım	1,544	1,899	,550	3,452	,000***	**H_{27}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Dil ve Sanat	1,749	2,182	,656	3,326	,000***	**H_{28}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Kültürel Miras	1,642	2,014	,578	3,486	,000***	**H_{29}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Yerel Huzur	1,573	1,901	,563	3,374	,000***	**H_{30}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	1,627	1,927	1,572	3,369	,000***	**H_{31}:** Kabul edildi
Duygusal Dengelilik ---> Din ve Kültürel Kalıplar	1,626	2,002	,587	3,413	,000***	**H_{32}:** Kabul edildi
Deneyime Açıklık ---> Toplumsal Sorunlar	,073	,117	,332	,353	,724	**H_{33}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Toplumsal Yapı	-,074	-,114	,356	-,321	,748	**H_{34}:** Kabul edilmedi

Deneyime Açıklık ---> Kültürel Etkileşim ve Katılım	-,112	-,168	,355	-,473	,636	**H_{35}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Dil ve Sanat	-,165	-,252	,425	-,593	,553	**H_{36}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Kültürel Miras	-,193	-,290	,374	-,777	,437	**H_{37}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Yerel Huzur	-,124	-,184	,364	-,504	,614	**H_{38}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Hizmet Kalitesi ve Çekicilik	-,236	-,342	,371	-,923	,356	**H_{39}:** Kabul edilmedi
Deneyime Açıklık ---> Din ve Kültürel Kalıplar	-,145	-,219	,038	-,575	,565	**H_{40}:** Kabul edilmedi

p<,010**, p<,001***, r=regresyon katsayısı

Tablo 3.13 incelendiğinde;

- H_1, dışa dönüklük alt boyutu ile toplumsal sorunlar alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,418), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal sorunlar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,642). Dolayısıyla, H_1 kabul edilmemiştir.
- H_2, dışa dönüklük alt boyutu ile toplumsal yapı alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,454), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal yapı alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,609). Dolayısıyla, H_2 kabul edilmemiştir.
- H_3, dışa dönüklük alt boyutu ile kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,453), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,562). Dolayısıyla, H_3 kabul edilmemiştir.
- H_4, dışa dönüklük alt boyutu ile dil ve sanat alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,560), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından dil ve

sanat alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,601). Dolayısıyla, H_4 kabul edilmemiştir.

- H_5, dışa dönüklük alt boyutu ile kültürel miras alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,436), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel miras alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,429). Dolayısıyla, H_5 kabul edilmemiştir.
- H_6, dışa dönüklük alt boyutu ile yerel huzur alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,436), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yerel huzur alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,443). Dolayısıyla, H_6 kabul edilmemiştir.
- H_7, dışa dönüklük alt boyutu ile hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,445), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,423). Dolayısıyla, H_7 kabul edilmemiştir.
- H_8, dışa dönüklük alt boyutu ile din ve kültürel kalıplar alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden dışa dönüklük alt boyutunun (r=-,522), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından din ve kültürel kalıplar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=-1,688). Dolayısıyla, H_8 kabul edilmemiştir.
- H_9, uyumluluk alt boyutu ile toplumsal sorunlar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,573), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal sorunlar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,460). Dolayısıyla, H_9 kabul edilmiştir.
- H_{10}, uyumluluk alt boyutu ile toplumsal yapı alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,714), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal yapı alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,405). Dolayısıyla, H_{10} kabul edilmiştir.

- H_{11}, uyumluluk alt boyutu ile kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,748), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmıştır (t=3,387). Dolayısıyla, H_{11} kabul edilmiştir.
- H_{12}, uyumluluk alt boyutu ile dil ve sanat alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=2,078), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından dil ve sanat alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,415). Dolayısıyla, H_{12} kabul edilmiştir.
- H_{13}, uyumluluk alt boyutu ile kültürel miras alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,825), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel miras alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,363). Dolayısıyla, H_{13} kabul edilmiştir.
- H_{14}, uyumluluk alt boyutu ile yerel huzur alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,829), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yerel huzur alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmıştır (t=3,396). Dolayısıyla, H_{14} kabul edilmiştir.
- H_{15}, uyumluluk alt boyutu ile hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,924), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,441). Dolayısıyla, H_{15} kabul edilmiştir.
- H_{16}, uyumluluk alt boyutu ile din ve kültürel kalıplar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden uyumluluk alt boyutunun (r=1,871), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından din ve kültürel kalıplar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=3,400). Dolayısıyla, H_{16} kabul edilmiştir.
- H_{17}, sorumluluk alt boyutu ile toplumsal sorunlar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden

sorumluluk alt boyutunun (r=-1,317), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal sorunlar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,793). Dolayısıyla, H_{17} kabul edilmiştir.

- H_{18}, sorumluluk alt boyutu ile toplumsal yapı alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,478), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal yapı alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,822). Dolayısıyla, H_{18} kabul edilmiştir.
- H_{19}, sorumluluk alt boyutu ile kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,501), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,794). Dolayısıyla, H_{19} kabul edilmiştir.
- H_{20}, sorumluluk alt boyutu ile dil ve sanat alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,843), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından dil ve sanat alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,908). Dolayısıyla, H_{20} kabul edilmiştir.
- H_{21}, sorumluluk alt boyutu ile kültürel miras alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,601), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel miras alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,830). Dolayısıyla, H_{21} kabul edilmiştir.
- H_{22}, sorumluluk alt boyutu ile yerel huzur alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisine odaklanmaktadır. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,601), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yerel huzur alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,854). Dolayısıyla, H_{22} kabul edilmiştir.
- H_{23}, sorumluluk alt boyutu ile hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,619), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin

algılarından hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,789). Dolayısıyla, H_{23} kabul edilmiştir.

- H_{24}, sorumluluk alt boyutu ile din ve kültürel kalıplar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden sorumluluk alt boyutunun (r=-1,555), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından din ve kültürel kalıplar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur (t=-2,718). Dolayısıyla, H_{24} kabul edilmiştir.
- H_{25}, duygusal dengelilik alt boyutu ile toplumsal sorunlar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,293), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal sorunlar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,297). Dolayısıyla, H_{25} kabul edilmiştir.
- H_{26}, duygusal dengelilik alt boyutu ile toplumsal yapı alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,496), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal yapı alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,433). Dolayısıyla, H_{26} kabul edilmiştir.
- H_{27}, duygusal dengelilik alt boyutu ile kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,544), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,452). Dolayısıyla, H_{27} kabul edilmiştir.
- H_{28}, duygusal dengelilik alt boyutu ile dil ve sanat alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,749), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından dil ve sanat alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,326). Dolayısıyla, H_{28} kabul edilmiştir.
- H_{29}, duygusal dengelilik alt boyutu ile kültürel miras alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,642), turizmin sosyokültürel etkilerine

ilişkin algılarından kültürel miras alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,486). Dolayısıyla, H_{29} kabul edilmiştir.

- H_{30}, duygusal dengelilik alt boyutu ile yerel huzur alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,573), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yerel huzur alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,374). Dolayısıyla, H_{30} kabul edilmiştir.
- H_{31}, duygusal dengelilik alt boyutu ile hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,627), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,369). Dolayısıyla, H_{31} kabul edilmiştir.
- H_{32}, duygusal dengelilik alt boyutu ile din ve kültürel kalıplar alt boyutu arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden duygusal dengelilik alt boyutunun (r=1,626), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından din ve kültürel kalıplar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir (t=3,413). Dolayısıyla, H_{32} kabul edilmiştir.
- H_{33}, deneyime açıklık alt boyutu ile toplumsal sorunlar alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=,073), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal sorunlar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,724). Dolayısıyla, H_{33} kabul edilmemiştir.
- H_{34}, deneyime açıklık alt boyutu ile toplumsal yapı alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,074), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından toplumsal yapı alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,748). Dolayısıyla, H_{34} kabul edilmemiştir.
- H_{35}, deneyime açıklık alt boyutu ile kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,112), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin

algılarından kültürel etkileşim ve katılım alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,636). Dolayısıyla, H_{35} kabul edilmemiştir.

- H_{36}, deneyime açıklık alt boyutu ile dil ve sanat alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,165), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından dil ve sanat alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,553). Dolayısıyla, H_{36} kabul edilmemiştir.
- H_{37}, deneyime açıklık alt boyutu ile kültürel miras alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden kültürel miras alt boyutunun (r=-,193), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel miras alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,437). Dolayısıyla, H_{37} kabul edilmemiştir.
- H_{38}, deneyime açıklık alt boyutu ile yerel huzur boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,124), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yerel huzur alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,614). Dolayısıyla, H_{38} kabul edilmemiştir.
- H_{39}, deneyime açıklık alt boyutu ile hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,236), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,356). Dolayısıyla, H_{39} kabul edilmemiştir.
- H_{40}, deneyime açıklık alt boyutu ile din ve kültürel kalıplar alt boyutu arasındaki ilişkiyi test etmektedir. Modele göre, yerel halkın kişilik tiplerinden deneyime açıklık alt boyutunun (r=-,145), turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından din ve kültürel kalıplar alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi ortaya çıkmamıştır (t=,565). Dolayısıyla, H_{40} kabul edilmemiştir.

3.5.4. Bağımsız Örneklemler T Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi

Bu bölümde araştırmaya katılan yerel halkın, kişilik tiplerinin ya da turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının sosyodemografik özelliklerine göre değişip değişmediği incelenmiştir. Bu incelemede araştırmada elde edilen veri setinin normal

dağılım özelliği göstermesi dolayısıyla parametrik analiz teknikleri kullanılmıştır. Sosyodemografik değişkenlerden grup sayısı iki olan değişkenler arası farklılıkların incelenmesinde bağımsız örneklemler t testinin (Independent-Samples T Test) ve grup sayısı ikiden fazla olan değişkenler arası farklılıkların incelenmesinde ise tek yönlü varyans analizinin (One-Way ANOVA) kullanılması gerekmektedir (Coşkun vd., 2019, s. 223-234). Dolayısıyla, sosyodemografik özelliklerden grup sayısı iki olan; cinsiyet, sektörde çalışma durumu, ailesinin sektörde çalışma durumu ve turistlerle iletişim durumu değişkenlerine ait fark analizleri için t-testi, grup sayısı ikiden fazla olan; yaş, medeni durum, eğitim durumu, statü, ikamet edilen yer, ikamet edilen süre ve kişisel gelir durumu değişkenlerine ait fark analizleri için de tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca, bağımsız örneklemler t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulandığında; istatistiksel analiz programı varyansların homojen (eşit) dağılım gösterdiği ve göstermediği durumlar için iki farklı sonuç hazırlamaktadır. Bu doğrultuda, uygulanan t-testi sonucuna göre, varyansların homojen dağılım gösterdiği ya da göstermediği durumlara göre ilgili t-testi bulguları kullanılmıştır. Varyans analizinde de benzer şekilde, varyansların homojen dağılım gösterdiği durumlar için ANOVA testi değerleri ve homojen dağılım göstermediği durumlar için ise Welch testi değerleri kullanılmıştır.

3.5.4.1. Sosyodemografik Özelliklere İlişkin T-Testi Sonuçları

Yerel halkın kişilik tiplerinin sosyodemografik özelliklerine göre değişip değişmediğine dair t-testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 3.14. Katılımcıların kişilik tiplerinin cinsiyete göre t-testi sonuçları

	Erkek		**Kadın**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=301		N=240			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Dışa dönüklük	3,73	,827	3,55	,841	2,429	,015
Uyumluluk	3,60	,701	3,47	,718	2,107	,036
Sorumluluk	3,66	,755	3,50	,850	2,214	,027
Duygusal dengelilik	3,62	,746	3,54	,771	1,096	,273
Deneyime açıklık	3,68	,774	3,63	,882	,718	,473

Tablo 3.14 incelendiğinde, katılımcıların kişilik tiplerinden duygusal dengelilik ve deneyime açıklık alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p<0,05$), bununla birlikte, dışa dönüklük, uyumluluk ve sorumluluk alt boyutlarının ise cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ($p<0,05$) tespit

edilmiştir. Erkek katılımcıların ortalamasının, dışa dönüklük, uyumluluk ve sorumluluk kişilik özelliklerinin tamamında daha yüksek olduğu ve kadın katılımcılara oranla bu kişilik özelliklerine daha yatkın oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 3.15. Katılımcıların kişilik tiplerinin medeni duruma göre t-testi sonuçları

	Evli		**Bekâr**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=317		N=224			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Dışa dönüklük	3,70	,839	3,59	,832	1,500	,134
Uyumluluk	3,57	,724	3,51	,694	,919	,359
Sorumluluk	3,61	,799	3,56	,807	,696	,487
Duygusal dengelilik	3,59	,767	3,58	,748	,013	,989
Deneyime açıklık	3,68	,817	3,63	,836	,708	,479

Katılımcıların evli ya da bekâr olmaları, farklı kişilik özelliklerine sahip olmaları üzerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmamıştır ($p<0,05$). Dolayısıyla, evli katılımcıların tutum puanları bekâr katılımcılara kıyasla daha yüksek olsa da bu fark, evliler lehine gerçekleşmemiştir.

Tablo 3.16. Katılımcıların kişilik tiplerinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları

	Çalışan		**Çalışmayan**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=226		N=315			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Dışa dönüklük	3,63	,864	3,67	,818	-,578	,564
Uyumluluk	3,57	,734	3,52	,695	,712	,477
Sorumluluk	3,56	,848	3,60	,767	-,551	,582
Duygusal dengelilik	3,54	,792	3,61	,732	-,952	,342
Deneyime açıklık	3,58	,858	3,72	,794	-1,952	,051

Tablo 3.16'ya göre, katılımcıların kişilik tiplerinden yalnızca deneyime açıklık boyutunun, sektörde çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p\leq0,05$). Buna göre turizm sektöründe çalışmayan katılımcıların deneyime açıklık kişilik özelliğini daha fazla benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 3.17. Katılımcıların kişilik tiplerinin ailesinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları

	A. Çalışan		**A. Çalışmayan**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=242		N=299			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Dışa dönüklük	3,65	,863	3,66	,817	-,107	,915
Uyumluluk	3,55	,718	3,54	,706	,130	,897
Sorumluluk	3,63	,797	3,56	,806	1,018	,309
Duygusal dengelilik	3,62	,788	3,56	,733	1,026	,306
Deneyime açıklık	3,68	,852	3,65	,801	,455	,649

Katılımcıların kişilik tiplerinin ailesinin sektörde çalışma durumuna göre karşılaştırıldığı t-testi sonucuna göre, anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır (p<0,05). Dolayısıyla, katılımcıların ailelerinin turizm sektöründe çalışıp çalışmamasına göre kişilik özellikleri etkilenmemektedir.

Tablo 3.18. Katılımcıların kişilik tiplerinin turistlerle iletişim durumuna göre t-testi sonuçları

	İletişimi Olan		**İletişimi Olmayan**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=260		N=281			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Dışa dönüklük	3,63	,871	3,67	,805	-,502	,616
Uyumluluk	3,56	,725	3,52	,699	,511	,610
Sorumluluk	3,57	,840	3,61	,765	-,464	,643
Duygusal dengelilik	3,56	,796	3,61	,721	-,780	,436
Deneyime açıklık	3,61	,851	3,71	,796	-1,466	,143

Tablo 3.18'e göre, katılımcıların turistlerle iletişim kurma durumu beş faktör kişilik özellikleri üzerinde belirleyici düzeyde anlamlı bir etki ortaya çıkarmamıştır (p<0,05).

Yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine dair algılarının sosyodemografik özelliklerine göre değişip değişmediğine dair t-testi sonuçları, Tablo 3.19'da gösterilmiştir.

Tablo 3.19. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının cinsiyete göre t-testi sonuçları

	Erkek		**Kadın**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=301		N=240			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Toplumsal sorunlar	3,72	,811	3,64	,862	1,165	,245
Toplumsal yapı	3,69	,760	3,58	,813	1,642	,101
Kültürel etkileşim ve katılım	3,76	,845	3,63	,892	1,926	,055
Dil ve sanat	3,78	,873	3,65	,901	1,683	,093
Kültürel miras	3,78	,825	3,64	,866	2,075	,038
Yerel huzur	3,76	,886	3,62	,899	2,041	,042
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3,75	,854	3,61	,902	1,800	,072
Din ve kültürel kalıplar	3,74	,926	3,71	,942	,418	,676

Tablo 3.19 incelendiğinde, cinsiyet değişkeni katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından yalnızca kültürel miras ve yerel huzur alt boyutları üzerinde anlamlı bir etki ortaya çıkarmış (p<0,05) ve hem kültürel miras alt boyutunda hem de yerel huzur alt boyutunda erkeklerin tutum puanları daha yüksek çıkmıştır. Buna göre erkek katılımcıların, aşağıdaki maddelere daha yüksek oranla katılım sağladıkları saptanmıştır.

- Turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır.
- Turizm, tarihi yapıların korunmasına ve restore edilmesine olanak tanımıştır.
- Turizm, kültürel varlıkların aşırı kullanımına neden olmuştur.
- Turizm, yerel halkın kültürel mirasın korunması konusunda daha fazla anlayış göstermesini sağlamıştır.
- Turist sayısındaki artış, yerel halk ile turistler arasında sürtüşmelere neden olmuştur.
- Turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır.
- Turizm, eğlence merkezleri ve rekreasyon tesislerinin yerel halk tarafından kullanımını kısıtlamıştır.

