

## Aidiyet Duygusu ile Ekoturizm Algısı İlişkisi: Amasya Örneği<sup>1</sup>

Ahmet Gökhan KILIÇ<sup>2</sup> ve Kansu GENÇER<sup>3</sup>

### Öz

Aidiyet duygusu, bireyler ve ölkeleri, memleketleri, dinleri, kültürleri ve iş yerleri arasında meydana gelen duygusal bir bağdır. Ekoturizm ise çevreye karşı duyarlı, yerel halka faydalar sunan, içerisinde eğitimi de barındıran, nispeten bozulmamış doğal alanlara yapılan seyahatlerdir. Çalışmada, Amasya'da yaşamını sürdüren yerel halkın aidiyet duygusu ve ekoturizm algısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu doğrultuda, yerel halkın sahip olduğu aidiyet duygusunun ekoturizm algısı üzerinde etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Amasya ilinde yaşayan 440 kişiden anket tekniği ile elde edilen veriler çalışma kapsamında belirlenen hipotezlere yönelik korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Yapılan analizler neticesinde aidiyet duygusu ile ekoturizmin ekonomik algı, çevresel algı ve sosyo-kültürel algı boyutu arasında orta düzeyde bir ilişki belirlenmiştir. Ayrıca, aidiyet duygusunun bu üç boyut üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Aidiyet Duygusu, Amasya, Ekoturizm, Ekoturizm Algısı, Yerel Halk

### Relationship Between Sense of Belonging and Ecotourism Perceptions: Case of Amasya

#### Abstract

Sense of belonging is an emotional bond that occurs between individuals and their country, hometown, religion, culture and workplace. Ecotourism, on the other hand, is travel to relatively unspoiled natural areas that are sensitive to the environment, offer benefits to the local people, and include education. In the study, the relationship between the sense of belonging and ecotourism perception of the local people living in Amasya was examined. In this direction, it is aimed to determine the effect of the sense of belonging of the local people on the perception of ecotourism. The data obtained by the questionnaire technique from 440 people living in Amasya were subjected to correlation and regression analyzes for the hypotheses determined within the scope of the study. As a result of the analysis, a moderate relationship was determined between the sense of belonging and the economic perception, environmental perception and socio-cultural perception dimension of ecotourism. In addition, it has been determined that the sense of belonging has a statistically significant effect on these three dimensions.

*Key Words:* Sense of Belonging, Amasya, Ecotourism, Ecotourism Perception, Local People

#### Atıf İçin / Please Cite As:

Kılıç, A. G. ve Gençer, K. (2023). Aidiyet duygusu ile ekoturizm algısı ilişkisi: Amasya örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 341-352. doi:10.33206/mjss.1167798

**Geliş Tarihi / Received Date:** 27.08.2022

**Kabul Tarihi / Accepted Date:** 28.11.2022

<sup>1</sup> Bu makale Ahmet Gökhan Kılıç'ın "Yerel Halkın Aidiyet Duygusu ile Ekoturizm Algısı Arasındaki İlişki: Amasya Örneği" adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Uzm. – Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, ahmetgkhankilic@gmail.com

 ORCID: 0000-0002-9575-8177

<sup>3</sup> Dr. - Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, kansugencer@hotmail.com

 ORCID: 0000-0002-6400-7274

## Giriş

Dünya üzerinde hızlı bir şekilde yaşanan teknolojik gelişmeler, siyasi ve ekonomik değişimler ile birlikte turizm sektöründe de birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Değişime uğrayan turizm sektörü ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Turizm sektörü içerisinde yapılacak olan her türlü harcama ekonominin canlanmasını sağlamaktadır. Zaman içerisinde daha çok deniz turizmi şeklinde ortaya çıkan kitle turizmine olan talebin artmasıyla kıyı bölgelerinin taşıma kapasiteleri aşarak büyük çaplı tahribatlar meydana gelmektedir. Bununla birlikte turistler gün geçtikçe kitle turizminden farklı turizm türlerine yönelerek doğal ve kültürel çevreyi koruyucu bir eğilim göstermektedir. Bu durum ekoturizm kavramının gelişmesinde rol oynamaktadır (Kaypak, 2010, s. 94). Ekoturizm, kitle turizminin olumsuzluklarına karşı alternatif olarak 1990'lı yıllarda ilerleme kaydetmiş, hem kırsal hem de kültürel turizmin elemanlarını içerisinde barındıran, hassas olan doğal ve kültürel çevrede geliştirilebilecek en olumlu turizm çeşidi şeklinde açıklamaktadır. Kontrol dışı gelişim gösteren kitle turizminin çevre ve topluma karşı vermiş olduğu tahribata yönelik olarak ekoturizm, sürdürülebilir gelişmenin oluşturulmasında önemli bir unsur olarak bilinmektedir (Avcıkurt, 2020, s. 177). Ekoturizm sayesinde kıyı bölgeleriyle ve belirli dönemlerle sınırlı kalan turizm, kırsal bölgelere ve yılın tamamına yayılmaktadır (Mansuroğlu, 2006, s. 35).

Son yıllarda pandemi nedeni ile de turistlerin turizm eğilimlerinde birtakım değişiklikler meydana gelmiştir (Yaşar, 2020, s. 1). Bu değişikliklerden birisi de turistlerin aşırı kalabalık kitle turizmi destinasyonları yerine, daha sakin, kalabalıktan uzak ve doğa ile iç içe olduğu açık hava destinasyonlarını tercih etmeleridir (Zenker ve Kock, 2020, s. 3; Düzgün, 2021, s. 154). Bayesen, Özkök ve Sünnetçioğlu (2020, s. 547) tarafından gerçekleştirilen çalışmada turistlerin pandemi sonrası kitle turizmi destinasyonları yerine ekoturizmi tercih edecekleri sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla pandemi sonrası ekoturizm konusunun giderek önem kazanacağı söylenebilir.

