



**YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE  
YÖNELİK ALGISI İLE KİŞİLİK  
ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ:  
İZMİR İLİ ÖRNEĞİ**

**Barış TURAN**

**Yüksek Lisans Tezi  
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı  
Doç. Dr. Cem IŞIK  
2018  
Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**Barış TURAN**

**YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGISI İLE  
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: İZMİR İLİ  
ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ  
Doç. Dr. Cem IŞIK**

**ERZURUM - 2018**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



## TEZ BEYAN FORMU

### SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

#### BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum "YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGISI İLE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİSİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 2 (İki) yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

07/06/2018

Barış TURAN



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Cem İSİK... danışmanlığında, ..Barış...Tuncer..... tarafından hazırlanan bu çalışma 07/10/2018 / 2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından ..Tunç...İskender...Ödül... Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Cem İSİK

İmza: .....

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Gökalep İnan SELÇUK

İmza: .....

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ

İmza: .....

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. .... / ..... / .....

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK  
Enstitü Müdürü

**İÇİNDEKİLER**

<b>ÖZET</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>V</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>VI</b>
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>VII</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>IX</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>X</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

**BİRİNCİ BÖLÜM****TURİZMİN EKONOMİK, ÇEVRESEL VE SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ**

<b>1.1. TEMEL KAVRAMLAR</b> .....	<b>5</b>
1.1.1. Turizm Kavramı .....	5
1.1.2. Turizm Gelişimi .....	7
1.1.3. Turizmin Özellikleri .....	11
<b>1.2. TURİZMİN ETKİLERİ</b> .....	<b>13</b>
1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri .....	18
1.2.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi .....	19
1.2.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi .....	20
1.2.1.3. Turizmin İstihdam Yaratıcı Etkisi .....	21
1.2.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Dengeli Kalkınmaya Etkisi .....	21
1.2.1.5. Fırsat Maliyeti Etkisi .....	22
1.2.1.6. İthalat Etkisi.....	23
1.2.1.7. Turizme Aşırı Bağımlılık.....	23
1.2.1.8. Mevsimsellik Dalgalanma Etkisi.....	23
1.2.2. Turizmin Çevresel Etkileri .....	24
1.2.2.1. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri .....	25
1.2.3. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	26
1.2.3.1. Kültürel Alışveriş Etkisi .....	30
1.2.3.2. Yerel Kültürün ve Kültürel Değerlerin Korunmasına Etkisi .....	30
1.2.3.3. Yaşam Kalitesini Artırıcı Etkisi.....	31
1.2.3.4. Rekreasyon Alanlarının Artmasına Etkisi .....	31

1.2.3.5. Dil Becerilerin Gelişmesine Etkisi .....	32
1.2.3.6. Eğitim Sistemine Etkisi .....	32
1.2.3.7. Turistik Talep Oluşturan Çekiciliklerin Korunmasına Etkisi.....	33
1.2.3.8. Bireyde Arzu Edilmeyen Davranışlara Etkisi.....	33
1.2.3.9. Aile Yapısına Etkisi .....	34
1.2.3.10. Kültürel Kimlik ve Geleneklerin Değişmesine Etkisi .....	35
1.2.3.11. Dinsel İnanç ve Davranışların Değişmesine Etkisi .....	35
1.2.3.12. Kültürel Çatışmalara Etkisi.....	36
1.2.3.13. Dil ve Sanatın Değişmesine Etkisi .....	37
1.2.3.14. Kentleşme, Kalabalıklaşma ve Trafik Sorunlarına Etkisi.....	37
1.2.3.15. Göç Etkisi .....	38
1.2.4. Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyokültürel Değişime Etkisi.....	38
<b>1.3. TURİSTLER İLE YEREL HALK ARASINDAKİ İLİŞKİ TİPLERİ .....</b>	<b>41</b>
1.3.1. Engelleyici İlişkiler .....	41
1.3.2. Destekleyici İlişkiler.....	43
<b>1.4. YEREL HALKIN TURİZM ALGISINA YÖNELİK BAŞLICA MODEL VE</b>	
<b>TEORİLER.....</b>	<b>44</b>
1.4.1. Doxey Tolerans (Irridex) Modeli .....	44
1.4.2. Butler Yaşam Döngüsü Modeli .....	45
1.4.3. Sosyal Değişim Teorisi .....	47

## İKİNCİ BÖLÜM

### KİŞİLİK ve TURİZM

<b>2.1. KİŞİLİK KAVRAMI.....</b>	<b>49</b>
<b>2.2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER.....</b>	<b>50</b>
2.2.1. Kalıtsal ve Bedensel Yapı Faktörleri.....	50
2.2.2. Çevresel Faktörler .....	51
2.2.3. Sosyal ve Kültürel Faktörler.....	51
2.2.4. Aile Faktörü.....	52
2.2.5. Diğer Faktörler .....	52
<b>2.3. KİŞİLİĞİ BELİRLEMEDE KULLANILAN BAŞLICA TEKNİKLER .....</b>	<b>53</b>
2.3.1. Beş Faktör Kişilik Modeli .....	55

2.3.2. Beş Faktör Kişilik Modelinin Tarihsel Gelişimi .....	58
<b>2.4. TURİZM VE KİŞİLİK İLİŞKİSİ .....</b>	<b>59</b>

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGISI İLE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ

<b>3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ .....</b>	<b>63</b>
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI .....</b>	<b>64</b>
<b>3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....</b>	<b>65</b>
<b>3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....</b>	<b>67</b>
<b>3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLIKLARI .....</b>	<b>67</b>
<b>3.6. TANIMLAR .....</b>	<b>68</b>
<b>3.6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....</b>	<b>69</b>
3.6.1. Araştırmanın Modeli .....	69
3.6.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	69
3.6.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı.....	71
3.6.4. Veri Çözümleme Yöntemi.....	73
<b>3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>73</b>
3.7.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	73
3.7.2. Araştırmaya İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	76
3.7.3. Güvenirlilik Analizi .....	80
3.7.4. Normal Dağılım Testi.....	80
3.7.5. Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarının Demografik Özellikleri İle Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem T-testi, Anova) .....	81
3.7.6. Katılımcıların Turizm Etkilerine Yönelik Algısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki Farklılık/İlişki (Anova, Pearson Korelasyon Katsayısı) .....	93
<b>SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>102</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>111</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>122</b>
EK 1. Anket Formu .....	122
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>124</b>

**ÖZET****YÜKSEK LİSANS TEZİ****YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGISI İLE KİŞİLİK  
ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ****Barış TURAN****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Cem İŞİK****2018, 125 Sayfa****Jüri: Doç. Dr. Cem İŞİK****Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ**

Turizm, bir bölgenin ekonomik açıdan gelişmesi için önemli bir unsurdur. Fakat turizm bir yandan gelişmeye katkıda bulunurken, diğer yandan o yeri ekonomik, çevresel ve sosyokültürel yönden olumlu ve olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etkilere en çok maruz kalan ise o bölgede yaşayan yerel halktır. Bu nedenle yerel halkın turizme bakışı ve turizmi nasıl algıladığı önem arz etmektedir. Yerel halkın istek, ihtiyaç ve beklentilerini bilmek o bölgenin turizm planlayıcıları için önemli ve gereklidir. Yerel halkı yakından tanımanın yolu da bireylerin nasıl bir kişilik özelliğine sahip olduğunu ve hangi kişilik özelliğine sahip bireyin turizmi nasıl algıladığının bilinmesidir.

Bu çalışmada yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik ve demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda İzmir merkezde ikamet eden 410 kişiden oluşan örnekleme grubuna anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21.0 Paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik ve demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Testler sonucunda turizm etkilerine yönelik algı ile cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Turizm etkileri, Yerel Halk, Kişilik Özellikleri, İzmir



**ABSTRACT****MASTER'S TESHIS****THE RELATIONSHIP BETWEEN THE RESIDENT'S PERCEPTION IMPACTS OF TOURISM WITH PERSONALITY CHARACTERISTICS: THE IZMIR PROVINCE EXAMPLE****Barış TURAN****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK****2018, Page: 125****Jury: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK****Assoc. Prof. Dr. Gokalp Nuri SELCUK****Assit. Prof. Dr. Erkan GÜNEŞ**

Tourism is an important element for a place in terms of economic development. While it contributes to development it affects positively and negatively in terms of economic, environmental and sociocultural. The most affected by these effects is the residents living in that area. For this reason, it is important that how residents perceive tourism and their perspective on it. Knowing the desires, needs and expectations of residents is necessary for the region's tourism planners. The way of getting to know the residents closely is to understand what personality characteristics has individual and how tourism is perceived by which the personality characteristic.

In this study, the relationship between resident's perception of tourism effects of and their personality and demographic characteristics was examined. In accordance with this purpose, it was conducted a poll for sample group consisted of 410 resident's in İzmir province. The resulting data has been analyzed with SPSS 21.0 package program. It has been tested whether there is a significant difference between the perception of tourism effects of residents and their personality and demographic characteristics. As a result of the tests, it was understood that there was a significant difference between perception of tourism effects and gender, age, marital status and educational status variables.

**Keywords:** Tourism, Tourism Perception, Residents, Personality Characteristics  
Izmir.

**KISALTMALAR LİSTESİ**

- BFKM** : Beş Faktör Kişilik Modeli
- MBTI** : Myer Briggs Type İndicator
- MÖ** : Milattan Önce
- OMKÖ** : ON Maddeli Kişilik Ölçeği
- SPSS** : Statistical Package for the Social Sciences
- TDK** : Türk Dil Kurumu
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu
- UNESCO** : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- UNWTO** : United Nations World Trade Organization
- WTO** : World Trade Organization

## TABLOLAR DİZİNİ

<b>Tablo 1.1.</b> 2016 Yılında En Çok Ziyaretçi Ağrlayan 10 Ülke .....	9
<b>Tablo 1.2.</b> Turizmin Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri .....	25
<b>Tablo 1.3.</b> Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri .....	25
<b>Tablo 1.4.</b> Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Değişime Çift Yönlü Etkisi.....	41
<b>Tablo 2.1.</b> Cattell 16 Kişilik Özelliği (16 PF) .....	54
<b>Tablo 2.2.</b> Kişilik Boyutlarının Nitelendiricileri .....	57
<b>Tablo 2.3.</b> Beş Faktör Modelinin Belirleyici Boyutları.....	57
<b>Tablo 3.1.</b> İzmir Merkez İlçeleri Nüfusu.....	70
<b>Tablo 3.2.</b> Evren İçerisindeki Örneklem Büyüklüğü .....	70
<b>Tablo 3.3.</b> Kişilik Özelliklerini Belirlemede Kullanılan OMKÖ .....	72
<b>Tablo 3.4.</b> Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Özellikleri.....	73
<b>Tablo 3.5.</b> Katılımcıların Kişilik Özellikleri Bağlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	76
<b>Tablo 3.6.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarına Bağlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	77
<b>Tablo 3.7.</b> Araştırmada Kullanılan Ölçme Araçlarına Ait Güvenirlilik Düzeyleri .....	80
<b>Tablo 3.8.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarına Bağlı Normal Dağılım Testi Sonuçları .....	81
<b>Tablo 3.9.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	82
<b>Tablo 3.10.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Medeni Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları.....	83
<b>Tablo 3.11.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	84
<b>Tablo 3.12.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Yaşları Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	85

<b>Tablo 3.13.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	86
<b>Tablo 3.14.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Gelir Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	88
<b>Tablo 3.15.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Mesleklerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	89
<b>Tablo 3.16.</b> Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe İldeki İkametgâh Sürelerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	91
<b>Tablo 3.17.</b> Katılımcıların Kişilik Özellikleri İle Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algıları Arasındaki Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları .....	93
<b>Tablo 3.18.</b> Ekonomik Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları .....	95
<b>Tablo 3.19.</b> Çevresel Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları .....	96
<b>Tablo 3.20.</b> Sosyo-Kültürel Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları .....	98

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

<b>Şekil 1.1.</b> Butler'in Turizm Yaşam Döngüsü Modeli .....	46
<b>Şekil 3.1.</b> Araştırma Modeli.....	69



## ÖNSÖZ

Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı bünyesinde hazırlanan ‘Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki’ adlı tez çalışması İzmir ilinde yaşayan yerel halkın katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısının hangi durumlarda değiştiğini belirlemek ve hangi kişilik özelliğine sahip bireylerin turizmi daha çok olumlu veya olumsuz algıladığını incelemek amacıyla hazırlanmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında bilgisini ve tecrübesini benimle paylaşan ve yardımlarını benden esirgemeyen danışmanım sayın Doç. Dr. Cem IŞIK’a, değerli hocam rahmetli sayın Doç. Dr. A. Kadir KOŞAN’a en kalbi teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca yardıma ihtiyacım olduğunda desteğini esirgemeyen değerli hocalarım Arş. Gör. Özgür ÇALKIN’a ve Arş. Gör. Zafer TÜRKMENDAĞ’a teşekkürü bir borç bilirim. İlaveten maddi manevi desteğini benden esirgemeyen tezin her aşamasında yanımda olan değerli aileme ve sevgili arkadaşım Zeynep İNCİ’ye ayrıca çok teşekkür ederim.

**Barış TURAN**

**Erzurum, 2018**

## GİRİŞ

Dünya genelinde turizm endüstrisi sosyolojik, hukuki, ekonomik, ulaşım ve haberleşme gibi faktörlerin; politik ve teknolojik iyileşmelerin yarattığı yeni imkanlar sayesinde gelişimini hızla sürdürmektedir. Hızla büyüyen turizm sektörü faaliyetini sürdürdüğü yeri bir yandan geliştirmeye bir yandan da etkisi altına almaya devam etmektedir. Geçmişte her ne kadar ekonomik yönüyle anılsa da günümüzde turizm küresel, bölgesel ve ulusal düzeyde sosyo-ekonomik bir gelişim aracı olarak görülmektedir (Sandeep ve Vinod, 2014). Bu yönlerinin güçlü olmasından dolayı turizm, ülkelerden tutun en küçük yerleşim birimi olan köylere kadar, artık her yerde karşımıza çıkabilmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2016 yılına ilişkin raporunda, dünyada seyahatlerin geçmiş yıla (2015) oranla yüzde 3,9 büyümüş, seyahatçi sayısının da 46 milyon artarak 1 milyar 235 milyona ulaşmıştır. UNWTO, 2017 yılının ilk 6 ayı için hazırladığı raporda ise 2016 yılının aynı dönemine oranla 36 milyon turist artışıyla uluslararası seyahatçilerin yılın ilk yarısında 598 milyona ulaştığını bildirmektedir. Örgütün 2017 için hazırladığı raporda ise uluslararası seyahatçi sayısının 2016 yılına göre yüzde 6,7 artarak 1 milyar 322 milyon kişiye ulaştığı bildirilmiştir. Örgüt 2030'da ise uluslararası seyahatlerin 1,8 milyara ulaşacağını tahmin etmektedir.

