



JOEEP

Journal Homepage: <http://dergipark.org.tr/joeeep>



Araştırma Makalesi • Research Article

Mekânsal Bağlılık ile Mekân Tatmini Arasındaki İlişkide Çevreci Davranışsal Niyetin Rolü *

The Role of Environmental Behavioral Intention in the Relationship Between Place Attachment and Place Satisfaction

Kazım Dağ^{a,**}

^a Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, 27000, Gaziantep/Türkiye.
ORCID ID: 0000-0003-0643-6932

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 21 Nisan 2022

Düzeltilme tarihi: 24 Ağustos 2022

Kabul tarihi: 10 Ekim 2022

Anahtar Kelimeler:

Mekânsal Bağlılık

Çevreci Davranışsal Niyet

Mekân Tatmini

ARTICLE INFO

Article history:

Received: April 21, 2022

Received in revised form: Aug 24, 2022

Accepted: Oct 10, 2022

Keywords:

Place Attachment

Environmental Behavior Intent

Place Satisfaction

ÖZ

Bu araştırma, mekânsal bağlılık, mekân tatmini ve çevreci davranışsal niyet arasındaki etkileri ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de Nemrut Dağı Milli Parkı’nı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında “kolayda örnekleme” yöntemi uygulanmıştır. Veriler, çevrim içi ve çevrim dışı ortamlar aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmada hipotezlerin test edilmesi için Smart PLS 3 (Partial Least Squares) istatistik programı kullanılmıştır. Yapılan testler sonucunda mekânsal bağlılığın, mekân tatmini üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan mekânsal bağlılığın çevreci davranışsal niyet üzerinde benzer şekilde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Son olarak çevreci davranışsal niyetin yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı ile mekân tatmini arasında pozitif kısmi aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

The research was carried out to measure the effects between place attachment, place satisfaction and environmental behavioral intention. The population of the research consists of domestic tourists visiting the Nemrut Mountain National Park in Turkey. Within the scope of the research, “convenience sampling” method was applied. Data were collected through online and offline media. In the research, Smart PLS 3 (Partial Least Squares) statistical program was used to test the hypotheses. As a result of the tests, it was determined that place attachment had a positive effect on place satisfaction. On the other hand, it has been determined that place attachment has a similarly positive effect on environmental behavioral intention. Finally, it has been determined that environmental behavioral intention has a positive partial mediation effect between place dependence, place identity, place effect, place social bond and place satisfaction.

1. Giriş

Milli parklar, güçlü turizm markaları olarak hizmet veren çeşitli ve genellikle benzersiz özelliklere ev sahipliği yapmaktadır (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 674). Özellikle arkeolojik sit alanı olarak belirlenen Nemrut Dağı Milli Parkı, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini

çekmektedir. Turistlerin buraya karşı duydukları tarihi bağ bir etkileşim sağlayarak yerle ilgili bağ oluşturmalarına zemin hazırlamaktadır. Bu tür milli parklarda mekânsal bağlılık; yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı boyutlarıyla ele alınarak mekân tatmininin sağlanması mekânsal bağlılığın farklı

* Bu çalışmanın anket uygulaması için Hasan Kalyoncu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından, 2022-006 sayılı karar ile etik kurul izni verilmiştir.

** Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: kzmdgnrhk@gmail.com

Atf/Cite as: Dağ, K. (2022). Mekânsal Bağlılık ile Mekân Tatmini Arasındaki İlişkide Çevreci Davranışsal Niyetin Rolü. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 7(2) 141-154.

e-ISSN: 2651-5318. © 2022 TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark ev sahipliğinde. [Hosting by TÜBİTAK ULAKBİM JournalPark.]

boyutlarının anlaşılması ve milli parklar açısından mekânsal bağlılığın geliştirilmesinde önemli olarak değerlendirilmektedir. Tüketiciler, çevre yanlısı davranışların sürdürülebilir bir çevreyi güvence altına almak için kritik olduğunu belirtmektedirler (Park ve Ha, 2012: 390). Çevre yanlısı davranış, insan davranışının çevre üzerindeki olumsuz etkisini en aza indirebilecek amaçlı eylemleri ifade etmektedir. Birçok çevre sorununun kökleri insan faaliyetlerinden kaynaklandığından, bireyleri çevreye karşı sorumlu bir şekilde performans göstermeye teşvik etmek zorunludur (Wu vd., 2021: 2). Çevreci davranışsal niyet, doğal çevrenin bozulmasını azaltma ve herkes için sürdürülebilir bir gelecek yaratmadaki önemi nedeniyle araştırmacıların dikkatini çekmeye devam etmektedir (Bhuiyan ve Sharma, 2017: 352). Bu nedenle çevreci davranışsal niyetin milli parklar bağlamında araştırılması önemli olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’de 45 milli park bulunmaktadır. Bunlardan biri de Nemrut Dağı Milli Parkıdır. 07.12.1988 Tarihinde milli park ilan edilen Nemrut Dağı Milli Parkı, Adıyaman-Malatya il sınırları içerisinde bulunan arkeolojik sit alanıdır (DKMP, 2020). Nemrut Dağı Milli Parkı, Helenistik döneme ait anıtsal heykeller ve benzersiz manzarasının olmasının yanında kendine özgü doğası ve yaban hayatı bakımından ziyaretçileri çeken bir dizi etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır (NDMP, 2021). Kommagene Medeniyeti’nin insanlığa armağanı olarak Nemrut Dağı, Adıyaman’daki muhteşem tanrı ve kral heykelleri ile dünyanın ilgi odağı haline gelmiştir. Muhteşem mezarlarla dolu zirvesi, UNESCO “Dünya Miras Listesi”ne alınmış olup, Anadolu topraklarında görülmesi gereken 18 yerden biridir (goadiyamanturkiye.com, 2021). Böylesine bir kültür mirasının korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması ortak bir amaç birliği ve çevre yanlısı davranışla geliştirilmelidir. Çevre yanlısı davranış, “çevreye mümkün olduğunca az zarar veren, hatta çevreye fayda sağlayan davranış” anlamına gelmektedir (Steg ve Vlek, 2009: 309). Dolayısıyla bu tür milli parklarda çevre yanlısı bir davranışla sürdürülebilir bir çevrenin varlığı önem arz etmektedir. Aynı zamanda çevre yanlısı davranış, bir destinasyonun kalıcı turizm çekiciliğini ve ekonomik canlılığını korumaktadır (Qu vd., 2017: 2). Dolayısıyla çevre yanlısı bir davranışla sürdürülebilir bir çevreyi güvence altına almayı sağlayacak bir özellik olarak milli parklara sahip çıkılması oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı, Nemrut Dağı Milli Parkı ziyaretçileri bağlamında, mekânsal bağlılık, mekân tatmini ve doğa temelli bir ortamda çevreci davranışsal niyetin aracı rolünü incelemektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Mekânsal Bağlılık

Mekânsal bağlılık, yer bağımlılığı, yer etkisi, yer kimliği ve yer sosyal bağından oluşan çok boyutlu bir yapıdır (Ramkissoon vd., 2013b: 434). Mekânsal bağlılık, insanlar ve belirli yerler arasındaki duygusal bir bağ veya

bağlantı (Hidalgo ve Hernandez, 2001: 274) olarak insanlar ve mekânsal ortamlar arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır (Shang, vd., 2020: 174). Mekânsal bağlılık “duyguların, bilgi ve inançların, davranışların ve eylemlerin etkileşimini” içermektedir (Kyle vd., 2005: 155). Milli parklar bağlamında ziyaretçilerin mekân ile ilgili etkileşimlerinin değerlendirilerek mekânsal bağlılık düzeyinin boyutlarıyla ortaya konulması daha iyi bir kavrayışı sağlayacaktır. Mekânsal bağlılık farklı boyutlarda ele alınsa da birçok araştırmada yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı olmak üzere dört boyutta ele alınmaktadır (Kil vd., 2012; Ramkissoon vd., 2012; Halpenny, 2010; Han vd., 2019).

2.1.1. Yer bağımlılığı

Yer bağımlılığı, ziyaretçilerin belirli bir yere işlevsel bağlılıkları ve ziyaretçilerin belirli aktivite ihtiyaçlarını karşılayabilen ve bir yerin benzersiz niteliklerini temsil eden sosyal ve fiziksel kaynaklar hakkındaki farkındalıkları olarak tanımlanmaktadır (Kyle vd., 2004; Scannell ve Gifford, 2010). Yine diğer bir araştırmada yer bağımlılığı, ziyaretçilerin bir yerin benzersizliği, arzu edilen boş zaman deneyimlerini sağlama yeteneği ve alternatif yerlere kıyasla göreceli kalitesi şeklinde ifade edilmektedir (Ramkissoon vd., 2013b: 436).