Ekoturizmin gelişimi konusunda önemli hususlardan bir tanesi yerel halktır. Ekoturizm, yerel halktan ayrıştırılmış bir faaliyet olamayacağı gibi bütün değişkenler uyum içerisinde olmalı ve birbirini desteklemelidir. Yerel halkın ekoturizme yönelik algı ve tutumları da bu değişkenlerden bir tanesini oluşturmaktadır. Çünkü ekoturizm yapısı itibarı ile yerelle bütünleşmiş bir turizm türüdür. Yerel halkın onaylamadığı veya desteklemediği bir ekoturizm faaliyetinin söz konusu bölgeye olumlu etkilerinin olması mümkün görülmemektedir (Kavak, 2015, s. 2).

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda bu araştırmanın amacı, yerel halkın aidiyet duygusu ile ekoturizm algıları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve aidiyet duygusunun ekoturizm algısı üzerindeki etkisini belirlemektir. Yerel halkın aidiyet duygusu ile turizme yönelik görüşleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çeşitli çalışmalar literatürde bulunmaktadır (Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002; Gürsoy ve Rutherford, 2004; Choi ve Murray, 2010; Ayazlar ve Ayazlar, 2016; Buzlukçu, 2020; Altanlar, 2021). Bununla birlikte yerel halkın aidiyet duygusu ile spesifik olarak ekoturizm algıları arasındaki ilişkiyi inceleyen oldukça az sayıda çalışmaya rastlanılmış olup (Turpcu ve Pashi, 2019), Amasya özelinde ise bu konuda bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum ekoturizm literatürüne katkı açısından çalışmaya önem katmaktadır. Amasya ilinde bu konu hakkında bir çalışmaya rastlanılmamış olması ekoturizm potansiyeli yüksek olan Amasya'da (Kılıç, Güler, Babacan ve Kılıç, 2019) ekoturizmi geliştirmek adına yapılacak olan çalışmalara da kaynak sağlamak açısından önem arz etmektedir.

## Aidiyet Duygusu

Aidiyet duygusu ile ilgili yapılan ilk çalışma Bowlby (1979) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bowlby çalışmasında ebeveyn-evlat ilişkisini incelemiş ve aidiyet duygusunu, kişiler ve belirli nesnelere arasındaki ilişki şeklinde tanımlamıştır. Aidiyet duygusu, bireylerin yaşamlarını devam ettirebilme ve güvenlik gibi temel ihtiyaçlarından doğan bir kavram olarak da açıklanabilir (Brocato, 2006, s. 9-10). Bu çalışmayla birlikte aidiyet duygusu hakkında yapılan çalışmalara ilgi çoğalmış, konu psikoloji, sosyoloji, beşerî coğrafya, pazarlama ve yönetim alanlarında araştırma yapan yazarlar tarafından farklı açılardan incelenerek literatüre kazandırılmıştır (Yılmazdoğan, 2017, s. 34). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde bir insan gereksinimi olarak kavramsallaştırılan aidiyet duygusunun (Özer, Çahantimur ve Kırılı, 2020, s. 286), kelime anlamı 'ilişkinlik' ve 'mensubiyet' olarak açıklanmakta, ve temelinde ilişkilendirme yatmaktadır. İlişkilendirmenin nasıl olacağı objeye, bireye, topluluğa, etnik bir gruba veya sosyal bir kategoriye olmak üzere değişiklik gösterebilir (Alptekin, 2011, s. 20).

Aidiyet duygusuna ilişkin literatürde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Tellefsen ve Thomas (2005, s. 24) sürekliliğe vurgu yaparak aidiyet duygusunu, “Değerli olan bir ilişkinin devam etmesi adına duyulan kalıcı bir arzu” şeklinde tanımlamışlardır. Başka bir tanımda Meyer ve Herscovitch (2001, s. 308), “Bireyi bir hedef doğrultusunda hareket etmeye yönelen güç” şeklinde ifade ederek birey tarafından belirlenen hedeflerin aidiyet duygusunda önemli bir rol sahibi olduğuna değinmişlerdir. Zaman ve mekân varlığın öncüsü olarak kabul edilmektedir. Başka bir değişle zaman ve mekânın olmadığı durumda varlık da olmayacaktır. Bu durum bir varlık olan insanlar içinde geçerlidir. Yani her insanın dünyaya geldiği bir zaman ve mekân vardır. İnsanların çevresi ile kurmuş olduğu ilişkiler tam olarak bu noktada, insanın dünyaya gelişi ile başlar ve yaşamları süresince farklı mekanlar ile farklı ilişkiler içerisinde bulunarak devam eder (Ayberk, 2019, s. 19). Kurulan bu ilişkiler neticesinde insan ve mekân arasında aidiyet duygusunun tetiklediği bir etkileşim meydana gelmektedir (Alptekin, 2011, s. 85). Yaşaroğlu (2017, s. 2812) aidiyet duygusunu “Bireylerin ikamet ettikleri yerler hakkında geliştirmiş oldukları kendi seğimleri ve yargılarının da ilerisinde, kültürel inanışları ve uygulamaları da içerisinde barındıran pozitif yönlü duygusal bir bağ” şeklinde tanımlayarak bu duyguyu mekânsal açıdan ele almıştır. Antonsich (2010, s. 646) ise “evde hissetmek” duygusunu ön plana çıkararak mekânsal aidiyet duygusunu, “Kişinin kendisini evindeymiş gibi hissedeceği bir yer bulması” şeklinde tanımlamıştır. İnsanların aidiyet duyduğu mekânlar hayatlarında önemli bir yere sahiptir. Çünkü bu mekânlar insanların gündelik alışkanlıklarını ve sıradan vazgeçilmezliklerini meydana getirmektedir. Ayrıca, mekânlar kentli insanların hayata tutunmasını, aidiyet, kimlik ve özdeşlik ilişkisi kurmasını da sağlamaktadır (Aytaç, 2007, s. 203). Bu mekânlara ev, iş yeri, semt, il ya da ülke örnek olarak gösterilebilir (Bezirgan, 2014, s. 49). İnsanlar, sosyal anlamda aidiyet ilişkisi kurmak, eğlenmek ve hayatında var olan zorluklardan bir an olsun kurtulmak amacıyla mekânlara ihtiyaç duymaktadır (Aytaç, 2007, s. 203). Mekânsal aidiyet duygusundan yoksun olma durumunda oluşabilecek olumsuz sonuçları ise Antonsich (2010, s. 649) yalnızlık, soyutlanma, yabancılaşma, yerinden olma, motivasyon kaybı ve zihinsel olarak bir takım sağlık sorunları şeklinde belirtmektedir.