Tablo 3.20. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının medeni duruma göre t-testi sonuçları

	Evli		**Bekâr**		**T-Testi Sonuçları**	
	N=317		N=224			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Toplumsal sorunlar	3,72	,818	3,63	,856	1,159	,247
Toplumsal yapı	3,68	,765	3,60	,812	1,193	,234
Kültürel etkileşim ve katılım	3,71	,855	3,69	,889	,280	,779
Dil ve sanat	3,77	,879	3,67	,897	1,334	,183
Kültürel miras	3,75	,809	3,67	,895	1,161	,246
Yerel huzur	3,76	,867	3,64	,928	1,623	,105
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3,70	,855	3,68	,910	,281	,779
Din ve kültürel kalıplar	3,75	,913	3,70	,959	,546	,585

Katılımcıların medeni durumlarına göre, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p<0,05$). Bu doğrultuda, ölçek alt boyutlarında katılımcıların evli ya da bekâr oluşlarına göre farklı tutum puanlarının ortaya çıkmasının belirleyici bir etkiye neden olmadığı görülmüştür.

Tablo 3.21. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları

	Çalışan		Çalışmayan		T-Testi Sonuçları	
	N=226		N=315			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Toplumsal sorunlar	3,62	,864	3,73	,810	-1,574	,116
Toplumsal yapı	3,58	,808	3,69	,766	-1,695	,091
Kültürel etkileşim ve katılım	3,63	,918	3,75	,829	-1,628	,104
Dil ve sanat	3,66	,917	3,77	,864	-1,509	,132
Kültürel miras	3,64	,869	3,77	,826	-1,800	,072
Yerel huzur	3,65	,932	3,74	,866	-1,111	,267
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3,64	,906	3,72	,857	-1,011	,312
Din ve kültürel kalıplar	3,68	,970	3,76	,905	-,869	,385

Tablo 3.21 incelendiğinde, katılımcıların turizm sektöründe çalışıp çalışmamaları, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmamıştır ($p<0,05$).

Tablo 3.22. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ailesinin sektörde çalışma durumuna göre t-testi sonuçları

	A. Çalışan		A. Çalışmayan		T-Testi Sonuçları	
	N=242		N=299			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Toplumsal sorunlar	3,67	,847	3,70	,825	-,414	,679
Toplumsal yapı	3,65	,797	3,63	,777	,253	,800
Kültürel etkileşim ve katılım	3,70	,876	3,71	,864	-,020	,984
Dil ve sanat	3,69	,902	3,75	,875	-,777	,437
Kültürel miras	3,71	,867	3,73	,830	-,145	,885
Yerel huzur	3,70	,901	3,72	,890	-,206	,837
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3,65	,892	3,71	,866	-,776	,438
Din ve kültürel kalıplar	3,72	,953	3,74	,917	-,182	,855

Tablo 3.22'den anlaşılacağı üzere katılımcıların ailelerinin turizm sektöründe çalışıp çalışmamaları, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde anlamlı bir etkiye neden olmamıştır ($p<0,05$).

Tablo 3.23. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının turistlerle iletişim durumuna göre t-testi sonuçları

	İletişimi Olan		İletişimi Olmayan		T-Testi Sonuçları	
	N=301		N=240			
Boyutlar	**Ortalama**	**S.S.**	**Ortalama**	**S.S.**	**t**	**P**
Toplumsal sorunlar	3,61	,846	3,75	,819	-2,038	,042
Toplumsal yapı	3,58	,803	3,71	,765	-1,902	,058
Kültürel etkileşim ve katılım	3,64	,905	3,77	,831	-1,742	,082
Dil ve sanat	3,63	,906	3,81	,864	-2,210	,028
Kültürel miras	3,65	,867	3,78	,823	-1,792	,074
Yerel huzur	3,65	,919	3,77	,868	-1,497	,135
Hizmet kalitesi ve çekicilik	3,61	,893	3,75	,859	-1,827	,068
Din ve kültürel kalıplar	3,67	,954	3,78	,909	-1,440	,150

Tablo 3.23'e göre, toplumsal sorunlar ve dil ve sanat alt boyutlarının katılımcıların turistlerle iletişim kurma durumuna göre değişiklik gösterdiği anlaşılmıştır ($p<0,05$). Bu doğrultuda aşağıdaki ifadelere, turistlerle iletişimi olmayan katılımcıların turistlerle iletişimi olan katılımcılara oranla daha güçlü bir şekilde katılım gösterdiği anlaşılmıştır.

- Turizm, alkol kullanımını artırmıştır.
- Turizm, uyuşturucu kullanımını artırmıştır.
- Turizm, suç oranlarını artırmıştır.
- Turizm, fuhşu artırmıştır.
- Turizm, trafik sıkışıklığını artırmıştır.
- Turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur.
- Turizm, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırmıştır.
- Turizm, yerel halkın yabancı dil becerisini geliştirmiştir.

3.5.4.2. Sosyodemografik Özelliklere İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Yerel halkın kişilik tiplerinin sosyodemografik özelliklerine göre değişip değişmediğine dair tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.24'te gösterilmiştir.

Tablo 3.24. Katılımcıların kişilik tiplerinin sosyodemografik değişkenlere göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Yaş değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
18-24	90	3,54	,705		
25-34	95	3,60	,638	,778	,540
35-54	123	3,67	,615		
55-64	109	3,64	,641		
65 ve üstü	124	3,56	,697		
Eğitim durumu değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
İlköğretim	91	3,66	,543		
Ortaöğretim (Lise)	230	3,57	,687	1,849	,111
Ön lisans	108	3,53	,760		
Lisans ve üzeri	112	3,71	,564		
Statü değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
Öğrenci	78	3,55	,696		
Esnaf	87	3,71	,598		
Turizmci	87	3,53	,710	,857	,540
Öğretmen/ Akademisyen	65	3,56	,698		
Memur	80	3,66	,648		
Emekli	69	3,68	,644		
Ev Hanımı	49	3,57	,633		
İkamet edilen yer değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
Ürgüp	208	3,60	,652		
Göreme	24	3,69	,692		
Uçhisar	32	3,63	,641	,763	,599
Avanos	126	3,53	,660		
Derinkuyu	87	3,64	,682		
Kaymaklı	41	3,74	,636		
İkamet edilen süre değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
1 yıldan az	88	3,55	,689		
1-5 yıl	98	3,62	,630	,329	,859
6-10 yıl	114	3,65	,661		
11-15 yıl	120	3,59	,690		
16 yıl ve üstü	121	3,61	,631		
Kişisel gelir değişkenine ilişkin sonuçlar					
Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
22,081 TL ve altı	159	3,57	,697		
22.082 TL-41.700 TL	139	3,59	,657	,409	,843
41.701 TL-59.214 TL	114	3,67	,632		
59.215 TL-83.754 TL	57	3,63	,593		
83.755 TL-132.824 TL	39	3,62	,651		
132.855 TL ve üstü	33	3,56	,711		

* Statü değişkeninde *işçi* (26) ve ikamet edilen yer değişkeninde *Ihlara* (23) kategorilerinde 30'un altında katılımcı bulunması nedeniyle tabloda yer verilmemiştir. Bu değişkenler, dâhil edildiklerinde ise sonuç anlamlı yönde değişmemektedir.

Tablo 3.24'ten anlaşılacağı üzere, katılımcıların yaş, eğitim durumu, statü, ikamet edilen yer, ikamet edilen süre ve kişisel gelir değişkenlerinin, kişilik özellikleri üzerinde anlamlı farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir($p<0,05$). Dolayısıyla, değişkenlere ait gruplar arasında farklı tutum puanları (ortalamalar) olduğu görülse de bulgular, tutum puanları yüksek olan gruplar lehine değerlendirilememiştir.

Yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının sosyodemografik özelliklerine göre değişip değişmediğine dair tek yönlü varyans analizi sonuçlarına Tablo 3.25'te yer verilmiştir.

Tablo 3.25. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının yaşa göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	N	Ortalama	S.S.	F	P
18-24	90	3,55	,895		
25-34	95	3,70	,730	1,325	,301
35-54	123	3,78	,728		
55-64	109	3,75	,776		
65 ve üstü	124	3,64	,840		

Tablo 3.25'e göre, katılımcıların farklı yaş düzeylerine sahip olmasının turizmin sosyokültürel etkilerini algılayışları üzerinde anlamlı bir farklılık doğurmadığı saptanmıştır ($p<0,05$).

Tablo 3.26. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının eğitim durumuna göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
İlköğretim	91	3,78	,712		
Ortaöğretim (Lise)	230	3,66	,836	3,333	,013
Ön lisans	108	3,53	,902		
Lisans ve üzeri	112	3,84	,616		

Boyutlar	**Gruplar**	**N**	**Ortalama**	**S.S.**	**F**	**P**
Toplumsal sorunlar	İlköğretim	91	3,78	,792	3,256	,022
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,67	,864		
	Ön lisans	108	3,50	,941		
	Lisans ve üzeri	112	3,81	,651		
Toplumsal yapı	İlköğretim	91	3,71	,734	3,211	,010
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,60	,836		
	Ön lisans	108	3,50	,861		
	Lisans ve üzeri	112	3,80	,594		
Kültürel etkileşim ve katılım	İlköğretim	91	3,80	,748	2,889	,032
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,66	,900		
	Ön lisans	108	3,55	,977		
	Lisans ve üzeri	112	3,86	,753		
Dil ve sanat	İlköğretim	91	3,80	,824	1,763	,128
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,70	,936		
	Ön lisans	108	3,60	,972		
	Lisans ve üzeri	112	3,85	,724		
Kültürel miras	İlköğretim	91	3,78	,768	3,158	,022
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,70	,865		
	Ön lisans	108	3,54	,981		
	Lisans ve üzeri	112	3,88	,687		
Yerel huzur	İlköğretim	91	3,81	,839	2,412	,066
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,66	,913		
	Ön lisans	108	3,58	,995		
	Lisans ve üzeri	112	3,85	,771		
Hizmet kalitesi ve çekicilik	İlköğretim	91	3,82	,814	4,150	,006
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,65	,902		
	Ön lisans	108	3,48	,978		
	Lisans ve üzeri	112	3,85	,724		
Din ve kültürel kalıplar	İlköğretim	91	3,82	,818	2,606	,038
	Ortaöğretim (Lise)	230	3,68	,978		
	Ön lisans	108	3,58	1,042		
	Lisans ve üzeri	112	3,90	,777		

Tablo 3.26'ya göre katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmış olup ($p<0,05$), bu farklılığın hangi alt boyutlar üzerinde gerçekleştiğini tespit edebilmek için ilgili ölçeğin alt boyutları ile yeni bir tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Nitekim katılımcıların farklı eğitim durumuna sahip olmalarının, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından; toplumsal sorunlar, toplumsal yapı, kültürel etkileşim ve katılım,

kültürel miras, hizmet kalitesi ve çekicilik ve din ve kültürel kalıplar alt boyutlarına ilişkin algılarını etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, bu alt boyutlarda eğitim durumu gruplarından hangileri arasında anlamlı farklılık oluştuğunun tespit edilebilmesi için; tek yönlü varyans analizine bağlı olarak gruplar arasındaki farkların yüksek olduğunda kullanılan ve çoklu karşılaştırmalara imkân veren Games-Howell testi gerçekleştirilmiştir. Eğitim durumuna ilişkin grup dağılımlarının birbirinden uzak olması nedeniyle bu test tercih edilmiştir. Games-Howell testi sonuçlarına göre; lisans ve üzeri eğitim durumuna sahip katılımcıların ön lisans düzeyinde eğitime sahip katılımcılara oranla; toplumsal sorunlar, toplumsal yapı, kültürel miras ve hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutlarındaki maddelere daha yüksek oranda katılım sağladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.27. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının statüye göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	N	Ortalama	S.S.	F	P
Öğrenci	78	3,61	,865		
Esnaf	87	3,80	,733		
Turizmci	87	3,57	,780	,948	,469
Öğretmen/ Akademisyen	65	3,67	,876		
Memur	80	3,80	,781		
Emekli	69	3,78	,764		
Ev Hanımı	49	3,60	,743		

* Statü değişkenine ait *işçi* (26) kategorisinde 30'un altında katılımcı bulunması nedeniyle tabloda yer verilmemiştir. Bu değişken, dâhil edildiğinde sonuç anlamlı yönde değişmemektedir.

Tablo 3.27'ye göre, katılımcıların farklı meslek gruplarına mensup olmalarının, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde anlamlı farklılığa neden olmadığı anlaşılmıştır ($p<0,05$).

Tablo 3.28. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ikamet edilen yere göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	N	Ortalama	S.S.	F	P
Ürgüp	208	3,65	,809		
Göreme	24	3,70	,818		
Uçhisar	32	3,78	,692	,424	,863
Avanos	126	3,66	,829		
Derinkuyu	87	3,76	,803		
Kaymaklı	41	3,78	,700		

* İkamet edilen yer değişkenine ait *Ihlara* (23) kategorisinde 30'un altında katılımcı bulunması nedeniyle tabloda yer verilmemiştir. Bu değişken, dâhil edildiğinde sonuç anlamlı yönde değişmemektedir.

Tablo 3.28, katılımcıların farklı ilçe ya da beldelerde ikamet etmelerinin, turizmin sosyokültürel etkilerini algılayışları üzerinde istatistiksel olarak herhangi bir farklılığa neden olmadığını göstermektedir ($p<0,05$).

Tablo 3.29. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının ikamet edilen süreye göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	N	Ortalama	S.S.	F	P
1 yıldan az	88	3,60	,802		
1-5 yıl	98	3,77	,770	,601	,662
6-10 yıl	114	3,72	,828		
11-15 yıl	120	3,65	,801		
16 yıl ve üstü	121	3,69	,776		

Tablo 3.29'a göre, katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının yaşadıkları yerdeki ikamet sürelerine göre anlamlı bir değişiklik göstermediği saptanmıştır ($p<0,05$).

Tablo 3.30. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarının kişisel gelire göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Gruplar	N	Ortalama	S.S.	F	P
22.081 TL ve altı	159	3,61	,850		
22.082 TL-41.700 TL	139	3,72	,775	,879	,495
41.701 TL-59.214 TL	114	3,79	,737		
59.215 TL-83.754 TL	57	3,70	,786		
83.755 TL-132.824 TL	39	3,68	,813		
132.855 TL ve üstü	33	3,56	,795		

