



**Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**  
**Kastamonu University Journal of Faculty of Economics and**  
**Administrative Sciences**

Aralık 2023 Cilt: 25 Sayı:2  
 iibfdergi@kastamonu.edu.tr

**Başvuru Tarihi / Received: 04.04.2023**  
**Kabul Tarihi / Accepted: 24.12.2023**  
**DOI: 10.21180/iibfdkastamonu.1276893**

**Yerli Turistlerin Kültürel Deneyimleri ve Kültürel Katılımlarının Kültürel Bağlılıklar Üzerine Etkileri: Kastamonu Örneği**

**Gökçe ODACI<sup>1</sup>, Kutay OKTAY<sup>2</sup>**

**Öz**

Turizm destinasyonları açısından tarih ve kültür önemli bir unsurdur. Günümüzde değişen turizm anlayışı ve teknolojik gelişmeler, insanların turizme bakışında bazı değişimlere yol açmıştır. Bu anlayışta, dinlenme, eğlence, gösteriş, moda ve yeme-içme unsurların ön plana çıktığı görülmektedir. Ancak buna rağmen kültür turizmi halen çok daha fazla ilgi görmeye devam etmektedir. Kültür turizmi sayesinde ilgili bireyler kendinden önceki yaşantıları gözlemlene ve deneyimleme imkânı sağlamaktadırlar. Böylelikle kültürlerarası iletişim etkin ve verimli şekilde sağlanmış olmaktadır. Kastamonu ili kültürel çekicilikler açısından oldukça zengin olması yanı sıra çeşitli kültürel değerleri bir arada sunmaktadır. Dolayısıyla bu makalede de Kastamonu'nun tarihi ve kültürel alanlarını ziyaret eden yerli turistlerin kültürel deneyimleri ve kültürel katılımları arasındaki ilişkisi ve kültürel bağlılıkları üzerinde etkisinin var olup olmadığının incelenmesi amaçlanmaktadır. Kültürel değerler açısından zengin olan Kastamonu'ya ziyaret eden yerli turistlerin kültürel deneyimlerinin incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca yerli turistlerin Kastamonu örneğinde kültürel deneyimlerine ilişkin verilerin incelenmesi akademik literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma yöntemlerinden nicel yöntem ve veri toplamak için ise anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anketler olasılıksız örnekleme yöntemlerinden kolaylı örnekleme yöntemi kullanılarak Kastamonu'nun turistik alanlarını ziyaret eden 400 yerli turiste uygulanmıştır. Ancak 382 anket değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada verilerin analizi için frekans analizi, faktör analizi, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi, basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Elde edilen analizlerin sonuçlarına göre yerli turistlerin kültürel katılımı, kültürel deneyimlerini etkilemezken kültürel bağlılıklarını etkilemektedir. Aynı zamanda kültürel deneyimleri kültürel bağlılıklarını etkilediği görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Kültürel Deneyim, Kültürel Katılım, Kültürel Bağlılık, Yerli Turist, Kastamonu*

**Jel Kodu:** *M30, M31*

**Cultural Experiences, Cultural Participation and Cultural Attachment of Local Tourists: The Case of Kastamonu**

**Abstract**

History and culture are important elements for tourism destinations. Today's changing understanding of tourism and technological developments have led to some changes in people's perspective on tourism. In this understanding, it is seen that the elements of rest, entertainment, ostentation, fashion and food and beverage come to the fore. However, despite this, cultural tourism continues to attract much more attention. Thanks to cultural tourism, interested individuals have the opportunity to observe and experience previous experiences. In this way, intercultural communication is ensured effectively and efficiently. Kastamonu province is rich in cultural attractions and offers various cultural values together. Therefore, this article aims to examine the relationship between the cultural experiences and cultural participation of domestic tourists visiting Kastamonu's historical and cultural sites and whether it has an impact on their cultural commitment. It is important to examine the cultural experiences of local tourists visiting Kastamonu, which is rich in cultural values. In addition, it is thought that examining the data regarding the cultural experiences of domestic tourists in the Kastamonu sample will contribute to the academic literature. Among the research methods, quantitative method and survey technique were used to collect data. The surveys were applied to 400 local tourists visiting the touristic areas of Kastamonu using the convenience sampling method, one of the non-probability sampling methods. However, 382 surveys were evaluated. Frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis and simple linear regression analysis were used to analyze the data in the study. According to the results of the analysis, while the cultural participation of domestic tourists does not affect their cultural experiences, it does affect their cultural commitment. At the same time, their cultural experiences appear to influence their cultural commitments.

**Keywords:** *Cultural Experience, Cultural Participation, Cultural Commitment, Local Tourist, Kastamonu*

**Jel Codes:** *M30, M31*

<sup>1</sup> **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Doktora Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu, Türkiye. **E-posta:** gokceodaci1@gmail.com **Orcid no:** 0000-0002-0930-3521

<sup>2</sup> Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletme Bölümü, Kastamonu, Türkiye. **E-posta:** oktay@kastamonu.edu.tr **Orcid no:** 0000 0003 0552 0913

**Atf/Citation:** Odacı, G., Oktay, K. (2023), Yerli Turistlerin Kültürel Deneyimleri ve Kültürel Katılımlarının Kültürel Bağlılıklar Üzerine Etkileri: Kastamonu Örneği, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25/2, s. 665-680.

## Extended Abstract

### Introduction

Culture has been considered as “the whole of the material and spiritual values created in the historical, social, socio-cultural development process and the measures used in creating and transmitting them to the next generations, showing the measure of the human's natural and social environment” (TDK, 2022). Cultural tourism, on the other hand, is expressed as including for the purpose of providing the opportunity to observe cultural attractions, historical places, and to experience cultural diversity together in the destination to be visited (Hughes, 2002:166). Cultural tourism is a type of tourism that activates the market power of the destination by providing sustainable tourism that can be used by protecting the past appearance of cultural and historical structures, preserving them by adhering to the past or transferring them to the next generations (Çetin, 2020:92).

In the field of international tourism, cultural tourism can be considered as the type of tourism that attracts attention to constitute approximately 40% of the total travel time. Cultural tourism research has also grown rapidly, especially in areas such as cultural use, cultural motivations, conservation, cultural tourism economics, anthropology and cultural heritage (Richards, 2018:12). It provides an opportunity to develop cultural tourism complaints (Ali et al., 2016:13). Cultural experience is expressed as “tourists assimilating the civilizations and lifestyles they witness in the destinations they visit” (Cheng & Chen, 2022:4). Cultural tourist is interpreted as any person who visits cultural institutions. Cultural structures are museums, ruins and cultural heritage sites, operas, theaters, festivals and architectural structures (Stylianou-Lambert, 2011:405). Cultural experiences are important motivations for those who plan their travels according to causal, cultural and historical attractions. In other words, during the laundry trips, they have the opportunity to get to know both those who have information about the old lives of the destinations and their own selves.

Cultural observation helps the observer create clear and positive destination perceptions and improve their cultural experience. In addition, the herd provides a refreshing and authentic experience for drinks (Xu et al., 2022:4). If a tourism product or a travel experience causes complaints to receive interest and pleasure, meet their expressive characteristics and reveal life activities, their pleasure and interest or experience with that product will increase (Shafaei, 2017:256). There is strong evidence of the subjective well-being of culture for local residents (Pan et al., 2018:2). They can strengthen people's communication with the social environment (Prayag & Ryan, 2012), establish an emotional bond with the environment (Pretty et al., 2003), or improve the perception of destination in the preferences of pregnant women (Prebensen et al., 2013).