### Ekoturizm Kavramı

Ekoturizm kavramının kökeni Yunanca ‘ev’ anlamına gelen ‘aikos’ ve ‘kelime’ anlamına gelen ‘logos’ sözcüklerine dayanmaktadır. Bilimsel karşılığı ekoloji olup organizmalar ve onların çevresi ile olan ilişkilerini gözlemlemeye yöneliktir. Ekoloji adına biyolojik toplulukların korunması ne kadar önemli ise bölgenin sahip olduğu yerel kültüre duyulan saygı da bir o kadar önemlidir (Çevirgen, 2003, s. 75).

Ekoturizm aynı zamanda literatürde birçoğ çalışmaya konu olmuş ve farklı yazarlar tarafından farklı tanımlamaları yapılmış bir kavramdır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır:

“Manzarayı, vahşi hayvanları ve bitkileri incelemek, hayran olmak ve tadını çıkarmak gibi belirli amaçlarla nispeten bozulmamış doğal alanlara seyahat etmek” (Ceballos Lascurain, 1987, s. 14).

“Bir bireyin nispeten bozulmamış, evinden 40 km’den daha uzak doğal alanlara, manzaraları, yabani bitki ve hayvanları ve bunun yanında alanda bulunan kültürel zenginlikleri incelemek, hayran olmak ve değer vermek temel amacıyla seyahat etmesidir” (Blamey, 1997, s. 125).

“Doğal ekosistemlerin korunmasını destekleyen, aynı zamanda sürdürülebilir yerel kalkınmaya teşvik eden potansiyel bir stratejidir” (Ross ve Wall, 1999, s. 123).

“Doğal veya kültürel kaynaklardan yararlanma amacıyla yapılan ziyaretlerdir” (Özkan ve Kubaş, 2012, s. 149).

Yukarıda yer verilen tanımlarda görüldüğü üzere ekoturizmin tanımlarında doğa temelli olması, çevre dostu olması ve sürdürülebilirliğin sağlanması konularının ön plana çıktığı görülmektedir. Ekoturizm hangi bölgede uygulanıyor ise o bölgeye birtakım çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri bulunmaktadır. Ekoturizm aktivitelerinin kötü bir şekilde planlanması ve yönetilmesi durumunda, kitle turizminde olduğu gibi doğanın ve kültürel değerlerin hasar görmesi durumuyla karşılaşılacaktır. Ancak hem doğal hem de kültürel değerlerin muhafazasındaki duyarlılığı yükseltme ve yerel halk adına alternatif iş ve gelir imkanları sağlama temelinde gerçekteşen ekoturizm, olumsuz çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerin en alt seviyelerde olduğu bir turizm çeşididir (Yılmaz, 2008, s. 77). Ekoturizmin sebep olabileceği olumlu ve olumsuz etkiler Tablo 1’de özetlenmiştir.

**Tablo1. Ekoturizmin Olası Olumlu ve Olumsuz Etkileri**

Ekoturizmin Etkileri	Olumlu Etki	Olumsuz Etki
Çevresel Etki	Doğal alanların muhafazası ve idaresi için fon sağlar, Su kaynaklarını muhafaza etmektedir, Toprak ve biyolojik çeşitliliğin muhafazasına özendirir, Bölgesel ekonomileri çeşitlendirmektedir.	Vahşi yaşamın tahribatı, Aşırı enerji kullanımı, Çöp ve atık sular ile oluşan kirlilikte yükselme, Toprak erozyonu ve trafiğin yoğunlaşması, Bitki ve hayvanların metalaştırılması.
Ekonomik Etki	Yerel halkın gelirini yükseltir, İstihdam olanaklarını yükseltir, Yerel ürünler adına yeni pazarları çoğaltır, Vergi gelirlerini yükseltir, Döviz kazandırır.	Yerel ürünler ve arsa fiyatlarında yükselme, Eşit olmayan gelir dağılımına sebep olması, Vahşi yaşam ve ekonomik sızıntı sebebi ile ürünlere verilen hasar,
Sosyo-kültürel Etki	Yerel halka eğitim ve tecrübe gibi fırsatlar sunar, Sosyal ve beşerî sermayenin gelişimine özendirir, Yaşam kalitesini yükseltir, Hizmet ve altyapıya ulaşımı yükseltir, Genç göçünü azaltır, Kadın, erkek eşitliğine özendirir, Sosyal uyuma özendirir.	Yerel kültürün metalaşması, Suç oranında artış, Kültürel mirasın bozulması, Sosyal sınıflar arasında bulunan farkı çoğaltması, Fuhuş, Büyükler karşı duyulan saygının azalması, Yerel halkı yerinden etmek.