Tablo 3.30, katılımcıların kişisel gelirlerinin, turizmin sosyokültürel etkilerine dair algıları üzerinde anlamlı bir değişiklik ortaya çıkarmadığını göstermektedir ($p<0,05$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, kişilik tiplerinin turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerinde etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşılması maksadıyla, birincil ve ikincil kaynaklardan faydalanılmıştır. Çalışmada öncelikle ikincil kaynaklar kullanılarak geniş bir uluslararası ve ulusal alan yazını değerlendirmesi yapılmıştır. Birincil kaynaklara ulaşma hususunda ise araştırma evreninden anket formu aracılığıyla veri toplanmış ve elde edilen bulgular değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Tez çalışmasının birinci bölümünde; öncelikle kişilik ve kişiliği oluşturan karakter, mizaç, yetenek gibi kavramlar değerlendirilmiş daha sonra ise kişiliği oluşturan alt faktörlere değinilmiştir. Bu çerçevede temel kişilik kuramları ele alınarak araştırma konusunun kuramsal boyutu ortaya koyulmuştur. Ayrıca konuyla ilgili uluslararası ve ulusal alan yazınından elde edilen çok sayıda çalışmaya ait temel bulgular değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Birinci bölümde, yerel halkın farklı kişilik özelliklerine sahip olmasının turizm faaliyetlerine ve bu faaliyetlerin gelişimine dair algılarında farklılıklar oluşturduğu tespit edilmiştir. Buna göre; dışa dönük ve uyumlu kişilik özelliklerine sahip bireylerin genel olarak turizm faaliyetlerinin gelişimini olumlu algıladıkları ve bu gelişime destek oldukları, deneyime açık ve sorumlu kişiliğe sahip bireylerin ise turizm gelişimini desteklemelerinin hükümet ve yerel yöneticilerin turizm sektörünü sahiplenmeleri ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan, nevrotik kişilik özelliğine sahip bireylerin ise turizm gelişimini destekleme konusunda yönlendirilmeye daha fazla ihtiyaç duydukları ortaya koyulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde öncelikle, turizm faaliyetlerinin ekonomik ve çevresel etkileri ana hatlarıyla ortaya koyulmuş; turizmin sosyokültürel etkileri ise sosyal etkiler ve kültürel etkiler olmak üzere iki ayrı başlık altında ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Daha sonra konuyla ilgili kuramsal bir çerçeveye yer verilmiş ve bu bağlamda, turizmin

etkilerine yönelik bireylerin algılarını etkileyen tek ve çok değişkenli faktörler ele alınmıştır. Bu bölümde son olarak, konuyla ilgili uluslararası ve ulusal alan yazınından seçilen örnek çalışmaların temel bulguları değerlendirilmiştir. İkinci bölümde ele alınan, diğer ülkelerin turistik destinasyonları ve Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan yerel halkların turizmin sosyokültürel etkilerine dönük algılarını konu edinen araştırmalarda, turizme ve turizm faaliyetlerinin gelişimine dair genel algıların çoğunlukla olumlu yönde olduğu görülmüştür. Ancak bununla birlikte, turizmin sosyal ve kültürel yaşama etkileri ile ilgili daha özel nitelikli sorular yöneltildiğinde ise turizmin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz sosyokültürel etkilerinin de ifade edildiği görülmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, uluslararası alan yazınında turizmin, bölgesel kalkınma, toplumsal refah, yeni iş ve istihdam, alışveriş ve rekreasyon olanakları, kamu hizmetleri, sağlık ve sosyal hizmetler, bölgenin imajı, yaşam kalitesi, bölge halkının eğitimi, kültürel mirasın korunması ve bilinç düzeyinin arttırılması konularında olumlu; alkol ve uyuşturucu bağımlılığı, fuhuş, suç, trafik, kalabalık, göç, vandalizm, aile yaşamı, dinî yaşam, toplumsal ve ahlaki normlar, geleneksel kültür, Batı kültürünün benimsenmesi konularında ise olumsuz etkilerinin olduğu ortaya koyulmuştur. Ulusal alan yazını değerlendirildiğinde ise turizm faaliyetlerinin gelişmesinin, yeni iş ve istihdam imkânları ortaya çıkardığı, kültürel ve rekreasyonel faaliyetleri çeşitlendirdiği, kendi kültürünün ve yabancı kültürlerin öğrenilmesine yardımcı olduğu, yabancı dil öğrenimi, yerel kültürel değerlerin korunması, kültürel kimliğin canlanması, kültürel hoşgörü, toplumsal refah, bölgenin tanınırlığı, tarihi-doğal ve kültürel mirasın korunması, yaşam standartlarının yükselmesi, ulaşım imkânlarının gelişmesi ve kadınların iş yaşamına girmesi konularında yerel halkın olumlu bir yaklaşım sergilediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, kalabalığın, trafiğin, suç olaylarının, fuhşun, alkol ve uyuşturucu bağımlılığının artması, dinî-ahlaki ve kültürel değerlerin, kültürel kimliğin, ticari ahlakın, toplumsal normların, insanlar arası güven ve dürüstlük ortamının zarar görmesi, kültürün ticarileşmesi, konuşma dilinin erozyona uğraması, fahiş fiyatların, aşırı maddileşme ve bireyselleşmenin ortaya çıkması, Batının baskın kültürünün yerel kültürü yok etmesi, kırsal bölgelerin kentleşmesi ve turistlerin ölçüsüz davranışlar sergilemeleri konularında ise olumsuz yaklaşıma sahip oldukları anlaşılmıştır.

Tez çalışmasının üçüncü bölümünde ise araştırmanın amacı doğrultusunda Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan yerel halktan veri toplanarak alan araştırması

gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, anket tekniğiyle 541 adet kullanılabilir veri elde edilmiştir. Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesi ve sosyodemografik değişkenlerin araştırmanın ana değişkenleri (yerel halkın kişilik tipleri ve turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları) üzerindeki etkilerinin ölçümlenmesinde ise fark testleri uygulanmıştır.

Alan Yazınına Yönelik Sonuçlar

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarında en fazla katılım gösterdiği olumlu etkiler arasında; "turizm, yerel halkın el sanatları, güzel sanatlar ve müzik gibi çok çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını teşvik etmiştir" (3,79) maddesinin, Amalu vd.'nin (2021) turizmin bölgede sanat ve el sanatlarının gelişimi ile ilgili olumlu etkileri olduğuna dair bulgusu ve "turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır" (3,77) maddesinin ise Espinoza vd.'nin (2025) turizmin kültürel etkinliklere olan talebi artırdığına ilişkin bulgusu tarafından desteklendiği görülmektedir.

Yine yüksek katılım gösterilen olumlu etkilerden, "turizm, yerel halkın kültürel mirasın korunması konusunda daha fazla anlayış göstermesini sağlamıştır" (3,72) maddesinin, Gilbert ve Clark'ın (1997) ve Chen ve Chiang'ın (2005) turizmin yerel halkın kültürel mirasın korunması konusundaki bilinç ve anlayışlarını artırdığına yönelik bulgularını, "turizm, tarihi yapıların korunmasına ve restore edilmesine olanak tanımıştır" (3,71) maddesinin, Akdu ve Öktem'in (2019) turizmin tarihsel mimari yapının korunmasına katkı sağladığına yönelik bulgularını ve "yerel halkın dünyanın farklı bölgelerinden gelen turistlerle tanışması, onlara turistlerin kültürünü ve toplumsal değerlerini daha iyi anlamak için önemli bir deneyim kazandırmıştır" (3,71) maddesinin ise Bayat (2010) ve Azadaliyev ve Ayazlar'ın (2025) çalışmalarında elde ettikleri bulgularını desteklediği tespit edilmiştir.

Bu çerçevede son olarak ifade edilecek olursa, "turizm, yerel halkın yabancı dil becerisini geliştirmiştir" (3,72) maddesinin, Tayfun (2002), Doğan (2004), Demircan (2010), Doğan ve Üngüren (2010) ve Altay ve Aydın'ın (2020) turizmin yabancı dil öğrenimini teşvik ettiğine dair bulgularıyla ve "turizm, acil durum hizmetlerinin (polis, itfaiye ve ambulans) kalitesini artırmıştır" (3,74) maddesinin ise Yasothornsrikul ve Bowen'ın

(2015) turizmin güvenlik hizmetlerinin ve Brunt ve Courtney'in (1999) de sağlık hizmetlerinin iyileşmesine katkıda bulunduğuna dair bulguları ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarında en yüksek katılım gösterdiği olumsuz etkiler değerlendirilecek olursa, "turizm, geleneksel kültür kalıplarının bozulmasına neden olmuştur" (3,82) maddesinin, Esman (1984) ve Boğan ve Dedeoğlu'nun (2018) turizmin yerel halkı geleneksel kültürlerinden uzaklaştırdığı bulgusuyla ve "turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur" (3,74) maddesinin, Cohen'in (1988) yerel kültürün ticarileşmesi, Kaygalak ve diğerlerinin (2013) geleneksel sanatların meta konumuna indirgenerek ticarileşmesi ve Baykan (2007) ve Pekol'un (2010) yerel kültürün metalaşması bulgularıyla uyumlu olduğu görülmektedir. "Turizm, trafik sıkışıklığını artırmıştır" (3,79) maddesi, Fredline ve diğerleri (2005), Vargas-Sanchez ve diğerleri (2009), Demirkaya ve Çetin (2010), Schofield (2011), Türker ve Öztürk (2013), Zhou ve diğerleri (2014) ve Dordevic ve Milicevic'in (2020) bulgularını ve "turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır" (3,74) maddesi ise Tatoğlu ve diğerleri (2002), Tayfun ve Kılıçlar (2004), Amuquandoh (2010), Dordevic ve Milicevic'in (2020) turizmin aşırı kalabalık ve gürültüye neden olduğuna yönelik bulgularını desteklemiştir. Benzer şekilde olumsuz etkiler değerlendirildiğinde, "turizm, alkol kullanımını artırmıştır" (3,75) maddesi, King ve diğerleri (1993), Tosun (2002), Doğan ve Üngüren (2010) ve Boğan ve Sarıışık'ın (2016) bulguları ve "turizm, uyuşturucu kullanımını artırmıştır" (3,71) maddesi ise Smith (1992), Haralombopoulos ve Pizam (1996), Tosun (2002), Millman (2004) ve Özmen'in (2007) bulguları tarafından desteklendiği görülmektedir. Bu bağlamda son olarak, "turizm, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırmıştır" (3,71) maddesinin, Baykan (2007), Uçar (2012) ve Lonardi'nin (2022) bulgularıyla ve "turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır" (3,70) maddesinin ise Albayrak ve Özmen'in (2018) bulguları ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular, Sosyal Mübadele Teorisi (Ap, 1992) açısından değerlendirildiğinde, yerel halkın yukarıda sayılan olumlu sosyokültürel etkilerinden dolayı turizm faaliyetlerinin gelişimini desteklediği, ancak turizm gelişimi ile ortaya

çıkan olumsuz sosyokültürel etkiler nedeniyle de çekimser yaklaştığını göstermektedir. Dolayısıyla, Sosyal Mübadele Teorisi'nde yerel halkın turizm gelişimini subjektif bir yaklaşımla değerlendirerek bölgeye yapacağı katkılardan dolayı olumsuz etkilerini dikkate almayacağına dair öne sürülen tez, elde edilen bulgular ile örtüşmemektedir. Diğer taraftan, Büyükkuru'nun (2019, s. 104-105) çalışmasında Kayalık Kapadokya Bölgesi'nin Butler'ın (1980) turizm alanı yaşam döngüsü modeline göre pekişme ve Doxey'in (1975) kuramına göre ise ilgisizlik aşamasında olduğu tespit edilmiştir. Butler'ın (1980) kuramında yer alan pekişme aşamasında, bölgeye gelen turist sayısının artış hızı yavaşlamış, bölge ekonomisi önemli ölçüde turizm sektörüne bağımlı hale gelmiş ve sektör, zincir işletmelerin kontrolü altına girmiş, aynı zamanda yerel halk içerisinde turizm gelişiminden hoşnutsuz olanların sayısı artmıştır. Doxey'in (1975) modelinde ilgisizlik aşamasında ise yerel halk turistleri ticari bir meta olarak görmekte ve aralarındaki iletişim kurumsal bir boyut kazanarak yüzeysel bir hâl almıştır. Mevcut tez çalışmasında ise yerel halkın, turizmin olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkileri ile ilgili düşüncelerini nesnel bir şekilde yansıtması, bölgedeki turizm gelişimi konusunda oldukça gerçekçi bir yaklaşıma sahip olduğunu göstermektedir. Nitekim bulgular, yerel halkın turizm gelişimi konusunda hoşnut olmadığı şeklinde değerlendirilemeyeceği gibi, turizm faaliyetlerinin gelişimini koşulsuz destekleyeceği yönünde de yorumlanamaz niteliktedir.

Araştırmada ortaya koyulan yapısal eşitlik modellemesinin ilk aşamasında ölçüm modeli, doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmış (χ2/df=1,866; GFI=0,817; AGFI=0,80; CFI=0,928 ve RMSEA=0,040) ve ölçek alt boyutlarının birbiri ile yüksek düzeyli korelasyon ilişkisine sahip olduğu saptanmıştır. İkinci aşamada ise yapısal eşitlik modellemesinin üç temel ölçüm kriteri (χ2/df=1,877; GFI=0,816; RMSEA= 0,040) kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almış ve veri seti ile modelin uyumlu olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada ortaya koyulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde, kişilik tiplerinin dışa dönüklük ve deneyime açıklık alt boyutlarının, turizmin sosyokültürel etkilerinin toplumsal sorunlar (H_1, H_{33}), toplumsal yapı (H_2, H_{34}), kültürel etkileşim ve katılım (H_3, H_{35}), dil ve sanat (H_4, H_{36}), kültürel miras (H_5, H_{37}), yerel huzur (H_6, H_{38}), hizmet kalitesi ve çekicilik (H_7, H_{39}), din ve kültürel kalıplar (H_8, H_{40}) olmak üzere hiçbir alt boyutunda

anlamlı bir etkide bulunmadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla, ilgili hipotezler kabul edilmemiştir. Bununla birlikte, kişilik tiplerinin uyumluluk, sorumluluk ve duygusal dengelilik alt boyutlarının, turizmin sosyokültürel etkilerinin toplumsal sorunlar (H_9, $H_{17,}$ H_{25}), toplumsal yapı (H_{10}, $H_{18,}$ H_{26}), kültürel etkileşim ve katılım (H_{11}, H_{19}, H_{27}), dil ve sanat (H_{12}, $H_{20,}$ H_{28}), kültürel miras (H_{13}, $H_{21,}$ H_{29}), yerel huzur (H_{14}, $H_{22,}$ H_{30}), hizmet kalitesi ve çekicilik (H_{15}, $H_{23,}$ H_{31}) ile din ve kültürel kalıplar (H_{16}, $H_{24,}$ H_{32}) alt boyutları üzerinde anlamlı bir etkide bulunduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, ilgili hipotezler kabul edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulguların Li vd.'nin (2024), duygusal dengelilik kişilik özelliğine sahip yerel halkın bölgenin turizm gelişimine dönük algıları ile anlamlı ilişkide olduğu bulgusunu desteklediği; deneyime açıklık kişilik özelliğine sahip yerel halkın bölgenin turizm gelişimine dönük algıları ile anlamlı ilişkide olduğu bulgusunu ise desteklemediği görülmektedir. Bununla birlikte, Li vd.'nin (2024) çalışmasında duygusal dengelilik kişilik özelliğinin, turizm gelişimi üzerinde anlamlı ve negatif yönde bir etkisinin bulunduğu ve bu kişilik özelliğine sahip bireylerin turizm faaliyetlerinin gelişimini daha fazla olumsuz yönde algıladığı tespit edilmiştir. Ancak bu tez çalışmasında kişilik özelliklerinin turizmin olumlu ya da olumsuz etkileri ile ilişkisine dönük farklı ölçümler yapılmaması nedeniyle, bu yönde bir bulgu ortaya koyulamamıştır. Ayrıca, Moghavvemi ve diğerlerinin (2021) çalışmasında kişilik özelliklerinin uyumluluk ve sorumluluk alt boyutları ile turizmin etkileri arasında ortaya çıkan anlamlı ilişki, bu çalışmanın bulguları ile desteklenmektedir. Diğer taraftan, dışa dönüklük ve deneyime açıklık alt boyutları ile turizmin etkileri arasında ortaya çıkan anlamlı ilişki ve duygusal dengelilik alt boyutunun turizmin etkileri üzerinde anlamlı etkisinin olmadığına dair bulguları ise mevcut çalışma bulguları ile uyuşmamaktadır. Benzer şekilde, Ayaz ve Parlak'ın (2019), dışa dönük kişilik özelliği ile turizmin etkileri arasında ortaya koydukları ilişki de mevcut tezin araştırma bulguları ile desteklenmemiştir.

Diğer bulgular ise katılımcıların sosyodemografik özelliklerine göre kişilik tiplerinde veya turizmin sosyokültürel etkilerine dair algılarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkıp çıkmadığı ile ilgilidir. Bu doğrultuda, katılımcıların kişilik özelliklerinden dışa dönüklük uyumluluk ve sorumluluk alt boyutlarının cinsiyete göre anlamlı bir şekilde değiştiği ve her üç alt boyutta da erkeklerin tutum puanının kadınlara oranla daha yüksek olduğu;

sektörde çalışma durumuna göre ise deneyime açıklık alt boyutunun anlamlı bir farklılık gösterdiği ve sektörde çalışmayanların tutum puanlarının sektörde çalışanlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarından kültürel miras ve yerel huzur alt boyutlarının, cinsiyete göre anlamlı bir şekilde değiştiği ve her iki alt boyutta da erkeklerin tutum puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Turistlerle iletişim durumuna göre, toplumsal sorunlar ile dil ve sanat alt boyutlarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmış ve turistlerle iletişimi olmayan katılımcıların turistlerle iletişimi olan katılımcılara oranla tutum puanlarının daha yüksek olduğu; eğitim durumuna göre ise toplumsal sorunlar, toplumsal yapı, kültürel miras, hizmet kalitesi ve çekicilik alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, lisans ve üzeri eğitime sahip katılımcıların ön lisans düzeyinde eğitime sahip olan katılımcılara oranla tutum puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Uygulamaya Yönelik Sonuçlar ve Öneriler

Yerel halkın farklı kişilik özelliklerine göre turizmin etkilerine dair algılarının tespit edilmesiyle turistlere karşı yaklaşımları ve turizm sektörünün geleceği ile ilgili kamu politikalarını destekleyip desteklemeyecekleri tahmin edilebilir. Yerel idareler, hükümet, destinasyon yönetim örgütleri ve turizm işletmeleri gibi turizmin tüm paydaşları, turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz etkilerine en fazla maruz kalan bölge sakinlerinin, bölgenin turizmi ile ilgili alınacak kararlarda etkin bir aktör olmasını sağlamalıdır. Zira, turizm gelişimine yönelik girişilen tüm çabalar, alınan kararlar ve ortaya koyulan plan ya da politikalar ev sahibi toplumun olumlu ya da olumsuz tutumundan etkilenecektir.