Since ancient times, we have been providing cultural groups, people with emotional support and protection against bonding challenges. In modern times, cultural groups are often racially and ethnically constrained by support and national boundaries, and arguably extremist groups (model war) arrangements and provide tangible protection. For this reason, people convey the emotional connection of a cultural group with specific or generalized others, taking advantage of a sense of escape and safe haven (Hong et al., 2013:845). Cultural obligation ensures psychological security when faced with the threat of any culture and its symbols (Yap et al., 2019:1). Individuals realize their experiences by feeling safe in different cultures, values, beliefs and historical structures. It becomes easier for him to structure the units in depth and to describe the feelings that arise in the new environments he is in. The fact that people live safely in the culture they are interested in enables them to interact more strongly with other people and the destination they are in.

Exhibits related to cultural experience; cultural communication, memorable tourism experience, destination loyalty (Chen & Rahman, 2018), visitor attachment, authenticity, tourist repeat visits and electronic word of mouth (eWOM) intentions (Sert, 2019; Rasoolimanesh et al., 2021), cultural initiative, entry focused on issues such as responsible behavior (Cheng & Chen, 2022). This study is also about the effect of cultural experience and cultural participation of local citizens on their cultural recommendations.

### Method

In the research, it is aimed to explain the relationship between the cultural participation, cultural experience and cultural commitment of domestic tourists visiting Kastamonu. Kastamonu has a strong potential in terms of tourism diversity. In this context, it also hosts many attractions in terms of cultural tourism experience. Therefore, this study is important in terms of examining the cultural participation, experience and loyalty of the visitors in ensuring the sustainability of the cultural destinations of Kastamonu province.

When the relevant literature is examined; participation has an impact on cultural experience (Fan et al., 2022), cultural experience has an impact on cultural commitment (Cheng & Chen, 2022), and cultural participation has an impact on cultural commitment (Li et al., 2021; Blešić et al., 2022). According to the findings, it is thought that this study is also important. In line with the purpose of the study, the following hypotheses have been developed.

H1. Cultural participation influences cultural experience.

H2. Cultural participation affects cultural commitment.

H3. Cultural experience influences cultural commitment.

Questionnaire technique, one of the quantitative research methods, was used to collect as much data as possible in a short time. Kim (2012) and Xu & Zhu (2016) for statements about cultural experience in the research, Williams & Vaske (2003) and Burgoyne et al. (1999), for expressions of cultural participation, Blešić et al. (2022) studies were compiled and prepared.

The said survey consists of two parts. In the first part of the questionnaire, there are questions about the demographic characteristics of the participants (gender, marital status, age, education level, occupation and monthly average income). The second part of the questionnaire includes statements about cultural experience, cultural commitment and cultural participation. The aforementioned statements were rated as “1= Strongly Disagree, 2=Disagree, 3=Undecided, 4=Agree, 5=Strongly Agree”.

The population of this study consists of domestic tourists visiting Kastamonu. It has been determined that Kastamonu has been visited by an average of over 300,000 tourists in the last three years (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022). Therefore, the sample of the research consists of 382 people determined by the convenience sampling method, one of the non-probability sampling methods at the 0.05 significance level (Doğanay et al., 2012:122). Face-to-face surveys were applied to the mentioned participants in the cultural and historical touristic areas of Kastamonu (Pir Sheikh Şaban-i Veli Complex, Cumhuriyet Square, Nasrullah Mosque Square, Yakup Ağa Complex) between September and December 2022.

The data obtained from the surveys within the scope of the research were evaluated with the help of SPSS 22.0 (Static Packages for the Social Sciences) statistical package program and analyzed with various statistical methods (frequency analysis, explanatory factor analysis, correlation analysis, regression analysis). The findings obtained as a result of the analyzes were interpreted.

## Result and Discussion

According to current developments, cultural tourism attracts a lot of attention (Fan et al., 2022:414) and cultural and historical heritage sites are seen as an important part of touristic destinations. These areas offer many experiences to people as long as their sustainability is ensured. Therefore, in this study, it is aimed to examine whether the cultural participation of domestic tourists has an effect on their cultural experiences and cultural commitments. Again, the effect of cultural experiences on their cultural commitment was also examined.

According to the results of the study, 54% of the participants are women and 51% are single. It is observed that the most participating age range is 26-36. When the education level is examined, it is seen that individuals in high school, associate degree and undergraduate groups participate more. When the profession variable is examined, the highest participation (21.2%) is the private sector and civil servants, students (14.7%), and individuals from other (12.6%) occupational groups. When the average monthly income of the individuals participating in the research is examined, it is seen that individuals with an income of 1-2000 TL have a balanced participation, the lowest participation is 20000 and above 7.9% and 0 TL (11.9). This result is similar to the results of other studies in the literature (Li et al, 2021; Cheng & Chen, 2022). However, there are also studies that differ in terms of gender, marital status and occupation (Blešić et al., 2022).

As a result of the analyzes made, there is a weak and significant positive relationship between cultural participation, cultural experience and cultural commitment. Li et al. (2021) supports the results of his study. In addition, there is a weak positive correlation between cultural experience and cultural commitment. This result is similar to the results of other studies in the literature (Cheng & Chen, 2022; Zhou & Pu, 2022).

In addition, while cultural participation does not have an impact on cultural experience, it does have an impact on cultural commitment. This result Fan et al. (2022) study. However, Li et al. (2021) obtained similar results in his study. In addition, in this study, it was observed that cultural experience has an effect on cultural commitment. This result supports the results of previous studies (Li & Liu, 2020; Cifci, 2022).

This study is unique in terms of examining the impact of cultural participation of domestic tourists on their experience and commitment. Cultural experiences, participation and commitment of the tourist can be studied with factors such as cultural tendency and cultural knowledge. In the research, the opinions of domestic tourists who prefer Kastamonu as a destination were taken into account. Future studies can also be studied using the scale of indigenous people's participation and cultural competition.

## GİRİŞ

*Kültür, “tarihsel, toplumsal, sosyokültürel gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Sevimli ve Sönmezdağ’a (2017) göre ise kültür genel olarak bir toplumun maddi ve manevi oluşturduğu, gelecek kuşağa aktardığı bütün öğeler olarak nitelendirilir. Kültürün aktarılması insan yaşamının varlığı ile mümkündür. Kültür turizmi ise ziyaret edilmek destinasyonda, kültürel değer taşıyan çekicilikleri, tarihi mekânları gözlemleme, kültürel çeşitlilikleri bir arada deneyimleme imkânı sağlayan faaliyetlere dâhil olmak olarak ifade edilmektedir (Hughes, 2002:166). Kültür turizmi ile kültürel ve tarihi yapılar geçmişteki görünümünün himaye edilmesi, eskiye bağlı kalınarak onarımının yapılması ya da kendinden sonraki nesillere olduğu gibi aktarılması ile sürdürülebilir turizme de olanaklar sunarak destinasyonun pazar gücünü de etkinleştiren bir turizm çeşididir (Çetin, 2020:92).*

Uluslararası turizm alanında kültür turizmi toplam seyahat ölçeğinin yaklaşık % 40'ını oluşturduğu için ilgi gören turizm türü olarak kabul edilebilir. Kültür turizmi araştırmaları da özellikle kültürel tüketim, kültürel motivasyonlar, mirasın korunması, kültürel turizm ekonomisi, antropoloji ve kültürel miras gibi alanlarda hızla büyümüşür (Richards, 2018:12). Kültürel turizm turistlere kendilerini geliştirme fırsatı sunar (Ali vd., 2016:13). Kültürel deneyim, turistlerin medeniyet fikirlerini algılaması olarak ifade edilir (Cheng & Chen, 2022:4). Kültür turisti, kültürel kurumları ziyaret eden herhangi bir kişi olarak tanımlanmaktadır. Kültürel kurumlar ise müzeler, arkeolojik ve kültürel miras alanları, operalar, tiyatrolar, festivaller ve mimari yapılarıdır (Stylianou-Lambert, 2011:405). Dolayısıyla sanatsal, kültürel ve tarihi çekiciliklere göre seyahatlerini planlayan turistler açısından kültürel deneyimler önemli motivasyondur. Turistler gezileri sırasında hem destinasyonların eski yaşayışları hakkında bilgi sahibi olurlar hem de öz benliklerini tanıma fırsatı yakalarlar.