2.1.2. Yer Kimliği

Yer kimliği, bir yer ile bireyin kişisel kimliği arasındaki bağlantıyı ifade etmektedir (Kyle vd., 2004; Moore ve Graefe, 1994). Yer kimliği, bireylerin kendi kimliklerine katkıda bulunan ve çeşitli fiziksel ortamlarla deneyimlerini yapılandırmalarına yardımcı olan bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Halpenny, 2010: 410). Doğal ortamlara maruz kalmak, olumlu çevresel niyetlere ve davranışlara yol açan yere yönelik bir kimlik duygusu yaratmaktadır (Ramkissoon vd., 2013b: 437).

2.1.3. Yer Etkisi

Yer etkisi, bireylerin ortamlarla paylaştığı duygusal bağlar olarak kavramsallaştırılır. Yer etkisi, ağırlıklı olarak duygulara bağlı olarak bireylerin bir yer hakkındaki duygularını oluşturmalarına ve ona anlam vermelerine izin vermektedir. Doğal ortamlar, olumlu duyguları artırarak bu ortamlarla daha güçlü duygusal bağlar oluşmasını sağlamaktadır (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 675). Duygusal bağlantı ziyaretçiler için psikolojik bir iyilik duygusu geliştirmektedir. Yer etkisi aynı zamanda doğa koruyucu davranışlarla da ilişkilidir (Ramkissoon vd., 2013b: 437).

2.1.4. Yer Sosyal Bağı

Yer sosyal bağı, insanların belirli bir yerdeki sosyal etkileşimlerden elde edilen deneyimlerinin önemini yansıtmaktadır. İnsanları birbirine bağlayan bu olumlu bağlar, her yerin fiziksel özelliklerine sahip olan bağılardan daha güçlü olabilmektedir (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 675). Mekânlar, sosyal ilişkilerin ayrılmasız bir parçasını oluşturur. İnsanların belirli bir yerdeki sosyal

etkileşimlerden elde ettikleri deneyimler, sosyal temelli yer bağları olarak adlandırılmaktadır (Ramkissoon vd., 2013b: 437). Yer sosyal bağı, bireyleri fiziksel ve kültürel manzaraya bağlayan sosyal, kültürel ortamlar olarak insanların sosyalleşmesi için bir bağlam sağlamaktadır (Ramkissoon, 2015: 296).

2.2. Mekân Tatmini

Tatmin, bir satın alma veya bir dizi tüketici-ürün etkileşimini takiben yargılar dâhil olmak üzere tüketicinin tutumlarına tepkisini ifade etmektedir (Ramkissoon, 2016: 108). Mekân tatmini, sosyallikten hizmetlere ve fiziksel özelliklere kadar değişen temel ihtiyaçları karşılamak için bir yerin faydacı değeri olarak tanımlanmaktadır (Stedman, 2002). Mekân tatmini psikolojik olarak kim olduğumuza, günlük ortamlara karşı nasıl hissettiğimize ve bu tür ortamlarla ilgili olarak nasıl davrandığımızımıza dair yer temelli hesaplarla ilişkili bir fikir olarak değerlendirilmektedir (Masso vd., 2017: 88).

2.3. Çevreci Davranışsal Niyet

Davranışsal niyet, bir kişinin algıladığı veya belirli bir davranışta bulunma olasılığının öznel olasılığı olarak tanımlanmaktadır (Mufidah, 2018: 6). Çevresel kaygı, çevre yanlısı davranış veya çevre yanlısı davranışsal niyet üzerinde büyük etkileri olduğunu göstermektedir (Fujii, 2006: 262). Çevre yanlısı davranış, çevreye fayda sağlayan davranış olarak (Steg ve Vlek, 2009: 309), çevreci davranışsal niyeti etkilemektedir. Bu tür etkiler Schwartz'ın (1977) Norm Aktivasyon Teorisi (Norm Activation Theory-NAT) ile davranışın gerçekleştirilebilmesi için, çevresel kaygı veya sonuçların farkındalığı, kişisel bir normu veya ahlaki bir yükümlülüğü tersine çeviren bir davranışı gerçekleştirmek için bir sorumluluk duygusu uyandırdığı şeklinde açıklanmaktadır.

Norm Aktivasyon Teorisi'ni (Schwartz, 1977) çevre yanlısı davranışı açıklamak için kullanan çalışmalar genellikle kişisel normlara ve iki durumsal etkinleştiriciye, yani ihtiyaç farkındalığı ve durumsal sorumluluk üzerine odaklanmaktadır (Harland vd., 2007: 323). NAT kişisel normlar ve davranış arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır. Norm aktivasyon modeli öncelikle bir kişinin kendi çıkarını başkalarının iyiliği için feda etmesiyle ilgilidir (Schwartz, 1977). NAT'a göre, bir kişi başkaları veya çevre için olumsuz bir sonucun farkında olduğunda ve bu sonucun sorumluluğunu kendisine atfettiğinde, buna karşılık gelen bir kişisel norm etkinleştirerek toplum ve çevre yanlısı bir davranış izlemektedir (Gao vd., 2017: 278).

3. KURAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Mekânsal Bağlılık ve Mekân Tatmini

Literatür mekânsal bağlılık, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağının mekân tatmininin öncülleri olduğunu öne

sürmektedir (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 678). Tatmin, mekânsal bağlılığın bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir (Lee vd., 2012). Dolayısıyla mekân tatmini, turistlerin mekâna bağlılığıyla bağlantılı olarak değerlendirilmektedir (Insch ve Florek, 2008: 146). Mekânsal bağlılık, insanların mekânlarla paylaştığı bağları ifade etmektedir (Scannell ve Gifford, 2010). Yer sosyal bağı, doğa temelli ortamlarda mekân tatmininin önemli bir yordayıcısı olarak belirtilmiştir (Hendrickson vd., 2011; Ramkissoon ve Mavondo, 2015). Ramkissoon vd. (2013b), dört mekânsal bağlılık boyutunun mekân tatmini ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir (Ramkissoon vd., 2013b: 434). Mekânsal bağlılığın bu boyutları arasındaki karşılıklı ilişki incelenmiş, mekânsal bağlılığın boyutlarının mekân tatmini üzerinde etkileri olduğu belirtilmiştir (Io, 2018: Budruk ve Stanis, 2013). Yer bağımlılığının, mekân tatmini üzerindeki etkilerini araştıran bazı çalışmalar (Prayag ve Ryan, 2012; Ramkissoon vd., 2013a; Veasna vd., 2013) yer bağımlılığının, mekân tatmininin bir öncülü olduğunu göstererek ziyaretçilerin çevre yanlısı davranışsal niyetlerinin, yer bağımlılığı ile mekân tatmini arasındaki ilişkiyi güçlendirebileceğini belirtmişlerdir. Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez ve ona bağlı alt hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Ziyaretçilerin mekânsal bağlılığı, mekân tatminini pozitif etkiler.

H1a: Ziyaretçilerin yer bağımlılığı, mekân tatminini pozitif etkiler.

H2b: Ziyaretçilerin yer kimliği, mekân tatminini pozitif etkiler.

H3c: Ziyaretçilerin yer etkisi, mekân tatminini pozitif etkiler.

H4d: Ziyaretçilerin yer sosyal bağı, mekân tatminini pozitif etkiler.

Mekânsal bağlılık, çevreye karşı sorumlu davranış üzerinde dolaylı bir etki göstermektedir (Vaske ve Kobrin, 2001). Mekânsal bağlılık, temsil davranışlarını ve bir destinasyon için turizm planlamasına katılımını güçlü bir şekilde etkilemektedir (Chen ve Dwyer, 2018: 1026). Bir yer, insanları doğal çevre ile birbirine bağlayarak, tatmin ve benzersiz ortamlar için endişe uyandırmaktadır (Moore ve Graefe, 1994). Böylece mekânsal bağlılık ziyaretçilerin benzersiz olarak algıladıkları o yer hakkında çevre yanlısı davranışlar sergilemesine teşvik ederek çevreci davranışsal niyetini olumlu etkilemektedir. Bu nedenle turistlerin ziyaret ettikleri yerlerle ilgili kendi anlamlarını ve ilişkilerini geliştirmeleri beklenmektedir (Han vd., 2019: 108). Ziyaretçilerin çevre yanlısı davranışsal niyetlerinin, yer bağımlılığı ile mekân tatmini arasındaki ilişkiyi güçlendirebileceği ifade edilmiştir (Prayag ve Ryan, 2012). Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez ve ona bağlı alt hipotezler geliştirilmiştir.