Bu verilerden hareketle artık her bölge turizmden gelir elde etmeye, turistik çekiciliklerini ön plana çıkarıp bu sektörden faydalanmaya çalışmaktadır. Çünkü turizm gerek bölgesel kalkınmada gerekse ülkesel kalkınmada istihdam ve gelir etkisi rolüyle, ekonomik açıdan oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Turizmin uluslararası ölçekte geniş istihdam etkisi yaratan bir sektör olması, onu sadece gelişmiş ülkelere değil gelişmekte olan ülkeler için de büyük önem taşıyan bir sektör haline getirmektedir. Çünkü turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerde, döviz kazandırıcı etkisiyle dış ticarete ve sanayinin finanse edilmesinde etkili bir alternatif seçeneği olmuştur. Fakat küreselleşen dünyada birbirine benzeyen ürün ve hizmetlerin ortaya çıkmasıyla bu sektörden pay almak giderek zorlaşmaktadır. Ayrıca turizm savaş, doğal afetler, siyasi krizler, salgın hastalıklar vb. gibi birçok faktörden etkilenen hassas ve kırılgan bir yapıdadır.

Tüm bunlara bakıldığında bir bölgede turizm faaliyetlerinin devamlılığı için iyi bir planlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu planlamaya, devlet kurumlarından turizm teşkilatlarına; yerel yönetimlerden yerel halka kadar tüm paydaşlar dahil edilmeli ve turizmin olumsuz etkilerini azaltıp olumlu etkilerine vurgu yapılmalıdır. Özellikle yerel halkın turizme katılımı ve desteği, o bölgedeki turizmim sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Başarılı bir turizm gelişiminin gerçekleşmesi için yerel halkın yeterli desteğine ihtiyaç duyulmaktadır (Işık, vd., 2016, Işık ve Çalkın 2016). Yerel halkın desteği de algıladığı olumlu etki ve sağladığı faydayla orantılıdır. Yerel halkın karşı çıktığı veya olumsuz etkilendiği bir turizm faaliyetinin ömrü uzun sürmeyecektir.

Genelde ekonomik büyüme ve kalkınma aracı olarak görülen turizm, toplum arasında ise sosyal ve kültürel bir olay olarak kabul edildiği için turistler ile yerel halkın bir etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Bölgeye gelen turistlere sunulan hizmet genellikle o bölgenin yerel halkı tarafından karşılanmaktadır. Dolayısıyla bu etkileşim zamanla yerel halkın geleneğinde, kültüründe, inançlarında, alışkanlıklarında ve yaşam tarzı gibi sosyal yönlerinde değişikliklere yol açmaktadır. Turizmin kişisel yaşam alanları üzerindeki etkisi, yerel halkın turizm üzerindeki asıl ilgi alanını oluşturmaktadır (Bilim ve Özer, 2013).

Turizme sadece ekonomik yönüyle bakılmamalıdır. Ayrıca sosyal, kültürel ve çevresel yönüyle de yerel halk üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sahip bir harekettir (Akova, 2006). Bu sebeple turizmin, yerel halk üzerindeki etkilerini değerlendirirken sadece gelir sağlayıcı ve döviz kazandırıcı gibi ekonomik özellikli sorunların değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel yapıyı etkilemesi açısından ekonomik olmayan özelliklerinin de değerlendirilmeye alınması önem arz etmektedir (Berber, 2003). Yapılan literatür araştırmasında yerel halkın, turizmin ekonomik etkilerini olumlu, fakat sosyal ve kültürel etkilerini ise daha çok olumsuz algıladığı tespitine ulaşılmıştır. Olumsuz etkileri azaltıp, yerel halkın turizmi olumlu şekilde algılamasını sağlamak da ancak yerel halkla iletişim kurmak, onların bakış açısını değerlendirmek ve hangi durumda olumlu hangi durumda olumsuz etkilendiklerini belirleyip ona göre bir turizm planlaması yapmakla mümkündür. Yerel halkı turizm gelişim sürecine dahil etmek, onların bu konudaki görüş ve düşüncelerini almak, gelecekteki turizm planlaması ve gelişimi için fikir alışverişinde bulunmak, yerel halkın kendini karar alma sürecine dahil görmesi ve turizmin bir parçası olarak hissetmesi açısından önem arz etmektedir (Bayat



ve Yıldırım, 2014). Yerel halkın turizm etkilerine ilişkin algıları pek çok faktöre göre değişebilmektedir. Yaşam tarzı, yaş, cinsiyet, eğitim ve turizm sektöründe çalışma durumu gibi birçok sosyodemografik özelliğe göre değişebilen algı (Altunel, 2009), yerel halkın kişilik özelliklerine göre de değişiklik gösterebilecektir.

Kişilik, doğuştan gelen aynı zamanda çevre ve eğitimin etkisiyle sonradan kazanılan, bireyin karar verme sürecinde etkili olan, onu diğer insanlardan ayıran ve kişiyi özel kılan değerler bütünüdür. Kişiliğin tek bir tanımı bulunmamakla beraber bu konuda psikologların da tek bir tanım üzerinde birleşmediği ve farklı tanımlamalar yaptığı görülmektedir. Nitekim literatürde de kişilikle ilgili birçok tanıma rastlamak mümkündür. Özdemir, vd. (2012) kişiliği, bireyin zihinsel, duygusal, sosyal ve fiziksel özelliklerinin devamlılık gösteren yönlerini içeren bir faktör olarak tanımlamaktadır. Cüceloğlu (2002) kişiliği, bireyi iç ve dış çevreyle kurduğu kendine has tutarlı ilişki şeklinde ifade etmektedir. Bovee, vd. (1995) kişiliği, bir bireyin durumlara verdiği tutarlı tepki şeklinde tanımlarken, Morgan (1999) kişiliği, bireylerin başkaları yanında göstermiş olduğu davranışlar olarak tanımlamaktadır. Daha kapsamlı bir şekilde tanımlayan Aghae ve Ören (2004) ise kişiliği, insanları tanıtan ve tahmin edilebilir davranışlar sayesinde onları tanımamızı sağlayan bir set şeklinde ifade etmektedir. Kısacası kişilik, bireyi kendine has yapan özelliklerin tümüdür.

İnsanlar kişilik özellikleriyle ön plana çıkar. Meslek seçiminden tutun aldığı riske, izlediği programdan yemek seçimine, yaşam tarzından eğlence anlayışına, içine kapanıklıktan yeniliğe açık olmasına ve bir duruma verdiği tepkiye kadar birçok alanda bu özelliklerin etkisi görülebilmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye yönelik bir çalışmaya ulaşılmamıştır. Fakat kültür ve kişilik arasındaki ilişkiyle ilgili yapılan çalışmalarda söz konusu kavramların ayrılmaz bir bütün olduğu vurgulanmaktadır. Nitekim Arslantaş (2008) kültür ve kişiliğin, durumsal özellikler taşımalarından dolayı çok boyutlu yapı sergilediklerini ve bu nedenle iki kavramın dinamik ve iç içe olduğunu ifade etmektedir. Nitekim turizm aynı zamanda kültürel bir aktivite, kültürler arası etkileşim ve kültür taşıyıcısı olabilmektedir. Bu nedenle turizm kültürü, kültürde kişiliği etkilemektedir (Duran, 2011)

Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, öncelikle turizm kavramı, turizmin özellikleri ve tarihsel gelişimi hakkında bilgiler verilmiştir. Daha sonra turizm etkilerinden bahsedilip bu alanda yapılan çalışmalar verilmiştir sonrasında turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Ardından turizm ile birlikte gelen ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel değişimden bahsedildikten sonra yerel halk ile turistler arasındaki ilişki tipleri ve yerel halkın turizm algısı ile ilgili başlıca model ve teorilerden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde, öncelikle kişilik kavramı tanıtılmıştır. Daha sonra kişiliği oluşturan faktörlerden bahsedilmiştir. Ardından kişiliği belirlemede kullanılan başlıca tekniklere değinildikten sonra beş faktör kişilik modeli tanıtılmış ve tarihsel gelişiminden bahsedilmiştir. Son olarak ise turizm ve kişilik ilişkisine değinilmiştir.

Üçüncü bölüm araştırma metodolojisi kısmıdır. Öncelikle araştırmanın problemi, amacı ve önemi, sınırlılıkları, varsayımları ve araştırmada geçen tanımlardan bahsedilmiştir. Ardından araştırmanın yöntem kısmı olan araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği aracı verilmiştir. Son olarak araştırmanın bulguları, sonuç ve önerileri verilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMİN EKONOMİK, ÇEVRESEL VE SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Bu bölümde öncelikle temel kavramlar başlığı altından turizm kavramı, turizm gelişimi ve turizmin özellikleri ele alınmıştır. Daha sonra çalışmanın konusu olan turizmin ekonomik, çevresel ve sosyokültürel etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ardından turizm ile beraber gerçekleşen ekonomik, çevresel ve sosyokültürel değişimden bahsedilmiştir. Son olarak, yerel halk ile turistler arasındaki ilişki tipleri ve yerel halkın turizm algısına yönelik başlıca model ve teoriler açıklanmıştır.

#### 1.1. TEMEL KAVRAMLAR

Bu başlık altında turizm kavramı, turizmin özellikleri ve turizmin gelişimi hakkında bilgi verilmiştir.

##### 1.1.1. Turizm Kavramı

‘Turizm’ kavramı, Latince kökenli ‘tornus’ kelimesinden gelmiştir. Anlamına bakıldığı zaman ‘dönme hareketi’ olarak geçmektedir. Aynı zamanda İngilizcede geçen ‘tour’ ve ‘touring’ kelimeleri de yine söz konusu kelimedenden türemiştir. Yine anlam olarak bakıldığında ‘tour’ dairesel bir hareketi, eğlence ve dinlenme için yapılan yer değiştirmeyi, bazı bölgelere yapılan ziyaretleri vb. gibi durumları ifade eder. Turizm kelimesi ise ‘tur yapan’ anlamına gelen ‘tourist’ sözcüğü ile ‘tour’ sözcüğünden türemiştir (Bayer, 1992).

Türk Dil Kurumu (TDK, 2017) sözlüğünde ise ‘turizm’ kelimesinin Fransızca kökenli ‘tourisme’ sözcüğünden türediğini, anlamını ise dinlenme, görme, eğlenme, tanıma vb. gibi amaçlarla yapılan geziler şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca TDK turizm kavramını, bir ülkenin veya bir bölgenin turist çekmek veya gelen turist sayısında artış sağlamak için ekonomik, kültürel ve teknik önlemlerin yanında yapılan çalışmaların tümü şeklinde ifade etmektedir.

Turizmin çok karmaşık ve dinamik bir yapıda olması birçok tanımı da beraberinde getirmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UWTO, 2018), turizmi şu şekilde tanımlamaktadır:

*'Turizm, sürekli kalıŖa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşda bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür'*

Literatüre bakıldığı zaman turizm kavramı ile ilgili yapılan ilk tanımlar daha çok turizmin ekonomik yönüne vurgu yapılarak ele alınmıştır. Turizm bir bölge ve ülke için dışarıdan gelenlerin döviz girişı sağladığı bir faaliyet olarak değerlendirilmiştir. Nitekim Picard'a (1960) göre turizm, dış kaynaklardan ülkeye döviz akışını sağlayan ve sağlanan gelir ile diğer sektörleri etkileyen bir faaliyettir.

Guyer-Feuler tarafından tanımlanan turizm kavramı ise şu şekildedir; Buna göre (Kozak, Kozak ve Kozak, 2012, s.1, Çoruh, 1969, s.8),

*'Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı özellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirine daha çok yaklaşmasına olanak veren 'modern' çağa özgü bir olaydır.'*

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017) turizmi, kimi kaynaklarda ikamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetler olarak kimi kaynaklarda ise bu seyahatin en az 24 saat süreyle olması gerektiği vurgulanmıştır. Toskay'a (2007) göre ise turizm, insanların ikamet ettiği, çalıştığı ve yaşamını devam ettirdiği yer dışında seyahat ettikleri yerlerde turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici bir konaklama ile birlikte kurduğu ilişkiler sonrası geri dönmesi olaydır.

Kahraman ve Türkay, 2006 ise turizmi;

- Dinlenme, eğlenme, seyahat etme gereksinimi ve hava değişim isteği,
- Doğal güzellikleri ve sanatsal faaliyetleri yakından görme ve tanıma isteği,
- Sanayi ve ticaretin hızlı gelişimi,
- Ulaşım araçlarının konforlu ve ucuz hale gelmesiyle beraber ulusların veya toplulukların birbirine daha çok yaklaşmasına olanak tanıyan modern çağa özgü bir olay olarak ifade etmektedir.

Turizm kavramına yapılan tanımlamalara bakıldığında belirli özellikler göze çarpmaktadır. Bunların başında 'seyahat' veya 'yer değiştirme' gelmektedir. Bu bağlamda özetlemek gerekirse bir seyahatin turizm olabilmesi için insanların

oturdukları yerin dışına çıkması gerekmektedir. Ayrıca bu seyahat kişinin özgürlüğünde ve kendi isteğiyle olmalıdır. Yapılan bu seyahat ticari amaç taşımamalıdır. Tamamen dinlenme, gezme, eğlenme, yeni yerler keşfetme, sağlık, spor, din, kültür ve tarih gibi amaçlarla gerçekleşmelidir. Seyahate çıkan birey, seyahat başından sonuna kadar yaptığı tüm harcamalar turizm kapsamında ele alınmaktadır (Kozak, vd., 2012).

### 1.1.2. Turizm Gelişimi

İnsanlar tarihin her döneminde değişik nedenlerden dolayı seyahat etmişlerdir ve seyahat etmeye de devam etmektedirler. Bu seyahatler ilk çağlarda daha çok yaşamsal faaliyetlerle ilgilidir. Boş zaman değerlendirme şeklinde olmayıp ticari, dini askeri ve bazen de sağlık gibi nedenlerle olmuştur. Ulusların başka ülkeleri ziyaret etmesi ticaret yapması gibi durumlar, bir turizm aktivitesi şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca bu seyahatler MÖ. 4000 yıllarında parayı da icat eden Sümerliler'in tekerliği icat etmesiyle hız kazanmıştır. Yine MÖ. 3000 yıllarında ise insanlar Mısır Piramitlerini görmek için seyahat etmişlerdir. Zira o dönemlerde Mısır gezginlerin dikkatini çeken önemli bir yerdir. Nitekim Yıldız'a (2011) göre, Eski Mısır ve Babil Krallığı'nda, gezginler için konaklayacak yerler yapılarak yol güvenlikleri sağlanmıştır. Bir seyahat örneği de 776 yıllarında Yunan Olimpiyat Oyunlarıyla gerçekleşmiştir. Olimpiyatlara gitmek için seyahat edenler, kasabalarda konaklayarak bir nevi turizmin öncülüğünü yapmışlardır (Yıldız, 2011).

Ardından deniz aşırı seyahatlere önemli bir örnek olarak verilen 11. ve 13. yüzyıllarda yaşanan Haçlı Seferleri gerçekleşmiştir. Her ne kadar askeri amaçlarla yapılmış olsa da gittikleri yerlerde bir etkileşim meydana getirmişlerdir.

