

Turizmde Psikososyal Bileşenler: Yerel Halkın Algı, Tutum ve Davranışları

Tourism Psychosocial Components: Perceptions, Attitudes And Behaviors of The Local People

Sevgi GÜNEY¹

¹ Öğr. Gör., Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu*

Öz: Turizm toplumların ekonomik büyümesine, gelişmesine doğrudan etkili olan sektörlerden biridir. Bu sektör refah ve kalkınmanın da ölçütü olarak işlev gördüğünden, sektöre etki eden bileşenler alan profesyonellerince yapılan araştırma ve planlamalarla mümkün olduğunca yönetilmeye çalışılır. Bu yönetim çabaları, elde edilen ekonomik gelirler de dahil olmak üzere ekonomik, psiko-kültürel ve çevresel tüm değişimleri arttırmak ve sürdürülebilir hale getirmeyi hedeflemektedir. Bu makalenin amacı turizm alanında elde edilen kazanımların sürdürülebilirliğinin artırılmasında etkili olan ve psikososyal bileşen olarak işlev gören halkın algı, tutum ve davranışlarına dikkati çekmek ve ileride yapılacak çalışmalara ilham verecek bir kavramsal çerçeve sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda önce kavramsal tanımlama yapılmış, daha sonra işlevselliğe nasıl dönüştürülebileceği konusunda bilgiler sunulmuş, son olarak da bu bilgilerin uygulanabilirliğine katkıda bulunacak kanıta dayalı ölçeklerden örnekler sunularak, önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, yerel halk, algı, sürdürülebilirlik, psikososyal

Abstract: Tourism is one of the sectors that directly affect the economic growth and development of societies. Since the sector also serves as a measure of welfare and development, the components that affect the sector are managed as much as possible through research and planning by professionals working in the field. The management efforts aim to increase and sustain all economic, psycho-cultural and environmental changes. The aim of the present article is to draw attention to the psychocultural components such as perceptions, attitudes and behaviors of the local people, to increase the sustainability of the gains from tourism and finally to provide a conceptual framework that will inspire future studies. In the light of this purpose, firstly conceptual definition was made, then the relevant information about how to convert it to functionality was given, and finally some examples of evidence – based scales that contribute to the applicability of this information were presented. Recommendations were given for future research and projects.

Key Words: Tourism, local people, perception, sustainability, psychosocial

1. Giriş

Günlük yaşamın koşuşturmacası içinde tatil ve dinlenme ihtiyacı içindeki bireyin bu ihtiyacını giderme yönündeki hareketleri belki de bugün birçok alana yayılmış, ekonomik, sosyo-kültürel ve psikososyal bileşenleri olan bir alanı turizm' in yaratılmasına yol açmış olabilir. Gerçekte de turizmin ilk ortaya çıkışının bu hedonistik ihtiyaçtan kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Kozak, Evren, ve Çakır, 2013). Ancak bu anlayış 20. yüzyılda yerini insan haklarındaki gelişmeler ve üretimin kitleselleşmesiyle toplumsal bir ihtiyaç olan

* İlgili yazar/Corresponding author: sevgiguney@gmail.com

turizm anlayışına bırakmıştır. Son 20 yıldır toplumsal ihtiyacın tetiklediği kitlesel nitelikli turizm daha çok bireysel düzeye doğru çekilmiştir. Bu haliyle turizm “post modern turizm” olarak adlandırılmaktadır (Urry, 2009, s.220).

Tanımlamalar

Post modern turizm anlayışında teknolojik olanaklar üst düzeyde devreye sokulur. Sanayileşmenin üst düzeyde yaşandığı ülkelerde olduğu kadar gelişmekte olan ülkelerde de bireysel ihtiyaçlar, tercihler, faydacılık, pazar olanakları, yapısı, üretim-transfer-pazarlama, alt yapı önem kazanmaya başlamış ve bireyselliğin ön plana çıktığı kitlesel hareketlerin teşvik edildiği turizm hareketliliğine dikkat çekilir hale gelmiştir.

