



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Kırsal Turizme Katılan Bireylerin Mental İyi Oluş Halinin Sosyo Demografik Veriler Açısından İncelenmesi

Reşad Emre ÖZGÜNEŞ^{a*}, Düriye BOZOK^a, Cevdet AVCIKURT^a, Emin GÜLEÇ^a

^a Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, BALIKESİR

Öz

Çoğunluğu mega kentlerde yaşamını sürdüren bireylerin, gündelik hayatın beraberinde getirdiği psikolojik, sosyal ve ekonomik birtakım baskılara maruz kaldığı, bu baskılar sonucu ortaya çıkan stres temelli birçok rahatsızlığın salt birey için değil toplum için de endişe verici boyutlara ulaştığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda, yaşam şartlarının olumsuz etkilerini azaltmada tatil kavramının önemli bir yer tuttuğunu söylemek ve tatilin bireyi rahatlatan bir aktive olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Tatil ve birey psikolojisi arasındaki bağlantının ve bu iki kavramın karşılıklı etkileşiminin özellikle kırsal turizme katılma yönündeki faaliyetler açısından araştırıldığı bu çalışmanın amacı; yoğun bir tempo içinde gündelik sorunlarla ve çalışma hayatının getirdiği zorluklarla başa çıkma durumunda kalan bireyler için 'kırsal alanlarda tatil' in ne ifade ettiğini ortaya koyabilmektir. Bu çalışmada elde edilen veriler, Bursa Keles'te bulunan Gököz Natural Park'a konaklamalı olarak gelen ziyaretçilere yönelik yapılan 'Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği' anketi sonuçlarından elde edilmiştir. Kırsal Turizme katılan bireylerin sosyo demografik yapıları ile mental iyi oluş düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını anlamak için non-parametrik testlerden yararlanılmıştır. Çalışma çıktıları doğrultusunda kırsal turizme katılmanın bireylerde yarattığı psikolojik durum ortaya konularak, kırsal turizmin bireylerin pozitif psikolojik sağlıklarına etkisine dair değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Psikoloji, Mental İyi Oluş, Keles.

Abstract

It is a stubborn truth that many individuals who live in mega-cities are exposed to many of the psychological, social and economic pressures that daily life brings and that many discomforts based on stress that emerges because of these pressures have reached worrisome dimensions not just for individuals but for society. In this context, it would not be wrong to say that the concept of vacation is an important part of reducing the adverse effects of the living conditions or to specify that vacation is an activity that relaxes individuals. The purpose of this study, in which the connection between vacations and individual psychology and the mutual interaction of these two concepts was researched especially in terms of the participation in rural tourism, is to be able to reveal what "vacation in rural spaces" expresses for individuals who are in situations of coping with daily problems and the hardships that working life brings within an intensive tempo. The data in this study was obtained from the results of the survey 'Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale' which was conducted with visitors coming to stay in Gököz Natural Park in Bursa, Keles. Non-parametric tests were utilized to understand whether there is a statistically significant difference between the socio-demographic structures and levels of mental wellbeing of individuals participating in Rural Tourism. Evaluations were conducted in line with the output of the study regarding the positive effect on psychological health of rural tourism by revealing the psychological situation that participating in rural tourism creates in individuals.

Keywords: Rural Tourism, Physiology, Mental Well-Being, Keles.

JEL CODE: L83, Z32

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 15.08.2018

Düzeltilme : 19.10.2018

Kabul : 04.12.2018

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Özgüneş, R. E. & Bozok, D. & Avciokurt, C. & Güleç E. (2019). Kırsal Turizme Katılan Bireylerin Mental İyi Oluş Halinin Sosyo Demografik Veriler Açısından İncelenmesi, Turizm Akademik Dergisi, 6 (1), 161-174.

* Sorumlu yazar e-posta: emreozgunes@gmail.com

GİRİŞ

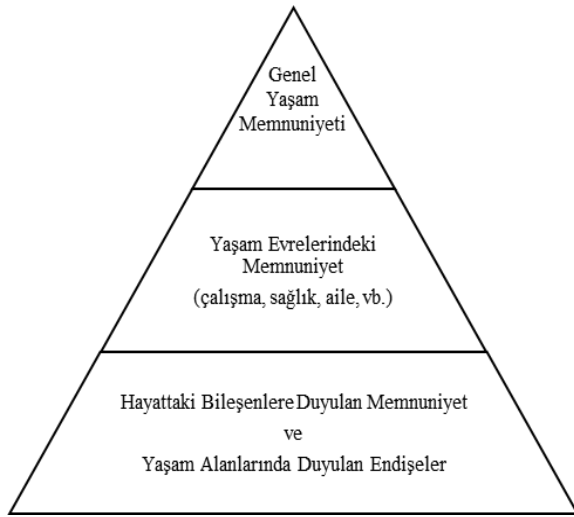
Birleşmiş Milletler Raporları'na göre dünya nüfusunun yarısından fazlasının şehirlerde yaşadığı (United Nations, 2014) nüfusu en az 10 milyon olan mega kent sayısının 2020'de 27'ye ulaşacağı ve 2050 yılına kadar dünya nüfusunun yüzde 80'inin kentli olacağı (DW, 2017) tahmin edilmektedir. Kent yaşamının genel özellikleri dikkate alındığında özellikle büyük şehirlerde yüksek binalar arasında, trafik yoğunluğu içinde ve çoğunlukla stresli bir ortamda sürdürülmeye çalışılan hayatların, bireyleri zihinsel ve bedensel birtakım yorgunluklarla karşı karşıya bıraktığı söylenebilir. Yaşadıkları bu gergin ortam bireyleri; resim yapma, müzikle uğraşma, el işi sanatları gibi bazı sanatsal faaliyetlere katılmaya; model tencilik, hobi bahçesi gibi farklı hobilerle uğraşmaya, günlük ve hafta sonlarında yapılan gezilere yönelmektedir. Katıldıkları bu sosyal ortamlarda yaptıkları paylaşımlar bireylerin zamanı mutlu bir şekilde geçirmesine yardımcı olmaktadır. Tatil de bir biçimde bireylerin haz alma, genel hayat memnuniyetini artırma gibi psikolojik nedenlerle yaptıkları faaliyetlerden biri olarak görülebilir. Zira Pearce & Stringer (1991)'a göre; turizmin kendisi aslında bir sosyal psikolojik fenomendir ve bireyin toplumsal bağlamda anlamlı bir davranış biçimi olarak nitelendirilebilir. Günümüz modern toplumunda, hangi sosyal ortamda bulunursa bulunsun sosyal bir varlık olan bireyin büyük stres altında olduğuna dikkat çeken Aydın (2004); dinlenme, motivasyon ve düzenli tatili bireysel stresi önlemede kullanılabilecek yöntemler arasında saymaktadır. Aydın'ı destekler biçimde Yüksel (2016) de üretkenliği, verimi, sağlığı ve yaşam memnuniyetini etkileyen bir kavram olan tatil kavramının ülkeler, yönetimler ve kişiler tarafından önemsenen bir konu olduğuna değinmektedir. Günlük monoton temponun sınırlamaları ve baskıları olmaksızın geçirilen alternatif bir yaşam ritmi ve zaman dilimi olarak görülen tatilin ve dolayısıyla turizmin, bir kaçış ve özgürlük duygusu sağladığına değinen Gilbert & Abdullah (2004) turizmin; bireyin kendini iyi hissetmesi, yaşamdan duyulan memnuniyet veya memnuniyetsizlik, genel anlamda mutluluk ya da mutsuzluk şeklinde tanımlanan (Dolnicar, Lazarevski & Yanamandram, 2013: 725) 'yaşam kalitesini' artıran bir faktör olduğunu söylemektedirler. Zira turizmin bir boyutu olan tatil; sosyal etkileşim, kişisel gelişim ve bireysel kimlik oluşturma fırsatı sunmakta, aynı zamanda bireyin fiziksel ve zihinsel rahatlamasını sağlayarak yaşam kalitesine çok özel bir katkıda bulunmaktadır (Richards, 1999: 189-191). Tatiller; mutluluk ve gevşeme kaynağı olarak nitelendirilebilirler (Chen, Lehto & Cai, 2013: 286) ve insanların hayat hikâyelerini şekillendirebilecek potansiyele sahiptirler (McCabe & Stokoe, 2010: 1117) ve aynı zamanda insanların sabırsızlıkla beklediği deneyimlerdir (Nawijn, Marchand, Veenhoven & Vingerhoets, 2010: 42).