Araştırmada ortaya koyulan, turizmin; kültürel faaliyet çeşitliliğini, sanatın ve el sanatlarının gelişimini, kültürel mirasın korunmasını, farklı kültürlerin öğrenilmesini, yabancı dil becerisinin gelişimini, sağlık, güvenlik ve yerel kamu hizmetlerinin iyileştirilmesini sağladığına dair yerel halk algısı, yerel ve merkezi yönetimler tarafından önemsenmeli ve desteklenmelidir. Bununla birlikte, turizmin geleneksel kültürel değerlere zarar verdiği, kültürün ticarileşmesine neden olduğu, trafik sıkışıklığı, aşırı kalabalık ve gürültü ortaya çıkardığı, alkol ve uyuşturucu kullanımını artırdığı, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırdığı ve insanlar arasındaki güven duygusunu zayıflattığına dair ortaya koyulan yerel halk algılarını tersine çevirmek üzere yerel ve merkezi yönetimlerin çaba göstermesi gerekmektedir. Bu doğrultuda,

idarecilerin bölge halkı ile belirli aralıklarla bir araya gelerek onların sorunlarının dinlenmesi, bölgeyi ve bölgedeki turizm gelişimini ilgilendiren konular ile ilgili alınacak kararlarda aktif katılımlarının sağlanması, düzenli olarak bilgilendirilmelerinin sağlanması ve turizmden kaynaklı karşılaşılan sorunların hızlı çözümü için iletişimin sürekli hale getirilmesi gerekmektedir.

Diğer taraftan, farklı kişilik özelliklerine sahip yerel sakinler, turizm politikası geliştirilmesi ve eylem planlarının uygulanması süreçlerinin farklı aşamalarına dâhil edilebilir. Konuyla ilgili alan yazınında da ifade edildiği üzere; anlayışlı, düşünceli ve mütevazi bir yapıya sahip olan uyumlular ile konuşkan, aktif ve heyecan arayan bir yapıda olan dışadönükler, diğer insanlara yardım etmek için gönüllü olmaya daha yatkın insanlardır. Deneyime açık ve sorumlu kişilik özelliğini barındıran sakinler, karar alma ve kararların uygulanmasında aktif rol alabilecektir. Herhangi bir bölgede turizm gelişiminin başarısı, yerel halkın planlama ve karar alma süreçlerine yerel ve merkezi yönetim ile birlikte aktif katılımına bağlıdır. Bölge halkının bu süreçlere katılımının teşvik edilerek kolaylaştırılması, insanların katılımının önündeki engellerin ortadan kaldırılması ve en önemlisi de bölge halkı için bir sahiplenme duygusunun oluşturulması yönetimlerin sorumluluğunda olan konulardır. Hükümetler, yerel yönetimler ile birlikte bunları başarabilirse, bölge halkı turizme karşı daha fazla aidiyet duygusu ile yaklaşabilecek ve turizm gelişimini benimseyebilecektir (Moghavvemi vd., 2021, s. 287). Bu durumda yerel halkın, sorunların tanımlanması, çözümlerin değerlendirilmesi, karar alma ve alınacak kararların uygulanması süreçlerinde aktif olarak rol almasını sağlayacaktır. Yerel halkı bu süreçlere dâhil etmek, aynı zamanda turizmin etkilerine ilişkin var olan olumsuz algılarının olumlu yönde değişmesine yardımcı olabilir. Özellikle konu bağlamında trafik sıkışıklığı, gürültü, cinsel serbestlik, dinî-kültürel değerlerin ve toplumsal normların zarar görmesi ve benzeri konulardaki turizmin olumsuz etkilerinin azaltılması sağlanabilir. Bölge halkının turizm planlamasına katılımının olumlu etkileri şu şekilde sıralanmıştır:

- Turizme karşı aidiyet duygusunun gelişmesi,
- Turizm gelişimine dair ortaya koyulan plan ve politikaların benimsenmesi,
- Turizmin etkileri ile ilgili olumsuz algıların azaltılmasının sağlanması,

- Yerel ve merkezi idare temsilcilerinin, bölge halkının turizm gelişimine dair yaklaşımlarından haberdar olması,
- Bölge halkının yaşadığı bölgedeki güncel gelişme ve sorunlar hakkında bilgi sahibi olması,
- Bölge halkının yaşadığı yere ilişkin daha duyarlı hale gelmesi ve sosyoekonomik açıdan güçlenmesi,
- Bölge halkının turizm gelişiminin ortaya çıkardığı sosyal ve ekonomik maliyetler ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olması ve alınacak önlemler konusunda daha fazla sorumluluk alabilmesi,
- Bölgedeki kültürel mirasa ilişkin farkındalık düzeyinin yükseltilmesi,
- Bölge insanının kendi kültürünü ve kültürel değerlerini daha yakından öğrenmesinin teşvik edilmesi,
- Farklı kültürlere karşı hoşgörünün artırılması, nefret ve düşmanlığın azaltılması,
- Bölgenin somut ve somut olmayan kültürel mirasının korunarak yaşatılması konusundaki duyarlılığın artması,
- Bölgedeki doğal ve tarihi çekiciliklerin öneminin anlaşılması,
- Bölge halkının bölgedeki turizm gelişiminden kültürel, sosyal, teknolojik ve ekonomik kazanımlar açısından en yüksek faydayı elde edebilmesinin sağlanması,
- Bölge halkının turizmden memnuniyet düzeyinin ve turizm gelişimini destekleme oranının artırılması,
- Turizm gelişiminin paydaş birlikteliği ile istişare ve ortak akıl prensibine dayalı olarak gerçekleştirilmesinin güven, ekonomiklik ve hızlı çözüm üretilmesi gibi avantajlar barındırması.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu araştırmada Kayalık Kapadokya Bölgesi yerel halkının kişilik özelliklerinin beş boyutu kapsama alınarak bu boyutların, turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları üzerindeki nedensellik ilişkisine yoğunlaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle, kişilik tipleri alt boyutlarının turizmin sosyokültürel etkileri alt boyutları üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Ancak, araştırmada kullanılan turizmin sosyokültürel etkileri ölçeği konu esaslı bir yaklaşım ile alt boyutlara

ayrıldığından kişilik tiplerinin alt boyutları ile olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkiler karşılaştırılamamıştır. Gelecek araştırmalarda, turizmin olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkileri ayrıştırılmak suretiyle kişilik tiplerinin etkileri incelenebilir. Bu araştırmalarda kişilik özelliklerini daha farklı yaklaşımlarla alt boyutlara ayıran ölçeklerin kullanılması da mümkündür.

Bununla birlikte, araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve bu doğrultuda, istatistiki sonuçlara göre değerlendirmeler yapılmıştır. Sonraki araştırmalar, nicel ve nitel araştırma yöntemlerini bir arada kullanarak bölge sakinlerinin turizm algıları ile ilgili daha kapsamlı veri elde edebilir ve her iki yöntemin de olumlu yönlerinden faydalanabilirler. Nitel araştırma yönteminin doğası gereği, katılımcı sayısının az olması nedeniyle elde edilen bulguların kapsayıcılığı nicel araştırmalara oranla oldukça sınırlı olmaktadır. Ancak bu çerçevede az sayıda katılımcının yer aldığı ve kişilik özelliklerinin, daha ayrıntılı olarak tespit edildiği, katılımcılar arasında farklı kişilik özelliklerine dair ayrımların daha açık şekilde ortaya koyulduğu ve turizmin etkilerine yönelik görüşlerinin daha detaylı şekilde ifade edildiği araştırmalar yapılabilir.

Son olarak, yalnızca Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan yerel halkın kapsamına alınmış olması, araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Dolayısıyla, daha sonraki araştırmalarda geniş anlamda Kapadokya Bölgesi (Kayseri, Nevşehir, Niğde, Aksaray, Kırşehir) olarak ifade edilen illerde yaşayan yerel halk kapsama alınarak bu iller arası karşılaştırmalar yapılabilir. Ayrıca, benzeri araştırmalar yurt içinde farklı destinasyonlarda gerçekleştirilebilir ve elde edilen bulguların destinasyonlar arası karşılaştırmaları mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

Acton, G. S. & Revelle, W. (2002). Interpersonal personality measures show circumplex structure based on new psychometric criteria. *Journal of Personality Assessment, 79*(3), 446-471. https://doi.org/10.1207/S15327752JPA7903_04

Acuner, E., Küçük, K., Keskin, C. & Ergin, E. (2021). Yerel halkın turizme ilişkin tutumlarına yönelik bir araştırma: Huser yaylası örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(2), 266-283. https://doi.org/10.36362/gumus.836414

Adams, J. S. (1963). Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 67*(5), 422-436. https://doi.org/10.1037/h0040968

Adler, A. (2006). *Sosyal roller ve kişilik* (Çev. T. Yörükân). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Adorno, T. W. (2007). *Kültür endüstrisi-kültür yönetimi* (Çev. N. Ülner, M. Tüzel & E. Gen). İletişim Yayınları.

Akdu, U. & Öktem, E. (2019). Turizmin ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel etkilerine yönelik yöre halkının farkındalığı; Gümüşhane örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(10), 232-239. https://doi.org/10.36362/gumus.615026

Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management, 17*(7), 481-494. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0

Akış, A. (2007). Alanya'da turizm ve turizmin Alanya ekonomisine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (17), 15-32.

Akış, S. (1996). Turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 7*(2), 10-15.

Akman, A. (2007). Turizm gelişmesinin yarattığı doğal ve kültürel değişimler: Kaş örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi, 1*(2), 77-109.

Akova, O. & Atsiz, O. (2019). Sociocultural impacts of tourism development on heritage sites. İçinde Gursoy, D. & Nunkoo, R. (Eds.), The routledge handbook of tourism impacts (ss. 252-264). Routledge Press.

Aktaş Polat, S. A. & Polat, S. (2016). Turizm perspektifinden yabancılaşmanın sosyo-psikolojik analizi: Günlük yaşamdan turistik yaşama yabancılaşma döngüsü. *Sosyoekonomi, 24*(28), 235-253. https://doi.org/10.17233/se.29769

Akyurt, H. (2023). Turizmin çevresel etkileri. İçinde R. A. Wolff, K. Y. Genç & N. Hüsnüoğlu (Eds.), *Çevre ve ekonomi* (ss. 75-100). Ekin Yayınevi.

Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi, 5*(1), 1-16. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000074

Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas kentinde halkın turiste ve turizme bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5*(2), 1-23.

Albayrak, A. & Özmen, Ö. N. (2018). Turizm gelişimi ile kültürel kimlik olgusu arasındaki ilişki: Alaçatı örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi, 19*(1), 129-150.

Alkan, N. (2007). Beş faktör kişilik ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması [Yayımlanmamış Araştırma].

Alkış, N. (2016). Bayes yapısal eşitlik modellemesi: Kavramlar ve genel bakış. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 2*(3), 105-116.

Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T. & Perdue, R. R. (1993). Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research, 31*(4), 27-33. https://doi.org/10.1177/004728759303100405

Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research, 27*(1), 16-21. https://doi.org/10.1177/004728758802700104

Allik, J. & McCrae, R. R. (2004). Toward a geography of personality traits: Patterns of profiles across 36 cultures. *Journal of cross-cultural psychology, 35*(1), 13-28. https://doi.org/10.1177/0022022103260382

Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality.* Holt, Rinehart & Winston Publisher.

Alobiedat, A. A. (2018). Heritage transformation and the sociocultural impact of tourism in Umm Qais. *Journal of Tourism and Cultural Change, 16*(1), 22-40. https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1199556

Altay, T. & Aydın, F. (2020). Yerel halkın turizme yaklaşımı: Safranbolu örneği. *Türk Coğrafya Dergisi*(75), 81-94. https://doi.org/10.17211/tcd.714040

Altunel, M. C. & Kahraman, N. (2012). Kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi: İstanbul örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 23*(1), 7-18.

Altuntaş, E. & Gültekin, M. (2014). *Psikolojik danışma kuramları.* Nobel Akademik Yayıncılık.

Amalu, T., Oko, U., Igwe, I., Ehugbo, U., Okeh, B. & Duluora, E. (2021). Tourism industry effects on socio-cultural activities of host communities: evidence from Cross River State, Nigeria. *GeoJournal*(86), 1691-1703. https://doi.org/10.1007/s10708-020-10151-1

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. & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel research, 50*(3), 248-260. https://doi.org/10.1177/0047287510362918

Andereck, K. L. & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents‘ attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research, 39*(1), 27-36. https://doi.org/10.1177/004728750003900104

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research, 32*(4), 1056-1076. https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism, 15*(5), 483-502. https://doi.org/10.2167/jost612.0

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

Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 29*(1), 67-90. https://doi.org/10.1177/1096348004268196

Andriotis, K. & Vaughan, R. (2003). Urban residents‘ attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research, 42*(2), 172-185. https://doi.org/10.1177/0047287503257488

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research, 19*(4), 665-690. https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3

Aref , F. (2011). The effects of tourism on quality of life: A case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal, 8*(2), 26-30.

Aref, F. & Redzuan, M. (2010). Community leaders' perceptions towards socio-cultural ımpacts of tourism on local communities. *Journal of Human Ecology, 29*(2), 87-91. 10.5539/jsd.v2n3p208

Archer, B., Cooper, C. & Ruhanen, L. (2012). The positive and negative impacts of tourism. İçinde Theobald, W. F. (Ed.), *In global tourism* (ss. 79-102). Routledge Press.

Arslan, E. (2023). Turist anlatıları perspektifinden varoş destinasyonları deneyimi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 34*(2), 19-31. https://doi.org/10.17123/atad.1262190

Ataman, D. & Özer, Ö. (2020). Mardin yerel halkının turizm algısının turizmi destekleme niyeti üzerindeki etkisi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues, 2*(2), 203-215.

Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi*. Detay Yayıncılık.

Ayaz, N. & Müsellim, F. (2021). Kişilik tipleri ve fiyat algısı: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5*(3), 1785-1802. https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.819

Ayaz, N. & Parlak, U. (2019). Kırsal alanlarda yaşayan yerel halkın kişilik tipleri ve turizm algısı. *Journal of History Culture and Art Research, 8*(3), 480-494. http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v8i3.2144

Ayazlar, G. & Ayazlar, R. A. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumunda aidiyet duygusu ve yaşam tatmininin rolü/the role of sense of belonging and life satisfaction on local people's attitude towards tourism effects. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20*(4), 1451-1470.

Aydın, C. (2016). A ve B kişilik tiplerinin boş zaman davranışlarının kıyaslanması [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Aytaç, M. & Öngen, B. (2012). Doğrulayıcı faktör analizi ile yeni çevresel paradigma ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi. *İstatistikçiler Dergisi* (5), 14-22.

Azadaliyev, S. & Ayazlar, G. (2025). Yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerine yönelik algı ve desteği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 36*(2), 69-88. https://doi.org/10.17123/atad.1644697

Bahar , O. (2013). *Turizm ekonomisi.* Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Bal, H. (1995). *Turizmin kırsal toplumda aile içi ilişkilere etkisi.* Doğa ve İnsan Yayınları.

Bartholomew, K. & Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology, 61*(2), 226-244. 10.1037//0022-3514.61.2.226

Bascom, W. (1976). Changing African art. İçinde N. H. Graburn (Ed.), *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World* (ss. 303-319). University of California Press.

Başaran, İ. E. (2008). *Örgütsel davranış: İnsanın üretim gücü.* Ekinoks Eğitim Danışmanlık Hizmetleri Yayınevi.

Batıgün, A. D. & Şahin, N. H. (2006). İş stresi ve sağlık psikolojisi araştırmaları için iki ölçek: A-tipi kişilik ve iş doyumu. *Türk Psikiyatri Dergisi, 17*(1), 32-45.

Batman, O. & Türkay, O. (2009). *Turizm Politikaları.* Değişim Yayınları.

Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu* (Çev. N. Tutal & F. Keskin). Ayrıntı Yayınları.

Bayarsaikhan, T., Kim, S. T., & Gim, T. T. (2020). International tourists' destination choice differences according to Plog's personality types:analyzing the case of Mongolia based on the recreation opportunity spectrum. *International Journal of Urban Sciences, 24*(4), 485-515.https://doi.org/10.1080/12265934.2020.1771195

Bayat, G. (2010). Turizmin yerel halk tarafından algılanması: Iğdır halkı üzerine bir araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Baykan, E. (2007). Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin yöre halkı tarafından algılanması (Ürgüp yöresine yönelik bir uygulama) [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Beeton, S. (2006). *Community development through tourism.* Landlinks Press.

Belisle, F. J. & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of tourism research, 7*(1), 83-101. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9

Bello, F. G., Carr, N. Lovelock, B. & Xu, F. (2017). Local residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Mangochi, Malawi. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR), 5*(1), 1-22.

Benet-Martinez, V. & John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of personality and social psychology, 75*(3), 729-750. https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.3.729

Berber, Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(9), 205-221.

Berry, R., Tanford, S., Montgomery, R. & Green, A. J. (2018). How we complain: the effect of personality on consumer complaint channels. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 42*(1), 74-101. https://doi.org/10.1177/1096348014550921

Besculides, A., Lee, M. A. & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research, 29*(2), 303-319. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4

Bestard, A.B. & 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

Biçer, R. (2011). Kişilik ve bir Kur'an terimi olarak şakile. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31*(2), 399-418.

Bilim, Y. & Özer, Ö. (2013). Yerel halk gözüyle Konya'da turizmin önemi ve ekonomik, sosyal, çevresel etkileri. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu.

Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological inquiry, 34*(2), 193-206. https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1964.tb00583.x

Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological bulletin, 117*(2), 187-215. https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.2.187

Boğan, E. & Dedeoğlu, B. B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamalarına ilişkin karşılaştırmalı bir çalışma: Alanya ve Sapanca örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 10*(2), 26-41.

Boğan, E. & Sarıışık, M. (2016). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik görüş ve algılamalarının belirlenmesi üzerine Alanya'da bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12*(2), 325-342.

Borkenau, P. & Ostendorf, F. (1993). NEO-Fünf-Faktoren-Inventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae (Handanweisung). Hogrefe Publishing.

Boyd, S. (2002). Cultural and heritage tourism in Canada: Opportunities, principles and challenges. *Tourism and Hospitality Research 3*(3), 211-233. https://doi.org/10.1177/146735840200300303

Boyer, M. (1981). *Le tourisme.* Editions du Seuil.

Brida, J. G., Riano, E. & Aguirre, S. Z. (2011). Residents‘ attitudes and perceptions towards cruise tourism development: A case study of Cartagena de Indias (Colombia). Tourism and Hospitality Research, 11(3), 181-196. https://doi.org/10.1177/1467358411415153

Brohman, J. (1996). New directions in tourism for third world development. *Annals of tourism research, 23*(1), 48-70. https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7

Brougham, J. & Butler, R. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research, 8*(4), 569-590. https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90042-6

Brunt, P. & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of tourism Research, 26*(3), 493-515. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1

Bulut, Y. (2024). *Yabancılaşma ve postmodern gezginin otantiklik arayışı.* Paradigma Akademi Yayınevi.

Buch, T. (2007). Resident perceptions of event impacts: Taupo and Ironman New Zealand [Unpublished Postgraduate Thesis]. Auckland University of Technology Faculty of Business.

Burger, J. M. (2016). *Kişilik-psikoloji biliminin insan doğasına dair söyledikleri* (Çev. İ. D. Erguvan Sarıoğlu). Kaknüs Yayınları.

Burns, P. (1999). Paradoxes in planning tourism: Elitism or brutalism? *Annals of Tourism Research, 26*(2), 329-348. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00099-1

Butler, R. W. (1974). The social implications of tourist developments. *Annals of Tourism Research, 2*(2), 100-111. https://doi.org/10.1016/0160-7383(74)90025-5

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer, 24*(1), 5-12. https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x

Büyükkuru, M. (2019). Turizmin etkilerinin yerel halk ve diğer paydaşlar tarafından değerlendirilmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma: Nevşehir örneği [Yayımlanmamış doktora tezi]. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Byrd, E. T., Bosley, H. E. & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern. *Tourism Management, 30*(5), 693-703. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021

Caneday, L. & Zeiger, J. (1991). The social, economic, and environmental costs of tourism to a gaming community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research, 30*(2), 45-49. https://doi.org/10.1177/004728759103000210

Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management, 21*(6), 601-611. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00007-8

Carroll, J. B. (1993). *Human cognitive abilities: A survey of factor-analytic studies.* Cambridge University Press.

Carter, R. W. & Beeton, R. J. (2004). A model of cultural change and tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 423-442. https://doi.org/10.1080/1094166042000311282

Cavus, S. & Tanrisevdi, A. (2003). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis, 7*(3-4), 259-269. https://doi.org/10.3727/108354203108750102

Cerveny, L. K. (2004). *Preliminary research findings from a study of the sociocultural effects of tourism in Haines, Alaska.* The U.S. Department of Agriculture Publications.

Cevizci, A. (2017). *Felsefe sözlüğü*. Say Yayınları.

Chen, C. & Chen, P. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies, 12*(4), 525-545.

Chen, J. S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 24*(1), 5-19. https://doi.org/10.1177/109634800002400101

Chen, J. S. (2001). Assessing and visualizing tourism impacts from urban residents' perspectives. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 25*(3), 235-250. https://doi.org/10.1177/109634800102500301

Chen, K. H. & Chiang, L. N. (2005). Impact of tourism on residents in a traditional district in Tainan City, Taiwan. *Asian Geographer*, 93-111. https://doi.org/10.1080/10225706.2005.9684123

Chen, S. C. (2011). Residents‘ perceptions of the impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis. *Journal of Convention & Event Tourism, 12*(2), 106-128. https://doi.org/10.1080/15470148.2011.569877

Chen, S. & Raab, C. (2012). Predicting resident intentions to support community tourism: Toward an integration of two theories. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 21*(3), 270-294. https://doi.org/10.1080/19368623.2011.584268

Choi, H. C. & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(4), 575-594. https://doi.org/10.1080/09669580903524852

Choi, H. C. & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents‘ attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research, 43*(4), 380-394. https://doi.org/10.1177/0047287505274651

Cloninger, C. R. & Svrakic, D. M. (1997). Integrative psychobiological approach to psychiatric assessment and treatment. *Psychiatry, 60*(2), 120-141. https://doi.org/10.1080/00332747.1997.11024793

Cloninger, C. R., Svrakic, D. M. & Przybeck, T. R. (1993). A psychobiological model of temperament and character. *Archives of general psychiatry, 50*(12), s. 975-990. https://doi.org/10.1001/archpsyc.1993.01820240059008

Cohen, E. (1972). Toward a sociology of ınternational tourism, social research. *Social Research, 39*(1), 164-182. https://www.jstor.org/stable/40970087

Cohen, E. (1979). A Phenomenology of tourist experience. *Sociology, 13*(2), 179-201. https://doi.org/10.1177/003803857901300203

Cohen, E. (1988). Tourism and aids in Thailand. *Annals of Tourism Research 15*(4)*,* 467–486. https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90044-8

Cook, R. A., Hsu, C. & Marqua, J. J. (2016). *Turizm- Konaklama ve seyahat işletmeciği* (Çev. M. Tuna). Nobel Akademik Yayıncılık.

Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Travel Research 21*(1), 22-28. https://doi.org/10.1177/004728758202100106

Cordero, J. (2008). Residents perception of tourism: a critical theoretical and methodological review. *Ciencia Ergo Sum, 15*(1), 35-44.

Costa , T., Umbelino, J., de Lurdes Calisto, M., Nunes, S. & Afonso, V. A. (2020). Impacts of tourism and residents' perceptions: A study in the regional tourism area of Lisbon. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, 10*(1), 28-40. https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0003

Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R).* Psychological Assessment Resources.

Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırna yöntemleri SPSS uygulamalı.* Sakarya Yayıncılık.

Croes, R., Lee, S. H. & Olson , E. D. (2013). Authenticity in tourism in small island destinations: a local perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change, 11*(1-2), 1-20. https://doi.org/10.1080/14766825.2012.759584

Çalışkan, U. & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası İlçesi uygulaması. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*.

Çapık, C. (2014). Geçerlik ve güvenirlik çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizinin kullanımı. *Journal of Anatolia Nursing and Health Sciences, 17*(3), 196-205.

Çetin, N. G. & Beceren, E. (2007). Lider kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(5), 111-132.

Çetinkaya, G. & Dedemen , O. (2013). Golf turizmine yönelik yerel halkın algılarının belirlenmesi: Antalya/Belek örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 2*(1), 24-45.

Çevirgen, A. & Kesgin, M. (2007). Local authorities' and NGOs' perceptions of tourism development and urbanization in Alanya. *Turizam: Znanstveno-Stručni časopis, 55*(3), 309-322.

Çiçek, D. & Sarı, Y. (2018). Yerel halkın turizme olan desteği: Türkiye'deki sakin şehirler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 29*(2), 185-196. https://doi.org/10.17123/atad.488175

Çiçekçi, B. & Okuyucu, A. (2024). Kültürel turizmin etkilerine ilişkin bir araştırma: Tirilye örneği. *Journal of Geography*(49), s. 97-111. https://doi.org/10.26650/JGEOG2024-1478013

Dağdeviren, A. (2015). Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamalarının yaşam tarzı boyutuyla incelenmesi [Yayımlanmamış doktora tezi]. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

Davis, D., Allen, J. & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research, 27*(2), s. 2-8. https://doi.org/10.1177/004728758802700201

Deitch, L. I. (1989). The impact of tourism on the arts and crafts of the Indians of the southwestern United States. İçinde V. L. Smith (Ed.), *Host and guests: The anthropology of tourism* (ss. 223-236). University of Pennsylvania Press.

Demircan, Ş. (2010). Turizmin sosyo kültürel etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi örneği. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Demirkaya, H. & Çetin, T. (2010). Residents‘ perceptions on the social and cultural impact of tourism in Alanya (Antalya-Turkey). *Erzurum Kültür ve Eğitim Vakfı (EKEV) Akademi Dergisi, 14*(42), 383-392.

Diamond, J. (1977). Tourism's role in economic development: the case reexamined. *Economic development and cultural change, 25*(3), 539-553. https://www.jstor.org/stable/1152656

Diedrich, A. & Garcia-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

Dikici, E. & Sağır, A. (2012). Antalya‘da inanç turizminin sosyolojik çözümlemesi: Demre-Myra örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14*(22), 35-43.

Dixon, R. D. (1979). Tourism and church attendance: empirical findings. *Sociological Analysis, 40*(3), 256-259.

Doğan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of tourism research, 16*(2), 216-236. https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90069-8

Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*. Detay Yayıncılık.

Doğan, H. & Üngüren, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. *Humanities Sciences, 5*(4), s. 396-415. https://doi.org/10.12739/10.12739

Doğan, H., Üngüren, E. & Yelgen, E. (2010). Alanya turist profiline yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15*(3), s. 79-100.

Doll, W. J., Xia, W. & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS Quarterly, 18*(4), 453-461. https://doi.org/10.2307/249524

Dolnicar, S. (2005). Understanding barriers to leisure travel: Tourist fears as a marketing basis. *Journal of Vacation Marketing, 11*(3), 197-208. https://doi.org/10.1177/1356766705055706

Dordevic, N. & Milicevic, S. (2020). Residents perceptions of socio-cultural ımpacts of tourism in Vrnjačka Banja, Serbia. *Proceedings of the 3rd International Conference on Economics and Social Sciences*, (ss. 407-417).

Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *6th Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*, (ss. 195-198).

Dubrin, A. J. (1994). *Applying psychology: Individual and organizational effectiveness.* Prentice Hall.

Duffield, B. S. & Long, J. (1981). Tourism in the highlands and islands of Scotland: Rewards and conflicts. *Annals of Tourism Research 8*(3), 403-31. https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90006-2

Duran, E. (2013). Yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumları: Bozcaada örneği. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, 2*(3), 76-94.

Duran, E. & Özkul, E. (2012). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları: Akçakoca örneği üzerinden bir yapısal model. *International Journal of Human Sciences, 9*(2), 500-520.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharmaa, B. & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management* (28), 409-427. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002

Easterling, D. (2005). Residents and tourism: What is really at stake?. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 18*(4), 49-64. https://doi.org/10.1300/J073v18n04_04

Easterling, D. S. (2004). The residents' perspective in tourism research: A review and synthesis. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 17*(4), s. 45-62. https://doi.org/10.1300/J073v17n04_05

Ekici, R. & Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 11*(3), 73-87.

Erdoğan, İ. (1983). *İşletmelerde davranış.* İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi.

Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (eko) turizm.* Erk Yayınları.

Eren, E. (2020). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi.* Beta Yayıncılık.

Eren, R. & Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences, 2*(2), 43-47.

Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, Ö., Özdamar, K. & Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences, 33*(1), 210-223. https://doi.org/ 10.5336/medsci.2011-26747

Eroğlu, F. (1995). *Davranış bilimleri.* Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Eroğlu, F. (2011). *Davranış bilimleri.* Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Esman, M. (1984). Tourism as ethnic preservation: the cajuns of Louisiana. *Annals of Torurism Research, 11*(3), 451-467. https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90031-8

Espinoza, S., Gonzales, N. & Carrillo, B. (2025). Social impacts of tourism in the pantanos de villa wildlife refuge (Peru). *Proceedings of the 8th International Conference on Tourism Research [ICTR]*, (ss. 340-346).

Eusebio, C., Vieira, A. L. & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism, 26*(6), 890-909. https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695

Evans, T. R. (1993). Residents' perceptions of tourism in selected New Zealand communities: A segmentation study [Unpublished Postgraduate Thesis]. *University of Otago Department of Commerce.*

Eysenck, H. J. (1952). *The scientific study of personality.* Routledge & Kegan Paul Publisher.

Eysenck, H. J. (1982). *Personality, genetics, and behavior: Selected papers.* Frederick A. Praeger Publisher.

Eysenck, H. J. (1997). Personality and experimental psychology: The unification of psychology and the possibility of a paradigm. *Journal of Personality and social Psychology, 73*(6), 1224-1237. https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.6.1224

Eysenck, H. J. & Eysenck, S. G. (1975). *Manual of the Eysenck personality questionnaire (junior and adult).* Hodder and Stoughton.

Eysenck, S. B., Eysenck, H. J. & Barrett, P. (1985). A revised version of the psychoticism scale. *Personality and Individual Differences, 6*(1), 21-29. https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90026-1

Falkum, E. & Vaglum, P. (2005). The relationship between interpersonal problems and occupational stress in physicians. *General Hospital Psychiatry, 27*(4), 285-291. https://doi.org/10.1016/j.genhosppsych.2005.03.006

Faulkner, B. & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of sustainable tourism, 5*(1), 3-28. https://doi.org/10.1080/09669589708667273

Feshbach, S. & Weiner, B. (1991). *Personality.* D. C. Health & Company.

Flament, C. & Rouquette, M. L. (2003). *Anatomie des idees ordinaires.* Armand Colin Publisher.

Fredline, E. D., Deery, M. & Jago, L. (2005). Testing of a compressed generic instrument to assess host community perceptions of events: A case study of the Australian Open Tennis Tournament. İçinde J. Allen (Ed.), *The impacts of events: Proceedings of international event Research conference held in Sydney July 2005* (ss. 158-177). University of Technology, Australian Centre for Event Management.

Fredline, E. & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of tourism research, 27*(3), 763-784. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6

Freud, S. (1964). *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud* (Çev. J. Strachey). Hogart Press.

Frew, E. A. & Shaw, R. N. (1999). The relationship between personality, gender, and tourism behavior. *Tourism Management, 20*(2), 193-202. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00081-8

Friedman, M. & Rosenman, R. H. (1974). *Type A behavior and your heart.* Alfred A. Knopf.

Fromm, E. (1996). *Özgürlükten kaçış* (Çev. Ş. Yeğin). Payel Yayınevi.

Fromm, E. (2014). *Sağlıklı toplum* (Çev. Y. Salman & Z. Tanrısever). Payel Yayınevi.

Funder, D. C. (2001). Accuracy in personality judgment: Research and theory concerning an obvious question. İçinde B. W. Roberts & R. Hogan (Eds.), *Personality psychology in the workplace* (ss. 121-140). American Psychological Association.

George, D. & Mallery, P. (2016). IBM SPSS Statistics 23 step by step: A simple guide and reference. Routledge Press.

Gilbert, D. & Clark , M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities, 14*(6), 343-352. https://doi.org/10.1016/S0264-2751(97)00025-5

Godovykh, M., Hacikara, A., Baker, C., Fyall, A. & Pizam, A. (2024). Measuring the perceived impacts of tourism: a scale development study. *Current Issues in Tourism, 27*(15), 2516-2532. https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2243003

Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology, 59*(6), 1216-1229. https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216

Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment, 4*(1), 26-42.

Goldstein, H. (1981). *Social learning and change: A cognitive approach to human services.* University of South Carolina Press.

Gonzalez, A. M. & Bello, L. (2002). The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers. *European Journal of Marketing, 36*(1/2), 51-85. https://doi.org/ 10.1108/03090560210412700

Gonzalez, V., Coromina, L. & Gali, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review, 73*(3), 277-296. https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-0138

Greenwood, D. J. (1989). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. İçinde V. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (ss. 171-185). University of Pennsylvania Press.

Gu, H. & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism. *Tourism Management 29*(4), 637-647. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.006

Gu, M. & Wong, P. P. (2006). Residents' perception of tourism impacts: A case study of homestay operators in Dachangshan Dao, North-East China. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, 8*(3), 253-273. https://doi.org/10.1080/14616680600765222

Gursoy, D. & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research, 31*(3), 495-516. https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008

Gursoy, D., Chi, C. G. & Dyer, P. (2009). An examination of locals' attitudes. *Annals of Tourism Research, 36*(4), 723-726. https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.06.003

Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research, 29*(1), s. 79-105. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7

Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R. & Wei, W. (2019). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 28*(3), 306-333. https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589

Gülduran, Ç. A. & Akdeniz, A. (2022). Yoksulluğun metalaşması: Gecekondu turizmi üzerine kavramsal bir bakış açısı. *Turizm Akademik Dergisi, 9*(2), 463-475.

Gülsevil Berber, B. & Sözbilen, G. (2017). Yerel halk gözüyle turistik talebin kültürel mirasa etkisi: Kapadokya Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*(59), 439-457. http://dx.doi.org/10.9761/JASSS7102

Gülüm, K. & Boz, M. (2014). Çanakkale'de turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve eğitimsel etkileri üzerine yerel halkın görüşleri. *Route Educational and Social Science Journal, 1*(2), 1-10.