**Kaynak:** Mosammam, Sarrafi, Nia ve Heidari, 2016, s. 170

### Aidiyet Duygusu ile Ekoturizm Arasındaki İlişki

Aidiyet duygusu turizm literatüründe turistler, yerel halk ve çalışanlar açısından incelenmiştir (Ayazlar ve Ayazlar, 2016). Yerel halk üzerine yapılan araştırmalarda aidiyet duygusu ile turizm arasındaki ilişki incelenmiş ve farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Um ve Crompton (1987) yerel halk üzerinde yapmış oldukları çalışmalarında aidiyet duygusunun yükselmesi ile turizmin daha az olumlu algılandığını belirlemişlerdir. McCool ve Martin (1994) araştırmalarında turizmin olumu etkilerini, aidiyet duygusu yüksek olan yerel halkın, düşük aidiyete sahip yerel halka göre daha fazla olumlu algılandığını bulguları ile desteklemişlerdir. Jurowski, Uysal ve Williams (1997) aidiyet duygusuna sahip olan yerel halkın turizmin ekonomik ve sosyal etkilerini olumlu algıladıkları, çevresel etkileri ise olumsuz algıladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Gürsoy, Jurowski ve Uysal (2002) aidiyet duygusuna sahip yerel halkın turizmin pozitif etkilerini olumlu algılayacakları yönünde hipotez kurmuşlardır. Yapılan analizler neticesinde bir ilişki tespit edilememiş ve kurulan hipotezler reddedilmiştir. Gürsoy ve Rutherford (2004) tarafından yapılan araştırmada aidiyet duygusu yüksek olan kişilerin turizmin ekonomik ve sosyal etkilerini olumlu karşıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Choi ve Murray (2010) aidiyet duygusu yüksek olan yerel halkın turizmin pozitif etkilerini olumlu, negatif etkilerini ise olumsuz algılandığını belirleyerek yüksek aidiyet duygusu olan yerel halkın turizmin gelişimini desteklediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayazlar ve Ayazlar (2016) yerel halkın, turizmin hem pozitif hem de negatif ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerine yönelik tutumunda, aidiyet duygusunun önemli etkisinin olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca aidiyet duygusu turizmin pozitif etkilerini doğru yönde etkilerken, negatif etkilerin pozitif algılamasında da etkili olduğu tespit edilmiştir. Altanlar (2021), aidiyet duygusu yüksek olan yerel halkın, turizmin gelişimine yönelik bakış açısının pozitif olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Literatürde, aidiyet duygusu ile ekoturizm özelindeki ilişkiyi inceleyen yalnızca Turpcu ve Pashlı (2019) tarafından gerçekleştirilen “Ekoturizmin Etkileri ve Destinasyon Aidiyeti Arasındaki İlişkinin Analizi: Giresun İli Örneği” adlı çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre aidiyet duygusu ile ekoturizme yönelik ekonomik algı, çevresel algı ve sosyo-kültürel algı arasında doğru yönlü ve çok zayıf ilişki tespit edilmiştir.

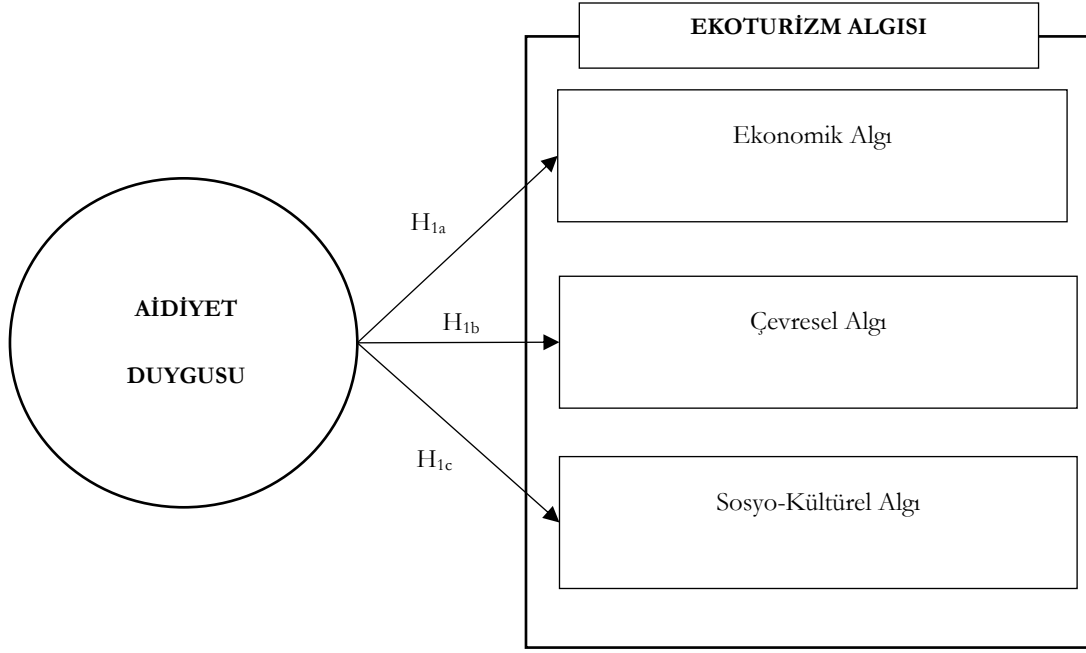
### Yöntem

Araştırmanın yöntemi; araştırmanın modeli, evren ve örneklem, ve kullanılan ölçekler ve verilerin analizi başlıkları şeklinde üç başlık altında açıklanmıştır.

#### Araştırmanın Modeli

Bu çalışma betimsel bir araştırma olup çalışma kapsamında yerel halkın aidiyet duygusu ile ekoturizm algısı arasındaki ilişki incelenerek aidiyet duygusunun ekoturizm algısına etkisi belirlenmektedir. Bu

doğrultuda katılımcıların aidiyet duygusu bağımsız değişken, ekoturizme yönelik çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel algıları ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Araştırma modeline Őekil 1’de yer verilmiştir.



**Őekil 1. Araştırma Modeli**

Őekil 1’de yer alan model kapsamında çalışmanın hipotezleri aşağıda verilmektedir:

H1<sub>a</sub>: Aidiyet duygusunun ekoturizmin ekonomik algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H1<sub>b</sub>: Aidiyet duygusunun ekoturizmin çevresel algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H1<sub>c</sub>: Aidiyet duygusunun ekoturizmin sosyo-kültürel algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

### **Evren ve Örnekleme**

Çalışmanın evrenini Amasya’da yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Evrenin büyüklüğünü belirlemek için Amasya’nın 31/12/2020 tarihli nüfus verileri incelendiğinde toplam nüfusun 335.494 olduğu tespit edilmiştir (Amasya Valiliği, 2021). Bu evreni temsil etme yeterliliği açısından örneklem büyüklüğü Coşkun, Altunışık ve Yıldırım’ın (2019, s. 164) çalışmasına dayanarak en az 384 kişi olarak belirlenmiştir. Veriler, pandemi koşullarının zorlayıcı etkisi, zaman ve parasal açıdan kolaylık sağlaması, ve evrenin oldukça büyük olması nedeniyle araştırmanın amacı kapsamında yerel halk içinden katılımı istekli olan kişilerden toplanmıştır. Verilerin toplanması 2021 yılının Haziran ve Ekim ayları arasında yaklaşık beş aylık bir süreçte gerçekleştirilmiş olup, örneklem büyüklüğü il genelinde 440 katılımcıdan oluşmaktadır

### **Kullanılan Ölçekler ve Verilerin Analizi**

Verilerin toplanması anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Aidiyet duygusunun ölçülmesinde dört ifadeden oluşan Ayazlar ve Ayazlar’ın (2016) çalışmasından, ekoturizm algısının ölçülmesinde ise 16 ifadeden oluşan Kavak (2015) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılmış olup, 5’li likert ölçeğine göre derecelendirilmektedir. Kullanılan ölçekler literatürde daha önceki çalışmalarda da kullanılmış olup (Gündüz ve Dönmez, 2018; Turpcu ve Paşlı, 2019; Zere, 2020; Kartal, 2021), geçerlilik ve güvenilirlikleri yeterli düzeyde bulunmuştur.

