



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:17.06.2020 ✓Accepted/Kabul:26.08.2020

DOI:10.30794/pausbed.753992

Araştırma Makalesi/ Research Article

Buzlukçu, C. ve Avcıkurt, C. "Yavaş Şehirlerde Yerel Halkın Yer Kimliği ve Topluluğa Bağlılıklarının Sürdürülebilir Turizm Tutumlarına Etkisi: Seferihisar'da Bir Araştırma", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 117-138.

YAVAŞ ŞEHİRLERDE YEREL HALKIN YER KİMLİĞİ VE TOPLULUĞA BAĞLILIKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARINA ETKİSİ: SEFERİHİSAR'DA BİR ARAŞTIRMA*

Cemali BUZLUKÇU**, Cevdet AVCIKURT***

Öz

Yerel halk, bir bölgedeki turizm gelişiminden hem etkilenen hem de bu gelişim sürecini etkileyen bir unsurdur. Yerel halkın turizme yönelik olumlu algıları turizm gelişimine ve turistlere yönelik olumlu tutumlar doğururken, olumsuz algılar olumsuz tutumları beraberinde getirmektedir. Bu etkileşim ilgili alanyazında sosyal değişim teorisi, bütünleşik tehdit teorisi vb. gibi çeşitli kuramlar ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada ise yer kimliği ve topluluğa bağlılık yaklaşımları esas alınmıştır. Kimlik kuramına dayanarak geliştirilmiş olan bu faktörler, bireyin kimlik bileşenlerinin davranışları üzerinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu açıdan ele alındığında, bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin o bölgede yaşayan bireylerin kimliği ile uyumlu olup olmadığı ve bu durumun turizme yönelik algı ve tutumlar üzerindeki etkisi incelenmesi gereken bir konudur. Buradan hareketle araştırmanın amacı yerel halkın yer kimliğinin ve topluluğa bağlılığının, sürdürülebilir turizm tutumu üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Seferihisar'da yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilmiş 500 kişiden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Veri toplama işlemi 2019 yılı Mayıs-Haziran ayları içerisinde yüz yüze görüşmeler sonucu gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonrası yerel halkın yer kimliğinin ve topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizme yönelik tutumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bölgede gelişen turizm faaliyetlerinin yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını destekleyici veya zarar vermeyecek uygulamalarla yürütülmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılık, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Yerel Halk

THE EFFECT OF RESIDENTS' PLACE IDENTITY AND COMMUNITY ATTACHMENT ON SUSTAINABLE TOURISM ATTITUDE IN CITTASLOWS: A RESEARCH IN SEFERİHİSAR

Abstract

Resident appear as a factor that is both affected by the tourism development in a region and affects this development process. While the positive perceptions of the local people towards tourism give rise to positive attitudes towards tourism development and tourists, negative perceptions bring along negative attitudes. It has been tried to be explained with various theories such as social change theory, integrated threat theory, etc. In this study, place identity and community loyalty approaches are taken as basis. In this study, developed on the basis of identity theory, suggest that the individual has an impact on the behavior of identity components. From this point of view, whether tourism activities developing in a region are compatible with the identity of the individuals living in that region and the effect of this situation on the perceptions and attitudes towards tourism is an issue to be examined. From this point of view, the aim of the research is to reveal the effect of local people's place identity and commitment to the community on sustainable tourism attitude. Data were collected from 500 people living in

*Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi BAP tarafından 2018/100 nolu proje ile desteklenmiş "Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, BALIKESİR

e-posta: cemalibuzlukcu@balikesir.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-6207-5735>)

***Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, BALIKESİR

e-posta: avcikurt@balikesir.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-9169-9763>)

Seferihisar and identified by convenience sampling using the survey technique. Data collection was carried out in May-June 2019 by face-to-face interviews. After the analyzes, it has been determined that the local people's commitment to the place identity and community has a significant effect on their attitudes towards sustainable tourism. It is recommended that the tourism activities developing in the region be carried out with practices that support or do not harm the local people's place identity and their loyalty to the community.

Key Words: *Place Identity, Community Attachment, Sustainable Tourism Attitude, Resident.*

1. GİRİŞ

İnsanlığın içinde bulunduğu teknolojik, kültürel ve sosyal dönüşüm ve değişimler bireyleri yalnızlaştırmakta, toplumdan uzak atomize birer insan haline getirmektedir (Yazıcı, 2019). Küreselleşme ve kapitalizmin toplumsal hayat üzerindeki azımsanmayacak etkileri de bu sonuçların doğmasını güçlendirmektedir (Tümtaş ve Ergun, 2016). Özellikle şehirler, kasabalar ve köyler zamanın yarattığı baş döndürücü hız ayak uydurmaya çalışmakta ve bunun sonucu olarak birçok toplumda mahalle ilişkileri ve hatta komşuluk ilişkileri en alt seviyelere inmiş durumdadır. Şehirlerin küresel düzen içerisinde birbirine benzeyen yapılar ve mekanlarla dolmaya başladığı da söylenebilir (Keskin, 2012: 85). Birey içerisinde bulunduğu toplum, kültür ve sosyal ilişkilerden ayrı düşünülemez. Bundan dolayı sosyal ilişkilerin neredeyse yok olduğu bu şehirlerde yaşayan birey için yer kimliğinden ve topluluğa bağlılıktan söz etmek de güçleşecektir (Fried, 2000). İşte bu noktada yavaş şehir (cittaslow) olgusu farklı bir anlayışla ortaya çıkmakta ve yerel kimliğin ve kültürün korunmasını ve bunun sürdürülebilir bir anlayışla yürütülmesini savunmaktadır.

Yavaş şehirler birer turistik ürün olarak ortaya çıkmaya da sahip olduğu turistik ürün niteliklerine benzer özellikler ve zaman içerisinde turistlerin artan ilgisiyle birlikte ziyaret edilen birer destinasyon olmuşlardır. Son zamanlarda yavaş şehirlerin birer marka haline dönüşmesiyle birlikte, özellikle kıyı şeridinde yer alan yavaş şehirlerin yaz dönemlerinde yoğun ziyaretçi akınına uğradığı görülmektedir (Yüksel, Funda, Kılıç ve Akçay, 2020). Seferihisar da bunlardan biridir. Seferihisar, Türkiye'nin ilk yavaş şehri olma özelliğine sahiptir. 2009 yılında yavaş şehir unvanı alan Seferihisar'ın bu özelliği ile birlikte kent kimliğini koruyan, yerel halkın bölgedeki gelişmelerde söz sahibi olduğu, toplumsal kalkınmayı önemseyen ve turizmin sürdürülebilir bir felsefe ile yürütüldüğü bir kent olması beklenmektedir. Böylece, bölgede yürütülen turizm faaliyetlerinin o bölgeye zarar vermediği, aksine bölge kültürünü ve kimliğini koruyucu yönde çalışmalarla desteklemiş olması gerekmektedir. Bu noktada yerel halkın turizme yönelik fayda temelli yaklaşımının dışında, yer kimliği ve topluluğa bağlılık algılarının turizm faaliyetlerine yönelik tutumları üzerinde ne düzeyde etkili olduğu araştırılmak istenen konuların başında gelmekte ve bu algıların araştırılmasının Seferihisar'ın da sahip olduğu yavaş şehir felsefesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktada, yavaş şehir felsefesinin yerel kimliği koruyup, toplumsal etkileşimi olumlu yönde geliştirmesi ile turizmin yaratacağı olumsuz etkiler arasında ince bir çizgi bulunmaktadır. Çalışmada; bu çıkış noktasından hareketle Seferihisar'da yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı ve sürdürülebilir turizm tutumları arasındaki ilişki incelenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yer Kimliği

Yer, insanların deneyimleri ve düşünceleri ile anlamlı bir alana dönüştürülmüş bir dizi mekandır. İnsanlar, mekanları sembolik anlamların merkezi haline getirir ve mekanları sembolik manzaralara dönüştürür. Zaman içerisinde bu anlamlar yerel uygulamalar ve ritüeller yoluyla kabul edilir ve pekiştirilir (Brown ve Perkins, 1992). Yerin anlamı, bireyler için önemi ve bireylerin günlük yaşamlarındaki rolü ile ilgilidir (Gustafson, 2001). Yer ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar, insanların yerler üzerinden kendilerini tanımladığını ve böylece bir yer kimliği geliştirdiğini göstermiştir (Greider ve Garkovich, 1994). Böyle bir kimlik, fiziksel dünya hakkındaki belirli değerlerden, tutumlardan, inançlardan ve bu ortamla doğrudan gerçekleştirilen deneyimlerden doğar (Proshansky vd. 1983: 62).

Yer kimliği, birçok farklı disiplin için mekan ve kimlik arasındaki ilişkiyi inceleyen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kavramın anlam kazanması, sosyal psikolojinin bir alt dalı olan çevre psikolojisi alanında 1970'li

yıllardan sonra yoğunluk kazanan araştırmalara dayanmaktadır (Göregenli, 2010). 1970’li yıllara kadar; bireyin benliğinin ve benlikle yakından ilgili kimlik ve kişilik gibi diğer unsurların oluşmasında fiziksel çevrenin etkisi neredeyse göz ardı edilmiştir. Bunun sebepleri arasında; psikoloji biliminin çalışma alanlarının bu yıllara kadar daha çok klinik ortamlarda sıkışıp kalması, bireyin diğer faktörlerle etkileşimini dikkate almaması gösterilebilir (Türksoy, 1986).

Proshansky (1978), Proshansky vd. (1983) ve Proshansky vd.’nin (1987) yer kimliğini benlik teorisine dayandırarak ele aldıkları çalışmaları ile bu kavramın kuramsal temelleri de atılmıştır. Bu çalışmalarda yer kimliği, insanın doğal ve yapılandırılmış çevreyle, fiziksel dünyayla ve diğer insanlarla ilişkilerinde tercihleri, beklentileri, duyguları, değerleri ve inançları tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini yapısında birleştiren karmaşık bir örüntü olarak tanımlanmıştır. Yani yer kimliği teorisi bireyin belirli bir fiziksel alanın üyesi olmaktan kaynaklı oluşan benliğine işaret eder. Breakwell (1986) ise, kimlik süreci teorisi olarak adlandırdığı teoride, yerlerin kimliği oluşturan önemli unsurlardan biri olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre, ait olduğumuz yerlere bağlı olarak kimliğin farklı yönleri ortaya çıkar, çünkü yerler bizim için anlamı ve önemi olan sembollere sahiptir. Yerler kişisel hatıraları temsil etmekle birlikte, gruplar arası ilişkilerde sosyal ve tarihsel olarak da mevcuttur, yani toplumun sosyal anılarını da temsil eder.