H2: Ziyaretçilerin mekânsal bağlılığı, çevreci davranışsal

niyeti pozitif etkiler.

H2a: Ziyaretçilerin yer bağımlılığı, çevreci davranışsal niyeti pozitif etkiler.

H2b: Ziyaretçilerin yer kimliği, çevreci davranışsal niyeti pozitif etkiler.

H2c: Ziyaretçilerin yer etkisi, çevreci davranışsal niyeti pozitif etkiler.

H2d: Ziyaretçilerin yer sosyal bağı, çevreci davranışsal niyeti pozitif etkiler.

Literatür ayrıca ziyaretçilerin arzu ettikleri deneyimleri karşılayan belirli ortamlara bağımlı olabileceğini öne sürüyor. Kişi kendini bir yerin fiziksel özellikleriyle ne kadar yüksek düzeyde ilişkilendirirse, o yeri başka bir yerle değiştirmeye o kadar az istekli olacaktır (Ramkissoon vd., 2013b: 436). Bir yer ile ilgili genel tatminin, tekrar ziyaret etmede doğrudan bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir (Moore vd., 2015: 11). Yer bağımlılığı nedeniyle bir yerle yoğun etkileşim, yer kimliğine yol açabilmektedir (Moore ve Graefe, 1994). Doğal güzellikleri barındıran milli parklar, çevre yanlısı davranışlarla hareket eden ziyaretçiler üzerinde mekân tatminini kısmi olarak olumlu etkilemektedir. Mekân tatmini, düşük çaba gerektiren çevreci davranışsal niyetlerle ilişkilidir (Ramkissoon vd., 2013b: 434). Özellikle çevre yanlısı davranışlarının olumlu doğası gereği ziyaretçilerin, mekân tatmininin olumlu etkilendiği ifade edilmektedir. Çevre yanlısı olumlu duygular, ziyaretçilerin mekânsal bağlılık, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyetini olumlu etkilemektedir (Io, 2018: 16). Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H3: Çevreci davranışsal niyet, yer tatminini pozitif etkiler.

3.2. Çevreci Davranışsal Niyetin Aracılık Rolü

Çevre yanlısı davranışsal niyetin hem toplum yanlısı hem de kendilik yanlısı kişilerde kişisel norm ve atfedilen sorumluluktan etkilendiği bulunmuştur. Çevre yanlısı davranışın kolektif doğası gereği güçlü bir belirleyici olması mümkündür (Gärling vd., 2003: 8). Çevre yanlısı davranış ve kişisel normlar, etkinleştiricilerin çevre yanlısı davranış üzerindeki etkisine önemli ölçüde aracılık etmektedir (Harland vd., 2007: 323). Her bir mekânsal bağlılık boyutunun çevre dostu davranışı motive edici rolü doğrulanmıştır. Yer etkisi ve yer bağımlılığı, turistlerinin çevresel aktivasyonunu önemli ölçüde motive etmektedir (Qu vd., 2017: 1). Loureiro (2014), ziyaretçilerin olumlu duygularının, onların mekânsal bağlılıklarını ve davranışsal niyetlerini etkilemesinin muhtemel olduğunu ileri sürmüştür (Loureiro, 2014). Ziyaretçilerin çevre yanlısı değeri, bilgisi, ilgisi ve tutumu, insanların çevre yanlısı davranışsal niyetini etkileyebilmektedir (Bhuiyan ve Sharma, 2017: 352). Vaske ve Kobrin (2001), çevreye karşı sorumlu davranış üzerinde yer bağımlılığının dolaylı bir etkisi olduğunu bildirmiştir (Vaske ve Kobrin, 2001).

Doğa temelli ortamlarda yer kimliği iddiasının, tutumlarda ve çevre yanlısı niyetlerde ve eylemlerde tutarlılık getirebileceğini gösteren kanıtlar mevcuttur (Whitmarsh ve O'Neill, 2010). Doğal ortamların fiziksel ve sembolik özelliklerine maruz kalmak, genellikle mekâna karşı bir kimlik duygusu yaratarak olumlu çevresel davranışlara yol açmaktadır (Hinds ve Sparks, 2008). Yer kimliği, müşteri memnuniyetinin bir yordayıcısıdır (Yüksel vd., 2010). Çevreci davranışsal niyet ile yer kimliği arasında pozitif bir ilişki vardır (Walker ve Ryan, 2008). Ziyaretçilerin çevre yanlısı davranışsal niyetleri, ziyaretçilerin yer kimliği ile mekân tatmin düzeyleri arasındaki ilişkide aracı bir etkiye sahip olabilmektedir. Bunun nedeni, milli parkların benzersiz ve ayırt edici özelliklerini koruyan davranışlarda bulunmanın, sahiplenme duygusunu güçlendirebilmesi olabileceği ifade edilmektedir (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 677). Çevreci davranışsal niyet, mekânsal bağlılığın her boyutunu farklı etkileyebilmektedir. Wu vd. (2021)'nin araştırmasında ne çevreci davranışsal niyetin ne de çevreci davranışın zamana veya yere göre değiştiği görülmektedir (Wu vd., 2021: 1). Dolayısıyla çevreci davranışsal niyet ziyaretçilerde çoğunlukla değişmeyen bir niyet olarak mekân tatminini olumlu etkileyebilmektedir. Çevre yanlısı davranışsal niyet ile yer etkisi anlamlı pozitif bir ilişki ortaya koymaktadır (Kals vd., 1999). Ramkissoon vd. (2013a) yüksek düzeyde yer etkisi ve mekân tatmini olan bireylerin, milli parkın kaynaklarını korumaya yönelik eylemlere katılmaya istekli olabileceğini öne sürmektedir. Ziyaretçileri çevre dostu milli park etkinliklerine dâhil ederek yer etkisini daha fazla teşvik etmenin mümkün olabileceği ifade edilmektedir.

Doğal ortamlarda insan-yer bağının çevresel niyetlere ve davranışlara nasıl katkıda bulunduğu dair zengin bir anlayış için büyük bir potansiyel vardır (Ramkissoon vd., 2013b: 437). Bireyler, ait oldukları sosyal grupların değerlerini, inançlarını ve davranışlarını paylaşan diğerlerine uyma eğilimindedirler. Bireyler, doğal ortamların sosyal ilişkiler için bağlamı belirlediği açık hava rekreasyon ortamlarında çevre yanlısı davranışların anlamlarını oluştururlar. Bu nedenle, milli parklardaki sosyal bağ, parkların ortamlarına daha fazla zarar gelmesini önleyen ve koruyan bilinçli eylemler üretebilir ve bu da daha yüksek düzeyde mekân tatmini ile sonuçlanabilir (Ramkissoon ve Mavondo, 2014: 677). Bir destinasyondan duyulan tatminin, destinasyon imajı algısı açısından bir turist gelecekteki tutumunu etkileyebileceği ifade edilmektedir (De Nisco vd., 2017: 11). Çevreci davranışsal niyet, mekânsal bağlılık boyutları (yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı) ile ilişkisini ortaya koyarak mekân tatminini etkileyebileceği çalışmalarda (Harland vd., 2007; Vaske ve Kobrin, 2001; Ramkissoon ve Mavondo, 2014; Kals vd., 1999) belirtilmiştir. Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez ve ona bağlı alt hipotezler geliştirilmiştir.

H4: Çevreci davranışsal niyet, mekânsal bağlılık ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H4a: Çevreci davranışsal niyet, yer bağımlılığı ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H4b: Çevreci davranışsal niyet, yer kimliği ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H4c: Çevreci davranışsal niyet, yer etkisi ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

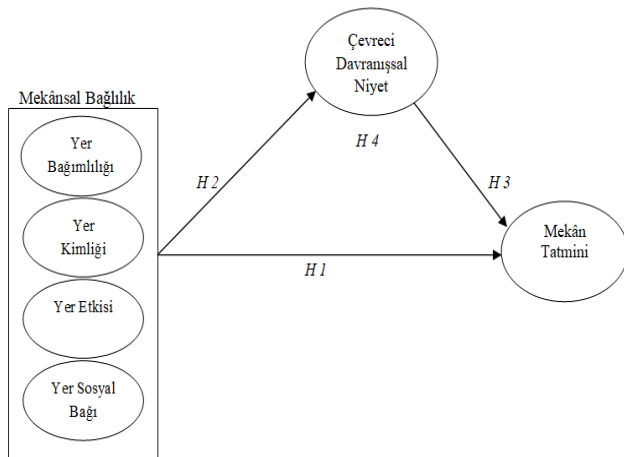
H4d: Çevreci davranışsal niyet, yer sosyal bağı ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

4. YÖNTEM

4. 1. Örneklem Yöntemi

Çalışma mekânsal bağlılık, mekân tatmini ve çevreci davranışsal niyet arasındaki etkileri ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de Nemrut Dağı Milli Parkı’nı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Aracı, bağımsız değişken(ler)den etkilenen ve sırayla bağımlı değişken(ler)i etkileyen araya giren bir değişkendir (Kline, 1998). Araştırma modelinde mekânsal bağlılık bağımsız değişken, mekân tatmini bağımlı değişken ve çevreci davranışsal niyet ise aracı değişkendir. Veri toplama, araç ve yöntemlerine ilişkin çalışmanın yapılabilmesi için Hasan Kalyoncu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu’ndan gerekli izinler alınmıştır (Karar no: 2022-006).