Post modern turizmin en temel öğelerinden biri sosyal güvenlik kavramıdır. Burada amaç çalışma gücü, beden sağlığı, ruh sağlığı ve genel anlamda psikolojik iyi oluşun temellini oluşturan dinlenme, dinlenirken kendini geliştirme ve sağlıklı kalabilme kavramlarını bireysel turizm anlayışına entegre etmektir. Bu çerçevede de pek çok turizm alt kolları oluşturulmuştur. En genel anlamda bugün sağlık turizmi, kaplıca turizmi, organik tarım turizmi, yayla turizmi, doğa yürüyüşü (trekking) turizmi, inanç turizmi, bilim turizmi, kongre turizmi, kültür turizmi, botanik turizmi, av turizmi ve daha burada sayılamayacak birçok turizm dalı her toplumda aynı şekilde anlamsal karşılık bulmaya başlamış, başka bir deyişle tüm ülkelerde kabul görmüş ortak kavramlar haline almıştır.

Bir turistik bölge de turizmin üç temel etkisinin olduğu belirtilmektedir. Bunlar sosyokültürel, ekonomik ve çevresel etkiler olarak ifade edilmektedir (Köleoğlu, 2018).

Eğitim durumu, cinsiyet, sosyo-ekonomik gelir turistik tercihlerin belirlenmesinde doğrudan etkili bileşenlerdendir. Bu bileşenler psikososyal bir yapı olan tercihlerin belirlenmesinde bireyin içinde bulunduğu toplumsal döngüden de etkilenecek işlev görür. Örneğin alternatif turizm ile ilgili Ulusan ve Batman (2010) yaptıkları çalışmalarında, yerli ve yabancı turistlerle, yerel turizm işletme sahipleri ve çalışanlarını örneklemelerine dahil etmişler ve toplam 350 katılımcıyla saha çalışması yapmışlardır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre alternatif turizm tercihi olan yerli turistlerin %61'inin üniversite mezunu oldukları belirlenirken, % 48'inin gelir durumlarının 3.000 tl ve üzerindedir.

Dikkate Alınması Gereken Unsurlar

Turizmin tanımı dikkate alındığında odağını bireyin kendisi oluşturmaktadır. Birey sürekli bulunduğu, çalıştığı ve oturduğu yer dışında başka bir yere gitmeyi seçmiştir. Bu seçtiği yerde bir süre kalmayı taahhüt etmiştir. Bu kalışı geçici bir süreliğine olmakla birlikte psiko-sosyal etkileşim döngülerine temel oluşturan bir platform niteliğindedir. Bireysel düzlemde turist, kaldığı otel, pansiyon vb. yerlerde personelden başlayarak ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hareketleri çerçevesinde yerel halkla etkileşime girmeye başlar. Bu psiko-sosyal etkileşim yöreden ayrılıncaya değin sürer (Güney, 2015). Bu etkileşimsel döngüde gezme, deneyimleme, dinlenme, eğlenme, öğrenme, sonuçlar çıkarma, yüklemelerde bulunma, yerel halka geri bildirimler verme ve hatta zaman zaman kültürel çatışmaların da yaşanması mümkün olabilmektedir. Psikolojik ve bir o kadar da kültürel ihtiyaçların karşılandığı bu etkileşimsel süreçte gerek yerel halkta gerekse turistin kendisinde çok çeşitli ve kapsamlı etkiler söz konusudur. Bu etkiler uzun dönemde sosyal değişimleri de beraberinde getirir. Sürdürülebilir turizm kavramının temelinde olan unsurlardan bir de bu etkilerdir. Büyük kitlelerin üretici ve tüketici olduğu bu etkileşimsel döngüde yerel halkın olumlu bakış açısının oluşturulması ve bununla sürekliliğinin sağlanması yönünde yapılacak çalışmalarda dikkat edilmesi gereken noktalar şöyle sıralanabilir;

1. Halkla ilişkiler ve ilkelerinin benimsenmesi
2. Etkili Reklam ve pazarlama
3. Turizm odakları ile ilgili olarak yerel halkın eğitilmesi, eğitim programlarına katılımlarının sağlanması
4. Psiko-kültürel etkilerin yönetilmesi