Kültürel katılım, gezginlerin açık ve olumlu destinasyon algıları oluşturmalarına ve kültürel deneyimlerini geliştirmelerine yardımcı olur. Bunlara ek olarak turistler için daha sürükleyici ve otantik bir deneyim sağlar (Xu vd., 2022:4). Bir turizm ürünü veya bir seyahat deneyimi, turistlerin ilgi ve zevk almalarını, kendilerini ifade etme ihtiyaçlarını karşılamalarını ve yaşam tarzı aktivitelerini ortaya koymalarını sağlar ise o ürünle ilgili zevkleri ve ilgileri veya deneyimi artacaktır (Shafaei, 2017:256). Kültürün yerel sakinler açısından ise öznel refahı etkilediğine dair güçlü kanıtları bulunur (Pan vd., 2018:2). Dahası bireyler, sosyal çevre ile iletişimini güçlendirebilir (Prayag & Ryan, 2012), bulunduğu çevreyle arasında duygusal bağ kurabilir (Pretty vd., 2003) veya gelecekteki tercihlerinde destinasyon algısını geliştirebilirler (Prebensen vd., 2013).

Eski zamanlardan beri kültürel gruplar, bireylere duygusal destek ve bağlamsal zorluklara karşı koruma sağlamıştır. Modern zamanlarda, kültürel gruplar genellikle ırksal ve etnik sınıflandırmalar ve ulusal sınırlarla sınırlandırılır ve tartışmalı bir şekilde aşırı durumlarda (örneğin savaş) sembolik destek ve somut koruma sağlar. Bu nedenle insanlar, bir rahatlık ve güvenli sığınak duygusundan yararlanarak, kültürel bir gruptan belirli veya genelleştirilmiş diğer kişilerle duygusal bağlantılar kurabilirler (Hong vd., 2013:845). Kültürel bağlılık herhangi bir kültüre ve onun sembollerinin tehditle karşı karşıya kalındığında psikolojik güvenlik süreçlerini ifade eder (Yap vd., 2019:1). Bireyler, farklı kültürle, değerlere, inanışlara, tarihi yapılar içerisinde kendisini güvende hissederek deneyimlerini gerçekleştirmektedirler. Böylelikle bireyin farkındalık yaratması ve bulunduğu yeni çevrelerde açığa çıkan hislerini tanımlaması kolaylaşır. Kişilerin ilgilendikleri

kültürü güven içerisinde yaşamaları diğer insanlarla ve bulunduğu destinasyonla daha güçlü etkileşim kurmalarını sağlar.

Kültürel deneyim ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; kültürel iletişim, hatırlanabilir turizm deneyimi, destinasyon sadakati (Chen & Rahman, 2018), ziyaretçi katılımı, özgünlük, turistlerinin tekrar ziyareti ve elektronik ağızdan ağza iletişim (eWOM) niyetleri (Sert, 2019; Rasoolimanesh vd., 2021), kültürel bağlılık, çevreye sorumlu davranış (Cheng & Chen, 2022) gibi konular üzerine odaklanılmıştır. Bu çalışma da yerli turistlerin kültürel deneyim ve kültürel katılımlarının kültürel bağlılıkları üzerindeki etkisine yöneliktir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Kültürel Deneyim

Güncel gelişmelere göre kültür turizmi oldukça ilgi görmektedir (Fan vd., 2022:414). Kültürel ve tarihi miras alanlar turistik destinasyonların önemli bir parçası olarak görülmektedir. Bu alanlar sürdürülebilirliği sağlandığı sürece kişilere pek çok deneyim sunmaktadır. Deneyim, genel olarak tüm dillerde bireyin günlük yaşantısı sırasında yaşadığı tecrübelerdir (Caru & Cova, 2003:269; Akkuş, 2017:7). Diğer bir deyişle deneyim, bir bireyin belli bir zaman içerisinde ya da yaşadığı sürece edindiği bilgilerin tümü, tecrübe olarak ifade edilmektedir (TDK, 2022). Kültürel deneyim ise emanetler, şahsiyetler ve hikayeler aracılığıyla insan toplumu tarafından gösterilen kültürel miras turları sırasında destinasyonlarda turistlerin medeniyet fikirlerini algılaması olarak tanımlanır. Turistlerin kültürel miras yoluyla destinasyonun tarihi, kültürü, gelenekleri, yaşam duyguları ve sosyal becerileri, bilişsel değerlendirmelerini ve bilgi edinmelerini içerir. Kültürel değerini rafine etmek, destinasyonların rekabet avantajı kazanması için temel unsurlardır (Cheng & Chen, 2022:4). Kültürel deneyim, bir turizm destinasyonunda ziyaretçinin temel motivasyonu somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri/ürünleri tüketmek, öğrenmek, keşfetmek ve deneyimlemektir (Richard, 2002:13).

Kültürel mirasa yönelik turistlerin artmasıyla birlikte yeni bir turizm pazarı oluşmuştur. Modern zamanlarda teknolojinin gelişimi sayesinde insanlar, kültürel mirasın değerini keşfetmek ve eski şeylere özlem duymak istemektedir. Böylece, kültürel miras turizminin çeşitlendirilmesine yönelik talep artar (Zhang vd., 2018:1). Bunun yanı sıra kültür turizmi, turizm destinasyonlarında mevsimselliği önlemek için kullanılan ana kaynaklardan biri olarak kabul edilmektedir ve doğası gereği mevsimsel değildir. Ayrıca genel kabul gören klişeye göre kültür turistleri yaşlanma eğilimindedir ve bu nedenle genç turistlere göre yoğun olmayan sezonda da seyahat etme olasılığı daha yüksektir. (Vergori & Arima, 2020:77). Dahası turistlerin kültürlerarası yeterliliği, uygun şekilde ve farklı kültürlerdeki insanlarla verimli bir şekilde etkileşime girerek turistlerin olumlu kültürel alışveriş geliştirmelerine yardımcı olur (Fan vd., 2022:414).

Kültürel deneyim ile ilgili literatür incelendiğinde; turistin tekrar ziyaret niyeti (Chen & Rahman, 2018), kültürel farkındalık (Zhang vd., 2018), memnuniyeti ve davranışsal niyeti (Rasoolimanesh vd., 2021), kültürel bağlılık ve çevreye sorumlu davranış (Cheng & Chen, 2022) üzerindeki etkisi çalışılmıştır. Ayrıca turistin aktif katılımının kültürel deneyim üzerindeki etkisine (Fan vd., 2022) ve kültürel deneyim ile kültürel dünya görüşü arasındaki ilişkiye (Wei vd., 2020) odaklanılan çalışmalar mevcuttur.

### 1.2. Kültürel Katılım

Katılım, sezgisel değer yaratmanın önemli bir unsuru olarak ifade edilmektedir (Carlson vd., 2019:3). Kültürel katılım, çeşitli turistik faaliyetlere dahil olmak olarak tanımlanır (Stevenson vd., 2017:89). Katılım ile yerel topluluklar ve

turizmdeki rolleri, turizm gelişiminin sürdürülebilirliğini değerlendirirken kilit konu olarak kabul edilebilir. (Saarinen vd., 2020:858). Kültürel katılım ile kişiler yerel ve bölgesel konularda bilinç geliştirir ve yöre sakinlerinin yaşam şekillerinin hoş görülmesini ve saygı değer görülmesini kolaylaştırır (Tosun, 2006:495).