Sabırsızlıkla beklenen deneyim olarak da tanımlanabilen tatil/turizm; türleri açısından oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir. Deniz-kum-güneş, gastronomi, mağara gibi birçok çeşide sahip türlerinden biri de kırsal turizmdir. Bu çalışmada kırsal turizme katılan bireylerin mental iyi oluş halleri sosyo demografik yönden incelenmeye çalışılmış ve birey psikolojisi-turizm ilişkisinin ortaya çıkartacağı bulgularla turizm ve psikoloji literatürüne katkı sağlanması hedeflenmiştir. Bireyin mental iyi oluş hali ile turizm arasındaki bağlantının araştırılmasının hem akademisyenlere hem de işletmelere fikir vermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmada; kırsal bir turizm işletmesine konaklamalı gelen/kırsal turizme katılan bireylerin sosyo demografik yapıları ile mental iyi oluş düzeyleri arasındaki bağlantı araştırılmakta, kırsal turizmin bireylerin pozitif psikolojik sağlıklarına etkisine dair değerlendirmeler yapılmaya çalışılmaktadır.

BİREY MEMNUNİYETİ, MUTLULUK DUYGUSU VE TATİL

Neal, Sirgy & Uysal (1999); birey memnuniyetini dikey yayılım gösteren bir şekilde açıklamışlar ve bireyin genel yaşam memnuniyetinin bireysel yaşam alanlarının değerlendirilmesinden etkilendiğine dikkat çekmişlerdir. Belirledikleri şekildeki (Şekil 1) temel öncül; genel yaşam memnuniyetinin, hayatın tüm alanlarındaki (ve alt alanlarındaki) memnuniyetle işlevsel olarak ilişkili olmasıdır. Bireyin genel hayatındaki endişelerinin düzeyindeki düşüklük yaşam doyumunu etkilemektedir. Yaşam doyumunu, bireysel yaşam alanlarının değerlendirilmesinden etkilenmekte; kişisel sağlık, iş, aile ve eğlence gibi alt alanlardaki memnuniyet derecesi ne kadar fazlaysa, genel hayattaki memnuniyet o ölçüde artmaktadır (Neal ve ark. 1999: 154-155).

Günümüz modern toplumunda bireyin hayattaki memnuniyet derecelerini arttırmak için farklı arayışlar içinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda Güven (2009); modern ve özellikle de postmodern tüketim toplumlarında tüketim olgusunun duygusal boyutunun öne çıkmış olması sebebiyle bireylerin sergiledikleri tüketici davranışlarının önemli önermelerinden birinin insanların ürünleri (mal ve hizmetleri) çoğunlukla temel fonksiyonları nedeniyle değil, içerdikleri anlam ve sağladıkları deneyim, keyif, zevk, haz ve mutluluklar nedeniyle satın aldıklarına dikkat çekmektedir. Güven tarafından sıralanan bu nedenlerin en belirginini olarak mutluluk kavramı öne çıkmaktadır. Antik Yunan'dan beri felsefenin ilgi alanına giren ve filozofların dikkatini çeken bir konu olan 'mutluluk' kavramı ve insanların nasıl mutlu oldukları konusu yüzyıllardır tartışılan ve tanımlanmaya çalışılan bir konudur (Dost, 2005). Myers & Diener (1995) ise çalışmalarında; mutluluk her yaştan, her cinsiyetten ve her ırktan



Şekil 1. Birey Memnuniyeti

Kaynak: Neal, J. D., Sirgy, M. J., Uysal, M. (1999). The Role of Satisfaction With Leisure Travel/ Tourism Services And Experience in Satisfaction With Leisure Life and Overall Life. *Journal of Business Research*, 44, 155.

bireylerde benzer şekilde görülebiliyorsa ‘En mutlu kimdir?’ sorusunu sorarak mutlu insanın özelliklerini şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Kendilerini severler,
- Genellikle kişisel kontrol sahibidirler,
- Genellikle iyimserdirler,
- Dışadönük bir eğilim sergilerler.

Günlük stres ve bireyin yaşadığı zorluklar düşünüldüğünde tatilin bir ihtiyaç olduğu gayet açıktır

(McCabe, 2009: 682). Šimková (2014)’ın da değindiği gibi turistler (dolayısıyla bireyler) sıklıkla günlük rutin hayattan ve stresten kaçmak, hayatın yeni boyutlarını keşfetmek, yeni deneyimler yaşamak istemektedirler. Dolnicar, Yanamandram & Cliff (2012); tatil kavramının gelişmiş ülkelerdeki birçok insanın modern yaşamının ayrılmaz bir parçası olduğunu ve bireylerin yaşam doyumuna ulaşmaları noktasında önemli bir rol üstlendiğine değinmektedirler. Tatil kavramına turizm davranışı bağlamında bakıldığında Rızaoğlu (2012); oturlan yerde karşılanamayan gereksinimlerin bireyleri seyahatlere ittiğini, sanayileşme, kentleşme ve çevre sorunlarının olumsuz etkileri gibi dışsal etmenlerin turizmi bir ‘çare’ haline getirdiğini belirtmektedir. Bu bağlamda Sirgy (2010); boş zaman ve seyahat deneyimlerinden kaynaklanan olumlu etkinin, çeşitli yaşam alanlarında da olumlu bir etki yaratarak bireyin refah duygusuna katkıda bulunabileceğine dikkat çekmektedir. Büyük yaşam alanlarındaki olumlu etki doğrudan yaşam memnuniyetine veya genel mutluluğa katkıda bulunmaktadır. İyi oluş felsefesi, yaşam kalitesi gibi etmenlerin turizmle bağlantısının incelendiği ‘*Tourism and Wellbeing*’ isimli çalışmada Smith & Diekmann (2017); turizm ve mutluluk kavramlarını Hedonik ve Eudaimonik açıdan ele alarak hissedilen çeşitli iyi olma halleri ile bazı turizm türlerini sınıflandırmışlardır. Bireyin; kısa, orta, uzun vadedeki ve kalıcı olarak mutluluğunu sağlayan turizm çeşitlerinin gösterildiği Şekil 2’de Hedonik ve Eudaimonik mutluluklara değinilmektedir. Hedonik yaklaşım, öznel iyi oluş olarak da adlandırılmakta; bireyin olumlu duyguları sık, olumsuz duyguları daha az yaşaması ve yaşamdan yüksek doyum alması olarak tanımlanmaktadır. Eudaimonik yaklaşım ise; bireyin kendisini kabul etmesi, diğer insanlarla etkili iletişim kurması, özerk olması, yaşamda anlam ve amaç bulması, çevresel olanaklarını

Kısa Dönem	Orta Dönem	Uzun Dönem	Kalıcı/Optimum
<ul style="list-style-type: none"> • Hedonik İyi Olma, Öznel Liste • Deniz, Kum, Güneş Turizmi • Erkeklerle ve Kadınlara Özel Partiler 	<ul style="list-style-type: none"> • Eudaimonic ve Hedonik İyi Olma • Kültür Turizmi + Gece Hayatı • Gönüllü Turizm + Plajda Gevşeme 	<ul style="list-style-type: none"> • Eudaimonic İyi Olma, Objektif Liste, Varoluşçu Özgünlük • Gönüllü Turizm • Kaçış Turizmi • Ruhsal Seyahat 	<ul style="list-style-type: none"> • Faydalı İyi Oluş (Yaşam Standardı Maksimizasyonu ve Otantik Mutluluk) • Sürdürülebilir Ekoturizm • Etik Doğal Turizm

Şekil 2. Dönemsel İyi Olma Çeşitliliği ve Örnek Turizm Türleri

Kaynak: Smith, M. K., Diekmann, A. (2017). *Tourism And Wellbeing. Annals of Tourism Research*, 66, 9.

kullanarak kişisel gelişimini sağlaması esasına dayalıdır (Keldal, 2015:104).