Elde edilen veriler SPSS paket programında analiz edilmiştir. Verilerin analizi aşamasında ilişkilerin tespit edilmesi için korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Toplanan verilere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Genellikle sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach’s Alpha katsayısı 0.00 ile 0.40



arasında ise ölçek güvenilir değil, 0.40 ile 0.60 arasında ise ölçeğin güvenilirlik düzeyi düşük, 0.60 ile 0.80 arasında ise ölçek yeterli düzeyde güvenilir ve 0.80 ile 1 arasında ise ölçek yüksek düzeyde güvenilir şekilde değerlendirilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 296).

Faktör analizi değişkenler arasındaki ilişkilere dayanmaktadır. Bu analiz sayesinde çok sayıdaki değişken daha az sayıda değişkene düşürülebilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 429). Veri setine faktör analizi yapılabilirliğini test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett-küresellik testi kullanılmaktadır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2019, s. 304). Bartlett-küresellik testi değişkenler arasında genel bir ilişkinin varlığını test etmekte ve faktör analizine uygun olabilmesi için sonucun anlamlı ( $p \leq .05$ ) çıkması gerekmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 437). Bununla birlikte KMO testi örnekleme yeterliliğini test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu değer 0-1 arasında olmakla birlikte kabul edilebilir sınırı .50'dir. Değer 1'e yaklaştıkça faktör analizine uygunluk derecesi artmaktadır (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018, s. 80). Yapılan Bartlett-küresellik testi sonuçlarının anlamlı ( $p \leq .05$ ) çıktığı ve KMO test değerlerinin 0,50'den yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple değişkenler faktör analizine uygundur. Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre ifadelerin faktör yükleri en düşük .659 en yüksek .886 olarak kabul edilebilir düzeyde çıkmıştır. Boyutlara ilişkin Cronbach's Alpha değerleri ise tüm boyutlarda .84 ve üzeri oluşarak oldukça yüksektir.

## Bulgular

### Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Katılımcılara ait demografik özelliklere ilişkin bilgilerin düzenlenmesinde frekans ve yüzde dağılımları kullanılmıştır. Bu bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

<i>Değişken</i>	<i>Düzye</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Erkek	231	52,5
	Kadın	209	47,5
Medeni Durum	Bekar	254	57,7
	Evli	186	42,3
Yaş Durumu	21-30	169	38,5
	31-40	93	21,1
	20 ve altı	84	19,1
	41-50	52	11,8
	51 ve üzeri	42	9,5
Eğitim Durumu	Lise	163	37,0
	Lisans	125	28,5
	Ön lisans	87	19,8
	İlköğretim	45	10,2
	Lisansüstü	20	4,5
Memleket	Amasya	327	74,3
	Diğer	113	25,7
Turizm Eğitimi	Almadım	373	84,8
	Aldım	67	15,2
Meslek	İşçi	108	24,5
	Öğrenci	105	23,9
	Kamu personeli	58	13,2
	Esnaf	50	11,4
	Ev hanımı	40	9,1
	Serbest Meslek	36	8,2
	İşsiz	22	5,0
	Emekli	16	3,6
İkamet Süresi	Sanatçı	5	1,1
	21-30	120	27,3
	11-20	116	26,4
	1-10	100	22,7
	31-40	63	14,3
	41-50	25	5,7
Toplam	51 ve üzeri	16	3,6
		440	100,0

Tablo 2 incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha fazla olduğu gözlemlenmiş olup oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir (%47,5-%52,5). Bu katılımcıların %42,3'ü evli, %57,7'si bekar. Araştırmaya katılanların yaş durumu incelendiğinde ise ilk sırada %38,5 ile 21-30 yaş arası, ikinci sırada %21,1 ile 31-40 yaş arası yer alırken bu grupları sırasıyla %19,1 ile 20 yaş ve altı, %11,8 ile 41-50 yaş arası ve %9,5 ile en düşük orana sahip 51 yaş ve üzeri takip etmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında çoğunluğu %37 ile lise düzeyi ve %28,5 ile lisans düzeyi oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük bir bölümünün (%74,3) memleketi Amasya'dır. Turizm eğitimi almış olma durumuna bakıldığında ise katılımcıların büyük bir bölümü (%84,8) turizm eğitimi almadıklarını belirtmektedir. Araştırmaya katılanların mesleklerinin yarısına yakını (%48,4) işçi (%24,5) ve öğrenci (23,9) olduğu gözlemlenmiştir. Son olarak katılımcıların ikamet süreleri incelendiğinde ise en yüksek orana sahip olanların 21-30 yıl arası (%27,3), 11-20 yıl arası (%26,4) ve 1-10 yıl arası (%22,7) olduğu ve birbirine çok yakın olduğunu söylemek mümkündür.

### Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, değişkenler arası ilişkilerde değişkenlerin bağımlı ve bağımsız olmasına bakılmaksızın ilişkinin yönü ve düzeyini analiz etmeyi sağlamaktadır (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018, s. 143). Analiz sonucunda korelasyon katsayısı belirlenir ve -1 ile +1 arasında bir değer alabilir. Korelasyon katsayısının negatif olduğu durumlarda ilişkinin ters yönlü olduğu, katsayının pozitif olduğu durumlarda ise ilişkinin doğru yönlü olduğu sonucuna ulaşılacaktır. Genel anlamıyla 0.1-0.3 arası korelasyon katsayısı düşük, 0.3-0.5 arası korelasyon katsayısı orta düzeyde, 0.5-0.8 arası korelasyon katsayısı kuvvetli ve 0.8'den büyük korelasyon katsayısı ise çok kuvvetli korelasyon olarak adlandırılır. Kısacası korelasyon katsayısı 1'e yaklaştıkça değişkenler arası ilişkilerin kuvveti yükselmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 357). Bütün bu bilgiler ışığında aşağıda korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

### *Aidiyet Duygusu ile Ekoturizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Algı Boyutu Korelasyon Analizi*

Aidiyet duygusu ile ekoturizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel algı boyutu arasındaki ilişkilerin varlığı ile bu ilişkilerin yönü ve düzeyini tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarına Tablo 3'te yer verilmiştir.