Şekil 1: Araştırma Modeli



4.2. Örneklem

Araştırmada hedef kitleden veri toplamak için bir anket tekniği kullanılmıştır. Kolayda örneklem yöntemiyle toplanan bu veriler, çevrim içi (Facebook, WhatsApp grupları ve sosyal medya siteleri) ve çevrim dışı ortamlar aracılığıyla toplanmıştır. Çevrimiçi olarak toplam 260 anket elde edilmiştir. Anketler fiziksel olarak ayrıca

dağıtılmıştır. Anketin fiziksel dağılımı sonucunda toplam 149 yanıt elde edilerek toplam 409 veri ile devam edilmiştir.

4.3. Ölçekler

İki bölümden oluşan anket formunun ilk kısmında demografik özelliklere yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci kısımda ise yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı, çevreci davranışsal niyet ve mekân tatminini ölçmeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Anket formundaki bütün ifadeler beşli likert tipindedir.

4.3.1. Mekânsal Bağlılık

Mekânsal bağlılık ölçeğine ilişkin soruların ölçümü için Ramkissoon ve Mavondo, (2014) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Değişken, yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı olarak dört alt boyutta sınıflanmaktadır. Yer bağımlılığı 2 maddeden oluşmaktadır. (1) Yapmayı sevdiğim şey için, bu milli parkın sağladığı ortam ve olanaklardan daha iyisini hayal edemezdim. (2) En çok keyif aldığım aktiviteler için bu milli park tarafından sağlanan ortam ve tesisler en iyisidir. Yer kimliği üç maddeyi kapsamaktadır. (1) Bu parkla güçlü bir şekilde özdeşleşiyorum.(2) Bu milli parkın benim bir parçam olduğunu hissediyorum. (3) Bu milli parkı ziyaret etmek kim olduğum hakkında çok şey söylüyor. Yer etkisi benzer şekilde üç maddeden oluşmaktadır. (1) Bu parka çok bağlıyım. (2) Bu milli parka ve ortamlarına/tesislerine karşı güçlü bir aidiyet hissediyorum. (3) Bu milli park benim için çok şey ifade ediyor. Son alt boyut olan yer sosyal bağı aynı şekilde üç maddeyi kapsamaktadır. (1) Arkadaşlarımın/ailemin çoğu bu milli parkı diğer birçok milli parka tercih ediyor. (2) Bu parkı ziyaret etmeyi bıraksaydım, birkaç arkadaşım ile iletişimimi kaybederdim. (3) Diğer ortamları ve tesisleri ziyaret etmeye başlarsam arkadaşlarım/ailem hayal kırıklığına uğrar.

4.3.2. Çevreci Davranışsal Niyet

Çevreci davranışsal niyet değişkenine ait soruların ölçümü için Ramkissoon ve Mavondo (2014)'nin çalışmasından dört maddelik ölçek kullanılmıştır. (1) Bu milli parkın programları için tanıtıldılarsa, artan park ücretlerini öderim. (2) Bu milli parkta hayvanları beslemem. (3) Bu milli parkı desteklemek için dilekçe imzalarım. (4) Bu milli parkın doğal ortamı hakkında bilgi edinirim.

4.3.3. Mekân Tatmini

Yer tatmini ölçeği, Ramkissoon ve Mavondo (2014)'nin çalışmasından uyarlanmıştır. Kullanılan ölçeğin ifadeleri üç maddeden oluşmaktadır. (1) Bu milli parkı ziyaret etmeyi seçtiğimde doğru şeyi yaptığımı düşünüyorum. (2) Genel olarak, bu milli parkı ziyaret etme kararından memnunum. (3) Bu milli parkı ziyaret etme kararından

dolayı mutluyum.

5. Bulgular

5.1. Demografik Bulgular

Ankete katılan bireylerin demografik özelliklerine ait bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Katılımcı Özellikleri		N	%
Yaş Aralığı	18-24 yaş aralığı	36	8,8
	25-34 yaş aralığı	55	13,4
	35-44 yaş aralığı	54	13,2
	45-54 yaş aralığı	95	23,2
	55-64 yaş aralığı	99	24,2
	65 yaş ve üzerinde olanlar	70	17,1
Cinsiyet	Erkek	167	40,8
	Kadın	242	59,2
Medeni Durum	Evli	208	50,9
	Bekâr	201	49,1
Eğitim	İlköğretim	18	4,4
	Lise	57	13,9
	Ön lisans	89	21,8
	Lisans	163	39,9
	Yüksek Lisans/doktora	82	20,0
Gelir Algısı	Çok düşük	17	4,2
	Düşük	94	23,0
	Orta	227	55,5
	Yüksek	61	14,9
	Çok yüksek	10	2,4

Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde %23,2'si 45-54 yaş aralığındadır. Türkiye'de Nemrut Dağı Milli Parkı'nı ziyaret eden yerli turistlerin cinsiyetlerine bakıldığında; %59,2'si kadın %40,8'i erkektir. Katılımcıların %50,9'u evli ve %49,1'i ise bekârdır. Eğitim seviyelerine bakıldığında %39,9'nun lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir düzeyleri, %55,5'i orta, %14,9'u yüksek, %2,4'ü ise çok yüksek olarak belirlenmiştir.

5.2. Veri Analizi

Araştırmada verilerin analizinin gerçekleştirilebilmesi için Smart (PLS-SEM) istatistiksel programı tercih edilmiştir. Smart, veri analizini dışsal ve içsel model olarak değerlendirilmektedir (Hair vd., 2014; Çavuşoğlu, 2021a). Dışsal modelin değerlendirme sürecinde güvenilirlik katsayıları (Cronbach Alpha (CA) ve rho-A) hesaplanmaktadır. Değişkenlerin iç tutarlığı ise bileşik güvenilirlik (Composite Reliability-CR) katsayısı ile belirlenmektedir. Uyum geçerliliğinin tespiti için faktör yükleri ve açıklanan ortalama varyans (AVE) değerleri hesaplanmaktadır. Dışsal modelde son olarak ayrışma geçerliliği (Fornell-Larcker ve Heterotrait-Monotrait Ratio- HTMT) testleri uygulanarak içsel modele geçilmektedir. İçsel modelde, hipotezlerin test edilmesi

öncesinde değişkenlere ait çoklu bağlantı sorununun olup olmadığının belirlenmesi amacıyla VIF analizi gerçekleştirilmektedir. Ardından bağımlı değişkenlerin bağımsız değişkenleri ne kadar açıkladığının tespiti için R^2 , ölçeklere ait etki büyüklüğünün belirlenmesi için f^2 ve bağımlı değişkenlere ait tahmin gücünün tespiti için analizi Q^2 analizleri yapılmaktadır. İçsel modelde gerçekleştirilen analizler neticesinde son olarak hipotezlerin test edilmesi amacıyla yol analizi gerçekleştirilmektedir.

5.3. Dışsal Model Sonuçları

Dışsal modelin tespitinde ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik testleri uygulanmaktadır. Güvenirlik ve geçerlik için elde edilen CA, rho ve CR değerlerinin 0.70'den büyük olması (Nunnally ve Bernstein, 1994), faktör yükleri ve AVE değerlerinin ise 0,50'den fazla olması gerekliliği belirtilmiştir (Kaiser, 1974).