Modern turizmin temelleri ise 18. ve 19. yüzyıllarda sanayi devrimi ve yaşanan ekonomik ve siyasi trendler oluşturmuştur (Kahraman ve Türkay, 2006). Devrimin sağlamış olduğu ekonomik büyüme ile beraber sermayede ki artışlar turizm hareketliliğini de beraberinde getirmiştir. Ayrıca 19. yüzyılın sonlarında özellikle Avrupa ve Amerika'da demir yolunun gelişmesiyle yolculukların daha kısa ve konforlu hale gelmesi, buharlı teren ve gemilerin ortaya çıkmasıyla seyahatçi sayısında da bir artışa neden olmuştur (Yıldız, 2011).

Sermayedeki artış ulaşım hizmetlerindeki devrim insanları seyahat etmeye güdülemiştir. Nitekim İngiliz seyahatçi Thomas Cook'un, İngiltere Leicester'den Loughborough'a 1841 yılında 570 kişilik bir gruba yaptırdığı seyahat, modern turizm çağının başlangıcı olarak kabul edilir (<http://rekreasyon.org/turizmin-tarihsel-gelisimi/> erişim tarihi: 18.02.18). Ardından Thomas Cook bir seyahat acentesi kurarak bu tür gezileri devamlı hale getirmiştir.

20. yüzyılda ise çıkan dünya savaşları nedeniyle her ne kadar bir duraksama yaşansa da turizmde kara ve hava ulaşımındaki gelişmeler ile birlikte seyahat etmek daha kolay ve konforlu hale gelmiştir. Ayrıca kitle ulaşım araçlarının artması seyahatleri daha uygun maliyetli hale getirmiştir. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası seyahatler hız kazanmıştır.

Bugün bakıldığında turizm, 21. yüzyılın gelişme gösteren en önemli hizmet sektörlerinden birisidir. Ulaşım, haberleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte artan boş zaman insanları seyahate, yeni yerler görmeye ve deneyimlemeye itmiştir. Nitekim Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün yayınladığı 2017 raporuna göre, Avrupa'ya giden turist sayısı 620 milyon, Asya-Pasifik bölgesine giden 303 milyon, Amerika'ya giden 201 milyon Afrika'ya giden 58 milyon ve Ortadoğu ülkelerine giden ziyaretçi sayısı 54 milyon olup toplamda 1 milyar 235 milyon kişi seyahat etmiştir. Yine örgütün verilerine göre bu seyahatlerden oluşan küresel sermaye ise 1 trilyon 220 milyon dolardır (UNWTO, 2017).

UNWTO verilerine göre 2016 yılında en çok ziyaretçi çeken ülkeler ise sırasıyla Fransa, ABD, İspanya, Çin ve İtalya'dır. Ve en çok gelir elde eden ülkeler de sırasıyla ABD, İspanya, Tayland, Çin ve İtalya'dır (UNWTO, 2017, TurizmGüncel.com).

**Tablo 1.1.** 2016 Yılında En Çok Ziyaretçi Ağırlayan 10 Ülke

	<b>Milyon Kişi</b>	
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>1. Fransa</b>	84.5	82.6
<b>2. ABD</b>	77.5	76.5
<b>3. İspanya</b>	68.5	76.5
<b>4. Çin</b>	56.9	59.3
<b>5. İtalya</b>	50.7	52.4
<b>6. İngiltere</b>	34.4	35.8
<b>7. Almanya</b>	35.0	35.6
<b>8. Meksika</b>	32.1	35.0
<b>9. Tayland</b>	29.9	32.6
<b>10. Türkiye</b>	<b>39.5</b>	<b>25.3</b>

**Kaynak:** UNWTO, 2017, Erişim Tarihi: 20.03.2017

Tablo 1.1’de görüldüğü gibi Türkiye 2015 yılında 39,5 milyon ziyaretçi ağırılarak listede normalde 6. sıradayken yaşanan çeşitli olaylardan sonra 2016 yılında turizm de büyük gerileme yaşamasına rağmen listede ilk 10 ülke arasında kalmayı başarmıştır. Yine tablo 1’ de görüldüğü gibi çeşitli nedenlerle başka ülkelere giden ve turizm faaliyetinde bulunan seyahatçi sayıları milyonlara ulaşmış olmakla beraber bu sayılar her geçen sene artmaktadır.

Günümüzde ise sanayinin hızlı gelişmesi, haberleşme, ulaşım ve teknolojinin ileri düzeye ulaşması, kişi başına düşen gelirin yükselmesi ile birlikte refah düzeyinin artması, insanların kullanabileceği boş zamanın çoğalması; turizme, eski çağlarda insanların ticari, dini, askeri gibi nedenlerle yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir boyut kazandırmıştır. Bugünkü anlamıyla ‘turizm’ kavramı 19. yüzyılın sonuna doğru kullanılmasına karşılık, 20. ve 21. yüzyılın bir olgusu olarak gelişerek; günümüzde geniş çaplı kitleleri, bölgeleri ve ülkeleri ilgilendiren ekonomik, çevresel, politik, sosyal ve kültürel bir faaliyet haline gelmiştir (Yıldız, 2011).

Ayrıca turizmde yaşanan bu olumlu gelişmeler ve turizmdeki hızlı ilerleme insanları farklı türde turizm aktivitelerini yapmaya yönlendirmiştir. Nitekim deniz, kum ve güneş üçlemesinin başlattığı kıyı turizminin yanında günümüzde boş zamanın çoğalması, sıkıcı ve bunaltıcı çalışma ve şehir hayatı, yeni deneyim ve macera arayışı gibi birçok nedenden ötürü insanlar, doğa, spor, sağlık, inanç, kırsal, kış, tarih ve kültür turizmi gibi alternatif turizm türlerine de katılmaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2011).

Sonuç olarak turizmin tarihsel gelişimi incelendiğinde bu gelişimin güdüleme, yeterlilik ve hareketlilik olmak üzere üç temel eğilime bağlı olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Rızaoğlu, 2004, s.5)

1. **Güdülenme:** İnsanların gereksinim veya ihtiyaçlarına bağlı olarak turizm için belli davranışlara yönelmesi şeklinde açıklanabilir. Güdüleme olayı endüstri öncesi çağda araştırma, iş, kutsal yerleri ziyaret etme, eğitim ve sağlık gibi durumlarda; endüstriyel çağda eğitim, yazılı iletişim araçlarının olumlu etkisi, kent yaşamından kaçış ve sömürgecilik gibi durumlarda; tüketici toplumu çağında yani günümüzde ise görsel iletişimin olumlu etkisi, çalışma hayatının sıkıcı evresinden kaçış, tatillerin doğal bir hak olması ve tüketici toplumu olgusunun oluşması gibi durumlarda insanlar turizm faaliyetinde bulunmuşlardır.
2. **Yeterlilik:** Boş zaman, gelir, fiziksel ve zihinsel özellikler gibi turizm için gerekli koşulların oluşması şeklinde tanımlanabilir. Endüstri öncesi çağda, geziler seyrek ve katılanlar azdı, daha çok zengin ve nüfuslu kimseler gezilere katılırdı; endüstriyel çağda insanların gelirleri yükselmiş daha fazla boş zaman ortaya çıkmıştır, kitlesel pazarlama ile birlikte örgütlenmiş turlar yapılmaya başlanmıştır; tüketici toplumu çağda yani günümüzde ise, çalışma sürelerinin kısalması, harcanabilir gelirin artması, pazarlama stratejilerinin çoğalması, paket turların düzenlenmesi, daha küçük aileler ve dışarda yeme-içme, gezme gibi istekler insanları turizm aktivitelerine yönlendirmiştir.
3. **Hareketlilik:** insanlar turizm amaçlı yer değiştirme ve etkinliklerle kendini kanıtlama ve bulma, zihinsel ve fiziksel olarak yenileme ihtiyacından dolayı yaptığı seyahatler şeklinde açıklanabilir. Bu durum endüstri öncesi çağda yavaş ve zahmetliydi, nadiren yapılırdı ve uzak yerlere gidildiği için daha çok maceraya dönüşüp korku verici olabilirdi; endüstriyel çağda bu hareketlilik kamu ulaşım araçlarıyla daha düşük ulaşım maliyetleriyle ve daha güvenli bir şekilde yapılmaya başlandı. Tüketici toplumu çağında yani günümüzde ise hareketlilik hız kazanmaya başladı, zira kişisel ulaşım seçenekleri arttı, paket turların daha fazla kullanılmaya başlanması, daha hızlı ve daha etkin ulaşım araçlarının geliştirilmesi, kitle ulaşım araçların çoğalması, seyahat ve tatilin



güvence altına alması gibi nedenler insanların seyahat etmesine olanak tanımaktadır.

Bu üç temel eğilim turizmin geçmişten günümüze gelişimini sağlamasına olanak tanıdığı gibi geleceğe dair gelişimini devam ettirebilmesi için de önemli etkenler olacaktır (Rızaoğlu, 2004).

### 1.1.3. Turizmin Özellikleri

Turizmin özellikleri günümüze değin çok çeşitli aşamalar geçirmiş olsa da turizmi anlayıp kavrayabilmek için turizmin özelliklerini iyi bir şekilde algılanması gerekmektedir.

Çeken'e göre (2014), turizmin beş karakteristik özelliğe sahiptir. Birincisi, turizm olaylar ve ilişkiler bütünüdür. İkincisi, turizm seyahat unsuru gibi dinamik ve konaklama unsuru gibi statik iki bileşenden oluşur. Üçüncüsü, söz konusu konaklama ve seyahat yaşanan yerin dışında yapılması gerekmektedir. Dördüncüsü, seyahat süresi birkaç gün, hafta ya da ayla sınırlı ve geçici olmalıdır. Son olarak, seyahatin amacı para kazanmak, ücretli iş veya işçi olma gibi ekonomik nedenlerle ilgili olmamalıdır.

Turizmin genel özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir (Hazar, 2007, Hazar, 2010):

- Turizm, insanların turistik amaçlarla seyahat esmesiyle ilgilidir. Turizm çalışma ve para kazanma amacı ile yapılmamalıdır. İnsanları turizme yönlendiren ise merak, dinlenme-eğlenme, yeni yerleri keşfetme, tarihi ve kültürel değerleri yerinde görme ve tanıma, doğal güzellikleri görme, arkadaş ve akraba ziyaretleri, iş seyahatleri, alışveriş, sağlık, din, inanç, spor müsabakaları, kongre ve fuarlar vb. gibi çeşitli nedenlerdir.
- İnsanların, yurt dışında ve yurt içinde en az 24 saat süreli geçici seyahatleridir. Ve seyahat edilen yerde en az 1 gece geçici konaklama gerektirir.
- Genellikle boş zaman değerlendirme etkinlikleriyle ilgili bir durumdur.
- İnsanlar seyahatleri süresince, gerekli ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için turistik mal ve hizmetleri talep etmektedirler. Böylelikle turizm, turist çeken bölge veya ülkeler için gelir veya döviz kazandırıcı rolüne sahip olup ekonomik bir nitelik taşımaktadır.

- Seyahat edilen bölgeyi ekonomik, politik, sosyolojik, kültürel ve psikolojik açıdan etkileyen süreçlerle ilgilidir.
- Turizm, insanlara zihinsel, fizyolojik ve psikolojik açıdan güç kazandırma veya yenilenme özelliklerini taşımaktadır.
- İlk başlarda her ne kadar bireysel bir aktivite gibi görünse de günümüzde kitlesel bir nitelik haline gelmiştir.
- Devlet desteğine ihtiyaç duyar ve o desteği zorunlu kılar. Nitekim yol, su, köprü, kanalizasyon gibi alt yapı; otel, havalimanı, yat limanı, tatil köyü, diğer ulaşım hizmetleri gibi üst yapı yatırımlarının yapılmasını gerektirir.
- Turizm sektörü tarım, sanayi, ulaştırma gibi diğer ekonomik sektörlerle bağlıdır. Sektörün gelişmesi ile beraber diğer birçok sektörde gelişme göstermektedir.
- Turizmin emek-yoğun hizmet veren bir sektör olması nedeniyle turizm endüstrisi geniş çapta istihdam olanağı sağlar.
- Bir paket ürün gerektirir. Bir dizi olay ve ilişkiler bütünüdür. Konaklama, yeme-içme, ulaştırma ve diğer hizmetler gibi birçok servisin bir araya gelmesiyle oluşur. Bunlardan biri olmadığı takdirde diğerleri de bu durumdan olumsuz etkilenebilmektedir.
- Birçok turizm çeşidi mevcuttur. Sağlık, spor, eko, dağ, termal, macera, inanç vb. gibi. İnsanların turizme katılım amaçları farklı olduğundan dolayı, amaçlara göre ürün birleştirmeyi de zorunlu kılar.
- Turizm tarih, sosyoloji, biyoloji, psikoloji, coğrafya, hukuk, işletmecilik ve ekonomi gibi birçok bilim dalıyla da ilişki içerisindedir.
- Turizm bir hizmet sektörüdür. İnsanlara bu hizmeti sunmak ve onların da tercihlerini etkilemek için etkili bir çalışma gereklidir. Tanıtım, reklam ve satış çabalarını gerekli kılar.
- Turizmde, tüketici ürün veya hizmetin sunulduğu yere gitmesi gerekmektedir.
- Ürün ve hizmetlerin tüketiciler tarafından ne zaman alınacağı bilinmediğinden her zaman hazır bir vaziyette tutulmalıdır.

Turizmin bir diğer özelliği ise genellikle mevsimsel yapıyor olmasıdır. Kimi bölgeler yaz mevsiminde kimi bölgeler kış mevsiminde, kimi bölgeler ise ilkbahar ve sonbahar gibi sakin zamanlarda tercih edilmektedir. Bu durum ise bölgede yaşayan

insanları etkilediği gibi, o bölgenin turizm anlayışını da etkilemektedir. Çünkü turizm istihdam ve gelir getirici etkisiyle insanlar tarafından olumlu karşılanır fakat tüm yıla yayılamayan bir turizm insanların hoşnutsuzluğuna ve giderek de tepkisine yol açabilmektedir. Zira turizm sayesinde gelir elde eden bölge halkı, yıl içerisinde turizmin olmadığı zamanlarda sıkıntılar yaşayabilmektedir. Bu durum da turizme karşı bir soğukluk yaratmaktadır. Başta olumlu olarak algıladıkları turizm aktivitelerine karşı bir olumsuz tavır sergileyebilmektedirler. Bu durumda yapılması gereken turizm sezonunu mevsimsel olmaktan çıkarıp süresini uzatmak ve dahi turizmi tüm yıla yaymaktır. Böylece yerel halkın da turizme olan alışkanlığı sağlanacak ve olumlu görüşler de artacaktır (Hazar, 2007).

## 1.2. TURİZMİN ETKİLERİ

Turizm etkisi, bulunduğu çevreyi veya bölgeyi geniş bir şekilde düzenleyen faaliyetler bütünü olarak ifade edilmektedir (Bertan, 2010). Günümüzde turizmin, yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve politik etkiler, özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2011). Turizmin iş olanakları yaratması ve gelir getirici etkisinin olması tüm ülkelere önem verilen bir sektör haline gelmesine sebep olmuştur. Turizm her ne kadar ekonomik yönü kuvvetli bir sektör olsa da sadece bu yönüyle bakılmamalıdır. Nitekim turizmin toplum üzerindeki sosyal, kültürel ve çevresel etkileri de dikkate değerdir. Turizmde yapılan ulusal veya uluslararası seyahatler, toplum üzerinde olumlu ve olumsuz değişikliklere yol açmaktadır. Turizmin istihdam yaratması, kültürel alışveriş, sosyal alanların çoğalması ve çevre duyarlılığı gibi alanlar üzerinde olumlu etkisi olsa da toplum hayatı ve çevresel faktörler üzerinde olumsuz etkileri de vardır (Akova, 2006).

Yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları inceleyen araştırmalar uzun yıllardır yapılmaktadır. 1960'larda daha çok turizmin olumlu etkilerinden bahsedilmiş, 1970'lerde gerek olumlu gerekse olumsuz etkilerinden dengeli bir şekilde bahsedilirken, 1980'ler ve sonrasında ise olumsuz etkiler üzerinde çalışmaların yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Ve turizm etkilerine ilişkin araştırma ve incelemeler yapan bilim insanları bu etkileri, ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel şeklinde ele almıştır (Akova, 2006).

Turizmin ekonomik etkileri genellikle olumlu karşılanır. Gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler için turizm, ekonomik kalkınmanın ve gelişmenin önemli bir aracı olarak görülmektedir. Turizm döviz getirisi rolüyle hem milli gelire ciddi bir katkı sağlar hem de ödemeler bilançosundaki dengesizlikleri giderip dış açıkların kapatılmasında etkilidir (Mesci ve Dönmez, 2016).

Turizmin sosyo-kültürel etkileri; turizmin mevcut sosyal değerlerine, aile içi ilişkilerine, kişisel davranışlara, ahlaki kurallara, gelenek ve göreneklere, tarihi ve kültürel değerlere, zanaatsal faaliyetlere kısacası toplumun sosyal yapısına doğrudan veya dolaylı olarak yapmış olduğu olumlu ve olumsuz çift yönlü etkilerdir (Yavuz, 2006).

Turizmin çevresel etkileri ise; başlıca olumlu etkiler doğal, arkeolojik ve tarihi alanların korunması, çevre değerinin artırılıp aynı zamanda çevrenin iyileştirilmesi, altyapı olanaklarının geliştirilmesi; başlıca olumsuz etkiler ise su, hava ve gürültü kirlilikleri görsel kirlenme, katı atıklar, ekolojik bozulmalar, biyolojik çeşitliliğin bozulması, arkeolojik ve tarihi yerlerin zarar görmesi ve alan kullanım sorunlarıdır (Özdemir ve Kervankıran, 2011).

Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığı ve söz konusu etkilere yönelik tutumları ile ilgili yapılan bazı çalışmalar ve sonuçları derlenmiştir. İlgili çalışmalara geçmeden önce algı ve tutum kavramlarına kısaca değinmekte fayda vardır. Algılama, herhangi bir olay, olgu, nesne, kavram, sözcük vb. gibi uyarıcının; kişinin sahip olduğu beş duyu organının ve sezgilerinin yardımıyla; düşsel yapısında anlaşılması, belirlenmesi, tanınması, yorumlanması ve açıklanmasıdır. Tutum ise, bir bireye mal edilen ve onun bir psikolojik nesne ile ilgili duygu, düşünce ve davranışlarını düzenli bir şekilde oluşturan eğilimdir (Akova, 2006). Yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları ile ilgili yerli ve yabancı literatürde birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazılarının sonuçları aşağıdaki gibidir.

Bagri ve Kala (2016), Hindistan'ın kırsal bölgelerinde yaşayan yerel halkın turizm gelişimine ve etkilerine yönelik algıları ile ilgili yaptıkları çalışmanın sonucunda, yerel sakinlerin turizmin gelire, istihdama ve yaşam kalitesine olan katkısı nedeniyle ekonomik etkilerini olumlu algıladığı belirtilmiştir. Fakat farklı demografik özelliklere

sahip katılımcıların turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini de farklı algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, yaşlı sakinlerin geleneksel ve kalıplaşmış yaşam tarzından dolayı turizmin sosyo-kültürel etkilerini olumsuz algıladığı, olası bir değişikliğe de direnç gösterdikleri ifade edilmiştir. Ayrıca turizmde doğru veya dolaylı olarak çalışan kadın ve erkek katılımcıların turizmin sosyal ve ekonomik etkilerini, erkek katılımcıların çevresel etkilerini olumlu algıladığı ve eğitimli insanların ise turizm gelişimine destek verdiği tespit edilmiştir.

Güzel (2013), Dalyan örneğinde, bölgede yaşayan yerel halkın turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerine yönelik algılamaları ölçülen çalışmanın neticesinde, yöre halkının turizmin sosyo-kültürel etkilerini daha çok olumsuz yönde algıladıkları belirtilmiştir. Olumsuz algılanan sosyo-kültürel etkiler ise şu şekilde sıralanmıştır; yerel halkın turistlere özenmesi nedeniyle davranışlarda meydana gelen değişiklikler, özellikle gençlerin turistlere özenmesi ve alkol gibi kötü alışkanlıklar edinmesiyle davranışlarının değişmesi, turistlerle çarpık ilişkiler, aile yapısının bozulması ve suç, fuhuş gibi olayların artması şeklinde verilmiş. Fakat yapılan görüşmeler neticesinde olumlu algılanan çevre bilincinin ve yabancı dilin gelişmesi, yöre halkının yaşam standartlarının değişmesi ve yöre halkının sosyalleşmesi gibi sosyo-kültürel etkiler de mevcut olduğu saptanmıştır. Ayrıca yöre halkının ortak görüşü, turizmin bölge ekonomisine katkı sağladığıdır.

Çetin (2009), Beypazarı'nda yaşayan yerel halkın turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerini nasıl algıladığını araştıran çalışmasının sonucunda, bölge halkının zengin turistlerin yaşam tarzından olumsuz etkilendiğini, turizmin gelişmesiyle ulaşım, kira, hizmet ve tüketim fiyatlarının bölgede arttığını bulunmuştur. Ayrıca yerel halk, turizmin gelişmesiyle kadınların iş hayatına girdiği, yerel-turist arasında karşılıklı kültürel etkileşim olduğunu düşünmektedir. Ayrıca turizmin yeni iş imkanları yaratmasıyla bölge halkının turistik çekicilikleri koruma eğilimine girdiği vurgulanmıştır.

Ateş (2016), Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaptığı çalışmada, bölge halkının genel itibarıyla turizmi olumlu andıklarını, özellikle ekonomiyi geliştiren bir faaliyet olarak algıladıklarını belirtmiştir. Ayrıca yerel halkın, tarihi ve doğal kaynakların değerlendirilmesi gerektiğini, böylelikle turistik alanların gelişeceğini ve halkın bu durumdan fayda sağlayacağı tespit edilmiştir.

Işık ve Çalkın'ın (2016), TRA2 bölgesinde yerel halkın turizm algısı üzerine yaptıkları çalışmanın neticesinde, yerel halkın turizme ve turizm gelişimine olumlu baktığı saptanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, bölge halkı, turizmin gelişmesi gerektiğini, gelen turistlerin yaptıkları harcamalar ile yaşam standartlarının artacağını, turizmin bölgenin imajı açısından önemli olduğunu ve bu nedenle turizm gelişimini destekledikleri belirtilmiştir.

Nunkoo ve Ramkisson (2011), Doğu Afrika ülkelerinden Mauritius adasında yaptıkları çalışmanın neticesinde, genel itibariyle ada sakinlerinin turizm gelişimini desteklediğini ve araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun (%71) turizm sektörünü olumlu karşıladığını belirtmişlerdir. Fakat turizmi desteklemelerine rağmen katılımcıların %40'ı turizmin, çevre imajını bozduğunu dolayısıyla çevresel etkileri olumsuz algıladığı tespit edilmiştir. Ayrıca yerel sakinlerin turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algılamalarının olumlu yönde olduğu belirtilmiştir. Söz konusu olumsuz algıları en aza indirmek için ise, yerel halkın turizme katılımının önemine vurgu yapılmıştır.

Mesci ve Dönmez (2016), Mudurnu örneğinde, elde edilen bulgulara göre yerel halk turizme doğrudan katıldığı ve turizmi destekledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan analizler sonucunda yerel halkın turizmin sosyal, çevresel ve ekonomik etkilerini olumlu algıladıklarını tespit edilmiş; bölge halkının özellikle sosyal ve çevre boyutuna önem verdiği, bölge kaynaklarının sürdürülebilir bir yaklaşım çerçevesinde kullanılması gerektiği düşüncesinde olduklarını ifade edilmiştir.

Doğan ve Üngüren (2012), Isparta örneğinde, yapılan analizler sonucunda yerel halkın ilin turizm potansiyeli hakkında ve neredeyse yarısının ise tarihi ve doğal kaynaklar hakkında bilgi sahibi olmadığı belirtilmiştir. Fakat genel itibariyle yerel halkın turizmi olumlu algıladığı belirtilmiştir. Ayrıca yerel halk, turizmin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünmektedir. Bu nedenle turizm yatırımlarının artması gerektiği ve hep beraber turizme destek verilmesi konusunda hem fikir oldukları vurgulanmıştır.

Duran ve Özkul (2012), yerel halkın turistlere karşı yaklaşımı ve turizme yönelik tutumları, hem turizmin bir bölgede gelişmesi için hem de daha sonra ortaya çıkabilecek olası sorunların çözümü açısından oldukça önemlidir diyen yazarlar, Akçakoca

örneğinde yaptıkları çalışmanın sonucuna göre, turizmden fayda sağlayan katılımcıların turizmin etkilerini olumlu algıladıklarını tespit etmiştir. Bölge halkı turizmden sağladıkları faydanın olası zararlarında daha fazla olduğunu vurgulamışlardır. Dolayısıyla turizmden beklenen fayda ne kadar fazla ise turizme olan destekte aynı oranda yüksek olmaktadır.

Özdemir ve Kervankıran (2011), Afyonkarahisar örneğinde, yerel halka yapılan anket sonucu elde edilen verilere göre, yerel halkın turizm etkilerine ve gelen turistlere olumlu baktığı, turizm faaliyetlerine katılım sağladığını tespit edilmiştir. Her ne kadar turizmi ekonomik bir olay olarak görseler de yerel halkta turizm bilincinin oluşması ve turizmin gelişmesi için çevresel düzenlemeler yapılarak kalitenin artması, tarihi ve doğal kaynakların turizme kazandırılması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Gümüş ve Özüpekçe (2009) Foça örneğinde, yapılan araştırma sonucunda, yerel halkın öğrenim seviyesi dışındaki demografik özelliklerinin turizm etkilerini algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı vurgulanmıştır. Katılımcıların, turizmin ekonomiye büyük katkı sağladığı noktasında hem fikir oldukları belirtilmiştir. Yerel halk, turizmin istihdam sorununu çözmede tek başına yeterli olamayacağını fakat kadının çalışma hayatına atılmasını teşvik edici etkisiyle turizme destek verdiği saptanmıştır. Turizmin çevresel etkilerine olumsuz yönde algı sergilemeyen yerel halk, gelişen turizm nedeniyle gerek mevsimsel işçi göçleri gerekse emeklilerin oraya güç etmesiyle oluşan kalabalıklaşmadan rahatsız olduklarını belirtmişlerdir.

Akova (2006), yerel halkın turizm etkilerine yönelik algı ve tutumları ile ilgili, Cumalıkızık bölgesinde iki yıllık süreci kapsayan çalışmasının sonucunda, turizm etkilerinin algılanmasıyla yerel halkın özellikleri arasında önemli farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. İki senelik süreçte yerel halkın turizm etkilerine yönelik algı ve tutumunun olumlu yönde değiştiğini vurgular. Fakat bu değişmelerin nedenine çalışmada yer verilmemiştir. İlgili çalışmanın sonucunda, yerel halkın demografik özellikleri, turizm ile ilgili bir işte çalışma durumu, yaşam süresi, turistlerle temas kurma ve bölgenin yerlisi olma durumu ile ilgili değişkenlerle turizmin algılanan etkileri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yazar, ayrıca turizm gelişme evreleri dikkate alınırca, başlangıç evresinde olan bölgelerin turizmi olumlu algıladığını ve turizme destek verdiğini ifade etmektedir.

Enemou, vd. (2012), UNESCO Dünya Mirası Sit Alanı olan Nijerya'nın Osun Oshogba Kutsal Ormanı için turizm gelişiminin bölge halkı üzerindeki sosyal etkisi incelenmiştir. Çalışmalarının sonucunda, turizmin turistik çekiciliklere sahip bölgelerde yaşayan yerel toplum üzerinde etkiler yarattığını, onların yaşam standartlarını değiştirebildiğini, kültürel etkileşim sağladığını, dolayısıyla olumlu sosyal ve kültürel etkilere sahip olduğu vurgulanmıştır. Yazarlar, negatif etkileri ölçülmesinin zor ve dolaylı olduğu gerekçesiyle araştırmamıştır.

Görüldüğü üzere turizmin birçok olumlu ve olumsuz şekilde gerçekleşen etkileri mevcuttur ve bu etkilere en çok o bölgede yaşayan yerel halk maruz kalmaktadır. Bu nedenle turizm etkilerinin yerel halk üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini dikkatle incelemekte fayda görülmektedir. Ayrıca, turizm olgusunun her bir bileşeninin detaylı bir şekilde anlaşılması, planlama, yönetim ve politika belirleme ile ilgili olanların karar verme sürecinde bir temel oluşturması açısından oldukça önemlidir (Kim, 2002). Aşağıda turizmin ekonomik, çevresel ve sosyokültürel etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir.

### **1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri**

Turizm sektörü günümüzün belki de en önemli küresel olaylarından birisidir. Küreselleşme ve giderek artan gezme eğilimi ise uluslararası seyahatleri her yıl giderek arttırmaktadır. Bu büyüme eğilimi, turizm harcamaları nedeniyle artan GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) büyümesini de beraberinde getirmektedir. Bugün sayısı milyarları bulan ulusal ve uluslararası seyahatçiler tatilleri için yine milyarlarca harcama yapmaktadırlar. Bu kadar büyük bir pazardan her ülke pay elde etmeye ve turistleri kendi ülkelerine çekmeye çalışmaktadırlar. Turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik fayda sağlaması, verimli oluşu ve gerek ülke gerek faaliyetini sürdürdüğü bölge kalkınması için ihtiyaç duyulan döviz girdisi sağlaması gibi nedenlerle ekonomik sorunların giderilmesi için bir çıkış yolu olarak görülmektedir.