Kültür, ekonomik ve sosyal iyileştirme planlarının bir parçası olarak kullanıldığında miras yöneticileri ve yerel topluluklar arasında refah, sürekli diyaloglar karşılıklı güven ve dürüstlük ilişkilerine dayalı olarak gereklidir (Chauhan, 2022:5). Kültür politikaları, uzun bir süredir kültüre erişim ve katılımı ilgilendirmektedir. Bununla birlikte, dijital teknolojilerdeki, medya tüketim tarzlarındaki ve boş zaman etkinliklerinin doğası ve yapısı, olağan kültürel izleyici kitlesini değiştirmiştir. Öte yandan, ekonomik kriz ve kamunun sanata yaptığı harcamalardaki kesintiler, kültürel kuruluşlar üzerindeki baskı diğer etkenlerdir. Sonuç olarak, kültür profesyonelleri sürekli olarak izleyicileriyle etkileşim kurmanın ve ilgilerini sürdürmenin yeni yollarını ararlar (Tomka, 2013:259). Ayrıca bireylerin bilgi eksikliği ve eğitim yoksunluğu kültürel kalımlarını engelleyen faktörler olarak görülmektedir (Gohori & vander Merwe, 2022:847).

Kültürel katılım ile ilgili literatür incelendiğinde; turistin akış deneyimi (Zhang vd., 2019), yiyecek deneyimi, davranışsal niyeti (Di-Clemente vd., 2020), yer bağlılığı, tutum, manevi refah (Li vd., 2021; Blešić vd., 2022), sorumlu davranış (Samaddar vd., 2022), destinasyon sadakati (Japutra, 2022), turizm deneyimi ve memnuniyeti (Xu vd., 2022), marka bağlılığı, marka güvenilirliği (Molinillo vd., 2022) üzerindeki etkisine odaklanılmıştır. Ayrıca tüketicilerin marka kültürel sembolizmi ve marka özgünlüğü ile kültürel katılım arasındaki ilişkiyi (Jian vd., 2019) inceleyen çalışmalar bulunmaktadır.

### 1.3. Kültürel Bağlılık

Kültürel bağlılık, birey ve kültür arasındaki iletişimin sonucunda kültüre ait olma ve güven duygusu ile ortaya çıkan tamamen sezgisel bir bağlıdır (Hong vd., 2013:845). Kültürü yansıtan tarihi mahalleler, tarihi mimari, manzaralar ve destinasyonlar korunarak sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmelidir. Araştırmacılar, bir yere bağlanmanın olumlu olduğunu bulmuşlardır (Zhu & Chiou, 2022:1). Kültürel destinasyonların korunmasında çevre planlaması dikkat edilmesi gereken bir husustur. Bu durum turistlerin ziyaretlerinde kalış sürelerine, destinasyona bakış açılarına yansır. Li vd.'ye göre (2021:4) birey ve yaşadıkları çevre arasındaki bağ, manevi esenlikten etkilenmektedir.

Kültürel bağlılık turizm sektöründe etkin bir konuma sahiptir. Gezinler ziyaret ettikleri destinasyonda beklentileri karşılandığında ve yüksek düzeyde doyumları sağlandığında memnuniyet kazanarak bağlılıkları gerçekleşir. Bu durum sonucunda da tekrar ziyaret etme ihtimalleri açığa çıkar (Vada vd., 2019:322). Dahası bağlılık yer kimliği ve kişinin şahsiyeti ile destinasyon arasındaki etkileşimi açığa çıkarır. Turizm bakış açısında yer etkisi sayesinde pek çok çekiciliklere tanık olma ve orada turizm aktivitelerini deneyimleme neticesinde ekonomik kalkınmadan söz edilebilir. Bu durum ilgili bireylerin destinasyonu tercih etmeleriyle ve ziyaret etme sıklığı ile bağlantılıdır. Ayrıca kültürel bağlılık ile turist ve yerel halk arasında sosyal etkileşim doğar. Kişilerin birbirleriyle olan sosyal etkileşimleri güç kazandıkça bağlanma düzeyleri de artar (Kirkup & Sutherland, 2017:10). Buna ek olarak turistler biyolojik, ruhsal ve kültürel gereksinimlerini de karşılar (Jiang vd., 2017:2). Kültürel bağlılık ile hem destinasyon hem kişi gelişim açısından değer kazanmaktadır.

Turizm kapsamında bağlılık kavramı daha çok yer bağlılığı olarak çalışıldığı tespit edilmiştir. Kültürel bağlılığa yönelik araştırmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Buna rağmen kültürel bağlılık ile ilgili literatür incelendiğinde; turistin kültürel bağlılığının çevreye sorumlu davranışı (Cheng & Chen, 2022), marka güvenilirliği (Molinillo vd., 2022) üzerindeki

etkisi çalışılmıştır. Ayrıca turistin kültürel deneyiminin, destinasyon kimliğinin ve destinasyon çekiciliğinin destinasyon bağlılığı üzerindeki etkisini (Li & Liu, 2020; Rather vd., 2020; Pratminingsih vd., 2022) inceleyen çalışmalar bulunmaktadır.

#### 1.4. İlgili Literatür

Atsız ve Kızılırmak (2016) Sultanahmet bölgesinde bulunan ve kültür turizmine yönelik hizmet sunan A grubu seyahat acentelerinin yenilik yönetimine yaklaşımlarını belirlemektir. Çalışmanın amaçlarına ulaşabilmek için, araştırma kapsamında durum değerlendirmesi çalışmalarında güvenilirliği sınanmış bulunan ve nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. İncelenen dökümanlar sonucunda, kültürel deneyime yönelik ürün yeniliğine yönelik “ürünün içeriğine yönelik” ve “ürünün sunumuna yönelik yenilikler” olmak üzere iki ana tema ortaya çıkmıştır. Ürün içeriğine yönelik yenilikler, bölgede bulunan acentaların sayısının fazlalığı ve aynı ürünü sunması, acentaları bu faaliyete yönelttiği görülmektedir. Ürünün sunumuna yönelik yeniliklerde ise, ürünün sunumunda meydana gelen yenilikler ürünü daha çekici kılacağı ve üründe de birtakım yenilikler getireceği seyahat acentaları yöneticileri ve çalışanları tarafından belirtilmektedir.

Wei vd. (2020) çalışmalarında 322 kişiye anket uygulamıştır. Yapısal eşitlik modeli kullanarak kültürel koruma ve doğa kültürü kültürel deneyimi olumlu yönde etkilemiştir. Ayrıca dünya görüşü ile kültürel deneyim arasında ilişki bulunmuştur. Bu çalışma hem kültür hem de doğa turizmi ile sosyal psikoloji alanında yapılan araştırmalara pratik çıkarımlar sunacağı belirtilmiştir.

Çuhadar (2021) yüksek kültür turizmi potansiyeline sahip İznik’i ziyaret eden turistlerin kültürel deneyimlerinin incelenmesidir. Araştırma bulgularında, olumlu yorumlar arasında tarihi yerler, ulaşım kolaylığı, doğal yapı ve çinicilik faaliyetleri gibi unsurlar ön plana çıkmıştır. Olumsuz yorumlar arasında ise, alt yapı üst yapı eksikliği, yanlış yapılanma ve otopark sorunu gibi ifadeler saptanmıştır.

