



EĞİTİM
yayınevi

TOPLUMSAL AİDİYETİN TURİZM GELİŞİMİ DESTEĞİNE ETKİSİ: YEREL HALK ÜZERİNE ARAŞTIRMA

YUSUF BÖLÜKBAŞ - ŞAFAK ÜNÜVAR

TOPLUMSAL AİDİYETİN TURİZM GELİŞİMİ DESTEĞİNE ETKİSİ: YEREL HALK ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Yusuf BÖLÜKBAŞ
Şafak ÜNÜVAR

EĞİTİM
yayınevi

**TOPLUMSAL AİDİYETİN TURİZM GELİŞİMİ DESTEĞİNE ETKİSİ:
YEREL HALK ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

Yusuf Bölükbaş, Şafak Ünüvar

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 47830

E-ISBN: 978-625-6489-19-6

1. Baskı, Haziran 2023

Kütüphane Kimlik Kartı

**TOPLUMSAL AİDİYETİN TURİZM GELİŞİMİ DESTEĞİNE ETKİSİ:
YEREL HALK ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

Yusuf Bölükbaş, Şafak Ünüvar

133 s., 160x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-6489-19-6

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/meکانık yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Eğitim Publishing Group, Inc. P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
+90 537 512 43 00
bilgi@kitapmatik.com.tr

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ.....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
ÖNSÖZ.....	IX
KISALTMALAR LİSTESİ.....	X
GİRİŞ.....	11

BİRİNCİ BÖLÜM TOPLUMSAL AİDİYET

1.1. Aidiyet Kavramı.....	15
1.1.2. Kimlik Kavramı ve Aidiyetin Kimlik İnşasındaki Rolü	20
1.2. Toplumsal Aidiyet.....	22
1.2.1. Topluluk Duygusu	22
1.2.2. Toplumsallaşma Sürecinde Aidiyetin Rolü	24
1.2.3. Toplumsal Aidiyetin Görünümleri	27
1.2.3.1. Ulusal Aidiyet	29
1.2.3.2. Etnik Aidiyet	29
1.2.3.3. Dini Aidiyet	30
1.2.3.4. Örgütsel Aidiyet.....	31
1.2.3.5. Mekânsal Aidiyet.....	32
1.2.4. Toplumsal Aidiyet Yoksunluğu.....	33

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİ

2.1. Turizmin Sosyo-Kültürel, Fiziksel ve Ekonomik Etkileri	35
2.2. Yerel Halk Turizm İlişkisi	37
2.2.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler	38
2.2.2. Yerel Halk Turizm İlişkisine Yönelik Yaklaşımlar	41
2.2.2.1. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli	41
2.2.2.2. Butler Turizm Yaşam Döngü Modeli.....	43
2.2.2.3. Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi	44
2.2.2.4. Bütünleşik Tehdit Teorisi	46
2.2.2.5. Temas Kuramı.....	46
2.2.2.6. Yer Kimliği Teorisi.....	46
2.2.2.7. Topluluğa Bağlılık Teorisi	47
2.2.2.8. Büyüyen Örgüt Teorisi	48
2.3. Toplumsal Aidiyet Çerçevesinde Turizmin İncelenmesi.....	48
2.4. İlgili Araştırmalar	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	59
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	60
3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	64
3.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	68
3.5. Veri Toplama Süreci.....	72
3.6. Verilerin Analizi	72

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	74
Cinsiyet Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	74
Yaş Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	75
Medeni Durum Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	76
Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	77
Meslek Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	79
Gelir Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	81
Anne Baba Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	82
Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	83
Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	85
Ekonomik Fayda Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	87
Temel Geçim Kaynağı Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	88
Yaşadığı Yerde Doğma Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	89
İkamet Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	90
İkamet Süresi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular	91
Arkadaşlarla İlişki Durumu Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	93
Turistlerle İletişim Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular.....	94
4.2. Toplumsal Aidiyetin Turizmi Destekleme Davranışına Etkisine Yönelik Bulgular.....	95
SONUÇ VE ÖNERİLER	104
ÖNERİLER	108
KAYNAKÇA	110
EKLER.....	121

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. $P \leq 0.05$ sapma miktarları için uygun örneklem büyüklükleri	61
Tablo 2. Katılımcıların demografik özelliklerine ait frekans ve yüzdelik dağılımları	63
Tablo 3. Toplumsal aidiyet ölçeği ifadeleri ve alt boyutları	69
Tablo 4. Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği	70
Tablo 5. Tek faktörlü ölçeğe ait uyum istatistikleri	71
Tablo 6. Ölçeklerden elde edilen puanlara ait betimsel istatistikler.	73
Tablo 7. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların cinsiyet değişkenine göre kıyaslanması.	74
Tablo 8. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaş değişkenine göre kıyaslanması.....	75
Tablo 9. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların medeni durum değişkenine göre kıyaslanması.	77
Tablo 10. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.	78
Tablo 11. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların meslek değişkenine göre kıyaslanması.	79
Tablo 12. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların gelir değişkenine göre kıyaslanması.	81
Tablo 13. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne baba birliktelik durumu değişkenine göre kıyaslanması.	82
Tablo 14. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.	84
Tablo 15. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların baba eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.....	85
Tablo 16. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ekonomik fayda değişkenine göre kıyaslanması.	87
Tablo 17. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların temel geçim kaynağı değişkenine göre kıyaslanması.	88
Tablo 18. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaşadığı yerde doğma değişkenine göre kıyaslanması.....	89

Tablo 19. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet değişkenine göre kıyaslanması.	90
Tablo 20. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet süresi değişkenine göre kıyaslanması.	92
Tablo 21. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların arkadaşlarla ilişki durumu değişkenine göre kıyaslanması.	93
Tablo 22. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların turistlerle iletişim değişkenine göre kıyaslanması.	94
Tablo 23. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlar arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonuçları.	96
Tablo 24. Basit regresyon analiz sonuçları.....	97
Tablo 25. Tolerans değeri, varyans büyütme faktörü ve durum indeksi değerleri	100
Tablo 26. Çoklu regresyon analiz sonuçları	101

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	18
Şekil 2. Turizm Etkilerinin Algılanma Süreçleri	40
Şekil 3. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli.....	42
Şekil 4. Butler Turizm Yaşam Eğrisi Modeli.....	43
Şekil 5. Sosyal Değişim Teori Süreci	45
Şekil 6. Araştırmanın Modeli.....	65
Şekil 7. Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği DFA modeli.....	70
Şekil 8. Katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarına ait incelenen saçılma diyagramı.....	97
Şekil 9. Standartlaştırılmış tahmini değerler ile standartlaştırılmış hata değerleri arasındaki incelenen grafik	98
Şekil 10. Normalliğe ait varsayımın incelenmesi amacıyla oluşturulan standardize edilmiş yordanan değerlere ait histogram ve normal dağılım eğrileri	99
Şekil 11. Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki doğrusallığın incelenmesine ait saçılma grafikleri.....	99

ÖNSÖZ

Turizm denildiği zaman akla sadece ekonomik bir olgu gelmemelidir. Turizm aynı zamanda sosyolojik bir olgudur. Turizm faaliyetine katılan bireyler yaşamış olduğu toplumdan sıyrılarak farklı toplumlara geçici olarak yönelmektedir. Bireyin yaşamış olduğu toplumda aidiyetleri doğrultusunda kendi kimliğini oluşturmaktadır. Kimliği oluşan birey seyahat vasıtasıyla yaşamış veya alışmış olduğu toplumun dışına çıkarak farklı toplumlarla karşılaşmaktadır. Ayrıca birey yaşamış olduğu toplumun kimliksel yansımasını yöneldiği topluma da aktarmakta veya geçici olarak gittiği toplumun kültürel değerlerine aidiyet duymasıyla kendi kimliğine aktarmaktadır. Bölgede yaşayan yerel halk ise bulunduğu toplumu ziyarete gelen yabancı misafir ile çeşitli ihtiyaçlar doğrultusunda etkileşim haline girmektedir. Bu etkileşim doğrultusunda yerel halk ile turist arasında sosyokültürel anlamda alışveriş sağlanmaktadır. Yerel halkın aidiyetleri doğrultusunda oluşan kimliğin zaman içerisinde bölgeyi ziyarete gelen turist ile etkileşime girerek yabancı kültürün etkisi ile yerel halkın kültüründe/kimliğinde olumlu veya olumsuz etkiler meydana gelmektedir. Dolayısıyla turizm toplumsal bir olgu olarak ele alındığında farklı toplumları bir araya getirmektedir. Bu çalışmada turizmin yoğun olarak görüldüğü bölgelerde yaşayan yerel halkın yaşamış olduğu topluma aidiyet duygu düzeylerinin incelenmesi ve bu doğrultuda turizm faaliyetinin gelişimine olan desteklerine her hangi bir etkisinin olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Bu kitap “Toplumsal Aidiyetin Turizm Gelişimi Desteğine Etkisi: Yerel Halk Üzerine Araştırma” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Yusuf BÖLÜKBAŞ
Şafak ÜNÜVAR

KISALTMALAR LİSTESİ

RMSEA	: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü
SRMR	: Standardize Edilmiş Ortalama Hataların Karekökü
NFI	: Normlaştırılmış Uyum İndeksi
NNFI	: Normlaştırılmamış Uyum İndeksi
CFI	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi
GFI	: Uyum İyiliği İndeksi
AGFI	: Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
TGDİT	: Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum
VIF	: Varyans Büyütme Faktörü
CI	: Durum İndeksi

GİRİŞ

İnsanın sosyal bir varlık olması diğer canlılardan ayıran en temel özelliklerinden biridir. Bireylerin diğer bireylerle bir arada yaşama güdüsü bir ihtiyaçtan meydana gelmekle birlikte sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarında da önem arz etmektedir. Birlikte yaşamak, bireyin diğer bireylerle kurmuş olduğu sosyal ilişki ve bu ilişki bireyler arasında sürekliliği temsil etmekle birlikte aynı zamanda birbirlerine olan bağlılıklarını da kaçınılmaz hale getirmektedir. Bunun yanı sıra bireylerin bir arada yaşamasına olanak sağlayan ve düzenleyen bazı norm ve değerlerin birey tarafından özümsemesi toplumsallaşma sürecinde meydana gelmektedir. Bu doğrultuda ilkel toplumlardan günümüz modern toplumlarına kadar bireylerin temel gereksinimlerinden biri olan aidiyetin araştırılması yalnızca psikolojik olmamakla birlikte aynı zamanda sosyolojik olarak da yaklaşılmasını gerektirmektedir. Aidiyet, kişinin özel bir nesneye karşı duygusal bir bağ oluşturması olarak tanımlayabiliriz. Aynı zamanda bireylerin kimlik inşası sürecinde de etkili bir rol oynamaktadır. Toplumsal aidiyet ise insanları ben merkezinden çıkartıp bizliğe ulaştırabilme ve birbirini tanımayan insanları bütünleştirebilme işlevi bulunmaktadır. Böylelikle insanlar ortak duygu ve düşüncelerle ortak toplumsal değerlere sahip olmaktadır. Bu birliktelik sosyal yaşama anlam kazandırır ve kişilerde ortak yaşam amaçlarının ortaya çıkmasına neden olur. Birey diğer bireylerle bir araya gelmesiyle birlikte ortak bir kimlik çatısı altında toplanmaktadır. Bu ortak çatı altında bireyler, birbirleri için önem arz etmekte olduğu inancı, birbirlerine duyulan güven ve gösterilen dayanışma arttıkça aidiyet duygusu da artmaktadır. Yaşadığı topluma aidiyet hissedenden birey, kendisini bulunduğu toplumun birer parçası olarak görür. Bireyler ile toplum arasındaki karşılıklı sorumluluk, dayanışma, güven ve duygusal bağ etkileşimine dayanan soyut bir anlaşma olduğu söylenebilir. Bu anlaşmaya

göre; bireylerin toplumun beklentilerine göre davranışlar sergilemesinin yanı sıra toplumunda bireylere karşı güven telkin edici bir işlev sergilemesi gerekmektedir. Bu anlamda toplumsal aidiyet duygusunun toplumsal yaşam için oldukça önemli bir kavram olduğu söylenebilir.

Toplumsal bir olgu olan turizm de nitelik bakımından zenginlikler barındırmaktadır. Turizm, endüstri-kent toplumlarına özgü bir olgu olması, anlamlı ve anlaşılabilir insan eylemlerinin toplamı ve toplumsal değişme dinamiği olarak sosyolojiktir. Diğer bir ifadeyle turizm, modern toplumların değer ve davranışlarını, yaşam biçimlerini kültürel yayılma süreci içerisinde dünyanın çeşitli bölgelerine ulaştırmaktadır. Kısacası modern toplumların kültürleriyle geleneksel toplumların kültürünü buluşturarak çift yönlü etkileşimi sağlayan dinamik bir olgudur. Turizmi sadece ekonomik olarak düşünülmemesi gerekmektedir, turizmi aynı zamanda toplumsal bir olay olarak değerlendirilmelidir. Turizm insanlar arasında uyum ve uzlaşmayı sağlayan toplumsal bir işlevi bulunmaktadır. Bundan dolayı turizm; aile, din ve yönetim gibi birçok toplumsal kurumu etkilemekte ve bu toplumsal kurumlarda köklü yapısal değişimlere yol açmaktadır. Turizmin, bir ülkede ulusal bilinci arttırdığı ve güçlendirdiği gibi, özellikle de kültürel turizmdeki gelişmeler yerli toplumun kendi kendini tanıması için fırsatlar sağladığı; kültürel etkinliklerin ve çekiciliklerin geliştirilmesi toplum üyelerinde kültürel değerleri ve başarıları konusunda övünç duyguları yaratarak toplumlarına aidiyetlerini arttırmaktadır. Turizm destinasyonlarında ikamet eden yerel halkın toplumsal aidiyet duygularının yüksek olması ortak bir ruhun bulunmasına olanak sağlayarak destinasyonun kalkınmasında etkili olacaktır.

Çalışmada Kapadokya destinasyonunun seçilmesinin amacı kültür turizminin yaşandığı bölgelerden biri olmasıdır. Çünkü aidiyeti etkileyen en önemli unsurlardan biri de kültürdür. Kültür, tarihsel ve toplumsal süreç içerisinde var olan maddi ve manevi değerlerin nesilden nesile aktarıldığı, birey ve topluma aidiyet bilincinin kazandırıldığı, özel kimlik atfedildiği, norm, değer ve sosyal kontrol unsurlarının belirlendiği bir mekanizmadır. Kültür turizmi ise, turistin yaşamış olduğu yerin dışındaki bir toplumun yaşam biçimini görme ve deneyimleme motivasyonu ile ortaya çıkan seyahati ifade etmektedir. Bu motivasyon doğrultusunda ev sahibi toplum ile konuk arasında kültürel etkileşimler meydana gelmektedir. Ev sahibi toplum içerisinde yaşayan bireylerin toplumsal aidiyetlerinin yüksek olması toplumun kültürünü en iyi şekilde temsil etmesi anlamına gelmektedir. Fakat aidiyet düzeyinin aşırıya ulaşması ise gelen konuklara karşı ötekileştirme durumu söz konusu olabilmektedir. Öte yandan turistin kendi toplumuna aidiyet duygusu aşırı ise destinasyonda bulunan yerel

halka karşı ötekileştirme, hor görme ve ilgisizlik gibi durumları meydana getirebilmektedir.

Kent yaşantısı hem turizmi hem de toplumsal aidiyetin ortak noktalarından biridir. Kentleşmenin beraberinde getirmiş olduğu bazı olumsuzluklar turizm faaliyetinin oluşmasında etkili olmuştur. Kent yaşantısının niteliği aidiyet yoksunluğuna sebep olabilmektedir. Fakat bu nitelik turizm faaliyetinin itici unsurunu teşkil etmektedir. Örneğin, bireyin yaşamış olduğu bölgede arkadaşlıklar kuramamasından dolayı yalnızlık yaşaması, aidiyet ve sevgi ihtiyacını giderememesi, doğadan uzaklaşması, tekdüzelik vb. olaylar bireyi bulunmuş olduğu toplumdan kaçmasına diğer bir ifadeyle seyahat etmesine sebep olacaktır. Buradan yola çıkarak kent yaşamından kaçarak turizm faaliyetine katılan bireylerin kaçış destinasyonlarında bulunan ev sahibi toplumlarda olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Turizmin etkileri doğrultusunda yerel halkın toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin araştırılma konusu olarak seçilmesi önem arz etmektedir.

Bununla birlikte turizm faaliyeti toplumların yer değiştirmesi veya toplumsal bir faaliyet olarak ele alındığında bölgede yaşanan turizm faktörünün yerel halk tarafından algılanması bu algıyla turizmin toplumsallaşmaya etkileri göz önünde bulundurularak turizmin gelişimini destekleme davranışlarını incelemekte fayda vardır. Destinasyonda ikamet eden yerli halkın turizmden fayda sağlayıp olumlu yönde algılanıyorsa destekleme davranışında pozitif yönde etki edecektir veya olumsuz algılama söz konusu ise turizmin gelişimini destekleme davranışını negatif yönde etkileyecektir. Bu doğrultuda Nevşehir il ve ilçelerinde ikamet eden yerel halkın turizmin etkilerine birebir maruz kalmasıyla turizmin etkilerinin farkında olduğu görülmektedir. Bu farkındalıkla birlikte bölgede yaşayan yerli halkın toplumsal aidiyet duygusunun belirlenmesi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL AİDİYET

Araştırmanın bu bölümünde toplumsal aidiyet ile ilişkisi bulunan aidiyet ve kimlik kavramlarına yer verilmiştir. Ardından toplumsal aidiyet kavramı incelenerek topluluk duygusu, toplumsallaşma sürecinde aidiyetin rolü ve toplumsal aidiyetin görünümleri olan; ulusal, etnik, dini, örgütsel, mekânsal aidiyetler ele alınmıştır. Daha sonrasında ise toplumsal aidiyet yoksunluğuna yer verilmiştir.

1.1. Aidiyet Kavramı

Aidiyet, soyut bir kavram olmakla birlikte insani ilişkilerde kişilerin özel bir nesneye, etnik gruba, insana, topluluğa ve sosyal çevreye (etnik kimlik, vatan, din, aile vb.) karşı duygusal bir bağ oluşturması olarak tanımlanabilir. Kelime anlamı bakımından ‘ait olma’, ‘ilişkinlik’ gibi anlamlara gelmektedir. Aidiyet, “Kişilerin kendilerini ne şekilde veya nasıl konumlandığına, anlamlandırdığına bağlı olarak insana, nesneye, mekâna, komşuluk ilişkilerine, kültüre, siyasete, çeşitli sosyal tabakalara, etnik kökene dayalı olarak da inşa edilebilen akışkan bir kavram” olarak tanımlanabilmektedir (Sözer, 2019, s. 421).

Bireyin içinde var olduğu sosyal çevre, kişinin benliğinde aracı olmadan aidiyet duygusunu ortaya çıkarırken, bireyin toplumsal bir varlık olması hayatı boyunca bilinçli ve bilinçsiz seçimlerinin bir sonucu olarak da inşa edilmektedir (Alptekin, 2011, s. 20). Bu doğrultuda aidiyet; bireyin çevresi tarafından kurulan bilinçsiz (aile, vatan, etnik) veya bilinçli (eğitimsel, politik, mesleki) tercihleriyle şekillenen, gerçekleştirilen ve dönüştürülen bir durum olarak tanımlanmaktadır (Keskin ve Pakdemirli, 2016, s. 2580).

Aidiyet kavramına benzer nitelikte olan mensubiyet, bağlılık ve ait olma kavramları da aynı amaç içerisinde kullanılmaktadır. Fakat mensubiyet ile bağlılık kavramlarının aidiyetle arasında çeşitli farklılıklar olduğu düşünülmektedir. Mensubiyet ve bağlılık; bireyin istekli veya isteksiz bir şekilde gruba üye olması, birey/grup arasında tek taraflı ilişki söz konusu iken aidiyet kavramında ise çift taraflı bir ilişkinin söz konusu olduğu ve ayrıca aidiyet gönüllülük esası itibarıyla içten gelen bir dürtü vasıtasıyla grubun parçası olma eğilimidir. Aidiyette taraflar arasında duygu paylaşımı, kabullenme ve sahiplenme söz konusudur (Azar, 2013, s. 193, Keskin ve Pakdemirli, 2016, s. 2580).

Aidiyet bir bakıma insanı insan yapma sürecidir. Dolayısıyla birey aidiyet duyduğu çeşitli olgular vasıtasıyla kendini tanıma ve kendi kimliğini oluşturma sürecine girmektedir. Aidiyet, bireyin ve toplumun birbirlerini anlama doğrultusunda kurulan bağın ifadesi ve aynı zamanda kişileri aynı kategori içerisinde anlamlandırmaya da yardımcı olmaktadır. İnsanın varoluşundan bu yana birey daima başkalarına ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç insanın toplumsal bir varlık olmasının delili olmakla birlikte, kolektif aidiyetin de başlangıcı olarak görülebilmektedir.

Bir insanı tanıma sürecinde, o kişiyi sadece kişiliği açısından değil, aynı zamanda sınıflandırıldığı genel tip açısından da yükseldiğini veya indirildiğini görürüz. Kişi karşısındaki insanı tanımak istediğinde onun hakkında sadece tekillikle değil, kişinin bulunmuş olduğu kategorilerin terimleriyle de tasvir etmektedir (Simmel, 2009, s. 36). İlk defa karşılaşılan birine yöneltilen sorular kişinin aidiyetlerinin yaşamsal önemini ortaya çıkarmaktadır. Örneğin; nerelisiniz, soyadınız nedir, kaç kardeşsiniz, mesleğiniz nedir vb. soruların temelinde aslında karşısındaki bireyin aidiyet duyduğu unsurların nelerden oluştuğunu öğrenmektir. Ayrıca, bireyin aidiyetlik hissiyatından kaynaklanan toplumsal ilişkiler ve aidiyetler oluşturma yönünde aşırı boyutlara taşınması, aşırılığın getirmiş olduğu eylemler bünyesinde bulundurmaktadır. Buna örnek vermek gerekirse, futbol maçındaki holiganlıklar, arabesk konserlerde bireylerin kendilerine jilet atması vs. davranışların aktif aidiyet davranışlarının uç noktalarını gösteren örneklerdir (Alptekin, 2011, s. 22).

Kişinin aidiyet duyduğu unsurlardan fayda sağladığı ölçüde aidiyeti de artarak vazgeçilmez bir hal alacaktır. Ayrıca birey, benliğinin oluşum sürecinin her aşamasında ait olduğu toplumun niteliklerini taşıyarak büyür, gelişir ve eğitilir. Bu süreç içerisinde gönüllülük esas alınarak birey ve diğerleri arasında karşılıklı olarak sorumluluk hissiyatını meydana getirmektedir. Birey, toplumun bir üyesi olarak tutum ve davranışlarından, toplum içerisinde meydana gelen olaylardan kendisinin sorumluluk sahibi olduğu gibi, toplumun içerisinde

bulunan diğerlerinin de sorumluluğundadır. Bu doğrultuda aidiyetin devamı için sadakat ve itaat etmek önemlidir. İtaat üzerine Fromm (2018, s. 14), insanın itaat etmeye yatkın olduğu ve itaatsizliğin ise zor olduğunu dile getirmektedir. Çünkü insan güce itaat ettiği sürece kendini güvende ve korunmuş hissetmektedir. Hangi güce itaat ettiği fark etmeksizin, insan veya kurum olsun itaat, kişiyi o gücün bir parçası yapar ve dolayısıyla kendisini güçlü hisseder. Kişi de aidiyetiyle bütünün bir parçası olmaktan duyduğu hissiyat ile bütüne güven duyarak birlik olma gücüne sahip olur.

Aidiyeti bir ihtiyaç olarak ele aldığımızda, insanoğlunun toplumsal bir varlık olmasının getirmiş olduğu sebeplerden dolayı insanlar yaşamları boyunca daima bir başkasına ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda ilkel toplulukların içinde bulunan bireylere bakıldığında yerleşik düzenin kurulmasında, düşmana karşı savunmada, yiyecek kaynaklarının ve barınakların korunmasında içerisinde bulunduğu toplumla uyum ve işbirliği sağlaması hayati avantaj olarak görülürdü (Levett-Jones, Lathlean, Maguire, & McMillan, 2007, s. 212). Bireyin bir gruba/topluluğa aidiyeti ile yaşamında hayati bir öneme sahip olması birey-toplum arasındaki ilişkinin uyumlu ve sistemli oluşumunu da harekete geçirmiştir. Tam tersi durum söz konusu olduğunda ise bireyin gruba/topluluğa bağlılığı olmadığında çeşitli zorlukların oluşabileceğinin farkındadır. Bu farkındalıkla birlikte topluluklar bireyin refah ve güvenliğini sağlama, eylemlerine rehberlik etme gibi sistemler ortaya çıkmıştır (Baumeister, Leary, 1995, s. 499).

İhtiyaç; karşılandığı takdirde kişiye zevk, haz ve mutluluk vermesi, karşılanmadığı takdirde ise mutsuzluk, acı ve üzüntüye sebep olması durumu ihtiyaç duygusu olarak tanımlanmaktadır (Bahar, Kozak, 2018, s. 12). Bir diğer ifadeyle ihtiyaç kavramı, insan hayatının dengeli bir şekilde yaşam sürmesi, iyiliği, yaşadığı çevreye karşı uyum sağlaması ve rahat etmesi için giderilmesi gereken eksiklikler olarak tanımlanabilir. Bahsi geçen bu eksikliklerin belirli bir kısmı insanın biyolojik zorunluluğunu oluştururken, diğer kısmını ise kişinin bilinci aracılığıyla sosyal psikoloji bağlamında algılanan eksiklikler oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle ihtiyaçlar, insan yaşamının devamlılığı ile fiziksel ve sosyo-kültürel çevreye entegrasyonu için gerekli olan eylem ve eylemleri dikte eden davranışların nedenleridir. İhtiyaçlar, ne kadar çok ihtiyaç karşılanırsa karşılansın, kaçınılmaz olarak organizmayı harekete geçireceklerdir. Bu hareketin oluşumunda güdüler önemli bir rol almaktadır. Güdüler, bir ihtiyacın ortaya çıkmasına zemin hazırlayan davranışsal belirleyicilerdir (Eroğlu, 2017, s. 57-61).

Psikoloji biliminde ilk kez insan ihtiyaçlarının belirlenmesi esas alınarak bu konuyu inceleyen ve güdülenme literatürüne katkı sağlayan bilim insanı Abraham

H. Maslow (1908-1970), bireyin davranışlarına yön vermede ve motivasyonunun temelinde ihtiyaçların olduğunu, özgün ve mutlu bir yaşam tarzını geliştirmek için insanın gerçekte neye ihtiyaç duyduğunu bilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu sosyal farkındalığın bilinçli bir şekilde gelişim göstermesi için; bireyin öncelikli olarak fizyolojik ihtiyaçlarının ardından güvenlik ve aitlik ihtiyaçlarının düzenli bir şekilde giderilmesi gerekmektedir olduğunu savunmaktadır. A.H. Maslow, bu savunusuyla İhtiyaçlar Hiyerarşisi yaklaşımını ortaya atmıştır. Bu yaklaşıma göre Maslow ihtiyaçların sınıflandırılmasında temel aldığı iki tür varsayım vardır: bunların birincisi, ihtiyaçlar bireylerin davranışlarını anlamada veya belirlemede en temel unsurlar olduğu varsayımdır (Toker, 2007, s. 94). İkinci varsayım ise, ihtiyaçların karşılanma önceliği ve şiddetidir. Bu varsayımlardan yola çıkarak Maslow, insanlar, bazı ihtiyaçlarını diğer ihtiyaçlarından daha çok hisseder ve öncelikli olanı giderir veya bazı ihtiyaçlarının doyumuna diğerlerinden daha fazla önem vermektedir. Bu ihtiyaçların karşılanmasında tatmin olamama söz konusu olduğunda ise şiddetli gerilimler meydana gelmektedir. Ancak belirli ölçüde tatmin söz konusu ise bir üst seviyedeki ihtiyaçları aramaya başlamaktadır. Bireylerin temel ihtiyaçlarının yeterince karşılanmaması durumda ise üst seviyedeki ihtiyaçlara geçildiğinde bireyin tatmin olamama durumu söz konusudur (Eroğlu, 2017, s. 61). Bununla birlikte Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi sıra dizini Şekil 1'de yer almaktadır (Aydın, 2003, s. 102).

Şekil 1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



Kaynak: Rogers, C. (1978). The Formative Tendency. *Journal of Humanistic Psychology*, 18(1), 23-26'dan Aktaran: Aydın, A. (2003, s. 102).

Şekil 1’de görüldüğü üzere ihtiyaçlar, belirli bir davranışın ortaya çıkmasında gerekli olan ön koşulların genel dağılımını ifade etmektedir. Kendini gerçekleştirme, Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst seviyesidir. Şekil 1’de gösterilen “Doruk Yaşantılar” ise, insanlaşma sürecinin en son evresini temsil etmektedir. Buna göre toplumsal beklentilerin ve rollerin bireysel doyum ve yaratıcılığı içerisinde gerçekleştirilmesi ile oluşmaktadır. Örneğin, kişilerle sevgi, hoşgörü vb. duygular içerisinde sosyal bağlar kurmak, bilimsel ve sanatsal hassasiyetler, estetik hazlar gibi yaşantılar doruk yaşantıların örnekleridir. Sokrates’in her defasında etrafındaki insanlara belirttiği gibi “Kendini bil” ifadesiyle (Cornford, 2020, s. 19), bireyin kendini bilmesi ihtiyaçlarının neler olduğu hakkında farkındalığı ortaya çıkarmaktadır. Bu sayede birey kendini gerçekleştirmiş olmakta ve ardından doruk yaşantıya ulaşabilmektedir. Maslow’a göre ihtiyaçlar, belli düzen ve sıra içerisinde yer almaktadır. Genel olarak alt düzeydeki ihtiyaç karşılanmadığı sürece bir üst ihtiyaç bilinçli yaşantı alanına giremeyeceğini belirtmektedir. Ancak bunun istisnaları da mevcuttur. Örneğin, bireyin günlerce yemek yememiş olması okuma ve şiir yazma arzusunun ikinci planda kalacağı dile getirilebilir. Ancak kimi bilim insanlarının veya sanatçıların araştırma yapmak, şiir yazmak kısacası bir eser ortaya çıkarmak uğruna günlerce aç kalmaya razı oldukları görülmektedir. Burada sanıldığı aksine bir çelişki söz konusu değildir. Çünkü ihtiyacı belirleyen etken, eksikliği duyulan ihtiyacın bireyin nasıl ve ne biçimde algıladığıyla ilgilidir (Aydın, 2003, s. 103-104).

A. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre, özellikle ergenlik döneminden itibaren en önemli insani ihtiyaçların başında, kimlik ihtiyacı gelmekte ve bu ihtiyaca bağlı olarak statü ve bağlılık ardından aidiyet ve yüksek benlik gereksinimlerinin geldiği ifade edilmektedir (Kuşat, 2003, s. 49). Aidiyet duygusu, insanın varoluşuyla birlikte ortaya çıkan ve kişinin kendisiyle özdeşleşen bir duygudur. İlkel toplumlardan günümüze gelişmiş toplumlara kadar insanların aidiyet duygusuna sahip olmaları ve bu duyguya her zaman ihtiyaç duyma bilinci hep var olmuştur. İlkel toplumlarda yerleşik bir düzen kurma, barınma, savunma ve güvenlik ihtiyacını gidermek amacıyla grubun bir üyesi olarak ortaya çıkan ve bu gruba ait olan nitelik, farklı mekânsal boyutlarla insanoğlu geliştikçe şekillenmiştir. Maslow, insanın aidiyet duygusunu açıklarken, bireyin kabul görme, değerli olma ve önemli hissetme duygusuyla karşılaşarak doyumunu vurgular. Aidiyet bu çerçevede değerlendirildiğinde etkileşimli bir süreç olarak değerlendirilebilir. Aidiyet, bir grubun parçası olmak ve grup içerisinde değer aramak olarak ifade edilebilmektedir (Levett-Jones., vd., 2007, s. 211-212).

Ait olma ve sevgi ihtiyacı; belirli grup ve topluluklara veya bir topluma aidiyet duyma hislerini temsil etmektedir (Eroğlu, 2017, s. 64). Bu temsiller

üzerine çeşitli çalışmalar yapan E. Fromm (1982, s. 51)'a göre sevgi, “özgün bir kişiye olan bağlılığı olmamakla birlikte belirli bir sevgi nesnesine yönelen tavır da değildir. Sevgi, bireyin dünyaya karşı bağlılığını belirleyen bir karakter yönelimidir.” Buna bağlı olarak sevginin nesnesi bütün her şeydir. Bireyin ait olma ve sevgi ihtiyacı öncelikle ailede ve akraba çevresinde başlamaktadır. Daha sonra eğitim kurumlarında, üyesi olduğu çeşitli toplumsal kuruluşlarda ve iş hayatında ortaya çıkmaktadır. Bireyin bu tür olgularda ait olma ve sevme ihtiyaçlarını giderdikleri yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ihtiyaç kendinden önceki ihtiyaçlardan ayıran en önemli özelliği ise tatminsizliğin yaratmış olduğu gerilim bireyi uzun süre baskı altında tutma ihtimalidir. Ait olma ve sevgi ihtiyacının alt kategorilerinde bulunan ihtiyaçların tatminsizliğinden meydana gelen gerilimin giderilmesi durumunda gerilim ortadan kalkmaktadır. Fakat ait olma ve sevgi ihtiyacının geçmişte yaşanan tatminsizliğin doğrultusunda oluşan gerilimin izleri bu tatminsizliğin giderilmesi durumunda bile bireyin hayatı boyunca davranışlarında etkili olabilmektedir (Eroğlu, 2017, s. 64).

Aidiyet yoksunluğunun meydana getirmiş olduğu çalışmalar incelendiğinde; yalnızlık (Peplau & Perlman, 1982), endişe, anksiyet(kaygı), bunalım (Baumeister & Tice, 1990; Leary, 1990), stres (Baumeister, & Leary, 1995), öfke (Williams, Shore & Grahe, 1998), intihar, psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklar (Osterman, 2000), zararlı davranışlar (Twenge, Baumeister, Tice & Stucke, 2001; Twenge, Catanese & Baumeister, 2002), depresyon (Van Prooijen, Van den Bos & Wilke, 2004) gibi çeşitli sorunların ortaya çıktığı görülmektedir.

1.1.2. Kimlik Kavramı ve Aidiyetin Kimlik İnşasındaki Rolü

Kimlik, kişinin kendisini tanımlaması ve konumlandırması olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bireyin kim olduğunu ve nerede durduğuna dair cevaptır. Bu ifadeye göre, kimlik, bireyin veya grubun kendisini diğer grup veya bireylerden ayırt edici özelliği olarak tanımlanabilir (Bilgin, 2016, s. 205). Kimliğin bireysel yönü olmakla birlikte toplumsal ilişkiler sürecinde meydana gelen bir yönü de vardır. Nitekim kimlik, toplumsallaşma aracılığıyla da elde edilmektedir. Toplumsallaşma bireyde bir kimlik oluşturma süreci olmakla birlikte, aidiyet üretmesinin yanı sıra ötekileştirilen karşı kimlikler yoluyla gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda birey, diğerleriyle etkileşime girerek farklı yönden; dini, siyasi, etnik, mesleki vb. olgulardan kendi kimliğini inşa etmektedir (Akın, 2015, s. 85-86). Kimliğin, davranışların ve bireyin kendisini tanımlama biçimini hatta ötekileştirme davranışını bile aidiyet duyduğu grupların beklentileri doğrultusunda belirlenmektedir. Bireyin kim olduğu ve kimliğinin doğuştan gelmediği, aksine başkalarıyla etkileşim içerisine girerek zamanla edindiği bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Bauman, May, 2019, s. 33-50).

Örneğin, 1949 yılında Lübnan’da doğup ardından 1976’da yaşadığı bölgeyi terk ederek Fransa’ya yerleşen ünlü edebiyatçı Amin Maalouf yaşamından kesitler bulunduran “Ölümcül Kimlikler” adlı eserinde kendisine yöneltilen çeşitli sorulardan yakındığını bahsederek, ‘kendinizi daha fazla Fransız mı?’ yoksa ‘daha fazla Lübnanlı mı?’ hissediyorsunuz sorularıyla sürekli karşılaştığını dile getirmiştir. Bu sorulara karşılık olarak yazar “Her ikisi de!” şeklinde cevapladığı ve bunun herhangi bir denge veya haksızlık endişesi yüzünden olmadığı, ancak cevabının farklı olması durumunda haksızlık olacağını vurgulamaktadır. Ancak verdiği cevabın bile yazarı tatmin etmediği ve rahatsızlık duyduğunu belirtmektedir. Ayrıca yazar, iki ülkenin, çeşitli dillerin, pek çok kültür geleneğinin içerisinde bulunmasından dolayı “beni ben yapan şeyler” olarak görmektedir. Aidiyetlerinin her biri kendisini diğer birçok kişiye bağladığını, hesaba kattığı aidiyetlerinin çoğalmasıyla kimliğinde özel bir durum olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir. Bu aidiyetlerinin tümünü kapsayan kendisine özgü biricik kimliğinin olduğunu dile getiren yazar, çoklu aidiyetlerin veya karmaşık kimliklere gereksinim duyan herkes toplumun dışına itilme olasılığının ve bu gidişatın tehlikeli bir durumu meydana getirdiğini belirtmektedir (Maalouf, 2021, s. 9-24).