Breakwell (1986, 2001), kimlik süreci teorisinde dört temel boyuttan bahseder. Bunlar ayırt edicilik veya benzersiz olma, süreklilik-devamlılık, benlik saygısı ve öz-yeterlidir. İlk boyutta kişisel bir ayırt edicilik veya benzersiz olma duygusunun kurulması gerektiği ileri sürülür. Buna göre ayırt edici özelliklerin vurgulanması bireylerin sosyal kimliğini tanımlaması için temel bir unsurdur. Örneğin, kültürel ve fiziksel olarak benzersiz bir mekanda yaşayan halkın, bu mekana diğer mekanlara göre daha fazla aidiyet duyacağı ileri sürülmektedir. İkinci boyut olan süreklilik-devamlılıkta, bir yerin fiziki ve işlevsel niteliklerinin bu yere bağlılık derecesini etkileyeceğinden bahsedilir. Benlik saygısı boyutunda ise, bireyin kendisini ait hissettiği grupla ilgili yapmış olduğu değerlendirmeler ön plana çıkar. Bu aidiyet bir yer ile ilişkili olarak değerlendirildiğinde, o yerin niteliklerinin benlik saygısını desteklediği ifade edilebilir. Örneğin, tarihi olarak önemli bir destinasyonda yaşamak, oradaki topluluğa ait olduğunu hissetmek, bireylerde gurur duyma hissini açığa çıkarabilir. Kısaca bir yerin niteliklerine bağlı olarak o yere ait olma duygusu, bireyde olumlu bir benlik saygısı oluşturabileceği gibi, yine ait olunan yerin niteliklerine bağlı olarak bireyde olumsuz duygular oluşturması ise memnuniyetsizliğe sebep olabilmektedir. Son olarak öz-yeterlik, yaşanılan yerin, bireyin çeşitli durumlarda oluşan taleplerine karşılık verebilme yeterliğine olan inancını ifade etmektedir. Yaşanılan yerlerin bireylerin yaşam biçimlerini desteklemesi veya en azından engellememesi öz yeterlik duygusunun korunmasını sağlayabilmektedir.

Lalli (1992: 294-295) ise, yapmış olduğu çalışmada, kent kimliğini 5 boyutlu olarak ele almıştır. Bunlar, karşılaştırma, aidiyet, geçmiş, aşinalık ve bağlılıktır. Karşılaştırma, kentte yaşayan bireylerin kendi şehirleri ile diğerler şehirler arasında, şehrin algılanan biricik özellikleri ve karakterine bağlı olarak yapmış oldukları kıyaslamayı ifade etmektedir. İkinci boyut olan aidiyet, daha öznel ifadeleri bünyesinde barındırır ve bireyin şehirdeyken kendini evindeymiş gibi hissetme durumunu ölçmeyi amaçlar. Bunu yaparken de literatürde sıklıkla bahsi geçen ait hissetme ve köklülük kavramlarına vurgu yapar. Geçmiş boyutu ise, kentsel çevrenin öznel süreklilik duygusuna vurgu yapar. Bireyin yaşadığı kente dair kişisel deneyimlerinin sembolleştirilmesi ve kendi geçmişi ile yaşadığı kentin biyografisi arasında bir bağ kurulmasını ifade eder. Üçüncü boyut olan aşinalık, şehirdeki günlük deneyimlerin etkilerini kapsar. Bireyin kentsel ortamda gerçekleştirdiği eylemlerinin sonucu olarak kente aşina olduğu varsayılmaktadır. Son olarak bağlılık, kentin bireyin kişisel geleceği için algılanan önemini ve orada kalma isteğini taahhüt eder.

İnsan ve mekan arasında yaşanan etkileşimin farklı perspektiflerden ve farklı kavramlarla açıklandığı çalışmalara da rastlamak mümkündür. Fakat kavramların çoğunun benzer anlamlar içerdiği söylenebilir. Bu etkileşimin tanımlanmasında kullanılan en yaygın kavramlar; yer kimliği (Proshansky, 1978; Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983; Proshansky ve Fabian, 1987; Twigger-Ross ve Uzzell, 1996), kent kimliği (Lalli, 1992), yer aidiyeti (Low ve Altman, 1992), yer bağlılığı (Kyle, Graefe ve Manning, 2005), kökleşme (Relph, 1976; Tuan, 1974), yer belleği (Lewicka, 2011) ve yer bağlarıdır (Hammitt, Backlund ve Bixler, 2004). Kimi araştırmalarda yer kimliği ve yer bağlılığını içeren iki boyutlu yer aidiyeti yapısı görülmektedir (Bricker ve Kerstetter, 2000; Kyle, Absher ve Graefe, 2003; Williams ve Vaske, 2003; Williams, Patterson, Roggenbuck ve Watson, 1992). Sosyal bağların

yer aidiyetinin üçüncü bir bileşeni olarak kabul edildiği çalışmalara da rastlamak mümkündür (Kyle ve diğerleri, 2005). Bir başka çalışmada ise; yer aidiyeti, yer kimliği ve yer bağlılığının; tutumun üç boyutu olan duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarla kavramsal olarak benzer olduğu ileri sürülmüştür. Bu yapıya yer hissi veya yer temelli duygular adı verilmiştir (Jorgensen ve Stedman, 2001; Yüksel, Yüksel ve Bilim, 2010; Chen ve Phou, 2013). Bu çalışmalarda bahsi geçen yer kavramı; bir evi, daireyi, sosyal bağların bulunduğu bir mahalleyi, iş yerini veya diğer ilgili fiziksel ortamları tanımlamaktadır. Aynı zamanda bu bakış açılarının ortak noktası kişinin fiziki bir çevre ile olan ilişkisinin esasen bu yerlerle arasında geçen somut deneyimlerden kaynaklandığının kabul edilmesidir. Bu yerler birey tarafından doğrudan tecrübe edilebilecek ve kendisi için öznel olarak anlamlı olan yerlerdir.

2.2. Topluluğa Bağlılık

Göregenli, Karakuş, Kösten ve Umuroğlu'na (2014: 5) göre, *“Mekana bağlılık ve aidiyet duygusu tek taraflı bireysel bir oluşum değildir; kişiler, kimlikler ve mekanlar arasındaki karşılıklı etkileşim kolektif bir oluşumu gerektirmektedir. Bu bağlamda mahalleye kıyasla daha geniş bir mekan ölçeği olarak kente bağlılığın anlaşılması, kent kimliği ve topluluğa bağlılık duygusu kavramlarının birlikte düşünülmesini zorunlu kılmaktadır”*. Bundan dolayı bu araştırmada hem yer kimliği hem de topluluğa bağlılığın bir arada yer aldığı söylenebilir. Kasarda ve Janowitz (1974), topluluğu kendi yaşam döngüsü ve ekolojisi olan, kurumsal ve normatif boyutlara sahip bir sosyal yapı olarak tanımlamaktadır. Bu sosyal yapı; aile hayatına ve toplumsallaşma süreçlerine dayanan karmaşık bir arkadaşlık, dostluk ve akrabalık ağları sistemi ve resmi ve gayri resmi ilişkisel bağlar olarak görülmektedir. Topluluk kavramı, fiziksel çevrenin, sosyal bağların, sembolik anlamların ve kültürel mirasın yer aldığı birtakım iç içe geçmiş olgulara atıfta bulunurken, yer kavramı daha çok fiziksel çevreyi ön plana çıkarır. Topluluk kavramı, fiziksel unsurları, bir coğrafi mekanı anlamlı ve yaşanabilir hale getirmek için diğer olgularla bütünleştirir. Bu açıdan bakıldığında topluluk, yer kavramını bünyesinde barındırmaktadır (Mannarini, Tartaglia, Fedi ve Greganti, 2006).

Topluluğa bağlılık kavramı, bir toplumda yaşayan bireyler arasındaki sosyal ilişkileri esas almaktadır (Brehm, Eisenhauer ve Krannich, 2004). Başka bir ifadeyle bir toplumda yaşayan bireylerin diğer bireylerle olan ilişkilerini ve bireyin topluma sosyal anlamda katılmasını ve toplumla bütünleşmesini ifade etmektedir (McCool ve Martin, 1994). Bireylerin toplumsal ve sosyal iletişimlere girerek yaşadıkları yere olan bağlılığını sağlayan unsurlara gelenekler, aile bağları, ekonomik, sosyal ve politik bağlar örnek verilebilir (Trentelman, 2009). Bununla birlikte bireylerin topluluğa bağlılığı genellikle o toplumda yaşama süresi ve topluluğun bulunduğu coğrafyada doğmuş olmakla yani ortak bir mirasa sahip olmakla da ilişkilendirilmektedir (Um ve Crompton, 1987).

Topluluğa bağlılık üzerine yapılan çalışmalarda bir yere aidiyet, bireylerin, orada yaşayanlara ve yerin onlara sağladığı sosyal etkileşimlere bağlanması anlamına gelmektedir (Woldoff, 2002). Lalli'de (1992), mekansal bağların büyük ölçüde önem kazandığını, çünkü sosyal bağları sembolize ettiğini belirtmiştir. Dolayısıyla, sosyal bağların bir kısmı, bireylerin yaşadıkları yerlerde etkileşimde buldukları diğer insanlara bağlanma ve bir kısmı da mekanın temsil ettiği sosyal gruba bağlanmayı içerir. Bu tür bir bağlanma ve yerin bir kişinin sosyal grubunu sembolize ettiğinin kabulü yer kimliği ile yakından ilişkilidir.

2.3. Sürdürülebilir Turizm Tutumu

Sürdürülebilirlik, bir toplumun, eko sistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden veya sistemin yaşamsal bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Murphy, 1994). Sürdürülebilirlik anlayışının yansımalarını turizm alanında da görmek mümkündür. Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizm kavramını; ziyaretçilerin, turizm endüstrisinin, fiziksel çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan bir anlayış olarak tanımlamıştır (UNWTO, 2019). Sürdürülebilir turizm yalnızca çevrenin korunması olarak değerlendirilmemektedir. Aynı zamanda uzun dönemli ekonomik istikrar ve toplumsal gerçekliklerle de ilişkilidir. Sürdürülebilir turizm, turizm sektörü ile turist, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkilerden dolayı meydana gelen gerginlik ve sürtüşmenin azaltılmasını amaçlayan olumlu bir yaklaşıma sahiptir. Hem doğal hem de insan kaynaklarının kalitesi ve daha uzun süre devamlılığını sağlamak için çalışan bir yaklaşımdır (Bramwell ve Lane, 1993: 2). Sürdürülebilir turizm ile turistik çekicilikleri oluşturan doğal, tarihi, kültürel ve diğer kaynakların korunması, taşıma kapasitesi dikkate alınarak bölgeye gelen

ziyaretçi sayısının kontrol altında tutulması, yerel ekonomiye katkıda bulunulması, yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki etkileşim sonucu karşılıklı hoşgörünün sağlanması ve önyargıların azaltılması mümkündür (Bramwell ve Sharman, 2000: 21).

Sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde yerel halkın önemi göz ardı edilemez. Çünkü yerel halk, ev sahibi topluluk olarak bölgelerinde meydana gelen gelişmelerden doğrudan etkilenir (Gürsoy ve Rutherford, 2004). Aynı zamanda destinasyondaki turistik çekiciliklerin bir kısmını üreten, kaynakları kullanan ve yok etmeden gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacak olan da yine yerel halkın kendisidir. Bu açıdan bakıldığında yerel halk, turizm gelişim sürecinden hem etkilenen hem de etkileyen konumundadır. Bununla birlikte bir destinasyonda gelişim gösteren turizm faaliyetlerine yönelik yerel halkın sergilediği tutumlar da onların sürdürülebilir turizm açısından ne kadar önemli bir paydaş olduğunu belirleyen bir diğer unsurdur. Dolayısıyla turizmin sürdürülebilir gelişimi, büyük ölçüde, diğer bileşenlerin yanı sıra, turizmin yerel topluluklar üzerindeki etkilerini azaltan stratejiler kullanarak olumsuz sonuçları en aza indirecek iyi bir planlama ve yönetim sistemine dayanmaktadır (Faulkner ve Tideswell, 1997).

Sürdürülebilir turizm anlayışında yerel halkın önemli bir faktör olduğunun kanıtlarından biri de, turistlerin beklentilerinde yatmaktadır. Turistler için yerel insanlarla tanışmak, yerel toplumun örf, adet ve geleneklerine doğrudan şahit olmak ve dünyayı onların gözüyle görmek, eşsiz bir deneyimi beraberinde getirir. Yerel halkla turistler arasında meydana gelen bu etkileşim, turistin seyahatini daha değerli hale dönüştürebilir. Ayrıca, turistlerin hangi beklentilerle kendi bölgelerini ziyaret ettiklerinin farkına varan yerel halk, bu beklentileri karşılayacak turistik çekicilikleri oluşturan kültürel değerler ve ekolojik sistem gibi unsurlara sahip çıkma eğiliminde olurlar. Yaşadıkları destinasyonda meydana gelebilecek aşırı gelişme sonucu; atık, trafik ve su gibi altyapı sorunlarına yönelik tedbir almaya başlayabilir ve bölgedeki flora ve faunanın korunması adına çeşitli faaliyetlerde bulunabilirler (Hichcock, 1999). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumları farklı biçimlerde meydana gelebilmektedir. Yerel halkla işbirliği içerisinde yürütülen, onların yaşam alanlarına zarar vermeyecek faaliyetlere karşı olumlu tutum sergilerken (Bramwell ve Sharman, 2000); sosyal, ekonomik ve çevresel maliyetlerin arttığı bir ortamda yerel halkın turizme yönelik tutumunun olumsuz olması beklenmektedir (Ap, 1992).

İlgili alanyazında yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyen çeşitli faktörler bulunduğu görülmektedir. Bunlar; yerel halkın demografik özellikleri (Brougham ve Butler, 1981; Korça, 1998), turist davranışları ve yerel halkın turist davranışlarını algılama düzeyi (Williams, 2002; Doğan, 2004), yöreyi ziyaret eden turist sayısı (Faulkner ve Tideswell, 1997), yerel halkın kültür, sosyal yapı, değerler vb. özellikleri (Chen, 2000; Iroegbu and Chen, 2001), yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi (Belisle ve Hoy, 1980), yerel halkın destinasyonda yaşama süresi (Cavus ve Tanrısevdi, 2002; Um ve Crompton, 1987; Liu, Sheldon ve Var, 1987; McCool ve Martin, 1994), turizmden ekonomik fayda sağlama (Allen, Long, Perdue ve Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997; Sirakaya, Teye ve Sonmez, 2002) ve turistik merkeze yakın veya uzak ikamet etmeleri (Jurowski ve Gürsoy, 2004) olarak sıralanabilir. Bunların dışında topluluğa bağlılık ve yer kimliği gibi faktörlerin de yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyebileceği yapılan araştırmalarla ortaya çıkarılmıştır (Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016).

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Yer kimliği üzerine yapılan çalışmaların; kent, mahalle, ev gibi yaşam çevrelerine ve park, yapay göletler vb. gibi doğal çevre ve rekreasyon alanlarına veya kutsal mekanlar, iş yerleri, sanal mekanlar gibi diğer mekansal ölçekler (Lalli, 1992; Qingjiu ve Maliki, 2013; Karakuş, 2014; Lee, Yap ve Levy, 2016; Bernardo ve Palma-Oliveira, 2016) dikkate alınarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun dışında göçmenlerin göç ettikleri bölgelere yönelik tutumları (Fried, 1982; Green, 2005; Hernandez, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess, 2007; Liu, 2015) veya bir yerde yaşayan farklı etnik grupların oraya yönelik algılarının (Mazumdar, Mazumdar, Docuyan, McLaughlin, 2000; Karakuş, Göregenli, Umuroğlu, 2014) konu edildiği araştırmalar mevcuttur. Bununla birlikte turizm alanında yer kimliği üzerine yapılan az da olsa çalışmalar mevcuttur. Örneğin; Hallak, Brown ve Lindsay (2012), yer kimliğinin turizm işletmesi sahiplerinin girişimcilik performansı üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Buna göre, turizm girişimcilerinin yer kimliğinin girişimci öz-yeterlik ($\beta=0,39$; $p<0,05$) ve toplum için destek ($\beta=0,35$; $p<0,05$) üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Cheng ve Wu (2015); yer aidiyeti, çevresel

bilgi ve çevreye duyarlı davranışları bütünleştirerek sürdürülebilir bir ada turizmi geliştirme modeli oluşturmayı amaçlamışlardır. Penghu Adaları'nda yapılan araştırmanın sonuçları, turistlerin ada hakkındaki çevresel bilgilerinin çevresel duyarlılığı yüksek derecede etkilediğini ($\beta=0,64$; $p<0,001$) göstermektedir. Bununla birlikte turistlerin ada turizmi için sahip olduğu çevresel duyarlılık, yer aidiyetini ($\beta=0,60$; $p<0,001$) etkilemektedir. Penghu'nun turistler tarafından algılanan yer aidiyeti derecesi, çevreye duyarlı davranışı da olumlu yönde ($\beta=0,45$; $p<0,001$) etkilemektedir.

Stylidis (2018), yerel halkın turizme yönelik tutumlarını yer aidiyeti ve yerin algılanan imajı üzerinden incelemiş ve bir model önerisi sunmuştur. Buna göre, yer aidiyetinin yerin algılanan imajını ($\beta=0,41$; $p<0,001$) ve yerin algılanan imajının da turizmin algılanan etkilerini ($\beta=0,74$; $p<0,001$) olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ginting ve Wahid (2017) ise, kültürel miras turizminde yer kimliğinin önemini incelemişlerdir. Buna göre, kültürel mirası meydana getiren tarihi binalar ile bireylerin yer kimliği arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tarihi binaların birer sembol olarak varlığı, bireylerin yer kimliği algılarını güçlendirmekte ve bu destinasyona benzersiz bir şekilde bağlılık göstermelerini sağlamaktadır. Ginting, Rahman ve Nasution (2018), Endonezya'nın Karo Regency bölgesinde yer alan beş turistik destinasyonda yaptıkları araştırmada; sektör temsilcileri, yerel yönetimler ve akademisyenlerle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, yerel halk ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin yer kimliği düzeyleri de incelemiş ve buna bağlı olarak bir turizm gelişim programı önerisinde bulunulmuştur. Ayırt edilebilirlik (\bar{x} : 3,18) ve benlik saygısı (\bar{x} : 3,22) en güçlü yer kimliği öğeleri olarak bulunurken, süreklilik (\bar{x} : 3,16) ve öz yeterlilik (\bar{x} : 3,16) en zayıf boyutlar olarak tespit edilmiştir. Fakat yer kimliği düzeyinin genel olarak düşük olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte yer kimliği düzeyinin düşük olmasının turistlerin bölgedeki geceleme sayılarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Wang ve Xu (2015), Çin'in güney bölgesinde yer alan Zhuhai kentinde yaşayan yerel halkın turizme yönelik tutumlarını Breakwell'in (1986) ortaya koyduğu dört boyutlu (ayırt edilebilirlik, süreklilik, benlik saygısı ve öz yeterlilik) yer kimliği modeli üzerinden incelemiştir. Yerel halk turizm ilişkisini konu edinen araştırmalarda, yerel halkın turizme yönelik tutumlarının tespitinde daha çok sosyal değişim teorisinin kullanılmasına rağmen, bu araştırma yerel halkın turizme yönelik tutumlarını yer kimliği bakış açısıyla ele almıştır. Yer kimliğinin alt boyutları ile turizmin olumlu olumsuz etkilerine yönelik tutumlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Yerel halkın bölgelerinde turizm gelişimini desteklemelerine yönelik tutumları ile turizmin etkileri arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Sonuç olarak yerel halkın yalnızca turizmden sağladığı çıkarlarla hareket etmediği, bölgedeki turizm faaliyetlerinin yerel halkın kimliği ile uyumlu olmasının da önemli olduğuna vurgu yapılmıştır.

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarında yer kimliğinin etkisinin incelendiği bir diğer çalışma ise Wang ve Chen (2015) tarafından, Amerika Birleşik Devletleri'nin Indianapolis eyaletinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, yerel halkın yer temelli benlik saygısının turizme yönelik olumlu ($\beta=0,42$; $p<0,001$) ve olumsuz ($\beta=-0,28$; $p<0,001$) tutumlarda ve yerel halkın öz yeterliliğinin turizme yönelik olumlu ($\beta=-0,23$; $p<0,001$) ve olumsuz ($\beta=0,50$; $p<0,001$) tutumlarda etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, destinasyondaki ikamet süresinin yer kimliği ve turizme yönelik olumlu ve olumsuz tutum arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynadığı görülmüştür. Araştırmacılar, yer kimliği ve sosyal değişim teorisinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğunu ve her ikisinin de yerel halk turizm etkileşiminin değerlendirilmesinde kullanılmasını önermiştir.

Yerel halkın mekana bağlılık ve topluluğa bağlılıklarının, kültürel mirasa yönelik algı ve korumaya yönelik tutumları ile ilişkisinin incelendiği bir diğer araştırmada ise (İşçi, Güzel ve Ataberk, 2018), mekana bağlılık yer kimliği ile eşdeğer bir kavram olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak ele alınan bağlılık, algı ve tutum kavramları arasındaki ilişkinin güçlü olduğu ortaya çıkarılmıştır. Diğer bir ifade ile bağlılık kavramının kültürel mirasa yönelik pozitif algının ve kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumun önemli öncülleri olduğu ortaya çıkarılmıştır.