Cheng ve Chen (2022) çalışmasında miras turizmine katılan turistlerden toplanan 588 veriyi ampirik olarak test etmek için yapısal eşitlik modeli uygulamıştır. Analiz sonuçlarına göre, kültürel mirasa sahip turistik destinasyonlardan edinilen bilişsel, duygusal ve kültürel deneyimlerin, turistlerin çevreye karşı sorumlu davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Fan vd. (2022) turistlerin davranışlarını ölçmek için çok boyutlu bir ölçüm geliştirdikleri çalışmasında turistlerin kültürlerarası ilişkileri, yeterlilik, turistlerin aktif katılımı ve unutulmaz kültürel deneyimler araştırılmıştır. Çalışmada nicel ve nitel yöntemler kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda turistlerin aktif katılımı unutulmaz kültürel deneyimi etkilediği belirtilmektedir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada Kastamonu’yu ziyaret eden yerli turistlerin kültürel katılımları, kültürel deneyimleri ile kültürel bağlılıkları arasındaki ilişkisini açıklamak amaçlanmaktadır. Kastamonu turizm çeşitliliği açısından güçlü potansiyele sahiptir. Bu bağlamda kültürel turizm deneyimi açısından da pek çok çekiciliğe ev sahipliği yapmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma Kastamonu ilinin kültürel destinasyonlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ziyaretçilerin kültürel katılımları,

deneyimleri ve bağlılıklarının incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca yerli turistlerin kültürel deneyimlerine ilişkin akademik literatüre katkı sağlaması açısından da önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu sayede Kastamonu'daki kültürel varlıkların tanıtımı ve sürdürülebilirliği sağlanabilir. Böylelikle yerel halkın turizmden ek gelir elde etmesi kolaylaşır. Turistler açısından ise kültür turizminin uygulanabilirlik potansiyeli yüksek olan Kastamonu'ya gelecekteki ziyaretlerini planlamalarında kolaylıklar sunabilir.

İlgili literatür incelendiğinde; katılımın kültürel deneyim üzerinde (Fan vd., 2022), kültürel deneyimin kültürel bağlılık (Cheng & Chen, 2022), kültürel katılımın kültürel bağlılık (Li vd., 2021; Blešić vd., 2022) üzerinde etkisi bulunmaktadır. Elde edilen bulgulara göre bu çalışmanın da önem taşıdığı düşünülmektedir. Çalışma amacı doğrultusunda da aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

*H1.* Kültürel katılım kültürel deneyimi pozitif etkiler.

*H2.* Kültürel katılım kültürel bağlılığı pozitif etkiler.

*H3.* Kültürel deneyim kültürel bağlılığı pozitif etkiler.

## 2.2. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıklarının arasında çalışmanın yalnızca Hz. Pir Şeyh Şaban-i Veli Külliyesi, Cumhuriyet Meydanı, Nasrullah Cami Meydanı ve Yakup Ağa Külliyesi'ni ziyaret eden 382 yerli turiste uygulanması ve anketin belirli bir dönem içerisinde toplanması bulunmaktadır. Ayrıca, araştırmada örneklem seçiminde kolayda örneklemin seçilmesi, araştırma kapsamında yalnızca kültürel deneyim, kültürel katılım ve kültürel bağlılık değişkenlerinin incelenmesi ve veri toplama yönteminin sadece anket tekniği ile sınırlı olması, araştırmanın diğer sınırlılıkları arasındadır.

## 2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Çalışmada araştırma yöntemlerinde nicel yöntem kullanılmıştır ve verileri toplamak için ise anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kültürel deneyimle ilgili ifadeler için Kim (2012) ve Xu ve Zhu (2016), turistlerin kültürel bağlılıklarını ölçmek için Williams ve Vaske (2003) ve Burgoyne vd. (1999), kültürel katılım ifadeleri için Blešić vd. (2022) çalışmaları derlenerek hazırlanmıştır.

Söz konusu anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcılara ait demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek ve aylık ortalama gelir) yönelik sorular bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde kültürel deneyim, kültürel bağlılık ve kültürel katılıma ait ifadeler yer almaktadır. Bahsi geçen ifadeler "1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir.

## 2.4. Araştırmanın Örnekleme Süreci

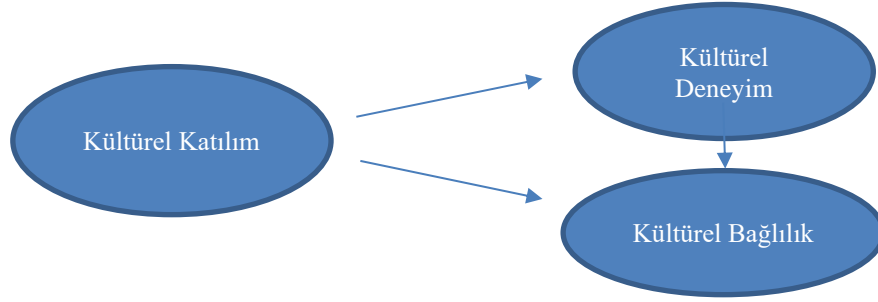
Bu çalışmanın evrenini Kastamonu'yu ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Kastamonu'yu son üç yılda ortalama 300.000'in üzerinde turist ziyaret ettiği belirlenmiştir (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022). Dolayısıyla araştırmanın örneklemini 0.05 önem düzeyinde olasılıksız örnekleme yöntemlerinden kolaylı örnekleme yöntemi ile belirlenen 382 kişi oluşturmaktadır (Doğanay vd., 2012:122). Söz konusu katılımcılara Eylül-Aralık 2022 tarihleri arasında



Kastamonu'nun kültürel ve tarihi değer taşıyan turistik alanlarında (Hz. Pir Şeyh Şaban-i Veli Külliyesi, Cumhuriyet Meydanı, Nasrullah Cami Meydanı, Yakup Ağa Külliyesi) yüz yüze anketler uygulanmıştır.

## 2.5. Araştırmanın Modeli

Yerli turistlerin kültürel katılımları, kültürel deneyimleri ve kültürel bağlılıklarına ilişkin model Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

**Kaynak:** Yazarlara aittir.

## 2.6. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında anketlerden elde edilen veriler SPSS 22.0 (Statistical Packages for the Social Sciences) istatistik paket programı yardımıyla değerlendirilmiş ve çeşitli istatistiksel yöntemlerle (frekans analizi, açıklayıcı faktör analizi, korelasyon analizi, regresyon analizi) analiz edilmiştir. Analizler sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

## 3. BULGULAR VE YORUMLAMA

### 3.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir. Araştırmaya katılan 382 yerli turistin %54,2'si kadın, %45,8'i erkeklerden oluşmuştur. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %51,8'i bekar, %48,2'si evlidir. Yaş değişkeni açısından değerlendirildiğinde 26-36 yaş aralığı grubu en büyük katılımı (%44), en düşük oran ise 59-69 yaş (%1,3) ve 48-58 yaş (%5,5) aralığındaki bireylere ait olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumu incelendiğinde lisans (%33,5), lise (%25,9), ön lisans (%22) dengeli bir katılım sağlandığı görülmektedir ve en düşük katılımı ilköğretim (%8,4), lisansüstü (9,9) bireyler oluşturmaktadır. Meslek değişkeni incelendiğinde en yüksek katılımı (%21,2) özel sektör ve memur, öğrenci (%14,7), diğer (%12,6), ev hanımı (%11,8) grubundan oluşmaktayken en düşük katılımı (%6) serbest meslek (%5,8) işçi, (%4,2) esnaf ve (%2,1) emekli bireyler sağladığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin aylık ortalama geliri incelendiğinde 1-20000 TL gelire sahip bireylerin dengeli bir katılım sağladığı görülmektedir, en düşük katılımı 20000 ve üstü %7,9 ve 0 TL (11,9) kazanca sahip olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