1. Halkla ilişkiler ve ilkelerinin benimsenmesi:

Halkla ilişkiler bilimi her alanda olduğu gibi turizm alanında da, turistik yapının/ürünün farklı gruplardaki eğilimlerine, isteklerine göre belirlenmesini, bu farklı gruplarla ne tür ilişkiler geliştirileceğinin saptanmasını, yerel iletişime geçilecek kurum, kuruluş ve halkın ürünle ilgili genel eğilimlerinin ortaya çıkarılmasını sağlamak amacıyla işlevsel kılınır. Halkla ilişkiler proje ve planlarının uygulanması için sosyal medya, dijital gazeteler, dergiler, yerel gazeteler, seyahat acentaları vb. teknik düzeyde tüm bileşenler yönetilmeye çalışılır. Halkla ilişkiler çalışmaları aracılığıyla, turistik ürün için yerel halkın tutumları hakkında bilgi sahibi olmak, yerel düzlemde sosyal ve politik değişimleri izlemek ve bu değişimlere göre turistik hareketleri düzenlemek, yerel halkın algısını yansıtacak alan araştırmalarını gerçekleştirmek, mümkün olduğunca turistik ürünün tanıtılmasında, işletilmesinde ve yürütülmesinde yerel kaynakların istihdamını sağlamak ve sürdürülebilir kılmak hedeflenmektedir. Bu çerçevede yapılan tüm turistik organizasyonlar insan doğası ve ihtiyaçlarına karşılık gelecek şekilde konumlandırılır.

Turist hareket ve davranışlarının yönetilmesi için alanında uzman personeli, liyakat ilkelerine göre hizmete sunmak yerel halkın algı ve davranışlarının olumlu yönde düzenlenmesine katkıda bulunacaktır. Bu katkının sürdürülebilir olması için, gelen turist kitleleri, tatil acentası, şirketler, dernekler, meslek oda ve kuruluşları gibi özel gruplara, ve son olarak da topluma mal olmuş kişiler, ünlü sanatçılar, politikacılar, siyasetçiler, gazeteciler gibi özel kişilerden oluşan turist popülasyonuna hizmet verirken, aşağıda belirtilen halkla ilişkiler ilkeleri fonksiyonel hale getirilmesi önem taşımaktadır;

- a. İmaj ve prestij'e önem vermek
- b. Açıklık politikalarını işlevsel kılmak
- c. Sorumluluk ağını oluşturmak ve işletmek
- d. İnanırcı ve doğru bilgi vermek
- e. Hem yerel hem de hedef turist kitlesiyle sürekliliği olan ve yenilenen ilişki ağı oluşturmak
- f. Personel alımında liyakat ilkelerinden taviz vermemek
- g. Dürüst davranmak, hizmet alan turistleri her şeyin üstünde tutmak

Bu ilkelerin fonksiyonel hale getirilmesi, yerel turizmin başarılı olmasına katkıda bulunan yerel halkın algısı, kavramlaştırmaları ve hedef turist topluluk ve kitlelerinin algıları, kavramlaştırmaları ve bireysel olarak karşılıklı uyum süreçlerini de doğrudan olumlu yönde yönetilmesini sağlayacaktır.

2. Etkili reklam ve pazarlama:

- a. Hizmet alan turist kitlelerinin eğilimleri, zevkleri, potansiyel ihtiyaçları, talep ettiklerinin belirlenmesi,
- b. İlgili turistik hizmet ya da ürünün yukarıda belirtilen turist kitlelerine uygun hale getirilmesi, bu uygunluk sağlanırken, yörenin sosyo-kültürel yapısı dikkate alınması,
- c. İlişki ve iletişim içinde olunacak yörenin ahlaki yapısı, gelenek göreneklerini de kapsayan toplumsal kurallarının dikkate alınması; örneğin içki içilmeyen yerde gece sabaha değin müzikli içkili eğlence yerlerinin fonksiyonel olmamasına dikkat edilmesi vb.
- d. Yerel kamuoyu ile sürekli ve yenilenen ilişki ve iletişim ağının kurulması ve güçlenmesi amacıyla yerel gazete, televizyon kanalları, seyahat acentaları, bilet satış büroları gibi mevcut kurumlarla işbirliği içinde olunması önem taşımaktadır. Unutulmamalıdır ki, çağımız tüketim toplumları için yapılan tüm reklam ve pazarlama aktiviteleri öncelikle ilgili bölgeye, sonra da ülkeye karşı sempati ve benimseme duygularını oluşturmayı hedeflemelidir. Bu doğrultuda oluşturulacak tüm olumlu duygu durumları sadece yabancı turist kitleleri ve özel gruplar için değil aynı zamanda yerli grup ve kitleler için de planlanmalıdır. Zira var olan kaynağı yitirme tehlikesi yeni kaynaklar oluşturma çalışmalarından daha kritik önem taşımaktadır.