Gümüş, N. & Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6*(2), 398-417.

Gündoğdu, O. G. (2022). Turizmin gelişimine yönelik tutumlarının kişilik tiplerine göre incelenmesi: Rize örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitei Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*.

Güney, S. (2020). *Davranış bilimleri.* Nobel Akademik Yayıncılık.

Günlü Küçükaltan, E. & Dilek, S. E. (2017). *Metalaşan turizm-metalaştırılan hayvanlar.* Nobel Akademik Yayıncılık.

Gürkan, M. İ. (1997). Turizmin sosyal çevre ve yaşam üzerine etkileri. İçinde A. Toros (Ed.), *Turizmin sosyal çevreye etkisi (Kemer–Alanya, 1995)* (ss. 41-88). Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı.

Güzel, F. Ö. (2013). Sosyo-kültürel açıdan paradoks yaratıcı bir sektör olarak turizm: Dalyan destinasyonunda sosyolojik bir çözümleme. *International Journal of Human Sciences, 10*(1), 780-794.

Haddad, R., Harahsheh, S. & Boluk, K. (2019). The negative sociocultural impacts of tourism on Bedouin communities of Petra, Jordan. *e-Review of Tourism Research (eRTR), 16*(5), 489-510.

Hair, J. F., Ringle, C. M. & 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., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. R. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage Learning Publisher.

Haley, A. J., Snaith, T. & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research, 32*(3), 647-668. https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.009

Hall, C. S., Lindzey, G., Loehlin, J. C. & Manosevitz, M. (1985). *Introduction to theories of personality.* John Wiley & Sons.

Hall, C. M. & Page, S. J. (2016). Developing tourism in South and Central Asia: introduction. İçinde Hall, C. M. & Page, S. J. (Eds.), The routledge handbook of tourism in Asia (ss. 243-260). Routledge Press.

Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research,23*(3), 503-526. https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5

Harrill, R. & Potts, T.D. (2003). Tourism planning in historic districts: attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association 69*(3), 233–44. https://doi.org/10.1080/01944360308978017

Harrill, R., Uysal, M., Cardon, P. W., Wong, F. & Dioko, L. (2011). Resident attitudes towards gaming and tourism development in Macao: Growth machine theory as a

context for identifying supporters and opponents. *International journal of tourism research, 13*(1), 41-53. https://doi.org/10.1002/jtr.798

Harrington, D. (2009). *Confirmatory factor analysis.* Oxford University Press.

Harvey, M. J., Hunt, J. & Harris Jr, C. C. (1995). Gender and community tourism dependence level. *Annals of Tourism Research, 22*(2), 349-366. https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00081-6

Hashimoto, A. (2014). Tourism and sociocultural development issues. İçinde R. Sharpley, & D. J. Telfer, *Tourism and Development* (ss. 205-236). Channel View Publications.

Hassan, T. H., Salem, A. E. & Abdelmoaty, M. A. (2022). Impact of rural tourism development on residents' satisfaction with the local environment, socio-economy and quality of life in Al-Ahsa Region, Saudi Arabia. I*nternational Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(7), 1-14. https://doi.org/10.3390/ijerph19074410

Hellriegel, D., Slocum, J. W. & Woodman, R. W. (1992). *Organizational behavior.* West Publication Company.

Holland, J. L. (1985). *Making vocational choices. A theory of vocational.* Prentice-Hall Publisher.

Homans, G. (1974). *Social behavior: Its elementary forms.* Harcourt Brace Jovanovich Publishers.

Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American journal of sociology, 63*(6), 597-606. https://doi.org/10.1086/222355

Horn, C. & Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua. *Tourim Management*(23), 133-143. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00049-8

Horowitz, L. M., Alden, L. E., Wiggins, J. S. & Pincus, A. L. (2000). *Inventory of Interpersonal Problems.* The Psychological Corporation Publisher.

Horowitz, L. M., Rosenberg, S. E. & Bartholomew, K. (1993). Interpersonal problems, attachment styles, and outcome in brief dynamic psychotherapy. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 61*(4), 549-560. https://doi.org/10.1037/0022-006X.61.4.549

Horowitz, L. M., Rosenberg, S. E., Baer, B. A., Ureño, G. & Villaseñor, V. S. (1988). Inventory of interpersonal problems: Psychometric properties and clinical applications. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 56*(6), 885-892. https://doi.org/10.1037/0022-006X.56.6.885

Hovinen, G. R. (2002). Revisiting the destination lifecycle model. *Annals of tourism research, 29*(1), 209-230. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00036-6

Höijer, B. (2011). Social representations theory. A new theory for media research. *Nordicom Review* (32), s. 3-16. https://doi.org/10.1515/nor-2017-0109

Hsu, C.H.C. (1998). Impacts of riverboat gaming on community quality. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 22*(4), 323-337. https://doi.org/10.1177/109634809802200401

Hu, L. T. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1-55. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

Huh, C. & Vogt, C.A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: A cohort analytical approach. *Journal of Travel Research 46*(4), 446-455. https://doi.org/10.1177/0047287507308327

Husbands, W. (1989). Social status and perceptions of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research 16*(2), 237-53. https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90070-4

Huseman, R., Hatfield, J. & Miles, E. (1987). A new perspective on equity theory: The equity sensitivity construct. *Academy of management Review, 12*(2), 222-234. https://doi.org/10.2307/258531

Huttasin, N. (2008). Perceived social impacts of tourism by residents in the OTOP tourism village, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13*(2), 175-191. https://doi.org/10.1080/10941660802048498

İnanç, B. Y. & Yerlikaya, E. E. (2009). *Kişilik kuramları.* Pegem Akademi Yayıncılık.

İpar, M. S., Demir Kaya, G. & Özdemir Yılmaz, G. (2016). Turizmin ekonomik etkileri. İçinde N. Hacıoğlu, M. Bozkurt & B. Şahin (Eds.), *Genel Turizm* (ss. 119-143). Paradigma Akademi Yayınları.

Ison, S. & Wall, S. (2007). *İktisada giriş* (Çev. A. Çakmak, S. Oktar, M. Şişman, & S. Yavuz). Bilim Teknik Yayınevi.

İşçi, M. (2007). *Davranış bilimleri.* Der Yayınları.

İyigün, Ö. (2012). *Psikolojik kontratın örgütsel sapma üzerindeki etkisi ve kişilik özelliklerinin rolü: ilaç sektöründe bir araştırma.* Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M. & İsmail, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island. *Tourism and Hospitality Research, 17*(2), 123-134. https://doi.org/10.1177/1467358415610373

Jackson, L. A. (2008). Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development, 1*(3), 240-255. https://doi.org/10.1108/17538330810911244

Jafari, J. (1974). The socio-economic costs of tourism to developing countries. *Annals of Tourism Research, 1*(7), 227-262. https://doi.org/10.1016/0160-7383(74)90018-8

Jattamart, A., Nusawat, P. & Kwangsawad, A. (2023). How can hesitation in hotel live-streaming payment be overcome?: Examine the role of entrepreneurial performance and viewers' personality traits. *Journal of Open Innovation: Technology, Market,and Complexity, 9*(2), 1-16. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100052

Jennings, G. & Weiler, B. (2006). Mediating meaning: Perspectives on brokering quality tourist experiences. İçinde G. Jennings & N. P. Nickerson, *Quality Tourism Experiences* (ss. 57-78). Routledge Press.

John, O. P. (1990). The "Big Five" factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires. İçinde L. A. Pervin (Ed.), *Handbook of personality: Theory and research* (ss. 66-100). Guilford Press.

John, O. P., Donahue, E. M. & Kentle, R. L. (1991). *The big five inventory--versions 4a and 54.* Berkeley Institute of Personality and Social Research, University of California.

John, O. P., Naumann, L. P. & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. İçinde O. P. John, R. W. Robins & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (ss. 114-158). Guilford Press.

John, P. & Srivastava, O. S. (1999). *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives.* Guilford Press.

Jovicic, D. (2011). Socio-cultural impacts of contemporary tourism. *Collegium antropologicum, 35*(2), 599-605.

Jung, C. G. (2009). *İnsan ve sembolleri* (Çev. A. N. Babaoğlu). Okyanus Yayıncılık.

Jung, C. G. (2018). *Kişiliğin gelişimi* (Çev. D. Olgaç). Pinhan Yayıncılık.

Jurowski, C., Uysal, M. & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research, 36*(2), 3-11. https://doi.org/10.1177/004728759703600202

Jurowski, C. & Brown, D. O. (2001). A comparison of the views of involved versus noninvolved citizens on quality of life and tourism development issues. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 25*(4), 355-370. https://doi.org/10.1177/109634800102500401

Jurowski, C. & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research, 31*(2), 296-312. https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005

Karaman, S. & Avcıkurt, C. (2011). Turizmin halk üzerine etkileri (Samsun örneği). *Samsun Sempozyumu*.

Kaşlı, M. (2009). Otel işletmelerinde işgörenlerin kişilk özellikleri, lider-üye etkileşimi ve tükenmişlik ilişkisinin incelenmesi [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research, 4*(3), 171-191. https://doi.org/10.1002/jtr.375

Kaygalak, S., Usta, Ö. & Günlü, E. (2013). Mardin'de turizm gelişimi ile otantiklik olgusu arasındaki ilişkinin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 24*(2), 237-249.

Keng, K. A., & Cheng, J. L. L. (1999). Determining tourist role typologies: An exploratory study of Singapore vacationers. *Journal of Travel Research, 37*(4), 382-390. https://doi.org/10.1177/004728759903700408

Keogh, B. (1990). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research, 17*(3), 449-465. https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90009-G

Kervankıran, İ. (2014). Beypazarı/Ankara örneğinde turizmin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerine yerel halkın yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(31), 133-153.

Keskin, E. & Çontu, M. (2011). Mustafapaşa (Sinasos) kasabasında yaşayan yerel halkın turizme bakış açısını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3*(2), 37-55.

Kılıç, B. & Girgin, G. (2021). Tüketicilerin sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algılarının kişilik tipleri kapsamında incelenmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 4*(1), 122-133. https://doi.org/10.33083/joghat.2021.62

Kim, K. (2002). The effects of tourism upon quality of life of residents in the community [Unpublished Doctoral Dissertation]. *Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University*.

King, B., Pizam, A. & 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

Kisling, R. A. (2007). Character for leadership: The role of personal characteristics in effective leadership behaviors [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. *Regent University School of Global Leadership & Entrepreneurship*.

Ko, D. W. & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents‘ attitudes for tourism development. *Tourism Management, 23*(5), 521-530. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7

Kocabulut, Ö. & Albayrak, T. (2019). The effects of mood and personality type on service quality perception and customer satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 13*(1), 98-112. https://doi.org/10.1108/IJCTHR-08-2018-0102

Koç, F. (2019). Beş faktör kişilik özelliklerinin çalışanların bilişsel esneklik düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Koçoğlu, C. & Özkul, E. (2016). Turizmin ekonomik, sosyal ve fiziksel çevre ilişkisi. İçinde N. Hacıoğlu, M. Bozkurt & B. Şahin (Eds.), *Genel Turizm* (ss. 145-170). Paradigma Akademi Yayınları.

Kolasa, B. J. (1969). *İşletmeler için davranış bilimlerine giriş* (Çev. K. Tosun, & F. Aykar). İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences, 20*(3), 193-212. https://doi.org/10.1080/01490409809512280

Kousis, M. (1989). Tourism and the family in a rural Cretan community. *Annals of Tourism Research, 18*(3), 318-332. https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90047-9

Kozak, M. (2012). *Genel turizm bilgisi.* Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kozak, M. (2021). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri.* Detay Yayıncılık.

Köknel, Ö. (1986). *Kaygıdan mutluluğa kişilik.* Altın Kitapler Yayınevi.

Kuvan, Y. & 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

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2025). *Turizm gelirleri ve giderleri web sayfası*. https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html

Lanquar, R. (1991). *Turizm ve seyahat sosyolojisi* (Çev. G. Ö. Kayır). İletişim Yayınları.

Lankford, S. V. (1991). An analysis of resident preferences, attitudes and opinions toward tourism and rural regional development in the Columbia River Gorge (Unpublished Doctoral Dissertation]. *Department of Leisure Studies and Services and the Graduate School of the University of Oregon*.

Lankford, S.V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research, 32*(3), 35-43. https://doi.org/10.1177/004728759403200306

Lankford, S.V. & Howard, D.R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research, 21*(1), 121-39. https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6

Latkova, P. & Vogt, C. A. (2011). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research, 51*(1), 1-18. https://doi.org/10.1177/0047287510394193

Lawson, R. W., Williams, J., Young, T. & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism Management, 19*(3), 247-256. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00018-1

Lee, T. J., Li, J. & Kim, H. K. (2007). Community residents' perceptions and attitudes towards heritage tourism in a historic city. *Tourism and Hospitality Planning & Development, 4*(2), 91-109. https://doi.org/10.1080/14790530701554124

Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*(28), 876-885. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.004

Li, Y., Liu, Y., Wan, L. C. & Lin, Y. (2024). Human psychology as a driver of tourism development: The effect of regional personality traits. *Annals of Tourism Research*(109), 1-16. https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103852

Lim, S. T. & Lee, J. S. (2006). Host population perceptions of the impact of mega-events. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 11*(4), 407-421. https://doi.org/10.1080/10941660600931259

Lindberg, K., Andersson, T. D. & Dellaert, B. G. C. (2001). Tourism development: assessing social gains and losses. *Annals of Tourism Research 28*(4), 1010-1030. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00007-X

Lindberg, K. & 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

Liu, J. C. & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*(13), 193-214. https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-X

Liu, J. C., Sheldon, P. J. & 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

Lonardi, S. (2022). Minority languages and tourism: a literature review. *Journal of Heritage Tourism, 17*(3), 342-356. https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.2012183

Long, P. H. (2012). Tourism impacts and support for tourism development in Ha Long Bay, Vietnam: An examination of residents' perceptions. *Asian Social Science, 8*(8), 28-39. 10.5539/ass.v8n8p28

Long, P. T., Richard, R. R. & Allen , L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research, 28*(3), 3-9. https://doi.org/10.1177/004728759002800301

Luthans, F. (1995). *Organizational behavior.* McGraw Hill Publishing.

MacCannell, D. (1973). Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology, 79*(3), 589-603. http://dx.doi.org/10.1086/225585

MacCannell, D. (1989). *The tourist - a new theory of the leisure class.* With a New Introduction by the Author.

Macleod, D. V. (2004). *Tourism, globalisation and cultural change: An ısland community perspective.* Channel View Publications.

Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research 22*(1), 86-102. https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00070-9

Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research, 19*(3), 399-419. https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90127-B

Maragh, G.S. Gürsoy, D. & Vieregge, M. (2015). Residents' perceptions toward tourism development: a factor-cluster approach. *Journal of Destination Marketing & Management, 4*(1) 36-45. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.10.001

Marsh, H. W., Hau, K. T., Artelt, C., Baumert, J. & Peschar, J. L. (2006). OECD's brief self-report measure of educational psychology's most useful affective constructs: Cross-cultural, psychometric comparisons across 25 countries. *International Journal of Testing, 6*(4), 311-360. https://doi.org/10.1207/s15327574ijt0604_1

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (Çev. O. Akınhay & D. Kömürcü). Bilim ve Sanat Yayınları.

Martin, H. S., de los Salmones Sanchez, M. M. G. & Herrero, A. (2018). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 35*(2), 231-243. https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1357518

Marzuki, A. (2011). Resident attitudes towards impacts from tourism development in Langkawi Islands, Malaysia. *World Applied Sciences Journal 12 (Special Issue of Tourism & Hospitality)*, 25-34.

Mason, P. & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research, 27*(2), 391-411. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00084-5

Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts.* Longman Publishing.

May, R. J. (1977). Tourism and the artifact in Papua New Guinea. İçinde B. R. Finney & K. A. Watson, *A New Kind of Sugar: Tourism in the Pacific* (ss. 125-134). East West Center Publications.

Mbaiwa, J. E. (2004). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change, 2*(3), 163-184. https://doi.org/10.1080/14766820508668662

McAdams, D. P. (1992). The five-factor model in personality: A critical appraisal. *Journal of Personality, 60*(2), 329-361. https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00976.x

McCool, S. & Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research 32*(3), 29–34. https://doi.org/10.1177/004728759403200305

McGehee, N. G. & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents‘ support of tourism. *Journal of Travel Research, 43*(2), 131-140. https://doi.org/10.1177/0047287504268234

McKercher, B. & du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research, 5*(1), 45-58. https://doi.org/10.1002/jtr.417

Mehmetoglu, M. (2004). A typology of tourists from a different angle. International *Journal of Hospitality & Tourism Administration, 5*(3), 69-90. https://doi.org/10.1300/J149v05n03_05

Mensah, C. (2012). Residents' perception of socio-economic impacts of tourism in Tafi Atome, Ghana. *Asian Social Science, 8*(15), 274-287. http://dx.doi.org/10.5539/ass.v8n15p274

Meydan Uygur, S. & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 30-49.