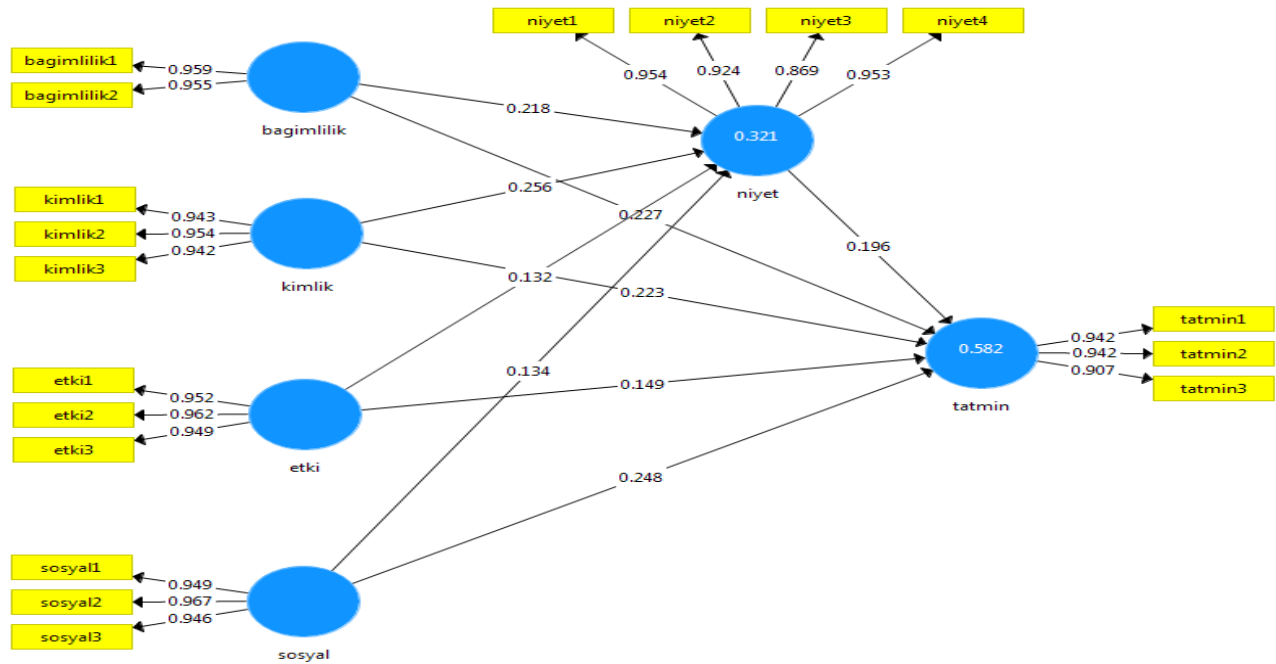
Tablo 2: Güvenirlik ve Geçerlik

Değişkenler	CA	CR	rho-A	AVE
Yer Bağımlılığı	0,909	0,956	0,910	0,916
Yer Kimliği	0,941	0,962	0,941	0,895
Yer Etkisi	0,951	0,968	0,951	0,911
Yer Sosyal Bağı	0,951	0,968	0,952	0,910
Çevreci Davranışsal Niyet	0,944	0,960	0,949	0,856
Mekân Tatmini	0,922	0,951	0,926	0,866

Gerçekleştirilen analizler neticesinde güvenilirlik katsayısı (CA ve rho-A) ve iç tutarlık için (CR) belirtilen değerlerin 0,70'in üzerinde ayrıca uyum geçerliliğinin (faktör yükleri ve AVE) öngörülen sınır düzeylerinin üzerinde olduğu belirlenmiştir.

Ölçeklerin ayırt edici geçerliliklerinin tespiti için Fornell-Larcker testi gerçekleştirilmiştir (Fornell ve Larcker, 1981). Çalışmada gerçekleştirilen analizler neticesinde, Tablo 3'de köşegenlerdeki AVE'lerin tüm karekök değerlerinin korelasyon yüklerinden fazla olduğu bu bakımdan ayırım geçerliliğini doğruladığı belirlenmiştir.

Şekil 1: Açıklanan Ortalama Varyans



Tablo 3: Fornell-Larcker Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
Yer Bağımlılığı	0,957					
Yer Kimliği	0,552	0,946				
Yer Etkisi	0,377	0,407	0,954			
Yer Sosyal Bağ	0,395	0,412	0,285	0,954		
Çevreci Davranışsal Niyet	0,462	0,486	0,357	0,363	0,925	
Mekân Tatmini	0,595	0,606	0,466	0,543	0,552	0,930

Ayrım geçerliliğinin doğruluğunun tespiti için HTMT oranı tespit edilmeye çalışılmıştır (Hair vd., 2016). HTMT değerlerinin 1'den küçük olması beklenmektedir

(Voorhees vd., 2016). Gerçekleştirilen analizler neticesinde elde edilen verilerin 1'in altında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4: HTMT Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
Yer Bağımlılığı						
Yer Kimliği	0,598					
Yer Etkisi	0,405	0,430				
Yer Sosyal Bağ	0,423	0,435	0,299			
Çevreci Davranışsal Niyet	0,497	0,515	0,375	0,382		
Mekân Tatmini	0,648	0,650	0,496	0,578	0,590	

Dışsal modelin belirlenmesi aşamasında araştırma modeline ait değişkenlerin uyum iyiliği değerleri kontrol edilmiştir. Smart PLS istatistik programı dâhilinde modelin SRMR ve NFI değerleri incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde, SRMR değerinin 0.039 ile kritik eşik olan 0.08'den (Hu ve Bentler, 1999) düşük çıkmıştır. NFI için ise Hair vd. (2013) 1'e yakın bir

değerin iyi uyum anlamına geldiğini ifade etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar neticesinde NFI değerinin 0.686 olduğu belirlenmiştir. Bütün değerlere bakıldığında araştırma modelinin uyum iyiliğini karşıladığı görülmektedir.

5.4. İçsel Model Sonuçları

İçsel modelin tespiti için VIF, R^2 , f^2 , Q^2 ve yol katsayıları belirlenmeye çalışılmıştır (Çavuşoğlu, 2021b). Smith vd. (2020) 10'un altındaki kalan değerlerin sorun oluşturmayacağını ifade etmişlerdir. Gerçekleştirilen analiz neticesinde ilgili değerlerin 10'un altında olduğu belirlenmiştir. Değişkenlere ait R^2 değerleri incelenmiştir. R^2 değeri bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki açıklanma oranını vermektedir. R^2 sonuçları Şekil 2'de gösterilmiştir. Buna göre çevreci davranışsal niyet mekânsal bağlılığın %32'sini yer tatmini ise %58'ini açıklamaktadır. İçsel modelin değerlendirilmesinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlerin açıklanma

oranındaki paylarını belirleyen f^2 analizi gerçekleştirilmiştir. f^2 değerinin 0,02'nin üzerinde olmasının yeterli olduğu belirtilmiştir (Cohen, 1988). Elde edilen sonuçlar neticesinde ilgili değerlerin yeterli düzeylerde olduğu belirlenmiştir. Q^2 analizi ise, modelin tahmin etme gücünü hesaplayan bir metottür. Sönmez Çakır (2020) Q^2 katsayısının 0'dan farklı olması gerektiğini belirtmiştir. Analizler sonucunda Q^2 değerlerinin 0'dan farklı olduğu ve yeterli tahmin gücüne sahip olduğu belirlenmiştir (Çevreci Davranışsal Niyet: 0.269; Mekân Tatmini: 0.495). İçsel modele ait değerlendirmelerde gerekli bütün şartlar sağlanarak hipotezlerinin testine geçilmiştir.