**Tablo 3.** *Aidiyet Duygusu ile Ekoturizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Algı Boyutu Arasındaki Korelasyon Analizi*

	Aidiyet Duygusu	Ekoturizmin Ekonomik Boyutu
Aidiyet Duygusu	1	.499**
Ekoturizmin Ekonomik Boyutu	.499**	1
	Aidiyet Duygusu	Ekoturizmin Çevresel Boyutu
Aidiyet Duygusu	1	.461**
Ekoturizmin Çevresel Boyutu	.461**	1
	Aidiyet Duygusu	Ekoturizmin Sosyo-Kültürel Boyutu
Aidiyet Duygusu	1	.457*
Ekoturizmin Sosyo-Kültürel Boyutu	.457**	1

\*\*p<.01

Tablo 3 incelendiğinde aidiyet duygusu ile ekoturizmin ekonomik algı boyutu ( $r=.499$ ,  $p<.01$ ), çevresel algı boyutu ( $r=.461$ ,  $p<.01$ ) ve sosyo-kültürel algı boyutu ( $r=.457$ ,  $p<.01$ ) arasında doğru yönlü ve orta düzeyde korelasyon tespit edilmiştir.

### Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bağımsız değişken ya da değişkenlerin bağımlı bir değişkeni nasıl açıkladığını tahmin etmeye imkân tanıyan bir tekniktir. Regresyon analizi bir bağımsız değişken ile yapıldığı takdirde basit doğrusal regresyon, bağımsız değişken sayısının birden çok olduğu durumlarda ise çok değişkenli regresyon analizi olarak adlandırılmaktadır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 375). Çalışmanın hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan regresyon analizlerine aşağıda yer verilmiştir.

### *Aidiyet Duygusunun Ekoturizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Algı Boyutu Üzerine Etkisi*

Aidiyet duygusunun ekoturizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel algı boyutu üzerindeki etkisi regresyon analizi yapılarak incelenmiştir. Analizin sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4.** Aidiyet Duygusunun Ekoturizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Algı Boyutuna Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	$\beta$	B	Std. Hata	t	R <sup>2</sup>	$\Delta$ R <sup>2</sup>	F
Ekonomik Algı	Aidiyet Duygusu	.499**	.390	.32	12,049	.249	.247	145,170**
	Çevresel Algı	.461**	.364	.33	10,870	.212	.211	118,156**
Sosyo-Kültürel Algı	Aidiyet Duygusu	.457**	.380	.35	10,739	.208	.207	115,335**

\*\*p&lt;.01

Tablo 4'te yer almakta olan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde aidiyet duygusunun, ekoturizmin ekonomik algı boyutunu ( $\beta=.499$ ; p değeri= .000<.01), çevresel algı boyutunu ( $\beta=.461$ ; p değeri= .000<.01) ve sosyo-kültürel algı boyutunu ( $\beta=.457$ ; p değeri= .000<.01) doğru yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca aidiyet duygusunun, ekoturizmin ekonomik algı boyutunu %24,9 çevresel algı boyutunu %21,2 ve sosyokültürel algı boyutunu %20,8 oranında açıkladığı tespit edilmiştir

**Tablo 5.** Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuç Özeti

Hipotezler	Sonuç
H1a: Aidiyet duygusunun ekoturizmin ekonomik algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edilmiştir.
H1b: Aidiyet duygusunun ekoturizmin çevresel algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edilmiştir.
H1c: Aidiyet duygusunun ekoturizmin sosyo-kültürel algı boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edilmiştir.

### Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada elde edilen bulgular neticesinde aidiyet duygusu ile ekoturizmin ekonomik algı, çevresel algı ve sosyo-kültürel algı boyutu arasında doğru yönde ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Turpcu ve Paslı (2019) tarafından yapılan çalışmada ise aidiyet duygusu ile ekoturizmin ekonomik algı, çevresel algı ve sosyo-kültürel algı boyutu arasında doğru yönde ve çok zayıf bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İki çalışma karşılaştırıldığında ilişkinin varlığı açısından benzerlik gösterse de ilişkinin düzeyi bakımından farklılaşmaktadır. Bu farklılığın çalışmaların örneklem kitlesinin farklı şehirlerden oluşması ve pandemi sürecinin etkisi gibi sosyal etkenlerden kaynaklandığı düşünülebilir.

Yerel halkın aidiyet duygusu en çok ekoturizmin ekonomik algı boyutunu, sonrasında ise sırasıyla çevresel algı boyutunu ve sosyo-kültürel algı boyutunu etkilemektedir. Bununla birlikte ilişkilerin istatistiksel açıdan doğru yönlü olmasına bağlı olarak yerel halkın aidiyet duygusunun artması halinde, ekoturizme yönelik ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel algıların da olumlu yönde etkileceği söylenebilir. Yerel halkın aidiyet duygusu ile turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlar arasında ilişki olduğunu gösteren çalışmaların (McCool ve Martin, 1994; Choi ve Murray, 2010; Ayazlar ve Ayazlar, 2016; Altanlar, 2021) var olmasının yanı sıra ilişkinin olmadığını gösteren çalışmalar da (Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002) literatürde bulunmaktadır. Bu çalışma özelinde aidiyet duygusu yüksek olan bireylerin ekoturizme yönelik algılarının aidiyet duygusu düşük olanlara kıyasla daha olumlu olduğu bulgusu, sürdürülebilir turizm açısından ele alınan çalışmalarda (Nicholas, Thapa ve Ko, 2009; Buzlukçu, 2020) elde edilen bulgularla örtüşmektedir.