Kimlik kavramı sosyal bilimler alanyazınında incelendiğinde “Ferdî Kimlik” ve “Toplumsal Kimlik” olmak üzere ikiye ayrıldığı gözlemlenmiştir. Ferdî kimlik, bireyin diğer bireylerden kendisini farklı kılan özelliklerinin algılaması ve tanımlamasıdır. Ayrıca bireyin kendisini bir bütün olarak algılamasını sağlayan bir araç şeklinde hareket etmesini sağlayan içsel bir sohbettir. Toplumsal kimlik ise; başkalarına ait beklentilerin eylemlerimiz içinde düzenlenmesidir. Diğer bir ifadeyle, bireyin toplumsal gruplara ait hissetmesiyle grubun ideolojisiyle ve değer yargılarıyla bütünleşmesi olarak tanımlanmaktadır (Bauman, May, 2019, s. 42). Birey toplumsallaşma sürecinde kimliğinin tek ve değişmez olduğu kanaati kabul edilmemektedir, bireyin kimliğinin değişkenlik göstermesi ve çoklu kimliğe sahip olduğu belirtilmiştir. Bu sebeple bireyin kimlik edinme sürecinde; din, dil, kültür, cinsiyet vb. alanlarda farklı bireylerle olan etkileşimi doğrultusunda karşılıklı aktarma süreci söz konusudur (Alptekin, 2011, s. 33; Bauman, May, 2019, s. 55).

Dolayısıyla kimlik bireyin bir özelliğini ortaya çıkardığına göre ve kimliğin fonksiyonu olarak benzer olanları ya da benzer olmayanları belirlemek ve sınıflandırmaktır. Bu doğrultuda kimliğin bir aidiyet olgusu olduğu ve kimliğin bireyi diğer bireylerden farklılaştıran bir özelliğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Ergun, 2000, s. 122). Bu bağlamda kimliğin bireysel ve toplumsal yönünün belirlenmesinde ve bireyin aidiyet duyduğu gruplarla kurmuş olduğu

ilişkilere odaklanan iki önemli kuramdan da bahsetmekte fayda vardır. Bu kuramlar Tejfel'in "Toplumsal Kimlik" ve Turner'ın "Benlik Kategorizasyonu" kuramlarıdır. Tejfel'in toplumsal kimlik kuramına göre; bireysel kimlik, birey kendisini grup içerisinde tekil bir şekilde algılaması, toplumsal kimlik de ise kişinin ait olduğu grup içerisinde diğer kişilerle benzer veya aynı olarak algılamasıdır. Bireyin olumlu kişisel kimliğe sahip olma ihtiyacı, olumlu farklara sahip olan bir gruba ait olma ihtiyacına evrilmektedir (Zıllıoğlu, 2008, s. 21). Ayrıca ait olunan grup, öteki gruplardan daha iyi veya daha başarılı olduğu zaman kişisel kimlik olumlu yönde eğilim göstererek gelişmektedir (Bilgin, 2016, s. 366). Turner'ın benlik kategorizasyon veya kendi kendini kategorize etme kuramında ise bireyin kişisel ve toplumsal kimlik arasında gidip gelişini toplumsal yapı yerine bilişsel yapıyla açıklamaktadır. Bu doğrultuda; bireysel kimlik, bağımsızlığın ve özerkliğin ön plana çıkarılması, toplumsal kimlik ise bireysel kimliğin ortadan kaldırılmasıdır (Zıllıoğlu, 2008, s. 22). Son olarak, bireyin gruba üyeliği kimliğinin inşasında öncü bir rol oynamaktadır. Bu üyelik olumlu sosyal kimlik edinilmesini de sağlamaktadır. Örneğin, kimi insanlar prestij sahibi bir topluluğun üyesi olmaktan, nitelikli bir üniversitede eğitim almaktan, belirli bir etnik grubun parçası olmaktan veya saygın bir firmada görev almaktan ötürü kendisini daha iyi hissetmesine olanak sağlayabilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2020, s. 273-274).

1.2. Toplumsal Aidiyet

1.2.1. Topluluk Duygusu

İnsanın sezgisel deneyimleri önem arz eden bilişsel faktörler arasındadır. Başka bir deyişle, sosyal olaylar hakkında bildiklerinden, içeride ve dışarıda olup bitenleri ne şekilde yorumladığından, bu durumlardan ne/neler öğrendiğinden ve hatırladığından, geçmişteki bu tür durumlardan, başkalarının ne düşündüğüne dair çıkarımlarından ve içsel olanlardan etkilenir. Nitekim her bireyin doğuştan ve tarihsel geçmişinden itibaren sahip olduğu toplumsal etkenler, kuşaktan kuşağa aktarılarak bireyde sürekli toplumsal belleği oluşturur. Günümüzde tüm toplumsal eylemler, yalnızca bireylere bırakılan toplumsal deneyimin izlerini taşımakla kalmaz, aynı zamanda bireylerin toplumsal yaşam döngüsüne eklenme aşamasını da meydana getirmektedir. Bu doğrultuda izler, çok eski zamanlardan beri toplum kültürünün ve bu toplum üyelerinin kültürel aidiyetlerinin izleri olmakla birlikte bu izler gelecekte de devam edecektir. İnsanlar her zaman kültürel deneyimlerine ve duygularına dayalı olarak kendisinden başka bireylere ihtiyaç duymuşlar ve bu bir arada olma ihtiyacı kolektif hayatın nedeni olmuştur. Başka bir deyişle; bireyin bir topluma ait olma gereksinimi, topluluk duygusundan dolayı meydana gelen kritik bir önemi teşkil etmektedir (Alptekin, 2011, s. 49-50).

Bireylerin özel alanlarını korumak için belirli sınırları olduğu gibi, toplumun veya topluluğun da kendi içerisindeki bireyleri diğer bireylerden ayıran sınırları da vardır. Ortak bir dil, örf, adet, kıyafet, gelenek ve belirli kuralların oluşturduğu bu sınırlar, toplumun, kişilerin duygusal güvenliğini sağlamak adına gereklidir. Birey ve toplum arasında meydana gelen kabul ve kabullenme duygusu bireyin bir toplumun parçası olduğunu hissetmesi ve yaşamış olduğu topluma karşı aitlik hissetmesi anlamına gelmektedir. Birey topluma aidiyet duygusu hissettiğinde, toplumla özdeşleşmekte ve toplum içerisinde yaşayan diğer bireylerle uyum içerisinde hareket etmektedir (McMillan, & Chavis, 1986, s. 9-11).

Kendisiyle özdeşleşmiş bir toplum içerisinde bulunan birey, diğer bireylerle bütünleşmesinin yanı sıra, kendisinden farklı bir yabancıyla karşılaştığında o an itibariyle izlenimler büyük ihtimalle karşılaşılan kişinin dâhil olduğu düşünülen kategorisini, niteliklerini ve buradan hareketle de toplumsal kimliğinin kestirilmesine olanak tanımaktadır (Goffman, 2021, s. 28). Kısacası bireyin kimliğinin inşasında yaşadığı toplumun izlerini taşıdığı ve ilk karşılaşmalarda bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin kimliklerini oluşturan aidiyetleri hakkında tahmin çabasına girdikleri görülmektedir.

Toplumunu benimseyen birey, benimsediği durumu bir fayda olarak görmeye başlamakta ve aidiyet birey için daha anlamlı bir hal almaktadır. Bu aşamada birey, toplumsal kuruluşlara katılma, yerel yardım kuruluşlarına destek olma, seçimlerde oy kullanma gibi davranışlarla kişisel olarak yatırım yapmaya başlar (Davidson, & Cotter, 1986). Ayrıca toplumdaki bireylerin ihtiyaç, amaç ve inançlarının dikkate alınması, dayanışma duygusunun güçlendirilmesinde büyük önem taşımaktadır. Birey, yaşamış olduğu toplumda bulunan diğer bireylerle aynı tarihsel geçmişe, sosyal yaşam alanına, zamana ve benzer yaşam deneyimlerine sahip olduğuna ve gelecekte bunu paylaşacağına inanmalıdır. Ancak bireylerin bu şekilde ortak bir vicdanla yaşamlarını yönlendirebilecekleri ve sosyal ilişkilerini düzenleyebilecekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bir diğer ifadeyle aidiyet; bütünleşme, üyelik ve sosyal ilişkiler, topluluk bilincinin baskın ve değişmesi mümkün olmayan faktörleri olarak kabul edilmektedir (McMillan, & Chavis, 1986, s. 12-20). Ayrıca toplum duygusu ile bir takım sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok araştırma mevcuttur. Bu araştırmaların sonuçlarına göre; cinsiyeti, eğitim düzeyi, medeni durumu, yaşı, çocuk sahibi olma durumu, içinde bulunulan çevre, ekonomik gelir ve sosyo-kültürel düzeylerin toplumsal ilgi ve katılımlarını etkilediği tespit edilmiştir (Schwirian, & Schwirian, 1993; Royal, & Rossi, 1996; Prezza, & Costantini, 1998).

1.2.2. Toplumsallaşma Sürecinde Aidiyetin Rolü

Aidiyet duygusu toplumsallaşma duygusunda etkin bir rol oynadığı bilinmekle birlikte, bireyin içinde var olduğu topluma karşı bir aidiyet ilişkisi inşa etmesi ve toplum tarafından kabul edilmesi toplumsallaşma sürecinde oluşan önemli bir gereksinim olduğunu söylemek mümkündür (Alptekin, 2011, s. 54). Toplumsallaşma, bireyin biyolojik bir varlık olmasının yanı sıra belli bir topluma ve kümelerle bütünleştirilme süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçte birey, süreç içerisinde kişilik kazanmakla birlikte belirli bir toplum içerisinde yaşamasını olanaklı hale getiren davranışlar edinilmesine olanak tanımaktadır. Toplumsallaşma, çıraklık veya eğitim ve öğretim aracılığıyla oluşmaktadır. Çıraklık bireyin dünyada var olduğu andan itibaren başlamakta, yaşamının son evresine kadar sürmektedir. Bu süreç içerisinde istenilen davranışların ve değerlerin benimsetilmesi gibi istenmeyen, beğenilmeyen davranışların baskı altına alınması da söz konusu olabilmektedir. Toplumsallaşma süreci; aile, okul, arkadaşlık vb. olgular içerisinde inşa edilmektedir. Diğer bir ifadeyle toplumsallaşma, bireyin yaşamış olduğu toplumun ve grubun kültürünü maddi ve manevi faktörleriyle birlikte öğrenmesi ve özümsemesidir (Ozankaya, 1991, s. 141-142).

Aile toplumsallaşma sürecinin en önemli faktörlerinden birini temsil etmektedir. Ailenin önemli işlevlerden birisi de neslin devam etmesini toplumsallaşma yoluyla sürdürmektir ancak topluma üye olmayan varlıkların (bebekler, çocuklar) eğitilerek toplumsal varlıklar haline gelmelerine olanak sağlamaktadır (Akin, 2015, s. 129). Ardından toplumsal varlık haline gelen bireyin topluma aidiyetinin ilk görünümüleri olarak; soyadını taşıyacağı, gelenek ve göreneklerine, sosyal normlarına, hak ve sorumluluklarını kabulleneceği sosyal bir yapı olan aile üzerinden edinmeye başlayacaktır. Toplumsallaşma ile birey, yaşamış olduğu topluluk içerisinde diğer insanlarla uyum sağlayarak geçinmeyi öğrenmektedir. Bu öğretiler doğrultusunda toplumun beklentilerini öğrenen birey topluma karşılık aidiyet inşa etmeye başlar. Ancak toplumsal aidiyet tek taraflı beklentilerin karşılanmasına yönelik bir oluşum değildir çift taraflı bir oluşumdur (Alptekin, 2011, s. 55).

Toplumsal aidiyetin oluşmasında, toplum ile birey arasında karşılıklı beklentiler bir tür sözleşme niteliği taşımaktadır. Birey, topluma aidiyet sorumluluğu duymakta ve yaşamış olduğu toplumun da içerisinde bulunduğu bireyi mensubu olarak kabul etme sorumluluğu taşıması gerekmektedir. Bireyin ve toplumun karşılıklı faydanın sağlayabilmesi ve topluluk duygusunun sağlam temeller üzerine inşa edilebilmesi için sorumluluk önemli bir faktördür. Birey toplumun belirlemiş olduğu norm ve sınırlara güven duyması ayrıca toplumunda

bireyin bu güvenini sağlamak için çeşitli işlevler göstermesi gerekmektedir. Bu işlevlerin en önemlisi olarak toplumun adaletli bir şekilde güven ortamı sağlamasıyla mümkündür (McMillan, 1996, s. 320). Aksi bir durumda ise aidiyet bağlarının zayıflaması toplumu kaos ortamına sürükleyebilir. Son zamanlarda örneklerine rastlamak mümkün, bazı toplumların sosyal, kültürel ve siyasal sorunlarının oluşmasında kolektif ruhun zayıflamasından meydana geldiği görülmektedir (Bilgin, 1999, s. 59-62).

Kolektif ruhun veya toplumsal aidiyetin zayıflamasının en temel etkenlerden biri de modernleşmedir. Geleneksel toplumlarda sosyal değişimin hızı yavaştır, nesiller arası devamlılık, aile ve toplum katılımı ve net bir sosyal rol vardır. Buna karşılık, modern toplumlarda hızlı sosyal değişimler, nesiller arası yokluk, azalan aile sosyal uyumu ve belirsiz sosyal roller yaygındır. Geleneksel toplumların “gelenekleri” arasında önemli farklılıklar olsa da, bireyler için bir takım “öngörülebilir beklentiler” sunmaları onların ortak bir özelliğini oluşturmaktadır. Bu beklentiler daha sonra kişilik patolojisini koruyacak bir yapı oluşturur. Ayrıca kapitalizmin insanların birbirine olan bağlılıklarını ve güvenini yok etmesi, aşırı tüketim kültürü üzerinden göstermekte ve insanları hayatın anlamından yoksun bırakmaktadır (Sayar, 2003, s. 71-74).

Endüstri öncesi toplumlar incelendiğinde ise aile, kamusal eğitim, din, ordu ve hükümet gibi kurumlar fonksiyonel ve kültürel olarak birbirlerine bağlıydılar. Oysa günümüzde bu kurumlar biraz daha fazla olmak üzere birbirinden ayrı olmak üzerine gelişmektedirler. Modern toplumun kurumları fonksiyonel olarak birbirlerine bağlılık söz konusu ise de bir bütünlük arz etmemektedir. Birey bu doğrultuda bir sektörden diğer bir sektöre hareket ederken sürekli olarak anlam değişikliğine uğramaktadır. Bu dinamik sektör içerisinde bireyin yabancılaşmasının boyutunu arttıran farklı gruplar ve gruplaşmalara maruz kalmasıdır (Zijderveld, 1985, s. 205).

Yabancılaşma kavramını tanımlamak gerekirse; “insanı, kendi etkinliğinin ürünlerine, üretken etkinliğinin kendisine, içinde yaşamış olduğu doğaya, kendisine, kendine özgü doğasına, insanlığına ve diğer insanlara karşı yabancılaştıran eylemlerdir.” Ayrıca yabancılaşma olgusu kapitalizmle birlikte en yüksek biçime ulaşmaktadır (Marx, 2018, s. 12). Yabancılaşmaya olanak tanıyan faktörlerden biri de empati yoksunluğudur. Toplumsal bütünleşme bireyin toplumun çeşitli tabakalarında yaşayan diğer bireylerin dertlerine ortak olmakta ve bu dertleri kendi derdiymiş gibi hissetmesiyle bütünleşme mümkün olmaktadır (Tural, 1988, s. 21). Bir diğer ifadeyle bireyler arası empati kurması sosyal algıyı, toplumsallığı besleyerek bütünleşmeye olanak sağlayacaktır. Nitekim empati duygusunun azalması kişilerde benmerkezciliği meydana

getirir, toplumsallık zayıflar, insanları yabancılaşmaya ve yalnızlaşmaya sevk etmektedir (Tarhan, 2021, s. 167).

Toplum, “kişileri sınıflandırma vasıtalarını ve her sınıfın mensupları için sıradan ve doğal olduğu düşünülen nitelikler bütününe tesis etmektedir.” (Goffman, 2021, s. 28). Yani toplum, sosyal etkileşimin ve bireylerin birbirlerini kategorize ederek bağlılıklarını ifade etmektedir. Bu kategorizeyle birlikte toplum içerisinde bulunan bireyler birbirlerine karşı empati beslemekte, birlik ve beraberliği sağlamakta, geçici veya sürekli ilişki olanağı sağlamaktadır. Ayrıca insanın varoluşundan itibaren sorumlu bir varlık olduğu sadece kendisinden sorumlu olmadığı diğer bütün insanlardan da sorumlu olduğunu belirtmek gerekmektedir (Sartre, 2021, s. 40).

Bireyin toplumsal bir varlık olması, tek başına hayat sürmesinin zor ve olanaksız olduğu diğer bireylerle beraber yaşadığında ise hayatının kolaylaştığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda bireylerin birbirlerine ihtiyaç duyduğu anlamı taşımaktadır. Her insanın bu ihtiyaçları, insan ilişkilerini sağlamaya yönelik bir toplumsallık yaratır ki bu toplumsallık da kültürün ta kendisi olmasının yanı sıra insanlar arasındaki ilişkiyi sağlamak kültürle mümkün olmaktadır (Ergun, 2000, s. 68). Bireylerin birbirlerine olan ihtiyaçları doğrultusunda toplumsallığı meydana getirirken bu toplumsallığın sürekliliğin sağlanmasında etkili olan bir diğer unsur ise topluluğa karşı duyulan güvendir. Perlman’a göre toplumsal güven; insanların kendi inisiyatiflerine dayalı bir yaşam biçimini, insanların sosyal sistemde statü kazanmasını, konum kazanmasını ve sosyal sorumluluk üstlenmesini ifade eder. Aksi takdirde toplumsal değerlerin hâkimiyeti kurulamaz ve aidiyet hissiyatı oluşturulamaz. Bu doğrultuda, birey ilgisizlik, amaçsızlık gibi duygulara maruz kalarak, kendini yalnız ve yabancılaşmış hissetmesine sebep olmaktadır (Aktaran: Alptekin, 2011, s. 61).

Kültür bireyin toplumsallık/toplumsal aidiyet bağlarının güçlenmesinde ve sürekliliğin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kültür, insanların toplumsal ilişkileriyle ürettikleri her şey olarak kabul edilmiş ve aynı zamanda toplumsal bir olgu olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu olgu örgütlenmiş birliklerde, kümelerde veya toplumlarda yaşayan bireylerce yaratılır ve ortak bir biçimde paylaşılmaktadır. Bir toplumun mensupları tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul gören davranışlar, tutum ve değerler o toplumun kültürünü yansıtmaktadır (Güvenç, 2018, s. 130-131). Ayrıca birey dünyaya gelir gelmez bulunduğu toplumun; kültürel, değer ve normlar, inançlar vb. olgular içerisinde doğmakla birlikte kişiliğini de bu olgular vasıtasıyla kazanmaktadır. Bu süreçte kültürel olgulara ve sembollere anlam yükleyen bir varlık olarak insan,

toplumsal hayata dâhil olmakta aynı zamanda kültür sayesinde varlığına da anlam kazandırmaktadır (Akın, 2020, s. 103-111).

Toplumların sürekliliğinin sağlanması ve ayakta kalabilmesi için bireylerin birbirlerine karşı ortak davranış tarzlarının sergilenmesine ve bunların süreklilik kazanmasına bağlıdır. Gelenek ve görenekler ya da ahlaki normlar bu ihtiyaçlarını karşıladıkları için toplumun temelini oluşturmaktadır. Bunlar olmasaydı her durumda nasıl davranacağımızı sıfırdan düşünmek zorunda kalacak, başkalarının nasıl davranacaklarını da tahmin etmekte güçlük çekilecektir. Bireyler arasında böyle ortak ve devamlı davranış tarzlarının bulunmayışı ise onların topluluk halinde yaşamalarına olanak vermeyecektir (Güngör, 2020, s. 68-69). Birey ne tümüyle bireysel ne de tümüyle toplumsal yaşayabilir. Yani insan hem bireysel hem de toplumsal bir hayat yaşamaktadır. Bireyin topluma katılması ve toplumsal aidiyet bağıyla bağlanması durumu toplumun sürekliliği açısından önem arz etmektedir.

1.2.3. Toplumsal Aidiyetin Görünümleri

Birey güdülerinin tatmini, diğer bireylerle olan ilişkisi içerisinde oluşmakta veya diğer kişilerin aracılığıyla oluşmaktadır. Birey günlük ihtiyaçlarını karşılamada ya da kabul görme, statü, saygınlık, başarı vb. olguları elde etme de başkalarından tamamen bağımsız değildir. Birey sadece toplumun psikolojik bir unsuru olmamakla birlikte aynı zamanda toplumla etkileşime giren bir organizmadır. Sosyal gruplar, bireye içinde hareket edebilecekleri sosyal bir ortam sağlar ve organize edilen bu ortamda, bireyin davranışlarına yön veren bir dizi kurallarla işlemektedir. Diğer bir ifadeyle bireyin tutumları ve bağlılıkları, gerçek üyesi olduğu grubun veya grupların değerleri, normları ve statü düzenlemelerinden kaynaklanmaktadır. Bireyin gerçekten ait olduğu bu gruplara “üyelik grupları” adı verilmektedir. Genellikle bireyin tutum ve davranışları bu grup tarafından belirlenmektedir. Fakat her zaman geçerli olmamaktadır. Kişi asıl üyesi olduğu bir grubun psikolojik olarak kendisini başka bir grup ile ilişkilendirebilir ve o gruba göre tutumlarını ve beklentilerini düzenleyebilir yani referans olarak alabilmektedir (Şerif & Şerif, 1996, s. 175). Birey hangi grubuna aidiyet besliyorsa referans grupları veya kendisini üye olarak gördüğü grup fark etmeksizin bireyin aidiyet duyduğu grup kişinin kendisini temsil etmektedir. Bununla birlikte tutum ve davranışları da bu doğrultuda şekillenmektedir. Grup, içerisinde bulunan üyelerin tutum değişimini arttırabilir veya engelleyebilir. Yani bireyin tutumlarındaki değişim grup normu doğrultusunda ise, grup bu tutumu arttırıcı rol oynar fakat grup normuna ters düşerse, bu tutumun değişimini engelleyici rol oynamaktadır (Kağıtçıbaşı, 2020, s. 278).

Çağdaş toplumlarda, kişiler birçok gruba aidiyet duymaktadır. Bu aidiyetler bireyin kimliğinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Toplumsal bir yapıda yaş ve cinsiyet gruplarından her hangi birine duyulan aidiyet, bireyin kimliksel boyutudur. Bireyin ulus, etnik/kavim, meslek gibi çeşitli gruplardan her hangi birine ait olması da bir başka kimlik boyutunu teşkil etmektedir. Yine ailelerde, meslek gruplarında, kurumlarda toplumsal bir role ait olmak, ideolojik katılma, sivil toplum kuruluşlarına katılmak ve ait olmak bireyin bir başka kimlik boyutudur. Görüldüğü üzere bireyin pek çok kimliği vardır ya da olabilmektedir (Ergun, 2000, s. 80). Kimliğin sabit ve değişmez olduğu inancına karşılık kişi zamanla ‘aidiyet’ ve ‘kimliğinin’ alinyazısı olmadığı, vazgeçilebilir şeyler olduğunun farkına varmaktadır; kendi kararlarının, attığı adımların, eyleme biçiminin hem kimlik hem de aidiyet için hayati faktörler olduğunu fark etmektedir (Bauman, 2021, s. 20).

Kimliklerin oluşumunda kültürün önemli bir etken olduğu bilinmektedir. Toplumlar arasında çeşitli kültür farklılıklarının toplum içerisinde bulunan bireyler arasında inanç ve tutum olarak yansıtıldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca aynı kültür içerisinde bulunan bireylerin inanç ve tutumlarının yansıtılmasında farklılıklar görülmesi mümkündür (Krech & Crutchfield, 1980, s. 265-266). Geleneksel toplum düzeninden modern toplum yapısına doğru süre gelen bu süreçte kültürel eylem ve toplumsal ilişkilerde meydana gelen değişimlerin toplumsal birlikteliği hangi düzeyde etkilediği bilimsel araştırmalara da konu edilmiştir (Alptekin, 2011, s. 65).

Alman sosyolog Ferdinand Tönnies (2000, s. 203) cemaat-cemiyet (topluluk-toplum) ifadelerinin genel özelliklerini açıkladığı bu topluluk tipleri; bireyde doğal istencin baskın olduğu her türlü birliğe cemaat, akılsal istenç tarafından şekillendirilen ve yönlendirilenlere ise cemiyet olarak adlandırmaktadır. Bu doğrultuda, insanların yüz yüze ilişkiler kurduğu, bireylerin birbirlerini tanıdığı yani birlikteliğin temel alındığı kavramlar olarak ifade edilmektedir. İnsan, dünyada var olduğu andan itibaren cemaat ilişkileri kurulan toplumsal bir kurumun içerisinde kendisini bulmaktadır. Bireyin yaşamında ilk ve en güçlü toplumsallaşma aracı olan aile, cemaat niteliğinde ilişkiler oluşturan ilk toplumsal kurumdur. Ardından akran gruplarında, çevresinde ve mekânlarda toplumsallaşma sürekli olarak devam etmektedir. Bireylerin amaçlarına ya da hedeflerine ulaşmak için örgütlenmeleri, toplumsal bilincin esas alınması gerekmektedir. Dini, etnik, siyasal ya da kültürel örgütlenmelerde cemaat tarzında toplumsallaşmalar etkili bir şekilde sürdürülmektedir (Akın, 2015, s. 43). Bu bağlamda toplumun işleyişini sağlayan temel faktörler doğrultusunda aidiyetlerin incelenmesine çalışmada yer verilecektir. Bu faktörler; bireyin diğer

bireylerden bireysel farklılıklarını belirleyen ulusal, etnik ve dini faktörlerin yanı sıra sosyal ilişki kalıplarında etkin rol oynayan mekân ve örgütsel faktörlerdir.

1.2.3.1. Ulusal Aidiyet

Toplumların en basitini, hayvan avlamak için basit aletler kullanan ve beslenmek için bitki toplayan avcılık ve toplayıcılıkla yaşamlarını idame ettiren toplumlar oluşturmaktadır. İlkel çağlardaki bu topluluklar kabile sistemine dayanmaktadır. Orta Çağ'a gelindiğinde ise feodal yapının gereklerine göre çeşitli toplumsal ayrışmalar meydana gelmiştir. Modern çağda ise; ırk, soy ve din olgularının yerine “milliyet” ilkesi benimsenmesiyle ulus-devlet modeli etkinlik kazanmıştır. Durkheim'in mekanik dayanışmadan organik dayanışmaya (Macdonis, 2017, s. 102-103), Tönnies'in topluluktan topluma geçiş (Tönnies, 2000, s. 203) olarak nitelendirilen ve toplumsal yapının en geniş yapısı olan “millet/ulus” olgusu etrafında bütünleşmiştir (Yılmaz, 1994, s. 13-15). Buna ek olarak ulus/millet, dil, din ve tarih gibi bireyleri birleştirici öğe olmasının yanı sıra sosyo-ekonomik ve politik şartlar vasıtasıyla da meydana gelmiş sosyal bir olgudur. Ayrıca ulus, “ortak insani bir kimlik adına ve özgür bir seçim ile birleşen doğal haklarla donanmış bireylerin ortak bütünüdür.” (Bilgin, 1999, s. 17-18). Ulus birliğinin hangi tür etkenlere dayandığı konusuna gelindiğinde ise, maddi / nesnel ve manevi / tinsel faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Maddi / nesnel faktörler; devlet, toprak, dil, ekonomik çıkarlar olarak sınıflandırılmaktadır. Manevi / tinsel faktörler ise; birlikte yaşama iradesi, tarihsel birlik, amaç ve ülkü birliği olarak ifade edilebilir veya en kapsayıcı ifadeyle kültür birliği başta gelenlerdendir. Fakat ulusun kültür / manevi birliğinin gerçekleşebilmesi için öncelikle maddi / nesnel etkenler olan toprak, devlet ve dil birliğinin sağlanması gerekmektedir (Ergun, 2000, s. 182). Son olarak toplumsal birlik ve beraberliğin oluşmasında ulusal aidiyetin önemli bir etken olduğu görülmektedir.

1.2.3.2. Etnik Aidiyet

Etnik veya kültürel aidiyet insanlık tarihinin en eski dönemlerinden günümüze kadar görülen bir aidiyet türüdür. Bireyin etnik aidiyete sahip olabilmesi için herhangi bir müdahale gerekmemekte ya da başka bir ifadeyle çeşitli eylemler gerçekleştirmesine ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu doğrultuda birey doğduğu andan itibaren eylemsiz bir şekilde etnik kimliğe sahip olmaktadır. Etnik kimlik, insanın varoluş varsayımının bir sonucu olmakla birlikte öznel olarak deneyimlenen ve algılanan bir aidiyet duygusudur. Bir başka ifadeyle kültür / etnik kimlik, “belirli bir topluluğun üyelerini topluluğun diğer üyelerinden ayıran ve farklılaştıran etmen, aidiyet duygusudur.” Bahsedilen bu duygu, topluluğun üyelerini belirli

bir “biz” in üyeleri olarak birbirine bağlar ve “onlar” dan ayırarak farklılıklarını vurgulamaktadır (Bilgin, 1999, s. 60-65).

Kültür, “bir toplumun sosyal etkileşme yoluyla nesilden nesile aktardığı maddi ve manevi yaşayış tarzlarının temsil ve tecelli bakımından yüksek seviyedeki bir bileşimi olan, sebebi ve sonucu açısından ise bireye ve topluma aidiyet bilinci, özel bir kimlik kazandırma, bütünleşmeyi sağlama gibi sosyal kontrol unsurlarının belirlendiği bir yapıdır.” (Tural, 1988, s. 52). Kısacası kültür, insanların yaşam biçimleri olarak tanımlanabilir. Bireyin etnik aidiyeti özel bir kimlik kazandırmasıyla birlikte kendisini diğerlerinden ayırma sürecine girmektedir. Bu süreçte birey kendi etnik kimliğini aşırı benimsemesiyle toplum içerisinde kaosa sebebiyet verebilmektedir. Etnosantrizm olarak nitelendirilen bu süreç, kişinin diğer kültürleri kendi kültürünün standartlarına göre yargılamasıdır. Bu olgu kişinin aidiyet duyduğu etnik topluluğa karşı duygusal bir bağ beslemesinden meydana gelmektedir. Bundan ötürü etnosantrizm yanlış anlaşılmalara ve sorunlara (Macionis, 2017, s. 74-75) sebep olmakla birlikte ırkçı düşünceye de sevk etmektedir. Irkçılık, biyolojik veya kültürel olarak tanımlanmış herhangi bir topluluğun genellikle kendisi veya diğer gruplar tarafından aşırı bir şekilde yüceltilmesi veya abartılarak büyütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Bilgin, 1999, s. 71).

Etnik aidiyet ile ulusal aidiyet benzer olgular olsa da, çeşitli açılardan farklılıklar göstermektedir. Etnik aidiyet açısından, insanlar geleneksel benzerlik fikrine dayanarak özdeş sosyal aidiyetlerini sergilemekle mekanik dayanışma görülmektedir; yani ortak bir kültürü ya da yaşam biçimini paylaşmaktan kaynaklanan sosyal bir uyum söz konusudur. Ulusal aidiyette ise iş bölümü ve uzmanlaşmaya dayalı olarak, bireyler farklıdır fakat bir bütünün işleyişinin parçasıdır yani organik dayanışma görülmektedir. Farklı etnik kökenden insanların kendilerini bu mekanizmanın içerisinde bulmaları mümkündür. Ayrıca bireyin etnik grubunu diğer gruplardan ayıran unsurlar incelendiğinde; ırk ve dil ayrılığı olarak gözlemlenirken ulusları birbirinden ayıran unsurlar ise ülkü, gönül, umut ve anıların birliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.3.3. Dini Aidiyet

Auguste Comte’a göre din, “bireyin kişilik ve karakterini düzenleyen bir güç” olarak belirtmektedir. Durkheim’e göre din ise, “kutsal varlıkla ilgili inanç ve davranışlardan meydana gelen ve bu inanç ve davranışların ona inanıp bağlananlarda manevi birlik meydana getiren, bir cemaatte birleştirdiği dayanışmalı bir yapıdır.” şeklinde tanımlamaktadır (Günay, 2020, s. 223). Bu tanımlamayla birlikte Durkheim dinin toplum içerisinde dört temel faaliyeti

olduğunu belirtmiştir. Bunlardan birincisi, bireylerin belirli kurallara uymasını ve bu uyum doğrultusunda kendisini disipline etmesine yardımcı olmasıdır. İkincisi, bireyler arasında birlikteliği ve dayanışmayı sağlamasıdır. Üçüncüsü, geleneklerin sürdürülebilirliğini sağlamasıdır. Dördüncü ve son olanı ise, dini ritüeller insanlarda güven ve huzur ortamı sağlaması kişileri mutlu etmesi ve bireyi endişelerden, kaygılardan uzaklaştırmasıdır (Özkalp, 2021, s. 200-210).

Din, “ilkel yaşamın bir elemanı değil, bizzat yaşamın kendisidir. Din, ilkel sosyal yaşantının kurumsal bir parçası değildir, sosyal yapının kendisidir.” Fakat din, farklı bireylerin bir arada yaşamasını, dayanışma ve bütünleşmesini sağlama niteliğini yitirmiştir, kurumlaşıp yalıtılmış diğer pek çok sektörün yanı sıra bu sektörler derecesinde bir sektör olmuştur. Modernleşen dünyada yaşayan insanın bilincindeki din, büyük ölçüde, kurumsal bir sektörün sınırları içerisinde kalmaya mahkûm edilmiştir. Kısacası din, toplumun tüm kesimini bütünleştirici bir özelliği olma niteliğini büyük ölçüde kaybetmiştir (Zijderveld, 1985, s. 212-213).

Din, var olduğu tarih boyunca kutsallık üzerinden insanları hem Tanrı ile hem de birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen toplumsal kurumların içerisinde en önemlilerinden birisi olarak süregelmiştir. Özellikle dinle olumlu bir ilişki kuran insanlar açısından dine hissedilen aidiyetin gücü, diğer toplumsal aidiyetlerden çok daha güçlüdür. Bazı farklı dini inanç ve ritüeller göz önünde bulundurulduğunda bu ilişki, bireyin kendi varlığını dinsel aidiyet uğruna yok saymasına kadar gidebilmektedir. Din ile birey arasındaki ilişki, toplumsallaşma süreci sonucunda meydana gelen bir ilişkidir. Bu toplumsallaşma türünün bir diğer önemli yönü de her dini toplumsallaşmanın bir karşıt dini toplumsallaşma süreci olarak işleridir. Bireylerde dini inançların ve değerlerin yerleşmesi için bu süreçte başka dinlere ait olumsuz örneklerle başvurulmaktadır. Bu doğrultuda dini toplumsallaşmada muhalif dinin veya aynı dine mensup farklı bir mezhebin inançları, onların yaptıkları ritüeller olumsuz olarak görülmekte ve ötekileştirilmektedir (Akın, 2015, s. 54-56). Sonuç olarak dinsel aidiyet bireylerin davranışlarında ve toplumsal örgütlenmelerinde dinin tesiri altında şekillenmektedir.

1.2.3.4. Örgütsel Aidiyet

Örgütsel aidiyet, bireyin örgütle farklı yönlerden özdeşleşmesi ve ona katılma düzeninin gücünü ifade etmektedir. Bununla birlikte çalışanların örgütün amacına olan güçlü inancına ve kabulüne, kurum için beklenenden daha fazla çaba harcamaya istekli olmalarına ve örgütün bir üyesi olarak kalmaya yönelik güçlü isteklerin yansınması olarak ifade edilmektedir. Ayrıca çalışanların iş yerine

bağlılığının temelinde ekonomik düşüncelerin yattığı, çalışanların iş yerine yatırmış olduğu emeğinin karşılığında aldığı tatmin olma duygusunun önemli bir etken olduğu düşünülmektedir (Bilgin, 2016, s. 285). Bu doğrultuda, yöneticisiz bir örgüt düşünülemez. Yöneticilerin liderlik tarzları, verdikleri kararlar, hareket biçimleri, topluma ve bireye yaklaşım tarzları hem topluma hem de çalışan insanlara yansımaktadır (Özkalp, 2000, s. 472). Bu yansımalarla birlikte çalışan bireyin yönetimin aldığı yaklaşımlardan ötürü olumlu veya olumsuz aidiyet duyguları da şekillenmektedir. Çalışan bireyin örgüte karşı olumlu algılar besliyorsa işine olan aidiyet duygusu yüksektir, aksine olumsuz algılar söz konusu ise bireyin işine olan aidiyeti düşüktür.

Bireyin örgütsel aidiyetten mahrum kalması durumunda çalışmış olduğu iş yerine karşılık devamsızlığa başvurması, ruhsal ve davranışsal bozuklukların meydana gelmesiyle sonuçlanmaktadır. Olumsuz gelecek kaygısının bireyde saldırgan davranışlara yol açabileceği gibi intihara kadar varabilecek kötü yaşam durumlarına da sebep olabilir. Örneğin, düşük motivasyonun iş kazasını artırdığına dair çeşitli araştırmalarda incelenmiştir. Aidiyet duygusunun zayıflaması durumunda birey kendisini yalnız hisseder, kararsız davranışlarda bulunur, özgüveninde problemler yaşamaya başlar ve sonunda hayattaki amacını kaybettiği düşüncesine varır. Bu sebeple, sahip olunan bir işin bireyler için önemli bir sahiplenme ağına katılma fırsatı yarattığı, ayrıca ekonomik ve psiko-sosyal doyum sağladığı sonucuna varılabilmektedir (Alptekin, 2011, s. 84).