4. HİPOTEZLER

Yer kimliğinin; bireysel benliğin, sosyal kimliklerin ve yer temelli algıların da katkısıyla birlikte, bireyin yaşadığı fiziksel çevre ile kurulan ilişkiler boyunca oluşan karmaşık deneyimlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Göregenli vd., 2014: 76). Burada vurgulanan karmaşık deneyimler, yalnızca yaşanan yerin deneyimlenmesi sonucu oluşan çevresel bir algıyı değil aynı zamanda kişi, grup, topluluk ya da alt kültürler düzeyinde öznel ve bağlamsal bir sürekliliği ifade etmektedir (Göregenli, 2010). Yani bireyin içinde yaşadığı toplulukla olan ilişkisi de

yer kimliğinin oluşmasında bir etken olarak düşünülebilir. Kimlik ve çeşitli düzeylerde (mahalle, kasaba, kent, ulus vb.) topluluğa bağlılık ile ilgili gerçekleştirilen ampirik çalışmaların sonuçlarında da her iki olgunun birbiriyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Bonaiuto, Breakwell ve Cano, 1996; Rollero ve De Piccoli, 2010; Göregenli vd. 2014; Meloni, Fornara ve Carrus, 2019). Buradan hareketle aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H1: Yerel halkın yer kimliği algısının topluluğa bağlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

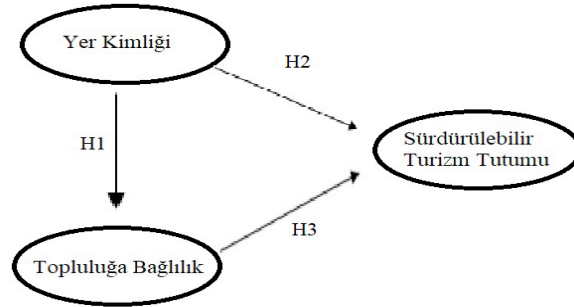
Wang ve Xu (2015), yer kimliği ile yerel halkın turizme yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Bununla birlikte turistlerin algıladıkları yer aidiyetinin tekrar ziyaret etme niyeti (Silva ve Correia, 2017) ve ağızdan ağza iletişim (Chen, Dwyer ve Firth, 2014) üzerinde etkileri olduğu ortaya koyulmuştur. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H2: Yerel halkın yer kimliği algısının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Yer aidiyetine benzer şekilde, topluluğa bağlılığın da turizme yönelik tutumlar üzerinde etkili olduğunu tespit eden araştırmalar mevcuttur (McCool ve Martin, 1994; Tsai ve Shiue, 2010). Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H3: Yerel halkın topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

İlgili alanyazına dayanarak oluşturulmuş hipotezleri gösteren simgesel model Şekil 1’de belirtilmiştir. Bu hipotezleri test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.



Şekil 1: Simgesel Model

5. YÖNTEM

Bu araştırmada yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumlarında yer kimliği ve topluluğa bağlılığın etkisi incelenmiştir. Araştırma alanı olarak İzmir ili Seferihisar ilçesi seçilmiştir. Detaylı bir ilgili alanyazın taraması yapıldıktan sonra araştırmada kullanılacak olan anket formu oluşturulmuştur. Katılımcıların yer kimliği düzeyini ölçmek amacıyla, Kent Kimliği Ölçeği (Lalli, 1992) kullanılmıştır. Bu ölçeğin, Göregenli (2010: 189- 190) tarafından Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Ölçek 5 boyut (karşılaştırma, aidiyet, geçmiş, aşinalık ve bağlılık) ve 20 maddeden meydana gelmektedir. Katılımcıların topluluğa bağlılık düzeylerini belirlemek amacıyla ise, İşçi vd. (2018), Nicholas, Thapa ve Ko’dan (2009) Türkçeye uyarladıkları topluluğa bağlılık ölçeği tercih edilmiştir. Bu ölçek tek boyutlu ve 4 maddedir. Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumunu ölçmeyi amaçlayan Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği (SUS-TAS) ise, Ribeiro, Pinto, Silva ve Woosnam (2017) tarafından orijinalinden revize edilmiş ve daha az maddeye indirilmiş bir ölçektir. Ölçek 7 boyut (çevresel sürdürülebilirlik, uzun dönem planlama, algılanan ekonomik fayda, ziyaretçi memnuniyeti, toplum katılımının maksimizasyonu, algılanan sosyal maliyetler ve toplum merkezli ekonomi) ve 21 maddedir. Bu ölçekler daha önceki çalışmalarda güvenilirliği ve geçerliği sağlanmış ölçeklerdir. Ölçek maddelerinin tepki kategorileri, 5’li Likert derecelemesinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum,.....,5-Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmıştır.

Yavaş şehirlerde yaşanan yerel halk bu çalışmanın genel evrenini oluştururken, Seferihisar’da yaşayan yerel halk çalışma evrenini temsil etmektedir. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak ise olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Saha araştırması Seferihisar ilçe

merkezi ile diğer turistik mahallelerde yoğunlaştırılmıştır. 2018 yılı istatistiklerine göre Seferihisar nüfusunun 43 bin 546 kişi olduğu tespit edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019). Buna göre 383 verinin örneklem yeterliğini sağlayabileceği kabul edilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Ural ve Kılıç, 2013: 47). Fakat eksik ve hatalı sonuçlar çıkabilmesi ihtimaline karşın Seferihisar’da yaşayan toplam 500 kişiden veri toplanmasına karar verilmiştir. Veri toplama sürecine geçmeden önce pilot uygulama yapılmıştır. 27-28 Nisan 2019 tarihinde, araştırmacılar tarafından Seferihisar’da yaşayan 55 kişi ile yüz yüze gerçekleşen görüşmeler sonucu toplanan verilerin güvenilirlik ve geçerlikleri incelenmiştir. Buna göre, tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,30’dan büyük olduğu ve yapı geçerliğini bozacak maddenin bulunmadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte, ölçeklerin güvenilirlik analizleri sonucu Cronbach’ın alfa katsayılarının 0,70 üzerinde olduğu ve madde toplam korelasyon katsayılarının 0,30’dan büyük olduğu tespit edilmiştir. Anket, 2019 yılı Mayıs-Haziran ayları içerisinde profesyonel anketörler tarafından Seferihisar’da yaşayan yerel halka uygulanmıştır.

Ortalama değerleri önemli ölçüde etkileyebilecek (İslamoğlu ve Alınacı, 2014: 262) uç ve aykırı değerleri kontrol etmek amacıyla kutu grafiğinden (box-plot) yararlanılmıştır. Hatalı, eksik ve uç değer olduğu gözlenen 15 anket formu veri setinden çıkarılmış, analizlere 485 anket ile devam edilmiştir. Daha sonra veri setinin parametrik analizlere uygunluğu kontrol edilmiştir. Konuya ilişkin ilgili alanyazında farklı testlerin kullanıldığı görülmektedir. Yazıcı ve Yolacan’ın (2007: 175) da belirttiği gibi, araştırmacılar verilerin normal dağılıma uygunluğunu tespit etmeye yarayan yaklaşık 40 farklı test geliştirmişlerdir. Fakat bunlar içerisinde en fazla kullanılan ve kabul görenleri; Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk ve Varyansların Homojenliği (Levene Test) gibi testlerdir. Bunların dışında verilerin normalliği, Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) katsayıları ile de değerlendirilebilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 79; Büyüköztürk, 2017: 480). Basıklık çarpıklık değerlerinin kabul edilebilir seviyeleri ile ilgili de farklı görüşler olduğu anlaşılmaktadır. Bu katsayıların ± 2 değerleri arasında olması gerektiğini ileri süren araştırmalar (Kunnan, 1998: 313) olduğu gibi, çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ise ± 10 arasında bir değer alması gerektiğini belirten araştırmalar da (Kline, 1998: 77) bulunmaktadır. Bu araştırmada çarpıklık değerinin +1,969 ile -1,869, basıklık değerinin ise +4,807 ile -1,536 değerleri arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu açıklamalar doğrultusunda araştırmada kullanılan verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin verilerin normal dağılıma uygun olduğu kabul tespit edilmiş ve analizler için parametrik testlerden faydalanılmıştır.

6. BULGULAR

Katılımcıların sosyo-demografik bilgileri Tablo 1’de belirtilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %54,4’ü erkek, %45,6’sı kadındır. Yaş dağılımlarına göre en büyük grubu %23,9 ile 45-54 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır. 55-64 yaş aralığındaki katılımcılar toplam katılımcıların %20,8’ini oluştururken, 25-34 yaş aralığındaki katılımcılar %20’ini meydana getirmektedir. Katılımcıların %13,8’inin 35-44 yaş aralığında %12,8’inin ise 65 yaş ve üzerinde ve son olarak %8,7’sinin 18-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Evli olanların toplam örneklemin %67,4’ünü, bekar olanların ise %32,6’sını oluşturduğu belirtilmiştir. Katılımcıların %23,7’nin ilkökul, %36,9’u ortaöğretim-lise, %22,7’si önlisans, %13,8’i lisans ve %2,9’u da lisansüstü mezundur. Katılımcıların %30,5’inin 2020 TL ve altı gelire, %22,5’inin 2021-3000 TL arasında, %22,7’sinin 3001 TL- 4000 TL arasında, %10,1’inin 4001 TL-5000TL arasında, %9,1’inin 5001 TL-6000TL arasında ve %5,2’sinin de 6001 TL ve üzeri gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %21,9’u serbest meslek sahibi, %17,3’ü işçi, %13,8’i emekli, %13,8’i ev hanımı, %12,6’sı da esnaftır. Bununla birlikte 4 çiftçi ve 3 gemi kaptanı araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların %38,8’i 1-10 yıl arası Seferihisar’da yaşamaktadır. %32,4’ü 21 yıl ve üzeridir Seferihisar’da yaşadığını belirtirken, %28,9’u ise, 11-20 yıl arası burada yaşadığını ifade etmiştir. Katılımcıların Seferihisar’da ikamet durumları incelendiğinde %95,7’sinin sürekli olarak Seferihisar’da ikamet ettiği görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Bilgileri

	n	%			
Cinsiyet			Gelir		
Kadın	221	45,6	2020 ₺ ve altı	148	30,5
Erkek	264	54,4	2021 ₺-3000 ₺	109	22,5
Yaş			3001₺-4000 ₺	110	22,7
18-24	42	8,7	4001 ₺-5000 ₺	49	10,1
25-34	97	20	5001 ₺-6000 ₺	44	9,1
35-44	67	13,8	6001 ₺ ve üzeri	25	5,2
45-54	116	23,9	Meslek		
55-64	101	20,8	İşçi	84	17,3
65 ve üzeri	62	12,8	Emekli	67	13,8
Eğitim Durumu			Ev hanımı	67	13,8
İlköğretim	115	23,7	İşsiz	21	4,3
Ortaöğretim-lise	179	36,9	Serbest meslek	106	21,9
Önlisans	110	22,7	Memur	40	8,2
Lisans	67	13,8	Öğrenci	29	6
Lisansüstü	14	2,9	Akademisyen	3	0,6
Medeni Durum			Esnaf	61	12,6
Evli	327	67,4	Gemi Kaptanı	3	0,6
Bekar	158	32,6	Çiftçi	4	0,8
Kaç yıldır Seferihisar'da yaşıyorsunuz?			Seferihisar'da ikamet durumunuz?		
1-10 yıl	188	38,8	Yalnızca belirli dönemlerde	21	4,3
11-20 yıl	140	28,9	Sürekli	464	95,7
21 yıl ve üzeri	157	32,4	Toplam	485	100
Toplam	485	100	Toplam	485	100