Bu çalışma sonuçlarına göre yerel halka yönelik yapılacak çalışmalarla aidiyet duygusunun artırılması onların ekoturizme yönelik algılarının da pozitif yönde etkilenmesini sağlayacaktır. Yerel halka yabancı dil ve turizm eğitimi verilerek bölgedeki ekoturizm destinasyonlarında çalışmalarını için imkân sunmak onların ekonomik durumlarına katkı sağlaması nedeniyle aidiyet duygularında yükselme meydana getirebilir. Dolayısıyla da aidiyet duygusunun yükselmesi ile ekoturizmin etkileri daha fazla olumlu algılanarak birbirini besleyen bir sürece dönüştürülebilir. Ayrıca bölgede ekoturizm üzerine yapılacak olan çalışmalarda yerel halkın karar alma mekanizmalarına dahil edilmesi suretiyle söz sahibi olması ve fikirlerinin önemsenmesi de aidiyet duygularının yükselmesini sağlayarak ekoturizmi olumlu algılamalarında etkili olabilir.



Bu çalışmada elde edilen sonuçlar Amasya’da ekoturizmin gelişmesi adına oldukça önemlidir. Çünkü yerel halkın bakış açısı ekoturizmin gelişimi adına oldukça önem arz etmektedir. Bu sebeple çalışma sonuçları, bölgede ekoturizmi geliştirmek için yapılacak strateji ve planlar belirlenirken dikkate alınmalıdır.

Bu bulgular ışığında sektöre yönelik geliştirilen öneriler şunlardır:

- Amasya’da yaşayan yerel halkın aidiyet duygusunu yükseltmek amacıyla ekoturizm üzerinden birtakım fırsatlar sunarak ekonomik durumları güçlendirilebilir.
- Amasya’da bölgenin gelişimi için uygulanacak politikalara yerel halkın aktif katılımının sağlanması, karar alma aşamasına yerel halkın dhil edilerek yönetişim anlayışının benimsenmesi yerel halkın aidiyet duygusunu artırabilir.
- Yerel halka bölgede uygulanan ekoturizmin bir parçası olduğunu hissettirecek faaliyetler, toplantılar ve seminerler düzenlenebilir.
- Ekoturizm farkındalığına yönelik yerel halka eğitimler verilebilir.

Gelecekte yapılabilecek araştırmalara yönelik öneriler aşağıda verilmektedir:

- Aidiyet duygusunu etkileyen unsurlar üzerine bir çalışma yapılabilir.
- Konu farklı bölgelerde yaşayan yerel halk üzerinde araştırılabilir.
- Konu yerel halk dışında turizmin diğer paydaşları üzerinde araştırılabilir.

### Etik Beyan

“*Aidiyet Duygusu ile Ekoturizm Algısı İlişkisi: Amasya rneği*” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Gerekli etik kurul izini Kütahya Dumlupınar niversitesi’nden 23/08/2021 tarihinde ve 41773 sayı numarası ile alınmıştır.

### Kaynakça

- Alptekin, D. (2011). *Toplumsal aidiyet ve gençlik: Üniversite gençliğinin aidiyeti üzerine sosyolojik bir araştırma* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Altanlar, A. (2021). Yere bağlılığın turizm stratejileri üzerindeki etkisi: Amasya rneği. *Kent Akademisi*, 14(1), 199-213. Amasya Valiliği. (2021, 20 Nisan). Erişim Adresi: <http://www.amasya.gov.tr/nufus>
- Antonsich, M. (2010). Searching for belonging—an analytical framework. *Geography Compass*, 4(6), 644-659.
- Avkurt, C. (2020). *Turizm sosyolojisi: Genel ve yapısal yaklaşım* (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayazlar, G. ve Ayazlar, R. A. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumunda aidiyet duygusu ve yaşam tatmininin rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Ayberk, C. (2019). *Uluslararası ğrenci hareketliliği: İstanbul’daki uluslararası öğrencilerin yer bağlılığı, deneyimleri ve hareketin sonuçları* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aytaç, . (2007). Kent meknlarının sosyo-kültürel coğrafyası. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 199-226.
- Bayesen, D., zkk, F. ve Sünnetçioğlu, S. (2020). Covid-19 pandemisi sonrası turistlerin ekoturizm hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 528-550.
- Bezircan, M. (2014). *Destinasyon imajı, algılanan değer, aidiyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Bir araştırma* (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Blamey, R. K. (1997). Ecotourism: The search for an operational definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2), 109-130.
- Brocato, E. D. (2006). *Place attachment: An investigation of environments and outcomes in service context* (Doktora Tezi). Arlington: The University of Texas.
- Buzlu, C. (2020). *Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti ilişkisi* (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ceballos-Lascurain, H. (1987). The future of ecotourism. *Mexico Journal*, January, 13-14.
- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım E. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (10. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- evirgen, A. (2003). *Sürdürülebilir turizm kapsamında ekoturizm ve edremit yöresi için bir model nerisi* (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve inko, M. (2018). *Sosyal bilimlerde SPSS’le veri analizi* (7. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Düzgün, E. (2021). Pandemi sonrası yeni turist tercihi: Glamping turizmi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 145-158.