	F	%		F	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Eğitim Durumu</b>		
<b>Kadın</b>	207	54,2	İlköğretim ve altı	32	8,4
<b>Erkek</b>	175	45,8	Lise	99	25,9
<b>Medeni Durum</b>			Ön lisans	84	22
<b>Bekar</b>	198	51,8	Lisans	128	33,5
<b>Evli</b>	184	48,2	Lisansüstü	38	9,9
<b>Yaş</b>			<b>Meslek</b>		
<b>18-25</b>	112	29,3	Özel sektör	81	21,2

26-36	168	44	Memur	81	21,2
37-47	76	19,9	Öğrenci	56	14,7
48-58	21	5,5	Esnaf	16	4,2
59-69	5	1,3	İşçi	22	5,8
<b>Gelir</b>			Emekli	8	2,1
0	45	11,8	Ev hanımı	45	11,8
1-5500	119	31,2	Serbest meslek	23	6
5501-10000	78	20,4	Diğer	48	12,6
10001-20000	106	27,7			
20000 ve üstü	30	7,9			

### 3.2. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi

Ölçeklere uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonucu çarpıklık katsayıları incelenen verilere tüm boyutlar normal dağılım göstermektedir (Şencan, 2005; Huck, 2008). Analizlerde açıklayıcı model olarak temel bileşenler analizi ve varimax döndürme seçenekleri kullanılmıştır. Elde edilen yapıya ilişkin sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Faktörlerdeki maddeler ifade ettiği anlamlar doğrultusunda Faktör 1: Kültürel Katılım Faktör 2: Kültürel Deneyim, Faktör 3: Kültürel Bağlılık olarak adlandırılmıştır. Genel olarak 3 faktörün toplam varyansı açıklama oranı 51,87 olarak bulunmuştur. Faktörlerin varyansı açıklama oranlarına bakıldığında, kültürel bağlılık faktörünün daha yüksek bir açıklama oranına sahip olduğu görülmektedir.

Genel Cronbach Alpha değeri ise 0,723’tür. Kültürel Katılım 0,720, Kültürel Deneyim 0,670, kültürel Bağlılık 0,730’dur. Bu değerler sosyal bilimler açısından orta düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir (Hair vd., 2010:92).

**Tablo 2:** Kültürel Katılım, Kültürel Deneyim, Kültürel Bağlılık Ölçeklerinin Faktör Analizi

Kültürel Katılım	Ort.	Fakt. Yüğü	Öz Değer	Açıkl. Vary.	Cron Alpha
<b>Kültür ile ilgili etkinliklere katılmaktan keyif alıyorum.</b>	3,99	0,660	2,182	19,833	0,720
<b>Ailem ve yakın çevrem çöğunluğu kültürel faaliyetlerle ilgilenir.</b>	3,33	0,667			
<b>Kültürle ilgili faaliyetlere katılmak hayatımda çok önemli yere sahiptir.</b>	3,57	0,823			
<b>Kültürel aktivitelere katılım sağladığımda yeteneğimi, kimliğimi, beğenimi gösterebilirim.</b>	3,82	0,685			
<b>Şehirdeki kültürel aktiviteler ilgimi çeker.</b>	4,21	0,559			
<b>Kültürel Deneyim</b>			2,011	38,118	0,670
<b>Kastamonu’nun mimari yapısı yerin kültürel karakteristik özelliklerini yansıtır.</b>	4,11	0,414			
<b>Kastamonu’da genellikle kültürel temalı müzikler kullanılır.</b>	2,54	0,854			
<b>Kastamonu’daki turizm faaliyetlerinin (sergi, yerel festivaller, vd. etkinlikler) kültürel çağrışımları olağanüstüdür.</b>	3,65	0,647			
<b>Kültürel Bağlılık</b>			1,509	51,837	0,730
<b>Kastamonu’nun tarihi ve kültürüyle gurur duydum.</b>	4,17	0,792			
<b>Kastamonu’nun kültürüyle güçlü bir kimlik duygusuna sahip oldum.</b>	3,46	0,721			
<b>Diğer illerle kıyaslandığında bu yerin kültürü eşsiz-benzersizdir.</b>	3,51	0,780			

Açıklanan Varyans: 51,837 KMO: 0,728 Bartlett Testi, p<0,000

**Tablo 3:** Kültürel Katılım, Kültürel Deneyim ile Kültürel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Analizi

	Kültürel Katılım	Kültürel Deneyim	Kültürel Bağlılık
Kültürel Katılım	1		
Kültürel Deneyim	,174**	1	
Kültürel Bağlılık	,107*	,364**	1

Tablo 3'te görüldüğü gibi pearson korelasyon analizine göre kültürel katılım ile kültürel deneyim ve kültürel bağlılık arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir ( $p < 0,01^{**}$ -  $p < 0,05^{*}$ ). Kültürel katılım ile kültürel deneyim ( $,174^{**}$ ) ve kültürel bağlılık ( $,107^{*}$ ) arasında pozitif yönde zayıf düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Kültürel deneyim ile kültürel bağlılık ( $,364^{*}$ ) arasında pozitif yönde zayıf düzeyde ilişki bulunmaktadır (Tavşancıl, 2006).

**Tablo 4:** Kültürel Katılımın Kültürel Deneyime Etkisinin Analizi

	Beta ( $\beta$ )	T	Sig.	Tol.	VIF
Sabit	3,384	16,988	0,000		
Kültürel Deneyim	0,126	2,097	0,037	1,000	1,000
R2	0,011				
Düzeltilmiş R2	0,009				
F	4,396				
P	0,037				* $p < 0,05$

Tablo 4 incelendiğinde kültürel katılımın kültürel deneyimi açıklama oranı % 1 seviyesinde kalmıştır. Bu değer istatistiki olarak anlamlı bulunmadığından H1 hipotezi reddedilmiştir ( $\beta = 0,126$ ;  $p = 0,037$ ).

**Tablo 5:** Kültürel Katılımın Kültürel Bağlılığa Etkisinin Analizi

	Beta ( $\beta$ )	T	Sig.	Tol.	VIF
Sabit	3,065	15,718	0,00		
Kültürel Bağlılık	0,174	3,439	0,01	1000	1000
R2	0,030				
Düzeltilmiş R2	0,028				
F	11,826				
P	0,001				

Tablo 5 incelendiğinde kültürel katılımın kültürel bağlılık üzerinde 0,05 önem seviyesinde etkilediği görülmüştür. Bu nedenle söz konusu kültürel katılımın kültürel bağlılık üzerinde etkili olduğunu öngören H2 hipotezi kabul edilmiştir ( $\beta = 0,174$ ;  $p = 0,01$ ). Bu sonuç kültürel katılımında sağlanacak bir birimlik artışın yerli turistlerin kültürel bağlılığını 0,17 oranında arttıracığı anlamına gelmektedir.

**Tablo 6:** Kültürel Deneyimin Kültürel Bağlılığa Etkisinin Analizi

	Beta ( $\beta$ )	T	Sig.	Tol.	VIF
Sabit	2,347	12,690	0,00		
Kültürel Bağlılık	0,424	7,616	0,00	1000	1000
R2	0,132				
Düzeltilmiş R2	0,130				
F	58,010				
P	0,000				

Tablo 6 incelendiğinde kültürel deneyimin kültürel bağlılık üzerinde 0,05 önem seviyesinde etkilediği görülmüştür. Bu nedenle söz konusu kültürel deneyimin kültürel bağlılık üzerinde etkili olduğunu öngören H3 hipotezi kabul edilmiştir ( $\beta = 0,424$ ;  $p = 0,00$ ). Bu sonuç kültürel deneyimde sağlanacak bir birimlik artışın yerli turistlerin kültürel bağlılığını 0,42 oranında arttıracığı anlamına gelmektedir.