Literatürde tatil ve mutlulukla ilgili bazı çalışmalar (Aydın, 2004; Chen ve ark. 2013; Dolnicar ve ark., 2012; Gilbert & Abdullah, 2004; McCabe, 2009; McCabe & Johnson, 2013; Richards, 1999; Sirgy, 2010; Smith & Diekmann, 2017) incelendiğinde tatil kavramının bireyin yaşam kalitesini, mutluluğunu, hayat doyumunu olumlu yönde ve önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. Buradan hareketle denilebilir ki; tatil (dolayısıyla turizm):

- İçerdiği çeşitlilik ve aktiviteler,
- Sürekli yaşanan çevrede karşılanamayan ihtiyaçları karşılanabilir kılması,
- Rahatlama ve özgürlük gibi duyguları harekete geçirmesi,
- Genel iyi oluş halini olumlu etkilemesi,
- Mutluluk duygusunu arttırması,

gibi özelliklerinden dolayı yaşam periyodunda önemli bir yere sahiptir ve birey psikolojisi üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Motive edici bir özelliğe sahip olmasının yanı sıra tatil (dolayısıyla destinasyon) turistleri iten ve çeken birtakım faktörlere sahiptir. Turist, kendini seyahate yönlendiren psikolojik ve fiziksel sebeplere ilaveten destinasyonun çekiciliklerini, ulaşılabilirliğini, fiyatını ve imajını da düşünerek bir satın alma kararı vermektedir (Özgüneş, 2017: 34). İklim, gastronomik zenginlikler, doğal çevre gibi birtakım özelliklerin yanı sıra tatil için tercih edilen turizm türü de önem arz etmektedir. Deniz-kum-güneş turizmi, kırsal turizm, kış turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi gibi türleri düşünüldüğünde turizm; hemen her sınıftan ve farklı özelliklere haiz bireylere hitap edebilen bir sektör durumundadır ve bireylerin tercih ettikleri tatil şekli de değişebilmektedir.

ÖZNEL İYİ OLUŞ VE MENTAL İYİ OLUŞ HALİ

Myers (2000); mutluluk ve yaşam doyumunun birlikte değerlendirilmesi ile ortaya çıkan 'öznel iyi oluş' kavramının 'İnsanlar ne kadar mutlu?' ve 'Mutlu insanlar kimler?' gibi iki basit soru ile ortaya çıktığına değinmekte ve şöyle devam etmektedir: Hangi özellikler, nitelikler ve şartlar mutlu yaşantıları işaret eder? Çalışmasında Myers; yaş, cinsiyet ve gelir durumunun (insanın ihtiyaçlarını karşılayacak kadar paraya sahip olduğunu varsayarak) bireyin mutluluğuna dair küçük ipuçları verdiğini söylemektedir. Bu noktada bireysel psikoloji bağlamında mutlulukla ilişkili bir kavram olarak 'öznel iyi oluş' kavramı öne çıkmaktadır. Bireyin

yaşamına ilişkin değerlendirmelerinin ve olaylara verdiği duygusal tepkilerin bir sonucu olarak kabul edilen kavram; olumlu duyguların sık, olumsuz duyguların az yaşanması ve yüksek yaşam doyumuna alma (Doğan, 2013: 56), bilişsel ve duygusal bileşenlerden oluşan doyumun öznel hâli ve olumlu ruh sağlığı olarak tanımlanabilmektedir (Eryılmaz, 2009: 976). Sarı & Çakır (2016)'a göre de öznel iyi oluş; bireyin yaşamına dair yapmış olduğu bilişsel ve duygusal değerlendirmesidir. Bilişsel boyutta yaşam doyumunu ve duygusal boyutta ise olumlu ve olumsuz duygulanım bulunmaktadır. Yaşam doyumunu bireyin hayatının genel olarak iyi ya da kötü olduğu ile ilgili öznel değerlendirmesidir. Gündoğdu & Yavuzer (2012)'e göre ise; insanların yaşamları hakkındaki değerlendirmesi olan öznel iyi oluş, pozitif psikolojik sağlığın vazgeçilmez bir boyutudur ve üç temel özgesi vardır:

- Kişiseldir ve bireyin yaşantısında yer alır,
- Sadece olumsuz faktörlerin yokluğunu değil aynı zamanda olumlu ölçümleri kapsar,
- Yaşam etki alanının dar bir değerlendirmesinden ziyade yaşamının tüm yönlerinin genel bir değerlendirmesini içermektedir.

Öznel iyi oluş hali ile ilgili bir kavram ise mental iyi oluş halidir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2014) mental iyi oluş halini; her bireyin sahip olduğu potansiyelini kavraması, yaşamın normal stresleriyle başa çıkabilmesi, üretken/verimli bir şekilde çalışabilmesi ve toplumuna katkıda bulunması durumu şeklinde tanımlamaktadır. O'Campo, Salmon & Burke (2009) ise mental iyi oluş halinin; bireyin psikolojik iyi oluşunu ifade ettiğini ve yaşamla tatmin olmak, mutluluk ya da stressiz olmak gibi olumlu zihinsel durumları içerdiğini söylemektedirler. Birçok farklı sebep ve güdü insanları seyahat etmeye zorlamaktadır (Correia, Valle & Moço, 2007: 46) ve 'yeni turist' eskiye nazaran daha tecrübeli, daha fazla ekolojik farkındalık sahibi, daha spontan, daha öngörülemez, daha esnek ve bağımsız olarak nitelendirilmektedir (Aguilo, Alegre & Sard, 2005: 219). Yeni turist için sayılan özellikler arasında bulunan 'ekolojik farkındalık sahibi olma' ve 'bağımsızlık' gibi bazı kavramlar kırsal turizmle birebir örtüşmektedir. Zira Pesonen & Komppula (2010); kırsal turistlerin çoğunun rahatlama, yoğun işlerden kaçma, barış, sessizlik, spor ve sağlıklı gastronomi gibi etkenlerle motive edildiğini belirtmektedirler. Kırsal turizm, kırsal yerleşmelerle iç içe olan ve doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olup (Soykan, 2003: 1-2) yoğun nüfuslu alanlar ve turizm merkezleri dışındaki turizm şeklini işaret etmekte, tarım turizmi olarak da adlandırılan bu turizm türü birçok ülkede doğa turizmi ile eşanlamlı olarak kullanılmaktadır (Pesonen & Komppula, 2010: 150). Turizm literatüründe çeşitli isimlerle

adlandırılan kırsal turizm; yeşil alanlarda yapılan turistik faaliyetleri içermekte ve yeşil alanlar/doğayla kurulan iletişim Burls (2007)'un da çalışmasında bahsettiği üzere insan sağlığı üzerinde önemli rol oynamaktadır. Yine Coon ve ark. (2011) Avrupa nüfusunun %75'inin kentsel alanlarda yaşadığına dikkat çekerek, son yıllarda doğal ortamlarda bulunmanın sağladığı faydalara yönelik çalışmaların arttığını belirtmektedirler.

MATERYAL VE METOD

Bu çalışmada; kırsal turizmin bireylerde yarattığı psikolojik durum ortaya konulmak istenmiş, kırsal turizmin bireylerin pozitif psikolojik sağlıklarına olan etkisine dair değerlendirmeler katılımcılara sunulan 'Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği' anketi ile elde edilmiştir. Konunun içeriği dolayısıyla öncelikle literatür taraması yapılmış ve konu ile ilgili olarak psikolog görüşüne başvurulmuştur. Zira Rızaoğlu (2012) tarafından da belirtildiği gibi; insanların gereksinimlerini turizm yoluyla karşılamak için sergiledikleri insansal davranışlar şeklinde de tarif edilebilen turizm davranışı; gereksinimler, güdüler, algılama, duygular gibi ruhsal süreçler bakımından psikolojiyi ilgilendirmektedir. Çalışmada kullanılan ölçek için bu alanda yapılan araştırmalar incelenmiş ve Keldal (2015)'in 'Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması' isimli makalesinde yer verdiği 14 ifadeyi kapsayan 'Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği' kullanılmıştır. Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği (WEMİ-OÖ): Tennant ve ark. (2007) tarafından İngiltere'de yaşayan bireylerin mental iyi oluş düzeylerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. 14 maddeden oluşan WEMİ-OÖ psikolojik iyi oluş ile öznel iyi oluşu kapsayarak bireylerin pozitif mental sağlıklarıyla ilgilenebilir. Ölçek 5'li likert tipindedir ve ölçekten en az 14, en fazla 70 puan alınmaktadır. Ölçeğin puanlanması (1=hiç katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=biraz katılıyorum, 4=katılıyorum, 5=tamamen katılıyorum) şeklindedir. Ölçeğin bütün maddeleri pozitifdir (Keldal, 2015: 105).