Araştırmada kullanılan faktör analizi, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemi ve Kaiser Normalizasyonlu Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yer kimliği ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucuna Tablo 2'de yer verilmiştir. Bağlılık boyutuna ait bir madde (bag18) ve Geçmiş boyutuna ait bir maddenin (gec9) binişik madde olmasından dolayı ölçekten çıkarıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, Aşinalık ve Geçmiş boyutlarının bir araya gelerek ölçeğin 4 boyut altında birleştiği tespit edilmiştir. Maddelere ait faktör yükleri incelendiğinde gec10 maddesinin faktör yükünün düşük olduğu görülmektedir. Fakat Stevens (2003: 294), 300 ve üzeri örnek büyüklüğü için 0,298 faktör yükünün anlamlı olabileceğini, 600 ve daha büyük örnek büyüklükleri için ise, 0,210 faktör yükünün kabul edilebileceğini belirtmiştir. Ayrıca, Büyüköztürk (2002: 473-474) tarafından ifade edilen "Faktör yük değerleri, bir korelasyon değeri olarak istatistiksel anlamlılık bakımından da incelenebilir. Düşük korelasyon miktarlarının da örneklem arttıkça anlamlı çıkma olasılığının artacağı unutulmamalıdır" ifadesinden hareketle ölçek madde sayısını daha fazla azaltmamak adına bu madde ölçekte tutulmuştur. Ölçeğin KMO değerinin ve boyutlara ait güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Yer Kimliği Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Aşına-Geçmiş	Aidiyet	Bağlılık	Karşılaştırma	
		$\alpha:0,851$	$\alpha:0,871$	$\alpha:0,797$	$\alpha:0,793$	
asi14	Bu şehir bana gerçekten çok tanıdık geliyor.	,745				,630
gec12	Bu kenti o kadar iyi tanıyorum ki çok eski bir fotoğrafını bile görsem tanırım.	,712				,631
asi13	Seferihisar'da her dolaştığımda kendimi bu kente ait hissedirim.	,694				,666
asi15	Bu şehri her gün çok yoğun duygularla yaşıyorum.	,682				,595
asi16	Kesinlikle Seferihisar'da kalmak isterim.	,646				,598
gec11	Bu şehre içten bir bağlılık hissediyorum; çünkü burasıyla ilgili pek çok anım var.	,552				,525
gec10	Başka bir yerde yaşayabileceğimi düşünmüyorum, eğer yaşarsam kendimle ilgili pek çok şeyden vazgeçmek zorunda kalacağım.	,292				,554
aid6	Kendimi Seferihisarlı olarak görüyorum.		,826			,754
aid5	Seferihisar'ı memleketim olarak görüyorum.		,807			,727
aid7	Seferihisar'da kendimi evimdeymiş gibi hissediyorum.		,788			,697
aid8	Bu şehir benim bir parçam.		,765			,690
bag20	Bu şehir, günlük yaşamımda çok önemli bir yer tutar.			,807		,748
bag19	Kişisel geleceğimde Seferihisar'ın çok önemli bir yeri var.			,799		,743
bag17	Seferihisar'ın geleceğini merak ediyorum, nasıl bir yer olacağını görmek istiyorum.			,647		,595
kar2	Diğer kentlerle kıyaslandığında Seferihisar pek çok avantaja sahiptir.				,796	,661
kar3	Seferihisar turistlere tavsiye edilebilecek bir kenttir.				,768	,599
kar1	Seferihisar, diğer kentlerde yaşayanlar tarafından itibarlı, saygın bir kent olarak görülür.				,763	,590
kar4	Bu şehir, diğer şehirlerin imrendiği, özendiği özelliklere sahiptir.				,761	,616
Faktör Özdeğerleri		3,306	3,124	2,596	2,595	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		18,367	17,356	14,421	14,415	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		64,559				
Ölçeğin Toplam Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,897				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı		0,911				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=4007,951$, $df=153$, $p<0,001$				

Topluluğa bağlılık ölçeği faktör analizi sonuçları Tablo 3'de belirtilmiştir. Buna göre, yerel halkın topluluğa bağlılığını ölçen tek faktörlü yapının özdeğeri 2,629'dür. Açıklanan varyans oranı %65,728 ve Cronbach'ın alfa katsayısı 0,823'tür. Buna göre ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu söylenebilir. Ortak varyans değerlerinin tamamının 0,50'den yüksek olduğu da görülmektedir.

Tablo 3: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktör	Ortak Varyans Değeri
topb3	Seferihisar'da yaşayan halka manevi bir bağlılık hissediyorum.	,874	,764
topb1	Seferihisar'daki yerel gelenek ve göreneklerin yaşatılması benim için önemlidir.	,836	,699
topb4	Seferihisar'da halk arasında yaşanan olaylar beni de ilgilendirir.	,808	,653
topb2	Seferihisar'da diğer insanlarla kurduğum arkadaşlıklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.	,716	,513
Faktör Özdeğeri		2,629	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		65,728	
Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,823	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,739	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=767,750$, $df=6$, $p<0,001$	

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına ise Tablo 4'de yer verilmiştir. Algılanan Ekonomik Fayda boyutuna ait bir madde (aef2), düşük faktör yüküne sahip olması ve binişik özellik sergilemesinden dolayı analiz dışı bırakılmıştır. Çıkarılan madde sonrası ölçek yapısının 5 boyut ve 20 maddeden oluştuğu görülmüştür. Bununla birlikte Algılanan Ekonomik Fayda ve Uzun Dönem Planlama boyutları ile Toplum Katılımının Maksimizasyonu ve Toplum Temelli Turizm boyutlarının bir araya gelerek iki yeni boyut oluşturmuştur. Ortaya çıkan 5 boyutun güvenilirlikleri incelenmiştir. Algılanan Sosyal Maliyetler boyutunun güvenilirlik katsayısının (α)0,414 olmasından dolayı, bu boyutu oluşturan üç maddenin ölçek yapısından çıkarılmasına karar verilmiştir. Çıkarılan maddelerden sonra faktör analizi tekrarlanmıştır. Analiz sonrası 17 maddenin 4 boyut altında toplandığı görülmüştür. Ölçeğin KMO değeri ve boyutlara ait güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Ziy. Mem. Sağ.	Ekon. Fayda ve Plan.	Top. Kat. ve Top. Mer. Tur.	Çevresel Sürd.	
		$\alpha:0,791$	$\alpha:0,782$	$\alpha:0,735$	$\alpha: 0,743$	
zms1	Seferihisar'daki turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almaktadır.	,801				,684
zms3	Seferihisar'a gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	,793				,684
zms2	Turizm endüstrisi Seferihisar'a gelen ziyaretçilere iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	,772				,677
aef1	Turizmin Seferihisar halkının ekonomisine katkı sağladığına inanıyorum.		,735			,640
udp1	Seferihisar turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.		,721			,574
udp2	Başarılı bir turizm yönetimi için, iyi koordine edilmiş planlara ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.		,713			,615
udp3	Seferihisar'da turizmin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.		,583			,501
aef3	Seferihisar'a yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.		,573			,512
tkm2	Turizmi geliştirme çalışmalarına Seferihisarlılar tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.			,717		,566
tkm1	Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar'daki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.			,633		,510
tmt3	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu Seferihisar'daki üretimle karşılanmalıdır.			,618		,549

tkm3	Şehirdeki turizm yatırımlarında Seferihisarlılara daha fazla fırsat verilmelidir.			,550		,509
tmt1	Seferihisar'daki turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgede yaşayan insanlardan sağlamalıdır.			,531		,504
tmt2	Seferihisar'da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.			,494		,538
cs1	Seferihisar'da doğanın çeşitliliğine değer vermeli ve doğayı korumalıyız				,822	,684
cs2	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.				,819	,693
cs3	Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.				,768	,600
Faktör Özdeğerleri		2,733	2,684	2,473	2,037	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		16,076	15,788	14,547	11,984	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		58,394				
Ölçeğin Toplam Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,850				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,884				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2= 2709,198, df=136, p<0,001$				

Ölçeklere açıklayıcı faktör analizi sonrasında doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve ölçekler arasındaki ilişkilerin test edilmesi için de yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. Tablo 5'te yer kimliği ölçeği DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Test edilen modelin standart regresyon katsayıları incelendiğinde Aşinalık ve Geçmiş boyutunun bir maddesinin (gec10), Tabachnick ve Fidell'in (2007) standart regresyon katsayılarının alt sınırı olarak belirttiği 0,32 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddeden sonra analizlere 4 boyut ve 17 madde ile devam edilmiştir. Modelin uyum iyiliği indekslerinin tavsiye edilen değerlerde olduğu ve iyi uyum sergilediği görülmektedir. Karşılaştırma boyutu için AVE değerinin 0,50'ye oldukça yakın fakat bu değer altındadır kaldığı anlaşılmaktadır. Kritik değer olarak 0,50 kabul edilmesine rağmen, diğer güvenilirlik ve geçerlik kriterlerinin sağlandığı durumlarda 0,50'den düşük değerler de kabul edilebilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981: 46). Aşinalık ve Geçmiş boyutu için de AVE değerinin karekökünün ilgili boyutun diğer boyutlarla olan korelasyonundan küçük olduğu görülmektedir. Bu durum ayırışım geçerliliğine ters düşmektedir, ancak ayırışım geçerliliğinin bir diğer göstergesi de boyutlar arasındaki korelasyonun 0,85'ten küçük bir değere sahip olmasıdır (Kline, 1998; Chou, Boldy ve Lee, 2002: 52). Tablo 5'te yer alan korelasyon değerleri incelendiğinde bu şartın sağlandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Yer Kimliği Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Karşılaştırma \bar{x} : 4,50 s.s.: 0,481	kar4	4,45	,636	0,732			
	kar3	4,56	,594	0,666	0,068	12,545	***
	kar2	4,46	,634	0,765	0,076	13,738	***
	kar1	4,54	,586	0,634	0,066	12,029	***
Aidiyet \bar{x} : 4,33 s.s.: 0,666	aid8	4,23	,799	0,774			
	aid7	4,36	,756	0,766	0,055	17,034	***
	aid6	4,36	,788	0,831	0,057	18,597	***
	aid5	4,38	,796	0,801	0,058	17,9	***
Bağlılık \bar{x} : 4,21 s.s.: 0,723	bag20	4,20	,883	0,775			
	bag19	4,24	,803	0,817	0,058	16,582	***
	bag17	4,20	,886	0,69	0,062	14,391	***