## SONUÇ

Kültürel ve tarihi miras alanlar turistik destinasyonların önemli bir parçası olarak görülmektedir. Bu alanlar sürdürülebilirliği sağlandığı sürece kişilere pek çok deneyimler sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada da yerli turistlerin kültürel katılımlarının kültürel deneyimleri ve kültürel bağlılıkları üzerinde etkisinin olup olmadığını incelemek amaçlanmıştır. Yine kültürel deneyimlerinin kültürel bağlılıklarına etkisi de incelenmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre katılımcıların %54'ü kadın, %51'i bekarıdır. En çok katılım sağlayan yaş aralığı 26-36 olduğu gözlemlenmektedir. Eğitim durumu incelendiğinde ise lise, ön lisans ve lisans grubundaki bireyler daha çok katılım sağladığı görülmektedir. Meslek değişkeni incelendiğinde en yüksek katılımı (%21,2) özel sektör ve memur, öğrenci (%14,7), diğer (%12,6) meslek gruplarındaki bireyler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin aylık ortalama geliri incelendiğinde 1-20000 TL gelire sahip bireylerin dengeli bir katılım sağladığı görülmektedir, en düşük katılımı 20000 ve üstü %7,9 ve 0 TL (11,9) kazanca sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmaların sonuçları (Li vd., 2021; Cheng & Chen, 2022) ile benzerlik göstermektedir. Ancak cinsiyet, medeni durum ve meslek açısından farklılık gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Blešić vd., 2022).

Yapılan analizler sonucunda kültürel katılım ile kültürel deneyim ve kültürel bağlılık arasında pozitif yönde zayıf düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Li vd. (2021) çalışmasının sonuçlarını destekler konumdadır. Bunun yanı sıra kültürel deneyim ile kültürel bağlılık arasında pozitif yönde zayıf düzeyde ilişki bulunmaktadır. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmaların (Cheng & Chen, 2022; Zhou & Pu, 2022) sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Bunlara ek olarak kültürel katılımın kültürel deneyim üzerinde etkisi bulunmamaktayken kültürel bağlılık üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu sonuç Fan vd. (2022) çalışması ile farklılık göstermektedir. Ancak Li vd. (2021) çalışmasında da benzer sonuçlar elde etmiştir. Ayrıca bu çalışmada kültürel deneyimin kültürel bağlılık üzerinde etkisi bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuç daha önce yapılan çalışmaların sonuçlarını desteklemektedir (Li & Liu, 2020; Cıfci, 2022). Bunlardan hareketle yerli turistlerin kültürel anlamda deneyim kazandıkça tercih ettikleri destinasyonlara bağlılıkları da olumlu yönde geliştiği söylenebilir.

Turistlerin kültürel deneyimleri ve kültürel ilgi alanları, destinasyonun sahip olduğu kültürel varlıklar ile çoğu zaman eşleşmekte ve kültür turizmi destinasyonlarının seçim kararlarında etkili olmaktadır. Araştırma sahası olan Kastamonu Şehri de kültürel açıdan zengin bir destinasyondur. Özellikle tarih, mimari, tasavvuf, el sanatları ve mutfak gibi kültürel alanlara ilgi duyan yerli turistler açısından oldukça çekici bir varış noktası olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda Kastamonu, tursitlere çok farklı kültürel deneyimleri yaşatma olanağı da sunmaktadır. Bunun yanı sıra, Kastamonu'nun özellikle Türk Tarihi ve Türk Kültürüne ait çekim öğeleri, yerli turistlerin kültürel bağlılıklarının da yükselmesini sağlamaktadır.

Bu çalışma yerli turistlerin kültürel katılımının deneyim ve bağlılıkları üzerindeki etkiyi incelenmesi açısından özgün olma özelliğine sahiptir. Turistin kültürel deneyimlerini, katılımlarını ve bağlılıklarını kültürel eğilim, kültürel bilgi gibi etkenlerle çalışılabilir. Araştırmada Kastamonu'yu destinasyon olarak tercih eden yerli turistlerin görüşleri dikkate alınmıştır. Buna göre, destinasyon yönetimlerinin ve pazarlamacılarının turistlerin kültürel deneyimlerini ve kültürel bağlılıklarını yükseltecek faaliyetler sunmaları destinasyonda turizmin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Gelecekteki

çalışmalar ise yerli halkın katılımı ve kültürel rekabet ölçęi de kullanılarak çalışılabilir.

## **ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR**

### ***Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı***

Çalışma, etik kurul izni gerektirmeyen bir çalışmadır.

### ***Yazar Katkı Oranı Beyanı***

Çalışma, iki yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Yazarların her biri %50 ve %50 oranında çalışmaya katkı sağlamıştır.

### ***Çıkar Çatışması Beyanı***

Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

## KAYNAKÇA

- Akkuş, G. (2017). *Deneyimsel Turizm* (1. Baskı). Ankara: SAGE Yayıncılık.
- Ali, F., Ryu, K. & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85–100.
- Atsız, O., & Kızılırmak, İ. (2016). Seyahat Acentelerinde Yenilik Yönetimi: Kültürel Deneyim Üzerine Bir Uygulama. *Balıkesir 15. Geleneksel Turizm Sempozyumu 2016*, 1-9.
- Blešić, I., Pivac, T., Kovačić, S., Cimbalević, M., Lukić, T., Bubalo Živković, M., ... & Bjelajac, D. (2022). Place Attachment, Cultural Involvement, and Residents' Attitudes towards Tourism Development: The Case of Novi Sad, the European Capital of Culture 2022. *Sustainability*, 14(15), 9103.
- Burgoyne, C. B., Routh, D. A. & Ellis, A. M. (1999). The Transition to the Euro: Some Perspectives from Economic Psychology. *Journal of Consumer Policy*, 22(1), 91-116.
- Carlson, J., Wyllie, J., Rahman, M. M. & Voola, R. (2019). Enhancing Brand Relationship Performance through Customer Participation and Value Creation in Social Media Brand Communities. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 333-341.
- Carù, A. & Cova, B. (2003). Revisiting Consumption Experience: A More Humble but Complete View of the Concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286.
- Chauhan, E. (2022). Residents' Motivations to Participate in Decision-making for Cultural Heritage Tourism: Case Study of New Delhi. *Sustainability*, 14(14), 8406.
- Chen, H. & Rahman, I. (2018). Cultural Tourism: An Analysis of Engagement, Cultural Contact, Memorable Tourism Experience and Destination Loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.
- Cheng, Z. & Chen, X. (2022). The Effect of Tourism Experience on Tourists' Environmentally Responsible Behavior at Cultural Heritage Sites: The Mediating Role of Cultural Attachment. *Sustainability*, 14(1), 565.
- Cifci, I. (2022). Testing Self-Congruity Theory in Bektashi Faith Destinations: The Roles of Memorable Tourism Experience and Destination Attachment. *Journal of Vacation Marketing*, 28(1), 3-19.
- Çetin, B. (2020). Niğde İli Altunhisar İlçesinin Kültür Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 91-101.
- Çuhadar, Y. (2021). İznik'i Ziyaret Eden Turistlerin Kültürel Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*. 3(5), 38-53.
- Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M. & Campón-Cerro, A. M. (2020). Tourists' Involvement and Memorable Food-Based Experiences as New Determinants of Behavioural Intentions towards Typical Products. *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2319-2332.
- Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Balaban Salı, J. & Akbulut, Y. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (1. Baskı). Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Web-Ofset Tesisleri.
- Fan, D. X., Tsaur, S. H., Lin, J. H., Chang, T. Y. & Tsa, Y. R. T. (2022). Tourist Intercultural Competence: A Multidimensional Measurement and Its Impact on Tourist Active Participation and Memorable Cultural Experiences. *Journal of Travel Research*, 61(2), 414-429.
- Gohori, O. & vander Merwe, P. (2022). Limitations to Community Participation in Tourism from Local People's Perspectives: Manicaland Province, Zimbabwe. *Development Southern Africa*, 39(6), 841-855.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7. Baskı). New Jersey: Prentice Hall.
- Hong, Y. Y., Fang, Y., Yang, Y. & Phua, D. Y. (2013). Cultural Attachment: A New Theory and Method to Understand Cross-Cultural Competence. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44(6), 1024-1044.
- Huck, S. W. (2008). *Reading Statistics and Research*. New York: Addison Wesley Longman.
- Hughes, H. L. (2002). Culture and Tourism: A Framework for Further Analysis. *Managing Leisure*, 7(3), 164-175.