1.2.3.5. Mekânsal Aidiyet

Mekân, herhangi bir varlığın bir şekilde bir yerde var olmasıdır. Dolayısıyla mekân, varlığın bir bakıma herhangi bir formda var olduğu yerdir. Ayrıca mekân, zihinsel ile kültürel olanı, toplumsal ile tarihseli birbirine bağlayan bir olgudur. Mekân kavramı statik değildir aksine dinamik bir süreçtir. Yani mekân ürün-üretici olan, ekonomik ve toplumsal ilişkilerin dayanağıdır. Ayrıca mekân, toplumsal bir ürün olmanın yanı sıra hem üretim hem de kontrol aracıdır. Toplumsal mekân, toplumsal yeniden-üretim ilişkilerini, diğer bir ifadeyle ailenin örgütlenmesiyle birlikte, cinsiyetleri, yaşlar arasındaki fizyolojik ve üretim ilişkilerini, başka bir ifadeyle işbölümünü ve örgütlenmesini, dolayısıyla hiyerarşik toplumsal işlevleri içermektedir (Lefebvre, 2014, s. 7-61).

Birey ile mekân arasında aidiyet duygusunun tetiklendiği bir etkileşimin varlığı söz konusudur. Bireyin yer duygusu, fiziksel faaliyetlerden ziyade yerin kültürel dokusuna ve kimlik referanslarına bağlıdır. Bireyler, kendilerine ait ilişkileri güçlendiren mekânları tercih ederek kimliklerinin sosyal yönlerini ortaya çıkarırlar. Bu bağlamda toplumsal düzeyde gündelik ilişkilerin gerçekleştiği

ve aidiyetin sürekli yenilendiği mekânlara atıfta bulunmak gerekir (Alptekin, 2011, s. 85). Ayrıca insan ve mekân arasındaki ilişkiden hem mekân kimliği hem de mekâna aidiyet üretilmektedir. Eve, iş yerine, köye veya şehre karşı hissedilen aidiyet, bir yönüyle toplumsal olarak inşa edilen bir süreç olmakla birlikte mekân ile insan arasındaki ilişki, bir çeşit mekân toplumsallaşmasına da olanak sağlamaktadır (Akın, 2015, s. 94). Bireyler mekânda birbirlerine ne kadar çok yakın ise o kadar çok etkilenirler ve kültürleri de o kadar çok birbirlerine benzeyecektir (Bilgin, 1999, s. 191).

Mekân, canlı, yaşanan bir unsur olarak görülmektedir (Aydoğdu, 2018). Urry ise mekânı; yaşayan bir olgu, canlı, olayların ve gösterilerin meydana geldiği bir bölge olarak ifade etmektedir (Urry, 2018, s. 1-30). Bu ifadeler ile birlikte bireyin merkezi bir konumda olduğu anlaşılmaktadır. Mekân anlayışı, “bireyin algıları üstünde odaklanan bir mekân anlayışıdır ve algısal, duyuşsal, bilişsel ve yaşantısal bir mekân söz konusudur.” (Bilgin, 1990, s. 63). Dolayısıyla sosyoloji, mekânı, insanların bir alışkanlığı, bir insan biçimi olarak görür. Duvarlar ve çatılarla çerçevelenmiş içi boş bir form değil, hayata dair hatıraları, pratikleri, yansımaları, ortak anlayışları ve duyguları barındırır; tarih, hafıza ve kimliksel kolektif aidiyetler olarak yansıtılır. Bu bağlamda mekân, varoluşsal ikame edici çabaları, yaşamı sürdüren duyarlılıkları ve tanınma işaretlerini bünyesinde barındırır. Mekânlar, sosyal deneyimler için ortak bir platform sağlamanın yanı sıra kültürel derinlik, etik sınırlar, cinsiyet sınırları, sosyo-ekonomik bağlamlar, siyasi ortam ve daha fazlasını da içermektedir. Sonuç olarak, içerisindeki bireyleri yeniden üreterek anlamlı hale getirir, onlara aidiyet, ortak vizyon, yeni bakış açıları ve yorumlamaları için özel bakış açıları kazandırmaktadır. Bu bakış açısına göre mekânlar canlı varlıklardır (Aytaç, 2013, s. 140-144).

Michel de Certeau (1984), yer ve mekân arasındaki genel kabul görmüş ayrımı altüst ederek, mekânı eylemler aracılığıyla üretilen dinamik bir unsur olarak tasarlamıştır. Öte yandan yeri ise, mevki, konum olarak ele almaktadır ve ayrıca ölü olarak da tanımlamaktadır. Başka bir deyişle, mekânlar insanların içinden geçtiği yaşayan sokaklar iken, yer ise, o sokakları oluşturan yapıları çevrenin binaları ve diğer ürünleri olarak görülmektedir.

1.2.4. Toplumsal Aidiyet Yoksunluğu

Modernlik öncesi toplumlarda diğer bir ifadeyle geleneksel toplumlarda, bireylerin birbirlerine karşı aidiyet duygusuyla güven, yardımlaşma ve dayanışma vb. unsurlar aracılığıyla birlik duygusunu meydana getirmekteydiler. Fakat modernliğin yaşanmış olduğu toplumlarda ise kapitalizm insanların birbirine olan bağlılıklarını ve güvenini yok etmekte, aşırı tüketim kültürü

üzerinden “karakter aşınması” problemiyle kendini göstermekte ve insanları hayatın anlamından yoksun bırakmaktadır (Sayar, 2003, s.71). Ayrıca endüstri toplumu, bireyin yaşamış olduğu yaşamın anlamını ve gerçekçiliğini gün geçtikçe kaybetmektedir. Modern bir bireyi uzman ve beşeri yönleri gittikçe zayıflayan bir tür görevli durumuna dönüştürmektedir. Yani tek boyutlu insan modeli çizilmektedir (Zijderveld, 1985, s. 137).

Endüstri öncesi toplumların durağanlığı ve homojenliği, yapısal olmaktan çok kültürel mahiyetteydi yani mekanik bir dayanışma söz konusudur. Fakat endüstri sonrasında meydana gelen modern dönemde ise sosyal değişimlerin hızlı akışkanlığı ve heterojen özellik göstermesi ile organik bir dayanışmanın söz konusu olduğu dile getirilmiştir. Mekanik dayanışma, ortak bir kültürü ya da yaşam biçimini paylaşmaktan kaynaklanan sosyal uyumu işaret etmektedir. Organik dayanışma ise yapısal farklılıklar arz eden bir toplumda karşılıklı olarak ortaya çıkan aidiyetleri işaret etmektedir (Zijderveld, 1985, s. 116-118).

Toplumsal değişmeye bağlı olarak ortaya çıkan düzensizlik, sosyal bağın zayıflaması gibi durumlara anomi adı verilmektedir. Anomiye bağlı olarak toplumu oluşturan düzenin değişmesi, toplumsallaşmada birey ve toplum bütünleşmesinin sağlıklı bir şekilde kurulamamasının temel sebeplerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumlarda dayanışmanın ve düzenin yitirilmesi, norm ve değerlerin anlamsızlaştığı dönemlerde toplumsallaşma da anomiye bağlı olarak olumsuz yönde etkilenecektir (Akın, 2015, s. 28). Diğer bir ifadeyle toplumun kolektif hareketlerinde, bireysel ilgisizlikte, istek ve tutkularında, geleceğe yönelik umutların kaybında, toplum içerisindeki düzenin yıkılmasında, çeşitli olguların belirsizliğinde anomiden söz edilmiştir. Bu tarz çözümlerin ve kopuşların bireyin aidiyet ve anlam duygusunda da çözümler meydana gelmiştir (Bilgin, 2016, s. 28).

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİ

Araştırmanın bu bölümünde yerel halkın turizm ile olan ilişkisi ele alınmıştır. Turizmin Sosyo-kültürel, fiziksel ve ekonomik etkileri, yerel halkın turizme dair tutum ve davranışlarını etkileyen unsurlar ve yerel halkın turizm ile ilişkisine yönelik yaklaşımlara yer verilmiştir.

2.1. Turizmin Sosyo-Kültürel, Fiziksel ve Ekonomik Etkileri

Turizm, “sürekli kalış şekline dönüşmemek ve gelir sağlayıcı mesleki hiçbir faaliyette bulunmamak şartıyla, ziyaretçilerin geçici süre kalışlarından meydana gelen olay ve ilişkilerin tümüdür.” (Eralp, 1974, s. 2). Bireylerin sürekli kaldığı yerden kısa bir süreliğine ayrılması ve tekrar geri dönmesi üzerine yapılan bir nüfus hareketliliğidir. Amaç, keşfedilmemiş yerler keşfetmek, tanımak, görmek, öğrenmek ve bu süreçte dinlenmek, eğlenmek ve serbest zamanı değerlendirmektir. Bu niteliği ve amacı taşıyan bireysel veya toplumsal tüm nüfus hareketliliğine sosyolojik perspektiften turizm denilmektedir (Güler, 1978, s. 23).

Turizm, herhangi bir ticari amaç güdülmeksizin, insanların kendi ikametgâhları dışında süreli olarak yer değiştirmesi, politik ve ticari amaç gütmemek üzere; tatil, dinlenme, merak, dini sebepler ve konaklamalardan meydana gelen bireysel veya kitlesel olarak yapılan ve yirmi dört saati aşan seyahatlerden oluşan bir endüstridir (Olah, 1966, s. 30; Akoğlu, 1971, s. 9). Bu tanımlamanın ardından turizmin başlıca özelliklerine yer vermek gerekir, turizm zengin bir kavrama sahip olmakla birlikte, ne sadece seyahatten ibarettir ne de olayların toplamıdır. Turizm ticari ve politik bir görev amacıyla seyahat edilmesi durumunda bu faaliyet turizm faaliyeti olmamaktadır. Turizm sosyal bir olaydır.

Ayrıca turizm, seyahat eden bireyin ilk hareketinden son hareketine kadar duyacağı tüm ihtiyaçlara cevap veren bir harekettir (Olalı, 1966, s. 34). Diğer bir ifadeyle turizm; kişilerin alışmış olduğu çevreden alışkın olmadığı çevreye geçişi, yeni deneyim arayışında bulunmak isteyen bireylerin coğrafi hareketliliğidir. Bölge ekonomisi açısından istihdam ve parasal yönden getirisi olduğu için ekonomik bir olaydır, gerek ülke içerisinde gerekse de ülke dışında kitlelerin; dinlenmek, yeni deneyimler kazanmak veya yeni yerler görmek amacıyla yer değiştirmesidir. Bu olay toplumda çeşitli değişikliklere zemin hazırlamasından dolayı turizm toplumsal bir olaydır (Doğan, 2004, s. 1-4; Rızaoğlu, 2004, s. 11-23). Turizmin gelişim gösterdiği ülke, şehir veya her hangi bir destinasyonda, turizm faaliyetinin hem olumlu hem de olumsuz sosyo-kültürel, fiziksel/çevresel ve ekonomik anlamda etkileri gözlemlenmektedir. Bu etkilere kısaca aşağıda verilecektir.

Turizm olgusu sadece ekonomik bir olayla sınırlandırılmamakla birlikte aynı zamanda sosyo-kültürel ve çevresel etki yönlerinin de mevcut olduğu başka bir ifadeyle “toplum ve sosyal yapı üzerinde etkin bir rol oynaması ile uluslararası bir eylemdir.” (Özdemir, 1998, s. 1989). Turizmin sosyokültürel etkilerinin anlaşılabilmesi adına turizmin birey, kültür ve toplumsal yapı üzerindeki tesirlerinin göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda turist gittiği destinasyonda çeşitli gereksinimlerini karşılamak adına fizyolojik, psikolojik, sosyolojik ve diğer gereksinimlerini karşılamak amacıyla bölgede bulunan yerel halk ile temasa geçerek etkileşim kurmaktadır. Bu etkileşim doğrultusunda turizm yerel halkın toplumsal yapısında çeşitli değişiklikler meydana getirmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 60).

Turizm destinasyonlarında yaşayan bireyler turistlerle etkileşimi dolayısıyla farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip yabancı toplumlarla ilişkiler kurmaktadır. Bu ilişkilerin sonucunda toplumsal değişim hız kazanmaktadır. Bununla birlikte bireyin toplumsal yaşamındaki değişiklik aile yapısını da etkilemektedir. Örneğin, turizm faaliyetinin gelişmiş olduğu birçok bölgede kadınların çalışma hayatında yer edinmesi, kadının toplum içerisindeki geleneksel rolünü değiştirmiştir. Bu değişimin toplum içerisinde olumlu veya olumsuz olarak karşılandığı tespit edilmiştir. Ayrıca turizm aile içerisindeki sorumlulukların dağılımı, kadının rolü ve aile içerisinde yaşayan bireylerin turistlerle etkileşimi doğrultusunda özgür düşüncede gelişmeleri sağlamaktadır. Bu gelişmeler ailenin bütünleştirici rolünün zayıflamasına ardından bölünüp küçülmesine sebep olmuştur. Turizmin yoğun yaşandığı destinasyonlarda sezonluk olarak, iş imkânları doğrultusunda bölgede nüfusun artışına zemin hazırlamaktadır. Nüfus artışının getirmiş olduğu olumsuzluklardan biri suç oranlarının artmasıdır. Sadece nüfustan kaynaklı

olmamakla birlikte kültürel, statü farklılıkları ve ötekileştirme gibi olgularda suçun artmasına neden olmaktadır. Turizmde meydana gelen olumsuzlukların düzeltilmesi ve destinasyonda yaşayan bireylerin çevresel, sosyo-kültürel, ekonomik, iletişim vb. anlamda bilinçlendirilmesi adına eğitim etkin bir rol oynamaktadır (Doğan, 2004, s. 129-140).

Turizmin önemli çekici unsurlarından bazıları doğal ve kültürel çevredir. Turizmin gelişmesiyle bölgede fiziki çevre anlamında olumlu veya olumsuz etkileri görülmektedir. Örneğin, çevrenin korunması ve iyileştirilmesine katkı sağlayabilir, bunun yanı sıra plansız ve sağlıksız çevrenin imar edilmesine de yol açabilir. Turizm sayesinde doğal alanlar, tarihi değeri olan varlıklar, çevre bilinci ve kalitesi, alt yapı gibi olumlu etkileri beraberinde getirebilir. Ayrıca turizmin yarattığı çeşitli olumsuz etkiler de ortaya çıkarılabilir. Buna örnek olarak, kültürün metalaşması, doğal alanların betonlaşması ve çevre kirliliğine sebebiyet verebilir (Avcıkurt, 2017, s. 50-57).

Turizmin ilk etki gösterdiği alan ekonomik çevredir. Turizmin gelişmesiyle bölgede olumlu veya olumsuz etkiler meydana gelmektedir. Olumlu etkiler; istihdamın artması, ödemeler dengesi, gelir yaratıcı ve gelir transferi sağlaması, diğer ekonomik sektörlerin olumlu etkilenmesi olarak belirtilebilir. Olumsuz etkileri ise; maliyetlerin artması, arazi mülkiyetlerinin artışı, mevsimsellik özelliği doğrultusunda ekonomik mal ve hizmetlere olan talebin artması, istihdam alanını genişleterek ekonomik dinamizm yaratması olarak ortaya çıkmaktadır. Fakat bu artışla birlikte fiyatların artmasına neden olması yerel halk için yaşamı pahalandıran neden olduğu gibi mevsim sonunda birçok iş yerinin kapanmasına, istihdam olanaklarının daralmasına ve ekonomik istikrarsızlıklara neden olmaktadır (Olalı, Nazilli, Kırıcıoğlu, Sümer, 1983, s. 170-171).

2.2. Yerel Halk Turizm İlişkisi

Yerel halk, herhangi bir destinasyonda ikamet eden ve aynı ortak paydada bir araya gelen her ne kadar farklı bireylerden oluşsa da topluluk olarak tanımlanmaktadır (Ekici, 1999). Destinasyonda yaşam süren toplumun kendilerini yerel halk olarak düşünmesi veya yerel halk kavramını kullanan toplumun aidiyetle de yakından bir ilişkisi olduğu söylenebilir (Şentürk, 2019, s. 31; Alptekin, 2011, s. 22).

Turizmin sosyal bir olgu olmasının yanı sıra destinasyonda yaşayan yerel halk turizm olayında önemli bir role sahip olmakla birlikte destinasyonu ziyaret eden turistlerle yerli halk arasında yaşanan etkileşimler de turizmi etkilemektedir. Turizmden beklenen faydalardan birisi ve en önemlisi, kişiler arasında kaynaşma, anlaşma ve yakınlığı sağlamasıdır. Bu beklentinin gerçekleşebilmesi için turist

ile yerli halk arasında sıkı ve hoşnut edici ilişkilerin oluşması gerekmektedir (Doğan, 2004, s. 79). Turizm alanyazını incelendiğinde sıklıkla ele alınan konulardan biri de turizm yerel halk ilişkisidir. İlgili alanyazında yapılan çalışmaların sonuçlarına bakıldığında yerel halkın turizme yönelik tutumlarının altında turizm olgusuna karşı algılarının bulunduğu tespit edilmiştir (Ap, 1992). Destinasyonda turizmin gelişmesiyle birlikte meydana gelecek üç temel başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar ekonomik, çevresel ve sosyokültürel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etkiler olumlu ya da olumsuz durumlar meydana getirebilir. Yerel halk bu etkiler sonucunda turizme olan algılarında, gelişimine destek olmada, turistlere ve turizm paydaşlarına vs. karşı olan tutumlarını da şekillendirmektedir.

Turizmin sürdürülebilirliğini ele aldığımızda yani turizmin başarılı bir şekilde gelişim göstermesinin altında yatan etmenlerin en önemlilerinden biri de yerel halkın turizme olan desteğidir. Bu desteğin sağlanması adına yerel halkın turizm yönetiminde söz sahibi olması, turizm olayından ekonomik fayda sağlayıp sağlamaması, sosyal ve fiziksel çevreye karşı olumlu veya olumsuz gibi etkilerin yerli halkın turizme olan algı ve tutumlarını etkilemektedir. Destinasyonda yaşayan yerel halkın; turizme dair algı ve tutumlarının değerlendirilmesi, kalkınma planı ve pazarlama ile turizmin geleceğine yönelik planlamasında şekillendirici olarak da rol oynamaktadır (Allen, Long, Perdue, & Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Jurowski & Gursoy, 2004; Avcıkurt, 2017, s. 109-114).

2.2.1. Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler

Yerel halkın turizme dair algı ve tutumlarını etkileyen unsurlar çeşitlilik göstermektedir. Turizm faaliyeti gerçekleşen bölgede faydalarının yanı sıra sebep olduğu bir takım olumsuzluklar da mevcuttur. Bunlarda biri maliyetlerdir. Turizmde algılanan fayda, algılanan maliyetlerin üzerinde ise yerel halkın turizme dair algı ve tutumları olumlu yönde gelişme gösterecektir. Aksi yönde gelişme göstermesi durumunda algılanan maliyetler, algılanan faydanın üzerinde ise turizmin gelişmesi yerel halka olumsuz etki bırakmakta ve bölge halkı turizme yönelik olan algı ve tutumları olumsuz yönde değişmektedir (Ap, 1992).

Yöre halkının turizme yönelik algılarının şekillenmesinde etkili olan bir diğer unsur ise turist davranışlarıdır. Destinasyonda yaşayan yerli halkın turist davranışlarını algılama biçimine göre turizme yönelik tutumlarıyla da doğru orantılıdır. Destinasyona gelen yabancıların yerli halka karşı tutum ve davranışları; ilgisizlik, acıma, kaygı, ataerkil tutum, saf bir yaşam coşkusu, kişisel iyilik yapma isteği, iyi izlenim bırakma isteği, kültürel görelilik, üstünlük duygusu, önyargı gibi tutumlar meydana gelmektedir (Rızaoğlu, 2012, s. 291-292; Doğan, 2004, s. 97-98).

Turistik yaşam biçimi kişide mutlu edici ruhsal yararlılığa yönelik özelliği ile insanların büyük ölçüde toplumsal normların veya baskılarından uzak, özgür biçimde davranmalarını sağlamaktadır. Turist geziye çıkarken, toplumsal denetimlerden uzaklaşmak isteği taşımaktadır. Giyiminde, davranışlarında, eğlenmesinde ve dinlenmesinde denetim ve sınırlamalardan uzak özgür olmayı istemektedir (Güler, 1978, s. 49). Bu özgürlük anlayışının oluşması turistin destinasyonda önüne gelen her şeyi yapması anlamı taşımamaktadır. Özgürlük aslında kendi kendini belirlemektir, engellerin ortadan kalkması değildir (Bilgin, 1999, s. 117). Eğer turist davranışları yerel halkın değer ve normlarına aykırı olursa; olumsuz tepkiler veya saldırılar ortaya çıkabilmektedir. Bu yüzden yerel halk turistlerin davranışlarını algılama biçimlerini belirlemede en önemli etken yerel halkın kültürel ve ahlaki normları tarafından belirlenmektedir (Güler, 1978, s. 62-65).

Turizm faaliyeti temelinde geçici bir olaydır. Bunun farkında olan turist destinasyonda kaldığı süre boyunca Liminoid davranışlar sergilemektedir. Bu davranışın en temel özelliği de geçici olması bakımından turizm olgusuyla örtüşmektedir. Tipik turist davranışlarından olan Liminoid turist için zaman farklı bir şekilde yaşamaktadır. Çünkü alışkın olduğu toplumun dışına çıkmıştır alışkın olmadığı bu alan zaman bakımından da farklılık yaşatmaktadır. Ardından turist alışılmış davranışlarının yerini bilinmeyene devretmeye ve sıradan olan yaşamını sıra dışılığa geçirmektedir. Liminoid davranış, insanların tatil süreci boyunca günlük yaşamlarından farklı olarak hareket etmeleridir. Örneğin; aşırı rahat davranışlar, rahat kıyafetler giymek, ölçsüz yiyecek ve içecek tüketimi vs. farklı türde eğilimler meydana gelmektedir. Bir diğer ifadeyle, seyahate çıkan insanların turist psikolojisi adı altında hareket ederek, günlük yaşamlarında maruz kaldıkları kaygılarını unutarak ya da unutma isteğiyle, tamamen tatile odaklanmış olarak anı yaşamalarıdır (Polat, 2015). Bu davranış biçimi destinasyonda ikamet eden yerel halkın turizmin etkilerini genellikle olumsuz olarak algılamalarına olanak sağlamaktadır (Avcıkurt, 2017, s. 93; Urry, 2009, s. 279).

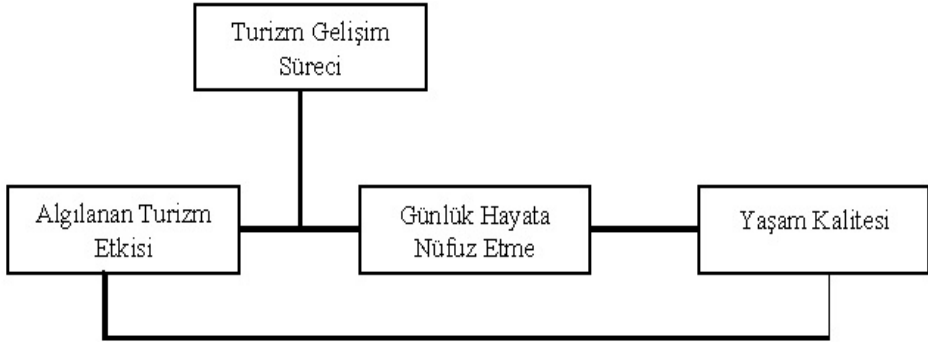
Destinasyonda yaşayan yerel halkın turistlerle olan ilişkisinde en önemli unsurun bölge halkının turizmden ekonomik kazanç sağlaması olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur. Yerli halkın turizmin gelişmesinden ekonomik olarak fayda sağlamasından dolayı turizmin olası etkilerini olumlu yönde algıladıkları saptanmıştır (Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal, & Williams, 1997; Sirakaya, Teye, & Sönmez, 2002).

Bazı araştırmalar, yerel halkın sosyo-demografik değişkenleri turizmin olası etkilerini algılama konusunda etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır (Brougham & Butler, 1981; Caneday, Zeiger, 1991; Korça, 1998; Chen, 2000; Iroegbu, &

Chen, 2001). Ayrıca yerli halkın destinasyona gelen turistlerle etkileşim düzeyi ve turizme dair farkındalık ve bilgi düzeyi de turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin algılanmasında etken olmuştur (Belisle & Hoy, 1980; Davis, Allen & Cosenza, 1988). Bu etkene göre, turistler ile etkileşimi yüksek olan yerel halkın turizmin gelişimine dair tutum ve algılarının olumlu yönde etkilediği (Rothman, 1978), tam tersi olarak bu etkileşimin olumsuz yönde etkilediği çalışmalar da bulunmaktadır (Pizam, 1978).

Destinasyonda yaşayan bölge halkının nüfusu ve bölgeye gelen turist sayısı, turizmin gelişim aşaması, turist tipleri ve yöre halkıyla olan ilişkisi vs. olgular turizmin sosyal değişiklikler üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir. Bu etkiler yerli toplumda olumlu veya olumsuz etkiler meydana getirebilmektedir (Faulkner & Tideswell, 1997).

Şekil 2. Turizm Etkilerinin Algılanma Süreçleri



Kaynak: Kim, K. (2002). The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Residents in the Community (PhD. Dissertation). Blacksburg, Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University).

Turizm olgusunun yaşandığı bölgede turizmin gelişiminin getirmiş olduğu etkilerin algılanma süreçleri Şekil 2’de gösterilmiştir. Buna göre, turizm etkilerinin toplumu oluşturan bireylerin algılaması gerekmektedir. Zamanla bu etki günlük hayatta kendini göstermeye başlamaktadır. Ardından turizmin etkilerini günlük yaşamda fark eden birey meydana gelen olumlu veya olumsuz etkileri ile bireyin yaşam kalitesini tanımlamaktadır (Kim, 2002, s. 8).

Turizmin gelişim evresi dinamik bir süreç olmakla birlikte yerel halkın turizme dair tutum ve algıları belirli dönemlere göre farklılık göstermektedir. Yerel halk; yollardaki trafik ve kalabalıklaşmanın, emlak ve arazi fiyatlarının etkileri, toplumun yaşam kalitesi üzerine olan etkileriyle ilgilenmektedirler. Turizmde çalışan yerel halkın kazanç ve geçim şartları da turizmin gelişimine karşı tutum ve algılarını etkilemektedir (McCool & Moisey, 1996). Ayrıca destinasyon yaşam süreci de yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkilediği

ileri sürülmektedir. Destinasyon yaşam evresi başlangıç düzeyinde ise yerel halkın turizme yönelik tutumları olumlu olacaktır. Aksi düşünüldüğünde ise destinasyon taşıma kapasitesinin sınırlarının zorlanmasıyla birlikte sosyo-ekonomik ve fiziksel maliyetlerin varlığı artacaktır. Bu artış dolayısıyla yöre halkının turizme yönelik tutum ve algıları olumsuz yönde etkilenecektir (Butler, 1980).

Diğer bir araştırmada, turizm alanında çalışmalar yapan araştırmacıların multidisipliner çalışmaları aracılığıyla turizm-yerel halk ilişkisini etkileyen yeni değişkenleri ele aldıkları gözlemlenmiştir. Bu değişkenler yer kimliği ve topluluğa bağlılık gibi faktörlerdir. Buna göre yerel halkın topluluğa bağlılığı ve yer kimliği yüksek olanların turizmin olumsuz etkilerinden ötürü endişelendiği görülmektedir (Wang & Xu, 2015; Wang, 2016). Görüldüğü üzere yerel halkın turizme dair algı ve tutumlarını etkileyen değişkenler çeşitlilik göstermektedir. Araştırmanın teorik kısmını desteklemek amacıyla; yerel halkın turizme yönelik olumlu veya olumsuz tutumlar sergilemelerinin altında yatan etkenleri tespit etmek için ilgili alanyazında yerel halk turizm etkileşimini konu edinen teori ve modeller ele alınacaktır.

2.2.2. Yerel Halk Turizm İlişkisine Yönelik Yaklaşımlar

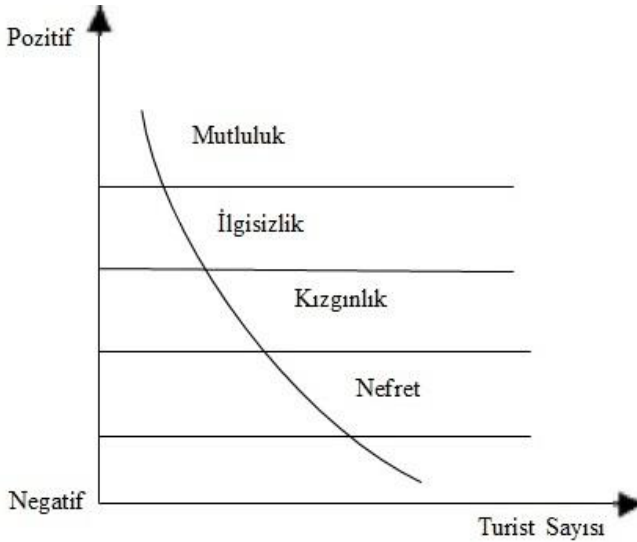
Turizm olgusunun gerçekleştiği bölgede ikamet eden yerel halkın turizme karşı algı ve tutumlarını tespit etmek amacıyla 1970'lerden beri çeşitli araştırmalar yapılmış ve farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. İlgili alanyazın incelendiğinde turizm yerel halk ilişkisini sosyoloji temelli tespit etmek amacıyla araştırmalarda çoğunlukla Doxey'in 'Irridex (Tolerans) Modeli' , Butler'in 'Turizm Yaşam Döngü Modeli' ve 'Sosyal Değişim Teorisi' gibi yaklaşımların kullanıldığı gözlemlenmektedir (Nunkoo, Smith ve Ramkissoon, 2013). Ayrıca turizm yerel halk ilişkisine yönelik tutum ve algılarını tespit etmek amacıyla sosyal psikoloji alanından faydalanılarak 'Bütünleşik Tehdit Teorisi' ve 'Temas Hipotezi' gibi yaklaşımlar da alanyazında yer almaktadır (Anastasopoulos, 1992; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002; Avcıkurt, 2017, s. 119-120). Bunların dışında turizm literatüründe daha güncel olarak yer edinmekte olan ve sosyal psikolojinin konusu olarak görülen teoriler ise, 'Yer Kimliği', 'Topluluğa Bağlılık' ve 'Büyüyen Örgüt Teorisi' yaklaşımlarıdır (Proshansky, 1978; Wang, ve Xu, 2015; Wang, 2016). Bu çalışmada yukarıda bahsi geçen yaklaşım ve teorilerin araştırmanın amacı doğrultusunda bazılarının yer verilecektir.

2.2.2.1. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli

Doxey'in Tolerans yaklaşımında, destinasyonda bulunan yerel halkın algılanan turizm etkilerine karşı sergiledikleri tutumların sebeplerini tespit etmek

üzere oluşturulmuştur. Bu yaklaşım bölgenin turizm alanında gelişme göstermesi ve bölgeyi ziyaret eden turist sayısındaki artışla birlikte bu değişikliklere karşılık olarak yerel halkın toplumsal stres aşamalarını ifade etmektedir. Bu aşamalar “Mutluluk, İlgisizlik, Kızgınlık ve Kin/Nefret” olarak adlandırılmaktadır.

Şekil 3. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli



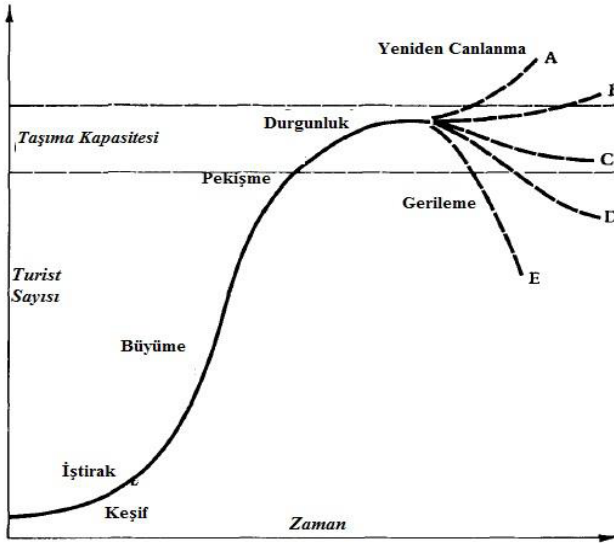
Kaynak: Babu, V. ve Munjal, S. (2015). Oachira Panthrandu Vilakku: A study of a culturally embedded festival aligned with economic benefits. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 403-416.

Şekil 3’te görüldüğü üzere turizm olgusunun yaşandığı bölgede ikamet etmekte olan yerel halkın, turizmin gelişim evrelerini ve turistlere dair tutum ve davranışlarını açıklamaktadır. Modele göre; bölgede yaşayan yerel halk turizmin sağlayacağı sosyal ve ekonomik faydalardan dolayı memnunluk duymakta ve bu aşama “mutluluk” olarak adlandırılmaktadır. Zamanla turist ve turizm sektörünün gelişmesiyle yerel halk turistleri birer meta olarak görmeye başlar. Turist yerel halk arasındaki ilişki tamamen ticarileşmeye başlamıştır. Bu aşamaya “ilgisizlik” olarak tanımlanmaktadır. Destinasyondaki turizm faaliyetleri doyum noktasına gelmiştir. Bölgeye gelen ziyaretçi sayısının artması ve bölge dışından gelen girişimcilerin yerel halkın kâr marjına ortak olması kaygıya sebep olmaktadır. Bu sebeple turizmin gelişmesi ve turist sayısının artmasıyla bölgede ekonomik, çevresel ve sosyokültürel zararların meydana geldiği bu zararların temel kaynağı olarak ise turistlerin görülmesidir. Turizm ve turistlere karşı yerel halkın tahammül algısını oluşturmaktadır. Bu algıyla birlikte “kızgınlık” ve “Kin/nefret” aşaması meydana gelmektedir (Boley, 2013, Avcıkurt, 2017, s. 33-34).

2.2.2.2. Butler Turizm Yaşam Döngü Modeli

Doxey Tolerans Yaklaşımı'nın yanı sıra buna benzer olarak Butler'in geliştirmiş olduğu "Turizm Yaşam Eğrisi Modeli" de destinasyonda gelişmekte olan turizm ile birlikte bu gelişime karşın yerel halkın tutumlarını açıklamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Butler, gelişmekte olan destinasyonu, destinasyonu ziyaret eden turistlerin sayısını ve altyapısını esas alarak belirli dönemlere ayırıp incelemiştir. Bu dönemler; "keşif, iştirak, büyüme, pekişme, durgunluk, gerileme ve yeniden canlanma" olarak adlandırılmıştır (Butler, 1980). Butler'in turizm yaşam eğrisi modeli aşağıda Şekil 4'te görülmektedir.

Şekil 4. Butler Turizm Yaşam Eğrisi Modeli



Kaynak: Butler, R. W. (1980). The Concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

Şekil 4'te görüldüğü üzere, bölgede yaşayan yerel halk keşif aşamasında olup bu evrede turist sayısının az olduğu ve turistik arzın olmadığı varsayılmaktadır. Bu varsayımla birlikte sosyal ve fiziksel etkiden söz edilmemektedir. Ardından iştirak aşamasına gelindiğinde bölgeye gelen ziyaretçi sayısının arttığı, turistik arzın geliştiği ve yörede yaşayan halkın turistik hizmetlerde yer aldığı görülebilir. Yerel halk turist arasında iletişimin artması söz konusudur. Büyüme evresine gelindiğinde bölge turistik faaliyetlerde hızla artış göstermekte ve kitle turizminin odak noktası olmaktadır. Ziyaretçi sayısı bazı sezonlarda yerel halkın sayısını geçebilir. Pekişme evresine gelindiğinde turist sayısı diğer dönemlerde görülen artışın aksine bu evrede azalma söz konusudur. Bu aşamada yerel ekonominin büyük bir kısmı turizme bağımlı hale gelmiş olup bölgenin sosyo-kültürel yapısı bu doğrultuda şekillenmektedir. Bu şekillenme doğrultusunda yerel halk turizme

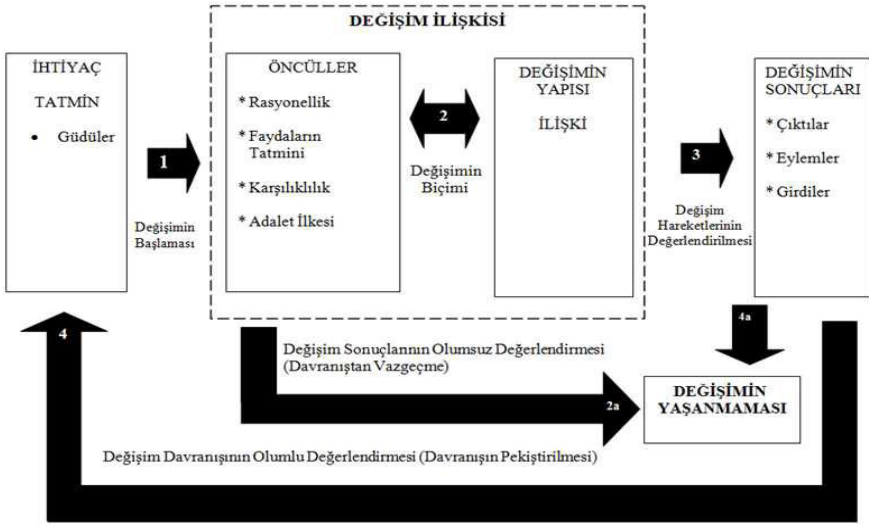
ve turiste dair hoşnutsuzluk meydana getirmektedir. Durgunluk aşamasında, turist sayısı ve bölge taşıma kapasitesi en üst düzeye çıkmıştır. Destinasyonda çevresel, ekonomik ve sosyal sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Durgunluk sonrası aşamada ise yerel yönetimlerin yönetim süreçlerine katılarak alacakları kararlar doğrultusunda şekillenecektir. Bu doğrultuda beş ihtimal söz konusu olup ya iyileşme gerçekleşecek ya da düşüş meydana gelecektir (Butler, 1980, Avcıkut, 2017, s. 35-37).