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Kırsal turizm faaliyetlerine katılan yerli turistlerin sosyo-demografik yapılarına göre mental iyi oluş düzeyleri arasındaki farklılıkları belirlemeyi amaçlayan bu araştırmanın evreni, Bursa ilinin Keles ilçesinde bulunan Gököz Natural Park'a konaklamalı olarak gelen ve en az bir gece konaklama yapan yerli turistlerden oluşmaktadır. Araştırmada evrenin özelliklerini temsil edecek örneklemin belirlenmesi amacıyla kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu çerçevede veri toplama tekniği olarak kullanılan anket için eksik, hatalı ve geri dönmeyen anketler dikkate alınarak 08.04.2018-15.04.2018 tarihleri arasında 91 kişi üzerinde uygulama

gerçekleştirilmiş ve toplam 87 anket değerlendirmeye alınmıştır. Mental iyi oluş düzeylerinin turistlerin sosyo-demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin; iki değişkenli gruplar (cinsiyet, kişilik tipi) için t-Testi, ikiden fazla olan değişken gruplar ve (yaş, eğitim seviyesi, gelir, kırsal turizmi özdeşleştirdiği olgu vb.) için ise ANOVA (Tek-Faktörlü Varyans Analizi) yapılmıştır. Ayrıca çalışmada ölçeğin iç tutarlığına ilişkin güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayıları, yapı geçerliliğini test etmek için ise Açıklayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Ölçekten edinilen verilerin analiz edilmesinde SPSS 20.0 makrosu kullanılmıştır.

Kırsal turizm faaliyetlerine katılan yerli turistlerin sosyo-demografik yapılarına göre mental iyi oluş düzeyleri arasındaki farklılıkları belirlemeyi amaçlayan bu araştırmanın amaca hizmet etmesi için oluşturulan hipotezler aşağıda belirtildiği gibidir:

H1: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri cinsiyetlere göre farklılık göstermektedir.

H2: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H3: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H5: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri gelir gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H6: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri kişilik türlerine göre farklılık göstermektedir.

H7: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri kırsal turizmi hangi olguyla özdeşleştirdiklerine göre farklılık göstermektedir.

H8: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri seyahat motivasyonlarına göre farklılık göstermektedir.

H9: Kırsal turizm katılımcısı turistlerin mental iyi oluş düzeyleri kırsal turizm temalı seyahatlerinden aldıkları doyum düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Demografik özellikleri açısından incelendiğinde katılımcıların ağırlıklı olarak orta öğretim ve ön lisans mezunu, 25 yaş üstü ve 3200 TL üzerinde kazançları

Tablo 1. Araştırma Katılımcılarına ilişkin Demografik ve Tanımlayıcı Veriler

		N	%
Cinsiyet	Kadın	50	57,5
	Erkek	37	42,5
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	44	50,6
	Ön lisans	38	43,7
	Lisans	5	5,7
Gelir Durumu	1600-3200 TL	33	37,9
	3201-5000 TL	25	28,7
	5001-üstü TL	29	33,3
Yaş	24 yaş altı	10	11,5
	25-34	27	31,0
	35-44	28	32,2
	45-54	13	14,9
	55 ve üstü	9	10,3
Kendinizi nasıl bir birey olarak tanımlarsınız?	İçe Dönük	40	46,0
	Dışa Dönük	47	54,0
Sizi en çok mutlu eden olgu (lar)?	Güç ve Para	33	37,9
	Doğal / Sağlıklı Yaşam	35	40,2
	Özgürlük	19	21,8
Tatilinizi kırsal bir alanda geçirmek için temel motivasyonunuz nedir?	Prestij Amaçlı	20	23,0
	Ruhsal/Fiziksel Rahatlama	45	51,7
	Doğal Çekicilik ve Turistik Olanaklar	22	25,3
Şu ana kadar tatilinizden edindiğiniz doyum düzeyi nedir?	Çok Memnunum	31	35,6
	Memnunum	43	49,4
	Orta Düzeyde Memnunum	13	14,9

olan bireylerden oluştuğu söylenebilir. Betimleyici özellikleri açısından incelendiğinde ise katılımcılar; kendisini dışa dönük olarak tanımlamakta, ruhsal ve fiziksel rahatlama için kırsal bir tatil yapmak isteyen bireylerden oluşmaktadır. Tablo 1'de araştırmaya katılan bireylerin ilgili kategorilere göre grupları ve sayıları verilmiştir.

Normallik Testi

Yapılan araştırmada 87 kişiden oluşan örneklem-den toplanan verilere parametrik ya da non parametrik analiz tekniklerinden hangisinin uygulanacağını belirlemek için normallik testi uygulanmıştır. Buna göre, toplanan veriler çarpıklık ve basıklık değerleri açısından incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin %5 güven aralığı için istatistik değer aralığının ± 2.58 olması beklenir (Liu vd., 2005).

Tablo 2. Araştırma Verilerine İlişkin Ortalama, Varyans, Standart Hata Değerleri, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Önerme	Ort.	Std. Sapma	Varyans	Çarpıklık	Basıklık
Mİ07	4,20	,679	,461	-,490	,165
Mİ04	4,02	,807	,651	-,723	1,097
Mİ05	4,09	,757	,573	-,979	2,387
Mİ011	4,16	,834	,695	-,929	1,174
Mİ08	4,18	,708	,501	-,480	-,139
Mİ010	4,25	,686	,470	-,594	,186
Mİ02	4,14	,765	,585	-,560	-,130
Mİ03	4,09	,741	,550	-,675	,612
Mİ014	4,10	,778	,605	-,486	-,332
Mİ012	4,18	,755	,570	-,486	-,544
Mİ06	4,09	,725	,526	-,142	-1,065
Mİ013	4,16	,729	,532	-,443	-,370

Çarpıklık ve basıklık testinin sonuçlarına bakıldığında ölçek ile ilgili sorulan 12 sorunun da %5 güven aralığı olan beklenen aralıkta olduğu görülmüştür. Buna göre, verilerin normal dağılım gösterdiğinden söz edilebilir. Bu doğrultuda araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen verilerin normal bir dağılım gösterdiği göz önünde bulundurularak parametrik analiz tekniklerinden yararlanılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırma ölçeğinin içsel tutarlılığı hakkında bilgi edinmek için 14 önerme ve tek boyuttan oluşan mental iyi oluş ölçeğine güvenilirlik analizi uygulanmıştır.

Tablo 3. Mental İyi Oluş Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Çıktıları

Ölçek Boyutuna Ait İfadeler	
Mİ06	,846
Mİ07	,833
Mİ012	,826
Mİ010	,822
Mİ013	,815
Mİ08	,808
Mİ014	,787
Mİ02	,732
Mİ011	,722
Mİ03	,674
Mİ05	,626
Mİ04	,622
Öz değer	6,99
Açıklanan Toplam Varyans	%58,27
KMO Ölçüm Yeterliliği	0,884
Bartlett Küresellik Test Değeri	Approx. Chi-Square 765,632 Sig. :0,0001

Kestirim Yöntemi: Principal Component Analysis.