Aşinalık ve Geçmiş x̄: 4,32 s.s.: 0,563	gec12	4,23	,835	0,708			
	gec11	4,35	,736	0,686	0,061	13,975	***
	asi16	4,25	,773	0,717	0,064	14,573	***
	asi15	4,36	,677	0,678	0,056	13,824	***
	asi14	4,42	,647	0,66	0,054	13,454	***
	asi13	4,33	,752	0,794	0,063	16,013	***
Uyum İndeksi	χ ² /sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,326	,052	,0418	,939	,918	,931	,959
Kabul Edilebilir Değerler: χ ² /sd: ≤ 5; RMSEA: ≤ 0,08; SRMR: <0.10; GFI: ≥ 0,8; AGFI: ≥ 0,8; NFI: ≥ 0,9; CFI: ≥ 0,9							

	C. Alpha	CR	AVE	Bağ.	Karş.	Aid.	Aşı. ve Geç.
Bağ.	,797	0,806	0,581	0,762			
Karş.	,793	0,794	0,492	0,293	0,701		
Aid.	,871	0,872	0,629	0,538	0,168	0,793	
Aşı. ve Geç.	,856	0,858	0,502	0,751	0,334	0,677	0,708
AVE= Σλ ² / Σλ ² +Σε ve CR=(Σλ) ² / (Σλ) ² + Σε formülüyle hesaplanmıştır.							

Tablo 6’da topluluğa bağlılık ölçeğine ait DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Buna göre, modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 4 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6: Topluluğa Bağlılık Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	x̄	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Topluluğa Bağlılık x̄: 3,81 s.s.: 0,953	topb1	4,04	1,104	0,681			
	topb2	3,65	1,210	0,938	0,143	10,589	***
	topb3	3,79	1,253	0,666	0,119	8,754	***
	topb4	3,77	1,145	0,739	0,103	10,065	***
Uyum İndeksi	χ ² /sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,484	,055	,0176	,994	,942	,985	,991
Kabul Edilebilir Değerler: χ ² /sd: ≤ 5; RMSEA: ≤ 0,08; SRMR: <0.10; GFI: ≥ 0,8; AGFI: ≥ 0,8; NFI: ≥ 0,9; CFI: ≥ 0,9							
α =0,82 AVE=0,58 CR=0,84							
AVE= Σλ ² / Σλ ² +Σε ve CR=(Σλ) ² / (Σλ) ² + Σε formülüyle hesaplanmıştır.							

Sürdürülebilir turizm tutum ölçeğinin DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri Tablo 7’de belirtilmiştir. Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm boyutunun bir maddesi (tkm1), Tabachnick ve Fidell’in (2007) standart regresyon katsayılarının alt sınır olarak belirttiği 0,32 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddelerden sonra analizlere 16 madde ve 4 boyut ile devam edilmiştir. Güvenirlik geçerlik değerleri için daha önce de belirtildiği gibi diğer güvenilirlik ölçütleri istenilen düzeyde ise AVE değerinin 0,50’nin altında olması kabul edilebilir bir durumdur (Fornell vd., 1981). Sonuçlar incelendiğinde modelin güvenilirlik ve geçerliğinin sağlandığı kabul edilmiştir.

Tablo 7: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Çevresel Sürdürülebilirlik	cs3	4,80	,400	0,607			
	cs2	4,81	,397	0,766	0,118	10,592	***
	cs1	4,80	,410	0,735	0,116	10,726	***
		\bar{x} : 4,80					
		s.s.: 0,327					
Ekonomik Fayda ve Planlama	aef3	4,52	,547	0,642			
	aef1	4,53	,550	0,690	0,087	12,432	***
	udp3	4,55	,521	0,641	0,084	11,345	***
	udp2	4,53	,523	0,713	0,087	12,218	***
	udp1	4,65	,484	0,550	0,076	9,979	***
		\bar{x} : 4,56					
		s.s.: 0,384					
Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm	tkm3	4,46	,554	0,633			
	tkm2	4,49	,536	0,563	0,082	10,446	***
	tmt3	4,48	,566	0,674	0,092	11,801	***
	tmt2	4,50	,559	0,717	0,091	12,516	***
	tmt1	4,52	,547	0,675	0,09	11,678	***
		\bar{x} : 4,49					
		s.s.: 0,406					
Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama	zms3	4,50	,559	0,753			
	zms2	4,43	,602	0,800	0,073	15,599	***
	zms1	4,15	,860	0,755	0,101	15,21	***
		\bar{x} : 4,36					
		s.s.: 0,577					

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,920	,044	,0379	,954	,936	,930	,965
Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$							

	C. Alpha	CR	AVE	Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	Çevr. Sür.	Ekon. Fay. ve Pln.	Ziy. Mem.
Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	0,789	0,788	0,428	0,654			
Çevr. Sür.	0,743	0,747	0,498	0,130	0,706		
Ekon. Fay. ve Pln.	0,789	0,784	0,422	0,780	0,314	0,650	
Ziy. Mem.	0,791	0,813	0,592	0,700	0,039	0,609	0,770
AVE= $\sum \lambda^2 / \sum \lambda^2 + \sum \epsilon$ ve CR= $(\sum \lambda)^2 / (\sum \lambda)^2 + \sum \epsilon$ formülüyle hesaplanmıştır.							

İlgili alanyazına dayalı olarak geliştirilen simgesel modeli test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Simgesel modelin YEM sonuçları ve uyum iyiliği indeksleri Tablo 8’de belirtilmiştir. Buna göre, modelde yer alan tüm yapıların aralarındaki ilişkilerin istatistiki olarak anlamlı olduğu, aynı zamanda parametre değerlerinin 1 değerinden küçük, tüm t değerlerinin ise $p < 0,05$ için teorik tablo değeri olan 1,96 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Modelin uyum iyilikleri incelendiğinde modelin yeterli düzeyde uyum sağladığı görülmektedir ($\chi^2/sd=1,519$, RMSEA=,033, SRMR=,0557, GFI=,892, AGFI=,876, NFI=,876, CFI=,953).

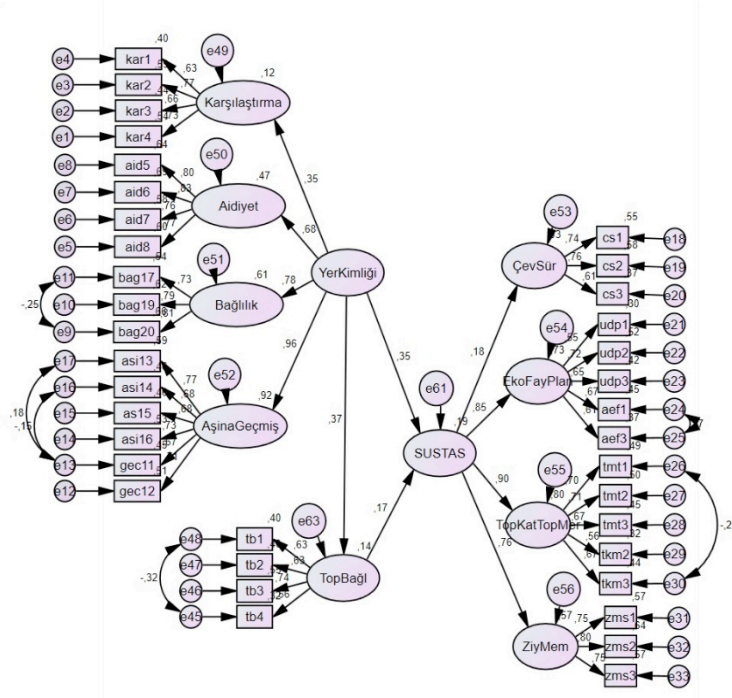
Tablo 8: Simgesel Model YEM Sonuçları ve Uyum İyiliği İndeksleri

Hipotez	İlişki	St. Reg. Kat.	t	p
H1	Yer Kimliği → Topluluğa Bağlılık	,369	4,381	***
H2	Yer Kimliği → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,348	2,582	,010
H3	Topluluğa Bağlılık → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,172	2,082	,037

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,519	,033	,0557	,906	,892	,876	,953

Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$

Modele ilişkin yapısal ilişkiler ele alındığında, yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta=0,37$, $p<0,001$) bir etkisinin olduğu görülmektedir. Yer kimliğinin sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde de pozitif ve anlamlı ($\beta=0,35$, $p<0,05$) bir etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte topluluğa bağlılığın sürdürülebilir turizm tutumunu pozitif ve anlamlı ($\beta=0,17$, $p<0,05$) bir biçimde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Buna göre ileri sürülen hipotezlerin üçü de mevcut verilerle desteklenmiştir.



Şekil 2: Simgesel Modele İlişkin Yapısal İlişkiler

Modelde yer alan değişkenler arasındaki etkilerin açıklanma gücü olarak ifade edilen R^2 değerleri incelendiğinde, yer kimliğinin alt boyutlar tarafından açıklanma düzeyi en yüksek olan boyutun aşinalık ve geçmiş boyutu olduğu ($R^2=0,919$), bunu sırasıyla bağlılık ($R^2=0,614$), aidiyet ($R^2=0,467$) ve karşılaştırmanın ($R^2=0,125$) takip ettiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkısı sağlayan boyut ise toplum katılımı ve toplum merkezli turizmdir ($R^2=0,803$). Bunu sırasıyla ekonomik fayda ve planlama ($R^2=0,730$), ziyaretçi memnuniyeti ($R^2=0,573$) ve çevresel sürdürülebilirlik ($R^2=0,033$) izlemiştir. Yer kimliği, topluluğa bağlılık ile ilgili varyansın %14'ünü ($R^2=0,136$) açıklamaktadır. Sürdürülebilir turizm tutumu için açıklanan varyansın %20'sinin ($R^2=0,195$) yer kimliği ve topluluğa bağlılığın eş zamanlı ve direkt etkisi ile ortaya çıktığı anlaşılmıştır.

7. SONUÇ

Yerel halkın turizme yönelik tutumları, bölge turizminin gelişimine yönelik planlardan turist memnuniyetine kadar birçok durumu etkileyebilmektedir. Bundan dolayı yerel halk, en önemli paydaşlardan birisi sayılmaktadır. Alanyazında yerel halk turizm ilişkisini konu edinen ve hangi faktörlerin yerel halkın turizme ve turistlere yönelik tutum ve davranışlarını etkilediğini ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalara rastlamak mümkündür (Um vd., 1987; Allen vd., 1988; Liu vd., 1987; Uysal vd., 1997; Williams, 2002; Doğan, 2004). Yerel halk turizm ilişkisi bu çalışmaların büyük bir bölümünde fayda maliyet temeli üzerinden değerlendirilmiştir. Fakat son zamanlarda bu çizginin dışına çıkılarak farklı yaklaşımlar ile birlikte bu ilişkinin incelenmeye çalışıldığı görülmektedir. Özellikle yerel halkın yaşadıkları yer ile aralarındaki psikolojik ve sosyolojik süreçler, onların turizme yönelik algı ve tutumlarını etkileyebilmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada yerel halk turizm ilişkisi farklı bir bakış açısıyla ele alınmış ve yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenleri üzerinden incelenmiştir.