Şunu da belirtmek gerekir ki Doxey ve Butler'in ortaya çıkarmış oldukları modellerin aşamalarını bire bir yaşaması mümkün olmayabilir. Farklı stratejilerle belli evrelerde farklılıklar gözlemlenebilir. Her destinasyon için evreler net ve aynı şekilde gerçekleşmesi mümkün olmayabilir. Modellerde bahsedilen süreçlerde kimi destinasyon bu aşamaları kısa sürede yaşayabilirken kimisi de uzun bir zaman aralığında bu aşamalardan geçebilmektedir.

2.2.2.3. Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi

Sosyal değişim teorisi genel olarak sosyolojik bir teori olmasının yanı sıra çeşitli disiplinlerde de (antropoloji, sosyal psikoloji vs.) kullanılmaktadır. Kısacası multidisipliner bir teori olma özelliği göstermektedir. Teorinin genel amacı birey ve gruplar arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla geliştirilmiştir. Faydacılık üzerine kurulmuş olan bu teori bireyler arasında somut (ekonomik) veya soyut (sevgi) olarak karşılıklı etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Bireyler bu etkileşim sürecinde ödül beklentisi içerisinde dir. Etkileşim ve değişim içerisinde olan bireylerin karşılıklı değişim algıları arasında farklılık göstermektedir. Bu ilişkiden olumlu sonuç beklentisi içerisinde olan birey değişimi olumlu değerlendirirken, ilişkiden olumsuz netice bekleyen birey ise değişimi olumsuz olarak değerlendirecektir (Avcıkut, 2017, s. 118-119). Turizm faaliyeti esnasında yerel halk ve turist arasında da karşılıklı etkileşim ve faydacılık söz konusu olduğundan sosyal değişim teorisi bu ilişkiyi açıklama konusunda yardımcı olacaktır. Sosyal değişim teorisi turizm literatüründe ziyaretçilere ve yerel halkın turizmin gelişimine dair tutum ve algıların incelenmesinde kavramsal bir zemin sağlamıştır (Ap, 1992).

Şekil 5. Sosyal Değişim Teori Süreci



Kaynak: Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

Şekil 5'te görüldüğü üzere sosyal değişim teorisi süreci yerel halkın turizmle etkileşimi sonucunda yaşamış olduğu değişimleri ele almaktadır. Birinci aşamada yerel halk turizmi ihtiyaç olarak görmekte ve motive olmaktadır. Bu motivasyon ile değişim başlamaktadır. Başlangıç aşamasından ardından, ikinci aşama olan "değişim ilişkisi" aşaması başlamaktadır. Değişim ilişkisine giriş öncül koşulun değerlendirilmesine bağlıdır. Bunlar; birincisi "Rasyonellik (ödül kazanma fırsatı)", ikincisi "Faydalardan tatmin olma (değişimden kaynaklanan memnuniyet seviyesi kazanma fırsatı)", üçüncüsü "Karşılıklılık (eşit oranda ödül kazanma fırsatı)" ve dördüncüsü ise "Adalet ilkesi (adil ve eşit ödül kazanma fırsatı)" öncülleridir (Ap, 1992, s. 677). Değişim ilişki süreci başlamadan önce gerekli şartların sağlanması gerekmektedir, aksi halde halk süreçte belirtilen 2a akışında görüldüğü üzere kaynakların değişimi gerçekleşmeyecektir. Sosyal değişim sürecinin üçüncü aşaması ise, değişimin oluşumudur. Bu aşama değişim hareketlerinin değerlendirilmesi sürecidir. Bu aşamada, yerel halkın turizmin etkilerinin niçin pozitif veya negatif biçimde algıladıklarını açıklamak için temel bir niteliğe sahiptir. Son aşamaya gelindiğinde ise değişim sonuçlarının değerlendirilmesi, değişime yani döngüye tekrar girip girmeyeceğine ilişkin süreci ifade etmektedir. Modele göre değişimin sonuçları pozitif/olumlu veya negatif/olumsuz olarak değerlendirilmektedir (Ap, 1992). Değişimin sonucundan hoşnut olanlar değişimi de pozitif/olumlu yönlü olarak algılamaktadır. Ama yine de, 4a akışında sonuçlar negatif/olumsuz olarak değerlendirilirse değişim davranışı devam etmeyecektir.

2.2.2.4. Bütünleşik Tehdit Teorisi

Sosyal psikoloji biliminden faydalanılarak geliştirilen yerel halk ile turist arasındaki ilişkiyi incelemek adına uygulanabilecek teorilerden biridir. Bu teori, gruplar arası ilişkilerin duygusal boyutunu ele almaktadır. Bütünleşik tehdit teorisi dört temel esas üzerine kurulmuştur. Bunlar; gerçekçi ve sembolik tehditler, olumsuz kalıp yargılar ve gruplar arası anksiyet/kaygılar olarak adlandırılmaktadır. Gruplar arası tehditler bireylerin algı, duygu ve davranışlarını etkileyebileceği için çatışmaya ortam hazırlayabilir. Tehditler gruplar arasında kızgınlık, korku, hayal kırıklığı, öfke, küçümseme, taciz, güvensizlik ve gücenme gibi olumsuz duyguları harekete geçirebilir. Tehdit algılaması empatiyi azaltmakla kalmaz ön yargıya da neden olmaktadır (Velasco González, Verkuyten, Weesie, & Poppe, 2008).

2.2.2.5. Temas Kuramı

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarını açıklamaya yönelik teorilerden biri de temas kuramıdır. Yine bütünleşik tehdit teorisine benzer şekilde olması ve aynı zamanda iletişim temelli bir sosyo-psikoloji kuramıdır. Bu kuramın varsayımında toplumsal grupların iletişim eksikliğinin gruplar arasındaki ilişkinin sınırlarının açıldığı ve ön yargıların arttığı görüşünü savunmaktadır (Hewstone, & Greenland, 2000). Birbirlerine karşı olumsuz yargılar güden grupların birbirleriyle temasa geçmesi ile aralarındaki olumsuzlukların ortadan kalkması ve ön yargıların azalması olarak belirtilmektedir (Pettigrew, 1998). Gruplar arasında olumlu ve ön yargıların azalması; gönüllülük, temasın olduğu yer, eşit statü, hoş bir ortam, temasın amacı, samimiyet, temas sıklığı, iş birliğine dayalı temas vb. olanakların sağlanması halinde diğer gruplar arasında olumlu etkileşimler meydana gelebileceği dile getirilmiştir (Ward, & Berno, 2011).

Yerel halk turist arasında gerçek bir temasın oluşma olanağı olmadığından istek, duygular, ihtiyaç, siyasi ve ekonomik vb. konularda gerçek düşünceler şekillenmede sorun yaşanmaktadır. Turizm faaliyeti esnasında yerli halk ve turist arasında genel anlamda ortak bir amaç bulunmadığı bilinmektedir. Yerel halk, turistler üzerinden olabildiğince ekonomik kazanç sağlamak isterken, turistler ise destinasyonun dokusunu ve yerli halkın sosyo-kültürel değerlerini düşünmeksizin bölgenin sahip olduğu kaynaklardan olabildiğince fazla kullanmak isterler (Avcıkurt, 2017, s. 123).

2.2.2.6. Yer Kimliği Teorisi

Yer, insan topluluklarının çeşitli deneyimler yaşadığı ve yaşanan deneyimlerin anlam kazandırıldığı mekânlardır. İnsanın yer ile kendisi arasında

kurmuş olduğu bağı tanımlamak amacıyla yer kimliği kavramı kullanılmaktadır (Kutay Karaçor, 2012). Çevre psikologlarından olan Proshansky (1978), yer kimliği terimini, insanın mekânla ilişkilerinin temel tarzına işaret etmektedir. Yani bir yerin kimliği, o yerde yaşam süren insan veya insan topluluklarının yaşamış olduğu yeri kişiselleştirmesiyle diğer yerlerden farklılaştırmasını ifade etmektedir. Buna ek olarak yer kimliği; idealler, inançlar, hedefler, değerler, beceri, tercih, davranış ve hislerden etkilendiğini dile getirmiştir (Bilgin, 2016, s. 445; White, Virden, & Van Riper, 2008).

Ayrıca yer kimliği, var olan yeri sadece deneyimlemekle değil, aynı zamanda içerisinde psikolojik bir süreç olarak da tanımlanmaktadır. Bağlı bulunan yer, zaman içerisinde yer kimliğine dönüşmektedir. Bu duygusal olay yerin simgesel önemini ortaya çıkarmakta ve aidiyet duygusuna dönüşmesiyle birlikte hayata anlam kazandırmaktadır. Bu durum topluluğa aidiyet duygusuna da katkı sağlamaktadır (Proshansky, Fabian, & Kaminoff, 1983; Vaske, & Kobrin, 2001). Yer kimliği yaklaşımı ile yere duyulan bağlılık bireyin kimliğini geliştirdiği gibi toplum duygusunu da pozitif yönde etkilemektedir (Hidalgo ve Hernandez, 2001).

2.2.2.7. Topluluğa Bağlılık Teorisi

Topluluğa bağlılık, bireylerin yaşamış olduğu topluma duygusal bağ ile bağlanmasını ifade etmektedir. Topluluğa bağlılık yerel halk ile toplum arasındaki ilişkiyi birebir yansıttığı ve yerli halkın topluma karşın duygusal bağlılığını ölçmek amaçlı bir yöntem olduğu dile getirilmektedir (Trentelman, 2009; Nicholas, Thapa, & Ko, 2009).

Bireylerin yaşamış olduğu topluma karşın doğası gereği duygusal bağ beslemekte ve yaşamış olduğu bölgede turizmin olası etkilerini algılama biçimlerini de şekillendirmektedir. Turizm bölgesinde yaşayan yerel halk ile turizm arasında başarılı bir ilişki kurulma konusunda belirleyici faktörlerden biri olabilir. Bireylerin topluluğa bağlılığı ikamet süresine veya doğduğu yer bakımından bağlılık düzeylerinde değişiklikler göstermektedir. Bireyin yaşamış olduğu topluma bağlılık düzeyi arttıkça veya aksine azaldıkça olası turizm etkilerine karşın olumlu olumsuz anlamda çeşitli algılamalar meydana getirecektir. Bu da yerel halkın turizmin gelişimine olan desteğinde farklılıklar meydana getirecektir (McCool & Martin, 1994). Yerel halkın topluluğa bağlılık düzeyinin yüksek olması turizmin desteklenmesi ve etkileri hususunda sosyal ve ekonomik etkilerinin daha olumlu fakat çevresel etkilerinin ise daha olumsuz bir şekilde değerlendirmektedir (Jurowski vd. 1997).

2.2.2.8. Büyüyen Örgüt Teorisi

Büyüyen örgüt teorisi, toplumun içerisinde var olan bireylerin kalkınma/gelişim sürecine yönelik sergilenen davranışlardaki farklılıkların anlaşılmasını amaçlamaktadır. Turizm faaliyeti ekonomik gelişim gücü adı altında kullanıldığı sürece sektörde büyüyen toplumların oluşumu kaçınılmazdır. Teori bireysel yerleşimlerden ziyade çok güçlü çıkar grupları tarafından kontrol edilen turizm gelişimine açıklık getirmektedir (Harrill, 2004, s. 264). Ayrıca turizmin destinasyondaki gelişim/kalkınma sürecini ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olarak üç temel öge üzerinden incelemektedir. Büyüyen örgüt teorisi, ekonomik perspektif ile değerlendirildiğinde sosyal değişim teorisi ile ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla turizm faaliyetinden ekonomik olarak kâr elde eden yerel halk turizmin gelişmesine ve turistlere karşı pozitif yönlü bir yaklaşım sergileyecektir (Altıntaş, 2010, s. 27).

2.3. Toplumsal Aidiet Çerçevesinde Turizmin İncelenmesi

Turizmin toplumsal yapıya etkisi olduğu şüphesiz bir gerçektir. Toplumsal yapı, kişiler arası sosyal ilişkilerin organize kümesi veya belirli yer ve zamanda kişileri bir araya getiren ilişki yapısı olarak tanımlanabilir (Bottomore, 2015, s. 153). Turizm faaliyetine katılan turistlerin gittikleri yerlerde çeşitli ihtiyaçlarını (sosyo-kültürel, psikolojik, fizyolojik, vb.) karşılamak amacıyla yerli halkla iletişim kurmaktadırlar. Bu ilişkiler turizmin toplumsal yapı üzerindeki etkilerinde belirleyici faktörlerdir (Avcıoğlu, 2017, s. 60). Ayrıca gelişmemiş veya gelişmekte olan bölgelerin gelişmiş bölgelerin sosyal yaşam biçim ve kültürlerini daha fazla benimsedikleri tespit edilmiştir. Turizmden ekonomik fayda sağlayan işadamları turizmin gelişimini destekleyebilir. Fakat tutucu ve korumacı grupların turizmin gelişmesine yönelik olumsuz veya tümüyle reddedici tutum ve davranışlarda bulunabilirler (Rızaoğlu, 2004, s. 54-92). Turizm bir kültür taşıyıcısı modelini üstlenmesiyle yerli kültür ve yabancı kültürün bir araya gelmesiyle evrensel bir kültür meydana getirebilir. Turizmin kültürel etkilerinin özellikle genç bireyler üzerinde daha yoğun olarak yaşandığı ve turistlerin kültürlerini benimsedikleri görülmüştür. Turizmin kültürel etkilerine kısaca değinmek gerekirse (Doğan, 2004, s. 131-136):

- Dinsel inançlar ve davranışlarda olan değişiklikler
- Ahlaki değerlerin ve davranışların değişmesi
- Turistlerin yaşam biçimlerinin benimsenmeye başlaması
- Yerel halkın dilinin değişmesi yabancı kelime kullanım oranının artması
- Yerli sanatın özelliklerinin, işlevinin ve anlamının değişikliğe uğraması
- Turizm yerel halkın sahip olduğu kültürün bir parçası olması

Toplumsal aidiyet duygusu toplum içerisinde yaşayan bireylerin bireysellikten çıkıp toplumsallaşmaya yönelen bir işlevi bulunmaktadır. Birbirini tanımayan kişileri bir araya getirmesi toplumsal aidiyetin bütünleştirici rolü olduğunu göstermektedir. Böylece kişileri ortak duygu ve düşünceler çerçevesinde bir araya getirmektedir. Fakat toplumsal aidiyet duygusunun aşırıya gidilmesi durumunda olumsuz yönlerinin oluşacağını da belirtmekte fayda vardır. Kişilerin gereğinden fazla biz olma bilincine sahip olmasıyla mahalle baskısına, toplum içerisindeki bireylerin hareketlerinin kısıtlanmasına sebebiyet verebilir. Ayrıca toplumsal aidiyet “biz” duygusunun hâkim olduğu, aitlik hissinin ve güvenin olduğu yerlerdir. “Onlar” ise istenilmeyen ve ait olunmayan yer olarak iki farklı sosyal grup ve tutumunu meydana getirmektedir (Bauman, May, 2019, s. 54-61). Buradan yola çıkılarak bireylerin kendilerini sınıflandırmasıyla ait olduğu toplumu yüceltmesi ile başka toplulukları değersizleştirip ötekileştirilmesi görülebilmektedir (Tarhan, 2021, s. 31-32).

Turizm toplumsal bir kurum olarak düşünüldüğünde; insani ilişkilere, davranışlara, kültürel değişimlere ve yaşam biçimleriyle sıkı bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca bireyler arası uzlaşma ve uyumlaşmayı sağlamasından dolayı turizmin toplumsal bir olgu olduğunun kanıtıdır. Turizm toplumsal bir kurum olmakla birlikte aile, yönetim ve din gibi farklı toplumsal kurumları etkilemektedir ve köklü değişimlere sebep olmaktadır. Turizm bireysel ve kolektif bir faaliyet olması kişilerin yaşamış olduğu toplum içerisinde turistlerin davranışlarına yansımaktadır. Kişiler toplum içerisinde öğrenmiş oldukları öğretileri kendilerince benimserler ve taşıma görevini üstlenirler. Tam aksi durum söz konusu olduğunda ise birey toplumun baskıcı davranışlarından sıkılıp turizm faaliyetine katılma eğilimi gösterebilmektedir. Bu davranışların oluşumunda toplumsallığın olduğunu ve turizmde bu toplumsallığın içerisinde olduğu görülmektedir.

Turizm bir nevi kültür taşımacılığı görevi üstlenmekte ve farklı kültürlerle sahip olan kişileri bir araya getiren faaliyetlerin bütünüdür. Ev sahibi toplumlara gelen turistlerin zaman içerisinde yerel halk ile iletişim kurarak aralarında etkileşim olduğu gözlemlenmektedir. Buradan yola çıkarak destinasyonda bulunan yerli halkın turistlerle ilişkisinde çeşitli somut veya soyut değişimler oluşmaktadır. Bilinçli bir değişim olması kişinin toplumsal yapısında gelişme ve olumlu değişimler sergileyebilir. Bu olumlu değişim sayesinde kişinin toplumsal aidiyetinde de pozitif yönde gelişme göstereceği varsayılabilir. Tam aksi bir tutum düşünüldüğünde turizmin etkilerine karşılık bilinçli davranışlar sergilenmediği durumlarda birey toplumuna karşı yabancılaşma eğilimi gösterecektir. Bu eğilim doğrultusunda birey bulunmuş olduğu topluma karşı aidiyet yoksunluğu

yaşayabilmektedir. Bu yüzden yerel halkın kültürünün korunması ve çeşitlenerek zenginleştirilmesine yönelik politikalar izlenmelidir. Toplumsal aidiyeti etkileyen temel faktörler olan ekonomik ve sosyo-kültürel unsurların turizmden olumlu yönde etkilenmeleri desteklenmelidir. Olumlu yönlerini zayıflatan veya tümüyle ortadan kaldıran yönetim sisteminden vazgeçilmelidir (Rızaoğlu, 2004, s. 159).

Turizmin ortaya çıkıp gelişmesinde çağdaş teknolojinin ve ekonomik koşulların yanı sıra, sosyolojik anlamda toplumsal etkenlerinde payı da vardır. Kentleşme ve kent yaşantısı turizmin ortaya çıkmasına ve gelişmesine olanak tanımıştır. Ayrıca kent yaşantısının getirmiş olduğu olumlu veya olumsuz faktörler toplumsal aidiyet duygusunu da etkilemiştir. Kentleşme turizmin ve toplumsal aidiyet duygusunun etkilendiği ortak noktalarından biridir.

Turizm çağdaş sanayi toplumu içerisinde meydana gelmiştir. Bu topluma aynı zamanda kent toplumu da denilmektedir. Kentleşme ve kentler kuşkusuz eski ve ortaçağ toplumlarında da görülmüştür fakat yoğunluk ve yaygınlık kazanmaları sanayileşme süreciyle birlikte olmuştur. Kentler, toplumsal ilişkilerin, günlük yaşantıların, mesleki uğraşlar bakımından köylere kıyasla tamamen farklı toplumsal özellikler taşımaktadır. Kentlerde ilişkiler soyut, yüzeysel ve samimi olmayan ilişkilerden oluşmaktadır. İnsanlar birbirini genellikle tanımazlar ve yaşantılarında yalnızdırlar. Kentsel yaşantı insan ile doğa ilişkisini en az düzeye indirmiştir. Ayrıca kent yaşantısı; tekdüze, sıkıcı, bunaltıcı, gürültülü ve yorucudur (Güler, 1978, s. 31-34; Rızaoğlu, 2004, s. 45-46). Kent yaşantısının bu nitelikleri aidiyet yoksunluğuna neden olmaktadır. Fakat bu nitelikler turizm faaliyetinin itici unsurunu teşkil etmektedir. Örneğin, tekdüzelikten sıkılan, toplumsal baskılardan sıyrılıp özgürleşmek isteyen, gürültüden ve yorucu kent yaşamından kaçmak isteyen birey kendisini turizm faaliyetinde bulmaktadır. Çünkü seyahatler, gerilim ve sıkıntılardan, aynılıktan kaçmak için insanların aradığı uyarılma biçimlerinin en önemlisidir (Rızaoğlu, 2012, s.71). Buradan yola çıkarak destinasyonda yaşayan yerel halkın modern çağın getirmiş olduğu kentleşme olgusu ile turizm faaliyetinin olumlu veya olumsuz etkileri doğrultusunda toplumsal aidiyet duygu düzeylerinde çeşitli değişiklikler meydana getirmektedir. Bu değişikliklerin incelenmesi önem arz etmektedir.

2.4. İlgili Araştırmalar

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda daha önceki araştırmalara yer verilecektir. Çalışmada kullanılan değişkenlerin bir arada kullanıldığı her hangi bir çalışmaya denk gelinmemiştir. Ancak toplumsal aidiyete yakın çeşitli konulara rastlamak mümkündür. Turizm perspektifinden bakıldığında toplumsal aidiyet konusunun ele alındığı çalışmalar sayıca kısıtlıdır.

Bu kısıtlılık sebebiyle çalışmada kullanılan araştırma modeline yakın olduğu düşünülen alan dışı bazı çalışmalar bu bölümde incelenecektir. Bu incelemede öncelikle toplumsal aidiyet üzerine olan ve toplumsal aidiyet konusuna yakın çalışmalara yer verilecek ardından yerel halkın turizmin gelişimine olan desteklerine ilişkin yapılmış çalışmalar incelenecektir.

Alptekin (2011) sosyoloji alanında yapmış olduğu araştırmasında, genç üniversite öğrencilerinin toplumsal aidiyetlerini konu edinmiştir. Gençlerin günlük yaşamlarına aracılık eden ve kültürel etkileşimin devamlılığına vesile olan ve ayrıca sosyal bir müessese olan üniversite üzerinden toplumsal aidiyet analizi yapılmış ve araştırmanın esas sorularından biri ise, gençlere göre Türkiye'nin en temel sorunun neler olduğudur. Bu sorunları öğrenciler öncelikli olarak terör, işsizlik ve eğitim olarak sıralamışlardır. Ancak topluma aidiyet duygusu için ortak değerler, gelenek ve görenekler, ortak inanç ve dinler, iyi yönetim, ortak bir tarihi geçmiş ve iyi bir yargı sistemi gibi unsurlar birliğin sağlanması için en önemlisi olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca Türkiye'de gençlerin kurumlara olan güveninin ve aidiyet duygusunun düşük düzeyde olduğunu tespit edilmiştir.

Ayazlar ve Ayazlar (2016)'da turizm alanında toplumsal aidiyete yakın bir çalışma olan yerel halkın aidiyet konusunu işlemiştir. Çalışma turistik bölgede yaşayan yerel halkın aidiyetlerinin turizmin etkilerine karşı tutum ve algılarına etkisi ile yaşam memnuniyetine olan etkisini amaç edinmiştir. Aydın/Didim ilçesinde 410 katılımcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; turizmin olumlu veya olumsuz etkilerine dair tutumlarında yerli halkın aidiyet duygusu önemli bir rol üstlenmektedir. Ekonomik, çevresel ve sosyokültürel olarak ele alınan tutum ve davranışların tümünde anlamlı bir etki gözlemlenmiştir. Olumlu ekonomik ve sosyokültürel etkiler yerel halkın yaşam memnuniyetine pozitif yönde etki ederken, yaşam memnuniyetine olumsuz yönde etki ise sadece ekonomik anlamda bir ilişki tespit edilmiştir.

Özbek (2016) çalışmasında, Türkiye'de Ege bölgesine yerleşen yabancıların toplumsal aidiyetlerinin oluşma biçimlerini, süreli bir gazete yayını olan ve sadece belirli bölge vatandaşlarına özgü "The Post" gazetesi örneği ile açıklamayı amaç edinmektedir. Gazete toplumsal aidiyeti belirlemede etken bir rol oynayan örgütlenmenin somutlaşmış halini temsil etmektedir. Gazetenin içeriğine bakıldığında, bölgede ikamet eden yabancı yerleşimcilerin çocuklarını hangi okula gitmesi gerektiği, nerelerden alışveriş yapması gerektiği, sosyalleşme açısından kendilerine en uygun mekânların hangileri olduğu vs. konuların işlendiği görülmektedir. Bölgede ikamet eden yabancı grupların kendilerine özgü bir dilde çıkan gazete etrafında örgütlenmesi, yaşadıkları topluma aidiyetlerini ölçme hususunda önemli bir ölçüt oluşturmaktadır.

Aydın (2016), madde bağımlılığı gençlerin toplumsal aidiyet ve dışlanmalarını konu edinmiştir. Bu gençlerin yaşadıkları toplumda kendilerini konumlandırmaları ve sosyal çevrelerinde madde kullanmayanlarla ilişkilerini nasıl olduğunu anlamlandırmak için bağımlı gençlerle görüşmeler yapılmıştır. Konya ilinde gerçekleştirilen bu çalışma derinlemesine mülakat görüşmesi olup toplamda 10 üniversite öğrencisiyle görüşme sağlanmıştır. Toplumsal aidiyet çerçevesinde bağımlı bireyi kendi içerisinde tanımlayan toplum, bireyi normal kategorisinde görürken, diğer taraftan madde kullanımından dolayı kişi farklı olarak görmekte ve toplumsal normların belirtmiş olduğu kavramlar doğrultusunda kişiyi ötekileştirerek bunu hissettirmektedir. Madde bağımlısı olan bireylerin yaşantıları ertelenmiş hayat tarzı üzerine kurulmuştur. Kısacası madde bağımlısı gençlerin yaşamış olduğu toplumda bireylerle temasta bulunduğu bu temasla aidiyet ve dışlanmışlığı da bir arada sürdürdüğü görülmüştür.

Çağırkan (2018), milliyetçiliğin aidiyet algısı üzerindeki etkisini modernizm ve postmodernizm bağlamında incelemiştir. Çalışma sonucunda modernizmin yayılmasına ve postmodern toplumsal yapıların ortaya çıkmasına rağmen toplumu oluşturan bireylerin milliyetçilik duygusunun çeşitli aşamalardan geçerek gelişmeye devam ettiği ve toplumsal aidiyetin önemli bir bölümünü başarıyla sürdürdüğü sonucuna varılmıştır.

Turut ve Özgür (2018) çalışmalarında, Antalya'ya Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu bölgelerinden göç eden göçmenlerin göç sürecini, sosyal aidiyetlerinin entegrasyon düzeylerini, göçmenlerin dönüş eğilimlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada göçmenlerle entegrasyon ve aidiyet sürecini anlamlandırma ve yorumlama fikri bu çalışmada ele alınmış ve nitel görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda üç farklı bakış açısının ortaya çıktığı görülmüştür. Doğudaki ve Güneydoğudaki farklı şehirlerden gelen ve kendilerini Antalya kökenli olarak tanımlayan bazı göçmenlerde kentsel aidiyet ortaya çıktı. Genel olarak bu grup, geldiği bölge ile fiziksel bağlarını koparmış, ancak yaşam tarzını Antalya'ya getirerek yeni bir yaşam kültürü oluşturmuştur. İkinci grup, kısa bir süredir bölgede olmalarına rağmen henüz yüksek bir toplumsal aidiyet duygusuna ulaşamamış kişilerden oluşmaktadır. Orta ve uzun vadede bu kişilerin toplumsal aidiyet duygusunun artması beklenmektedir. Son grup etnik ayrımcılığa ve dışlanmaya maruz kalmış ve topluma bağlanmada güçlükler yaşamıştır. Araştırmada, her üç grubun ikinci ve kuşaklarında çok daha yüksek bir aidiyet duygusunun ortaya çıktığı gözlemlenmiştir.

Erciş (2018), gençlerin değer algıları ile toplumsal aidiyet algıları üzerinde etkisi olup olmadığını ve etnospor faaliyetlerine karşı ilgi düzeyleri incelenmiştir. İstanbul ilinde düzenlenen etnospor faaliyetine seyirci olarak

katılım gösteren 1000 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Kültürel değer değişkeninin alt boyutları olan; kültürel yatay ve dikey kolektivizm ile toplumsal aidiyet alt boyutlarının tamamı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca Etnospor faaliyetiyle ilgilenimin ise kültürel yatay ve dikey kolektivist ile toplumsal sorumluluk, fedakârlık arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Etnosporlarla ilgilenim genç bireylerde toplumsal aidiyet duygusunun biçimlenmesinde pozitif bir rol oynamaktadır.

Akyol (2019) çalışmasında, yerel aidiyet duygusu ile çevre algısı arasındaki ilişkiyi konu edinmiştir. Çalışma üç ayrı gruptan oluşmakta ve her grup on kişilik olmakla birlikte toplamda 30 kişi üzerinden veriler toplanmıştır. Hasköy’de yaşamış ve yaşamamış katılımcılardan oluşan araştırmada her gruba Hasköy’e ait fotoğraflar gösterilmiştir. Çalışmanın sonucunda yerel aidiyet duygusunun çevre algısı üzerinde olumlu etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, aidiyetin etkisine ek olarak, geçmişle anlamlı ve ilişkili yapıların, rotaların, örüntülerin ve tanıdıkların algı üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi olduğu sonucuna varmıştır.

Temiz (2019) araştırmasında, gençlerin düşüncelerini toplumsal aidiyet ve duyarlılık ilişkisi bağlamında incelemiştir. Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin toplumsal aidiyet seviyelerinin orta düzeyde olduğu ve alt kimlikler doğrultusunda öğrencilerin en fazla desteğin; çevreci kimliklere, ardından milliyetçi ve dini kimliklere olduğu, desteğin az olduğu kimlikler ise eşcinsel kimlik olduğu gözlemlenmiştir. Aynı şekilde öğrencilere göre bir toplumda birlik beraberliğin sağlanmasında en önemli etkenlerin ortak değerler, gelenek ve görenekler, ortak tarihsel geçmiş ve ortak dini inançlar olduğu tespit edilmiştir.

Çağırkan’ın (2019) çalışmasında, çok kültürlü toplumsal yapılarda aidiyet duygusundaki değişimleri ve yeni toplumsal yapılar ile yeni aidiyet duygusunu incelemiştir. Elde edilen bulgular, çok kültürlü yapıların ortaya çıkmasıyla birlikte, karma ve yeni aidiyet hislerinin, özellikle hibrit aidiyet duygusunun ortaya çıkmasıyla birlikte, sosyal hayattaki değişimlerin aidiyet duygusunu değiştirdiğini ve şekillendirdiğini göstermektedir. Alt toplumsal yapıların, özellikle ana toplum yapı içindeki yapıların, bireylerde kendilerinden farklı kişilere biz ve onlar ayırımına sebep olduğu bulunmuştur.

Çakı (2019), devletin bakım ve koruması altındaki gençlerin aidiyet ve güven başlığı altında aidiyet çeşitlerini nereye, niçin, nasıl aitlik hissedip güven duygularını ve yaşamlarına etkilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma Balıkesir ilinde gerçekleştirilmiş olup aile çalışma ve sosyal hizmetler bakanlığına bağlı kuruluşlarda yaşayan kişilerden oluşan 52 genç ile nitel olarak derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda gençlerin aidiyetleri; aile, okul, okul dışı çevre ve arkadaşlar, kurum/kuruluşlar ve sanal olarak beş kategoride

gözlemlenmiştir. Bu kategoriler içerisinde aidiyet duygusunun en yüksek olduğu görünüm ise kurum/kuruluş olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gençlerin aidiyet yoksunluğunun gündelik hayata yansması olarak görülen; güven yoksunluğu, yabancılaşma, motivasyonsuzluk, bireyselleşme gibi tutumlar olarak ifade edilmiştir.

Buzlukçu (2020) çalışmasında, toplumsal aidiyet konusuna yakın bir konu olan topluluğa bağlılık konusunu ele almıştır. Bu çalışmada destinasyonda ikamet eden yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetleri arasındaki ilişkinin incelemesini amaç edinmiştir. Çalışma İzmir/Seferihisar ilçesinde yüz yüze anket tekniği ile 500 kişiden veriler toplanmıştır. Toplanan verilerden çıkan sonuçlar; katılımcıların topluluğa bağlılık ve yer kimliği düzeylerinin yüksek olduğu, turizmin gelişmesinden ekonomik fayda sağlayanların, temel geçim kaynağı turizm olan ailelerin, turistlerle iletişimi yüksek düzeyde olan bireylerin; yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme ve yaşam memnuniyetlerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kavalcıoğlu (2021), Türkiye'nin Bayburt ili ve Kazakistan'ın Almatı şehirlerinde yaşamakta olan bireylerin turizm etkinlikleri kapsamında atlı etnospor faaliyetlerine olan yatkınlıkları üzerinden toplumsal aidiyet düzeyleri incelenmiştir. Bayburt ilinde 200, Almatı ilinden ise 200 katılımcı ile toplamda 400 katılımcıya anket uygulanmıştır. Bu uygulama atlı etnospor faaliyetini izlemeye gelenlerden oluşmaktadır. Çalışmada atlı etnospor faaliyetlerine olan ilgi ile toplumsal aidiyet duygusu arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

Çetin (2021), görsel göstergeleri toplumsal aidiyet perspektifinden incelemiştir. Çalışma resim analizi çalışması olup Türk halk resim örneklerinin aidiyet ve kimlik bağlamında yer kimliği oluşumuna yüklemiş oldukları sorumlulukların incelenmesinde Cemevleri merkez alınarak çalışılmıştır. Bireyin kendini topluma ait hissetmesi ve bu hissiyatı doğrultusunda hissettiklerini karşı tarafa hissettirmek amacıyla da görsel göstergelere başvurduğu tespit edilmiştir. Türk Halk resimlerinin, görsel göstergeler olarak işlevlerinin var olması ve hala devam ettiğinin somut bir örneği olarak yorumlanmıştır.

Çiçek ve Sarı (2018), Türkiye'deki sakin şehirlerden; Akyaka, Yenipazar, Vize, Seferihisar, Taraklı ve Gökçeada gibi bölgelerde yaşayan yerli halkın turizme yönelik destekleri ile yavaş şehir hareketine karşın algı ve tutumlarını incelemek amacıyla 1116 kişiyle görüşme yapılmıştır. Görüşme sonuçları; yerel halkın yavaş şehir algısı, yaşam memnuniyetleri ile turizme olan destekleri arasında pozitif/olumlu yönlü bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, bölge

halkının turizmden kişisel fayda sağlaması ile olumlu algılanan turizm etkileri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir.

Karacaoğlu ve Birdir (2018), Bursa/Misi köyünde yaşayan yerel halkın turizm gelişimine yönelik farkındalık, tutum ve destekleri arasındaki ilişkileri farklı öncüller altında incelemeyi amaçlamaktadır. Anket yöntemi ile 437 kişiden toplanan verilere göre; topluluğa bağlılık, sürdürülebilir tutumlar, algılanan faydalar, algılanan maliyetler ve turizm gelişimine yönelik destek düzeyi cinsiyete, Misi köyünde kalma süresine, kişinin ve aile üyelerinin turizmle ilgili bir iş yapıp yapmadığına, turizm ile ilgili bir işte bireyin algısı ve algılanan sosyal faydaya göre anlamlı olarak farklı olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar, yerel halkın turizm gelişimine dair tutumlarını ve desteğini belirlemede cinsiyet dışındaki değişkenlerin farklı derecelerde etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Özyurt (2018) araştırmasında, Turizm gelişiminin bölgedeki sakinlerin kişisel ve sosyal yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini incelemeyi ve turizm gelişimine destek düzeyini etkileyen değişkenleri bulmayı amaçlamaktadır. Antalya/Alanya ilçesinde bulunan yerel halka nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak 813 anket elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, ekonomik etkilerin yerel halk tarafından sosyo-kültürel ve çevresel etkilerden daha fazla hissedildiğini göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre ekonomik olarak turizme bağımlı olanlar turizmin olumlu etkilerini, ekonomik olarak turizme bağımlı olmayanlar ise turizmin olumsuz etkilerini daha fazla algılamaktadır. Öte yandan turizmin gelişmesine yönelik tutumları açıklayan en önemli değişken turizmin olumlu ekonomik etkiler getirdiği farklı gruplar üzerinde test edilerek gösterilmiştir.

Kulualp ve Sarı (2019) çalışmalarında, Kastamonu/Daday ilçesinde yaşayan yerel halkın sosyal değişim yaklaşımı kapsamında kırsal turizmin olumlu ve olumsuz etkileri açısından yöreye görsel etkisi, bireysel etkisi, turistlerin kabul edilmesi ve turizmin gelişiminin yöreye etkisi kapsamında algı farklılıklarının ortaya çıkarılmasıdır. Anket yöntemiyle 273 katılımcıya ulaşılmıştır. Analiz sonucunda, kırsal turizmin yöreyi olumlu yönde etkilediği ve yerel halkın kırsal turizmi destekleme davranışının daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şentürk (2019), Balıkesir/Edremit ilçesinde ikamet eden yerel halkın turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri ile demografik özelliklerinin yanı sıra turizmin gelişmesine sağladıkları destekler kontrol edilmiştir. Uygun bir anket yöntemi kullanılarak 416 kişiye gönderilen anket sonuçlarına göre, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri ile çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerini algılamalarıyla yöre halkının demografik özellikleri arasında anlamlı farklılıklar

olduğu gözlemlenmiştir. Yerel halkın turizmin gelişmesine verdiği destek ile sosyo-demografik özellikleri arasında önemli farklılıklar gözlemlenirken; turizm gelişimine verilen destek ile turizmin kalkınma üzerindeki olumlu etkisini algılamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Kulualp ve Karadağ (2019), yerel halkın turizmi destekleme algılarını etkileyen değişkenleri belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, Düzce/Akçakoca ilçesinde ikamet eden yerel halk ile anket tekniği yöntemi kullanılarak 401 kişiyle görüşülmüştür. Çalışmanın sonucunda, turizmin etkilerinden olan ekonomik, çevresel ve kültürel unsurların etkisinin turizmin gelişimini destekleme algısı arasında anlamlı bir etki olduğu görülmüştür. Fakat sosyal etkinin yerel halkın turizmin gelişmesine destek algıları üzerinde anlamlı bir etki olmadığı tespit edilmiştir.