3. Turizm odakları ile ilgili olarak yerel halkın eğitilmesi, eğitim programlarına katılımlarının sağlanması:

Turizm aynı zamanda psiko-kültürel bir aktivitedir. Bir turistik noktada turistik hareketlilik ile birlikte yerleşik olan halk bir değişim süreci içine girer. Bu değişim süreci olumlu yönde olduğu gibi olumsuz yönde de olabilmektedir. Köleoğlu (2018) 319 katılımcıya anket uyguladığı alan araştırması sonucunda, Gelibolu yarımadasındaki yerel halkın turizme yönelik algılarının olumlu olduğunu, 30 yaş üstünde bu olumluluğun sürdüğünü ve özellikle kadınların turizmin Çanakkale bölgesine daha çok destek olduğunu düşündüklerini saptamıştır. Bu çalışma da kültürel etkinin Çanakkale yöresi için birinci sırada geldiği belirtilmektedir.

Turistik bölgelere olan turistik girişler ve geçici konaklamalar beraberinde, yeni ve farklı birçok değer yargısı, davranışları, tutumları, yaşam biçimlerini, alışkanlıklara karşı karşıya kalmayı da beraberinde getirmektedir. Bu bileşenlerin tek tek yerel halk üzerinde kabul etme, sempati gösterme, hoşgörülü davranışların oluşması, kırsal tarzdan kentleşmeye doğru giden bir toplumsal gelişme yaratması; yabancı dil öğrenme isteği ve gayretlerinin artması, tarihsel ve kültürel değerlere sahip çıkma konusunda düzeyin artması, yeni iş alanlarının açılması, dolayısıyla yeni kurumların oluşturulması gibi değişimlere yol açması turizme olumlu etkiler olarak ele alınmaktadır. Öte yandan olumsuz etkilerde vardır ve bu etkiler ne yazık ki yöreyi ve yerel halkın algılarını zaman zaman yönetebilmektedir. Bunlar arasında hırsızlık vb. suç oranlarının artması, gerek yerli gerekse yabancı turist kitlelerine karşı yabancı düşmanlığının oluşması, mevcut kültürün ticarete dönüştürülmesi sayılabilir (Közleme ve Çil, 2017; Light, 2017; Özel, 2014; Kim ve Butler, 2015).

Eğitimli kesimin turizmin olumlu etkileri olduğuna ilişkin algıları ve hatta çevrelerini de olumlu yönde yönlendirdikleri, turizmden elde edilecek kazanımlara ilgi duydukları belirlenmiştir (Meimand vd., 2017). Bununla beraber yine eğitimli kesimin trafik, hava kirliliği, gürültü kirliliği, artan suç oranları gibi olumsuz etkilerin oluşmamasına yönelik yerel otoritelerle işbirliği yaptığı ve bu yönde çaba sarf ettikleri de turizm otoritelerince bilinmektedir. Bu yüzden yapılan halkla ilişkiler çalışmaları bu kesimle işbirliği kurularak eğitimi sınırlı yerel kamuoyuna yönelik yapılabilir. Eğitimi sınırlı yerel kamuoyunun olumlu algılarını arttırmak için halkla ilişkilerin önemli bir altyapı çalışması olan araştırma, saha çalışması ve tanıtım faaliyetleri kullanılan yöntemlerdendir. Bu tanıtımlar eğitici ve yönlendirici bilgiler içeren televizyon programları, halkın

katılımının sağlandığı konferanslar, mevcut sosyal medya araçları kullanılarak belirli bir düzen içinde yapılmaktadır. Bu bilgilendirici tanıtımların yanı sıra halk günleri, halk konserleri, halka açık turizm fuarları da aynı kitlesel eğitime katkıda bulunur.