Analizler sonucu yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bireyin yaşadığı yer ile olan etkileşimi sonucu kendi kimliğinde o yere dair barındırdığı birtakım özelliklerin içinde bulunduğu topluma bağlılıklarını arttıracığı söylenebilir. Çünkü yer kimliği, insanların yaşam alanlarına yönelik bireysel algılarına atıfta bulunur, topluluğa bağlılığın temel motivasyonlarına yol açar ve topluluğa katılımlarını geliştirir (Wijaya, Purnamasari ve Sitaresmi, 2018). İlgili alanyazında daha önce gerçekleştirilmiş araştırmalarda da yer kimliği ve topluluğa bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır (Bonaiuto vd., 1996; Rollero vd., 2010; Göregenli vd., 2014; Meloni vd., 2019).

Yer kimliğinin sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir şekilde etkili olduğu tespit edilmiştir. Wang ve Chen (2015), Wang ve Xu (2015) ve Wang' da (2016), yer kimliği ile yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Bu araştırmalarda yerel halkın yalnızca turizmden elde ettiği menfaatlere göre değil, bölgedeki turizm gelişiminin halkın kimliği ile uyum içinde olmasının önemine de vurgu yapılmıştır. Benzer şekilde topluluğa bağlılık ile sürdürülebilir turizm tutumu arasında da istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre topluluğa bağlılık sürdürülebilir turizm tutumunu olumlu yönde etkilemektedir. Yerel halkın topluluğa bağlılıkları ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalarda farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Bazı araştırmalarda topluluğa bağlılık ile turizme yönelik tutum arasında doğrudan ve yüksek derecede ilişkiler bulunurken (Gursoy ve Rutherford, 2004; Nicholas vd., 2009), topluluğa bağlılığın turizme yönelik tutum üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını ileri süren araştırmalara da rastlanmaktadır (Gursoy vd., 2002; Choi ve Murray, 2010). Um ve Crompton (1987) ve Deccio ve Baloglu' da (2002) topluluğa bağlılığı yüksek olan bireylerin turizme karşı daha az olumlu bir tutum sergiledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmanın sonucunda ise, yaşadığı topluluğa bağlı olan bireyin sürdürülebilir turizme yönelik tutumunun olumlu olacağı ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde yer kimliği ve topluluğa bağlılığın sürdürülebilir turizm tutumunu yüksek düzeyde etkilemediği, fakat yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarında destekleyici birer unsur oldukları söylenebilir. Bundan dolayı, bölgede gelişim gösteren turizm faaliyetlerinin yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını destekleyici veya zarar vermeyecek uygulamalarla yürütülmesi büyük önem arz etmektedir. Bu noktada Seferihisar' da ağırlıklı olarak yürütülen deniz, kum, güneş turizminin daha ileri boyutlara giderek kitlesel bir boyut kazanmasının ve bölgede geri dönüşü zor olabilecek ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetler yaratmasının önüne geçilmelidir. Bunun için bölgedeki projelerde özellikle çok yataklı turistik işletmelerin yapılmasının önüne geçilmelidir.

Aşinalık ve geçmiş boyutunun yer kimliğinin açıklanmasında en yüksek güce sahip olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise bağlılık, aidiyet ve karşılaştırma boyutları, yer kimliğinin açıklanmasına sırasıyla katkıda bulunmuşlardır. Aşinalık ve geçmiş boyutu, bireyin kent ile ilgili geçmiş deneyimlerine ve bilinç düzeyine vurgu yapmaktadır. Buradan hareketle, hatıra kalan yerler ve anıların yer kimliğinin hissedilmesinde en büyük katkıyı sağladığı söylenebilir. Bu noktada, Urry'nin (2015) çalışmasında da belirttiği, yerel halkın turizmin gelişimi ile birlikte fiziki ve sosyal çevrelerine karşı meydana gelen yabancılaşması Seferihisar özelinde görülmemiştir. Seferihisar halkı için kente dair simgelerin, sembollerin ve anlamların halen işlevini koruduğu söylenebilir. Bu algının sürdürülebilmesi için turizm gelişimi ile birlikte Seferihisar'ın geçmişine ve orada yaşayan bireylerin hafızasına yer etmiş mekanlara

zarar verilmemesi önem arz etmektedir. Seferihisar'da plansız yatırımlar ve sağlıksız gelişmelerin önüne geçerek bu durum engellenebilir. Burada turizm gelişimi ile yalnızca fiziki mekanlar değil, sosyal ilişkiler de zarar görebilmektedir. Bu nedenle ilçede faaliyete geçirilecek projelerin halkın ortak geçmişi ve kimliği dikkate alınarak planlanması gerekmektedir.

Toplum katılımı ve toplum merkezli turizm boyutu, sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkısı sağlayan boyut olarak tespit edilmiştir. Ekonomik fayda ve planlama, ziyaretçi memnuniyeti ve çevresel sürdürülebilirlik ise sürdürülebilir turizm tutumunun açıklanmasına sırasıyla katkı sağlamışlardır. Seferihisar halkının bölgedeki turizm gelişim sürecinde doğrudan yer alması gerektiğine ve yerel halka öncelik verilmesine vurgu yapan toplum katılımı ve toplum merkezli turizm boyutu, yerel halkın ekonomik fayda sağlamasına yönelik algısından daha öncelikli olduğu görülmektedir. Bu noktada, Seferihisar'da yaşayan halkın toplumsal çıkarları ön planda tuttuğu ve turizmin gelişiminin toplum merkezli bir bakış açısıyla gerçekleşmesi gerektiğini düşündüğü söylenebilir. Bu algıya bölgenin uzun zamandır yavaş şehir felsefesiyle yönetilmesi de sebep olmuş olabilir.

Yerel halk turizm etkileşimini konu edinen bundan sonraki araştırmalar için, farklı değişkenlerin de dahil edildiği çeşitli modeller test edilip, bunların etki güçleri ortaya çıkarılabilir. İki farklı destinasyon üzerinde yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenleri göz önünde bulundurularak araştırma tekrarlanabilir. Ayrıca bu iki farklı destinasyonun turistik ürün yaşam seyrindeki yeri dikkate alınarak da bu araştırma gerçekleştirilebilir. Böylece ürün yaşam sürecinin farklı aşamalarındaki destinasyonlarda yer kimliği ve topluluğa bağlılık seviyeleri üzerinden yorumlar yapılabilir. Bu araştırmada yer temelli algılar yalnızca yerel halk açısından değerlendirilmiştir. Bunun yerine turistlerin bir destinasyona yönelik algıları da bu değişkenler çerçevesinde incelenebilir. Son olarak yerel halkla yapılacak derinlemesine görüşmeler sonucu yerel halkın yer kimliğini etkileyen faktörlerin tespiti mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. ve Kieselbach, S. (1988). "The Impact of Tourism Development on Residents' Perceptions of Community Life". *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts". *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Asatryan, V. S., & Oh, H. (2008). "Psychological Ownership Theory: An Exploratory Application in The Restaurant Industry". *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), 363-386.
- Azak, Y. (2016). "Tüketim Kültürü Bağlamında Mekana Dayalı Kimlik İnşaları Ve Yaşam Tarzı Olasılıkları", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Belisle, F.J. & Hoy, D.R. (1980). "The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Columbia". *Annals of Tourism Research*. 7(1), 83-101.
- Bernardo, F. ve Palma-Oliveira, J. M. (2016). "Urban Neighbourhoods And Intergroup Relations: The Importance Of Place Identity". *Journal of Environmental Psychology*, 45, 239-251.
- Bonaiuto, M., Breakwell, G. M. ve Cano, I. (1996). "Identity Processes And Environmental Threat: The Effects Of Nationalism And Local Identity Upon Perception Of Beach Pollution". *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 6(3), 157-175.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). "Sustainable Tourism: an Evolving Global Approach". *Journal Of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Bramwell, B., & Sharman, A. (2002). "Approaches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation: the Case of the Hope Valley". In *Tourism and Sustainable Community Development* (ss. 35-53). Routledge.
- Breakwell, G. (1986). *Coping With Threatened Identities*. London: Methuen. <https://www.book2look.com/embed/9781317559399> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Breakwell, G. M. (2001). "Mental Models And Social Representations Of Hazards: The Significance Of Identity Processes". *Journal of Risk Research*, 4(4), 341-351.
- Brehm, J. M., Eisenhauer, B. W., & Krannich, R. S. (2004). "Dimensions Of Community Attachment And Their Relationship To Well-Being In The Amenity-Rich Rural West". *Rural Sociology*, 69(3), 405-429.
- Bricker, K., ve Kerstetter, D. (2000). "Level Of Specialization And Place Attachment: An Exploratory Study Of Whitewater Recreationists". *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
- Brown, B.B. ve Perkins, D.D. (1992). "Disruptions In Place Attachment". I. Altman ve S. Low (Editörler), *Place Attachment* içinde (s. 279-304). New York: Plenum.
- Brougham, J. E. ve Butler, R. W. (1981). "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to the Social Impact of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). "Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cavus, S. ve Tanrisevdi, A. (2002). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study in Kusadası, Turkey". *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Chen, J. S. (2000). "An Investigation of Urban Residents' Loyalty to Tourism". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(1), 5-19.
- Chen, C. F., ve Phou, S. (2013). "A closer Look At Destination: Image, Personality, Relationship And Loyalty". *Tourism Management*, 36, 269-278.
- Chen, N., Dwyer, L. ve Firth, T. (2014). "Effect of Dimensions Of Place Attachment On Residents' Word-Of-Mouth Behavior". *Tourism Geographies*, 16(5), 826-843.
- Cheng, T. M., & Wu, H. C. (2015). "How Do Environmental Knowledge, Environmental Sensitivity, And Place Attachment Affect Environmentally Responsible Behavior? An Integrated Approach For Sustainable Island Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 557-576.

- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). "Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Deccio, C. ve Baloglu, S. (2002). "Nonhost Community Resident Reactions To The 2002 Winter Olympics: The Spillover Impacts". *Journal Of Travel Research*, 41(1), 46-56.
- Doğan, H. Z. (2004). "Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri". Ankara: Detay Yayıncılık.
- Faulkner, B. ve Tideswell, C. (1997). "A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Fried, M. (1982). "Residential Attachment: Sources Of Residential And Community Satisfaction". *Journal of Social Issues*, 38, 107-119.
- Fried, M. (2000). "Continuities and Discontinuities of Place". *Journal of Environmental Psychology*, 20, 193-205.
- Ginting, N., & Wahid, J. (2017). "Defining Distinctiveness Aspect Of Place Identity in Urban Heritage Tourism". *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 3(3).
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Nasution, A. D. (2018). "Distinctiveness, Continuity, Self-Esteem, & Self-Efficacy In Tourism Of Karo Regency, Indonesia". *Asian Journal of Quality of Life*, 3(13), 29-38.
- Green, R. (2005). "Community Perceptions Of Environmental And Social Change And Tourism Development On The Island Of Koh Samui, Thailand". *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 37-56.
- Greider, T., & Garkovich, L. (1994). "Landscapes: The Social Construction of Nature and The Environment". *Rural Sociology*, 59(1), 1-24.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre Psikolojisi: İnsan Mekân İlişkileri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Göregenli, M., Karakuş, P., Kösten, E. Y. Ö. ve Umuroğlu, I. (2014). "Mahallege Bağlılık Düzeyinin Kent Kimliği İle İlişkisi İçinde İncelenmesi". *Türk Psikoloji Dergisi*, 29(73), 73.
- Gustafson, P. (2001). "Meanings Of Place: Everyday Experience And Theoretical Conceptualizations". *Journal of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). "Resident Attitudes: a Structural Modeling Approach". *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). "Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model". *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Hallak, R., Brown, G. ve Lindsay, N. J. (2012). "The Place Identity-Performance Relationship Among Tourism Entrepreneurs: A Structural Equation Modelling Analysis". *Tourism Management*, 33(1), 143-154.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A. ve Bixler, R. D. (2004). "Place Bonding For Recreation Places: Conceptual And Empirical Development". *Leisure Studies*, 25(1), 17-41.
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E. ve Hess, S. (2007). "Place Attachment And Place Identity In Natives And Non-Natives". *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319.
- Hitchcock, M. (1999). "Tourism and Ethnicity: Situational Perspectives". *International Journal of Tourism Research*, 1(1): 17-32.
- Iroegbu, H. ve Chen, J. S. (2001). "Urban Residents' Reaction Toward Tourism Development: Do Subgroups Exist?". *Tourism Analysis*, 6(2), 155-161.
- İslamoğlu, H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*: Beta Yayıncılık.
- İşçi, C., Güzel, B. ve Ataberk, E. (2018). "Mekana ve Yerel Halka Bağlılık, Kültürel Mirasa Yönelik Tutumu Etkiler mi?". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 583-606.
- Jorgensen, B. S., ve Stedman, R. C. (2001). "Sense of Place As An Attitude: Lakeshore Owners Attitudes Toward Their Properties". *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.
- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004). "Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism". *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism". *Journal of Travel Research*, 36(2).

- Karakus, P. (2014). Farklı Kimlik Gruplarında Yer Kimliği, Yerin Anlamları Ve Kültürlenme Süreçleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kasarda, J. D. ve Janowitz, M. (1974). "Community Attachment in Mass Society". *American Sociological Review*, 328-339.
- Karakuş, P., Göregenli, M. ve Umuroğlu, G. İ. (2014). Göç, Çok-Kültürlülük, Yer Kimliği: Yerliler ve Göçmenler Açısından Kente Bağlılığın Belirleyicileri". *KBAM*, 5, 16-18.
- Keskin, E. B. (2012). "Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow)". *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 8(1), 81-99.
- Kline, R. B. (1998). "Principles and Practice of Structural Equation Modeling". NY: Guilford publications.
- Kunnan, A. J. (1998). "An Introduction to Structural Equation Modeling for Language Assessment Research". *Language Testing*, 15 (3), 295-332.
- Kyle, G., Absher, J. ve Graefe, A. (2003). "The Moderating Role of Place Attachment on The Relationship Between Attitudes Toward Fees and Spending Preferences". *Leisure Sciences*, 25:1, 33-50.
- Kyle, G., Graefe, A. ve Manning, R. (2005). "Testing the Dimensionality Of Place Attachment İn Recreational Settings". *Environment and Behavior*, 37(2), 153-177.
- Lalli, M. (1988). *Urban Identity*. In Environmental Social Psychology içinde (s. 303-311). Springer, Dordrecht.
- Lalli, M. (1992). "Urban-Related Identity: Theory, Measurement, And Empirical Findings", *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). "Residents' Attitudes Toward Existing And Future Tourism Development in Rural Communities". *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lee, C. K. C., Yap, C. S. F. ve Levy, D. S. (2016). "Place Identity And Sustainable Consumption: Implications For Social Marketing". *Journal of Strategic Marketing*, 24(7), 578-593.
- Lewicka, M. (2011). "Place Attachment: How Far Have We Come İn The Last 40 Years?". *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
- Low, S. M. ve Altman, I. (1992). "Place Attachment: a Conceptual Inquiry". In Altman, I., and Low, S. M. (Eds.), *Place Attachment* (p. 1-12). New York: Plenum Press.
- Liu, S. (2015). "Searching for a Sense of Place: Identity Negotiation of Chinese Immigrants". *International Journal of Intercultural Relations*, 46, 26-35.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. ve Var, T. (1987), "Resident perception of the Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Mannarini, T., Tartaglia, S., Fedi, A. ve Greganti, K. (2006). "Image of Neighborhood, Self-Image and Sense of Community". *Journal of Environmental Psychology*, 26(3), 202-214.
- Mazumdar, S., Mazumdar, S., Docuayan, F., & McLaughlin, C. (2000). "Creating a Sense of Place: the Vietnamese-Americans and Little Saigon". *Journal of Environmental Psychology*, 20(4), 319-333.
- Meloni, A., Fornara, F. ve Carrus, G. (2019). "Predicting Pro-Environmental Behaviors in The Urban Context: The Direct or Moderated Effect of Urban Stress, City Identity, and Worldviews". *Cities*, 88, 83-90.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development". *Journal Of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Murphy, P. (1994). "Tourism and Sustainable Development". In W. F. Theobald (Editörler), *Global Tourism: The Next Decade içinde* (ss. 167-193). USA: Elsevier.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). "Residents' perspectives of A World Heritage Site: the Pitons Management Area, st. Lucia". *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Proshansky, H. (1978). "The Self and the City". *Environment and Behavior*, 10(2), 147-169.
- Proshansky, H. M., A. K. Fabian ve R. Kaminoff. (1983). Place- identity: Physical World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.

- Proshansky, H. M. ve Fabian, A. K. (1987). "The Development of Place Identity in the Child". Weinstein C.S., David T.G. (Editörler), *Spaces for Children* içinde. Springer, Boston, MA.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., & Woosnam, K. M. (2017). "Examining the Predictive Validity Of Sus-Tas With Maximum Parsimony In Developing Island Countries". *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 379-398.
- Rollero, C. ve De Piccoli, N. (2010). Place Attachment, Identification And Environment Perception: An Empirical Study. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 198-205.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Qingjiu, S., ve Maliki, N. Z. (2013). "Place Attachment And Place Identity: Undergraduate Students' Place Bonding On Campus". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 632-639.
- Silva, R. ve Correia, A. (2017). "Places and Tourists: Ties that Reinforce Behavioural Intentions". *Anatolia*, 28(1), 14-30.
- Sirakaya, E., Teye, V. ve Sonmez, S. (2002). "Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana". *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Stevens, J. P. (2003). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. London: Routledge.
- Stylidis, D. (2018). "Place Attachment, Perception Of Place And Residents' Support For Tourism Development". *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Trentelman, C. K. (2009). "Place Attachment and Community Attachment: a Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist". *Society and Natural Resources*, 22(3), 191-210.
- Tsai, C. Y. ve Shiue, Y. C. (2010). "The Study Of Current Residents Cognition, Place Attachment And Community Sense Of Tourism Impacts Towards The Casino Industry Development". *African Journal of Business Management*, 4(5), 710-721.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: A Study Of Environmental Perception, Attitudes, And Values*. Columbia University Press.
- Tümtaş, S. ve Ergun, C. (2016). "Küreselleşme ve Kentlere Etkileri". *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 135-150.
- Türksoy, Ö. (1986). "Çevresel Psikoloji. Planlama ve Kentsel Bütünleşme", *Planlama Dergisi*, Sayı 1, 13-17, TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayınları, Ankara.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>. (Erişim tarihi: 10.12.2019).
- Twigger-Ross, C. L. ve Uzzell, D. L. (1996). "Place and Identity Processes". *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205-220.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1987). "Measuring Resident's Attachment Levels in a Host Community". *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- UNWTO. (2019). <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (Erişim Tarihi: 09.09.2019).
- Ural, A.ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2015). *Mekanları Tüketmek* (Çev. Rahmi G. Öğdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yazıcı, F. (2019). "Dijimodern Çağda Yalnızlaşan Birey Eleştirisi: Lipton Reklam Filmi Üzerine Bir İnceleme". *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 863-880.
- Yazici, B., & Yolacan, S. (2007). "A Comparison of Various Tests of Normality". *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 77(2), 175-183.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık.
- Yüksel, A., Yüksel, F., ve Bilim, Y. (2010). "Destination Attachment: Effects On Customer Satisfaction And Cognitive, Affective And Conative Loyalty". *Tourism Management*, 31(2), 274-284.
- Yüksel, F., Funda, Ö. N., Kılıç, B. ve Akçay, S. "Paydaşların Gözüyle Yavaş Şehir Akyaka'da Aşırı Turizm". *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 257-268.

- Wang, S. ve Chen, J. S. (2015). "The Influence of Place Identity on Perceived Tourism Impacts". *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.
- Wang, S. ve Xu, H. (2015). "Influence of Place-Based Senses Of Distinctiveness, Continuity, Selfesteem And Self-Efficacy On Residents' Attitudes Toward Tourism". *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Wang, S. (2016). Roles of Place Identity Distinctiveness And Continuity on Resident Attitude Toward Tourism. *European Journal of Tourism Research*, 13, 58.
- Wijaya, I. N. S., Purnamasari, W. D. ve Sitaresmi, D. (2018). "Defining Place Attachment İn Community Base Development Program For Urban Settlement–A Theoretical Review". In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 202(1). IOP Publishing.
- Williams, S. (2002). *Tourism Geography*. London: Routledge. <http://bauldelturismo.com/wp-content/uploads/2018/07/Tourism-Geograp-Stephen-Williams.pdf> (Erişim Tarihi: 22.09.2019)
- Williams, D. R., ve Vaske, J. J. (2003). "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach". *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., ve Watson, A. E. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place". *Leisure Sciences*, 14(1), 29-46.
- Woldoff, R. A. (2002). "The Effects of Local Stressors on Neighborhood Attachmenté. *Social Forces*, 81(1), 87-116.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).