Sert (2019) çalışmasında, yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine ilişkin algıları belirlenmiş ve toplum katılımı ile turizmin gelişmesine destek arasındaki ilişki tespit edilmiş ve bu algılar test edilmiştir. Beypazarı'nda 418 kişiyle yapılan bir araştırmada, yöre halkının turizmin etkisini olumlu algıladığı belirlenmiştir. Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre, toplum katılımı düşük olmasına rağmen yerel halk turizmin etkilerini olumlu algılayarak turizmin gelişimini desteklemektedir.

Ataman ve Özer (2020), destinasyonda yaşayan yerli halkın turizmin etkilerine yönelik algıları ile turizmin bölgede gelişmesine yönelik algı seviyelerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Mardin ilinde yaşayan 18 yaş üstü bireylere 509 anket yöntemiyle görüşme sağlanmıştır. Görüşmelerin analizi sonucunda, bölge halkının turizme yönelik algılarının genel olarak olumlu olduğu ve turizmin gelişimine yönelik algılarının da yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Kılıç (2020) araştırmasında, toplumsal taşıma kapasitesinin aşılması durumunda, turizmin gelişmesine yönelik desteğin nasıl azaldığını ortaya koymaktadır. Araştırma Kapadokya bölgesinin turistik talebin yoğun olduğu bölgelerden Ürgüp, Avanos, Göreme, Uçhisar ve Derinkuyu bölgelerinde ikamet eden yerli halkı kapsamaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiş ve 423 katılımcıya ulaşılmıştır. Verilerin analiz sonucunda, algılanan toplumsal kapasitenin aşılması durumunda turizme olan desteğin azaldığı, yaşam memnuniyeti ve toplumsal katılımın etkilendiği kısacası taşıma kapasitesinin aşılması durumunda turizme olan desteği negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Saatçi ve Türkmen (2020) çalışmalarında, yer bağlılığı, turizmin algılanan olumlu ve olumsuz etkileri ile yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın evren ve

örneklem grubunu İzmir/Mordoğan ilçesinde ikamet etmekte olan yerel nüfus oluşturmaktadır. Araştırma verileri kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ilçede yaşayan 356 kişiden toplanmıştır. Araştırma hipotezleri yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda, yere bağlılığın turizm gelişimini destekleme ve turizmin algılanan olumlu etkileri üzerinde olumlu, turizmin algılanan olumsuz etkileri üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turizmin algılanan olumlu etkilerinin yerel halkın turizmin gelişimine olan desteği üzerinde olumlu etkisi olduğu ve turizmin olumsuz etkilerinin negatif etkisi olduğu görülmüştür.

Kodaş, Öztürk ve Deniz (2021) çalışmalarında, hipotetik model vasıtasıyla Mardin ilinde ikamet etmekte olan yerel halkın turizmin etkilerinden olan ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel unsurlara ilişkin algıları ile yaşam memnuniyeti ve turizmin gelişimine olan destekleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaç edinmiştir. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında turizmin kültürel ve ekonomik etkilerine yönelik yerel halkın algılarının turizmin gelişmesine yönelik desteği ile arasında anlamlı etkileşim olduğu görülmüştür.

Yayla (2021) çalışmasında, yerel halkın kırsal turizme olan algısı ve turizm gelişimine verdiği destek üzerinde destinasyon sosyal sorumluluğun etkisini tespit etmeyi amaç edinmiştir. Bu çerçevede Ankara ilinde bulunan Beypazarı destinasyonu esas alınarak bölgede ikamet eden 402 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, bölgede sosyal sorumluluk eylemlerinin uygulanması yerel halkın kırsal turizmin etkilerini pozitif algılamasına olanak sağladığı görülmüştür. Ayrıca kırsal turizmin algılanan olumlu etkileri dolayısıyla yerel halkın bölgede turizmin gelişimine olan desteği artırmakta olduğu tespit edilmiştir.

Acuner, Küçük, Keskin ve Ergin (2021), Rize/Huser yaylasında yaşayan yerli halk üzerinde nitel ve nicel yöntemler kullanılarak araştırma yapılmıştır. Çalışma sosyal değişim teorisine dayandırılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında genel anlamda yerel halkın turizmin gelişimini olumlu yönde tutumlar sergiledikleri gözlemlenmiştir. Bölge halkının çoğunluğu turizmle ilgilenmemekle beraber, yaylada gerçekleşen turizmin gelişmesini, gelen turist sayısının ve yatırımların artmasını istemektedir. Buna ek olarak katılımcılar turizmin bölgede iş olanaklarının artmasına ve ekonomik yönden fayda sağladığı sonucuna ulaşmıştır.

Baş (2021) çalışmasında, turistlerin TR21 Bölgesi sınırları içinde yaşayan yerel halka yönelik algılarını belirlemek ve bu algının turizme verilen desteği etkileyip etkilemediğini ortaya çıkarmaktır. Belirlenen amaçlar doğrultusunda, nicel araştırma yöntemleri kullanılarak anketler uygulanmıştır. Araştırma; TR21

bölgesinde (Kırklareli, Tekirdağ ve Edirne) bulunan yerel halka uygulanmış ve 450 katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırmaya konu olan çalışmanın sonuçlarına göre, bölgede yaşayan yerel halkın demografik özelliklerinde hem turizm algısı hem de turizme destek açısından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Çalışmanın sonucunda TR21 bölgesindeki yerel halkın turizm bilincinin turizm desteği üzerinde önemli olumlu ve olumsuz etkileri olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak, TR21 bölgesinde yaşayan yerel halkın turizm algısını en fazla etkileyen faktörlerin kültürel ve ekonomik etkiler olduğu görülmüştür.

Erul ve Uslu (2022) çalışmalarında, turizmin gelişmesini destekleme davranışlarını tespit etmek için topluluğa bağlılık, sosyal değişim ve duygusal dayanışma kavramlarını kullanarak duygusal ve parasal ilişkileri bir araya getirerek incelemiştir. Araştırma yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Ayrıca Manavgat ilçesinde gerçekleştirilen bu çalışmada 361 katılımcıya anket yöntemi uygulanmıştır. Bulguların sonucunda; algılanan olumlu etki ile topluluğa bağlılık arasında anlamlı bir etki olmadığı, duygusal dayanışmanın ise turizm gelişimine destekleri ile turizmin algılanan olumlu yöndeki etkileri arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışkan ve Özer (2022) çalışmalarında, destinasyonun turizm çeşitliliği ve gelişmişlik düzeyi ile bölgede ikamet eden yerel halkın algı ve destek tutumları arasındaki ilişkiyi çeşitli destinasyonlarla karşılaştırarak incelemiştir. Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak anket formu oluşturulmuştur. Bodrum, Datça, Konya ve Mardin destinasyonlarından oluşan evrenden toplamda 1272 adet anket katılımcılara uygulanmıştır. Bu destinasyonların karşılaştırılmasında elde edilen bulgular sonucunda, yerel halkın turizme yönelik destekleme tutumu gelişmiş olan destinasyonlarda olumsuz etki oluştururken gelişmekte olan destinasyonlarda ise olumlu etkilerin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda yerel halkın destekleme tutumuna da yön verdiği gözlemlenmiştir.

Atsız, Karaman ve Beşcanlar (2022) çalışmalarında, kırsal destinasyonlarda ikamet eden yerel halkın yer kimliğine olan algısının turizm gelişimine olan desteğini ikamet süresine göre incelemeyi amaç edinmişlerdir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak Yozgat ilinde ikamet eden yerel halka anket tekniği uygulanmış olup 455 katılımcıya ulaşılmıştır. Yer kimliğinin özgünlük, süreklilik ve etkililik boyutlarının turizmi destekleme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken, benlik saygısı boyutunun turizmi desteklemeyi etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, ikamet süresinin bölgesel kimlik ve turist desteği yönleri arasında düzenleyici bir rolü olmadığı gösterilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde destinasyonda ikamet etmekte olan yerel halkın toplumsal aidiyet düzeylerinin turizm gelişimi desteğine olan etkisini belirlemeye yönelik olarak; araştırmanın amacı ve önemi, evren, örneklem, sınırlılıklar, araştırmanın modeli ve hipotezleri, veri toplama araçları ve analizlerine yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm yalnızca ekonomik bir olay olarak düşünülmemelidir, turizm aynı zamanda toplumsal bir olay olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm insanlar arasında uyumlaşmayı ve uzlaşmayı sağlayan toplumsal bir işlemdir. Turizm; aile, din ve yönetim gibi birçok toplumsal kurumu etkilemekte ve bu kurumlarda köklü yapısal değişimlere yol açmaktadır (Rızaoğlu, 2004). Ayrıca turizmin, bir ülkede ulusal bilinci arttırdığı ve güçlendirdiği, özellikle kültürel turizmdeki gelişmeler yerli toplumun kendi kendini tanıması için fırsatlar sağlar; kültürel etkinliklerin ve çekiciliklerin geliştirilmesi toplum üyelerinde kültürel değerleri ve başarıları konusunda övünç duyguları yaratarak toplumlarına bağlılıklarını artırır (Doğan, 2004). Bu bağlamda turizm faaliyeti ile toplumsal aidiyet duygusu arasında anlamlı bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın amacı destinasyonda yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet duygusu düzeylerinin turizm gelişimi desteğine yönelik davranışları üzerine etkisini incelemeyi amaç edinmiştir.

Aidiyet, kişinin özel bir nesneye karşı duygusal bir bağ oluşturması olarak tanımlanabilir. Toplumsal aidiyet duygusu ise insanları benlikten bizliğe ulaştırabilme ve birbirini tanımayan insanları bütünleştirebilme işlevi

bulunmaktadır. Böylelikle insanlar ortak duygu ve düşüncelerle ortak toplumsal değerlere sahip olurlar. Bu birliktelik sosyal yaşama anlam kazandırır ve kişilerde ortak yaşam amaçlarının ortaya çıkmasına neden olur. Bu anlamda toplumsal aidiyet duygusunun toplumsal yaşam için oldukça önemli bir kavram olduğu söylenebilir. Toplumsal aidiyet duygularının yüksek olduğu bireylerde turizmin gelişmesine olan desteğin yüksek olduğu varsayılmaktadır. Fakat toplumsal aidiyet düzeylerinin aşırıya çıkması doğrultusunda turizme olan desteğin azalması söz konusudur. Bunun sebebi destinasyonda yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerinin yaşamış olduğu topluma olumsuz yönde etki yarattığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle turizme olan algının olumlu olması aidiyet duygusuna pozitif etki yaparak turizmin gelişimine destek verilecektir. Toplumsal aidiyetin alt boyutları olan toplumsallık duygusu, sosyal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ve toplumsal ilgi duygularının turizme karşı tutum ve davranışlara etki ettiğini veya turizmin bu duyguları etkilediği düşünülmektedir. Bu etki ile destinasyonda yaşayan yerel halkın turizm gelişimine olan desteklerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Literatür incelendiğinde turizm yerel halk ilişkisi sıklıkla incelenme konusu olduğu görülmektedir. Bu araştırma destinasyonda yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet düzeyleri çerçevesinde turizmden meydana gelen olumlu veya olumsuz etkileri doğrultusunda incelenmesi önem arz etmektedir. Yerel halkın turizme olan tutumlarını etkileyen birtakım faktörlerin olduğu bilinmektedir. Bu faktörler incelendiğinde toplumsal aidiyet unsurunun az sayıda çalışmada incelenme konusu olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bir çalışma için evren, probleme çözüm bulmak için veya sorulara cevap aramak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı veya cansız grupların tümüdür. Örneklem ise evrenden seçilen sınırlı bir parça olmakla birlikte evreni temsil etmesi amacıyla seçilen birimlerdir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2015, s. 79-100). Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Kapadokya bölgesinde bulunan ve önemli turizm destinasyonlarından biri olan Nevşehir il ve ilçelerinde (Göreme, Ürgüp, Avanos, Uçhisar vd.) yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni oluşturulduktan sonra örneklem büyüklüğünün tespit edilmesi gerekmektedir. Bunun için 2021 yılında yapılan istatistik verilerine göre Nevşehir bölgesinin nüfus oranı yani evren büyüklüğü 308 bin olduğu tespit edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Bu nüfusa göre çalışmanın örneklem yeterliliğini hesaplamada çeşitli formüller bulunmaktadır. Bu formüllere göre, güven aralığı %95 ve sapma miktarı

%5 ($p \leq 0.05$) için örneklem büyüklüğü 384 kişinin yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Büyüköztürk vd. 2015, s. 94-95). Tablo 1’de gösterildiği üzere belirli evren büyüklüğüne göre gerekli örneklem büyüklükleri belirtilmiştir. Fakat alan araştırmasında her ihtimale karşı 452 katılımcıya ulaşılmış ve yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır.

Tablo 1. $P \leq 0.05$ sapma miktarları için uygun örneklem büyüklükleri

Evren Büyüklüğü – Nüfus	Gerekli Örneklem Büyüklüğü- Sapma Miktarı %5 ($p \leq 0.05$)
500	218
1.000	278
5.000	357
10.000	370
50.000	381
100.000	383
500.000	384

Kaynak: Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, (2015). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi, s. 98.

Araştırmanın örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın varsayımını turizm bölgesinde yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin bölgedeki turizmin gelişimini destekleme davranışına etkisi vardır olarak ifade edilebilir. Bu çalışmanın sınırlılığını ise Kapadokya bölgesinde bulunan Nevşehir il ve ilçeleri olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya katılım sağlayan toplamda 452 katılımcının, cinsiyet faktörüne göre incelendiğinde; katılımcılardan 163’ünün Kadın (%36,06) ve 289’unun Erkek (%63,94) olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaş faktörüne göre incelendiğinde; 25’inin Baby Boomer (%5,53), 102’sinin X Kuşağı (%22,57), 255’inin Y Kuşağı (%46,42) ve 70’inin ise Z Kuşağı (%15,48) olduğu tespit edilmiştir. Medeni durumlarına göre incelendiğinde; 193’ünün Evli (%42,69), 259’unun Bekâr (%57,31) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre incelendiğinde; 61’inin İlköğretim (%13,49), 130’unun Lise (%28,77), 70’inin Ön Lisans (%15,48), 158’inin Lisans (%34,96), 33’ünün Lisansüstü (%7,30) mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların mesleki durumlarına göre incelendiğinde; 11’inin Emekli (%2,43), 62’sinin Esnaf (%13,72), 20’sinin Ev hanımı (%4,43), 156’sının turizm ve diğer işlerde çalışan İşçi (%34,51), 23’ünün İşletmeci (%5,09), 30’unun Memur (%6,64), 57’sinin Öğrenci (%12,61), 49’unun Öğretmen (%10,84), 44’ünün ise Serbest meslek (%9,73) olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre

incelendiğinde; 108'inin Düşük (%23,89), 315'inin Orta (%69,69), 29'unun ise Yüksek (%6,42) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların anne ve babaların durumlarına göre incelendiğinde; 94'ünün anne veya babadan Birinin vefat ettiği (%20,79), 45'inin İkisinin de vefat ettiği (%9,95), 30'unun İkisi de sağ ama ayrı olduğu (%6,64), 283'ünün ise ikinin de sağ ve birlikte (%62,62) olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların annelerinin eğitim durumuna göre incelendiğinde; 70'inin Okur-yazar olmadığı (%15,49), 217'sinin İlköğretim (%48), 61'inin Ortaokul (%13,49), 77'sinin Lise (%17,04), 27'sinin Lisans/Lisansüstü (%14,82) mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların babalarının eğitim durumuna göre incelendiğinde; 21'inin Okur-yazar olmadığı (%4,64), 187'sinin İlköğretim (%41,38), 76'sının Ortaokul (%16,82), 101'inin Lise (%22,34), 67'sinin Lisans/Lisansüstü (%14,82) mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların turizm gelişiminden ekonomik olarak fayda sağlama durumuna göre incelendiğinde, 154'ünün Hiç fayda sağlamadığı (%34,07), 187'inin Biraz fayda sağladığı (%41,38), 111'inin ise Fazla fayda sağladığı (%24,55) tespit edilmiştir. Katılımcıların temel geçim kaynağının turizm olması durumuna göre; 204'ünün Evet (%45,13), 248'inin Hayır (%54,87) olarak ifade edildiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların bulunduğu bölgede doğma durumlarına göre incelendiğinde; 255'inin Evet (%56,41), 197'sinin Hayır (%43,59) olarak ifade edildiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların ikamet yerleri durumuna göre incelendiğinde, 179'unun Merkez (%39,60), 98'inin Avanos (%21,68), 30'unun Göreme (%6,64), 30'unun Uçhisar (6,64), 83'ünün Ürgüp (%18,37), 32'sinin ise Diğer (%7,07) bölgelerde ikamet edildiği tespit edilmiştir. Katılımcıların bölgedeki ikamet süreleri incelendiğinde; 141'inin 0-10yıl (%31,20), 88'inin 11-20yıl (%19,47), 101'inin 21-30yıl (22,35), 63'ünün 31-40yıl (%13,93), 59'unun 41yıl ve üzeri (%13,05) olduğu ifade edilmiştir. Katılımcıların arkadaşlar ile ilişkisi durumuna göre incelendiğinde, 76'sının Orta-kötü (%16,82), 376'sının İyi (%83,18) olduğu ifade edilmiştir. Son olarak katılımcıların turistlerle iletişim durumlarına göre incelendiğinde ise; 81'inin Hiç (%17,93) iletişimi olmadığı, 217'sinin Biraz (%48), 154'ünün ise Fazla (%34,07) olduğu gözlemlenmiştir. Tespit edilen bu ifadeler aşağıdaki Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özelliklerine ait frekans ve yüzdelik dağılımları

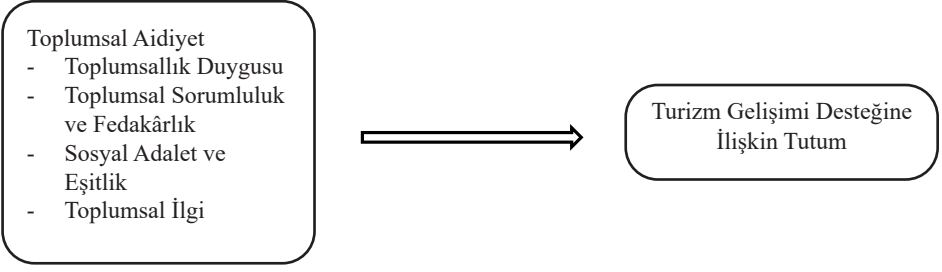
Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	163	36,06
	Erkek	289	63,94
Yaş	1946-1964: Baby Boomer	25	5,53
	1965-1979: X Kuşağı	102	22,57
	1980-1999: Y Kuşağı	255	56,42
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	15,48
Medeni Durumu	Evli	193	42,69
	Bekâr	259	57,31
Eğitim Durumu	İlköğretim	61	13,49
	Lise	130	28,77
	Ön Lisans	70	15,48
	Lisans	158	34,96
	Lisansüstü	33	7,30
Mesleği	Emekli	11	2,43
	Esnaf	62	13,72
	Ev hanımı	20	4,43
	İşçi	156	34,51
	İşletmeci	23	5,09
	Memur	30	6,64
	Öğrenci	57	12,61
	Öğretmen	49	10,84
	Serbest meslek	44	9,73
Aylık Gelir Durumu	Düşük	108	23,89
	Orta	315	69,69
	Yüksek	29	6,42
Anne ve Babanın Durumu	Biri vefat etmiş	94	20,79
	İkisi de vefat etti	45	9,95
	İkisi sağ ama ayrı	30	6,64
	İkisi de sağ ve birlikte	283	62,62
Anne Eğitim Durumu	Okur-yazar değil	70	15,49
	İlköğretim	217	48,00
	Ortaokul	61	13,49
	Lise	77	17,04
	Lisans/Lisansüstü	27	5,98
Baba Eğitim Durumu	Okur-yazar değil	21	4,64
	İlköğretim	187	41,38
	Ortaokul	76	16,82
	Lise	101	22,34
	Lisans/Lisansüstü	67	14,82

Turizmden Ekonomik Fayda Sağlama	Hiç	154	34,07
	Biraz	187	41,38
	Fazla	111	24,55
Temel Geçim Kaynağı Turizm	Evet	204	45,13
	Hayır	248	54,87
Burada Doğdum	Evet	255	56,41
	Hayır	197	43,59
İkamet Yeri	Merkez	179	39,60
	Avanos	98	21,68
	Göreme	30	6,64
	Uçhisar	30	6,64
	Ürgüp	83	18,37
	Diğer	32	7,07
İkamet Süresi	0-10	141	31,20
	11-20	88	19,47
	21-30	101	22,35
	31-40	63	13,93
	41 ve üzeri	59	13,05
Arkadaşlarla İlişki Durumu	Orta-kötü	76	16,82
	İyi	376	83,18
Turistlerle İletişim Durumu	Hiç	81	17,93
	Biraz	217	48,00
	Fazla	154	34,07

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Sosyal bilimler alanında nicel araştırma yöntemlerinde sıklıkla kullanılan dört araştırma türü bulunmaktadır. Bunlar; arama araştırması, korelasyonel (ilişkisel) araştırma, nedensel karşılaştırma araştırması ve deneysel araştırma olarak ifade edilmektedir. Korelasyonel (ilişkisel) araştırma, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkileri tespit etmek ve neden-sonuç ile ilgili bilgiler edinmek amacıyla yapılan araştırma türüdür (Büyüköztürk vd., 2015, s. 14-17). Bu çalışmada destinasyonda yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet duygusu düzeyleri ve bölgede turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları değişkenlerinin arasındaki ilişkinin incelenmesinde ve bu doğrultuda neden-sonuçları hakkında ipuçları aranmasından dolayı araştırmanın modeli korelasyonel araştırma türü tercih edilmiştir.

Şekil 6. Araştırmanın Modeli



Araştırma bağımlı ve bağımsız değişkenlerden meydana gelmektedir. Bağımlı değişken olarak “Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum” olarak belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler ise toplumsal aidiyet ölçeğinin alt boyutlarından olan “Toplumsallık Duygusu”, “Toplumsal Sorumluluk ve Fedakârlık”, “Sosyal Adalet ve Eşitlik”, “Toplumsal İlgi” olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacına göre hazırlanan model Şekil 6’da verilmiş olmakla birlikte aşağıda çalışmanın amacına uygun olarak hipotezlere yer verilmiştir.

H1: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.

H1₁: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsallık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.

H1₂: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal sorumluluk ve fedakârlık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.

H1₃: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan sosyal adalet ve eşitlik duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.

H1₄: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal ilgi duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.

H2: Katılımcıların toplumsal aidiyetlerinin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.

H2₁: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsallık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.

H2₂: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal sorumluluk ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.

H2₃: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan sosyal adalet ve eşitlik duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.

H2₄: Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal ilgi duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.

H3: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H3₁: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H3₂: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, yaşlarına/kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.

H3₃: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3₄: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3₅: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, mesleğine göre farklılık göstermektedir.

H3₆: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, aylık gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3₇: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, anne ve babanın (sağ, vefat, birlikte, boşanma) durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3₈: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, annenin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3₉: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, babanın eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3₁₀: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, turizmden ekonomik olarak fayda sağlamasına göre farklılık göstermektedir.

H3₁₁: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, temel geçim kaynağının turizm olmasına göre farklılık göstermektedir.

H3₁₂: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, yörede doğma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3₁₃: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, ikamet ettiği yere göre farklılık göstermektedir.

H3₁₄: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.

H3₁₅: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, arkadaşlık ilişkisi duruma göre farklılık göstermektedir.

H3₁₆: Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, turistlerle iletişim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H4: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H4₁: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H4₂: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları yaşlarına/kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.

H4₃: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4₄: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4₅: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları mesleğine göre farklılık göstermektedir.

H4₆: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları aylık gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H4₇: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları anne ve babanın (sağ, vefat, birlikte, boşanma) durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4₈: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları annenin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H4₉: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları babanın eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H4₁₀: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları turizmden ekonomik olarak fayda sağlamasına göre farklılık göstermektedir.

H4₁₁: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları temel geçim kaynağının turizm olmasına göre farklılık göstermektedir.

H4₁₂: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları yörede doğma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4₁₃: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları ikamet ettiği yere göre farklılık göstermektedir.

H4₁₄: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.

H4₁₅: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arkadaşlık ilişkisi duruma göre farklılık göstermektedir.

H4₁₆: Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları turistlerle iletişim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

3.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Araştırmada veri toplamak amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır. İkinci bölümde yerel halkın toplumsal aidiyet duygusu düzeylerinin incelenmesi adına ‘Toplumsal Aidiyet Ölçeği’ yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise bölgede bulunan yerel halkın turizm gelişimine olan desteklerine ilişkin tutumlarını incelemek amacıyla ‘Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum Ölçeği’ bulunmaktadır. Araştırmada katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile turizm faaliyetleriyle olan ilişkilerini tespit etmek amacıyla çeşitli sorular sorulmuştur. Bu sorular 16 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümünde yer alan ölçek maddeleri 5’li likert türünde hazırlanmış olup 35 maddeden oluşmakta ve kullanılan anket formu (Ek-2)’de sunulmuştur.

Araştırmada kullanılan Toplumsal Aidiyet Ölçeği Thuesen (2002) tarafından geliştirilmiş olup Akın (2009) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılarak Türkçe ’ye uyarlanmıştır. Alptekin (2011) ise toplumsal aidiyet ölçeğini revize etmiştir. Toplumsal aidiyet ölçeği 5’li likert türünde olup 31 maddeden ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Toplumsal aidiyetin alt boyutları: Toplumsallık Duygusu, Toplumsal Sorumluluk ve Fedakârlık, Sosyal Adalet ve Eşitlik, Toplumsal İlgi oluşturmaktadır. Ölçekle ilgili ifadeler Tablo 3 ’te yer almaktadır.

Tablo 3. Toplumsal aidiyet ölçeği ifadeleri ve alt boyutları**Toplumsallık Duygusu**

10. Yurt dışındayken, nereli olduğumu söylemekten utanacağımı düşünmüyorum.
 23. Bu toplumun tarihinin bir parçası olduğuma inanırım.
 21. Bu toplumun bir parçası olmaktan gurur duyuyorum.
 2. Bu toplumda yaşamayı seviyorum.
 14. Ülkemin gelecekte daha iyi ve güçlü olacağına inanıyorum.
 24. İyi bir toplum içinde büyüdüğümü düşünüyorum.
 12. Bu toplumda istediğim gibi yaşayabiliyorum.
 6. Toplumum içindeki insanları bir tür akrabam olarak gördüğüm için çok seviyorum.
 1. İmkânım olsa bile yurt dışında hayat şartları daha iyi olan bir ülkede yaşamak istemem.
 16. İnsanların çoğuna güvenilebilirim.

Toplumsal Sorumluluk ve Fedakârlık

22. Bu toplumun kültürünün, gelenek ve göreneklerinin korunması için daha fazla çaba harcanmalıdır.
 5. Toplumun genel ahlak kurallarına mutlaka uyarım.
 18. Çevre sorunlarına karşı duyarlıyım ve ona göre davranırım.
 19. Toplumla karşı sorumluluk duygusu taşıırım.
 3. Toplumum için hiçbir fedakârlıktan kaçınmam.
 13. Bana çok şey verdiği için, karşılığını topluma vermek, benim için önemlidir.
 8. Hayatım boyunca öğrendiğim ve öğrenmeye devam ettiğim toplum tarafından değerli görülen becerilere sahibim.
 9. Çevremdeki insanlar genel olarak yardımseverdir.
 7. Toplumumun gelişiminde benim de katkım var.
 15. Toplumla karşı görevlerimi yerine getirdiğime ve karşılığını aldığima inanıyorum.
 20. Yardıma ihtiyacım olduğunda, toplumsal kurumlara rahatlıkla başvururum.

Sosyal Adalet ve Eşitlik

28. Kültürel çeşitliliğin ülkemi zenginleştireceğine inanıyorum.
 30. Kültürümüz yabancı kültürlerin olumsuz etkilerine maruz kalmaktadır.
 29. Farklı kültürden insanlar ülkemizde rahatça yaşayabilir.
 31. Ülkemde herkes düşüncelerini özgürce ifade edebilmektedir.
 25. Ülkemde engelli, yaşlı, işsiz ve yoksul insanlara yeterli ölçüde yardım sağlanmaktadır.
 27. Bu toplumda yasalar her bireye eşit ve tarafsız bir şekilde uygulanır.
 26. Ülkemde zenginlere sağlanan sosyal imkânlar yoksullara sağlanandan daha fazla değerlidir.

Toplumsal İlgî

11. Bu toplumun kuruluşundan itibaren geçmiş tarihsel olayları hakkında bilgi sahibiyim.
 17. Bu toplumun tarihsel geçmişi hakkında aile üyeleriyle konuşurum.
 4. Toplumumdaki siyasi olaylarla ilgilenirim.

Araştırmada kullanılan diğer bir ölçek ise yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarını incelemek amacıyla Ekici ve Çizel (2014) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 24 maddeden oluşmakla birlikte 4 alt boyuttan oluşmaktadır; Turizmin etkileri, Kişisel fayda sağlama, Yerel halk memnuniyeti ve Turizm gelişimine yönelik desteği gibi alt boyutlarından oluşmaktadır. Bu araştırmada turizm faaliyetinin yoğun olarak yaşandığı bölge tercih edilmesi ile

yerel halkın doğrudan veya dolaylı olarak turizm faaliyetinden olumlu ya da olumsuz etkilerine maruz kalmaktadır. Bu doğrultuda çalışmaya fayda sağlayacak alt boyut olan ve 4 maddeden oluşan Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum ölçeği tercih edilmiştir. Ölçeğe ilişkin maddeler Tablo 4’ te yer verilmiştir.

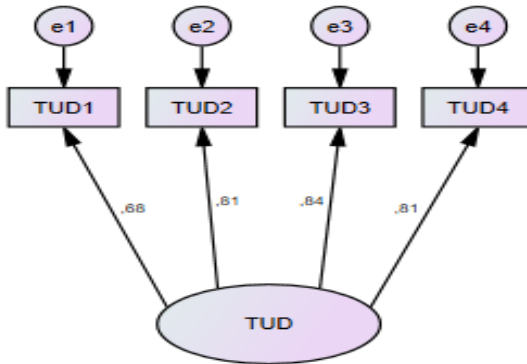
Tablo 4. Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği

Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum

32. Turizm, toplumumuzun önemli bir parçası olmaya devam etmelidir
 33. Yörede turizm yatırımları artarak devam etmelidir.
 34. Yörede, turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.
 35. Yöredeki turizm gelişimini destekliyorum.

Ölçeklerden elde edilen ölçme sonuçlarının geçerliğine ispat sağlamak için yapılmış olan DFA (Doğrulamalı Faktör Analizi) analizinde, ölçme aracının veriye uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla çeşitli uyum indeksleri ele alınmıştır. Bu doğrultuda, Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), Standardize edilmiş Ortalama hataların Karekökü (Standardized Root Mean Square Residual, SRMR), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (Normed Fit Index, NFI) ve Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI) vb. uyum iyiliği testleri uygulanmıştır. Uygulama esnasında tekrar uygulanan ölçeğin son halinden elde edilen ölçme sonuçlarının güvenilirliğini ispatlamak amacıyla, Cronbach Alpha (α) güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Bununla birlikte madde ayırt ediciliğinin bir ölçüsü olarak madde toplam korelasyon katsayısı rapor edilmiştir. DFA, AMOS programları kullanılarak elde edilmiştir. Tek faktörlü modelin benzer özellikler taşıyan farklı veriye entegre olup olmadığının tespit edilmesi ve ölçekten elde edilen ölçme sonuçlarının yapı geçerliğine ilave kanıt sunulması amaçlanmıştır. Elde edilen modele ait path diyagramı aşağıda Şekil 7’de sunulmuştur.

Şekil 7. Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği DFA modeli



Şekil 7’de belirtildiği gibi ölçeğin son halinde yer alan madde 4 madde ile kurulan tek faktörlü ölçme modeline ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) 0,68 ile 0,84 arasında değiştiği gözlemlenmektedir. Bütün bu katsayılar 0,05 düzeyinde anlamlı hale gelmektedir. Hata varyansları ise 0,22 ile 0,48 arasındadır. Tabachnick ve Fidel (2013) her bir madde için standart regresyon katsayılarının (faktör yükü) 0,32’ün üstünde olmasının model veri uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğunu belirtmişlerdir.

Elde edilen modelin veriye uygunluğunu değerlendirmek amacıyla fazlasıyla uyum istatistiği kullanılabilir. Yapılan bu araştırma çerçevesinde, RMSEA, SRMR, c^2 (ki-kare), c^2/sd (ki-kare / Serbestlik derecesi), CFI, NFI, GFI ve AGFI değerleri açıklanmıştır. TGDİT ölçeğinin esas uygulamasından elde edilen ölçme sonuçlarının model veri uyumuna ait değerler Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Tek faktörlü ölçeğe ait uyum istatistikleri

χ^2 (sd)	χ^2 / sd	RMSEA	SRMR	CFI	NFI	GFI	AGFI
1,410 (2)*	0,705	0,01	0,01	0,99	0,99	0,97	0,99

*p < 0,05

Tablo 5’te belirtildiği gibi, RMSEA değeri 0,01 ve SRMR değeri de 0,01 olarak elde edilmiştir. CFI değeri 0,99, NFI=0,99, GFI=0,97, AGFI=0,99 ve c^2 / sd ise 0,705 olarak elde edilmiştir. Ki-kare değeri örneklem büyüklüğünden etkilendiği üzere DFA analizlerinde genellikle, c^2 / sd dikkate alınmaktadır. “ c^2 / sd ” oranının 5’ten küçük çıkması, RMSEA ve SRMR değerinin 0,08’den düşük, buna karşılık GFI, NFI ve NNFI değerinin ise 0,90’dan yüksek çıkması modelin veriye uyumlu olduğunu göstermektedir (Hu ve Bentler, 1999; Tabachnick ve Fidel, 2013).

Uygulanan DFA analizi sonuçları, Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum ölçeğinden uygulama sonucunda elde edilen ölçme sonuçlarının tek faktörlü kurulan ölçme modeline mükemmel düzeyde uyum sağladığını belirtmektedir. Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum ölçeğinden elde edilen ölçme sonuçlarının yapı geçerliği için yukarıda gösterilen kanıtlara ek olarak güvenilirliğinin de saptanması amacıyla Cronbach Alpha (α) güvenilirlik katsayısı, 0,87 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucuna göre Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutum ölçeğinden elde edilen sonuçların geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir.

3.5. Veri Toplama Süreci

Çalışmada kullanılacak olan anketin kesinliği oluşturulmadan önce örneklem amaçlı 21 kişiye ulaşılmış olup katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilen pilot çalışma yapılmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan katılımcılar ölçekte kullanılan ifadeler hakkında fikirleri alınmış ve soruların anlaşılır olduğu, geçerlik ve güvenilirlik katsayı değerlerinin de uygun olduğu tespit edilmiştir. Gerekli düzenlemelerle anketin son hali verilmiştir. Anket Nevşehir il ve ilçelerinde yaşayan yerel halk ile gerçekleştirilmiştir ve çalışmada 452 veri elde edilmiştir.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında gerçekleştirilecek analizlerin seçiminde ölçme araçlarından elde edilen puan dağılımlarının normal dağılıma sahip olup olmadığını saptamak amacıyla, puanların basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmeye alınmıştır. Bu kapsamda puan dağılımlarına ait basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ile +1 arasında yer alan puan dağılımının normal dağılıma sahip olduğu, aksi durumda ise normal dağılıma sahip olmadığı kabul edilmiştir (Büyüköztürk, 2016, s. 40). Araştırmanın amaçları doğrultusunda ölçme araçlarından elde edilen puanların belirlenen bağımsız değişkenlerin kategorilerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu bağlamda alt boyuta ait puan dağılımlarının ele alınan bağımsız değişkenin her bir kategorisinde normal olması durumunda, kategori sayısı iki ise ilişkisiz örneklem için t testi, kategori sayısı ikiden fazla ve varyanslar homojen ise ANOVA analizi kullanılmıştır. Ölçümlere ait puan dağılımlarının ele alınan bağımsız değişkenin her bir kategorisinde normal olmaması durumunda, kategori sayısı iki ise ilişkisiz örneklem Mann Whitney U testi, kategori sayısı ikiden fazla ise Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tamamından ve alt boyutlarından elde edilen puanların demografik değişkenlerin kategorilerine göre sahip oldukları dağılıma ait betimsel istatistikler EK 1’de yer verilmiştir.