4. Psiko-kültürel etkilerin yönetilmesi:

Turizmin bir toplumun kalkınma bileşenlerinden bir olduğu dikkate alındığında, elde edilen gelirin artırılması ve sürdürülebilir olması için temel odağı olan insana dokunan çalışmalar yapmak kritik önem taşımaktadır. Zira turizm bir toplumda çevreyi güncel değerlere göre yenileyen, yaşamsal ihtiyaçların sağlanmasındaki kalitenin artırılmasına kaynaklık eden, insan eşitliği ve cinsiyet ayrımcılığının elimine edilmesine katkıda bulunan bir katalizör kavram konumundadır. Turizm ve ulusal kalkınma arasındaki bu döngüsel etkileşim bölgesel turizmin iyileştirilmesi çalışmalarına da ilham vermiştir. Bu doğrultu da insanın ihtiyaçları ve kendini var etme biçimleriyle ilişkili turizmin bu yönü özellikle psiko-kültürel etkilerin yönlendirilmesiyle sürdürülebilir hale getirilmeye çalışılması birçok teorik modelin geliştirilmesine yol açmıştır. Bu modeller içinde en yaygın kullanılan 3 modelden, birincisi Doxey (1975) tarafından geliştirilen Tolerans Modeli'dir. Tolerans modeli belli bir bölgedeki yerel halkın turistik aktiviteler ve hareketliliğe yönelik algı ve tutumlarının pozitiften negatife doğru bir yol izleyebileceğine dikkati çekmektedir. İkinci model Butler (1980) tarafından geliştirilen Turizm Yaşam Döngü Modeli'dir. Bu model tolerans modelini destekleyerek, geliştirilmiş halidir. 1992 yılında Ap turizm bölgelerinde yaşayan yerel halkların turizme ilişkin algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik, sosyal değişim teorisine temellenen bir model geliştirmiştir. Sosyal psikolojinin de ana konularından olan sosyal değişim teorisine bu model, yerel halkın turistik çalışmalar ve hareketliliğe yönelik tutumlarını, bu doğrultudaki davranışları ve bakış açılarını ortaya koyarak yönetme ve yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu modeller günümüzde sürdürülebilir turizm kazanımları çalışmaları için halen temel teorik platformları oluşturmaktadır.

Ülkemizde yerel halkın algı ve tutumlarını ortaya çıkarmak üzere birçok bölgede çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalara, Alanya'da (Boğan ve Sarıışık,2018), Alanya ve Gazipaşa'da (Tayfun ve Kılıçlar, 2004), Ayvalık ta (Avcıkurt ve Soybalı, 2002), Belek' te (Kuvan ve Akan, 2005), Bodrum'da Cengiz ve Kırkbir (2007), Kuşadası'nda (Çavuş ve Tanrısevdi, 2003), Foça'da (Gümüş ve Özüpekçe, 2009), Isparta'da (Doğan ve Üngören, 2012), Afyonkarahisar'da (Özdemir ve Kervankıran, 2011), Van'da (Alaeddinoğlu, 2007), Sivas'ta (Alaeddinoğlu, 2008), Didim'de (Ayazlar ve Ayazlar, 2016), Mardin'de (Toprak, 2015), Konya'da (Bilim ve Özer, 2013), Mazı Köyü ve Türkbükü'nde (Yılmaz ve Filiz, 2017), Muğla'nın Dalyan ilçesinde (Türker ve Türker, 2014) ve Erzincan'da (Güneş ve Alagöz, 2018) yapılan çalışmalar örnek oluşturmaktadır. Bu çalışmaların sonuçları yerel halkın algı, tutum ve davranışlarının turizmden elde edilecek kazanımların sürdürülebilir olmasında doğrudan etkili olduğu yönündedir. Bunlara ek olarak turizmi bir iş kolu ve kazanç olanağı olarak ele alan yerel halk tutum ve davranışları için Çetin (2009) ve Özşen, Köksal ve Demirtaş'ın (2017) Ankara'nın Beypazarı İlçesinde turizmin ekonomik olarak algılandığı, ve bu algının kente göçü engellediğine vurgu yapan çalışmaları örnek olarak verilebilir.

Buraya kadar verilen bilgiler ışığında turizm alanında gerek büyüme ve gelişme, gerekse bu gelişmenin sürdürülebilir olması yolunda temel unsur, turistik hareketliliğin oluşturulduğu bölgelerde yaşayan halk kitlelerinde olumlu etkiyi sağlayacak algı, tutum ve davranışların yönetilmesini sağlamaktır. Bu yönde yapılan, yukarıda da belirtilen proje ve araştırmalarda kanıta dayalı bilimsel veriye ulaşmayı hedefleyen objektif ölçme araçları geliştirilmiştir. Bunlara örnek olarak ülkemizde de geçerlik güvenilirlik çalışmasının yapıldığı Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği (Sustainable Tourism Attitude-Sus-Tas, Ayazlar, 2017) verilebilir. Ülkemize özgü geliştirilen ölçeklere de, Turizm algısını belirleme ölçeği (Gündüz, 2018) örnek verilebilir.