Döndürme Yöntemi: Quartimax

Analiz sonrasında tüm ifadelerin, ait oldukları boyutun güvenilirliğine olumlu katkı sağlaması ve boyutun Alfa değerinin 0,930 olması (Hair vd., 2014) boyutun

ve doğal olarak ölçeğin güvenilirliğinin doğrulandığını göstermektedir. Güvenirlik, bir ölçek için gerekli koşul olmasına rağmen, tek başına yeterli koşul değildir. Bu nedenle ölçeğin aracının geçerliliğinin de saptanarak güvenilirliği ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Buradan hareketle, araştırmada yer alan ölçeğin geçerliliğini sınamak amacıyla ölçeğe Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA sonuçlarına göre ölçeğin örneklem yeterlilik katsayısı, 0,884 ve Bartlett testinin p değeri ise 0,0001 olarak elde edilmiştir. Bu değerler ölçeğin bir bütün olarak faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Analizin devamında, ölçek yapısının literatüre uygun olarak tek boyutlu olduğu görülmüştür. Ölçek boyutunda yer alan 'Gelecek ile ilgili iyimserim' ve 'Kendimi diğer insanlara yakın hissediyorum' tanımlı önermelerin faktör yükleri 0,4'ten küçük olduğu için analiz dışı bırakılmıştır. Analiz dışı bırakılan bu boyutların ardından boyutta geriye kalan önermelerin faktör yükleri 0,624 ve 0,846 arasında değişmekte olup faktör yükü katsayılarının 0,4'ten büyük olması ideal seviyelerde olduklarının göstergesidir. Son olarak ise elde edilen ve mental iyi oluş ölçeği olarak tanımlanan bu tek boyutlu yapının toplam varyansın %58,27'sini açıkladığı görülmüştür. Bu ölçeğe yönelik AFA değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın bu bölümünde kırsal turizm konseptli bir tatil organizasyonunu tercih eden katılımcıların mental iyi oluş düzeylerinin; kişilik türlerine, onları mutlu eden olgulara, seyahat motivasyonlarına ve seyahatlerinden edindikleri doyum düzeylerine göre farklı olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre, ilk olarak, kırsal turizm konseptli bir seyahate katılan katılımcıların genel mental iyi oluş düzeylerinin demografik bir veri olan gelir durumlarına göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Katılımcıların gelir düzeyleri kendi aralarında üç gruba ayrıldığı için (1600-3200, 3201-5000 ve 5001 üstü) ANOVA (tek yönlü varyans analizi) testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4'de gösterildiği gibidir.

Tablo 4. Kırsal Turizm Katılımcılarının Mental İyi Oluş Düzeylerinin Gelirlerine Göre Farklılık Analizi

Gelir Grupları	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyansın Kaynağı	KT	df	KO	f	p	Farklılığın Kaynaklandığı Gruplar
1600-3200 TL	33	3,941	,621	Gruplar Arası	2,548	2	1,274	4,274	,017	5000 ve Üstü ile 1600-3200 TL
3201-5000 TL	25	4,150	,557							
5000 TL ve Üstü	29	4,347	,431	Gruplar İçi	25,035	84	,298			

Bağımlı Değişken: Mental İyi Oluş Düzeyi

Tablo 4'ün incelenmesi yapılmadan önce araştırma verilerine non-parametrik testler uygulayabilmek için ön koşullardan biri olan varyansların homojenliği varsayımının karşılanması gerekmektedir. Araştırmaya konu olan gruplar arası varyanslar homojen dağılmış ($p>0,05$) ise araştırma hipotezlerini test etmek amaçlı ilgili non-parametrik analiz kullanılabilir. Bu çalışmada ise gelir gruplarına ilişkin varyansların homojenliği varsayımı homojenlik testi ile sınanmış ve sonuçta grup varyanslarının homojen olduğu görülmüştür (Levene= 0,348; $p>0,05$). Bu varsayım karşılandıktan sonra Tablo 4. incelendiğinde; kırsal turizm katılımcılarının gelir düzeylerine göre mental iyi oluş düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu farklılığın hangi gruplar arasında kaynaklandığını ortaya koymak amacıyla veriler Scheffe Post Hoc analizi uygulanmıştır.

Tablo 5. Kırsal Turizm Katılımcılarının Mental İyi Oluş Düzeylerinin Kişilik Türlerine Göre Farklılık Analizi

Bağımsız Değişken	Levene's Testi		Gruplar	N	Ortalama	Std. Sapma	t	df	p
	f	p							
Kişilik Türleri	,594	,443	Dışa Dönük	47	4,257	,551	2,191	85	,031
			İçe Dönük	40	3,995	,556			

Bağımlı Değişken: Mental İyi Oluş Düzeyi

Bu analize göre 5000 TL ve üstünde kazanan yüksek gelir grubuna ait kırsal turizm katılımcıları ile 1600-3200 TL ile görece daha az kazanan düşük gelirli katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. 5000 TL ve üstü geliri olan kırsal turizm katılımcısı bireylerin genel mental iyi oluş düzeylerine ilişkin ortalama değer 4,347 iken 1600-3200 TL arası kazancı olan

açından anlamlı bir sonuç elde edilemediği için reddedilmiştir. Araştırmanın devamında, kırsal turizm konseptli bir seyahate katılan bireylere anket üzerinden 'kendinizi nasıl bir kişilik türü ile tanımlarsınız?' sorusu yöneltilmiştir. İçe dönük ve dışa dönük olmak üzere iki ayrı gruptan oluşan bu soruya verilen cevaplar t testi yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 5'te gösterildiği gibidir.

Tablo 5'te görüldüğü üzere dışa dönük karakter özellikleri taşıyan kırsal turizm katılımcıları ile içe dönük karakter özellikler taşıyan kırsal turizm katılımcılarının mental iyi oluş düzeylerinin ortalamaları arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark bulunmuştur (T değeri= 2,191 $p<0,05$). Buna göre H6 hipotezi kabul edilmiştir. Dışa dönük kırsal turizm katılımcısı

bireylerin mental iyi oluş düzeylerine ilişkin ortalama değeri 4,257 iken, içe dönüklerin ortalama değeri ise 3,995'dir. Buna sonuca göre; cana yakın, keşfeden, değişime açık ve uyumlu bir kişilik temsil eden dışa dönük kırsal turizm katılımcılarının, fazla düşünceli, duygusal ve temkinli bir kişilik yapısı gösteren içe dönük katılımcılara göre mental iyi oluş düzeylerinin

Tablo 6. Kırsal Turizm Katılımcılarının Mental İyi Oluş Düzeylerinin Kırsal Turizmi Hangi Olguyla Özdeşleştirdiklerine Göre Farklılık Analizi

Özdeş Olgular	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyansın Kaynağı	KT	df	KO	f	p	Farklılığın Kaynaklandığı Gruplar
Güç	33	4,007	,513	Gruplar Arası	2,175	2	1,088	3,596	,032	Özgürlük ile Güç
Sağlık	35	4,102	,614							
Özgürlük	19	4,425	,478	Gruplar İçi	25,408	84	,302			

Bağımlı Değişken: Mental İyi Oluş Düzeyi

katılımcıların aldıkları ortalama değer 3,941'dir. Buradan hareketle, yüksek gelir düzeyine sahip oldukları için seyahate daha fazla bütçe ayırabilen kırsal turizm katılımcılarının düşük gelir gruplarına göre mental iyi oluş düzeylerinin daha fazla olduğu söylenebilir. Bu sonuca göre H5 hipotezi kabul edilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların cinsiyet (H1), yaş (H2), eğitim (H3), medeni hal (H4) durumları ile mental iyi oluş düzeyleri arasındaki farklılığı öngören hipotezler ise istatistikî

daha yüksek olduğu söylenebilir. Kırsal turizm katılımcılarının kırsal seyahatlerini en çok hangi olguyla özdeşleştirdikleri sorusuna verilen cevapların ortalamasına göre mental iyi oluş düzeylerinde bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testinin sonucu Tablo 6'da gösterildiği gibidir.