Öte yandan araştırmanın diğer bir amacı kapsamında katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeğinin tamamından ve alt boyutlarından alınan puanlar ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeğinden elde edilen puanlar arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaç için turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarına ait veriler normal dağılım göstermediğinden dolayı Spearman Brown Korelasyon analizi yapılmıştır. Katılımcıların toplumsal aidiyet toplam puanlarının ve alt boyutlarının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisini

incelemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda öncelikle katılımcıların toplumsal aidiyet toplam puanlarının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla tek bir bağımsız değişken olması nedeniyle basit regresyon analizi yapılmıştır. Ancak Tablo 6’da görüldüğü üzere bağımlı değişken normal dağılım göstermediği için bootstrapta dayalı basit regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Diğer bir varsayım olan doğrusallığın incelenmesi için ise saçılım grafikleri incelenmiştir. Öte yandan katılımcıların toplumsal aidiyet toplam puanlarının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla tek bir bağımsız değişken olması nedeniyle basit regresyon analizi yapılmıştır. Ancak Tablo 6’da görüldüğü üzere bağımlı değişken normal dağılım göstermediği için bootstrapta dayalı basit regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Diğer bir varsayım olan doğrusallığın incelenmesi için ise saçılım grafikleri incelenmiştir. Öte yandan toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal ilgi puanlarının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla birden fazla bağımsız değişken olması nedeniyle çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Ancak Tablo 6’da görüldüğü üzere bağımlı değişken normal dağılım göstermediği için bootstrapta dayalı çoklu regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Çoklu regresyonun varsayımları olarak doğrusallık, çok değişkenli normallik, uç değer ve çoklu bağlantılılık durumları incelenmiştir. Bu varsayımların test edilmesi amacıyla doğrusallık için saçılım grafikleri, çok değişkenli normal dağılım için standartlaştırılmış tahmini ve standartlaştırılmış hata değerleri, uç değerler için Mahalanobis uzaklığı ve çoklu bağlantılılık için bağımsız değişkenlerin açıklayamadıkları varyans değeri olan tolerans değeri, varyans büyütme faktörü (VIF) ve durum indeksi (CI) değerleri incelenmiştir (Büyüköztürk, 2016, s. 98).

Araştırma kapsamında katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tamamından ve alt boyutlarından elde edilen puanlara ait betimsel istatistikler aşağıda Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Ölçeklerden elde edilen puanlara ait betimsel istatistikler.

Ölçek	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	452	32,83	7,46	11	50	-0,35	-0,20
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	452	42,91	7,81	13	55	-0,96	1,01
Sosyal adalet ve eşitlik	452	23,25	4,87	7	35	-0,16	0,08
Toplumsal ilgi	452	10,77	2,67	3	15	-0,46	0,00
Toplumsal aidiyet toplam	452	109,77	19,00	39	145	-0,53	0,38
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	452	17,75	3,14	4	20	-2,06	2,29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarını incelemek adına toplanan verilerin sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular Cinsiyet Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılmasına yönelik uygulanan İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları Tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların cinsiyet değişkenine göre kıyaslanması.

T Testi	Grup	N	Ortalama	sd	t	p
Toplumsallık duygusu	Kadın	163	30,64	450	-4,81	0,00*
	Erkek	289	34,07			
Sosyal adalet ve eşitlik	Kadın	163	22,23	450	-3,39	0,00*
	Erkek	289	23,83			
Toplumsal ilgi	Kadın	163	10,22	450	-3,34	0,00*
	Erkek	289	11,08			
Toplumsal aidiyet toplam	Kadın	163	104,82	450	-4,23	0,00*
	Erkek	289	112,56			
Mann Whithney U Testi	Grup	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	U	p
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Kadın	163	204,08	33264,50	19898,50	0,01*
	Erkek	289	239,15	69113,50		
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Kadın	163	208,34	33960,00	20594,00	0,02*
	Erkek	289	236,74	68418,00		

Tablo 7’de yer verilmiş olan İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların cinsiyet değişkenine göre erkeklerin lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir ($p < 0,05$). Başka bir ifadeyle erkek katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları kadın katılımcılara göre daha yüksektir.

Yaş Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tamamından ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan Kruskal Wallis sonuçları aşağıda Tablo 8’de yer verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaş değişkenine göre kıyaslanması.

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsallık duygusu	1946-1964: Baby Boomer	25	288,16	3	24,87	0,00*	1>3,4 2>3,4 3>4
	1965-1979: X Kuşağı	102	264,71				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	218,42				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	178,25				
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	1946-1964: Baby Boomer	25	255,14	3	17,04	0,00*	1>4 2>4 3>4
	1965-1979: X Kuşağı	102	262,33				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	221,26				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	183,14				
Sosyal adalet ve eşitlik	1946-1964: Baby Boomer	25	279,24	3	12,98	0,00*	1>4 2>4
	1965-1979: X Kuşağı	102	250,02				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	221,69				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	190,91				
Toplumsal ilgi	1946-1964: Baby Boomer	25	272,04	3	15,36	0,00*	1>4 2>4
	1965-1979: X Kuşağı	102	257,82				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	219,58				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	189,79				
Toplumsal aidiyet toplam	1946-1964: Baby Boomer	25	284,66	3	29,35	0,00*	1>3,4 2>3,4 3>4
	1965-1979: X Kuşağı	102	269,95				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	218,33				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	172,18				

Turizmin gelişimini destekleme tutumu	1946-1964: Baby Boomer	25	231,28	3	1,08	0,78	---
	1965-1979: X Kuşağı	102	229,96				
	1980-1999: Y Kuşağı	255	228,46				
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	212,63				

Tablo 8’de yer alan Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam puanlarının yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Oluşan farkın kaynağını belirlemek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda Baby Boomer kuşağında ve X kuşağında yer alan katılımcıların toplumsallık duygusu ve toplumsal aidiyet toplam puanlarının Y kuşağında ve Z kuşağında yer alanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öte yandan Y kuşağında yer alan katılımcıların da toplumsallık duygusu ve toplumsal aidiyet toplam puanlarının Z kuşağında yer alanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonucunda da Baby Boomer kuşağında, X kuşağında ve Y kuşağında yer alan katılımcıların puanlarının Z kuşağına göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal ilgi puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde Baby Boomer kuşağında ve X kuşağında yer alan katılımcıların puanlarının Z kuşağına göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Genel olarak sonuçlar incelendiğinde katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam puanlarının yaş arttıkça yükseldiği söylenebilir. Fakat Tablo 8’de belirtilen diğer bir Kruskall Wallis Testi sonucu incelendiğinde katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p > 0,05$). Yani, katılımcıların yaşları fark etmeksizin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Medeni Durum Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların medeni durum değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan İlişkisiz Örneklem için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 9’da yer verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların medeni durum değişkenine göre kıyaslanması.

T Testi	Grup	N	Ortalama	sd	t	p
Toplumsallık duygusu	Bekâr	193	30,74	450	-5,30	0,00*
	Evli	259	34,39			
Sosyal adalet ve eşitlik	Bekâr	193	22,39	450	-3,26	0,00*
	Evli	259	23,89			
Toplumsal ilgi	Bekâr	193	10,25	450	-3,61	0,00*
	Evli	259	11,16			
Toplumsal aidiyet toplam	Bekâr	193	104,66	450	-5,10	0,00*
	Evli	259	113,57			
Mann Whithney U Testi	Grup	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	U	p
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Bekâr	193	200,92	38778,50	20057,50	0,00*
	Evli	259	245,56	63599,50		
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Bekâr	193	223,61	43156,00	24435,00	0,67
	Evli	259	228,66	59222,00		

Tablo 9’da yer verilen İlişkisiz Örneklem için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam puanlarının medeni durum değişkenine göre evlilerin lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Bir başka ifadeyle evli katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanları bekâr katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak, Tablo 9’da yer verilen diğer bir Mann Whitney U Testi sonucu gözlemlendiğinde katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$). Diğer bir ifadeyle, evli ve bekâr katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların eğitim düzeyi değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis sonuçları aşağıda Tablo 10’da yer verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	656,884	164,22	4	3,00	0,02*	1>4,5 2>4,5
	Gruplar içi	24465,67	54,73	447			
	Toplam	25122,56		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	419,79	104,95	4	4,56	0,00*	1>3,4,5 2>3,4,5
	Gruplar içi	10290,97	23,02	447			
	Toplam	10710,75		451			
Toplumsal aidiyet toplam	Gruplar arası	3492,76	873,19	4	2,45	0,04*	1>5 2>5
	Gruplar içi	159335,85	356,46	447			
	Toplam	162828,61		451			
Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	İlköğretim	61	243,84	4	11,46	0,02*	1>5 2>5 3>5 4>5
	Lise	130	240,15				
	Ön lisans	70	234,60				
	Lisans	158	218,47				
	Lisansüstü	33	161,91				
Toplumsal ilgi	İlköğretim	61	204,88	4	2,61	0,62	---
	Lise	130	231,85				
	Ön lisans	70	222,44				
	Lisans	158	228,63				
	Lisansüstü	33	243,80				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	İlköğretim	61	226,98	4	7,12	0,13	---
	Lise	130	231,00				
	Ön lisans	70	252,94				
	Lisans	158	218,74				
	Lisansüstü	33	188,97				

Tablo 10’da yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının eğitim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda eğitim düzeyi ilköğretim ve lise olan katılımcıların toplumsallık duygusu puanlarının eğitim düzeyi lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sosyal adalet ve eşitlik puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonucunda da eğitim düzeyi ilköğretim ve lise olan katılımcıların puanlarının eğitim düzeyi ön lisans, lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca

toplumsal aidiyet toplam puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde eğitim düzeyi ilköğretim ve lise olan katılımcıların puanlarının eğitim düzeyi lisansüstü olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Diğer bir post hoc testi sonucunda ise eğitim düzeyi ilköğretim, lise, ön lisans ve lisans olan katılımcıların toplumsal sorumluluk ve fedakarlık puanlarının eğitim düzeyi lisansüstü olanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak sonuçlar incelendiğinde katılımcıların t toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının eğitim düzeyi arttıkça düştüğü söylenebilir. Fakat Tablo 10’da yer verilen diğer Kruskal Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların eğitim düzeyi fark etmeksizin toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Meslek Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların meslek değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis sonuçları aşağıda Tablo 11’de yer verilmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların meslek değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	416,34	52,04	8	2,24	0,02*	1>6,7,9
	Gruplar içi	10294,41	23,24	443			2>6,7,9
	Toplam	10710,75		451			3>6,7,9 4>9
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	71,56	8,95	8	1,26	0,26	---
	Gruplar içi	3139,97	7,10	443			
	Toplam	3211,53		451			
Toplumsal aidiyet toplam	Gruplar arası	5591,22	698,90	8	1,97	0,04*	1,2,4,5,8>7
	Gruplar içi	157237,39	354,94	443			
	Toplam	162828,61		451			

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sağlık duygusu	Emekli	11	256,55	8	15,36	0,05	---
	Esnaf	62	255,46				
	Ev hanımı	20	251,48				
	İşçi	156	230,62				
	İşletmeci	23	241,91				
	Memur	30	225,62				
	Öğrenci	57	181,80				
	Öğretmen	49	237,95				
	Serbest meslek	44	189,93				
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Emekli	11	256,32	8	13,21	0,11	---
	Esnaf	62	253,75				
	Ev hanımı	20	212,10				
	İşçi	156	232,01				
	İşletmeci	23	261,43				
	Memur	30	203,08				
	Öğrenci	57	185,05				
	Öğretmen	49	235,62				
	Serbest meslek	44	208,90				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Emekli	11	227,45	8	14,13	0,08	---
	Esnaf	62	262,65				
	Ev hanımı	20	227,53				
	İşçi	156	232,29				
	İşletmeci	23	237,39				
	Memur	30	216,75				
	Öğrenci	57	229,04				
	Öğretmen	49	198,60				
	Serbest meslek	44	183,08				

Tablo 11’de yer verilen ANOVA sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının meslek değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür ($p < 0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda mesleği emekli, esnaf ve ev hanımı olan katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik puanlarının mesleği memur, öğrenci ve serbest meslek olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yine mesleği işçi olan katılımcıların da sosyal adalet ve eşitlik puanlarının mesleği serbest meslek olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca toplumsal aidiyet toplam puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde mesleği emekli, esnaf, işçi,

işletmeci ve öğretmen olan katılımcıların puanlarının mesleği öğrenci olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Fakat Tablo 11’de yer verilen diğer ANOVA ve Kruskal Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal ilgi, toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların mesleği fark etmeksizin toplumsal ilgi, toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Gelir Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların gelir değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda Tablo 12’de yer verilmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların gelir değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	1627,59	813,79	2	15,55	0,00*	2>1
	Gruplar içi	23494,97	52,32	449			
	Toplam	25122,56		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	392,51	196,26	2	8,54	0,00*	2>1
	Gruplar içi	10318,23	22,98	449			
	Toplam	10710,75		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	,41	,21	2	0,03	0,97	---
	Gruplar içi	3211,12	7,15	449			
	Toplam	3211,53		451			
Toplumsal aidiyet toplam	Gruplar arası	9573,04	4786,52	2	14,02	0,00*	2>1
	Gruplar içi	153255,57	341,33	449			
	Toplam	162828,61		451			
Kruskal-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Düşük	108	178,85	2	19,75	0,00*	2>1
	Orta	315	243,40				
	Yüksek	29	220,43				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Düşük	108	207,69	2	4,51	0,11	---
	Orta	315	234,59				
	Yüksek	29	208,62				

Tablo 12’de yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının gelir değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda gelir düzeyi orta olan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının gelir düzeyi düşük olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Fakat Tablo 12’de yer verilen diğer ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Yani, katılımcıların gelir düzeyi fark etmeksizin toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Anne Baba Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne baba birliktelik durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskall Wallis testi sonuçları aşağıda Tablo 13’te yer verilmiştir.

Tablo 13. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne baba birliktelik durumu değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	1078,72	359,57	3	6,70	0,00*	1>3,4 2>3,4
	Gruplar içi	24043,84	53,67	448			
	Toplam	25122,56		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	150,41	50,14	3	2,13	0,10	
	Gruplar içi	10560,34	23,57	448			
	Toplam	10710,75		451			
Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Biri vefat etmiş	94	237,44	3	5,65	0,13	---
	İkisi de vefat etti	45	263,51				
	İkisi sağ ama ayrı	30	216,42				
	İkisi de sağ ve birlikte	283	218,05				

Toplumsal ilgi	Biri vefat etmiş	94	223,51	3	9,49	0,02*	2>1,3,4
	İkisi de vefat etti	45	282,17				
	İkisi sağ ama ayrı	30	209,00				
	İkisi de sağ ve birlikte	283	220,50				
Toplumsal aidiyet toplam	Biri vefat etmiş	94	246,14	3	13,79	0,00*	2>1,3,4
	İkisi de vefat etti	45	281,18				
	İkisi sağ ama ayrı	30	200,40				
	İkisi de sağ ve birlikte	283	214,05				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Biri vefat etmiş	94	220,70	3	2,31	0,51	---
	İkisi de vefat etti	45	252,34				
	İkisi sağ ama ayrı	30	228,05				
	İkisi de sağ ve birlikte	283	224,15				

Tablo 13'te yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanlarının anne baba birliktelik durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda annesi ve babasından biri veya ikisi vefat etmiş katılımcıların toplumsallık duygusu puanlarının anne ve babası sağ ve birlikte veya ayrı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonucunda da anne ve babasının her ikisini de kaybetmiş katılımcıların puanlarının anne ve babasından biri yaşayan ya da anne ve babasının her ikisinin de yaşadığı ayrı veya birlikte olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Fakat Tablo 13'te yer verilen diğer ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının anne baba birliktelik durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Yani, katılımcıların anne baba birliktelik durumu fark etmeksizin sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne eğitim düzeyi değişkenine göre

farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskall Wallis sonuçları aşağıda Tablo 14'te yer verilmiştir.

Tablo 14. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların anne eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	17,39	4,35	4	0,61	0,66	
	Gruplar içi	3194,13	7,15	447			
	Toplam	3211,53		451			
Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Okur-yazar değil	70	258,47	4	28,80	0,00*	1,2,3>5 1,2>4
	İlköğretim	217	244,42				
	Ortaokul	61	218,71				
	Lise	77	183,55				
	Lisans/Lisansüstü	27	139,69				
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Okur-yazar değil	70	236,97	4	17,65	0,00*	1,2,3>4 1,2,3>5
	İlköğretim	217	239,15				
	Ortaokul	61	246,05				
	Lise	77	190,80				
	Lisans/Lisansüstü	27	155,37				
Sosyal adalet ve eşitlik	Okur-yazar değil	70	253,09	4	14,61	0,01*	1,2>5 1,2>4 1,2>3
	İlköğretim	217	240,74				
	Ortaokul	61	202,62				
	Lise	77	195,82				
	Lisans/Lisansüstü	27	184,59				
Toplumsal aidiyet toplam	Okur-yazar değil	70	252,71	4	25,45	0,00*	1,2,3>5 1,2>4
	İlköğretim	217	244,17				
	Ortaokul	61	223,38				
	Lise	77	183,74				
	Lisans/Lisansüstü	27	145,56				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Okur-yazar değil	70	231,29	4	0,60	0,96	
	İlköğretim	217	225,62				
	Ortaokul	61	234,01				
	Lise	77	221,82				
	Lisans/Lisansüstü	27	217,59				

Tablo 14'te yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının anne eğitim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır.

($p < 0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda anne eğitim düzeyi okur-yazar değil, ilköğretim ve ortaokul olan katılımcıların toplumsal sorumluluk ve fedakarlık puanlarının anne eğitim düzeyi lise ve lisans/lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca sosyal adalet ve eşitlik puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde anne eğitim düzeyi okur-yazar değil ve ilköğretim olan katılımcıların puanlarının anne eğitim düzeyi ortaokul, lise ve üniversite olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öte yandan toplumsallık duygusu ve toplumsal aidiyet toplam puanlarına uygulanan post hoc testi sonuçları incelendiğinde ise anne eğitim düzeyi okur-yazar değil ve ilköğretim olanların puanlarının anne eğitim düzeyi lise ve lisans/lisansüstü olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Fakat Tablo 14’te yer verilen diğer ANOVA ve Kruskal Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal ilgi turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının anne eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların anne eğitim düzeyi fark etmeksizin toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların baba eğitim düzeyi değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis sonuçları aşağıda Tablo 15’te yer verilmiştir.

Tablo 15. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların baba eğitim düzeyi değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	1111,93	277,982	4	5,18	0,00*	1,2,3,4>5
	Gruplar içi	24010,63	53,715	447			
	Toplam	25122,56		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	4,56	1,140	4	0,16	0,96	---
	Gruplar içi	3206,97	7,174	447			
	Toplam	3211,53		451			

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Okur-yazar değil	21	276,60	4	17,46	0,00*	1,2,3,4>5
	İlköğretim	187	237,13				
	Ortaokul	76	238,57				
	Lise	101	224,63				
	Lisans/Lisansüstü	67	170,25				
Sosyal adalet ve eşitlik	Okur-yazar değil	21	256,19	4	17,60	0,00*	1,2>5
	İlköğretim	187	251,65				
	Ortaokul	76	221,93				
	Lise	101	204,03				
	Lisans/Lisansüstü	67	186,05				
Toplumsal aidiyet toplam	Okur-yazar değil	21	266,00	4	22,38	0,00*	1,2,3,4>5
	İlköğretim	187	246,55				
	Ortaokul	76	234,84				
	Lise	101	216,02				
	Lisans/Lisansüstü	67	164,51				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Okur-yazar değil	21	251,17	4	2,10	0,72	---
	İlköğretim	187	225,57				
	Ortaokul	76	234,73				
	Lise	101	226,24				
	Lisans/Lisansüstü	67	212,43				

Tablo 15'te yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının baba eğitim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda baba eğitim düzeyi okur-yazar değil, ilköğretim, ortaokul ve lise olan katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının baba eğitim düzeyi lisans/lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca sosyal adalet ve eşitlik puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde baba eğitim düzeyi okur-yazar değil ve ilköğretim olan katılımcıların puanlarının baba eğitim düzeyi lisans/lisansüstü olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Fakat Tablo 15’te yer verilen diğer ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının baba eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların baba eğitim düzeyi fark etmeksizin toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Ekonomik Fayda Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında araştırmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ekonomik fayda değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskall Wallis testi sonuçları aşağıda Tablo 16’da yer verilmiştir.

Tablo 16. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ekonomik fayda değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	862,04	431,02	2	7,98	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	24260,52	54,03	449			
	Toplam	25122,55		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	246,20	123,10	2	5,28	0,01*	3>2,1
	Gruplar içi	10464,55	23,31	449			
	Toplam	10710,75		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	97,36	48,68	2	7,02	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	3114,17	6,94	449			
	Toplam	3211,53		451			
Toplumsal aidiyet toplam	Gruplar arası	4788,16	2394,08	2	6,80	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	158040,45	351,98	449			
	Toplam	162828,61		451			
Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Hiç	154	209,69	2	7,01*	0,03*	3>1
	Biraz	187	224,89				
	Fazla	111	252,54				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Hiç	154	209,80	2	11,03	0,00*	3>2,1
	Biraz	187	220,93				
	Fazla	111	259,06				

Tablo 16’da yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen

puanlarının turizmden ekonomik fayda sağlama değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda turistlerden fazla olarak ekonomik fayda sağlayan katılımcıların toplumsal sorumluluk ve fedakarlık alt boyutu hariç diğer tüm ölçeklerden ve alt boyutlarından aldıkları puanlarının turistlerden ekonomik fayda sağlamayan veya az sağlayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık puanlarına ait post hoc testleri sonuçları incelendiğinde ise turistlerden fazla olarak ekonomik fayda sağlayan katılımcıların puanlarının turistlerden hiç ekonomik fayda sağlamayanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak incelendiğinde turistlerden sağlanan ekonomik fayda arttıkça katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının arttığı söylenebilir.

Temel Geçim Kaynağı Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların temel geçim kaynağı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan İlişkisiz Örneklem için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 17’de yer verilmiştir.

Tablo 17. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların temel geçim kaynağı değişkenine göre kıyaslanması.

T Testi	Grup	N	Ortalama	sd	t	p
Toplumsallık duygusu	Evet	204	33,73	450	2,34	0,02*
	Hayır	248	32,09			
Sosyal adalet ve eşitlik	Evet	204	23,76	450	2,06	0,04*
	Hayır	248	22,82			
Toplumsal ilgi	Evet	204	11,08	450	2,26	0,02*
	Hayır	248	10,51			
Toplumsal aidiyet toplam	Evet	204	111,95	450	2,23	0,03*
	Hayır	248	107,96			
Mann Whithney U Testi	Grup	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	U	p
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Evet	204	239,05	48766,50	22735,50	0,06
	Hayır	248	216,18	53611,50		
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Evet	204	243,28	49629,00	21873,00	0,01*
	Hayır	248	212,70	52749,00		

Tablo 17’de yer verilen İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının turizmin temel geçim kaynağı olması durumu değişkenine göre evet diyenlerin lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Bir başka ifadeyle temel geçim kaynağı turizm olan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları temel geçim kaynağı turizm olmayan katılımcılara göre daha yüksektir. Fakat Tablo 17’de yer verilen diğer bir Mann Whitney U Testi sonucu gözlemlendiğinde katılımcıların toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, puanlarının turizmin temel geçim kaynağı olması durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, temel geçim kaynağı turizm olan ve olmayan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Yaşadığı Yerde Doğma Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaşadığı yerde doğma değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 18’de yer verilmiştir.

Tablo 18. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların yaşadığı yerde doğma değişkenine göre kıyaslanması.

T Testi	Grup	N	Ortalama	sd	t	p
Toplumsallık duygusu	Evet	255	33,85	450	3,35	0,00*
	Hayır	197	31,51			
Sosyal adalet ve eşitlik	Evet	255	23,98	450	3,68	0,00*
	Hayır	197	22,30			
Toplumsal ilgi	Evet	255	10,97	450	1,82	0,07
	Hayır	197	10,51			
Toplumsal aidiyet toplam	Evet	255	112,49	450	3,51	0,00*
	Hayır	197	106,24			
Mann Whithney U Testi	Grup	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	U	p
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Evet	255	240,06	61216,50	21658,50	0,01*
	Hayır	197	208,94	41161,50		
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Evet	255	231,28	58977,00	23898,00	0,35
	Hayır	197	220,31	43401,00		

Tablo 18’de yer verilen İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam puanlarının yaşadığı yerde doğma değişkenine göre yaşadığı yerde doğanların lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Bir başka ifadeyle yaşadığı yerde doğan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanları yaşadığı yerde doğmayan katılımcılara göre daha yüksektir. Fakat Tablo 18’de yer verilen diğer bir Mann Whitney U Testi sonucu gözlemlendiğinde katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının yaşadığı yerde doğma değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$). Diğer bir ifadeyle, yaşadığı yerde doğan ve doğmayan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

İkamet Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis sonuçları aşağıda Tablo 19’da yer verilmiştir.

Tablo 19. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	393,83	78,77	5	1,42	0,22	
	Gruplar içi	24728,73	55,45	446			
	Toplam	25122,55		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	163,12	32,62	5	1,38	0,23	
	Gruplar içi	10547,63	23,65	446			
	Toplam	10710,75		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	30,66	6,13	5	0,86	0,51	
	Gruplar içi	3180,86	7,13	446			
	Toplam	3211,53		451			

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Merkez	179	215,41	5	4,92	0,43	
	Avanos	98	228,06				
	Göreme	30	268,23				
	Uçhisar	30	220,43				
	Ürgüp	83	229,92				
	Diğer	32	241,47				
Toplumsal aidiyet toplam	Merkez	179	216,04	5	7,10	0,21	
	Avanos	98	224,04				
	Göreme	30	281,50				
	Uçhisar	30	234,03				
	Ürgüp	83	223,46				
	Diğer	32	241,81				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Merkez	179	209,50	5	10,34	0,10	
	Avanos	98	223,37				
	Göreme	30	236,93				
	Uçhisar	30	261,40				
	Ürgüp	83	253,69				
	Diğer	32	218,14				

Tablo 19’da yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının ikamet edilen yer değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Diğer bir ifadeyle katılımcıların ikamet yeri fark etmeksizin toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

İkamet Süresi Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet süresi değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskall Wallis sonuçları aşağıda Tablo 20’de yer verilmiştir.

Tablo 20. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların ikamet süresi değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	1289,038	322,260	4	6,04	0,00*	1,2,3<4,5
	Gruplar içi	23833,517	53,319	447			
	Toplam	25122,555		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	466,100	116,525	4	5,10	0,00*	1,2,3<4 1,3<5
	Gruplar içi	10244,650	22,919	447			
	Toplam	10710,750		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	107,716	26,929	4	3,88	0,00*	1,2<4,5
	Gruplar içi	3103,813	6,944	447			
	Toplam	3211,529		451			
Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	0-10	141	205,25	4	14,35	0,01*	1,2<4,5
	11-20	88	208,85				
	21-30	101	228,91				
	31-40	63	263,91				
	41 ve üzeri	59	259,54				
Toplumsal aidiyet toplam	0-10	141	193,94	4	28,14	0,00*	1,2,3<4,5
	11-20	88	210,03				
	21-30	101	225,76				
	31-40	63	277,10				
	41 ve üzeri	59	276,11				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	0-10	141	219,45	4	0,86	0,93	---
	11-20	88	231,24				
	21-30	101	232,09				
	31-40	63	229,08				
	41 ve üzeri	59	223,96				

Tablo 20’de yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının ikamet süresi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda ikamet süresi 31-40 yıl arasında veya 41 yıl ve üzerinde olan katılımcıların toplumsallık duygusu ve toplumsal aidiyet toplam puanlarının ikamet süresi 0-10, 11-20 ve 21-30 yıl arasında olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Toplumsal ilgi ile toplumsal sorumluluk ve fedakârlık puanlarına göre uygulanan post hoc testleri sonuçları incelendiğinde ikamet süresi 31-40 yıl arasında veya 41 yıl ve üzerinde

olan katılımcıların puanlarının ikamet süresi 0-10 ve 11-20 yıl arasında olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öte yandan sosyal adalet ve eşitlik puanlarına uygulanan post hoc testi sonuçları incelendiğinde ikamet süresi 31-40 yıl arasında veya 41 yıl ve üzerinde olan katılımcıların puanlarının ikamet süresi 0-10 ve 21-30 yıl arasında olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ikamet süresi 31-40 yıl arasında olan öğrencilerin de sosyal adalet ve eşitlik puanlarının ikamet süresi 11-20 yıl arasında ikamet edenlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat Tablo 20’de yer verilen diğer bir Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının ikamet süresine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların ikamet süresi fark etmeksizin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Arkadaşlarla İlişki Durumu Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların arkadaşlarla ilişki durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan İlişkisiz Örneklem için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları aşağıda Tablo 21’de yer verilmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların arkadaşlarla ilişki durumu değişkenine göre kıyaslanması.

T Testi	Grup	N	Ortalama	sd	t	p
Toplumsallık duygusu	Orta-kötü	76	29,58	450	-4,25	0,00*
	İyi	376	33,49			
Sosyal adalet ve eşitlik	Orta-kötü	76	22,26	450	-1,94	0,05
	İyi	376	23,45			
Toplumsal ilgi	Orta-kötü	76	9,76	450	-3,66	0,00*
	İyi	376	10,98			
Toplumsal aidiyet toplam	Orta-kötü	76	98,97	450	-5,61	0,00*
	İyi	376	111,95			
Mann Whithney U Testi	Grup	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	U	p
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Orta-kötü	76	144,03	10946,50	8020,50	0,00*
	İyi	376	243,17	91431,50		
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Orta-kötü	76	176,26	13395,50	10469,50	0,00*
	İyi	376	236,66	88982,50		

Tablo 21’de yer verilen İlişkisiz Örneklemeler için t Testi ve Mann Whitney U Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının arkadaşlarla ilişki durumu değişkenine göre ilişkisi iyi olanların lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Bir başka ifadeyle arkadaşlarıyla ilişkisi iyi olan katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları arkadaşlarıyla ilişkisi kötü veya orta olan katılımcılara göre daha yüksektir. Ancak, Tablo 21’de yer verilen diğer bir İlişkisiz Örneklemeler için t Testi sonucu gözlemlendiğinde katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik puanlarının arkadaşlarla ilişki durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, arkadaşlarıyla ilişkisi iyi ve kötü/orta olan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Turistlerle İletişim Değişkenine Göre Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların turistlerle iletişim değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik uygulanan ANOVA ve Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda Tablo 22’de yer verilmiştir.

Tablo 22. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların turistlerle iletişim değişkenine göre kıyaslanması.

ANOVA	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	sd	F	p	Fark
Toplumsallık duygusu	Gruplar arası	831,53	415,76	2	7,70	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	24291,03	54,10	449			
	Toplam	25122,56		451			
Sosyal adalet ve eşitlik	Gruplar arası	175,26	87,63	2	3,74	0,03*	3>2
	Gruplar içi	10535,49	23,46	449			
	Toplam	10710,75		451			
Toplumsal ilgi	Gruplar arası	136,98	68,49	2	10,00	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	3074,55	6,85	449			
	Toplam	3211,53		451			
Toplumsal aidiyet toplam	Gruplar arası	6603,96	3301,98	2	9,50	0,00*	3>2,1
	Gruplar içi	156224,65	347,94	449			
	Toplam	162828,61		451			

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Hiç	81	213,89	2	23,75*	0,00*	3>2,1
	Biraz	217	201,99				
	Fazla	154	267,67				
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Hiç	81	199,82	2	25,67	0,00*	3>2,1
	Biraz	217	207,69				
	Fazla	154	267,04				

Tablo 22’de yer verilen ANOVA ve Kruskall Wallis Testi sonuçları gözlemlendiğinde, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının turistlerle iletişim değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Oluşan farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post hoc testleri sonucunda turistlerle iletişimi fazla olan katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik alt boyutu hariç diğer tüm ölçeklerden ve alt boyutlarından aldıkları puanlarının turistlerle iletişimi hiç olmayan veya az olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sosyal eşitlik ve adalet puanlarına ait post hoc testleri sonuçları incelendiğinde ise turistlerle iletişimi fazla olan katılımcıların puanlarının turistlerle iletişimi hiç olmayanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak incelendiğinde turistlerle iletişim arttıkça katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının arttığı söylenebilir.

4.2. Toplumsal Aidiyetin Turizmi Destekleme Davranışına Etkisine Yönelik Bulgular

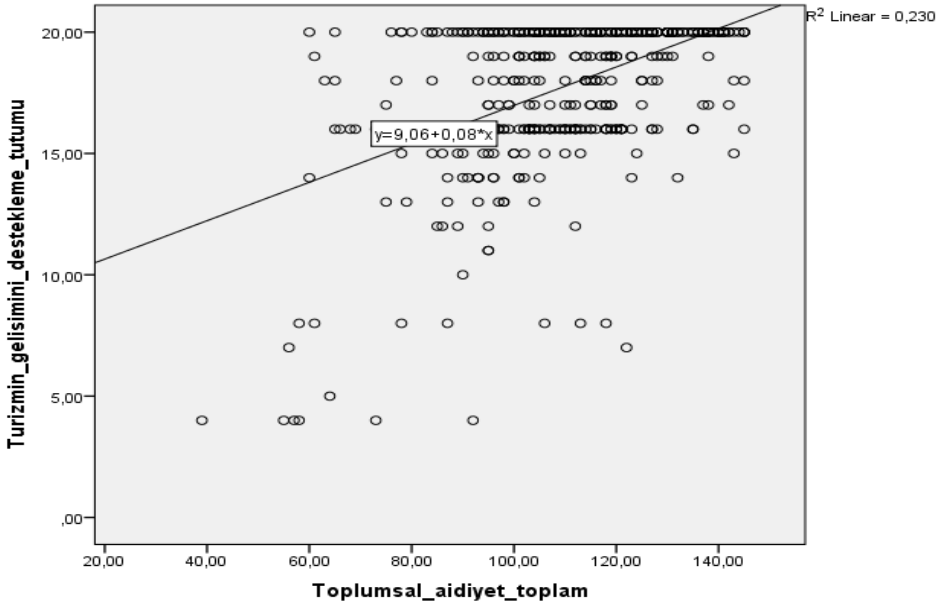
Araştırma kapsamında çalışmaya katılan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlar arasındaki ilişkinin tespit edilmesine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 23’te yer verilmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlar arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonuçları.

	Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum	
	r	p
Toplumsallık duygusu	0,38	0,00*
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	0,49	0,00*
Sosyal adalet ve eşitlik	0,33	0,00*
Toplumsal ilgi	0,31	0,00*
Toplumsal aidiyet toplam	0,48	0,00*

Tablo 23'te yer verilen korelasyon analizi sonuçları gözlemlendiğinde katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları ile toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakarlık, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanları arasında pozitif yönde orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğu saptanmıştır. Bir başka ifadeyle katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanları arttıkça turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının da arttığı söylenebilir. Korelasyonların anlamlı çıkması sonucunda katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam ve alt boyutlarının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisini incelemek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Bu bağlamda öncelikle katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam puanının turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisini incelemek amacıyla tek bir bağımsız değişken olduğu için basit regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle doğrusallık varsayımının test edilmesi için katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarına ait incelenen saçılma diyagramı Şekil 8'de yer almaktadır.

Şekil 8. Katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarına ait incelenen saçılma diyagramı



Şekil 8’de görüldüğü üzere katılımcıların toplumsal aidiyet ölçeği toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarına ait değerlerin çoğunlukla bir regresyon eğrisi üzerinde toplandığı dolayısıyla doğrusallığın sağlandığı söylenebilir. Basit regresyona ait tüm varsayımların sağlandığı ancak daha öncesinde de ifade edildiği üzere bağımlı değişkenin normal dağılım göstermediği için bootstrapt metoduna göre uygulanan basit regresyon analizi sonuçları Tablo 24’te yer verilmiştir.

Tablo 24. Basit regresyon analiz sonuçları

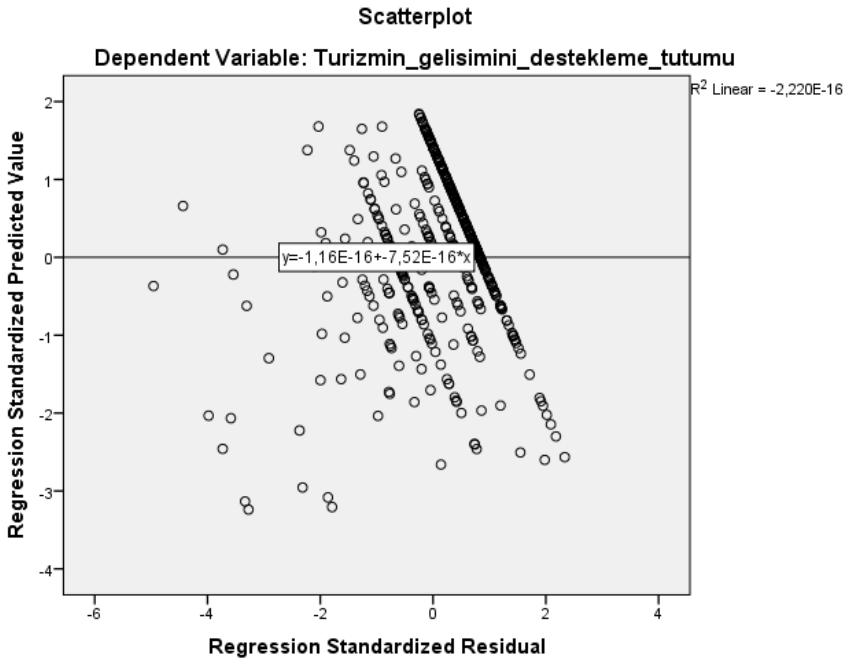
Değişken	B	Standart Hata _B	β	t	p
Sabit	9,06	,76		11,903	,000
Toplumsal aidiyet toplam	,10	,01	,48	11,587	,000
R=0,48, R2=0,24					
F(1,450)=134,24, p=0,00					

Tablo 24’te Basit Regresyon Analiz sonuçları incelendiğinde toplumsal aidiyetin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir ($R=0,48$, $R^2=0,24$, $F(1,450)=134,24$). Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutuma ait toplam varyansın %24’ünün toplumsal aidiyet ile açıklanabileceği söylenebilir. Regresyon katsayıları incelendiğinde toplumsal aidiyet puanları arttıkça turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları da artmaktadır.

Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum= $9,06+0,10*\text{toplumsal aidiyet}$

Araştırmaya katılım sağlayan katılımcıların Toplumsallık duygusu, Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, Sosyal adalet ve eşitlik ile Toplumsal ilgi alt boyutlarından aldıkları puanların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlar üzerindeki etkisini incelemek amacıyla birden fazla bağımsız değişken olduğu için çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle uç değerlerin belirlenmesi ve bu değerlerin veri dosyasından çıkarılması amacıyla mahalanobis değerleri hesaplanmıştır. Bu doğrultuda bağımsız değişken sayısı dört olduğu için serbestlik derecesi 3 ve önem düzeyi tutucu olması açısından .001 olarak ele alınarak belirlenen Ki-kare (16.268) değerinden büyük Ki-kare değerine sahip 8 kişiye ait veri çoklu regresyon analizinden çıkarılarak 444 kişiye ait veri ile çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu doğrusal regresyonun diğer varsayımları arasında yer alan doğrusallık için standartlaştırılmış tahmini değerler ile standartlaştırılmış hata değerleri arasındaki incelenen grafik Şekil 9'da yer almaktadır.

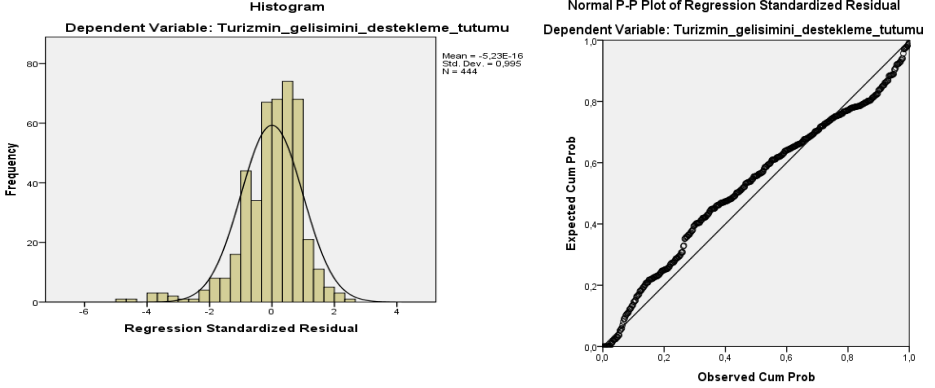
Şekil 9. Standartlaştırılmış tahmini değerler ile standartlaştırılmış hata değerleri arasındaki incelenen grafik



Şekil 9'da yer alan standartlaştırılmış tahmini değerler ile standartlaştırılmış hata değerleri arasındaki saçılma grafiği incelendiğinde bu değerlerin bir doğru etrafında toplanma eğiliminde olduğu yani doğrusallığı sağladığı görülmektedir.

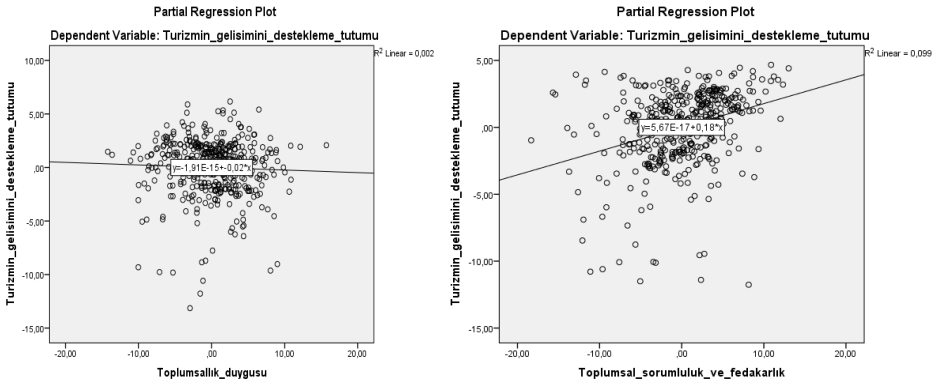
Normalliğe ait varsayımın incelenmesi amacıyla oluşturulan standardize edilmiş yordanan değerlere ait histogram ve normal dağılım eğrileri Şekil 10'da yer verilmiştir.

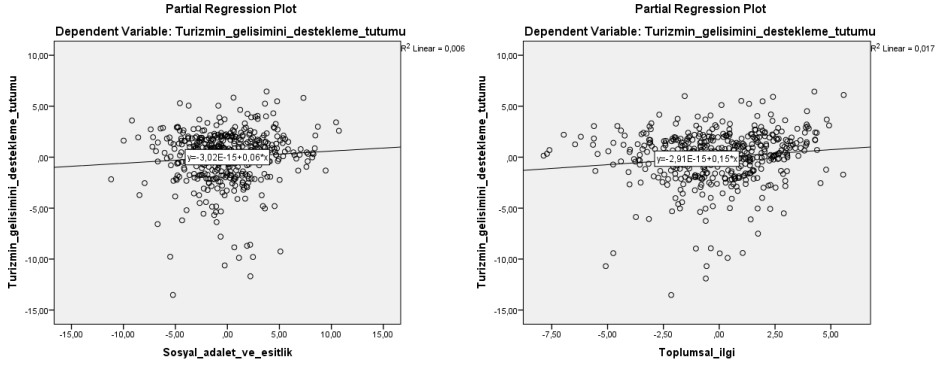
Şekil 10. Normalliğe ait varsayımın incelenmesi amacıyla oluşturulan standardize edilmiş yordanan değerlere ait histogram ve normal dağılım eğrileri



Şekil 10'da yer verilen standardize edilmiş yordanan değerlere ait histogram ve normal dağılım eğrileri incelendiğinde normale yakın bir dağılımın mevcut olduğu söylenebilir. Öte yandan bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki doğrusallığın incelenmesinde ait saçılma grafikleri de Şekil 11'de yer almaktadır.

Şekil 11. Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki doğrusallığın incelenmesine ait saçılma grafikleri





Şekil 11’de yer alan bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki grafikleri incelendiğinde bağımlı değişkene ait değerler ile bağımsız değişkene ait değerler arasındaki saçılma grafiği incelendiğinde bu değerlerin bir doğru etrafında toplanma eğiliminde olduğu yani doğrusallığı sağladığı görülmektedir. Çoklu regresyon analizinde incelenmesi gereken varsayımlardan biri de çoklu bağlantılılıktır. Bu amaçla hesaplanan bir bağımsız değişkenle ilgili olarak diğer bağımsız değişkenlerin açıklayamadıkları varyans değeri olan tolerans değeri, varyans büyütme faktörü (VIF) ve durum indeksi (CI) değerleri Tablo 25’te yer almaktadır.

Tablo 25. Tolerans değeri, varyans büyütme faktörü ve durum indeksi değerleri

	Tolerans	VIF	CI
Toplumsallık duygusu	,36	2,79	11,28
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	,44	2,27	14,38
Sosyal adalet ve eşitlik	,54	1,86	17,47
Toplumsal ilgi	,82	1,22	24,16

Tablo 25’te yer alan değerler incelendiğinde tolerans değerlerinin .20’den büyük, VIF değerinin 10’dan küçük ve CI değerinin ise 30’dan küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda değişkenler arasında bir çoklu bağlantılılık sorununun olmadığı söylenebilir. Çoklu regresyona ait tüm varsayımların sağlandığı ancak daha öncesinde de ifade edildiği üzere bağımlı değişkenin normal dağılım göstermediği için bootstrapt metoduna göre uygulanan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 26’da yer almaktadır.

Tablo 26. Çoklu regresyon analiz sonuçları

Değişken	B	Standart Hata _B	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit	7,92	,83		9,56	,00		
Toplumsallık duygusu	-,02	,03	-,06	-,84	,40	,37	-,04
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	,18	,03	,43	6,94	,00	,49	,31
Sosyal adalet ve eşitlik	,10	,04	,09	1,63	,10	,33	,08
Toplumsal ilgi	,15	,05	,13	2,74	,01	,31	,13
R=0,51, R ² =0,26							
F(4,439)=38,10, p=0,00							

Tablo 26’da yer alan sonuçlara göre bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde, Toplumsallık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum arasında pozitif ve orta düzey bir ilişkinin ($r=0,37$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki ilişkinin $-0,04$ olarak hesaplandığı görülmektedir. Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum arasında ise pozitif ve orta düzey bir ilişkinin ($r=0,49$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki ilişkinin $0,31$ olarak hesaplandığı görülmektedir. Sosyal adalet ve eşitlik ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlar arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=-0,33$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki ilişkinin $0,08$ olarak hesaplandığı görülmektedir. Toplumsal ilgi ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum arasında ise pozitif ve orta düzey bir ilişkinin ($r=0,31$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki ilişkinin $0,13$ olarak hesaplandığı görülmektedir.

Analiz sonuçları incelendiğinde toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ve toplumsal ilgi birlikte, öğrencilerin okuduklarını anlama puanları ile orta düzeyde anlamlı bir ilişki vermektedir. ($R=0,51$, $R^2=0,26$, $F(3,86)=74,343$). Dört değişken birlikte turizm gelişimi desteğine ilişkin tutuma ait toplam varyansın %26’sını açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayılarına göre, bağımsız değişkenlerin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum üzerindeki görece önem sırası; Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal ilgi, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsallık duygusudur. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına göre Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal ilgi değişkenlerinin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum üzerinde anlamlı bir yordayıcı oldukları görülmektedir. Toplumsallık duygusu, Sosyal adalet ve eşitlikte ise anlamlı bir

etkiye sahip değildir. Regresyon analizi sonuçlarına göre elde edilen eşitlik ise aşağıdaki gibidir.

Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum =7,92+0,18* Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık +0,15* Toplumsal ilgi

4.3. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

No	Hipotez	Sonuç
H1	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.	Desteklendi
H1 ₁	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsallık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.	Desteklendi
H1 ₂	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal sorumluluk ve fedakârlık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.	Desteklendi
H1 ₃	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan sosyal adalet ve eşitlik duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.	Desteklendi
H1 ₄	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal ilgi duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arasında ilişki vardır.	Desteklendi
H2	Katılımcıların toplumsal aidiyetlerinin turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H2 ₁	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsallık duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H2 ₂	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H2 ₃	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan sosyal adalet ve eşitlik duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H2 ₄	Toplumsal aidiyetin alt boyutu olan toplumsal ilgi duygusu ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H3	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.	Desteklendi
H3 ₁	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₂	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, yaşlarına/kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₃	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₄	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₅	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, mesleğine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₆	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, aylık gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₇	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, anne ve babanın (sağ, vefat, birlikte, boşanma) durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₈	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, annenin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₉	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, babanın eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi

H3 ₁₀	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, turizmden ekonomik olarak fayda sağlamasına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₁	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, temel geçim kaynağının turizm olmasına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₂	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, yörede doğma durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₃	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, ikamet ettiği yere göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₄	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₅	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, arkadaşlık ilişkisi duruma göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3 ₁₆	Katılımcıların toplumsal aidiyetleri, turistlerle iletişim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.	Desteklendi
H4 ₁	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4 ₂	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları yaşlarına/kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₃	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₄	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₅	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları mesleğine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₆	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları aylık gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₇	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları anne ve babanın (sağ, vefat, birlikte, boşanma) durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₈	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları annenin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₉	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları babanın eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₁₀	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları turizmden ekonomik olarak fayda sağlamasına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4 ₁₁	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları temel geçim kaynağının turizm olmasına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4 ₁₂	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları yörede doğma durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₁₃	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları ikamet ettiği yere göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4 ₁₄	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4 ₁₅	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları arkadaşlık ilişkisi duruma göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4 ₁₆	Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumları turistlerle iletişim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerin ilkel toplumlardan günümüz modern toplumlara değin en temel gereksinimlerinden olan birlikte yaşama güdüsü, insanın sosyal bir varlık olduğunun delillerindedir. Bireylerin birlikte ve ortak bir amaç uğruna hareket etmesi doğrultusunda hayatlarının kolaylaştığı aksi durumda ise zorlaştığı bilinmektedir. İlk çağlarda bireylerin beslenme, barınma ve güvenlik gereksinimlerini gidermek amacıyla bir arada yaşaması gerektiği, ileriki süreçlerde ise bir arada yaşama gereksinimlerine farklı unsurlarda eklenmiştir. Bu unsurlar gelenekler ve görenekler, normlar, din, ortak değerler ve tarihsel geçmiş olarak belirtilebilir. Dile getirilen tüm bu unsurların toplumsal yapı ile ilişkili olduğudur. Birlikte yaşamak, bireyin diğer bireylerle kurmuş olduğu sosyal ilişki ve bu ilişki doğrultusunda bireyler arasında sürekliliği temsil etmekle birlikte aynı zamanda birbirlerine olan bağlılıklarını da kaçınılmaz hale getirmektedir. Bir toplumda yaşayan bireylerin aidiyetleri ve bir arada yaşama güdülerini toplumsal yapıdaki değişikliklerin ve dönüşümlerin incelenmesi doğrultusunda anlaşılabilir.

Geleneksel toplumlarda topluma aidiyet duygusu bireysel olarak bir umut iken modernleşmenin etkisiyle güvene dönüşmüştür. Geleneksel toplumlar homojen bir yapıya sahip olmasından dolayı bireysel beklenti ve gereksinimler çok farklılık göstermemektedir. Sosyal ilişkilerin sade, toplum içerisinde bulunan bireylerin görevlerinin belirgin olduğu, sosyal değişimin nadir olduğu ve ortak iradenin güçlü olduğu görülmektedir. Bu toplumlara Durkheim ‘mekanik dayanışma’, Tönnies ‘gemeinschaft(topluluk)’ ve Cooley ise ‘birincil grup’ olarak adlandırmaktadır. Bu doğrultuda bireylerin, toplumlarının onlarla ilgileneceğine dair bir “umutları” vardı. Fakat ülkeler veya toplumlar arasındaki sınırların kaldırılmasına sebebiyet veren küreselleşme olgusunun gün geçtikçe etkisinin arttığı, teknolojik gelişmelerin, farklı toplumsal hareketlerin ve bu hareketlilikle birlikte farklı kimliklerin etkisinin arttığı, modern toplumların çoğalmasıyla birlikte heterojen bir yapıya dönüşmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu dönüşüme Durkheim ‘organik dayanışma’, Tönnies ise ‘Gesellschaft(toplum)’ olarak adlandırmıştır. Bu toplumsal değişimler, bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarını artırmakta ve farklılaştırmaktadır. Beklentilerin ve ihtiyaçların karşılanmaması durumunda ise karşı tepkilerin meydana gelmesine zemin hazırlamaktadır. Artık günümüzde bireyler aidiyet beslediği topluma, yöneticilerine, sistemlerine, kurum ve kurallarına güvenmek istemektedirler. Güven duygusunun belirgin olduğu günümüz toplumları bireyleri bir arada tutmak için çeşitli ortak noktalar oluşturmaktadır.

Turizm faaliyetinin yaşandığı destinasyonlarda, paydaşların turizmin gelişimine ilişkin destekleri oldukça önemlidir. Bu paydaşlar içerisinde en önemli olanı ise yerel halktır. Yerel halkın turizm faaliyetini olumlu algılamaları doğrultusunda gelişimini destekleme tutumlarının da olumlu olacağı fakat olumsuz algılamalarından ötürü ise turizm gelişimine olan desteğinde olumsuz tutumlar meydana getirecektir. Destinasyonda yaşayan yerel halkın bölgedeki turizme karşı tutumları turizmin gelişimine yönelik planlamalardan, turist memnuniyetine değin birçok unsuru etkilemektedir. Yerel halkın yaşadığı topluma aidiyet hissetmesinden dolayı oluşan güven, birliktelik, dayanışma ve fedakârlık unsurlarının bireyleri ortak bir noktada buluşturması ve toplumlarının devamlılığı için önem teşkil etmektedir. Bu doğrultuda destinasyonu ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerini de önemli ölçüde etkileyebilir. Toplum içerisinde yaşayan bireylerin yani yerel halkın birbirlerine, kurumlara ve sistemlere güven duyması, ekonomik fayda sağlamasıyla birlikte yaşam memnuniyetinin ve topluluğa aidiyetin artması söz konusudur. Bu bilgilerden yola çıkarak yerel halkın toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin yüksek olması durumunda bölgede gerçekleşen turizm faaliyetinin gelişimine olan desteklerinin de artacağı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ulaşılan sonuçlar kısaca aşağıda belirtilmiştir:

Cinsiyet; araştırmaya katılan katılımcıların turizmin gelişimini destekleme tutumu ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanların cinsiyet değişkenine göre erkeklerin lehine olacak şekilde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p < 0,05$). Erkek katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi destekleme tutumu puanları kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yaş; katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam puanlarının yaş arttıkça yükseldiği söylenebilir. Katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$). Yani, katılımcıların yaşları fark etmeksizin turizmin gelişimini destekleme tutumu puanları benzerlik göstermektedir.

Medeni durum; evli katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanları bekâr katılımcılara göre daha yüksektir. Ancak, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p > 0,05$).

Çalışmaya katılan evli ve bekâr katılımcıların turizmin gelişimini destekleme tutumu puanları benzerlik göstermektedir

Eğitim durumu; katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının eğitim düzeyi arttıkça düştüğü söylenebilir. Ancak, katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların eğitim düzeyi fark etmeksizin toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

Meslek; katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının meslek değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Katılımcıların toplumsal ilgi, toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$).

Aylık gelir düzeyi; gelir düzeyi orta olan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının gelir düzeyi düşük olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak, katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$).

Anne ve babanın durumu; annesi ve babasından biri veya ikisi vefat etmiş katılımcıların toplumsallık duygusu puanlarının anne ve babası sağ ve birlikte veya ayrı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanlarına göre anne ve babasının her ikisini de kaybetmiş katılımcıların puanlarının anne ve babasından biri yaşayan ya da anne ve babasının her ikisinin de yaşadığı ayrı veya birlikte olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak, katılımcıların sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının anne baba birliktelik durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$).

Anne eğitim durumu; katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının anne eğitim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Ancak, katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının anne eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifadeyle eğitim seviyesi arttıkça toplumsal aidiyetin azaldığı görülmüştür.

Baba eğitim durumu; katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının baba eğitim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). Ancak, katılımcıların toplumsal ilgi ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının baba eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Babanın eğitim seviyesi arttıkça toplumsal aidiyetin azaldığı görülmüştür.

Turizmin gelişiminden ekonomik fayda sağlama durumuna göre; turizmden fazla olarak ekonomik fayda sağlayan katılımcıların toplumsal sorumluluk ve fedakârlık alt boyutu hariç diğer tüm ölçeklerden ve alt boyutlarından aldıkları puanlarının turizmden ekonomik fayda sağlamayan veya az sağlayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Genel olarak incelendiğinde turizmden sağlanan ekonomik fayda arttıkça katılımcıların turizmin gelişimini destekleme tutumu ölçüğü ile toplumsal aidiyet ölçüğünün tümünden ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının arttığı söylenebilir.

Temel geçim kaynağı turizm durumuna göre; temel geçim kaynağı turizm olan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları temel geçim kaynağı turizm olmayan katılımcılara göre daha yüksektir.

Bölgede doğma durumuna göre; yaşadığı yerde doğan katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanları yaşadığı yerde doğmayan katılımcılara göre daha yüksektir. Ancak, katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının yaşadığı yerde doğma değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Bir diğer ifadeyle, yaşadığı yerde doğan ve doğmayan katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

İkamet yerine göre; katılımcıların ikamet yeri fark etmeksizin toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları benzerlik göstermektedir.

İkamet süresine göre; katılımcıların toplumsallık duygusu, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık ile toplumsal aidiyet toplam puanlarının ikamet süresi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0,05$). İkamet süresi arttıkça toplumsal aidiyet duygusunun da arttığı gözlemlenmiştir. Fakat katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının ikamet süresine göre istatistiksel

olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Bir diğer ifadeyle, katılımcıların ikamet süresi fark etmeksizin turizmin gelişimini destekleme tutumu puanları benzerlik göstermektedir.

Arkadaşlık durumuna göre; arkadaşlarıyla ilişkisi iyi olan katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal ilgi, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, toplumsal aidiyet toplam ve turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanları arkadaşlarıyla ilişkisi kötü veya orta olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Turistlerle iletişim seviyesine göre; turistlerle iletişim arttıkça katılımcıların turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum ölçeği ile toplumsal aidiyet ölçeğinin tümünde ve alt boyutlarından elde edilen puanlarının arttığı söylenebilir.

Turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum; katılımcıların toplumsallık duygusu, toplumsal sorumluluk ve fedakârlık, sosyal adalet ve eşitlik, toplumsal ilgi ve toplumsal aidiyet toplam puanları arttıkça turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum puanlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler;

Araştırmacılara: Bu çalışmada, kültür turizminin yaşandığı destinasyonlardan biri olan Kapadokya bölgesi araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Toplumsal aidiyet ve turizm alanında çalışma yapmak isteyen araştırmacılara tavsiye olması amacıyla hüzün turizminin yaşandığı destinasyonlar incelenebilir veya hüzün turizminin yaşandığı destinasyon ile diğer destinasyonların kıyaslanması araştırma konusu anlamında önem arz edebilir. Hüzün turizminin yaşandığı destinasyonlarda bireylerin toplumsal aidiyet düzeylerinin diğer destinasyonlardaki bireylerin aidiyetlerinin farklılık gösterdiği, hüzün turizminin yaşandığı destinasyonda toplumsal aidiyetin yüksek olma ihtimali varsayılabilir. Bir diğer öneri ise araştırmamızda yerli halk esas alınmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda turizm faaliyetine katılan turistlerin toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin tespit edilmesi hem yaşamış olduğu bölge için hem de destinasyon için fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Turistin yaşamış olduğu topluma karşı aidiyeti düşük olması durumunda turizm faaliyetine itme durumu söz konusu olabilmektedir. Kısacası aidiyet veya aidiyet yoksunluğu itme ve çekme unsurlarını meydana getirebilmektedir.

Paydaşlara: Destinasyonda yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin yüksek olması hem bireyler açısından hem de toplum açısından pozitif yönde etki sağlayacaktır. Topluluğun ve bireylerin karşılıklı sorumluluk bilincine sahip olması aidiyeti arttırdığı gibi yaşanılan yerde var olan somut ve soyut tüm varlıklara karşı bilinçlenme meydana geleceği gibi bu unsurlara

ayrıca sahip çıkılacaktır. Bireylerin topluma aidiyet duygusunun yükselmesinde önemli faktörlerin arasında bulunan, kurumlara olan güven ve ekonomik fayda sağlaması durumunda bireyin aidiyeti artacaktır. Bu doğrultuda bireye düşen sorumluluk gibi paydaşlara da sorumluluklar düşmektedir. Bireyler ve kurumlar sorumluluklarını yerine getirdikleri takdirde bölgesel kalkınmaya olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Acuner, E., Küçük, K., Keskin, C., & Ergin, E. (2021). Yerel Halkın Turizme İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma: Huser Yaylası Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 266-283.
- Akın, Mahmut H. (2009). Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik / Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Konya.
- Akın, Mahmut H. (2015). Toplumsallaşma Sözlüğü (2.Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Akın, Mahmut H. (2020). Bir Kültür Bilimi Olarak Sosyoloji Ve Kültür Sosyolojisi. (Editör: Köksal Alver ve Necmettin Doğan). *Kültür Sosyolojisi* (2.Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Akoğlu, T. (1971). *Turizm: Dünyada Ve Bizde Dünü Ve Bugünü*. İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Akyol, Ö. (2019). Yere Aidiyetin Çevreyi Algılama Ve Anlamlandırmaya Etkisi Üzerine Hasköy Bölgesinde Bir İnceleme. *International Journal Of Social And Humanities Sciences*, 3(1), 69-82.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The Impact Of Tourism Development On Residents' Perceptions Of Community Life. *Journal Of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Alptekin, D. (2011). Toplumsal Aidiyet Ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Altıntaş, V. (2010). Turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkileri: Alanya bölge modeli. Doktora Tezi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Anastasopoulos, P. G. (1992). Tourism And Attitude Change: Greek Tourists Visiting Turkey. *Annals Of Tourism Research*, 19(4), 629-642.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions On Tourism Impacts. *Annals Of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ataman, D., & Özer, Ö. (2020). Mardin Yerel Halkının Turizm Algısının Turizmi Destekleme Niyeti Üzerindeki Etkisi1. *Journal Of Hospitality And Tourism Issues*, 2(2), 203-215.
- Atsız, O., Kahraman, O. C., & Beşcanlar, S. (2022). Kırsal destinasyonda yerel halkın yer kimliği algısının turizmin gelişimine desteği: İkamet edilen sürenin rolü. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(2), 190-203.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi* (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ayazlar, G., & Ayazlar, R. A. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu Ve Yaşam Tatmininin Rolü/The Role Of Sense Of Belonging And Life Satisfaction On Local People's Attitude Towards Tourism Effects. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Aydın, A. (2003). *Gelişim Ve Öğrenme Psikolojisi* (4. Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aydın, B. (2016). *Toplumsal Dışlanma Ve Aidiyet Kısılcığında Bağımlı Gençlik: Konya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aydoğdu, H. (2018). Fenomenoloji ve bilimler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 1291-1322.
- Aytaç, Ö. (2013). Kent mekânları ve kimlik/farklılık sorunu. *İdealkent*, 4(9), 138-169.
- Azar, B. (2013). Bir Aidiyet İfadesi: Bize Harputlu Derler. *Geçmişten Geleceğe Harput Sempozyumu*, 23-25 Mayıs Elazığ 2013, 193-200.
- Babu, V., & Munjal, S. (2015). Oachira Panthrandu Vilakku: A Study Of A Culturally Embedded Festival Aligned With Economic Benefits. *Worldwide Hospitality And Tourism Themes*, 7(4), 403-416.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2018). *Turizm Ekonomisi*, (8. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baş, B. (2021). *Yerel Halkın Turizm Algısının Turizme Verilen Desteğe Etkisinin Belirlenmesi: Tr21 Bölgesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Bauman, Z. (2021). *Kimlik* (5.Baskı). Mesut Hazır (Çev.), Ankara: Heretik Yayınları.
- Bauman, Z., & May, T. (2019). *Sosyolojik Düşünmek* (21. Baskı). Akın Emre Pilgir (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need To Belong: Desire For Interpersonal Attachments As A Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497.
- Baumeister, R. F., & Tice, D. M. (1990). Point-Counterpoints: Anxiety And Social Exclusion. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 9(2), 165-195.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The Perceived Impact Of Tourism By Residents A Case Study İn Santa Marta, Colombia. *Annals Of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- Bilgin, N. (1990). Fiziksel mekândan insani ya da insanlı mekâna. *Mimarlık Dergisi*, 90(3), 62-65.
- Bilgin, N. (1999). *Kollektif Kimlik* (2. Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Bilgin, N. (2016). Sosyal Psikoloji Sözlüğü (3. Baskı). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Boley, B. B. (2013). Sustainability, Empowerment, And Resident Attitudes Toward Tourism: Developing And Testing The Resident Empowerment Through Tourism Scale (Rets) (Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute And State University).
- Bottomore, T. B. (2015). Toplum Bilim. Ünsal Oskay (Çev.), İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A Segmentation Analysis Of Resident Attitudes To The Social Impact Of Tourism. *Annals Of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Butler, R. W. (1980). The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Buzlukçu, C. (2020). Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu Ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi. Basılmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (19. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Caneday, L., & Zeiger, J. (1991). The Social, Economic, And Environmental Costs Of Tourism To A Gaming Community As Perceived By Its Residents. *Journal Of Travel Research*, 30(2), 45-49.
- Chen, J. S. (2000). An Investigation Of Urban Residents' Loyalty To Tourism. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 24(1), 5-19.
- Cornford, F. M. (2020). Sokrates Öncesi Ve Sonrası (6. Baskı). A. M. Celal Şengör Ve Senem Onan (Çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Çağırkan, B. (2018). Modernizm Ve Postmodernizm Bağlamında Milliyetçiliğin Aidiyet Algısı Üzerine Etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 387-392.
- Çağırkan, B. (2019). Çokkültürlü Toplumsal Yapılarda Değişen Aidiyet Algıları: Yeni Toplumlar, Yeni Aidiyetler. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 558-573.
- Çakı, C. (2019). Koruma Altındaki Çocuklarda Sosyal Aidiyet Ve Güven. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Çalışkan, U., & Özer, Ö. (2022). Turizm Çeşidi ve Destinasyonun Gelişmişliği ile Yerel Halkın Algıları ve Destek Tutumları Arasındaki İlişki: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 28-52.
- Çetin, N. (2021). Toplumsal Aidiyet Kapsamında Benimsenmiş Ve Kimlik Temsili Sorumluluğunu Üstlenmiş Görsel Göstergeler. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (9), 240-258.
- Çiçek, D., & Sarı, Y. (2018). Yerel halkın turizme olan desteği: Türkiye'deki sakin şehirler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 185-196.
- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1986). Measurement Of Sense Of Community Within The Sphere Of City 1. *Journal Of Applied Social Psychology*, 16(7), 608-619.
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting Local Residents By Their Attitudes, Interests, And Opinions Toward Tourism. *Journal Of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* University of California Press. Berkeley CA.
- Doğan, Hasan Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri (2.Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ekici, M. (1999). Halk, Halk Bilimi Ve Halk Bilgisi Üzerine Bir Deneme. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 3(2), 183-191.
- Ekici, R., & Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3).
- Eralp, Z. (1974). *Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Erciş, S. (2018). Gençlerin Kültürel Değer Algılarının Toplumsal Aidiyet Algıları Üzerindeki Etkileri: Etnosporlarla İlgilenimin Moderatör Rolü. *Ekev Akademi Dergisi*, (74), 309-323.
- Ergun, D. (2000). *Kimlikler Kıskaçında Ulusal Kişilik*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Eroğlu, F. (2017). *Davranış Bilimleri (15.Baskı)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Erul, E., & Uslu, A. (2022). Yerel Halkın Turizm Gelişmelerini Destekleme Niyeti: Manavgat Örneği (Residents'). *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 10(1), 610-626.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A Framework For Monitoring Community Impacts Of Tourism. *Journal Of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.

- Fromm, E. (1982). *Sevme Sanatı* (2. Baskı). Nurdan Sosyal (Çev.), İstanbul: Say Yayınları.
- Fromm, E. (2018). *İtaatsizlik Üzerine* (5. Baskı). Nurdan Sosyal (Çev.), İstanbul: Say Yayınları.
- Goffman, E. (2021). *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar* (6.Baskı). Ş. Geniş, L. Ünsaldı, S.N. Ağırnaslı (Çev.), Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Güler, Ş. (1978). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Turizm Ve Tanıtma Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Günay, Ü. (2020). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Güngör, E. (2020). *Ahlak Psikolojisi Ve Sosyal Ahlak*. İstanbul: Yer-Su Yayıncılık.
- Güvenç, B. (2018). *İnsan Ve Kültür* (13. Baskı). İstanbul: Boyut Yayınları.
- Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Literature Review With Implications For Tourism Planning. *Journal Of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Hewstone, M., & Greenland, K. (2000). Intergroup Conflict. *International Journal Of Psychology*, 35(2), 136-144.
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place Attachment: Conceptual And Empirical Questions. *Journal Of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Iroegbu, H., & Chen, J. S. (2001). Urban Residents' Reaction Toward Tourism Development: Do Subgroups Exist?. *Tourism Analysis*, 6(2), 155-161.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance Effects On Residents' attitudes Toward Tourism. *Annals Of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A Theoretical Analysis Of Host Community Resident Reactions To Tourism. *Journal Of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2020). *Dünden Bugüne İnsan Ve İnsanlar / Sosyal Psikolojiye Giriş* (23. Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karacaoğlu, S., & Birdir, K. (2018). Sosyo-Demografik Ve Sosyo-Ekonomik Açından Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum Ve Desteği. *Journal Of International Social Research*, 11(55).
- Kavalcıoğlu, N. (2021). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Atlı Etnospor Faaliyetlerinin Toplumsal Aidiyet Yönünden Değerlendirilmesi: Türkiye Kazakistan Karşılaştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

- Keskin, R., & Pakdemirli, M. N. (2016). Mesleki Aidiyet Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme, Geçerlilik Ve Güvenirlik Çalışması. *Journal Of International Social Research*, 9(43).
- Kılıç, İ. (2020). Toplumsal Taşıma Kapasitesinin, Turizmin Gelişimine Yönelik Destek Üzerindeki Etkisinde, Toplumsal Katılımın Ve Yaşam Kalitesinin Rolü. Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kim, K. (2002). The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community (Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute And State University).
- Kodaş, D., Öztürk, E., & Deniz, S. (2021). Turizmin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algıları, Turizm Gelişim Desteği Ve Yaşam Tatmini İlişkisi: Mardin Odaklı Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613-2629.
- Korça, P. (1998). Resident Perceptions Of Tourism In A Resort Town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212.
- Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1980). Sosyal Psikoloji, Erol Güngör (Çev.), İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Kulualp, H. G., & Karadağ, D. (2019). Davranış Bilimleri Açısından Halkın Turizmin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Algısını Etkileyen Faktörler: Akçakoca Örneği. *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 40-62.
- Kulualp, H. G., & Sarı, Ö. (2019). Destekleme Davranışı Ve Sosyal Değişim Teorisi Kapsamında Kırsal Turizmin Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643-666.
- Kuşat, A. (2003). Bir Değerler Sistemi Olarak “Kimlik” Duygusu Ve Atatürk. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 45-61.
- Kutay Karaçor, E. L. (2012). Kentsel Peyzajda Yaşam Kalitesinin Kentsel Bellek Ve Yer Kavramı İle Etkileşimi: Düzce Kent Merkezi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Düzce Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Düzce.
- Leary, M. R. (1990). Responses To Social Exclusion: Social Anxiety, Jealousy, Loneliness, Depression, And Low Self-Esteem. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 9(2), 221-229.
- Lefebvre, H. (2014). Mekânın üretimi (2.Baskı), Işık Ergüden (Çev.), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Levett-Jones, T., Lathlean, J., Maguire, J., & Mcmillan, M. (2007). Belongingness: A Critique Of The Concept And Implications For Nursing Education. *Nurse Education Today*, 27(3), 210-218.
- Maalouf, A. (2021). Ölümcül Kimlikler (54.Baskı). Aysel Bora (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Macionis, J. J. (2017). Kültür. Tacoğlu, T.P (Çev.), (Editör: Vildan Akan). Sosyoloji. Ankara: Nobel Yayınları, Ss. 57-85.
- Macionis, J. J. (2017). Toplum. Tacoğlu, T.P (Çev.), (Editör: Vildan Akan). Sosyoloji. Ankara: Nobel Yayınları, Ss. 87-110.
- Marx, K. (2018). Yabancılaşma. Barışta Erdost (Çev.), Ankara: Sol Yayınları.
- Mccool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community Attachment And Attitudes Toward Tourism Development. *Journal Of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Mccool, S. F., & Moisey, R. N. (1996). Monitoring Resident Attitudes Toward Tourism. *Tourism Analysis*, 1(1), 29-37.
- Mcmillan, D. (1996). "Sense Of Community", *Journal Of Community Psychology*, Vol. 24, No. 4, S. 315-325.
- Mcmillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense Of Community: A Definition And Theory. *Journal Of Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives Of A World Heritage Site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals Of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Nunkoo, R., Smith, S. L., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' Attitudes To Tourism: A Longitudinal Study Of 140 Articles From 1984 To 2010. *Journal Of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
- Olalı, H. (1966). Turizm Dersleri. İzmir: İzmir iktisadi ve Ticari ilimler Akademisi Turizm Enstitüsü Yayınları. No:2.
- Olalı, H., Nazilli, S., Kırıcıoğlu, N., & Sümer, M. (1983). Dış Tanıtım Ve Turizm, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Osterman, K. F. (2000). Students' Need For Belonging İn The School Community. *Review Of Educational Research*, 70(3), 323-367.
- Ozankaya, Ö. (1991). Toplumbilim (7. Baskı). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Özbek, Ç., & Şahan, İ.E. (2016). Yabancı Yerleşimcilerin Toplumsal Aidiyetlerinin Yerelde Kurulma Pratikleri: The Post Gazetesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38), 159-182.
- Özdemir, M. (1998). Turizme Fiske Taşları, Ankara: Anatolia Dergisi Yayınları.
- Özkalp, E. (2000). Türkiye'de Yönetim Ve Gelişen Kültür Boyutu. *Anadolu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 469-488.
- Özkalp, E. (2021). Sosyolojiye Giriş (30. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Özyurt, M. P. (2018). Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Bireysel Ve Toplumsal Yaşam Kalitesi Üzerine Etkilerinin İncelenmesi. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). Loneliness: A Sourcebook Of Current Theory, Research And Therapy. John Wiley & Sons Inc, New York.

- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup Contact Theory. *Annual Review Of Psychology*, 49(1), 65-85.
- Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Costs To The Destination Community As Perceived By Its Residents. *Journal Of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Polat, S. A. (2015). Turistlerin Tatil Dönemlerinde Sergiledikleri Liminoid Davranışlar. *Sosyoekonomi*, 23(26), 99-118.
- Prezza, M., & Costantini, S. (1998). Sense Of Community And Life Satisfaction: Investigation In Three Different Territorial Contexts. *Journal Of Community & Applied Social Psychology*, 8(3), 181-194.
- Proshansky, H. M. (1978). The City And Self-Identity. *Environment And Behavior*, 10(2), 147-169.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-Identity: Physical World Socialization Of The Self. *Journal Of Environmental Psychology*.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm Ve Toplumsallaşma* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rogers, C. (1978). The Formative Tendency. *Journal of Humanistic Psychology*, 18(1), 23-26
- Rothman, R. A. (1978). Residents And Transients: Community Reaction To Seasonal Visitors. *Journal Of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Royal, M. A., & Rossi, R. J. (1996). Individual-Level Correlates Of Sense Of Community: Findings From Workplace And School. *Journal Of Community Psychology*, 24(4), 395-416.
- Saatci, G., & Türkmen, S. (2020). Yer Bağlılığı, Turizmin Algılanan Etkileri Ve Turizmin Gelişimine Destek Olma Tutumu Arasındaki İlişki: Mordoğan Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 237-255.
- Sartre, Jean P. (2021). *Varoluşçuluk* (31. Baskı). Asım Bezirci (Çev.), İstanbul: Say Yayınları.
- Sayar, K. (2003). Sosyokültürel Açıdan Kişilik Bozuklukları. *Yeni Symposium*, 41(2), S. 71-77.
- Schwirian, K. P., & Schwirian, P. M. (1993). Neighboring, Residential Satisfaction, And Psychological Well-Being In Urban Elders. *Journal Of Community Psychology*, 21(4), 285-299.
- Sert, A. N. (2019). Sürdürülebilir Turizm Gelişiminde Turizmin Yerel Halk Tarafından Algılanan Etkilerinin, Toplum Katılımının Ve Turizm Gelişimine Desteğin Rolü: Bepazarı Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 407-428.