Milman, A. (2004). Residents' support for tourism growth in a mature destination. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 5*(4), 67-83. https://doi.org/10.1300/J149v05n04_04

Milman, A. & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research 15*(2),191-204. https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90082-5

Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Hamzah, A. & Hassani, A. (2021). Considering residents' personality and community factors in explaining satisfaction with tourism and support for tourism development. *Tourism Planning & Development, 18*(3), 267-293. https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1768140

Mok, C., Slater, B. & Cheung, V. (1991). Residents attitudes towards tourism in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management 10*(3), 289-293. https://doi.org/10.1016/0278-4319(91)90061-L

Montemayor, R. (1978). Men and their bodies: The relationship between body type and behavior. *Journal of Social Issues, 34*(1), 48-64. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1978.tb02540.x

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public.* Presses Universitaires de France.

Moscovici, S. (1984). The Phenomenon of social representations. İçinde R. M. Farr & S. Moscovici, *Social representations* (ss. 18-78). Cambridge Press.

Moscovici, S. (1988). Notes tovvards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*(18), 211-250.

Nash, D. (1989). Tourism as a form of imperialism. İçinde V. L. Smith, *Host and guests: The anthropology of tourism* (ss. 37-55). University of Pennsylvania Press.

Naude, R., Kruger, S., De Beer, L. T., Saayman, M. & Jonker, J. (2016). The relationship between personality types and leisure time activities amongst Casino employees' workplace expectations. *SA Journal of Human Resource Management*, 1-11. https://doi.org/10.4102/sajhrm.v14i1.761

Nawijn, J. & Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: The case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research, 51*(5), 531-541. https://doi.org/10.1177/0047287511426482

Nepal, S. K. (2008). Residents' attitudes to tourism in central British Columbia, Canada. *Tourism Geographies, 10*(1), 42-65. https://doi.org/10.1080/14616680701825123

Neuman, W. L. (2022). *Toplumsal araştırma yöntemleri - nicel ve nitel yaklaşımlar* (Çev. Ö. Akkaya). Siyasal Kitabevi.

Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *The journal of abnormal and social psychology, 66*(6), 574-583. https://doi.org/10.1037/h0040291

Nunez, T. (1989). Touristic studies in anthropological perspective. İçinde V. L. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (ss. 265-280). University of Pennsylvania Press.

Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2010). Small island urban tourism: a residents' perspective. *Current Issues in Tourism, 13*(1), 37-60. https://doi.org/10.1080/13683500802499414

Okech, R. N. (2010). Socio-cultural impacts of tourism on World Heritage sites: communities' perspective of Lamu (Kenya) and Zanzibar Islands. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 15*(3), 339-351. https://doi.org/10.1080/10941665.2010.503624

Otto, J. E. & Ritchie, J. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management, 17*(3), 165-174. https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9

Oviedo-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M. & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research, 10*(2), 95-109. https://doi.org/10.1002/jtr.644

Özdamar, K. (2003). *Modern bilimsel araştırma yöntemleri.* Kaan Kitabevi.

Özdemir, M. & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkin yaklaşimlarinin belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*(24), 1-25.

Özmen, M. (2007). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Akçakoca örneği [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Özsezgin, İ. & Bekar, A. (2022). Turistik destinasyonlardaki yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 12*(3), 2227-2244. https://doi.org/10.48146/odusobiad.1108554

Özsoy, E., & Yıldız, G. (2013). Kişilik kavramının örgütler açısından önemi: Bir literatür taraması. *İşletme Bilimi Dergisi, 1*(2), 1-11.

Öztürk, Y., Akdu, U. & Akdu, S. (2007). Yabancı turistlerin konut/devre mülk satın almalarının yöre halkı üzerindeki sosyal ve kültürel etkileri: Fethiye örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 11-29.

Pappas, N. V. (2008). City of Rhodes: residents' attitudes toward tourism impacts and development. *Anatolia, 19*(1), 51-70. https://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687053

Parks, L. & Guay, R. P. (2009). Personality, values, and motivation. *Personality and Individual Differences, 47*(7), 675-684. https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.06.002

Partridge, T. (2003). Temperament: Developmental and ecological dimensions. İçinde J. R. Miller, R. M. Lerner & L. B. Schiamberg (Eds.), *Human ecology: An encyclopedia of children, families, communities, and environments.* ABC-Clio Publisher.

Pearce, J. A. (1980). Host community acceptance of foreign tourism: Strategic considerations. *Annals of Tourism Research, 7*(2), 224-233. https://doi.org/10.1016/0160-7383(80)90005-5

Pearce, P. L., Moscardo, G. & Ross, G. (1996). *Tourism community relationships.* Pergamon Press.

Pearce, P., Moscardo, G. & Ross, G. (1991). Tourism impact and community perception: An equity-social representational perspective. *Australian Psychologist, 26*(3), 147-152. https://doi.org/10.1080/00050069108257240

Pekol, B. (2010). Türkiye'de kültür ürününün metalaşması ışığında mimari miras. *1. Uluslararası Lisansüstü Araştırmaları Sempozyumu Yapılı Çevre* (ss. 1-11). Orta Doğu Teknik üniversitesi Mimarlık Fakültesi.

Pelit, E., Türkmen, F. & Yarmacı, N. (2010). Turizm sektöründeki işgörenlerin kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 2*(1), 9-16.

Perdue, R. R., Long, P. & 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

Perez, E. A. & Nadal, J. R. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research, 32*(4), 925-941. https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004

Pervin, L. A. (1994). A critical analysis of current trait theory. Psychological inquiry. *Psychological Inquiry, 5*(2), 103-113. https://doi.org/10.1207/s15327965pli0502_1

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research, 16*(4), 8-12. https://doi.org/10.1177/004728757801600402

Pizam, A., Milman, A. & King, B. (1994). The perceptions of tourism employees and their families toward tourism. *Tourism Management 15*(1), 53-61. https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90027-2

Pizam, A. & Milman, A. (1986). The social impacts of tourism. *Tourism Recreation Research, 11*(1), s. 29-33. https://doi.org/10.1080/02508281.1986.11014414

Pizam, A. & Pokela, J. (1985) The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research 12*(1), 147-165. https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90054-4

Plog, S. C. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14*(4), 55-58. https://doi.org/10.1177/001088047401400409

Popelka, C. A. & Litrell, M. A. (1991). Influence of tourism on handcraft evolution. *Annals of Tourism Research, 18*(3), 392-413. https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90048-G

Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management, 14*(3), 218-227. https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90023-E

Quenk, N. L. (1993). Personality types or personality traits: What difference does it make? *Bulletin of Psychological Type, 16*(2), 9-13.

Ramchander, P. (2004). Towards the responsible management of the socio-cultural impact of township tourism [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. *University of Pretoria Faculty of Economic and Management Sciences*.

Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M. & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism management, 60*, 147-158. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019

Reisinger, Y. & Turner , L. W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis.* Routledge Publishing.

Ribeiro, M. A., Valle, P. & Silva, J. A. (2013). Residents' attitudes towards tourism development in Cape Verde Islands. *Tourism Geographies, 15*(4), 654-679. https://doi.org/10.1080/14616688.2013.769022

Ritchie, B. W. & Inkari, M. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, southern England. *International Journal of Tourism Research, 8*(1), 27-44. https://doi.org/10.1002/jtr.545

Ritchie, J. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management, 9*(3), 199-212. https://doi.org/10.1016/0261-5177(88)90037-4

Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve toplumsallaşma*. Detay Yayıncılık.

Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı.* Detay Yayıncılık.

Roach, P. D. (2006). Evolutionary theory and birth order effects on Big Five personality traits among the Shuar of Amazonian Ecuador: The first cross-cultural test [Unpublished Doctoral Dissertation]. *University of Oregon Anthropology and Graduate School*.

Ross, G.F. (1992). Resident perception of the ımpact of tourism on an Australian City. *Journal of Travel Research, 3*(3), 13-17. https://doi.org/10.1177/004728759203000302

Rothman, R. (1978). Residents and transients: community reaction to seasonal visitors. *Journal of travel research, 16*(3), 8-13. https://doi.org/10.1177/004728757801600303

Ryan, C. & Crotts, J. (1997). Carving and tourism: A maori perspective. *Annals of Tourism Research, 24*(4), 898-918. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00052-2

Ryan, C. & Mohsin, A. (2001). Backpackers: Attitudes to the 'outback'. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 10*(1), 69-92. https://doi.org/10.1300/J073v10n01_05

Ryan, C. & Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management, 15*(5), 358-369. https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90090-6

Ryan, C., Scotland, A. & Montgomery, D. (1998). Resident attitudes to tourism development—a comparative study between the Rangitikei, New Zealand and Bakewell, United Kingdom. *Progress in Tourism and Hospitality Research, 4*(2), 115-130. https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1603(199806)4:2<115::AID-PTH105>3.0.CO;2-7

Ryan, K. & Shean, G. (2007). Patterns of interpersonal behaviors and borderline personality characteristics. *Personality and Individual Differences, 42*(2), 193-200. https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.06.010

Sampaio, S., Simoni, V. & Isnart, C. (2014). Tourism and transformation: Negotiating metaphors, experiencing change. *Journal of Tourism and Cultural Change, 12*(2), 93-101.

Sandal, E. K. & Karademir, N. (2016). Kahramanmaraş'ta halkın turizme bakışı. *Türk Coğrafya Dergisi*(66), 63-70.

Saucier, G. & Ostendorf, F. (1999). Hierarchical subcomponents of the Big Five personality factors: a cross-language replication. *Journal of personality and social psychology, 76*(4), 613-627. https://doi.org/10.1037//0022-3514.76.4.613

Schermerhorn Jr., J. R., Hunt, J. G. & Osborn, R. N. (2008). *Organizational behavior.* John Wiley & Sons Publisher.

Schofield, P. (2011). City resident attitudes to proposed tourism development and its impacts on the community. *International Journal of Tourism Research, 13*(3), 218-233. https://doi.org/10.1002/jtr.814

Schluter, R. & Var, T. (1988). Resident attitudes toward tourism in Argentina. *Annals of Tourism Research 15*(3),442-445. https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90035-7

Searle, M. S. (2000). Is leisure theory needed for leisure studies? *Journal of leisure research, 32*(1), 138-142. https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949903

Segars, A. H. & Grover, V. (1993). Re-examining perceived ease of use and usefulness: A confirmatory factor analysis. *MIS Quarterly, 17*(4), 517-525. https://doi.org/10.2307/249590

Settina, R. J. & Richmond, B. O. (1978). US Virgin islanders' perceptions of tourism. *Journal of Travel Research, 17*(1), 30-31. https://doi.org/10.1177/004728757801700106

Sezer, B., Küçükaltan, D. & Çakır, A. (2013). Edirne-Çamlıca Beldesi'nde kırsal turizm ve turizm algısı. *International Journal of Social and Economic Sciences, 3*(2), 46-54.

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online, 8*(2), 23-74. https://doi.org/10.23668/psycharchives.12784

Sharma, B. & Dyer, P. (2009). An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: Tourism impacts and demographic variables. *Tourism Geographies, 11*(2), 187-213. https://doi.org/10.1080/14616680902827159

Sharma, B., Dyer , P., Carter, J. & Gursoy, D. (2008). Exploring residents' perceptions of the social impacts of tourism on the Sunshine Coast. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 9*(3), 288-311. https://doi.org/10.1080/15256480802096092

Sharma, R. (2010). Tourism and Lifestyles: Analysis of Cross-Cultural Interfac. *Himalayan Journal of Sociology and Anthropology* (4), 206-223. https://doi.org/10.3126/hjsa.v4i0.4675

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management, 42*, 37-49. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007

Sheldon, P. J. & Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki. *Tourism Management, 22*(5), 435-443. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00009-7

Sheldon, P. J. & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management, 5*(1), 40-47. https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90006-2

Smith, M. D. & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research, 25*(4), 783-802. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00040-1

Simons, M. S. (2000). Aboriginal heritage art and moral rights. *Annals of Tourism Research, 27*(2), 412-431. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00070-5

Sirakaya, E., Teye, V. & Sönmez, S. (2002). Understanding residents‘ support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of travel research, 41*(1), 57-67. https://doi.org/10.1177/004728750204100109

Smith, E. E., Nolen-Hoeksema, S., Fredrickson, B., Loftus, G. R., Bem, D. J. & Maren, S. (2020). *Psikolojiye giriş* (Çev. Ö. Öncül & D. Ferhatoğlu). Arkadaş Yayınevi.

Smith, M. K. (2015). Tourism and cultural change. İçinde C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott, *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* (ss. 275-285). Routledge Press.

Smith, R. A. (1992). Beach resort evolution: Implications for planning. *Annals of Tourism Research, 19*(2), 304-322. https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90083-2

Snaith, T. & Haley, A. (1999). Residents opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management, 20*(5), 595-603. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00030-8

Snepenger, D., O’Connell, R. & Snepenger, M. (2001). The embrace-withdraw continuum scale: Operationalizing residents’ responses toward tourism development. *Journal of Travel Research, 40*(2), 155-161. https://doi.org/10.1177/004728750104000206

Solmaz, C. (2014). Yerel halkın bölge turizmine bakış açısının belirlenmesi: Burdur'da bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(10), 91-105.

Soontayatron, S. (2014). Thais' coping with sociocultural impacts of tourism development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 19*(10), 1228-1238. https://doi.org/10.1080/10941665.2013.839458

Soto, C. J. & John, O. P. (2008). Measuring Big Five domains and 16 facets using the California Psychological Inventory. Manuscript Submitted for Publication.

Sönmez, S. F. (2017). Turizm, terörizm ve siyasi istikrarsızlık. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 28*(1), 110-137. https://doi.org/10.17123/atad.316092

Sreen, N., Tandon, A., Jabeen, F. & Srivastava, S. (2023). The interplay of personality traits and motivation in leisure travel decision-making during the pandemic. *Tourism Management Perspectives, 46*, 1-16. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101095

Stockton, T. M. (2011). An assessment of Morro Bay Residents' attitudes toward and knowledge about tourism: setting a foundation for sustainable tourism development [Unpublished Postgraduate Thesis]. *Faculty of California Polytechnic State University San Luis Obispo*.

Stylidis, D. (2012). Tourism and community life: Building a conceptual framework [Unpublished Doctoral Dissertation]. *University of Surrey School of Hospitality and Tourism*.

Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar [Structural equation modeling: Basic concepts and applications]. *Türk Psikoloji Yazıları, 3*(6), 49-74.

Şahbaz, R. P. & Karaçar, E. (2013). Yerel çekiciliklerin turizme kazandırılmasına yönelik yöre halkının tutumları: Çankırı Tuz Mağarası Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 1*(4), 12-19.

Şahin, B. (2010). Almanya'daki Türk göçmenlerin sosyal entegrasyonunun kuşaklar arası karşılaştırması: Kültürleşme. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*(55), 103-134.

Şanlıoğlu, Ö. (2017). *Uluslararası turizmin iktisadi yönü: Akdeniz havzasında bulunan seçilmiş bazı destinasyonların karşılaştırmalı incelenmesi.* Detay Yayıncılık.

Şanlıoğlu, Ö., & Bulut, Y. (2023). Cumhuriyet döneminde Türkiye'de turizm politikaları (1923-2023). İçinde A. F. Özsoylu & E. Kılavuz (Eds.), *1923'ten 2023'e Türkiye Ekonomisi* (ss. 437-467). Akademisyen Kitabevi.

Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. & Çelik, A. (2011). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış.* Gazi Kitabevi.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2020). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı* (Çev. M. Baloğlu). Nobel Yayıncılık.

Taggar, S. & Parkinson, J. (2007). Personality tests in accounting research. *Journal of Human Resource Costing & Accounting, 1*(2), 122-151. https://doi.org/10.1108/14013380710778776

Taherdoost, H. (2016). Sampling methods in research methodology; how to choose a sampling technique for research. *International Journal of Academic Research in Management, 5*(2), 18-27. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3205035

Tamer Görer, N., Erdoğanaras, F., Güzey, Ö. & Yüksel, Ü. (2006). Social, economic and physical effects of second-home development based on foreign retirement migration in Turkey: Alanya and Dalyan [Tam Metin Bildiri]. *42.Isocarp Congress*, (ss. 109-125).

Tang, R., Kang, S. E., Lee, W. S. & Park, S. (2021). Influence of residents' perceptions of tourism development on their affective commitment, altruistic behavior, and civic virtue for community. *International Journal of Tourism Research, 23*(5), 781-791. https://doi.org/10.1002/jtr.2441

Tapanainen, T., Dao, T. K. & Nguyen, T. H. (2021). Impacts of online word-of-mouth and personalities on intention to choose a destination. *Computers in Human Behavior*(116), 1-14. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106656

Tatoglu, E., Erdal, F., Ozgur, H. & Azakli, S. (2002). Resident attitudes toward tourism impacts: The case of Kusadasi in Turkey. *International journal of hospitality & tourism administration, 3*(3), 79-100. https://doi.org/10.1300/J149v03n03_07

Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1*(1), 1-11.

Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 1-17.

Tekin, O. & Rahimi, R. (2019). Sociocultural impacts of tourism. İçinde Gursoy, D. & Nunkoo, R. (Eds.), The routledge handbook of tourism impacts (ss. 219-228). Routledge Press.