2. Sonuç ve Öneriler

Bu derleme çalışmasında turizm alanında arz ve talebin doğrudan belirleyicisi ve turizm kazanımlarının sürdürülebilirliğinin artırılmasında etkili olan halkın algı, tutum ve davranışlarına dikkati çekerek, ileride yapılacak çalışmalara ilham verecek bir kavramsal çerçeve sunmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda kavramsal tanımlama yapılmış, bu tanımlamaların işlevselliğe nasıl dönüştürülebileceğine ilişkin bilgiler sunularak, alanda psikososyal bileşenlerle ilgili çalışmalara temel oluşturacak ipuçları sunulmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmalarda insan faktörü ve eğilimleri ile ilgili halkla ilişkiler disiplini temele alınarak işbirliği çalışmalarına yer verilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu alanda ülkemizde doğrudan psikososyal bileşenleri ele alan çalışmaların neredeyse yok denilecek kadar az olduğunun bilgisi bu alanda çalışmaların ivedilikle yapılmasının gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. Endüstriyel psikologların, sosyal psikologların çalışmalarını bu yönde arttırmaları psikososyal bileşenlerle ilgili sınırlı bilgilerin ortadan kaldırılmasına katkıda bulunacaktır. Zira algı, tutum, değerlendirme bireysel düzeyde, kanıta dayalı sistematik ölçüm yolları ile ortaya çıkarılacak çalışmalar doğrudan yukarıda belirtilen psikoloji alanının iki temel alt dalının konusudur. Psikososyal bileşenlerle ilgili çalışmaların azlığına karşın kitlesel ve toplumsal düzeyde birçok çalışma vardır. Bu konuda son yıllarda yapılmış olan algı yönetimi çalışması örnek oluşturabilir. Çalışma işletme alanında çalışan profesyoneller tarafından yapılmış değerli sonuçlara işaret etmiştir (Hamzaçebi ve Yozgat, 2019). Oğurlu (2014) daha çok kültürel değerlerin kentsel kimliklerle etkileşimlerini vurguladığı çalışmasında insani değerlerin daha kitlesel düzeyde etkili olduğundan bahsetmiştir. Pelit ve Çetin (2019) turizm işletmelerindeki insan kaynakları yönetiminin personel seçme ve yerleştirmedeki yaşanan sorunlara yararlı etkilerini vurgulamıştır.

Turizmin toplumsal kalkınmaya etkilerinin önemi hatırlandığında, toplumsal gelişme ve büyümenin temel yapı taşlarından biri olduğu gözardı edilemez. Bu durumda sürdürülebilir turizm gelirleri ve kazanımları için yerel halkın algı, tutum ve davranışlarının olumlu katkılar düzeyinde olabilmesini sağlamanın yolu bu alanda neden sonuç ilişkilerini ortaya koyan çalışmalar yapmaktan geçmektedir. Oldukça özet şeklinde olsa da bu makale de verilen bilgiler ve yapılan çalışmalar daha çok durum saptamaya yönelik çalışmalardır. Bundan sonra ki adımın mutlaka olumsuz ve olumsuz etki yaratan yerel halkın algı, davranış ve tutumlarına yol açan bileşenleri ortaya çıkarıp, bu bileşenler üzerinden turizm hareketlilik çalışmalarına yön vermenin daha işlevsel olduğu tartışma götürmez bir gerçektir.

Yararcı yaklaşımların yerel halka sunulması beraberinde sürdürülemez turistik kazanımlara varma sonucunu da getirebilir. Başka bir deyişle turizmi bir iş kolu gibi algılayan yerel kamuoyu bir gün bu iş kolundan verim alamaz hale gelebilir. Bunun yerine yerel bölgelere özgü doğal mirası korumanın önemini vurgulayan, çevresel kaynakların insan ve toplum yaşamında kritik önem taşıdığına parmak basan, yaklaşımlar bu kaynakların verimli kullanılmasının da gerekliliğini öne çıkarmış olacaktırlar. Halkın psikososyal yapısının, geleneksel değerlerinin ve kültürel mirasının önemine yönelik yaşayacağı farkındalık beraberinde bunların korunması ve gerek yerel gerekse yabancı toplumlardan gelen ziyaretçilerle paylaşmayı getirecektir. Nitekim yerel halkın psikososyal ve ekonomik yapısına uzun dönemli katkıda bulunacağı bilgisinin tüm bilgilendirici ve tanıtıcı eğitim programlarında kitle iletişim araçları kullanılarak verilmesi, turizme ve turizme yönelik hareketliliğe olan algı ve tutumların olumlu etki yapacak düzeyde yönetilmesini beraberinde getirecektir. Böylesi bir sonuca varmak için multidisipliner bir bakış açısı ve çalışma ağının temellendiği endüstriyel ve sosyal psikologların doğrudan bireye özgü olan algı ve tutum kavramlarını konu alan çalışmalar yapmaları gereklidir.