- Simmel, G. (2009). *Bireysellik Ve Kültür*. Tuncay Birkan (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. (2002). Understanding Residents' Support For Tourism Development In The Central Region Of Ghana. *Journal Of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Sözer, A. (2019). Göç, Toplumsal Uyum Ve Aidiyet, Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi, 14(28), 418-431.
- Şentürk, B. (2019). Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Şerif, M., & Şerif, Carolyn W. (1996). *Sosyal Psikolojiye Giriş 1*, Aysun Yavuz (Çev.), İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. (C. Campanella, Ed.) *PsycCRITIQUES* (Sixth Edit, Vol. 28). New Jersey: Pearson Education, Inc. <https://tr.scribbr.com/book/2202978/7c492c>.
- Tarhan, N. (2021). *Toplum Psikolojisi / Sosyal Şizofreniden Toplumsal Empatiye* (14.Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Temiz, E. (2019). *Toplumsal Aidiyet Ve Duyarlılık İlişkisi Bağlamında Gençlik: İstanbul'daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Teye, V. Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' Attitudes Toward Tourism Development. *Annals Of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Thuesen, V. L. (2002). *Social support, sense of community and self-perceived health*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gonzaga University, USA.
- Toker, B. (2007). Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş Ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 92-107.
- Tönnies, F. (2000). *Şehir Ve Cemiyet*. Ahmet Aydoğan (Çev.), İstanbul: İz Yayıncılık.
- Trentelman, C. K. (2009). Place Attachment And Community Attachment: A Primer Grounded In The Lived Experience Of A Community Sociologist. *Society And Natural Resources*, 22(3), 191-210.
- Tural, Sadık K. (1988). *Kültürel Kimlik Üzerine Düşünceler*. Ankara: Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yayınları: 994, Kültür Eserleri Dizisi: 126.
- Turut, H., & Özgür, E. M. (2018). Bir Kente Göçün Hikâyesi: Süreçler, Bütünleşme Ve Aidiyet. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 16(1), 153-180.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/tabloOlustur.do>. (Erişim tarihi: 20.06.2022).

- Twenge, J. M., Baumeister, R. F., Tice, D. M., & Stucke, T. S. (2001). If You Can't Join Them, Beat Them: Effects Of Social Exclusion On Aggressive Behavior. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 81(6), 1058.
- Twenge, J. M., Catanese, K. R., & Baumeister, R. F. (2002). Social Exclusion Causes Self-Defeating Behavior. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 83(3), 606.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız (Çev.), Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Urry, J. (2018). *Mekânları Tüketmek* (3. Baskı). Rahmi G. Ögdül (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Van Prooijen, J. W., Van Den Bos, K., & Wilke, H. A. (2004). Group Belongingness And Procedural Justice: Social Inclusion And Exclusion By Peers Affects The Psychology Of Voice. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 87(1), 66.
- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001). Place Attachment And Environmentally Responsible Behavior. *The Journal Of Environmental Education*, 32(4), 16-21.
- Velasco González, K., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). Prejudice Towards Muslims In The Netherlands: Testing Integrated Threat Theory. *British Journal Of Social Psychology*, 47(4), 667-685.
- Wang, S. (2016). Roles Of Place Identity Distinctiveness And Continuity On Resident Attitude Toward Tourism.
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence Of Place-Based Senses Of Distinctiveness, Continuity, Self-Esteem And Self-Efficacy On Residents' Attitudes Toward Tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond Social Exchange Theory: Attitudes Toward Tourists. *Annals Of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.
- White, D. D., Virden, R. J., & Van Riper, C. J. (2008). Effects Of Place Identity, Place Dependence, And Experience-Use History On Perceptions Of Recreation Impacts In A Natural Setting. *Environmental Management*, 42(4), 647-657.
- Williams, K. D., Shore, W. J., & Grahe, J. E. (1998). The Silent Treatment: Perceptions Of Its Behaviors And Associated Feelings. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1(2), 117-141.
- Yayla, Ö. (2021). Destinasyon Sosyal Sorumluluğunun Yerel Halkın Turizm Algısı Ve Desteği Üzerine Etkisi: Beypazarı Kırsal Turizm Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 1306-1320.
- Yılmaz, A. (1994). *Etnik Ayrımcılık*. Ankara: Vadi Yayınları.

- Zılhoğlu, M. (2008). Kimliğin Kavramsal Serüveni. (Editör: Hülya Uđur Tanrıöver). Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor Musun? ‘‘Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri’’. İstanbul: Hil Yayın.
- Zijderveld, Anton C. (1985). Soyut Toplum. Cevdet Cerit (Çev.), İstanbul: Pınar Yayınları.

EKLER

EK-1: Tablolar

Bağımsız Değişkenlerin Kategorilerine Göre Betimsel İstatistikleri

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Cinsiyet	Toplumsallık duygusu	Kadın	163	30,64	6,94	13	47	-0,11	-0,40
		Erkek	289	34,07	7,47	11	50	-0,56	0,19
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Kadın	163	41,74	7,40	15	55	-1,02	1,02
		Erkek	289	43,57	7,96	13	55	-0,99	1,12
	Sosyal adalet ve eşitlik	Kadın	163	22,23	4,32	12	33	-0,17	-0,26
		Erkek	289	23,83	5,08	7	35	-0,25	0,20
	Toplumsal ilgi	Kadın	163	10,22	2,50	3	15	-0,31	0,10
		Erkek	289	11,08	2,72	3	15	-0,60	0,13
	Toplumsal aidiyet toplam	Kadın	163	104,82	16,81	57	143	-0,46	0,09
		Erkek	289	112,56	19,62	39	145	-0,71	0,70
	Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Kadın	163	17,62	2,83	4	20	-2,01	6,52
		Erkek	289	17,83	3,30	4	20	-2,09	4,88

Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	1946-1964: Baby Boomer	25	36,16	7,39	13	47	-1,11	2,67
	1965-1979: X Kuşağı	102	34,98	7,12	16	50	-0,51	0,07
	1980-1999: Y Kuşağı	255	32,40	7,34	12	48	-0,32	-0,21
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	30,10	7,30	11	48	-0,17	-0,25
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	1946-1964: Baby Boomer	25	43,92	9,11	13	54	-1,96	5,03
	1965-1979: X Kuşağı	102	45,08	7,23	21	55	-0,97	1,29
	1980-1999: Y Kuşağı	255	42,68	7,50	15	55	-0,96	1,10
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	40,23	8,42	20	53	-0,60	-0,28
Sosyal adalet ve eşitlik	1946-1964: Baby Boomer	25	24,88	5,17	9	33	-1,18	2,41
	1965-1979: X Kuşağı	102	24,25	5,01	9	35	-0,05	-0,19
	1980-1999: Y Kuşağı	255	23,04	4,72	7	35	-0,19	0,21
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	21,97	4,80	11	35	0,00	0,07
Toplumsal ilgi	1946-1964: Baby Boomer	25	11,48	2,79	4	15	-1,50	2,78
	1965-1979: X Kuşağı	102	11,42	2,49	3	15	-0,51	0,00
	1980-1999: Y Kuşağı	255	10,63	2,70	3	15	-0,47	0,09
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	10,10	2,56	4	15	0,00	-0,36
Toplumsal aidiyet toplam	1946-1964: Baby Boomer	25	116,44	21,17	39	145	-2,07	6,76
	1965-1979: X Kuşağı	102	115,74	18,55	56	145	-0,74	0,89
	1980-1999: Y Kuşağı	255	108,75	18,30	55	145	-0,49	0,28
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	102,40	18,42	58	143	-0,12	-0,27
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	1946-1964: Baby Boomer	25	17,52	4,04	4	20	-2,20	5,08
	1965-1979: X Kuşağı	102	17,87	3,00	4	20	-2,07	5,60
	1980-1999: Y Kuşağı	255	17,85	2,99	4	20	-2,11	5,91
	2000 sonrası: Z Kuşağı	70	17,31	3,53	4	20	-1,80	3,76

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Medeni Durum	Toplumsallık duygusu	Bekâr	193	30,74	7,59	11	48	-0,26	-0,42
		Evli	259	34,39	6,99	12	50	-0,37	0,00
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Bekâr	193	41,27	8,15	19	55	-0,84	0,21
		Evli	259	44,13	7,32	13	55	-1,05	1,95
	Sosyal adalet ve eşitlik	Bekâr	193	22,39	4,58	11	35	0,00	-0,17
		Evli	259	23,89	4,99	7	35	-0,32	0,39
	Toplumsal ilgi	Bekâr	193	10,25	2,78	3	15	-0,34	-0,26
		Evli	259	11,16	2,52	3	15	-0,52	0,28
	Toplumsal aidiyet toplam	Bekâr	193	104,66	18,72	55	144	-0,48	-0,02
		Evli	259	113,57	18,34	39	145	-0,63	0,91
	Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Bekâr	193	17,54	3,49	4	20	-2,02	4,58
		Evli	259	17,92	2,84	4	20	-2,00	5,47

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Eğitim Durumu	Toplumsallık duygusu	İlköğretim	61	34,51	8,73	12	48	-0,91	0,26
		Lise	130	33,95	6,56	11	47	-0,32	0,39
		Ön lisans	70	32,46	7,43	13	48	-0,34	0,07
		Lisans	158	31,92	7,72	14	50	-0,16	-0,58
		Lisansüstü	33	30,48	6,08	18	40	-0,34	-0,81
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	İlköğretim	61	42,84	10,15	13	55	-1,04	0,30
		Lise	130	43,82	7,27	15	55	-1,04	1,80
		Ön lisans	70	43,57	6,96	22	55	-0,97	1,25
		Lisans	158	42,52	7,74	19	55	-0,83	0,64
		Lisansüstü	33	39,97	6,34	20	49	-1,32	2,04
	Sosyal adalet ve eşitlik	İlköğretim	61	24,77	5,81	9	35	-0,33	-0,20
		Lise	130	24,08	4,49	9	34	-0,28	0,26
		Ön lisans	70	22,34	5,20	7	33	-0,50	0,23
		Lisans	158	22,73	4,43	11	35	0,16	0,13
Lisansüstü		33	21,61	4,71	11	29	-0,32	-0,47	
Toplumsal ilgi	İlköğretim	61	10,05	3,26	3	15	-0,63	-0,48	
	Lise	130	10,92	2,56	4	15	-0,28	-0,26	
	Ön lisans	70	10,73	2,64	5	15	-0,19	-0,73	
	Lisans	158	10,90	2,49	3	15	-0,26	0,07	
	Lisansüstü	33	11,00	2,70	3	15	-1,09	1,24	
Toplumsal aidiyet toplam	İlköğretim	61	112,16	25,13	39	145	-0,94	0,34	
	Lise	130	112,77	16,65	56	145	-0,61	0,93	
	Ön lisans	70	109,10	17,82	60	142	-0,27	0,16	
	Lisans	158	108,07	18,92	55	145	-0,33	-0,03	
	Lisansüstü	33	103,06	15,38	61	128	-0,62	0,60	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	İlköğretim	61	17,28	4,24	4	20	-1,97	3,37	
	Lise	130	17,95	2,84	5	20	-1,91	4,65	
	Ön lisans	70	18,31	2,82	4	20	-2,43	8,55	
	Lisans	158	17,74	2,83	4	20	-2,06	6,71	
	Lisansüstü	33	16,76	3,73	7	20	-1,33	1,21	

Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	Emekli	11	34,64	6,44	24	44	-0,18	-1,13
	Esnaf	62	34,50	6,76	14	46	-0,49	0,42
	Ev hanımı	20	34,50	5,57	26	45	0,18	-0,76
	İşçi	156	32,81	8,47	11	48	-0,48	-0,33
	İşletmeci	23	33,96	6,42	24	45	0,04	-1,31
	Memur	30	33,17	5,30	25	44	0,24	-0,87
	Öğrenci	57	30,47	6,39	16	42	-0,24	-0,82
	Öğretmen	49	33,67	7,12	18	50	-0,07	-0,43
	Serbest meslek	44	30,66	8,25	12	47	-0,08	-0,37
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Emekli	11	44,73	5,57	34	51	-0,88	0,21
	Esnaf	62	44,00	8,49	15	55	-1,42	2,24
	Ev hanımı	20	42,70	5,14	33	50	-0,67	-0,66
	İşçi	156	42,67	9,39	13	55	-0,83	0,06
	İşletmeci	23	45,30	3,82	38	55	0,24	0,85
	Memur	30	42,33	5,47	23	51	-1,50	4,23
	Öğrenci	57	40,86	7,13	20	53	-0,86	0,79
	Öğretmen	49	44,29	4,75	35	54	0,22	-0,53
	Serbest meslek	44	42,14	8,16	24	55	-0,45	-0,31
Sosyal adalet ve eşitlik	Emekli	11	25,45	3,50	21	31	0,41	-0,79
	Esnaf	62	24,19	5,16	12	35	0,09	-0,31
	Ev hanımı	20	25,00	2,51	20	30	0,02	-0,04
	İşçi	156	23,44	5,45	9	35	-0,28	-0,24
	İşletmeci	23	23,61	5,08	13	32	-0,24	-0,79
	Memur	30	21,93	5,11	7	35	-0,17	0,37
	Öğrenci	57	22,00	4,07	11	30	-0,34	0,32
	Öğretmen	49	23,61	3,62	15	30	-0,17	-0,54
	Serbest meslek	44	21,82	4,69	14	33	0,29	-0,01
Toplumsal ilgi	Emekli	11	11,45	2,11	8	15	-0,27	0,28
	Esnaf	62	11,27	2,75	4	15	-0,67	0,06
	Ev hanımı	20	9,80	1,94	5	12	-0,75	0,31
	İşçi	156	10,79	2,86	3	15	-0,53	-0,12
	İşletmeci	23	10,61	2,66	6	15	0,42	-0,72
	Memur	30	10,43	2,62	3	15	-0,73	1,02
	Öğrenci	57	10,25	2,45	5	15	-0,11	-0,53
	Öğretmen	49	11,27	1,97	8	15	0,11	-0,64
	Serbest meslek	44	10,73	3,12	3	15	-0,71	0,24

Toplumsal aidiyet toplam	Emekli	11	116,27	15,08	89	137	-0,61	-0,35
	Esnaf	62	113,97	19,45	60	145	-0,67	0,67
	Ev hanımı	20	112,00	11,34	95	127	-0,32	-1,01
	İşçi	156	109,72	22,65	39	145	-0,70	-0,01
	İşletmeci	23	113,48	13,85	93	140	0,51	-0,54
	Memur	30	107,87	12,71	86	138	0,58	-0,05
	Öğrenci	57	103,58	15,15	61	130	-0,35	-0,19
	Öğretmen	49	112,84	14,53	84	145	0,27	-0,79
	Serbest meslek	44	105,34	20,46	58	144	-0,25	0,04
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Emekli	11	17,73	2,90	12	20	-0,90	-0,42
	Esnaf	62	18,60	2,40	8	20	-2,18	5,66
	Ev hanımı	20	18,30	1,81	15	20	-0,56	-1,34
	İşçi	156	17,55	3,77	4	20	-2,06	4,13
	İşletmeci	23	18,13	2,40	13	20	-0,75	-1,00
	Memur	30	18,10	1,90	15	20	-0,41	-1,51
	Öğrenci	57	17,86	3,02	4	20	-2,19	6,89
	Öğretmen	49	17,27	3,03	7	20	-1,37	2,54
	Serbest meslek	44	17,02	3,26	4	20	-1,97	5,58

Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	Düşük	108	29,52	8,06	11	47	-0,18	-0,36
	Orta	315	34,01	6,82	13	50	-0,24	-0,43
	Yüksek	29	32,41	8,31	14	46	-0,60	0,07
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Düşük	108	39,84	8,84	20	55	-0,38	-0,65
	Orta	315	44,05	6,92	13	55	-1,10	2,37
	Yüksek	29	41,93	9,67	19	53	-1,14	0,71
Sosyal adalet ve eşitlik	Düşük	108	21,63	5,05	9	35	0,08	0,13
	Orta	315	23,83	4,69	7	35	-0,22	0,34
	Yüksek	29	22,97	4,96	15	31	-0,05	-1,00
Toplumsal ilgi	Düşük	108	10,81	2,95	3	15	-0,52	-0,20
	Orta	315	10,77	2,57	3	15	-0,49	0,15
	Yüksek	29	10,69	2,69	6	15	0,12	-0,61
Toplumsal aidiyet toplam	Düşük	108	101,81	20,20	56	143	-0,32	-0,51
	Orta	315	112,66	17,37	39	145	-0,48	0,77
	Yüksek	29	108,00	23,01	55	143	-0,75	0,36
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Düşük	108	17,44	3,12	4	20	-1,79	4,66
	Orta	315	17,96	2,99	4	20	-2,20	6,25
	Yüksek	29	16,72	4,42	4	20	-1,61	1,91

Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	Biri vefat etmiş	94	34,51	7,13	16	47	-0,43	-0,41
	İkisi de vefat etti	45	36,04	7,13	13	50	-0,57	0,95
	İkisi sağ ama ayrı	30	30,53	8,15	16	46	-0,09	-0,73
	İkisi de sağ ve birlikte	283	32,01	7,33	11	48	-0,34	-0,11
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Biri vefat etmiş	94	43,55	8,12	20	55	-0,85	0,66
	İkisi de vefat etti	45	44,49	9,11	13	55	-1,84	4,27
	İkisi sağ ama ayrı	30	41,63	9,18	21	54	-0,59	-0,72
	İkisi de sağ ve birlikte	283	42,58	7,30	19	55	-0,89	0,80
Sosyal adalet ve eşitlik	Biri vefat etmiş	94	23,79	4,34	15	35	0,10	-0,60
	İkisi de vefat etti	45	24,60	5,46	9	33	-0,75	0,37
	İkisi sağ ama ayrı	30	22,67	5,68	11	33	-0,39	-0,67
	İkisi de sağ ve birlikte	283	22,92	4,82	7	35	-0,06	0,38
Toplumsal ilgi	Biri vefat etmiş	94	10,71	2,58	3	15	-0,39	-0,39
	İkisi de vefat etti	45	11,76	2,77	4	15	-1,29	2,11
	İkisi sağ ama ayrı	30	10,27	3,15	4	15	-0,34	-1,00
	İkisi de sağ ve birlikte	283	10,69	2,61	3	15	-0,38	0,17
Toplumsal aidiyet toplam	Biri vefat etmiş	94	112,56	18,89	57	145	-0,53	0,18
	İkisi de vefat etti	45	116,89	21,41	39	145	-1,39	3,25
	İkisi sağ ama ayrı	30	105,10	22,37	58	144	-0,38	-0,43
	İkisi de sağ ve birlikte	283	108,20	17,92	55	145	-0,45	0,25
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Biri vefat etmiş	94	17,69	3,08	4	20	-2,01	5,19
	İkisi de vefat etti	45	18,29	2,91	4	20	-2,96	12,32
	İkisi sağ ama ayrı	30	17,37	4,10	4	20	-2,04	3,91
	İkisi de sağ ve birlikte	283	17,73	3,08	4	20	-1,96	4,95

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min	Max	Çarp.	Bas.
Anne Eğitim Durumu	Toplumsallık duygusu	Okur-yazar değil	70	34,50	6,46	12	46	-0,93	1,66
		İlköğretim	217	33,88	7,45	13	50	-0,41	-0,06
		Ortaokul	61	32,26	7,65	11	45	-0,51	-0,01
		Lise	77	30,44	7,41	13	46	-0,05	-0,39
		Lisans/Lisansüstü	27	28,26	6,50	18	44	0,59	0,22
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Okur-yazar değil	70	43,60	7,69	20	55	-1,07	1,69
		İlköğretim	217	43,52	7,83	13	55	-1,19	1,76
		Ortaokul	61	44,08	6,96	20	55	-1,15	2,12
		Lise	77	40,90	8,36	19	54	-0,47	-0,23
		Lisans/Lisansüstü	27	39,33	6,43	23	47	-0,73	-0,02
	Sosyal adalet ve eşitlik	Okur-yazar değil	70	24,34	4,58	15	35	0,09	-0,53
		İlköğretim	217	23,71	5,10	7	35	-0,41	0,37
		Ortaokul	61	22,30	4,86	12	35	-0,02	-0,10
		Lise	77	22,16	4,33	12	33	-0,10	-0,05
		Lisans/Lisansüstü	27	22,04	4,30	15	35	0,92	1,76
	Toplumsal ilgi	Okur-yazar değil	70	10,60	3,00	3	15	-0,81	0,46
		İlköğretim	217	10,97	2,64	3	15	-0,55	0,03
		Ortaokul	61	10,59	2,53	5	15	-0,14	-0,16
		Lise	77	10,62	2,58	3	15	-0,13	-0,20
		Lisans/Lisansüstü	27	10,44	2,65	6	15	0,07	-0,87
Toplumsal aidiyet toplam	Okur-yazar değil	70	113,04	18,25	57	145	-0,96	1,69	
	İlköğretim	217	112,07	19,20	39	145	-0,70	0,83	
	Ortaokul	61	109,23	18,60	61	143	-0,50	0,25	
	Lise	77	104,12	19,09	55	141	-0,23	-0,08	
	Lisans/Lisansüstü	27	100,07	13,69	73	131	0,35	0,00	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Okur-yazar değil	70	17,71	3,50	4	20	-2,36	6,34	
	İlköğretim	217	17,90	2,74	4	20	-1,87	5,00	
	Ortaokul	61	17,84	3,27	4	20	-2,47	7,70	
	Lise	77	17,60	3,23	4	20	-1,76	3,75	
	Lisans/Lisansüstü	27	16,93	4,45	4	20	-1,57	1,87	

Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Toplumsallık duygusu	Okur-yazar değil	21	35,05	7,59	17	46	-0,48	-0,07
	İlköğretim	187	33,86	7,79	12	50	-0,63	0,20
	Ortaokul	76	33,32	7,01	11	46	-0,73	0,58
	Lise	101	32,38	7,59	14	47	-0,16	-0,50
	Lisans/Lisansüstü	67	29,43	5,68	17	41	0,18	-0,18
Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Okur-yazar değil	21	45,57	8,32	23	55	-1,08	1,21
	İlköğretim	187	43,06	8,77	13	55	-1,10	0,97
	Ortaokul	76	43,64	7,11	21	54	-1,09	1,34
	Lise	101	42,90	7,39	19	55	-1,02	1,22
	Lisans/Lisansüstü	67	40,84	5,60	27	55	-0,13	0,26
Sosyal adalet ve eşitlik	Okur-yazar değil	21	24,14	5,13	9	33	-1,04	2,67
	İlköğretim	187	24,04	5,25	7	35	-0,52	0,30
	Ortaokul	76	23,13	5,07	11	35	0,07	0,23
	Lise	101	22,54	4,44	15	35	0,23	-0,48
	Lisans/Lisansüstü	67	21,97	3,63	14	31	0,14	0,06
Toplumsal ilgi	Okur-yazar değil	21	10,38	3,17	3	15	-0,95	0,34
	İlköğretim	187	10,80	2,77	3	15	-0,66	0,38
	Ortaokul	76	10,68	2,60	5	15	-0,17	-0,71
	Lise	101	10,84	2,42	6	15	-0,01	-0,80
	Lisans/Lisansüstü	67	10,82	2,72	3	15	-0,41	-0,03
Toplumsal aidiyet toplam	Okur-yazar değil	21	115,14	21,17	56	145	-0,94	1,54
	İlköğretim	187	111,75	20,75	39	145	-0,85	0,60
	Ortaokul	76	110,78	18,28	58	145	-0,57	0,49
	Lise	101	108,66	18,23	55	145	-0,37	0,32
	Lisans/Lisansüstü	67	103,06	12,88	73	135	0,27	0,18
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Okur-yazar değil	21	18,19	3,11	7	20	-2,57	8,06
	İlköğretim	187	17,71	3,29	4	20	-2,21	5,92
	Ortaokul	76	18,03	2,86	5	20	-2,18	6,32
	Lise	101	17,74	3,07	4	20	-2,07	6,35
	Lisans/Lisansüstü	67	17,45	3,19	8	20	-1,48	1,85

Ekonomik fayda	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
	Toplumsallık duygusu	Hiç	154	31,36	7,44	11	50	-0,18	-0,21
		Biraz	187	32,76	6,97	13	47	-0,50	0,10
		Fazla	111	35,01	7,84	14	48	-0,56	-0,16
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Hiç	154	42,30	7,29	20	55	-0,83	1,03
		Biraz	187	42,70	7,98	13	55	-1,03	1,22
		Fazla	111	44,12	8,13	19	55	-1,10	1,03
	Sosyal adalet ve eşitlik	Hiç	154	22,54	4,23	12	35	-0,03	-0,22
		Biraz	187	23,11	4,97	7	35	-0,27	0,30
		Fazla	111	24,47	5,34	9	35	-0,34	0,03
Toplumsal ilgi	Hiç	154	10,51	2,51	3	15	-0,45	0,25	
	Biraz	187	10,51	2,58	3	15	-0,31	-0,14	
	Fazla	111	11,59	2,88	3	15	-0,94	0,63	
Toplumsal aidiyet toplam	Hiç	154	106,70	17,51	58	145	-0,36	0,31	
	Biraz	187	109,08	18,87	39	145	-0,65	0,62	
	Fazla	111	115,18	20,20	55	145	-0,81	0,69	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Hiç	154	17,49	3,13	4	20	-1,96	5,37	
	Biraz	187	17,64	3,15	4	20	-1,84	4,06	
	Fazla	111	18,32	3,09	4	20	-2,82	9,20	

Temel geçim kaynağı	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
	Toplumsallık duygusu	Evet	204	33,74	7,82	13	48	-0,51	-0,17
		Hayır	248	32,09	7,09	11	50	-0,26	-0,09
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Evet	204	43,37	8,50	13	55	-1,00	0,87
		Hayır	248	42,54	7,18	15	55	-0,95	1,19
	Sosyal adalet ve eşitlik	Evet	204	23,77	5,41	9	35	-0,24	-0,34
		Hayır	248	22,82	4,35	7	35	-0,19	0,64
	Toplumsal ilgi	Evet	204	11,08	2,80	3	15	-0,56	-0,11
		Hayır	248	10,52	2,53	3	15	-0,44	0,21
	Toplumsal aidiyet toplam	Evet	204	111,96	21,03	39	145	-0,75	0,49
Hayır		248	107,97	16,98	58	145	-0,38	0,23	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Evet	204	17,87	3,47	4	20	-2,21	5,08	
	Hayır	248	17,66	2,84	4	20	-1,84	5,31	

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Bulunduğu yerde doğma	Toplumsallık duygusu	Evet	255	33,85	7,52	11	50	-0,53	0,02
		Hayır	197	31,51	7,19	12	48	-0,17	-0,21
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Evet	255	43,68	7,65	13	55	-1,08	1,56
		Hayır	197	41,91	7,91	15	55	-0,83	0,57
	Sosyal adalet ve eşitlik	Evet	255	23,98	4,65	9	35	-0,36	0,30
		Hayır	197	22,30	5,00	7	35	0,12	0,19
	Toplumsal ilgi	Evet	255	10,97	2,60	3	15	-0,47	0,02
		Hayır	197	10,51	2,75	3	15	-0,44	-0,04
	Toplumsal aidiyet toplam	Evet	255	112,49	19,04	39	145	-0,81	1,05
		Hayır	197	106,24	18,41	58	145	-0,23	-0,01
	Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Evet	255	17,88	3,05	4	20	-2,33	7,19
		Hayır	197	17,59	3,25	4	20	-1,78	3,53

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
İkamet	Toplumsallık duygusu	Merkez	179	32,31	6,93	13	47	-0,39	-0,16
		Avanos	98	32,97	7,09	16	48	0,01	-0,45
		Göreme	30	35,80	8,10	14	48	-0,88	0,57
		Uçhisar	30	33,90	7,68	13	47	-0,65	0,50
		Ürgüp	83	32,16	8,21	12	47	-0,34	-0,55
		Diğer	32	33,31	8,35	11	50	-0,67	0,82
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Merkez	179	42,56	7,25	21	55	-0,73	0,64
		Avanos	98	43,22	7,03	21	55	-1,04	1,27
		Göreme	30	44,43	9,42	19	55	-1,39	1,58
		Uçhisar	30	41,43	10,77	13	54	-1,34	1,34
		Ürgüp	83	43,06	7,96	20	55	-0,74	0,23
		Diğer	32	43,47	8,07	25	55	-0,75	0,05
	Sosyal adalet ve eşitlik	Merkez	179	22,97	4,77	7	35	-0,36	0,39
		Avanos	98	22,92	4,32	11	35	0,11	0,15
		Göreme	30	25,30	5,09	15	34	-0,23	-0,65
		Uçhisar	30	23,57	6,25	9	35	-0,27	0,21
		Ürgüp	83	23,18	5,33	11	35	-0,02	-0,47
		Diğer	32	23,78	3,93	15	31	-0,33	-0,43
	Toplumsal ilgi	Merkez	179	10,81	2,49	3	15	-0,38	-0,20
		Avanos	98	10,88	2,73	3	15	-0,34	-0,04
Göreme		30	11,40	2,65	5	15	-0,69	0,03	
Uçhisar		30	10,13	2,83	4	15	-0,57	0,22	
Ürgüp		83	10,72	2,94	3	15	-0,67	0,24	
Diğer		32	10,38	2,60	4	15	-0,25	0,11	
Toplumsal aidiyet toplam	Merkez	179	108,66	17,36	56	144	-0,44	0,23	
	Avanos	98	109,99	17,28	57	143	-0,28	0,41	
	Göreme	30	116,93	22,76	55	145	-1,08	1,13	
	Uçhisar	30	109,03	23,27	39	138	-1,20	1,80	
	Ürgüp	83	109,12	20,63	58	145	-0,41	-0,17	
	Diğer	32	110,94	20,26	64	145	-0,73	0,08	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Merkez	179	17,63	2,71	7	20	-1,48	2,90	
	Avanos	98	17,66	3,23	4	20	-2,17	6,10	
	Göreme	30	17,60	3,89	4	20	-2,12	4,82	
	Uçhisar	30	18,10	3,69	4	20	-2,47	6,76	
	Ürgüp	83	18,08	3,47	4	20	-2,44	6,36	
	Diğer	32	17,69	3,06	5	20	-2,39	8,55	

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
İkamet süresi	Toplumsallık duygusu	0-10	141	31,25	6,92	12	46	-0,26	-0,14
		11-20	88	31,75	7,73	11	48	-0,48	-0,17
		21-30	101	32,84	7,85	14	48	-0,26	-0,48
		31-40	63	35,52	6,33	24	47	-0,02	-0,98
		41 ve üzeri	59	35,36	7,51	13	50	-0,84	0,97
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	0-10	141	41,80	7,75	20	55	-0,74	0,39
		11-20	88	41,81	7,83	21	55	-0,72	-0,06
		21-30	101	42,79	8,49	15	55	-1,13	1,24
		31-40	63	45,35	5,74	30	55	-0,46	-0,26
		41 ve üzeri	59	44,81	7,91	13	55	-1,55	4,26
	Sosyal adalet ve eşitlik	0-10	141	22,28	4,70	7	35	0,03	0,18
		11-20	88	23,30	5,16	11	35	-0,14	0,16
		21-30	101	22,67	4,82	11	35	0,15	0,19
		31-40	63	24,97	3,41	15	31	-0,36	-0,07
		41 ve üzeri	59	24,64	5,56	9	35	-0,70	0,47
	Toplumsal ilgi	0-10	141	10,45	2,53	3	15	-0,33	0,11
		11-20	88	10,16	2,77	3	15	-0,50	0,24
		21-30	101	10,95	2,77	3	15	-0,42	-0,38
		31-40	63	11,56	2,40	4	15	-0,47	0,20
		41 ve üzeri	59	11,32	2,67	4	15	-0,81	0,39
Toplumsal aidiyet toplam	0-10	141	105,78	17,81	58	145	-0,15	0,01	
	11-20	88	107,01	19,53	57	143	-0,50	0,02	
	21-30	101	109,26	19,86	55	145	-0,60	0,35	
	31-40	63	117,40	14,17	89	143	-0,14	-1,25	
	41 ve üzeri	59	116,14	20,49	39	145	-1,32	3,12	
Turizmin gelişimini destekleme tutumu	0-10	141	17,57	3,30	4	20	-1,92	4,31	
	11-20	88	17,84	3,13	4	20	-2,29	6,80	
	21-30	101	17,73	3,37	4	20	-2,04	4,89	
	31-40	63	18,17	2,11	12	20	-0,89	-0,13	
	41 ve üzeri	59	17,64	3,33	4	20	-2,17	5,84	

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Arkadaşlarla ilişki durumu	Toplumsallık duygusu	Orta-kötü	76	29,58	8,54	11	45	-0,27	-0,74
		İyi	376	33,49	7,06	13	50	-0,26	-0,24
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Orta-kötü	76	37,37	9,13	13	54	-0,41	-0,51
		İyi	376	44,03	7,01	15	55	-0,99	1,60
	Sosyal adalet ve eşitlik	Orta-kötü	76	22,26	5,31	9	35	-0,12	-0,27
		İyi	376	23,45	4,76	7	35	-0,14	0,17
	Toplumsal ilgi	Orta-kötü	76	9,76	2,56	3	15	-0,24	0,36
		İyi	376	10,98	2,65	3	15	-0,53	0,06
	Toplumsal aidiyet toplam	Orta-kötü	76	98,97	22,17	39	141	-0,28	-0,46
		İyi	376	111,95	17,54	55	145	-0,44	0,43
	Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Orta-kötü	76	16,50	3,78	4	20	-1,56	2,78
		İyi	376	18,01	2,93	4	20	-2,21	6,27

	Ölçek	Grup	N	\bar{X}	S. Sapma	Min.	Max.	Çarp.	Bas.
Turistlerle iletişim	Toplumsallık duygusu	Hiç	81	31,37	7,69	11	50	-0,07	-0,11
		Biraz	217	32,06	7,06	12	48	-0,26	-0,11
		Fazla	154	34,69	7,58	13	48	-0,73	0,21
	Toplumsal sorumluluk ve fedakârlık	Hiç	81	42,41	7,36	22	55	-0,75	0,61
		Biraz	217	41,74	7,38	13	55	-0,99	1,24
		Fazla	154	44,83	8,29	15	55	-1,28	1,62
	Sosyal adalet ve eşitlik	Hiç	81	22,95	3,94	15	35	0,13	0,04
		Biraz	217	22,75	4,89	7	35	-0,19	0,25
		Fazla	154	24,11	5,20	11	35	-0,28	-0,14
	Toplumsal ilgi	Hiç	81	9,90	2,59	3	15	-0,38	0,19
		Biraz	217	10,62	2,56	3	15	-0,48	0,23
		Fazla	154	11,45	2,71	3	15	-0,64	-0,02
	Toplumsal aidiyet toplam	Hiç	81	106,63	17,51	60	145	-0,15	-0,02
		Biraz	217	107,17	18,22	39	143	-0,59	0,75
		Fazla	154	115,08	19,80	55	145	-0,85	0,72
	Turizmin gelişimini destekleme tutumu	Hiç	81	17,41	3,07	4	20	-2,04	6,22
		Biraz	217	17,32	3,41	4	20	-1,85	3,97
		Fazla	154	18,55	2,60	4	20	-2,59	8,79

Dünyanın büyük bir kısmı kapitalizmden, modernleşmeden ve küreselleşmeden etkilenmiştir. Bu unsurların ulaştığı bölgelerde yerelliğin, insani bağlılığın, güvenin, insanların kendini ve dünyayı algılayış biçimlerinin köklü ve geri dönüşü mümkün olmayan bir biçimde değiştirildiği ve insanları yaşamlarına bir anlam yüklemekten yoksun bıraktığı görülmektedir. Bu değişimler sonucunda bireylerin yaşamış olduğu topluma karşı hissizlik, yabancılaşma ve aidiyetsizlikler meydana getirmektedir. Kapitalizmin, modernliğin ve küreselleşmenin bir tür sahası olan turizm faaliyeti, toplumların sosyal yapılarında kısmi veya köklü değişiklikler meydana getirmesi bunun bir göstergesidir. Kapadokya bölgesinde turizmin yoğun olarak görüldüğü destinasyonlardan biri olan Nevşehir il ve ilçeleri esas alınarak turistik destinasyonda yaşayan yerel halkın turizmin olumlu veya olumsuz etkilerine maruz kalmasıyla birlikte turizm algılarında çeşitli değişiklikler meydana gelmektedir. Bu değişiklikleri göz önünde bulunduran yerel halk bölgedeki turizmin gelişimine yönelik destekleme davranışı sergilemektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'nin kültür turizmi merkezlerinden biri olan Kapadokya Bölgesinde yer alan Nevşehir il ve ilçelerinde yaşayan yerel halkın toplumsal aidiyet duygu düzeylerinin incelenmesi ve bu düzeylerinin turizm gelişimi desteğine olan etkisini tespit etmektir.