Turizm, iş imkanı yaratabilir, döviz girdisi sağlayabilir, gelişmekte olan ekonomi için yatırım getirisi üretebilir, teknolojiyi getirebilir ve yaşam standartlarını iyileştirebilir (Kim, 2002). Bir bölge veya ülke için turizmin en büyük faydası ekonomiktir; çünkü iş yaratma ve gerek ulusal ve uluslararası gerekse bölgesel ve yerel düzeylerde gelir yaratma fırsatı sunar (Zaei ve Zaei, 2013). Turizmin diğer sektörlerle



göre daha kısa sürede ekonomik yarar göstermesi, verimliliğinin yüksek olması hem ülkeye hem de bölgeye doğrudan döviz girdisi sağlayıp kalkınma ve geniş istihdam etkisi yaratması, ayrıca yarattığı uyarıcı etkiler nedeniyle dolaylı olarak diğer sektörler üzerinde olumlu etki yaratmasıyla ekonomik açıdan tüm ülkeleri cezbetmektedir. Turizm sektörü faaliyetini sürdürdüğü bölgelerde önemli ekonomik etkiler söz konusudur. Turizm, kendisinin gelişmesine fırsat verecek kaynakları etkili bir şekilde kullanarak ekonomik büyümeyi destekleyici bir rol oynamakla beraber ayrıca ihracat gelirlerine olan katkısı ve ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkileri nedeniyle de önem arz eden bir sektördür (Şahbaz, 2015).

### ➤ **Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri**

Ekonomik etkiler olumlu ve olumsuz olmak üzere çift yönlüdür. Turizmin başlıca olumlu ekonomik etkileri; ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, gelir yaratıcı etkisi, istihdam yaratıcı etkisi, bölgeler arası dengeli kalkınmaya etkisi şeklinde aşağıdaki gibi sıralanabilir.

#### **1.2.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi**

Ödemeler dengesi, bir tüketici tercih ettiği bir turistik ürünü satın alabilmek için o ürünün bulunduğu yabancı ülkeye gidip orada yaşayan kişilere yaptıkları tüm ekonomik harcamaların sonucunu gösteren sistematik bir kayıt biçimidir (Kozak vd, 2001, Oktayer vd, 2007). Böyle bir ekonomik hareketliliğin sonucunda şayet elde edilen gelirler yapılan toplam ödemelerden fazla ise ödemeler dengesinin ülke lehine olduğu bir diğer ifade ile fazla verdiğini, yapılan ödemeler elde edilen gelirden fazla ise tam tersine ülke aleyhine olduğu, dolayısıyla dış ödemeler dengesinde açık verdiği ifade edilmektedir (Aslan, 2015). Buna ilave olarak turizmden elde edilen uluslararası döviz gelirleri özellikle gelişmekte ve az gelişmiş ülkelerin mevcut bütçe açıklarını finanse etmeye yardımcı olmaktadır

Uluslararası turizm hareketliliği nedeniyle elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki turist gönderen ülkelerde döviz talebi, turist kabul eden ülkelerde ise döviz arzını uyarıcı ve artırıcı rol oynamakta ve dolayısıyla turizm, ödemeler dengesi üzerinde etkide bulunmaktadır (Kozak vd, 2001). Ülkeye gelen turistler gerekli ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, o ülkenin dış

turizm gelirini bir başka deyişle dışsatımını (ihracat) oluşturmaktadır. Görünmeyen ihracat denilen bu dışsatım ekonomiye olumlu yansımaktadır. Fakat turizmin, ödemeler dengesi üzerinde tam bir olumlu etkisinden bahsetmek için, dışsatım (ihracat) etkisinin, dışalım (ithalat) etkisinden daha fazla gerçekleşmesi gerekir (Kozak, vd., 2001).

### **1.2.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi**

Turizm sektörünün en önemli yönü gelir yaratma etkisi olarak görülmektedir. Turistlerin seyahat ettikleri ülkede veya bölgede, birçok alanda belli mali bedeller karşılığında hizmet alma gereksiniminde bulunurlar. Bunlar ulaşım, konaklama, yeme-içme, alışveriş, gezi-eğlence ve hediyelik eşya gibi gereksinimlerdir ve bunları karşılamak için yaptıkları harcama, söz konusu yerin ekonomik olarak ciddi bir gelir elde etmesine sebep olacaktır. Turizmin yaptığı gelir etkisi sadece bununla sınırlı değildir. Turizm sektörü küçük veya büyük (tarım, tekstil, inşaat, bankacılık, sağlık, haberleşme ve diğer hizmetler) birçok sektörle bağlantılı olduğundan, elde edilen turizm geliri bu sektörlerdeki mal ve hizmetin üretim, tüketim ihracat veya ithalatına sebep olmakla beraber elde edilen gelir diğer sektörlerde harcanarak faktör sahiplerine de gelir sağlayacaktır (Bahar ve Kozak, 2012).

Turizmin bir bölgede gelişimiyle birlikte, söz konusu yere turistler gelmeye başlayacaktır ve bölge gelir elde edecektir. Turizmin gelir etkisi üç madde şeklinde özetlenebilir (Kozak vd, 2001) bunlar;

Birincisi, turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelir,

İkincisi, birinci aşamaya bağlı olarak bu sefer işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalarda elde edilen gelir,

Üçüncüsü ise, turizmden elde edilmiş bir gelir vardır daha sonra bu gelir turizmde istihdam edilen ya da turizmden doğrudan veya dolaylı bir şekilde kazanç sağlayan kişiler tarafından harcanmasıyla elde edilen ek gelirdir.

Ayrıca turistik tüketim harcamalarının yarattığı gelir etkisi ile beraber bu harcamaları gelir olarak elde eden kişi ve kuruluşların daha sonra yaptıkları harcamalar, ülke ekonomisi içerisinde devir ederek yeni gelirlerin yaratılmasına sebep olmaktadır (Çeken, 2014).

### 1.2.1.3. Turizmin İstihdam Yaratıcı Etkisi

Emek yoğun bir yapıya sahip olan turizm sektörü, istihdam yaratma özelliğiyle dünya ve Türkiye ekonomisi açısından önemli bir yer tutmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012). Emek yoğun bir sektör olması makineleşme ve otomasyon gibi hizmetleri kendi bünyesinde sınırlı bir şekilde kullanmaya itmiştir. İşsizlikle mücadele eden ülkeler hızlı nüfus artışı ve genç nüfusunun çoğalmasından dolayı yeni iş fırsatları yaratmakta zorluk çekmektedirler. Bu durumda turizm sektörü, bu ülkelerce yeni iş imkanları yaratması açısından önem arz etmektedir. Turizm sektöründe yapılan turistik harcamalar, sektöre doğrudan veya dolaylı istihdam imkanları sağlamaktadır bu da ülkenin istihdam etkisini olumlu yönde etkilemektedir (Bahar ve Kozak, 2012).

Daha öncede ifade edildiği gibi turizm sektörü birçok bileşenden oluşmaktadır. Gelir etkisi gibi istihdam etkisi de üç farklı aşamada ele almak mümkündür (Oktayer vd, 2007).

İlk aşamada, doğrudan istihdam etkisi yaratan ve turizmin birincil unsurlarını oluşturan konaklama ve yeme-içme işletmeleri, seyahat acentaları, tur operatörleri vd. gibi işletmelerdir.

İkinci aşamada, dolaylı istihdam etkisi yaratan, birincil aşamada gerçekleşmeyen turistik harcamalar olup fakat turistlerin harcamalarından faydalanılan işler nedeniyle ortaya çıkan ve diğer sektörlerde oluşan istihdamdır. Örnek olarak eğlence ve alışveriş merkezleri gösterilebilir.

Üçüncü aşamada ise, doğrudan ve dolaylı istihdam sonucu elde edilen gelirin bölge halkı tarafından harcanması sonucu elde edilen ek istihdam söz konusudur. Bölgedeki market ve kuyumcuların personel istihdamını arttırması örneği verilebilir.

### 1.2.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Dengeli Kalkınmaya Etkisi

Bir ülkenin tüm bölgeleri aynı kaynaklara sahip olmadığından gelişme düzeyleri de aynı olmamaktadır. Kimi bölgeler tarım, sanayi ve doğal kaynakları bakımından zenginken kimi bölgeler bu imkanlardan faydalanamamaktadır. Bu durum işsizlik, yaşam kalitesi ve göç gibi nedenlerle bölge insanını etkilemektedir. Bölgeler arası gelişme düzeyini en aza indirme amacı taşıyan ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme,

turizmin etkisiyle özellikle tarım ve sanayi kaynaklarının yetersiz kaldığı bölgelerle, gelişmiş bölgeler arasında bu dengeyi sağlamaya çalışmaktadır (Oktayer, vd., 2007).

Turizm sayesinde gelişmemiş bölgeler, tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerini ekonomik bir kazanç şeklinde değerlendirmektedir. Bu tip gelişmeler, turizmin diğer sektörler üzerindeki olumlu etkileri le birlikte değerlendirildiğinde, sektörün bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılıklarının azaltılması noktasında ne derece etkili olduğu görülmektedir (Şahbaz, 2015). Ayrıca bir diğer etkisi, turizm hareketliliği sebebiyle bölgede altyapı hizmetlerinin iyileştirilip üst düzeyde halkın kullanımına sunulmasıdır.

### ➤ **Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri**

Turizmin zaman içinde gelişimi ile beraber turizmden sağlanan fayda azalabilmekte hatta olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Turizmin başlıca olumsuz ekonomik etkileri ise fırsat maliyeti etkisi, ithalat etkisi, turizme aşırı bağımlılık ve mevsimsellik dalgalanma etkisi şeklinde aşağıdaki gibi sıralanabilir.

#### **1.2.1.5. Fırsat Maliyeti Etkisi**

Fırsat maliyeti, eldeki kaynakların daha önce belirlenmiş bir sektöre harcanması sonucu elde edilen gelir ile diğer sektörlerde harcanması sonucu elde edilen gelir arasındaki farkın karşılaştırılmasıdır. Sözelimi eldeki kaynaklar turizm sektörü için kullanılmış olsun, buradan gelen bir gelir olacaktır. Fakat bu eldeki kaynaklar eğitim için harcansaydı gelir farklı olacaktı. Yapılan harcamalar sonucunda elde edilen gelir karşılaştırılır, hangi tarafın geliri daha yüksekse fırsat maliyeti o taraftadır (Oktayer, vd.,2007).

Turizmi geliştirmek isteyen ülkeler bazı sektörlerden elde edebilecek gelirin kendileri için daha önemli olduğunu değerlendirip, harcamalarını bu sektör üzerinde yoğunlaştırırlar. Turizmden elde edilecek gelirin daha yüksek olacağı kanaati getirilip elde edilecek gelir ile diğer sektörlerde de yatırım yapılabileceği düşünülmektedir. Fakat fırsat maliyetinin hesaplanması için turizme yapılan harcamalar nedeniyle kullanılmayan diğer fırsatların tanımlanması gerekir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için önemli olan bu durum, eldeki sınırlı kaynakların daha verimli olabilecek alanlar varken, göreceli olarak daha az verimli turizm alanlarına yatırılmasına ve bir anlamda eldeki kaynakların israfına neden olabilecektir (Kozak vd, 2001).

### **1.2.1.6. İthalat Etkisi**

Turizm sektörü gerek tüketim amaçlı gerekse toplumun tüketim ve diğer alışkanlıklarının değişmesiyle ortaya çıkan etkiler nedeniyle gıda, inşaat ve mutfak malzemeleri vb. gibi malları yurtdışından ithal edebilir. Ayrıca sektörde gelişme kaydetmek ve rekabete ayak uydurmak isteyen ülkeler, daha kaliteli bir hizmet sunabilmek adına teknolojik aletlerden yabancı personel istihdamına kadar birçok alanda ithal seçeneğine başvurabilmekteler (Bahar ve Kozak, 2012).

### **1.2.1.7. Turizme Aşırı Bağımlılık**

Turizmin oldukça hassas bir sektör olması nedeniyle özellikle gelişmekte olan küçük ülkelerin ekonomisinin tamamen turizme bağlı olması, turizm talebinin çeşitli etkenlerle başka ülkelere yönelmesi sonucu söz konusu ülkelerin ekonomisinde büyük krizlere yol açmaktadır (Avcıkurt, 2003). Yetersiz doğal kaynaklara sahip aynı zamanda yüksek işsizlikle uğraşan ülkeler için turizmin teşviki doğaldır. Fakat turizmin geliştirilmesi çabası belli bir dengeye ve gelecekteki turizm talebine göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm sayesinde bu tür sorunlarını aşan ülkeler, turizm bağımlılığından kurtulmak için ekonomilerini çeşitlendirmek durumundadırlar.

### **1.2.1.8. Mevsimsellik Dalgalanma Etkisi**

Turizm sektörü, iklim şartları, okul tatili dönemleri, sektörel izin dönemleri, ekonomik ve sosyol çevre, psikolojik faktörler ve turistik ürün özellikleri gibi nedenlerle mevsimsellik talep dalgasının en belirgin biçimde görüldüğü sektörlerden birisidir. Söz konusu nedenler bölgelere gelen turist sayısını etkilemektedir. Turizm hareketliliğinin belli dönemlerde yoğunlaşması hem sektördeki tesisleri hem de çalışanları etkilemektedir. Dolayısıyla özellikle konaklama tesisleri mevsim dışında çalışmayarak istihdam edilen işgücünün işsiz kalmasına neden olmaktadır. Bu da mevsimlik gizli işsizlik sorununu yaratmaktadır. Sonuç itibarıyla milli gelirden ve kişi başına düşen gelirden bir azalma meydana gelmektedir (Şahbaz, 2015).

### 1.2.2. Turizmin Çevresel Etkileri

Bölgeler veya ülkeler sahip oldukları, kaleler, müzeler, okyanuslar, göller, şelaleler, dağlar, benzersiz bitki örtüsü ve faunası gibi doğal ve tarihi güzellikleriyle, hem doğayla duygusal bağ kurmak isteyen hem de tarihe tanıklık etmek isteyen turistleri ve yerli sakinleri kendisine çekmektedir (Kreag, 2001). Turistik değerlerin tarihi, kültürel ve doğal öğelerden oluşması turizmi, doğrudan çevreyle ilgili bir etkinlik haline getirmektedir.

Turizm sektöründe insanlar turistik bir faaliyette bulunabilmek için veya sunulan hizmetten faydalanabilmek için ürünün üretildiği veya hizmetin sunulduğu yere gitmek durumundadır. Dolayısıyla bir turistik faaliyetin, gerçekleştiği bölgede çevreye ciddi etkileri söz konusudur. Bu etkiler olumlu olduğu kadar olumsuz da olabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus o çevrenin sadece insanlar tarafından değil aynı zamanda bölgede yaşayan hayvanlar ve yetişen bitkiler içinde olduğudur.

Turizmin en önemli kaynağı kuşkusuz çevredir. Turizm çevreyle iç içe olduğundan gelişimi de çevrenin varlığına bağlıdır. Turizmin, tarihi ve kültürel değerlerin tahribini önlemesi ve çevre duyarlılığı kazandırması, çevrenin gelişmesine katkıda bulunması gibi faktörleri göz önüne alındığında, çevrenin korunmasında bir bakıma turizm payı olduğu söylenebilir. Buradan hareketle turizmin çevreye, çevreninde turizme ihtiyacı olduğu gerçeği çıkmaktadır.