- Japutra, A. (2022). Building Enduring Culture Involvement, Destination Identification and Destination Loyalty through Need Fulfilment. *Tourism Recreation Research*, 47(2), 177-189.
- Jian, Y., Zhou, Z. & Zhou, N. (2019). Brand Cultural Symbolism, Brand Authenticity, and Consumer Well-Being: The Moderating Role of Cultural Involvement. *Journal of Product & Brand Management*, 28(4), 529-539.
- Jiang, Y., Ramkissoon, H., Mavondo, F. T. & Feng, S. (2017). Authenticity: The Link between Destination Image and Place Attachment. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(2), 105-124.
- Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2022). *İstatistikler*. Erişim adresi: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-340211/istatistikler.html>, Erişim tarihi: 05.11.2022.
- Kim, J. H. (2012) Doctoral Dissertation Summary: Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *European Journal of Tourism Research*, 03, 12–25.
- Kirkup, N. & Sutherland, M. (2017). Exploring the Relationships between Motivation, Attachment and Loyalty within Sport Event Tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 7-14.
- Li, J., Pan, L. & Hu, Y. (2021). Cultural Involvement and Attitudes toward Tourism: Examining Serial Mediation Effects of Residents' Spiritual Wellbeing and Place Attachment. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100601.
- Li, Y. Q. & Liu, C. H. (2020). Impact of Cultural Contact on Satisfaction and Attachment: Mediating Roles of Creative Experiences and Cultural Memories. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(2), 221-245.
- Molinillo, S., Japutra, A. & Ekinci, Y. (2022). Building Brand Credibility: The Role of Involvement, Identification, Reputation and Attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102819.
- Pan, L., Xu, X., Lu, L. & Gursoy, D. (2018). How Cultural Confidence Affects Local Residents' Wellbeing. *Service Industries Journal*, 41(9-10), 581-605.
- Pratminingsih, S. A., Johan, A. & Salsabil, I. (2022). The Effect of Destination Attractiveness on Destination Attachment and Its Impact on Tourist Sustainable Behavior. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(2), 222-234.
- Prayag, G. & Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356.
- Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S. & Uysal, M. (2013). Motivation and Involvement as Antecedents of the Perceived Value of the Destination Experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253-264.
- Pretty, G. H., Chipuer, H. M. & Bramston, P. (2003). Sense of Place among Adolescents and Adults in Two Rural Australian Towns: The Discriminating Features of Place Attachment, Sense of Community and Place Dependence in Relation to Place Identity. *Journal of Environmental Psychology*, 23(3), 273-287.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M. & Hatamifar, P. (2021). Understanding Memorable Tourism Experiences and Behavioural Intentions of Heritage Tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A. & Hall, C. M. (2021). Investigating the Mediating Role of Visitor Satisfaction in the Relationship between Memorable Tourism Experiences and Behavioral Intentions in Heritage Tourism Context. *Tourism Review*, 77(2), 687-709.
- Rather, R. A., Najar, A. H. & Jaziri, D. (2020). Destination Branding in Tourism: Insights from Social Identification, Attachment and Experience Theories. *Anatolia*, 31(2), 229–243.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Saarinen, J, Moswete, N, Athlopheng, J. R. & Hambira, W. L. (2020). Changing Socio-Ecologies of Kalahari: Local Perceptions towards Environmental Change and Tourism in Kgalagadi, Botswana. *Development Southern Africa* 37(5), 855–870.
- Samaddar, K., Mondal, S. & Sharma, S. (2022). Reinforcing Responsible Tourism through Cultural Involvement: An Empirical Evidence from India. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 365-387.
- Sert, A. N. (2019). The Effect of Local Food on Tourism: Gaziantep Case. *Gaziantep University Journal of Social*

- Sciences*, 18(4), 1611-1625.
- Shafaei, F. (2017). The Relationship between Involvement with Travelling to Islamic Destinations and Islamic Brand Equity: A Case of Muslim Tourists in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 255–271.
- Stevenson, D., Balling, G. & Kann-Rasmussen, N. (2017). Cultural Participation in Europe: Shared Problem or Shared Problematisation? *International Journal of Cultural Policy*, 23(1), 89-106.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from Home: Cultural Tourism and Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Şencan, H. (2005). *Güvenilirlik ve Geçerlilik* (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tavşancıl, E. (2006) *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi* (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Türk Dil Kurumu (2022). *Genel Açıklamalı Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- Tomka, G. (2013). Reconceptualizing Cultural Participation in Europe: Grey Literature Review. *Cultural Trends*, 22(3-4), 259-264.
- Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504.
- Vada, S., Prentice, C. & Hsiao, A. (2019). The Influence of Tourism Experience and Well-being on Place Attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 322-330.
- Vergori, A. S. & Arima, S. (2020). Cultural and Non-cultural Tourism: Evidence from Italian Experience. *Tourism Management*, 78, 104058.
- Wei, C., Dai, S., Xu, H. & Wang, H. (2020). Cultural Worldview and Cultural Experience in Natural Tourism Sites. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 241-249.
- Williams, D. R. & Vaske, J. J. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Xu, C. X. & Zhu, X. P. (2016). Connotation of Tourist Destination Cultural Atmosphere and Its Measurement Scheme. *J. Hunan Financ. Econ. Univ*, 32, 133-140.
- Xu, L., Zhang, J. & Nie, Z. (2022). Role of Cultural Tendency and Involvement in Heritage Tourism Experience: Developing a Cultural Tourism Tendency–Involvement–Experience (TIE) Model. *Land*, 11(3), 370.
- Yap, W. J., Cheon, B., Hong, Y. Y. & Christopoulos, G. I. (2019). Cultural Attachment: From Behavior to Computational Neuroscience. *Frontiers in Human Neuroscience*, 13, 209.
- Zhang, H., Cho, T., Wang, H. & Ge, Q. (2018). The Influence of Cross-cultural Awareness and Tourist Experience on Authenticity, Tourist Satisfaction and Acculturation in World Cultural Heritage Sites of Korea. *Sustainability*, 10(4), 927.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H. & Ruan, W. Q. (2019). How Does Authenticity Enhance Flow Experience through Perceived Value and Involvement: The Moderating Roles of Innovation and Cultural Identity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(6), 710-728.
- Zhou, Q. & Pu, Y. (2022). Impact of Cultural Heritage Rejuvenation Experience Quality on Perceived Value, Destination Affective Attachment, and Revisiting Intention: Evidence from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(2), 192-205.
- Zhu, X. & Chiou, S. C. (2022). A Study on the Sustainable Development of Historic District Landscapes Based on Place Attachment among Tourists: A Case Study of Taiping Old Street, Taiwan. *Sustainability*, 14(18), 11755.