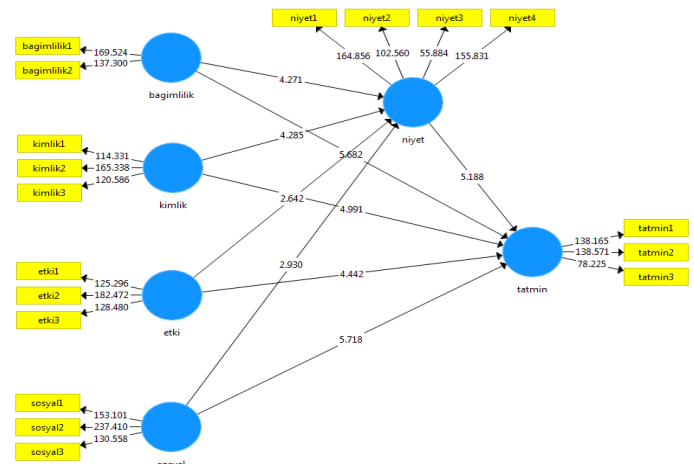
Tablo 5: Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Hipotezler	β	S.S.	t-değeri	p-değeri	VIF	f^2	
Model							
H ₁	MBA >>> MT	0,631	0,044	14,427	0,000***	1.458	0.647
H _{1a}	YB >>> MT	0,227	0,040	5,682	0,000***	1.630	0.075
H _{1b}	YK >>> MT	0,223	0,045	4,991	0,000***	1.718	0.070
H _{1c}	YE >>> MT	0,149	0,033	4,442	0,000***	1.287	0.041
H _{1d}	YSB >>> MT	0,248	0,043	5,718	0,000***	1.301	0.113
H ₂	MBA >>> ÇDN	0,560	0,058	9,583	0,000***	1.000	0.458
H _{2a}	YB >>> ÇDN	0,218	0,051	4,271	0,000***	1.561	0.045
H _{2b}	YK >>> ÇDN	0,256	0,060	4,285	0,000***	1.621	0.060
H _{2c}	YE >>> ÇDN	0,132	0,050	2,642	0,009**	1.261	0.020
H _{2d}	YSB >>> ÇDN	0,134	0,046	2,930	0,004**	1.305	0.021
H ₃	ÇDN >>> MT	0,196	0,038	5,188	0,000***	1.472	0.063
H ₄	MBA >>> ÇDN >>> MT	0,111	0,030	3,653	0,000***		
H _{4a}	YB >>> ÇDN >>> MT	0,043	0,015	2,896	0,004**		
H _{4b}	YK >>> ÇDN >>> MT	0,050	0,016	3,087	0,002**		
H _{4c}	YE >>> ÇDN >>> MT	0,026	0,012	2,214	0,027*		
H _{4d}	YSB >>> ÇDN >>> MT	0,026	0,012	2,238	0,026*		

$p < 0.001$ ***, $p < 0.01$ ** , $p < 0.05$ *; MBA: Mekansal Bağlılık, YB: Yer Bağımlılığı, YK: Yer Kimliği, YSB: Yer Sosyal Bağı, ÇDN: Çevreci Davranışsal Niyet, MT: Mekân Tatmini

Elde edilen sonuçlar neticesinde, mekânsal bağlılık ve alt boyutları olan yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağının mekân tatmini üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu bakımdan H₁, H_{1a}, H_{1b}, H_{1c} ve H_{1d} hipotezleri kabul edilmiştir. Diğer yandan mekânsal bağlılık (yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı) ve çevreci davranışsal niyetin mekân tatmini üzerinde benzer şekilde pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan H₂, H_{2a}, H_{2b}, H_{2c}, H_{2d} ve H₃ hipotezleri kabul edilmiştir.

Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli



Çalışma kapsamında çevreci davranışsal niyetin mekânsal bağlılık (yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi ve yer sosyal bağı) ile mekân tatmini arasında aracılık etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Zho vd. (2010) dolaylı ve direkt etkilerin anlamlı, toplam etkilerin pozitif veya negatif çıkması durumunda kısmi aracılık etkisinden söz edilebileceğini belirtmişlerdir. Eğer dolaylı etki anlamlı ve direkt etki anlamsız ise bu durumda tam aracılık etkisinden bahsedilebileceği ifade edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde çevreci davranışsal niyetin mekânsal bağlılık ($\beta_{YBA \gg \text{CDN} \gg \text{MT}} = 0.111$, $t = 3.653$, $p < 0.001$) ve alt boyutları olan yer bağımlılığı ($\beta_{YB \gg \text{CDN} \gg \text{MT}} = 0.043$, $t = 2.896$, $p < 0.01$), yer kimliği ($\beta_{YK \gg \text{CDN} \gg \text{MT}} = 0.050$, $t = 3.087$, $p < 0.01$), yer etkisi ($\beta_{YE \gg \text{CDN} \gg \text{MT}} = 0.026$, $t = 2.214$, $p < 0.05$) ve yer sosyal bağı ($\beta_{YBS \gg \text{CDN} \gg \text{MT}} = -0.026$, $t = 2.238$, $p < 0.05$) ile mekân tatmini arasında pozitif kısmi aracılık etkisi tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_4 , H_{4a} , H_{4b} , H_{4c} ve H_{4d} hipotezleri kabul edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Çalışmada mekânsal bağlılık, mekân tatmini ve çevreci davranışsal niyet arasındaki ilişki incelenmiştir. Veri toplama, araç ve yöntemlerine ilişkin çalışmanın yapılabilmesi için Hasan Kalyoncu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmıştır (Karar no: 2022-006). Araştırmanın evrenini Türkiye'de Nemrut Dağı Milli Parkı'nı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Belirlenen model önerisi doğrultusunda oluşturulan hipotezler Smart PLS 3 programı kullanılarak incelenmiştir.

Çalışmada ilk olarak mekânsal bağlılığın (yer bağımlılığı, yer kimliği, yer etkisi, yer sosyal bağı), mekân tatmini üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç literatürle uyumludur (Ramkissoon ve Mavondo, 2014; Ramkissoon vd., 2013b; Prayag ve Ryan, 2012; Ramkissoon vd., 2013a; Veasna vd., 2013). Bu sonuca dayanarak mekânsal bağlılığın turistlerin mekân tatminini pozitif olarak artırdığı ifade edilebilir. Milli Parkın sağladığı ortam ve olanakların daha iyi olması, aktiviteler için bu milli parkın tercih edilmesi bir bağ oluşturarak ziyaretçinin bir parçası olarak aidiyet hissetmesine ve kendini parkla özdeşim kurarak tanımlamasını sağlamaktadır. Bütün bunlar ziyaretçilerin bu milli parkı ziyaret etmeyi seçtiklerinde doğru şeyi yaptıklarını, ziyaret etme kararından memnun ve mutlu olduklarından dolayı mekân tatminini sağladıklarını göstermektedir.

Çalışmada mekânsal bağlılığın, çevreci davranışsal niyet üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar literatürle uyumludur (Vaske ve Kobrin, 2001; Prayag ve Ryan, 2012; Han vd., 2019). Bu sonuca dayanarak mekânsal bağlılığın turistlerin çevreci davranışsal niyetini pozitif etkilediği görülmektedir. Ziyaretçilerin milli parkla bağ kurarak aidiyet hissetmesi çevreci davranışsal niyeti olumlu etkileyerek milli parkla

ilgili kurallara uymasına ve milli parkın doğal ortamı hakkında daha fazla bilgi edinmesine yol açmaktadır.

Çalışmada ayrıca çevreci davranışsal niyetin, mekân tatmini üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar literatürle uyumludur (Ramkissoon vd., 2013b; Moore ve Graefe, 1994). Bu sonuca dayanarak çevreci davranışsal niyetin turistlerin mekân tatminini pozitif etkilediği görülmektedir. Ziyaretçilerin çevreci davranışsal niyeti, mekân tatmini üzerinde olumlu etkiler göstererek milli parkla ilgili bazı eksiklikler olduğunda bile bir tatmini oluştuğunu göstermektedir.

Çalışmada son olarak çevreci davranışsal niyetin, mekânsal bağlılık ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç yine literatürle uyumludur (Harland vd., 2007; Vaske ve Kobrin, 2001; Ramkissoon ve Mavondo, 2014; Kals vd., 1999). Buna göre çevreci davranışsal niyet, mekânsal bağlılık ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ederek bu milli parkı ziyaret etmenin doğru bir karar olduğu ve tatmini sağlamasına bağlı olarak gelecekte de tekrar ziyaret edilebileceğini doğrulamaktadır.

Kişisel normlar ve davranış, milli parkı ziyaret eden turistler arasında Norm Aktivasyon Teorisi'ni doğrulamaktadır. Kişisel normlar, bir kişinin davranışa ilişkin norm ve değerlerden kaynaklanan belirli bir davranış için kendinden beklentilerine atıfta bulunur (Schwartz, 1977). NAT'a göre, bir kişi başkaları veya çevre için olumsuz bir sonucun farkında olduğunda ve bu sonucun sorumluluğunu kendisine affettiğinde, buna karşılık gelen bir kişisel norm etkinleştirerek toplum ve çevre yanlısı bir davranış izlemektedir (Gao vd., 2017: 278). Harland vd. (2007)'nin araştırmasında kişisel normlar ve davranışın NAT'ı desteklediği (Harland vd., 2007: 331) görülmekte ve bu araştırmanın da benzer sonuçları yansıttığı anlaşılmaktadır. Sonuçlar, kişisel normların davranışsal niyet üzerindeki etkisiyle desteklenmiştir (Park ve Ha, 2014: 288). Bu sonuçlar, önceki çalışmalarla tutarlıdır (Harland vd., 2007; Park ve Ha, 2014). Dolayısıyla bu çalışmada da çevre yanlısı davranış açıklamak için kullanılan Norm Aktivasyon Teorisi'nin bu tür davranışları açıklayıcılığı test edilerek doğrulanmıştır.