Tablo 6'nın incelenmesi öncesinde araştırma verilerine non-parametrik testler uygulayabilmek için ön

Tablo 7. Kırsal Turizm Katılımcılarının Mental İyi Oluş Düzeylerinin Seyahat Motivasyonlarına Göre Farklılık Analizi

Seyahat Motivasyonu Grupları	N	Ort.	Std. Sapma	Varyansın Kaynağı	KT	df	KO	f	p	Farklılığın Kaynaklandığı Gruplar
Prestij	20	4,208	,526	Gruplar Arası	2,085	2	1,043	3,435	,037	Doğal Çekicilikler ve Turistik Olanaklar İle Fiziksel ve Ruhsal Rahatlama
Fiziksel ve Ruhsal Rahatlama	45	3,996	,578							
Doğal Çekicilikler ve Turistik Olanaklar	22	4,359	,511	Gruplar İçi	25,498	84	,304			

Bağımlı Değişken: Mental İyi Oluş Düzeyi

koşullardan biri olan varyansların homojenliği varsayımının karşılanması gerekmektedir. Buna göre araştırmaya konu olan kırsal turizm ile özdeşleştirilen olguların gruplar arası varyanslarının homojen olduğu görülmüştür (Levene= 1,234; $p>0,05$). Bu varsayım karşılandıktan sonra Tablo 6 incelendiğinde; anket katılımcılarının kırsal turizmi özdeşleştirdikleri olgulara göre mental iyi oluş düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu bulgu ışığında H7 hipotezi kabul edilmiştir. Bahsi geçen bu farklılığın Scheffe Post Hoc analizi yardımıyla özgürlük ve güç grupları arasında kaynaklandığı gözlemlenmiştir.

oranla mental iyi oluş düzeylerinin yüksek olduğundan söz edilebilir. Kırsal turizm katılımcılarının seyahat motivasyonlarına göre mental iyi oluş düzeylerinde farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testinin sonucu Tablo 7'de gösterildiği gibidir.

Tablo 7'nin incelemesi öncesi araştırma verilerine non-parametrik testler uygulayabilmek açısından ön koşullardan biri olan varyansların homojenliği varsayımının karşılanması gerekmektedir. Buna göre araştırmaya konu olan kırsal turizm konseptli bir tatil için belirlenen seyahat motivasyonları grupları arası

Tablo 8. Kırsal Turizm Katılımcılarının Mental İyi Oluş Düzeylerinin Seyahatlerinden Edindikleri Doyum Düzeyine Göre Farklılık Analizi

Doyum Düzeyi Grupları	N	Ort.	Std. Sapma	Varyansın Kaynağı	KT	df	KO	f	p	Farklılığın Kaynaklandığı Gruplar
Çok Memnunum	31	4,260	,676	Gruplar Arası	3,133	2	1,567	5,382	,006	Orta Düzeyde Memnunum ile Çok Memnunum
Memnunum	43	4,182	,393							
Orta Düzeyde Memnunum	13	3,692	,592	Gruplar İçi	24,450	84	,291			

Bağımlı Değişken: Mental İyi Oluş Düzeyi

Kırsal turizm temalı gezilerini özgürlük olgusuyla ilişkilendiren bireylerin genel mental iyi oluş düzeylerine ilişkin ortalama değer 4,425 iken, güç ile ilişkilendiren katılımcıların ortalama değeri ise 4,007'dir. Buradan hareketle, kırsal turizmin en önemli turistik arz kaynağının doğanın sunduğu çekicilikler olduğu söylenebilir. Bu çekicilikleri deneyimleyerek kendini daha özgür hisseden katılımcıların, kırsal turizmi ve dolayısıyla doğayı güç ile özdeşleştiren turistlere

varyansların homojen olduğu görülmüştür (Levene= 0,270; $p>0,05$). Bu varsayım karşılandıktan sonra Tablo 7 incelendiğinde; anket katılımcılarının kırsal turizme katılma motivasyonlarına göre mental iyi oluş düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu veriye dayanarak H8 hipotezi kabul edilmiştir. Bahsi geçen bu farklılığın ise Scheffe Post Hoc analizi yardımıyla doğal çekicilikler ve turistik olanaklar ile fiziksel ve ruhsal rahatlama grupları arasında kaynaklandığı gözlemlen-

miştir. Buna göre, kırsal turizm katılımcılarından seyahat motivasyonu kırsal turizmin doğal çekicilikleri ve turistik olanaklarına erişmek olan bireylerin genel mental iyi oluş düzeylerine ilişkin ortalama değer 4,359 iken fiziksel ve ruhsal rahatlama motivasyonu ile kırsal turizm konseptli bir tatil yapan katılımcıların ortalama değeri ise 3,996'dır. Buradan hareketle, seyahat kararında kırsal turizmin en belirgin turistik ürün arzlarından olan doğal çekicilikleri görmek ve turizm türünün sunduğu olanaklardan faydalanma isteğinin etkili olduğu bireylerin mental iyi oluş düzeylerinin, stresten uzaklaşma ve dinlenme amaçlı seyahat eden bireylere nispeten daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 8'in incelemesi öncesinde araştırma verilerine non-parametrik testler uygulayabilmek için ön koşullardan biri olan varyansların homojenliği varsayımının karşılanması gerekmektedir. Buna göre araştırmaya konu olan kırsal turizm konseptli bir tatilden edinilen doyum düzeyinin gruplar arası varyanslarının homojen olduğu görülmüştür (Levene= 2,218; $p>0,05$).

Bu varsayım karşılandıktan sonra Tablo 8 incelendiğinde; anket katılımcılarının kırsal turizmde edindikleri doyum düzeylerine göre mental iyi oluş hallerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu veriye dayanarak H9 hipotezi kabul edilmiştir. Bahsi geçen bu farklılığın ise Scheffe Post Hoc analizi yardımıyla seyahatinden orta düzeyde memnuniyet hisseden grup ile seyahatinden çok memnun ve memnun olan gruplar arasında olduğu görülmüştür. Buna göre, kırsal seyahatinden orta düzeyde memnun olanların mental iyi oluş düzeylerine ilişkin ortalama değer 3,692 iken, memnun olanların 4,182 ve çok memnun olanların ise 4,260 olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, seyahatinden normal düzeyde keyif alan bireylerin, seyahatinden iyi ve çok iyi düzeyde doyum alan bireylere göre mental iyi oluş hallerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Kırsal turizm faaliyetlerine katılan yerli turistlerin sosyo-demografik yapılarına göre mental iyi oluş halleri arasındaki farklılıkları belirlemeyi amaçlayan bu araştırma kapsamında bahsedilen amaca uygun toplam 9 hipotez geliştirilmiştir. Bu hipotezlerden 4'ü reddedilirken, 5 tanesi kabul edilmiştir. Kabul edilen bu hipotezlerden edinilen istatistikî veriler ile araştırmanın amacı arasındaki paralellik ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın demografik bulgularına yönelik oluşturulan ilk beş hipotezden sırasıyla katılımcıların cinsiyetleri (H1), yaşları (H2), eğitim durumları (H3) ve medeni hallerini (H4) içerenler desteklenmemiş ve reddedilmiştir. Bu hipotezlerden sadece gelir grupları ve mental iyi oluş halleri arasındaki farklılığı öngören hipotez olan H5 desteklenmiş ve kabul edilmiştir. Buna

göre, 5000 TL ve üstünde gelir elde eden kırsal turizm katılımcılarının, daha düşük bir aralık olan 1600-3200 TL arası gelir elde edenlere oranla daha yüksek bir mental iyi oluş düzeyi gösterdikleri görülmüştür.

Araştırmanın bir diğer desteklenen hipotezi ise kırsal turizm katılımcılarının kişilik türlerine göre mental iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmasıdır. Buna göre, dışa dönük kırsal turizm katılımcılarının içe dönüklere oranla mental iyi oluş düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu istatistikî sonuç beklenen ve öngörülebilir bir çıktıdır. Çünkü enerjilerini dış dünya ile etkileşime geçmek için harcayan, sosyal, risk alan aktif bir bireyin daha az enerjik, sınırlı iletişimde bulunan temkinli bir bireye göre mental açıdan kendini daha yeterli ve iyi hissetmesi doğaldır. Bu veriye dayanarak, dışa dönük bireylerin içe dönük bireylere göre hem rutin yaşamlarından hem de kırsal seyahatlerinden aldıkları doyumun daha fazla olma ihtimalinin yüksek olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Araştırma verilerinden edinilen bir diğer bulgu; kırsal temalı turizmin katılımcı zihninde neyi çağrıştırdığı ve bu çağrıştırmaya göre mental iyi oluş düzeyi ile arasında anlamlı bir fark bulunmasıdır. Bu veri, kırsal turizmin kendilerine özgürlüğü çağrıştırdığını belirten turistler ile gücü çağrıştırdığını belirten turistler arasında tespit edilmiştir. 'Kırsal turizm benim için özgürlük ile eş anlamlıdır' diyen turistlerin, 'Kırsal turizm bana güç olgusunu çağrıştırtıyor' diyen turistlere göre daha yüksek bir mental iyi oluş hali sergiledikleri görülmüştür. Bu noktada, kırsal turizmi ve dolayısıyla kırsal turizmin temel çekicilik unsuru olan doğayı özgürlük gibi sınırsız ve tükenmez bir olguyla bütünleştiren bireylerin, güç gibi sınırlı ve gelip geçici bir olguyla bütünleştiren bireylere göre daha yüksek bir mutluluk düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Dolayısıyla, kırsal turizmi özgürlüğe kaçış için bir kapı olarak gören birey gruplarının hem rutin yaşamlarından hem de kırsal temalı tatillerinden alacağı haz diğer gruplara nispeten daha yoğun olabilir.