Turizm çevrenin korunması ve iyileştirilmesine katkı sağlayacağı gibi çevre kalitesinin bozulmasına da neden olabilmektedir. Turizmin giderek artan fiziksel varlığından dolayı arazi, konut ve farklı materyallere olan ilave talebi artırarak toplumun geleneksel hayat standardına ciddi etkiler yapabilmektedir. Ayrıca turizmin yoğun yaşandığı yerlerde yüksek talebin karşılanması için özensiz ve plansız yapılar inşaa edilerek hem çevrenin doğasını bozan hem de görüntü kirliliği yapıp çarpık kentleşmeye neden olan tesisler yapılabilmektedir. Bu konu da insanların çevre bilinci artırılarak bu tür istenmeyen durumların önüne geçilmelidir. Bunu gerçekleştirmenin yolu da yine o bölgenin insanlarıyla iletişime geçip olası olumsuzlukların önüne geçmekle mümkündür (Akova, 2006).

### 1.2.2.1. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri

Turizmin çevreye olumlu ve olumsuz etkileri tablo 1.2’de verilmiştir.

**Tablo 1.2.** Turizmin Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri

<b>Olumlu Çevresel Etkiler</b>	<b>Olumsuz Çevresel Etkiler</b>
Çevreyi korur ve çevre imajına katkıda bulunur	Peyzaja zarar verebilir (mimari estetikten uzak binalar, çarpık yapılaşma)
Yaşam kalitesini artıracak altyapı faktörlerini destekler (su, elektrik, iletişim vd. olanaklar)	Orman yangınlarına neden olabilir, toprak kayması ve erozyona neden olabilir.
Kamu yatırımlarını artırır (kaldırımlar, trafik akışı vd.)	Çevre kirliliğini artırabilir (çöp, su, hava ve gürültü)
Daha fazla yeşil alan ve rekreasyon alanları ortaya çıkarır	Vahşi yaşama zarar verebilir (avcılık)
Vahşi yaşamı ve doğal güzellikleri korur	Sulak alanlara, sahillere ve kıyı kesimlere zarar verebilir
Çevre bilinci ve kalitesini artırır	İklim değişikliğine neden olabilir
Arkeolojik, tarihi ve mimari tarzın korunmasını sağlar	Bitki ve hayvan yapısında değişmelere neden olabilir
Doğal ortamların korunması veya ekolojik düşüşün önlenmesini sağlar	Manzara, tarihi mekanlar ve anıtların bozulmasına neden olabilir

**Kaynak:** Andereck, K. L., vd., (2005): 1059-1060, Rabbany, M. G., vd., (2013): 120-122 ve Avcıkurt, C., (2003): 33-40.

Dünya Turizm Örgütü ise turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekerek, bunları tablo 1.3’te görüldüğü gibi tablolaştırmıştır (Kahraman ve Türkay, 2006).

**Tablo 1.3.** Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

<b>Etmenler</b>	<b>Doğal Çevre Üzerindeki Etkisi</b>	<b>Açıklama</b>
<b>Aşırı kalabalık</b>	-Çevresel stres, hayvanlarda görülen davranış değişiklikleri	-Rahatsızlık, kalitede azalma, daha iyi düzenlemeye veya kapasite sınırlandırılmasına duyulan gereksinim
<b>Aşırı gelişme</b>	-Köy-kentlerin ortaya çıkması,	-Plansız kentleşmenin getirdiği

	aşırı yapılaşma	sorunlar
<b>Rekreasyon:</b> -Hız botları -Balıkçılık -Av safarileri	-Yabancı yaşamın yok edilmesi -Kaynakları tüketme	-Ses kirlenmesi, aşırı kullanma, korunmasız olmaları
<b>Kirlenme:</b> -Ses -Atık -Kötü kullanma	-Doğal seslerin bozumu -Doğal çevrenin yok edilmesi -Yabancı yaşam yerlerinin çöplüğe dönmesi	-Yabancı yaşam unsurlarını rahatsız etme -Türleri tehlikeye atma -Doğal güzelliklerin yok edilmesi
<b>Yabancı hayvanların beslenmesi</b>	-Davranış değişikliği	-Orada yaşayan hayvanların bölgeden ayrılması
<b>Motorlu araçlar:</b> -Hızlı kullanım -Oto yollar dışında kullanım	-Doğal yaşamın yok olması -Toprak ve bitki örtüsüne zarar	-Ekolojik değişiklikler, toz -Yabancı yaşam üzerinde rahatsızlık
<b>Diğerleri:</b> -Hatıra toplama -Kamp ateşleri -Kazalar -Yapay su delikleri, tuz üretimi -Egzotik bitkiler ve hayvan yetiştirme	-Doğal çekiciliklerin yitirilmesi -Doğal süreçlerin kesintiye uğraması, yaban hayatının çeşitliliğinde azalma -Hayvan çevresinin yıkımı ve kaybı -Doğal olmayan bir yabancı hayatının yaratılması -Bitki örtüsüne zarar verme -Vahşi hayvanlarla rekabet	-Deniz kabukları, nadir bitki koleksiyonları -Doğal enerji akımının kesintiye uğraması -Gereksinim duyulan toprağın başka yere taşınması -Halkta kafa karışıklığı

**Kaynak:** WTO, Kahraman ve Türkay, 2006, s. 51-52.

Turizm faaliyetlerinin büyük kısmı doğanın sunduğu imkanlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla turizmin doğal çevre üzerinde çeşitli etkileri tablolar aracılığıyla yukarıda verilmiştir. Bu etkiler olumlu olduğu gibi olumsuz da olabilmektedir. Bu karşılıklı etkileşim turizm ve çevre ilişkisini ortaya koymaktadır (Kozak, vd., 2008).

### 1.2.3. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Bir bileşik sıfat olan sosyokültürel kelimesi, toplumsal ve kültürel alanlarla ilgilidir. Nitekim Türk Dil Kurumu (TDK) sözcük anlamı da aynı anda bir toplumu



veya toplumsal bir grubu ve kendine özgü kültürü ilgilendiren olgu şeklinde tanımlamıştır. Turizmde sosyokültürel etki ise, yerel halk ile turistin etkileşiminden doğan olumlu veya olumsuz insani etkiler bütünüdür. Genelde sosyal ve kültürel yapı şeklinde iki yapıdan bahsedilse de bazı yazarlar sosyo kültür birlikteliğini savunarak bu yapıları sosyo-kültürel yapı şeklinde ifade etmektedir. Bu görüşe göre sosyo-kültürel yapı, kültür unsurlarının ve sosyal kurumların zaman içinde tekrarlanarak meydana getirdikleri ve onların karşılıklı etkileşiminden doğan sosyal dengenin adı olarak ele alınmaktadır (Ulama, 2015). Turizmin sosyokültürel etkileri, zaman içerisinde meydana gelen toplumsal ve kültürel değişme gibi dolaylı etki veya kişiden kişiye olup doğrudan etki şeklinde iki farklı türde olabilmektedir.

Turizm, bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını, başka insanlar hakkında oluşan duygu ve düşüncesini değiştirebilen sosyo-kültürel bir olaydır. Türkiye’de turizmin etkileri ilgili çalışmaların daha çok ekonomik açıdan ele alındığı görülmektedir. Ancak, yerel halkın sosyokültürel yönden ne kadar etkilendiğinin, turistleri ve turizmi nasıl algıladıklarının tespit edilmesi gerekmektedir (Avcıkurt, 2003). Turizmin sosyokültürel etkileri, toplumun değer sistemlerinde, bireysel davranışlarda, aile ilişkilerinde, kolektif yaşam tarzlarında, ahlaki davranışlarda, yaratıcı ifadelerde, geleneksel törenlerde ve topluluk organizasyonlarda değişmeler meydana getirmektedir (Pizam ve Milman, 1986).

Güçlü ve sağlam temeller üzerine kurulmuş bir kültürel yapı, turizme uyum sağlayarak kendi varlığını sürdürebilirken, halihazırda çözülme durumunda olan, uzun süre başka ülkelerin yönetimine maruz kalan, toplumsal değişmeler karşısında geleneksel değerlerini büyük oranda yetiren bir kültür, büyük olasılıkla turizmden daha çok etkilenecektir. Nitekim çoğu ülkede turistlerin gelmesiyle, değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam biçiminde değişikliklere gidildiği, dilde yabancı sözcüklerin kullanıldığı, sanatsal ve kültürel değerlerin gerçek anlam ve özelliğini yitirdiği gözlemlenmiştir (Doğan, 2004).

Turizmin birey, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkileri bilirse, toplumsal yapıya olan etkileri daha anlaşılır olur. Bu da turizme sosyolojik olarak yaklaşmakla gerçekleşir. Turizm yoluyla gerçekleşen sosyokültürel etkileşim geniş kapsamlı ve çok boyutlu olsa da yerel halkla turistin ilişki yapısının ele alınması, bu ilişkiler neticesinde

gelişen bireysel davranışların incelenmesi ve böylece grup ilişkilerin yapısı ve ilişkilerde değişimlerin bilinmesi gerekmektedir (Avcıkurt, 2003).

Turizmin sosyal ve kültürel etkileri, toplumun yaşam biçimini değiştirme noktasında etkili olduğundan üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmalarda çeşitli yazarların bu konudaki görüşleri alınmıştır.

Doxey (1975), irridex modelinde, yerel halkın turistlere karşı tutumu zamanla olumsuz yönde değişmektedir. Pizam, vd. (1982), turizm suçun potansiyel bir belirleyicisidir. Ryan (1991), turizm yerel halkın dil veya lehçesinde tahribe neden olur. Murphy (1985), genç yerlilerin turizmin sosyokültürel etkilerine en çok maruz kalan kesim olması, onlara dil öğrenmeleri açısından avantaj sağlar. Matheison ve Wall (1982) turizm, toplumu turizmle ilgisi olan ya da olmayan şeklinde ayırır. Urry (1991) ve Harrison (1992), turizm sosyal değişimleri teşvik eder ve istihdamda cinsiyet ayırmaksızın, kadın çalışanlar için iş fırsatı ve yeni imkanlar sunar. Burns ve Holden (1995) turizm her ne kadar ekonomik yönden olumlu etki yaratsa da bağımlılık ve olumsuz sosyal etkilerin artmasına yol açar. Sharpley (1994), turizm sayesinde alt yapı iyileştirilir, bu da yerel halkın daha kaliteli bir yaşam sunmasını sağlar.

Bir bölgeyi ziyaret eden turist, değer yargılarını, yaşam biçimlerini ve birçok alışkanlığını da beraberinde götürmesi ve gittiği bölgedeki yerel halkla olan iletişimi, iki tarafın da sosyo-kültürel değerlerinde olumlu veya olumsuz bir etki meydana getirmektedir.

Turizm bir hizmet sektörüdür. Turistler bu hizmeti almak için turizm faaliyetinin gerçekleştiği yere gider. Bu hizmeti sunan ise genellikle o bölgede yaşayan yerel halktır. Turistler gittikleri ülkelerde veya bölgelerde kısa süreliğine kalır. Turistik ürünlerin de daha çok sosyo-kültürel faktörlere bağlı oluşu, yerel halkın yaşantısı ile yakından ilgilidir. Bu da ev sahibi ile turist arasında kültürlerarası bir etkileşimin meydana gelmesi demektir. Söz konusu etkileşim, ev sahibi topluluğun değer sistemlerinde, tutumlarında, gelenek ve törenlerinde, duygu ve düşüncelerinde, aile ilişkilerinde, davranışlarında ve dahi yaşam standartlarının tümünde değişikliklere neden olabilmektedir (Sendeeep ve Vonid, 2014). Turizmini geliştirmek isteyen bölgeler gelen turistler için birçok sosyal tesis inşa eder. Böylece o bölgede yaşayan yerel halk bir yandan bu sunulan imkanlardan faydalanırken, biryandan da kültürel alışverişi

kolaylaştırıcı gücü sayesinde turizm, yerel halk ile turistlerin iletişim kurmasına ve kaynaşmasına sebep olmaktadır (Jaafar, vd., 2015).

Turizm bölgesinde yaşayan yerel halk bir zaman sonra çevreyi yok eden, yerel kültüre zarar veren veya onları yerel kültürden ve sosyal aktivitelerden uzaklaştıran turistleri istememeye başlar (Kim, 2002). Turizm her ne kadar geleneksel sanatların ve zanaat gelişimine katkıda bulursa da geleneksel, sosyal ve kültürel yapıların ve davranış kalıplarının bozulması konusunda sıklıkla eleştirilmektedir (Kim, 2002). Turizm, her ne kadar doğal ve tarihi kaynakları ekonomik bir güç olarak kullanarak istihdam ve gelir etkisi yaratıp yerel halkı turistlere karşı olumlu düşüncelere yönlendirse de yöre halkında gerekli bilincin oluşturulmadığı bölgelerde sosyal ve kültürel etkiler yaratan bir durum olarak ortaya çıkmaktadır (Güzel, 2013).

#### ➤ **Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri**

Turizm, dünya insanların birbiriyle iletişim kurup kaynaşmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında bir etkileşime neden olan sosyal bir olaydır. Birçok insan ikamet ettiği yerlerden başka bölgelere, ülkelere gidip yeni insanlarla tanışır ve yeni bir sosyal ağ ve kültürel yapının içinde bulur. Bu nedenle hem bölgeye gelen turist hem de bölgede yaşayan yerel halk birbirinden etkilenmektedir. Dolayısıyla karşılıklı bir etkileşimden bahsedilebilir. Nitekim Burnt ve Courtney (1999) de turizmin sosyal etkisi, yerli halkla turisti etkisi altına aldığını söyler. Bu söz konusu etkileşim bazı tehditleri ortadan kaldırmakta, sosyal ve kültürel yapıları birbirine yakınlaştırmakta, olası gerginlikleri ortadan kaldırıp huzur sağlamakta, farklı toplumların ve milletlerin yakınlaşmasına yardımcı olmaktadır (Çetin, 2009). Farklı dilleri konuşan insanların iletişimi bir süre sonra daha iyi anlaşılacak için iki tarafı da dil öğrenmeye teşvik eder. Yeni dillerin öğrenmesiyle bölge halkının dünya görüşü değişir ve ufku genişler. Fakat güçlü bir sosyal yapıya sahip olamayan yöre halkında bu etkiler olumsuz olabilmektedir. Kendi dilini, yaşam biçimini, hayat standartlarını turistlere özenerek değiştirebilir ve kendi benliğinden ayrılabilir (Çetin, 2009).

Turizmin sosyo-kültürel etkileri uzun dönemde değerler, inançlar ve kültürel alanlarda kademeli değişmelere yol açar ve bu etkiler tümüyle olumlu veya olumsuz değildir. Turizmin sosyo-kültürel etkilerini, doğrudan ve dolaylı etkilenen insan grupları, ilişkileri, demografik ve kültürel özellikleri, gelenek ve görenekleri, yaşam

biçimleri, değer yargıları vb. konuları bu çerçevede incelemek mümkündür (Civelek, 2010). Turizmin olumlu sosyokültürel etkilerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

### **1.2.3.1. Kültürel Alışveriş Etkisi**

Yapılan birçok araştırmada farklı bir kültürü tanımak veya yaşamak' insanların turizm hareketına katılmalarında birinci etken olarak ortaya çıkmaktadır (Kozak vd., 2001). Bu deneyimi yaşamak isteyen turistler, farklı kültürlerin yaşandığı yerlere giderek bizzat içinde bulunmak isterler. Turistlerin geldikleri bölgelerde karşılıklı bir etkileşim kaçınılmazdır (Şahbaz, 2015). Bölgeye gelen turist bir yandan yerel halkın yaşam tarzını, gelenek ve göreneklerini deneyimlerken, diğer yandan kendi kültürünü, yaşam biçimini ve geleneklerini bölge halkına yansıtmaktadır. Bu kültürel alışveriş hem izlenim yoluyla hem de doğrudan bir iletişimle mümkündür. Turist-yerli karşılaşmalarında ikili bir karşılaşma değil, daha çok onların, kişilikleri, duyguları, değerleri, tutumları, davranışları ve sahip oldukları toplum kültürlerinden ortaya çıkacak olan alış-veriş tüm bu söylenenleri içine almaktadır (Duran, 2011).