- Gündüz, B. ve Dönmez, Y. (2018). Üniversite çalışanlarının ekoturizm algısı. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 20(2), 152-162.
- Gürsoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- İslamoğlu, H. ve Alnaçık, Ü. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (6. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- 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), 3-11.
- Kartal, G. (2021). *Trabzon'daki yerel halkın ekoturizme yönelik tutum ve algılarına ilişkin bir çalışma* (Yüksek Lisans tezi). Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- Kavak, M. (2015). *Edremit körfezi kıyılarında yerel halkın ekoturizme yönelik bilinç algısı ve tutumları* (Yüksek Lisans Tezi). Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Kılıç, D. D., Güler, D., Babacan, A. ve Kılıç, M. (2019). Amasya'nın ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 77-106.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Meyer, J. P. ve Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11(3), 299-326.
- Mosammam, H. M., Sarrafi, M., Nia, J. T. ve Heidari, S. (2016). Typology of the ecotourism development approach and an evaluation from the sustainability view: The case of Mazandaran Province, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 18, 168-178.
- Nicholas, L. N., Thapa, B. ve 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.
- Özer, G. K., Çahantimur, A. ve Kırılı, S. (2020). Aidiyet duygusu kentlerin algılanmasında etkili etkenlerden birisi midir? Bir pilot çalışma. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 21(3), 285-291.
- Özkan, E. ve Kubaş, A. (2012). Yıldız dağlarında kırsal kalkınmada ekoturizm fırsatları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 149-153.
- Ross, S. ve Wall, G. (1999). Ecotourism: Towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*, 20(1), 123-132.
- Tellefsen, T. ve Thomas, G. P. (2005). The antecedents and consequences of organizational and personal commitment in business service relationships. *Industrial Marketing Management*, 34(1), 23-37.
- Turpcu, E. ve Pash, N. Ç. (2019). Ekoturizmin etkileri ve destinasyon aidiyeti arasındaki ilişkinin analizi: Giresun ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 412-424.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- Yaşar, İ. (2020). Pandemi (covid 19 salgını) sürecinin bireylerin tatile çıkma eğilimlerine etkisi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-14.
- Yaşaroğlu, C. (2017). Mekânsal bağlılık ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması. *Journal of Human Sciences*, 14(3), 2810-2817.
- Yılmaz, H. (2008). *Turizm çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizmin ürünü olarak tatil çiftlikleri: Türkiye'deki tatil çiftliklerine yönelik swot analizi* (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Yılmazdoğan, O. C. (2017). *Destinasyon aidiyeti ve öncüllerinin destinasyon sadakati üzerindeki etkisi* (Doktora Tezi). Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Zenker, S. ve Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—a critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164.
- Zere, S. (2020). *Yerel halkın ekoturizm algısı: Giresun ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

## EXTENDED ABSTRACT

Tourism is an important economic resource for most countries, as it is one of the sectors with very rapid growth and development. However, if a planning is made without considering natural, cultural and historical values, it may have damages on environment. At this point, the concept of ecotourism, which is sensitive to the environment and protects natural resources, is becoming increasingly important. Thanks to ecotourism, tourism, which is limited to coastal areas and certain periods, will spread to rural areas and the whole year.

In recent years, some changes have occurred in the tourism trends due to the pandemic (Yaşar, 2020, p. 1). One of these changes is that tourists prefer open-air destinations where they are calmer, away from

crowds and intertwined with nature, instead of overcrowded mass tourism destinations (Zenker & Kock, 2020, p. 3; Denge, 2021, p. 154). In the study carried out by Bayesen, Özkök and Sünnetçioğlu (2020, p. 547), it was concluded that tourists will prefer ecotourism instead of mass tourism destinations after the pandemic. Therefore, it can be said that the ecotourism will gain importance after the pandemic.

One of the important issues in the development of ecotourism is the local people. Ecotourism can not be a separated activity from the local people, and all the variables must be in harmony and support each other. Perceptions and attitudes of local people towards ecotourism constitutes one of these variables. Because ecotourism is a type of tourism integrated with the local people. It is not possible for an ecotourism activity that the local people do not approve or support to have positive effects on the region (Kavak, 2015, p. 2).

There are various studies in the literature examining the relationship between the sense of belonging of the local people and their perceptions on tourism (Gürsoy, Jurowski & Uysal, 2002; Gürsoy & Rutherford, 2004; Choi & Murray, 2010; Ayazlar & Ayazlar, 2016; Buzlukçu, 2020; Altanlar, 2021). However, there are very few studies examining the relationship between the sense of belonging of the local people and their perceptions of ecotourism specifically (Turpcu & Paşlı, 2019), but no study has been found on this subject in Amasya. This adds importance to the study in terms of contribution to the ecotourism literature. In addition, this study is important in terms of providing resources for the studies to be carried out in order to develop ecotourism in Amasya province which has a high ecotourism potential (Kılıç, Güler, Babacan & Kılıç, 2019).

The aim of this study is to reveal the relationship between the sense of belonging of the local people and the perceptions of ecotourism and to determine the effect of the sense of belonging on the perception of ecotourism. The hypotheses of the study determined for this purpose are given below:

H1a: The sense of belonging has a statistically significant effect on the economic perception dimension of ecotourism.

H1b: The sense of belonging has a statistically significant effect on the environmental perception dimension of ecotourism.

H1c: The sense of belonging has a statistically significant effect on the socio-cultural perception dimension of ecotourism.

The above hypotheses were tested by performing correlation and regression analysis. According to the results of the correlation analysis, a positive and moderate relationship was determined between the two variables. In the study conducted by Turpcu and Paşlı (2019), it was concluded that there is a very weak relationship between the sense of belonging and the economic perception, environmental perception and socio-cultural perception dimension of ecotourism. When the two studies are compared, although they show similarity in terms of the existence of the relationship, they differ in terms of the level of the relationship. The reason for this difference can be thought to be due to social factors such as the fact that the studies consist of different sample groups and the effect of the pandemic.

According to the results of the regression analysis, it was determined that the sense of belonging has a significant effect on the perception of ecotourism. The sense of belonging mostly affects the economic perception dimension of ecotourism, followed by the environmental perception dimension and the socio-cultural perception dimension respectively. In the light of these findings, the H1 hypotheses established within the scope of the research were supported. Therefore, it can be said that with the increase in the sense of belonging; economic, environmental and socio-cultural perceptions towards ecotourism will also increase. Some study results (McCool & Martin, 1994; Choi & Murray, 2010; Ayazlar & Ayazlar, 2016; Altanlar, 2021) show a relationship between local people's sense of belonging and perceptions and attitudes towards the effects of tourism. There are also studies in literature showing that there is no such relationship (Gürsoy, Jurowski & Uysal, 2002). In this study, the findings show that individuals with high sense of belonging have more positive perceptions towards ecotourism compared to those with a low sense of belonging overlaps with the findings obtained in previous studies in terms of sustainable tourism (Nicholas, Thapa & Ko, 2009; Buzlukçu, 2020).

*According to the results of this study, suggestions for the tourism sector are as follows:*

In order to increase the sense of belonging of the local people living in Amasya, their economic situation can be strengthened by offering job opportunities through ecotourism.

Activities, meetings and seminars can be organized to make the local people feel that they are a part of the ecotourism practiced in the region and for ecotourism awareness.

*Suggestions for future research are to conduct studies on;*

the factors that affect the sense of belonging,

local people living in different regions,

other shareholders of tourism apart from the local people.