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5 (1), 1-16.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas kentinde halkın turiste ve turizme Bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-23.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ayazlar, R.A. ve Ayazlar, G. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Bilim, Y. ve Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya'da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri. *Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*, 14-16.
- Boğan, E. ve Dedeoğlu, B.B.(2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamalarına ilişkin karşılaştırmalı bir çalışma: Alanya ve Sapanca örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 10 (2): 26 – 41.
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma. *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 12, 325 – 342.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1).
- Çavuş, S. & Tanrısevdi, A. (2003). Resident's Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study in Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Çiçek D. (2017). *Bir kalkınma modeli olarak sakin şehirlerde yerel halkın turizm desteği: Ege- Marmara bölgesi örneği*, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 256 sayfa, Eskişehir.
- Doxey, G.V. (1975). A. Causation Theory of Visitor-Resident Irritation: Methodology And Research Inference. *Proceedings of The 6th Annual Conference of the Travel Research Association*. San Diego, CA:Travel Research Association, .195-98
- Hamzaçebi, A.B. ve Yozgat, U. (2019). Turizm sektöründe algı yönetiminin rolü. *International Journal of Management and Administration*, 3 (5), 51 – 65.
- Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Gündüz, S. (2018). Yerel Halkın Turizm Algısını Belirlemeye Yönelik Alternatif Bir Ölçek Geliştirme: Karataş Destinasyonu Örneği. *Journal of Yasar University*, 13/52, 343-357.
- Güney, S. (2015). Turist Psikolojisi. *Turizm – Sağlık ve Hukuk Sempozyumu, Sempozyum Bildiri Kitapçığı*, 221 – 229, 3 – 5 Nisan 2015, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Kim, S. & Butler, B. (2015). Local Community Perspectives Towards Dark Tourism Development: The Case Of Snowtown, South Australia, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(1), 78-89.
- Kozak, M.A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 24, Sayı 1, Bahar: 7 – 22.
- Köleoğlu, N. (2018). Turizmin etkilerine karşı yerel halkın algılarının değerlendirilmesi: Gelibolu tarihi alan bölgesinde bir araştırma, *Selçuk İletişim*, 11 (2): 214 – 231.
- Közleme, A. O. ve Çil, G. (2017). Çanakkale Halkının Siyasi ve İnanç Eğilimlerine Göre Çanakkale Şavaşı ve Şehitliği Algısı, *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(3), 669-700.

- Kuvan, Y. & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706
- Light, D. (2017). Progress in Dark Tourism and Thana Tourism Research: An Uneasy Relationship with Heritage Tourism, *Tourism Management*, 61, 275-301.
- Meimand, S.E., Khalifah, Z., Zavadskas, E., Mardani, A., Najafipour, A.,A. & Ahmad, U. (2017). Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural Perspective. *Sustainability*, 9, 1170, 1-29.
- Oğurlu, İ. (2014). Çevre – Kent İmajı – Kimliği – Kent Kültürü Etkileşimlerine Bir Bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi FenBilimleri Dergisi*, 26, 275 – 293.
- Özdemir, M.,A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1 – 25.
- Özel, Ç.,H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 57–68.
- Özşen ZS, Köksal Y ve Demirtaş N. (2017). Beypazarı Halkının Turizmin Ekonomik Etkileri Üzerine Algısı. *The Journal of Academic Social Science*, 5(59), 439-456.
- Pelit, E. ve Çetin, A. (2019). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak Performans Değerlendirme ve Sorunlar: Kavramsal Bir Değerlendirme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 11 (2): 165 - 203.
- Toprak, L. (2015). Mardin’de Halkın Turizm Algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54).
- Türker, G.,Ö. ve Türker, A. (2015). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 243 – 260.
- Urry, John (2009). *The tourist gaze (Turist bakışı)*. Bilgesu Yayıncılık, İstanbul, 312 sayfa.
- Yılmaz, Ö.,D. ve Filiz, A. (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazi Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1799-1824