Turizm, birbirine yabancı insanları ve yabancı kültürleri bir araya getirmektedir. Zira turist bir bölge için farklı inanç, kültür, tutum ve davranışlara sahip bir yabancıdır (Demirbulat, 2012.). Daha önce olası bir ön yargıya sahip insanların birbirini tanımalarına, sahip oldukları olumsuz düşüncelerini değiştirmesine ve bir barış ortamı yaratmasına sebep olmaktadır. Ayrıca bu etkileşim yerel halkı, kendi kültürünü aktarmak için turistlerin konuştuğu dili öğrenmeye de teşvik eder. Böylece yeni bir dil ile tanışan insanlar, daha sonra gerek kişisel yaşamlarında gerekse çalışacakları işin gerekliliğine göre kendilerine avantaj sağlamış olacaklardır

### **1.2.3.2. Yerel Kültürün ve Kültürel Değerlerin Korunmasına Etkisi**

Turizm, bölgede yaşayan yerel halkın yabancıları tanınması onlarla iletişim kurup arkadaşlıklar etmesine sebep olan sosyal bir olaydır. Bu etkileşim yerel halkın dünya ülkeleri hakkında bilgi sahip olmasına, yabancı kültürleri tanınmasına sebep olurken, sahip oldukları yeni bakış açısıyla dünya görüşleri de değişebilmektedir. Yerel halkın yabancı kültüre olan merakı artarken, aynı zamanda kendi kültürünü onlara tanıtmak için sahip olduğu yerel kültürüne daha fazla önem vererek sahip çıkmaktadır.

Turizmin gelişmesi doğrultusunda devletin yaptıkları planlamalar sayesinde doğal, kültürel ve sanat değeri yüksek yapıların korunması sağlanmakta ve bu sayede halkın bilinçlenerek sahip olduğu varlıkların korunmasına ve günlük yaşamlarında dikkatle kullanmalarına olanak tanımaktadır (Ogaboh Agba vd., 2010). Ayrıca doğal ve kültürel değerlerin talep görmesi ekonomik olarak turizme bağımlı olan bölgelerde yaşayan yerel halkın, bu değerler sayesinde turistlerin oraya geldiğini ve onların korunması gerektiği bilincine varmalarını sağlar.

Sonuç olarak, doğal ve kültürel değerlerin devamlılığına bağlı olan turizm, bu değerlerin zarar görmesi durumunda gelişimini sürdürmez. Dolayısıyla yerel halk, bölgelerinin sahip olduğu bu değerlere sahip çıkar ve korur (Kozak, vd., 2012).

#### **1.2.3.3. Yaşam Kalitesini Artırıcı Etkisi**

Turizm sektörünün gelişmesiyle bölgeye gelen turist sayısı artmaktadır. Turistlerin gittikleri yerde yaptıkları harcamalar, bölgede yaşayan yerel halkın gelirlerinin artmasına, alt yapının iyileştirilmesine ve birçok üst yapının inşa edilmesine sebep olmaktadır. Yapılan yollar, hastaneler, havaalanları, alışveriş merkezleri gibi yapılar, bölge halkının yaşam kalitesini arttırdığı gibi onların, turizme ve turiste olan bakış açılarını da olumlu yönde etkilemektedir (Spanou, 2007).

Turizm sektörünün istihdam ve gelir etkisini dikkate aldığımız da bölge halkının bu durumdan faydalandığı söylenebilir. Nitekim iş fırsatları sunan turizm sektörü, bölgedeki işsizlik oranını düşüreceği gibi, yerel halkın belirli bir refaha kavuşmasını da sağlayacaktır. Dolayısıyla bölge halkının yaşam kalitesi de aynı oranda artacaktır (Spanou, 2007).

#### **1.2.3.4. Rekreasyon Alanlarının Artmasına Etkisi**

Yeşil alanlar olarak da ifade edilen rekreasyon alanları, toplumun yararlanması için ayrılan, sosyal ve kültürel altyapı kapsamında piknik ve eğlence alanları olarak geçmektedir.

Turizmini geliştirmek isteyen bölgeler sahip oldukları değerler yanında birçok tesis, alışveriş merkezi inşa eder. Turizm, cazibe merkezleri, rekreasyon alanları ve bu alandaki hizmet sayısını artırarak bölgedeki yaşam kalitesini de artırmaktadır. Gelen

turistlere daha iyi hizmet sunmak adına gerek devlet gerekse bölgedeki yerel yönetimler alt ve üst yapı iyileştirmeleri yapmaktadır. Bunların yanında gelen turistlerin zamanlarını geçirmeleri için parklar, botanik ve hayvan bahçeleri, havuzlar, spor ve alışveriş merkezleri gibi birçok yeni cazibe merkezi yapılır. Bu yeni yapılar sayesinde bölgedeki yerel halk günlük hayatın yorgunluğundan kurtulmak veya boş zamanlarını buralarda geçirmek için bu alanları kullanır (Kreag, 2001).

#### **1.2.3.5. Dil Becerilerin Gelişmesine Etkisi**

Herhangi bir kültürden, dinden veya dünya çapında sosyal statüden insanlar arasında anlayış ve iletişimin önündeki engelleri kaldırıp kolaylaştırmak ve köprü kurmak için anahtar kelime dildir (Lang, 2013). Dil insanların başkalarıyla iletişime geçme ve kendini ifade etme sanatıdır.

Turizm gerek seyahat eden turistlerin gerekse turist kabul eden bir bölgede yaşayan yerli halkın kendi ana dillerinden başka ikinci bir dil öğrenmelerine araç olabilir (Kozak, vd., 2001). Turistler gittikleri yerlerde iletişim kurmak ve kendi dillerinde anlaşılacak isterler. Böylece turist kabul eden yerlerde, özellikle turistlerden gelir elde eden, onlarla iş yapan yerel halk, turistlerin dilini öğrenmeye ve onlarla konuşmaya başlar. Bu onlar için bir gereklilik haline gelir. Yerel halk, sadece turizmden gelir elde ettiği için değil, gelen turistlerle arkadaşlık kurup sosyalleşmek, onlara kendi kültüründen bahsedip birebir onlardan kendi kültürlerini dinlemek için de yabancı dil öğrenme eğiliminde olurlar.

#### **1.2.3.6. Eğitim Sistemine Etkisi**

Turizmin ekonomik ve sosyo-ekonomik öneminin anlaşılması, turizm faaliyetlerini devlet mekanizmalarının bir parçası durumuna getirmiştir (Avcukurt, 2003). Bu nedenle beş yıllık kalkınma planlarında turizm ile ilgili politikalara yer verilmektedir.

Turizmini geliştirmek isteyen ülkeler, bu alanda kaliteli hizmet sunmak ve rakiplerine göre avantaj sağlamak isterler. Bu amaçla, sektöre kalifiyeli eleman yetiştirmek ve toplumun turizm faydalarından en üst düzeyde faydalanması için orta öğrenim kurumlarından, önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrenimine imkan

sağlayan okullara ve özel turizm ve otelcilik okullarına kadar her düzeyde turizm eğitim kurumları faaliyete geçmiştir. Böylelikle turizm sektörüne alaylı işgücü yerine eğitilmiş elaman kazandırılmak istenmektedir. Ayrıca eğitime çeşitlilik kazandıran bu okullar yeni nesiller için de bir tercih imkanı sunmuştur (Avcıkurt, 2003).

#### **1.2.3.7. Turistik Talep Oluşturan Çekiciliklerin Korunmasına Etkisi**

Tarihi, doğal ve kültürel çekiciliklerin turistik talep görmesi, daha önce değeri bilinmeyen hatta hiç tanınmayan değerleri önemli hale getirmektedir. Zira bu çekicilikler bölge halkına ekonomik kazanç sağlamakta, dolayısıyla bölge halkı gelen turistlerin bu çekicilikler için geldiği bilincine vararak onları korur ve özenle kullanır. Aynı şekilde bölgesel kalkınma ülkesel kalkınmayı etkilediği için, devlet teşkilatları da bu çekicilikleri korur, zarar görmeleri durumunda restorasyon çalışmaları yaparak eski görünümüne kavuşmalarını sağlar.

Yerel halk, bölgelerinin sahip oldukları çekicilikler sayesinde, gelirlerinin arttığını, yaşam standartlarının yükseldiğini görünce kendilerine bu olanağı sunan unsurlara bilinçli ve taviz vermeksizin sahip çıkmaya başlayabilirler (Aslan, 2015).

#### **➤ Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri**

Turizm, turistlerin ve ev sahibi yerel halkın etkileşimini içeren bir faaliyettir. Dolayısıyla toplulukların sosyo-kültürel ortamı üzerinde olumlu etkileri olduğu kadar olumsuz etkileri de vardır (Enemou, vd., 2012). Turizmin sosyo-kültürel etkileri, değer sistemleri, bireysel davranış, aile içindeki yapı ve ilişkiler, toplumun yaşam biçimi, güvenlik düzeyi, demografik değişiklikler, ahlaki normlar, geleneksel ritüeller ve gelenekler ve insan organizasyonu gibi faktörler üzerine etkileri ile gösterilmiştir (Jovicic, 2011). Bu etkiler olumlu olduğu gibi olumsuz da olabilmektedir. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerini aşağıdaki gibi sıralanabilir (Rızaoğlu, 2004).

#### **1.2.3.8. Bireyde Arzu Edilmeyen Davranışlara Etkisi**

Seyahat eden bireyler, seyahat ettikleri bölge veya ülke insanlarından etkilenmekte ve gittiği yerin insanlarını da etkilemektedir. Özellikle turist kabul eden yerlerde bireyler ve kolektif yapı, bir yandan turistlere gereken hizmeti verip onları memnun etmeye çalışırken, diğer yandan onların davranışlarını benimsemeye çalışır.

Turistlerle yerel halk arasındaki bu etkileşim yeni fırsatlar doğurabileceği gibi, birey davranışı üzerinde olumsuz etkilere de neden olur (Ulama, 2015).

Gelişen turizm, bireyler arasında cinsiyet ayrımcılığına ve bireylerin dil öğrenme becerilerine, değişik kültürleri tanımalarına pozitif etki yaparken; bireyleri suç, uyuşturucu, içki, kumar gibi kötü davranışlara da itebilmektedir. Bireyler gelen turistlerin giyim ve yaşam tarzını benimseyip onlara özenerek kendi benliğinden uzaklaşabilmektedir. Aynı şekilde turistlerde gittikleri yer de bölge halkının bazı olumsuz davranışından etkilenebilir ve bunları beraberinde ikamet ettiği yere götürür.

### **1.2.3.9. Aile Yapısına Etkisi**

Turizm-aile aile ilişkisi birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve turist kabul eden bölgelerde yaşayan ailelerin genel yapısının turizmden etkilendiği vurgulanmıştır. Turizmin geliştiği bölgelerde iş imkanları da artar. Gelişmekte olan ülkelerde işsizlik sorunu olduğundan birçok kişi turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Cinsiyet ayrımı yapılmaksızın insanlara iş fırsatı sunan turizm, özellikle kadın çalışanlar için de önemli bir çalışma alanı sunmaktadır. Bu sayede kadınlar, kendi ekonomik özgürlüklerini kazanır ve aile ekonomisine katkı yapar. Fakat turizm çalışanları, biryandan da gelen turistlerin yaşam tarzından, kültüründen, yeme-içme alışkanlıklarından, davranışlarından etkilenip bunu kendi ailesine yansıtmaktadır. Turizm bir aile için ekonomik gelir kapısı olarak görülmeye başladığında, ailenin süregelen geleneksel yapısı parçalanmakta ve bu yapı çekirdek aile yapısına dönüşmeye başlanmaktadır. Böylece, erkek egemen bir ailede, erkeğin gücü zayıflamaktadır (Rızaoğlu, 2004).

Turizm özellikle kırsal alanlarda yaşayan toplumlar için modernleşme ve değişmeyi hızlandıran bir etken olduğundan dolayı, söz konusu alanda yaşayan aileleri değiştirebilir ya da dağılmasına neden olabilir (Oktik, 2002). Turistlerden kaynaklanan bazı durumlar topluma yeni değerler getirir ve buda hem toplum davranışlarını hem de aile hayatını etkiler (Kreag, 2001).

Turizm aynı zaman da turistlerin aile yapısını da etkilemektedir. Özellikle birlikte tatile çıkan evli çiftlerde, normal hayatlarında alışık olmadıkları ölçüde birlikte zaman geçirmelerinin ve yüksek tatil beklentilerinin gerginlik yarattığını, var olan evlilik



sorunlarını artırdığını, böylece çiftin tatilini berbat ettiği gibi dönüşte normal hayatlarında sorunları beraberinde getirmektedir (Avcıkurt, 2003).

#### **1.2.3.10. Kültürel Kimlik ve Geleneklerin Değişmesine Etkisi**

Bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte, dışarıdan gelen yabancıların kültürel kimliği, yerel kültürel kimlikten daha baskın olabilmektedir. Bu durumun kaçınılmaz bir sonucu olarak bölgesel karakterde ve kültürel kimlikte yozlaşma ortaya çıkabilir (Şahbaz, 2015). Bölge sakinlerinin turistlerin yeme-içme, giyim ve yaşam tarzlarına özenmesi de yerel kimliğin zarar görmesine bir tehdittir.

Turizm ayı zamanda gelenek, örf ve adetler üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilir. Nitekim bölgeye gelen turistler çoğu zaman bu değerlere gereken hassasiyeti göstermeyerek, dikkatsizce davranışlar sergileyip yerel kimliğe, örf ve adetlere ters düşerek, söz konusu unsurlara zarar verir.

#### **1.2.3.11. Dinsel İnanç ve Davranışların Değişmesine Etkisi**

Turistik bölgelerde, turizm işletmelerinde çalışanlar gelen konuklara daha iyi, kaliteli ve kesintisiz hizmet sunmak adına dini değerlerine, gelenek ve göreneklerine önem verilmemektedir. Aynı şekilde turistlerde girmiş oldukları tatil psikolojisi yüzünden ibadetlerini ve dini davranışlarını yerine getirmekte hassasiyet göstermemektedirler. Bir diğer sorun ise, yerel halk ile gelen turistlerin dini görüşü genellikle aynı olmadığından, bu anlamda birbirlerini etkilemeleridir. Bilhassa yerli halk turistlerin rahat davranışlarına ve yeme-içme alışkanlığına özenerek, kendi dini inancında yeri olmayan davranışlar ve tüketimler yapmaya başlar. İslam ülkelerinde özellikle genç nüfusun bu tür davranışları benimsediği, alkol, uyuşturucu, kumar ve fuhuş gibi dini açıdan uygun olmayan bu unsurları hayatının bir parçası haline getirmesi, turizmin, dinsel inanç ve davranışlar üzerindeki etkisini anlamak için önem arz etmektedir.