Bu araştırma, mekânsal bağlılık, mekân tatmini ve çevreci davranışsal niyet arasındaki etkileri anlamayı ele almaktadır. Araştırma milli parklar bağlamında çevreci davranışsal niyeti anlamının önemini vurgulamıştır. Mekânsal bağlılığın, mekân tatminini pozitif etkilediği, mekân tatmininin de çevreci davranışsal niyeti pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Yine çevreci davranışsal niyetin, mekân tatminini pozitif etkilediği ve çevreci davranışsal niyetin, mekânsal bağlılık ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırma, literatürle benzer teorik katkılar sunmaktadır. Ziyaretçilerin çevre yanlısı olumlu duyguları mekânsal bağlılık, memnuniyet ve tekrar

ziyaret etme niyetini olumlu etkilediği ifade edilebilir. Yine çevreci davranışsal niyetin, mekânsal bağlılık ile mekân tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucuna da varılarak araştırmanın literatüre katkı sunacağı değerlendirilmektedir.

Sonuçlar, milli parkların sağladığı ortam ve olanakların daha iyi olmasının, çevreci davranışsal niyetin olumlu doğası gereği ile birleşince ziyaret kararından memnun ziyaretçilerin mekân tatminini sağladıklarını göstermektedir. Bu konuda milli parklar farklı stratejiler benimseyerek ziyaretçilerin çevre yanlısı olumlu duygularına küçük katkılar sunarak milli parkların gelecek nesillere korunarak aktarımını sağlayacaklardır. Milli Parkın sağladığı ortam ve olanakların daha iyi olması, milli parkın doğal ortamı hakkında daha fazla bilgi sunulması ziyaretçileri olumlu etkileyecektir. Özellikle milli parklardaki benzersiz tarihi eserlerin varlığı ziyaretçilerin çevre yanlısı davranışlar sergilemesini teşvik ederek çevreci davranışsal niyetini olumlu etkilemektedir. Yöneticilerin destinasyonun tanıtımında ziyaretçilerin çevreci davranışsal niyetlerini harekete geçirecek öğeleri kullanmaları tatmini sağlayarak gelecekte de tekrar ziyaret edilme olasılığını artıracaktır.

Çalışmanın verileri Türkiye’de Nemrut Dağı Milli Parkı’nı ziyaret eden yerli turistlerden toplanmıştır. Milli parklara göre değerlendirme her bölgede ve şehirde farklı olabilir. Bu nedenle sonuçların tüm ülke için genelleştirilmesi olanaklı değildir. Gelecekteki çalışmaların ülkedeki diğer milli parklar için gerçekleştirilmesi sonuçların karşılaştırılabilirliğine olanak sağlayacaktır. Çalışmanın bir diğer sınırı çalışmanın değişkenlerine ilişkindir. Gelecek çalışmalarda farklı değişkenlerin (destinasyon imajı, algılanan hizmet kalitesi, turistlerin kişilik özellikleri) de çalışmaya dahil edilmesi uygulayıcılara farklı bir bakış açısı kazandıracaktır.

Kaynakça

- Bhuiyan, S., & Sharma, S. K. (2017). Predicting consumer pro-environmental behavioral intention. *Review of International Business and Strategy*, 27(3), 352–368. doi:10.1108/ribs-03-2017-0022
- Budruk, M., & Stanis, S. A. W. (2013). Place attachment and recreation experience preference: A further exploration of the relationship. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1(2), 51–61. doi:10.1016/j.jort.2013.04.001
- Chen, N., & Dwyer, L. (2018). Residents’ place satisfaction and place attachment on destination brand-building behaviors: Conceptual and empirical differentiation. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1026-1041. doi:10.1177/0047287517729760
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd Ed.). Hills dale, NJ:

Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Çavuşoğlu, S. (2021a). Yeşile Boyama ve Yeşil Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkide Yeşil Marka İmajı ve Yeşil Marka Sadakatinin Aracılık Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2146-2161.
- Çavuşoğlu, S. (2021b). Yeşil Reklam ve Yeşil Marka Farkındalığın Yeşil Müşteri Tatmini Üzerindeki Etkisi: Yeşil Satın Alma Davranışının Aracılık Rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(3), 1355-1374.
- De Nisco, A., Papadopoulos, N., & Elliot, S. (2017). From international travelling consumer to place ambassador: Connecting place image to tourism satisfaction and post-visit intentions. *International Marketing Review*. 34(3), 425–443. doi:10.1108/IMR-08-2015-0180
- Doğa Koruma ve Milli Parklar [DKMP], (2020). Milli Parklar, (Erişim: 29.07.2021), <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP>,
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Fujii, S. (2006). Environmental concern, attitude toward frugality, and ease of behavior as determinants of pro-environmental behavior intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 26(4), 262–268. doi:10.1016/j.jenvp.2006.09.003
- Gao, J., Huang, Z., & Zhang, C. (2017). Tourists' perceptions of responsibility: an application of norm-activation theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), 276-291. doi:10.1080/09669582.2016.1202954
- Gärbling, T., Fujii, S., Gärbling, A., & Jakobsson, C. (2003). Moderating effects of social value orientation on determinants of proenvironmental behavior intention. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 1–9. doi:10.1016/s0272-4944(02)00081-6
- GoTürkiye (2021). GoAdıyaman. (Erişim: 03.08.2021) <https://goadiyamanurkiye.com/adiyaman-goturkiye>.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, beter results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Matthews, L. M. ve Ringle, C. M. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: Part I-method. *European Business Review*, 28 (1), 63-76.
- HairJr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging

- tool in business research. *European business review*, 26(2), 106-121.
- Halpenny, E. A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 409–421. doi:10.1016/j.jenvp.2010.04.006
- Han, J. H., Kim, J. S., Lee, C.-K., & Kim, N. (2019). Role of place attachment dimensions in tourists' decision-making process in Cittáslow. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 108–119. doi:10.1016/j.jdmm.2018.12.008
- Harland, P., Staats, H., & Wilke, H. A. M. (2007). Situational and Personality Factors as Direct or Personal Norm Mediated Predictors of Pro-environmental Behavior: Questions Derived From Norm-activation Theory. *Basic and Applied Social Psychology*, 29(4), 323–334. doi:10.1080/01973530701665058
- Hendrickson, B., Rosen, D., & Aune, R. (2011). An analysis of friendship networks, social connectedness, homesickness, and satisfaction levels of international students. *International Journal of Intercultural Relations*, 35, 281–295
- Hidalgo MC, Hernandez B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3):273–81.
- Hinds, J., & Sparks, P. (2008). Engaging with the natural environment: The role of affective connection and identity. *Journal of Environmental Psychology*, 28(2), 109–120.
- Hu, L. T., ve Bentler, P. M. (1999). Cutoffcriteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: a Multi disciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Insch, A., & Florek, M. (2008). A great place to live, work and play. *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 138–149. doi:10.1108/17538330810889970
- Io, M. U. (2018). The relationships between positive emotions, place attachment, and place satisfaction in casino hotels. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 19(2), 167-186.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorialsimplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Kals, E., Shumaker, D., & Montada, L. (1999). Emotional affinity toward nature as a motivational basis to protect nature. *Environment and Behavior*, 31(2), 178–202.
- Kil, N., Holland, S. M., Stein, T. V., & Ko, Y. J. (2012). Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 603–626. doi:10.1080/09669582.2011.610508
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practices of structural equation modeling*. New York: Guilford.
- Kyle, G., A. Graefe, and R. Manning. (2005). Testing the Dimensionality of Place Attachment in Recreational Settings. *Environment and Behavior*, 37 (2): 153–177.
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004). An examination of recreationists' relationships with activities and settings. *Leisure Sciences*, 26(2), 123–142.
- Lee, J, Kyle, G & Scott, D. (2012). The mediating effect of place attachment on the relationship between festival satisfaction and loyalty to the festival hosting destination. *Journal of Travel Research* 51(6), 754 –67.
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1–9. doi:10.1016/j.ijhm.2014.02.010
- Masso, A. D., Dixon, J., & Hernández, B. (2017). Place attachment, sense of belonging and the micro-politics of place satisfaction. (In) Handbook of environmental psychology and quality of life research (pp. 85-104). Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-319-31416-7_5
- Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16(1), 17–31. doi:10.1080/01490409409513214
- Moore, S. A., Rodger, K., & Taplin, R. (2015). Moving beyond visitor satisfaction to loyalty in nature-based tourism: A review and research agenda. *Current Issues in Tourism*, 18(7), 667-683. doi:10.1080/13683500.2013.790346
- Mufidah, I., Jiang, B., Lin, S.-C., Chin, J., Rachmaniati, Y., & Persada, S. (2018). Understanding the Consumers' Behavior Intention in Using Green Ecolabel Product through Pro-Environmental Planned Behavior Model in Developing and Developed Regions: Lessons Learned from Taiwan and Indonesia. *Sustainability*, 10(5), 1423. doi:10.3390/su10051423
- Nemrut Dağı Milli Parkı [NDMP], (2021). (Erişim: 03.08.2021) <https://malatya.ktb.gov.tr/TR-58335/nemrut-dagi-milli-parki.html>.
- Nunnally, J.,& Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York.