Araştırmanın bir başka bulgusu ise kırsal turizm temalı bir tatil yapmaya karar veren bireylerin mental iyi oluş düzeyleri ve seyahat motivasyonları arasında anlamlı bir fark tespit edilmesidir. Bu fark kırsal turizmin sunduğu doğal çekicilikler ve turistik olanaklardan faydalanmak için seyahat eden grup ile bu turizm türünün fiziksel ve ruhsal yönden rahatlama işlevinden faydalanma amacıyla seyahat eden grup arasında kaynaklanmaktadır. Buna göre, destinasyonun kendisine sunacağı doğal turistik olanaklardan yararlanmak isteyen bireylerin, rahatlama ve kendini yenilemek için tatile çıkan bireylerden daha yüksek bir mental iyi oluş haline sahip olduğu görülmüştür. Bu gayet tutarlı ve beklenen bir sonuçtur. Çünkü stresten uzaklaşmak, ruhen ve fiziken kendini yenilemek istediği için kırsal temalı bir tatil yapmak isteyen bireyin mental açıdan kendini

kötü hissettiği söylenebilir. Bu bireyin aksine yeni şeyler keşfetmek isteyen, enerjisi tükenmemiş ve zinde bir birey ise gideceği destinasyonun doğal imkânlarını keşfetmek ve bunları deneyimlemek ister. İşte bu noktada, böylesi canlı ve dinamik bir kırsal turizm katılımcısının, görece daha yorgun ve statik bir katılımcıya göre mental iyi oluş düzeyinin daha yüksek olması öngörülebilir bir sonuçtur. Son olarak ise katılımcıların kırsal turizmden edindikleri doyum düzeyleri ile mental iyi oluş düzeyleri arasında da farklılık görülmüştür. Seyahatinden orta düzeyde doyum edindiğini belirten turistlerin hem yüksek hem de çok yüksek düzeyde doyum edinen turistlere göre daha düşük bir mental iyi oluş haline sahip olduğu belirlenmiştir. Bu noktada bireyin gündelik yaşamındaki stres şiddetinin düşmesiyle birlikte tatilinden edineceği doyumun da artacağını öngörmek yanlış olmayacaktır. Başka bir deyişle; tatiline gündelik sıkıntılardan kaçmak için değil, gündelik sıkıntıları ile beraber gelen bireyin turistik deneyimden edineceği doyum düzeyinin, daha mutlu ve stresle baş edebilen bireye göre belirgin bir şekilde azalacağı söylenebilir. Araştırmadan elde edilen bulgulara dayanarak şu sonuca da varılabilir. Bireylerin tatillerinden maksimum doyum almaları ve hatırlanabilir bir turistik deneyim yaşayabilmeleri için sadece tatilleri esnasındaki mental iyi oluş halleri değil, öncesindeki mental iyi oluş halleri de oldukça önemlidir. Bu bağlamda, günlük yaşamında pozitif ve yüksek bir mental iyi oluş hali gösteren bireyin tatilinden alacağı keyifte bir o kadar artacaktır.

Tatil ve Mental İyi Oluş Hali arasındaki bağlantının incelendiği bu çalışma ile birey; turizm ve psikoloji bilimi yönünden ele alınmaya çalışılmıştır. Akademisyenlerin farklı turizm türlerine katılan turistler için gelecekte yapacakları araştırmalarla birey psikolojisi bağlamında daha kapsamlı sonuçlara ulaşabileceği düşünülmektedir. Yapılacak benzer bilimsel çalışmalardan elde edilecek verilerin, öznesi insan olan turizm ve psikoloji bilimine büyük katkı sağlayacağı rahatlıkla söylenebilir. Mental İyi Oluş Hali ile ilgili yapılacak araştırmaların, daha fazla bireyle daha fazla işletmede ve tüm turizm türlerinde uygulanması ve tatilin birey üzerindeki etkilerinin ölçülmesi salt akademisyenler için değil, turizm işletmeleri açısından da son derece önemlidir. Zira bireyin tatili esnasında kendini nasıl hissettiğine ve tatilinden aldığı doyuma yönelik çalışmalar işletmelere de yol gösterecektir. Ulaşılan bulgular, hem turiste sunulan hizmetlerin kalitesinin ölçülmesini sağlayacak hem turistik ürün çeşitlendirmesine katkı yapacak hem de geleceğin turizmüne yönelik stratejileri belirleyici bir rol oynayacaktır.

Özel Teşekkür

Çalışmanın yazımına katkıda bulunan Sayın Arif DOĞRU'ya en içten teşekkürlerimizi sunarız.