Terzic, A., Petrevska, B. & Bajramic, D. D. (2022). Personalities shaping travel behaviors: Post-COVID scenario. *Journal of Tourism Futures*, 1-15. https://doi.org/10.1108/JTF-02-2022-0043

Terzidou, M., Stylidis, D. & Szivas, E. (2008). Residents' perceptions of religious tourism and its socio-economic ımpacts on the Island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning and Development, 5*(2), 113-129. https://doi.org/10.1080/14790530802252784

Teye, V., Sirakaya, E. & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research, 29*(3), 668-688. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3

Thyne, M. & Lawson, R. (2001). Research note: Addressing tourism public policy issues through attitude segmentation of host communities. *Current Issues in Tourism, 4*(2-4), 392-400. https://doi.org/10.1080/13683500108667895

Tomljenovic, R. & Faulkner, B. (2000). Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research, 27*(1), 93-114. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00062-6

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of tourism research, 29*(1), 231-253. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1

Tovar, C. & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research, 10*(4), 365-378. https://doi.org/10.1002/jtr.667

Tribe, J. (2011). *The economics of recreation, leisure and tourism.* Elsevier Publishing.

Tuna , M. (2015). *Turizm sosyolojisi.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Türkel, A. U. (1992). *İşletme yöneticilerinin davranışlarına yön veren hakim kişilik faktörleri ile yönetsel davranış arasındaki ilişkiler ve uygulama.* Marmara Üniversitesi Yayınları.

Türker, G. Ö. & Türker, A. (2014). Yerel halkin turizm etkilerini algilama düzeyi turizm desteğini nasil etkiler: dalyan destinasyonu örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges), 4*(1), 81-98. https://doi.org/10.17343/ejovoc.27336

Türker, N. & Öztürk, S. (2013). Perceptions of residents towards the impacts of tourism in the Küre Mountains National Park, Turkey. *International Journal of Business and Social Science, 4*(2), 45-56.

Türkeri, İ. & Akyürek, S. (2021). Yerel halkın destinasyon imajı algısı ile turizm gelişimine verdiği destek arasındaki ilişki. *Turizm Akademik Dergisi, 8*(1), 45-59.

Türkmen, F. (2013). Kişilik tiplerinin çatışmayı yönetme yöntemlerine etkisi: Turizm sektöründe bir uygulama [Yayımlanmamış doktora tezi]. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

Türkmen, F. & Saatcı G. (2020). Yer Bağlılığı, turizmin algılanan etkileri ve turizmin gelişimine destek olma tutumu arasındaki ilişki: Mordoğan örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 23*(2), 237-255.

Türk Dil Kurumu (2024). *Türk Dil Kurumu sözlükleri web sayfası.* https://sozluk.gov.tr/

Tyrell, T. J. & Spaulding, L. A. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research JournaL, 8*(2), 22-33. https://doi.org/10.1177/109634808400800204

Uçar, N. (2012). Kırsal alanda turizmle modernleşen kadın. *International Journal of Social and Economic Sciences, 2*(2), 111-115.

Um, S. & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research, 26*(1), 27-29. https://doi.org/10.1177/004728758702600105

UNESCO. (2004). *The effects of tourism on culture and the environment in Asia and the Pacific: Tourism and heritage site management in Luang Prabang.* Office Of Regional Advisor, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

UNESCO. (2006). *Tourism, culture and sustainable development.* UNESCO Culture and Development Section Publication.

UNESCO. (2024). *UNESCO Türkiye Milli Komisyonu web sayfası*. https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi

Unurlu, Ç. (2024). Influence of place personality over residents welcoming tourists through self-congruity and place attachment. *Advances in Hospitality and Tourism Research, 12*(2), 145-171. https://doi.org/10.30519/ahtr.1368472

Upchurch, R. S. & Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management, 21*(5), 499-507. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00104-1

Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi.* Detay Yayıncılık.

Urry, J. (2009). *Turist bakışı* (Çev. E. Tataroğlu, & İ. Yıldız). Bilgesu Yayıncılık.

Usal, A. (1990). Turizmin sosyo-kültürel etkisi ve bir araştırma. *Anatolia Aylık Turizm ve Kültür-Sanat Dergisi, 1*(6), 13-22. https://doi.org/10.32572/guntad.874614

Uslu, A. & Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi 3*(3), 305-314.

Usta, Ö. (2016). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.

Utar, G. & Yazıcı Yılmaz, S. (2022). Z kuşağı turizm öğrencilerinin oyunlaştırma kişilik tipleri ile beş kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (53), 99-118. https://doi.org/10.30794/pausbed.1103101

Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N. & Plaza-Mejia , M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research, 38*(2), 460-480. https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004

Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N. & Plaza-Mejia, M. A. (2009). Residents‘ attitudes towards tourism development in the Spanish Province of Huelva. *Narodnostopanski Arhiv (International Edition)*(5), 31-62. https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004

Vargas-Sánchez, A., do Valle, P. O., da Costa Mendes, J. & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management, 48*, 199-210. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.005

Varnacı Uzun, F. & Somuncu, M. (2011). Kültürel peyzajın korunması ve turizm iliskisi bağlamında yerel halkın görüşleri: Ihlara Vadisi örneği. *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 3*(2), 21-36. https://doi.org/10.1501/Csaum_0000000051

Vatan, A. & Zengin, B. (2015). Söğüt ilçesinde kültürel miras ve yerel halkın turizme bakış açısı. *The Journal of Academic Social Science, 10*(10), 634-650.

Wall, G. & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities.* Pearson Prentice Hall Publishing.

Wang, Y., Lin, H. & Luarn, P. (2006). Predicting consumer intention to use mobile service. *Information Systems Journal, 16*(2), 157-179.

Wang, Y. & 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

Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research, 28*(2), 439-458. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00052-9

Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism Management*(37), 165-175. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.017

Weston, R. & Gore Jr., P. (2006). A brief guide to structural equation modeling. *The Counseling Psychologist, 34*(5), 719-751. https://doi.org/10.1177/0011000006286345

White, P. E. (1974). *The social ımpact of tourism on host communities: A study of language change in Switzerland.* The Oxford University School of Geography.

Williams, S. (1998). *Tourism Geography.* Routledge Publishing.

Williams, J. & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research, 28*(2), 69-90. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X

World Tourism Organization. (2012). *Study on tourism and intangible cultural heritage web sayfası.* https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-

08/summaryview_UNWTO-Study-on-Tourism-and-Intangible-Cultural-Heritage.pdf

World Tourism Organization. (2024). *International tourism highlights 2024 edition web sayfası.* https://doi.org/10.18111/9789284425808

World Tourism Organization. (2025). *World tourism barometer web sayfası*. https://doi.org/10.18111/wtobarometereng

Yasothornsrikul, P. & Bowen, D. (2015). Tourism demonstration and value change. *International Journal of Tourism Research, 17*(1), 96-104. https://doi.org/10.1002/jtr.1969

Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2011). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri.* Detay Yayıncılık.

Yen, D. C., Wu, C. S., Cheng, F. F. & Huang, Y. W. (2010). Determinants of users' intention to adopt wireless technology: An empirical study by integrating TTF with TAM. *Computers in Human Behavior, 26*(5), 906-915. https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.005

Yeşiltaş, M. Öztürk, İ., & Türkmen, F. (2008). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(1), 175-189.

Yeşilyurt, H. & Koçak, N. (2020). Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algı ve desteğinde yer kimliği ve yer imajının rolü. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(4), 1165-1174. https://doi.org/10.18506/anemon.628054

Yoon, Y., Gursoy, D. & 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

Yoon, Y., Gürsoy, C. & Chen, J. S. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics. *Anatolia: An International*

Journal of Tourism and Hospitality Research, 10(1), 29-44. https://doi.org/10.1080/13032917.1999.9686970

Yu, J., Ha, I., Choi, M. & Rho, J. (2005). Extending the TAM for a t-commerce. *Information & Management 42*(7), 965-976. https://doi.org/10.1016/j.im.2004.11.001

Zamani-Farahani, H. & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*(33), 802-814.

Zel, U. (2006). *Kişilik ve liderlik.* Nobel Yayın Dağıtım.

Zhang, J., Inbakaran, R. J. & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—Guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism Geographies, 8*(2), 182-204. https://doi.org/10.1080/14616680600585455

Zhang, L. (2001). Thinking styles and personality types revisited. *Personality and Individual Differences, 31*(6), 883-894. https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00189-6

Zhou, Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*(11), 138-153.

Zhou, Y. & Ap, J. (2009). Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research, 48*(1), 78-91. https://doi.org/10.1177/0047287508328792

Zhou, Y., Lu, T. & Yoo, J. J. (2014). Residents' perceived impacts of gaming development in Macau: Social representation perspectives. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 19*(5), 579-599. http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2013.764913

Zhuang, X., Yao, Y. & Li, J. (2019). Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China. *Sustainability, 11*(3), 1-19. https://doi.org/10.3390/su11030840

Zins, A. H. (1999). Destination portfolios using a European vacation style typology. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *8*(1), 1-23. https://doi.org/10.1300/J073v08n01_01

EKLER

EK 1. ETİK KURUL ONAYI

Bu çalışma için Etik Kurul onayı Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 27/06/2024 tarihli ve 278 numaralı kararı ile alınmıştır.

EK 2. ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu; "Yerel Halkın Kişilik Tiplerine Göre Turizmin Sosyokültürel Etkilerine İlişkin Algıları: Kapadokya Örneği" başlıklı doktora tezine veri toplamak amacıyla oluşturulmuştur. Anket kapsamında, kimlik bilgisi istenilmeyecek ve elde edilen veri, amacı dışında kullanılmayacaktır. Paylaşacağınız görüşleriniz için teşekkür eder, saygılarımızı sunarız.

Arş. Gör. Yasin BULUT
Erciyes Üniversitesi, Doktora Öğrencisi

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU
Erciyes Üniversitesi, Öğretim Üyesi

1. BÖLÜM: SOSYODEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	
Cinsiyetiniz:	( ) Erkek ( ) Kadın
Yaşınız:	( ) 18-24 ( ) 25-34 ( ) 35-54
	( ) 55-64 ( ) 65 ve üstü
Medeni Durumunuz:	( ) Evli ( ) Bekar ( ) Boşanmış
Eğitim Durumunuz:	( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön lisans
	( ) Lisans ( ) Lisansüstü
İcra Ettiğiniz Mesleğiniz: _____	
Turizm Sektöründe Çalışma Durumunuz:	( ) Turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışıyorum.
	( ) Turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışmıyorum.
Ailenizin Turizm Sektöründe Çalışma Durumu:	( ) Ailemde turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışan vardır.
	( ) Ailemde turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışan yoktur.
Turistlerle İletişim Kurma Durumunuz:	( ) Turistlerle iletişim halindeyim.
	( ) Turistlerle iletişim halinde değilim.
Yaşadığınız Yerde İkamet Süreniz:	( ) 1 yıldan az ( ) 1-5 yıl ( ) 6-10 yıl
	( ) 11-15 yıl ( ) 16 yıl ve üzeri
Hangi İlçe/Belde de İkamet Ediyorsunuz?	( ) Ürgüp ( ) Göreme
	( ) Uçhisar ( ) Avanos
	( ) Derinkuyu ( ) Kaymaklı ( ) Ihlara
Aylık Ortalama Kişisel Geliriniz: _____	
Aylık Ortalama Hane Geliriniz: _____	

2.BÖLÜM: KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ Aşağıdaki ifadelerin sonuna **"biriyim"** kelimesini ekleyerek (Örneğin: "mesafeli biriyim.") 5=Tamamen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Hiç Katılmıyorum seçeneklerinden birini işaretleyiniz.		**Tamamen Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Hiç Katılmıyorum**
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
1	Konuşkan					
2	Başkalarının hatasını bulmaya yatkın					
3	Yaptığı işi eksiksiz yapan					
4	Karamsar ve hüzünlü					
5	Orijinal, yeni fikirler üreten					
6	Mesafeli					
7	Yardımsever					
8	Bazen özensiz olabilen					
9	Rahat, stresle baş edebilen					
10	Birçok farklı konuya meraklı					
11	Enerji dolu					
12	Başkaları ile sözlü kavga (ağız dalaşı) başlatan					
13	Bir görevin (çalışma, ödev, iş) verilmesi için güvenilen					
14	Gergin olabilen					
15	Zeki, derin düşünebilen					
16	Diğer insanları heveslendiren					
17	Hoşgörülü davranabilen					
18	Dağınık, çok derli toplu olmayan					
19	Çok endişeli					
20	Hayal gücü zengin					
21	Sessiz kalmaya yatkın					
22	İnsanlara genellikle güvenen					
23	Tembel olmaya eğilimli					
24	Duygusal olarak dengeli, kolay kolay üzülmeyen					
25	Yaratıcı yeteneklerini kullanan					
26	Girişken bir kişiliğe sahip					
27	Soğuk ve kayıtsız olabilen					
28	Bir işi bitirmeden bırakmayan					
29	Duygusal iniş ve çıkışlar yaşayan					
30	Sanatsal ve estetik deneyimlere değer veren					
31	Bazen utangaç ve tutuk					
32	Herkese karşı nazik ve düşünceli					
33	İşleri etkin, verimli yapan					
34	Gergin durumlarda sakin kalan					
35	Rutin, tek düze işler yapmayı tercih eden					
36	Dışa dönük, sosyal					
37	Zaman zaman başkalarına karşı kabalaşan					
38	Plan yapan ve onları uygulayan					
39	Çabuk heyecanlanan					
40	Düşünmeyi ve fikirlerle ilgilenmeyi seven					
41	Sanatsal ilgileri az olan					
42	Başkaları ile iş birliği yapmayı seven					
43	Dikkati çabuk dağılan					
44	Sanat, müzik ve edebiyat konusunda oldukça bilgili					

3. BÖLÜM: TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ Aşağıdaki ifadeleri ikamet ettiğiniz bölgedeki turizmin etkilerini düşünerek; 5=Tamamen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Hiç Katılmıyorum olacak şekilde yanıtlayınız.		**Tamamen Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Hiç Katılmıyorum**
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
1	Turizm, alkol kullanımını artırmıştır.					
2	Turizm, uyuşturucu kullanımını artırmıştır.					
3	Turizm, suç oranlarını artırmıştır.					
4	Turizm, fuhşu artırmıştır.					
5	Turizm, trafik sıkışıklığını artırmıştır.					
6	Turizm, toplumda dürüstlüğün azalmasına neden olmuştur.					
7	Turizm, insanlar arasındaki karşılıklı güven duygusunu azaltmıştır.					
8	Turizm, acil durum hizmetlerinin (polis, itfaiye ve ambulans) kalitesini artırmıştır.					
9	Turist sayısındaki artış, yerel halk ile turistler arasında sürtüşmelere neden olmuştur.					
10	Turizm, yerel halkın dinlenmek için sessiz bir yer bulmasını gittikçe zorlaştırmıştır.					
11	Turizm, eğlence merkezleri ve rekreasyon tesislerinin yerel halk tarafından kullanımını kısıtlamıştır.					
12	Turizm; mağazalar, restoranlar ve otellerde hizmet kalitesini artırmıştır.					
13	Turizm, yaşadığım yerin ilginç ve heyecan verici bir yer olmasını sağlamıştır.					
14	Turizm, komşuluk ilişkilerini zayıflatmıştır.					
15	Turizm, aile bağlarının bozulmasına neden olmuştur.					
16	Turizm, kadınların aile içi kararlara katılımını artırmıştır.					
17	Turizm, gençlerin davranışlarını olumsuz yönde etkilemiştir.					
18	Turizm, sosyal eşitsizliğe neden olmuştur.					
19	Turizm, yerel halkın istismar edilme düzeyini artırmıştır.					
20	Turizm, yerel halkın el sanatları, güzel sanatlar ve müzik gibi çok çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını teşvik etmiştir.					
21	Turizm, yerel halkın yöresel kültürüyle daha fazla gurur duymasını sağlamıştır.					
22	Turizm, yerel halk ile turistler arasındaki kültürel alışverişin artmasını sağlamıştır.					
23	Yerel halkın dünyanın farklı bölgelerinden gelen turistlerle tanışması, onlara turistlerin kültürünü ve toplumsal değerlerini daha iyi anlamak için önemli bir deneyim kazandırmıştır.					
24	Turizm, geleneksel el sanatlarının ticarileşmesine neden olmuştur.					
25	Turizm, günlük hayatta yabancı kelimelerin kullanılma oranını artırmıştır.					
26	Turizm, yerel halkın yabancı dil becerisini geliştirmiştir.					
27	Turizm, yerel halkın namaz, oruç gibi ibadetlerini olumsuz yönde etkilemiştir.					
28	Turizm, geleneksel kültür kalıplarının bozulmasına neden olmuştur.					
29	Turizm, tarihi ve kültürel sergilere talebi artırmıştır.					
30	Turizm, tarihi yapıların korunmasına ve restore edilmesine olanak tanımıştır.					
31	Turizm, kültürel varlıkların aşırı kullanımına neden olmuştur.					
32	Turizm, yerel halkın kültürel mirasın korunması konusunda daha fazla anlayış göstermesini sağlamıştır.					