- Park, J., & Ha, S. (2012). Understanding pro-environmental behavior. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(5), 388–403. doi:10.1108/09590551211222367
- Park, J., & Ha, S. (2014). Understanding Consumer Recycling Behavior: Combining the Theory of Planned Behavior and the Norm Activation Model. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 42(3), 278–291. doi:10.1111/fcsr.12061
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342–356.
- Qu, Y., Xu, F., & LYU, X. (2017). Motivational place attachment dimensions and the pro-environmental behaviour intention of mass tourists: a moderated mediation model. *Current Issues in Tourism*, 1–21. doi:10.1080/13683500.2017.1399988
- Ramkissoon, H., Weiler, B., & Smith, L. (2012). Place attachment and pro-environmental behavior in national parks: The development of a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(2), 257–276.
- Ramkissoon, H. (2015). Authenticity, satisfaction, and place attachment: A conceptual framework for cultural tourism in African island economies. *Development Southern Africa*, 32(3), 292–302. doi:10.1080/0376835x.2015.1010711
- Ramkissoon, H. (2016). Place satisfaction, place attachment and quality of life: Development of a conceptual framework for island destinations. *Sustainable Island Tourism: Competitiveness and quality of life*, 106–116.
- Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2014). Proenvironmental Behavior: The Link Between Place Attachment and Place Satisfaction. *Tourism Analysis*, 19(6), 673–688. doi:10.3727/108354214x14146846679286
- Ramkissoon, H., & Mavondo, F. T. (2015). The satisfaction–place attachment relationship: Potential mediators and moderators. *Journal of Business Research*, 68(12), 2593–2602. doi:10.1016/j.jbusres.2015.05.002
- Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013b). Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an Australian national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 434–457. doi:10.1080/09669582.2012.708042
- Ramkissoon, H., Smith, L., & Weiler, B. (2013a). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 36, 552–566.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 1–10.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221–279). New York: Academic Press.
- Shang, W., Qiao, G., & Chen, N. (2020). Tourist experience of slow tourism: from authenticity to place attachment – a mixed-method study based on the case of slow city in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 170–188. doi:10.1080/10941665.2019.1683047
- Smith, R.A., White-McNeil, A. & Ali, F. (2020). Students' perceptions and behavior toward on-campus food service operations. *International Hospitality Review*, 34(1), 13-28.
- Sönmez Çakır, F. (2020). *Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) Smart PLS 3.2. Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Stedman, R.C. (2002). Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place-based cognitions, attitudes, and identity. *Environment and Behavior*, 34(5), 561–581.
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309–317
- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education*, 32(4), 16–21.
- Veasna, S., Wu, W., & Huang, C. (2013). The impact of destination source credibility: The mediating effect of destination attachment on destination image. *Tourism Management*, 36, 511–526.
- Voorhees, C.M., Brady, M.K., Calantone, R. & Ramirez, E. (2016). Discriminant validity testing in marketing: an analysis, causes for concern, and proposed remedies. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 44, 119–134.
- Walker, A.J., & Ryan, R. (2008). Place attachment and landscape preservation in rural New England: A Maine case study. *Landscape and Urban Planning*, 86(2), 141–152.
- Whitmarsh, L., & O'Neill, S. (2010). Green identity, green living? The role of pro-environmental self-

identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviors. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305–314.

- Wu, J. S., Font, X., & Liu, J. (2021). The elusive impact of pro-environmental intention on holiday on pro-environmental behaviour at home. *Tourism Management*, 85, 104283.
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274–284.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G. ve Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.

Extended Summary

Purpose

The existence of a sustainable environment with a pro-environmental behavior in national parks is important. Pro-environmental behavior preserves the tourism attractiveness and sustainability of a destination. Therefore, it is very important to protect national parks as a feature that will ensure a sustainable environment with a pro-environmental behavior. For this reason, the research was carried out to examine the mediating role of place attachment, place satisfaction and environmental behavioral intention in a nature-based environment in the context of Nemrut Mountain National Park visitors.

Literature Review

Consumers state that pro-environmental behaviors are critical for securing a sustainable environment (Park and Ha, 2012: 390). Pro-environmental behavior refers to purposeful actions that can minimize the negative impact of human behavior on the environment (Wu et al., 2021: 2). Environmental behavioral intention continues to attract the attention of researchers because of its importance in reducing the degradation of the natural environment and creating a sustainable future for all (Bhuiyan and Sharma, 2017: 352). The protection and sustainability of such a cultural heritage such as Mount Nemrut National Park should be developed with a common purpose and pro-environmental behavior.

Place attachment is a multidimensional construct consisting of place dependence, place effect, place identity and place social bond (Ramkissoon et al., 2013b: 434). Place attachment defines the relationship between people and spatial environments as an emotional bond or connection (Hidalgo and Hernandez, 2001: 274) between people and certain places (Shang, et al., 2020: 174). Although place attachment is handled in different dimensions, in many studies it is addressed in four dimensions: place dependence, place identity, place effect and place social bond (Kil et al., 2012; Ramkissoon et al., 2012; Halpenny, 2010; Han et al., 2019). Place satisfaction is defined as the utilitarian value of a place to meet basic needs ranging from sociability to services and physical characteristics (Stedman, 2002).

Behavioral intention is defined as the subjective probability of a person's perception or probability of performing a certain behavior (Mufidah, 2018: 6). It shows that environmental anxiety has great effects on pro-environmental behavior or pro-environmental behavioral intention (Fujii, 2006: 262). Pro-environmental behavior, as a behavior that benefits the environment (Steg and Vlek, 2009: 309), affects environmental behavioral intention. Such effects are explained by Schwartz's (1977) Norm Activation Theory (NAT) as environmental concern or awareness of consequences creates a sense of responsibility to perform a behavior that reverses a personal norm or a moral obligation so that the behavior

can be performed.

The literature suggests that place dependence, place identity, place effect, and place social bond are the antecedents of place satisfaction (Ramkissoon & Mavondo, 2014: 678). It shows that satisfaction is a predictor of place attachment (Lee et al, 2012). Therefore, place satisfaction is evaluated in relation to tourists' attachment to the place (Insch and Florek, 2008: 146). Place attachment has an indirect effect on environmentally responsible behavior (Vaske and Kobrin, 2001). Place attachment strongly influences representational behaviors and participation in tourism planning for a destination (Chen and Dwyer, 2018: 1026). In studies where environmental behavioral intention can affect place satisfaction by revealing its relationship with place attachment dimensions (place dependence, place identity, place effect and place social bond) (Harland et al., 2007; Vaske and Kobrin, 2001; Ramkissoon and Mavondo, 2014; Kals et al., 1999) are indicated.

Design / methodology / approach

The universe of the research consists of domestic tourists visiting the Nemrut Mountain National Park in Turkey. The data of the study were collected using convenience sampling method. Data was collected through online (Facebook, WhatsApp groups and social media sites) and offline media. A total of 260 questionnaires were obtained online. The questionnaires were physically distributed separately. As a result of the physical distribution of the questionnaire, a total of 149 responses were obtained, and a total of 409 data were obtained. The necessary permission was obtained from the Scientific Research and Publication Ethics Committee of Hasan Kalyoncu University in order to conduct the study on data collection, tools and methods (Decision no: 2022-006). In the research, Smart PLS 3 (Partial Least Squares) statistical program was used to test the hypotheses.

Findings

According to the results, it has been determined that place attachment has a positive effect on place satisfaction. On the other hand, it has been determined that place attachment has a similarly positive effect on environmental behavioral intention. Finally, it has been determined that environmental behavioral intention has a positive partial mediation effect between place dependence, place identity, place effect, place social bond and place satisfaction.