KAYNAKÇA

- Aguilo, E., Alegre, J. & Sard, M. (2005). The Persistence Of The Sun And Sand Tourism Model. *Tourism Management*, 26, 219-231.
- Aydın, Ş. (2004). Örgütsel Stres Yönetimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3, 49-74.
- Burls, A. (2007). People And Green Spaces: Promoting Public Health And Mental Well-Being Through Ecotherapy. *Journal of Public Mental Health*, 6, (3), 24-39.
- Chen, Y., Lehto, X., Y. & Cai, L. (2013). Vacation And Well-Being: A Study Of Chinese Tourists. *Annals of Tourism Research*, Vol. 42, 284-310.
- Correia, A., Oom do Valle, P. & Moço, C. (2007). Why People Travel To Exotic Places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1, (1), 45-61.
- Doğan, T. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14, (1), 56-64.
- Dolnicar, S., Yanamandram, V. & Cliff, K. (2012). The Contribution Of Vacations To Quality Of Life. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, 59-83.
- Dolnicar, S., Lazarevski, K. & Yanamandram, V. (2013). Quality Of Life And Tourism: A Conceptual Framework And Novel Segmentation Base. *Journal of Business Research*, 66, 724-729.
- Dost, M. T. (2005). Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 23, 103-111.
- DW. (2017, October 01). Dünyanın büyüyen sorunu: Mega kentler. Retrieved from <http://www.dw.com/tr/d%C3%BCnyan%C4%B1n-b%C3%BCy%C3%BCyen-sorunu-mega-kentler/a-40768800>
- Eryılmaz, A. (2009). Ergen Öznel İyi Oluş Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Güz, 7, (4), 975-989.
- Gilbert, D. & Abdullah, J. (2004). Holidaytaking And The Sense Of Well-Being. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 1, 103-121.
- Gündoğdu, R. & Yavuzer, Y. (2012). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş ve Psikolojik İhtiyaçlarının Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Yıl: 12, Sayı: 23, Haziran, 115-131.
- Güven, E. Ö. (2009). Hedonik Tüketim: Kavramsal Bir İnceleme. *ABMYO Dergisi*, 3, 65-72.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). 'Multivariate Data Analysis', Seventh Edition, Pearson Education Limited.
- Keldal, G. (2015). Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3 (1), 103-115.
- Liu, C., Marchewka, J.T., Lu, J. & Yu, C.S. (2005). Beyond Concern: A Privacy-Trustbehavioral Intention Model Of Electronic Commerce. *Information & Management*, 42, 289- 304.
- McCabe, S. (2009). Who Needs A Holiday? Evaluating Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 36, No. 4, 667-688.
- McCabe, S. & Stokoe, E. (2010). Have You Been Away? Holiday Talk In Everyday Interaction. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, No. 4, 1117-1140.
- McCabe, S. & Johnson, S. (2013). The Happiness Factor In Tourism: Subjective Well-Being And Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 41, 42-65.
- Myers, D. G. (2000). The Funds, Friends, And Faith Of Happy People. *American Psychologist*, January, Vol: 55, No. 1, 56-67.
- Myers, D. G. & Diener, E. (1995). Who Is Happy? *Psychological Science*, Vol. 6, No. 1,10-19.
- Nawijn, J., Marchand, M. A., Veenhoven, R. & Vingerhoets, A. J. (2010). Vacationers Happier, But Most Not Happier After A Holiday. *Applied Research in Quality of Life*, 5, (1), 35-47.
- Neal, J. D., Sirgy, M. J. & Uysal, M. (1999). The Role of Satisfaction with Leisure Travel/ Tourism Services and Experience in Satisfaction with Leisure Life and Overall Life. *Journal of Business Research*, 44, 153-163.
- O'Campo, P., Salmon, C. & Burke, J. (2009). Neighbourhoods And Mental Well-Being: What Are The Pathways? *Health & Place*, 15, (1), 56-68.
- Pearce, P. L. & Stringer, P. F. (1991). Psychology And Tourism. *Annals Of Tourism Research*, Vol. 18,136-154.
- Pesonen, J. & Komppula, R. (2010). Rural Wellbeing Tourism: Motivations and Expectations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 150-157.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı*. Detay Yayıncılık. Ankara
- Richards, G. (1999). Vacations And The Quality Of Life: Patterns and Structures. *Journal of Business Research*, 44, 189-198.
- Sarı, T. & Çakır, G. (2016). Mutluluk Korkusu İle Öznel ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi Journal of Research in Education and Teaching*, Aralık, Cilt:5, Özel Sayı, 222-229.
- Šimková, E. (2014). Psychology And Its Application In Tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 114, 317-321.
- Sirgy, M. J. (2010). Toward a Quality-of-Life Theory of Leisure Travel Satisfaction. *Journal Of Travel Research*, 49, (2), 246-260.
- Smith, M. K. & Diekmann, A. (2017). Tourism And Wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1-13.
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Thompson Coon, J., Boddy, K., Stein, K., Whear, R., Barton, J. & Depledge, M. H. (2011). Does Participating In Physical Activity In Outdoor Natural Environments Have A Greater Effect On Physical And Mental Wellbeing Than Physical Activity Indoors? A Systematic Review. *Environmental Science & Technology*, 45, (5), 1761-1772.
- United Nations. (2014, July 10). World's population increasingly urban with more than half living in urban areas. Retrieved from <http://www.un.org/en/development/desa/news/population/world-urbanization-prospects-2014.html>
- World Health Organization. (2014, August). Mental health: a state of well-being. Retrieved from http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/en/
- Özgüneş, R. E. (2017). Destinasyon İmajının Yerleşik Yabancıların Yerleşim Yeri Seçimine Etkisi: Bodrum. T.C Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Yüksel, A. (2016). Tatil, Sağlık ve İş Performansı: Travma ya da Tedavi? *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13, 2, 123-129.

Extensive Summary

The Investigation of the Individuals' Mental Well-Being Who Participated in Rural Tourism in Terms of Sociodemographic Data

Reşad Emre ÖZGÜNEŞ*, Düriye BOZOK,
Cevdet AVCIKURT, Emin GÜLEÇ

Introduction

When the general qualities of city life are taken into consideration, the lives spent in between buildings especially in big cities, traffic jam and stressful environment, expose individuals to mental and physical fatigue. This stressful environment steer individuals towards artistic activities such as painting, music, and handcraft; and different hobbies such as model railroading, hobby gardens, daily and weekly trips. The sharing in those social environments helps the individuals experience cheerful moments. Holiday could be noticeably regarded as one of the activities that individuals take part as a result of psychological reasons such as enjoyment and increasing their general life satisfaction. It is possible to state that the individuals in our modern society are in different pursuits to increase their level of life satisfaction. Holiday is remarkably a need when daily stress and the difficulties of individuals are taken into account (McCabe, 2009:682). Šimková (2014) also implies that tourists (individuals in connection) frequently intend to escape stress and their routine in life, they want to explore new dimensions of life and gain new experiences.

The concept of 'subjective well-being' stands out in relation to happiness with the context of individual psychology. This concept which is accepted as a consequence of the evaluations on the individual's life and his emotional reactions to incidents, could be defined as the frequent experience of positive emotions, little experience of negative emotions, and high life satisfaction (Doğan, 2013:56); additionally, it could be defined as the subjective condition of satisfaction comprised of cognitive and emotional components, and positive spiritual health (Eryılmaz, 2009:976). A concept that is associated with the subjective well-being is the mental well-being condition. The World Health Organization (WHO) defines the mental well-being

condition as the apprehension of each individual's own potential, coping up with the normal stress of life, productive and efficient work, and his contribution to society.

Method

In this study, the psychological condition of the rural tourism created on individuals was aimed to be revealed and the evaluations regarding the impact of the rural tourism on the positive psychological health of individuals were provided by the Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS), which was presented to the participants. Primarily, with reference to the content of the subject, scanning of literature was done and a psychologist's view was consulted concerning the subject.

For the scale used in the study, the research with regard to this field was investigated and the fourteen-statement 'Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale'—given a place in Keldal's (2015) article named 'The Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale's Turkish Form: Validity and Reliability Study'—was used. The Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS) was developed in order to measure the mental well-being level of the individuals living in England by Tennant *et al.* (2007).

The fourteen-item WEMWBS consisting of the psychological well-being and subjective well-being deals with the positive mental health of individuals. The scale is a 5 Likert-type scale and minimum 14 points and maximum 70 points are reached in the scale. The target population of this study which aims to determine the differences between the mental well-being levels according to the sociodemographic structures of local tourists taking part in the rural tourism activities, consists of the tourists which were with accommodation and were accommodated at least one night at Gököz Natural Park in Keles district in the province of Bursa. The easy sampling method was used in order to determine the sampling to represent the qualities of the target population of the study. In this case, incomplete, inaccurate and unreceived questionnaires were taken into consideration for the questionnaire used as the data collection technique, and they were applied to 91 people between the dates April 08, 2018-April 15, 2018, and 87 questionnaires were taken into account in total. For assessing the comparison related to the sociodemographic qualities of the tourists' mental well-being levels, t-test was applied for groups with two variables (gender, personality type) and the ANOVA (Single Factor Analysis of Variance) was applied for groups with more than two variables (age, level of education, level of income, the rural tourism identified with the event etc.). In addition to that, in the study,

* Corresponding author at: Balıkesir University, Faculty of Tourism,
E-Mail Address: emrezgunes@gmail.com

the Cronbach's Alpha coefficients were applied to test the reliability of the internal consistency of the scale and Descriptive Factor Analysis was applied to test the structure validity. SPSS 20.0 macro was used to analyze the data received from the scale.

Findings

From the first five hypotheses which were formed with the goal of the demographic findings of the study, the inclusions of the genders (H1) of the participants, their ages (H2), their level of education (H3), and their marital status (H4) were respectively unsupported and denied. With this hypothesis and the hypothesis H5 which estimates the difference between the mental well-being levels only according to the income groups, were supported and accepted. In accordance with that, it has been seen that the rural tourism participants with a level of income above 5000 TRY tend to reflect a higher level of mental well-being compared to the people who have a lower level of income between 1600-3200 TRY.

Results

The tourists who assert that the rural tourism is synonymous with freedom for them, are seen to display a stronger well-being condition compared to the tourists who assert that the rural tourism associates with a case of power for them. In this case, it could be stated that the individuals who unify the rural tourism and nature (the basic tourism attraction) with freedom (an inexhaustible and an unlimited fact), have a higher level of happiness compared to the individuals who unify the rural tourism and nature with power—a limited and a temporary fact. As a result, the individual groups which see the rural tourism as a solution to attain freedom, can perceive a stronger enjoyment both from their lives in routine and rural-themed holidays, compared to other groups.