Turizmin getirmiş olduğu modernleşme ile birlikte dinsel inançlarda değişiklikler meydana gelmektedir. Yerel halkın turistlerle aynı ortamları paylaşması, giderek artan sosyalleşme alanları iki tarafı da (yerli-turist) birbirine yakınlaştırmaktadır. Söz konusu yakınlaşma beraberinde aynı davranışları sergilemeye kadar gider.

### 1.2.3.12. Kültürel Çatışmalara Etkisi

Turizm, insanların farklı coğrafi yerleri gezmelerine ve başka türlü bir araya gelmeyen kişiler arasında sosyal ilişkiler kurulmasına katkıda bulun bir harekettir. Dolayısıyla kültürler, etnik yapılar, dini gruplar, değerler, yaşam tarzları, diller ve refah seviyelerinin bir sonucu olarak kültür çatışmaları ortaya çıkmaktadır. Turistik gelişmelere karşı yerel halkın ziyaretçilere olan davranışları değişkendir. Turistlerin oldukça hoş karşılandığı yerlerde mutluluk duygusu yoluyla veya kayıtsız kalma, rahatsızlık verme ve yerel halkta giderek artan turist karşıtı davranışlardan kaynaklanan potansiyel nefret duygusu yoluyla bir şekil kazanır.

Kültürel çatışmalar, Doğan (2004), Çetin (2009)' a göre aşağıda belirtilen yollarla meydana gelmektedir.

- Ekonomik eşitsizlik: Yerel halk bölgelerine gelen turistlerin tatil yaptıklarını ve bu süre zarfında yaptıkları harcamaları görünce, kendi durumları ile ilgili bir endişeye düşer ve onların bu refah içindeki hayatlarını bir süre sonra kabullenemez olurlar.
- Turistlerin tavrı ve duyulan rahatsızlık: Turistler çoğu zaman dikkatsizlik, ihmalkarlık ve başka ülkede olmanın vermiş olduğu rahatlıkla, yerel kültüre, geleneklere ve ahlaki davranışlara gereken önemi ve saygıyı göstermemektedir. Bu olay, turistlerin, tatil psikolojisi gereği kendi ülkelerinde sahip olduğu alışkanlıkların dışına çıkması, şekilde ifade edilebilir. Bu tür durumlarla karşı karşıya kalan yerel halk ise kendi değerlerine saygı göstermeyen turistlere karşı olumsuz bir tavır sergilemeye başlar. Bir turist topluluğundan hareketle, onların ulusça böyle davranışlar sergileyen insanlar olduğu kanısına varırlar. Bu nedenle o ulustan insanların bölgelerine gelmelerini istemezken, onlara ve onların kültürüne karşı bir ön yargı beslemiş olurlar.
- Meslek Uyuşmazlıkları: profesyonel eğitim noksanlığı yüzünden, daha düşük ücret ödenen ve daha alt seviye meslekler yerel halkta görülürken, nispeten daha yüksek ücretli ve saygın konumda olan mesleklerin ise yabancılarda, gelen turistlerde veya kentleşmiş ülkelerde görülmesi, yerel halkın çalışma ve

hayata tutunma motivasyonunun da bir düşüğe ve yerel halkla bölgeye gelenler arasında bir uyumsuzluğa neden olur.

#### **1.2.3.13. Dil ve Sanatın Değişmesine Etkisi**

Turistik bir bölgede yaşayan insanlar gerek iş ve çalışma esnasında gerekse gittiği ortamlarda turistlerle karşılaşmaları sonucu ister istemez onların dilini konuşmaya başlar. Zamanla birçok yabancı kelimeyi günlük hayatında kullanır ve benimser. Daha sonra yerli halk arasında kullanılan bu kelimeler, yerli dilin belli bir oranda erozyona uğramasına neden olur. Böylece bir kültürün oluşmasında ve devamlılığında temel yapı taşı olan dil zamanla bu özelliğini kaybetmekte ve bununla birlikte yozlaşma ve kendi diline olan yabancılaşma hız kazanmaktadır (Çetin, 2009). Turizm, yerli dili, turistik işletmelerde yabancıların çalıştırılması sonucu onların dilinin saygınlık kazanması ile, ekonomik değişim; yerlilerin, turistlerin yaşam biçimini gözlemlemesi sonucu, onların dilini bir saygınlık simgesi halinde görmesi sonucu, özendirme; ve yerli görevlilerin, turistlerle ilişkilerinde onların dilini kullanmasıyla, doğrudan ilişki yoluyla üç farklı şekilde etkilemektedir. (Doğan, 2004).

Turizm, yerli sanatların canlanmasına araç olduğu gibi bozulmasına da neden olabilmektedir. Turistlerin ucuz, taşınabilir, egzotik ve dayanıklı eşya yönündeki istekleri, yerli sanatların anlamında, toplumsal ve tinsen önleminde; büyüklük, biçim ve kullanışlılığında; üretim, yöntem ve malzemeleri ile ürünün kalitesinde veya niteliğinde değişmelere neden olduğu belirtilmektedir (Doğan, 2004).

#### **1.2.3.14. Kentleşme, Kalabalıklaşma ve Trafik Sorunlarına Etkisi**

Turizm, bir bölge için gerek gelişmeye olan katkısıyla gerek modernleşmeye olan etkisiyle kentleşmenin tetikleyicisidir. Turizm sayesinde şehirleşen bir bölge, ekonomik anlamda turizme bağımlı kalır. Bu nedenle özellikle bahçecilik ve tarım alanlarına olan ilgi azalır. Ayrıca kentleşmenin hız kazandığı bölgelerde planlanmamış çarpık yapılaşma yüzünden birçok doğal güzellik ve değerler tahrip edilir.

Bölgede hem yerel halkın hem de turistlerin gelmesiyle bir yoğunluk yaşanır. Bölge sakinleri turizmden ekonomik bir gelir elde etmek için bu alan da istihdam edilir. Yine gelen turistlere hizmet vermek adına iş yerleri açılır. Giderek artan bu durum bir

süre sonra kalabalıklaşmaya ve bununla birlikte trafik sorunlarına neden olmaktadır. Kentleşmenin getirmiş olduğu yeni sosyal ilişkiler, özellikle suç, uyuşturucu, alkol tüketimi ve fuhuş gibi alışkanlıkları da beraberinde getirmektedir. Bu da bölgede yaşayan yerel halkın yaşam tarzına ve davranışlarına yansımaktadır (Doğan, 2004).

#### **1.2.3.15. Göç Etkisi**

Turizmde göç etkisine iki açıdan bakmak mümkündür. Birincisi, ilkel ve kırsal bölgelerde yaşayan yerel halkın, turistlerin oraya gelmesiyle artan kalabalıktan bunalıp, yaşanabilir yeni yerler için başka bölgelere gitmesidir. Göç eden kesim genellikle yaşlı nüfus olup, turizm etkilerine maruz kalmak istemeyen kesimdir. Gelişmiş bölgeler için bunu söylemek pek rastlanır bir durum değildir. Çünkü bu bölgelerde turizmin, yerel halkın yaşam biçimini çok fazla değiştirdiği söylenemez (Theobald, 1994).

İkincisi, işsizlik sorunu olan bölgelerde yaşayan yerel kesimin, iş bulmak için turizm sektörünün geliştiği ve iş fırsatlarının sunulduğu bölgelere olan göçüdür. Bu durum sosyo-kültürel etkiden ziyade sosyo-ekonomik bir etkidir. Ayrıca yukarıda bahsedilen kentleşme beraberinde sanayileşmeyi de getirmektedir. Böylece kırsal bölgelerde yaşayanlar şehirleşmiş büyük kentlere göç etme eğilimindedirler. Bu durum da beraberinde barınma, sağlık, eğitim ve kültürel yozlaşma gibi sorunlar getirir.

#### **1.2.4. Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyokültürel Değişime Etkisi**

Turizm yerel ve bölgesel düzeylerde gelir fırsatı sunan önemli bir hizmet sektörüdür. Turizm faaliyetinin gerçekleştiği yerde ciddi ekonomik değişiklikler meydana gelmektedir. Bölge halkı için yeni iş fırsatları yaratması, alt ve üst yapı imkanlarını geliştirmesi gibi durumlar göz önüne alındığında turizm, bölgedeki yaşam koşullarını da iyileştirmektedir. Aynı zamanda yöre halkının turizmden ekonomik gelir elde etmesi bölge ekonomisini de olumlu etkilemektedir. Bunların yanında turizmin ekonomik gelir olarak görüldüğü yerlerde yaşayan insanlar tarihi yapıları ve doğal güzellikleri koruyarak çevre bilincine sahip olurlar. Nitekim Bağrı ve Kala (2016), Hindistan'ın kırsal bölgelerinde yaşayan yerel halkın turizm gelişimine ve etkilerine yönelik algıları ile ilgili yaptıkları çalışmanın neticesinde, yerel sakinlerin turizmin, gelire, istihdama ve yaşam kalitesine olan katkısı nedeniyle ekonomik etkilerini olumlu

algıladığı belirtilmiştir. Fakat turizmin bir hizmet sektöru olması, turizm faaliyetinde bulunmak isteyenleri ürün ve hizmetin sunduğu yere çeker. Dolayısıyla her ne kadar ekonomik gelişmeye olumlu etkisi olsa da gelen ziyaretçiler çevreyi etkilemektedir. Çünkü bölge halkı gelen ziyaretçilere daha iyi hizmet sunmak veya yüksek talebi karşılamak için yeni yapılar yaparak doğal çevrenin değişimine neden olabilmektedir.

Ayrıca turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıları bünyesinde bulunduran toplumların birbiriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, yaşam tarzı, gelenek ve kültür düzeyleri arasındaki bir etkileşme ve nihayetinde sosyal yapının ahlak anlayışının ve giderek toplumsal davranış biçimlerinin değişmesine neden olan sosyal bir olaydır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001). Turizmin yaşandığı bölgelerde, turistlerin gelmesiyle değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam tarzında geleneksel kalıpların terkedilmeye başlandığı, günlük konuşmalarda yabancı sözcüklerin dile girdiği, sanatın ise gerçek anlamını yitirmeye başladığı gözlemlenmiştir (Doğan, 2004). Turizm, turizm bölgelerindeki sosyokültürel değişimin temel unsurlarından biri olarak görülmüştür (Sandeep ve Vinod, 2014). Ayrıca turizm faaliyetlerinin meydana getirdiği değişiklik, bir toplumun sosyokültürel yapısını da etkilemektedir. Ve bu durum turizm ve kültür arasındaki ilişkiden kaynaklanmaktadır (Demirbulat, 2012).

Turizm endüstrileşme ve kentleşmenin oluşturduğu değişmelerin boyutuna ulaşmasa da toplumun genel yapısını, kalıplarını ve kuramlarını değiştirdiği kabul edilir. Gerek turizmin olumsuz sonuçlara yol açtığını düşünüp turizme karşı tavır koyanların, gerek turizmin toplumsal ve ekonomik temel aracı olarak görüp turizmi geliştirmek isteyenlerin dayandığı ve turizmle ilgili tartışmaların üzerinde odaklaştığı temel varsayım, turizmin, toplumun sosyokültürel, ekonomik ve çevresel yapısında büyük değişmeler oluşturduğudur (Doğan, 2004)

Sosyal değişme, sosyal yaşamın her alanında zaman içinde meydana gelen değişimleri ifade eder ve elbette toplumdaki farklılıklar gösteren aynı zamanda devamlılık da taşıyan bir olgudur. Toplumsal değişmenin gerçekteşmesinde zaman, çevre ve insan unsurları oldukça önemlidir. Çünkü değişmenin gerçekteşmesi için zaman, değişimi etkileyen veya etkilenen insan ve bunların yanı sıra toplum davranışlarını değiştirebilen çevre faktörleri değişmenin gerçekteşmesi için üç ön koşuldur (Avcıkurt, 2003).

Turizm ise bu üç koşulun gerçekleştiği bir harekettir. Nitekim turistler gittikleri bölgede farklı bir çevreyle karşılaşmakta, belli bir zaman burada konaklamakta ve insanlarla bir iletişim içerisine girmektedirler. Hem turistlerde hem de bölge halkında olumlu veya olumsuz çift yönlü bir etkileşim meydana gelebilmektedir. Zira turistlerin yeme-içme alışkanlığı, giyim tarzı, geleneği, kültürü ve konuştuğu dil bölge halkı üzerinde bir etki yaratacağı gibi, bölge halkı da aynı şekilde onlar üzerinde bir etki yaratabilmektedir. Turizmde sosyolojik değişimin iki yönü göz önüne alındığında böylece birinci yönü olan, yerel toplum, dışarıdan gelen etkiler sonucu değişebilir ifadesi gerçekleşir. Yerel toplumun turistlerle etkileşiminden sonra meydana gelen değişiklikler daha sonra toplumun kendi iç bünyesinde de farklılıklara neden olmaktadır. Örneğin birey turistten etkilenip giyim tarzını ona benzeter ve daha sonra bunu gören diğer bireyler de giyim tarzında bir değişikliğe gidebilir, işte bu da değişimin ikinci yönü olan toplumun kendi iç bünyesindeki değişiklikleri oluşturmaktadır. Bu farklılıklar zamanla yeni etkileşimlere maruz kalabilir ve tekrar yeni değişimler meydana gelebilir böylece süreç devamlılık göstermektedir (Avcıkurt, 2003).

Sonuç olarak turizm geliştikçe gelir ve istihdamdaki ekonomik değişimler, çevresel değişmelerin yanında sosyal yapının büyüklüğü, değer yargıları ve manevi değerlerin, örf ve adetlerin değiştiğini, kalıplaşmış sosyal davranışların değişme eğilimi göstermeye başladığı görülmekte ve turist tavırlarını biçimlendirdiğine tanık olunmaktadır. Ayrıca turizm, turist kabul eden ülkeler açısından değer eğilimlerinde, birey, aile ve toplum yapısında, yaşam kalitesinde ve tarzında, inşaat sitilinde, kültürel ve sanatsal faaliyetlere katılım tarzında, yeme-içme alışkanlığında, suç işleme ve davranışlarında değişikliklere yol açmaktadır (Civelek, 2010). Tablo 1.4'te turizm ile birlikte ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel değişimin olumlu ve olumsuz yönleri verilmiştir.

**Tablo 1.4.** Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Değişime Çift Yönlü Etkisi

	<b>Ekonomik</b>	<b>Çevresel</b>	<b>Sosyo-Kültürel</b>
<b>Faydalar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yeni ulaşım bağlantıları</li> <li>• Rekreasyonel alanların geliştirilmesi ve çoğaltılması</li> <li>• Alışveriş olanaklarının gelişmesi</li> <li>• Gelir, istihdam etkileri</li> <li>• Vergi gelirleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çevre değerinin kabul görmesi, çevre bilincinin oluşması</li> <li>• Flora ve faunanın korunması</li> <li>• Tarihi mekanların korunması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kişiler arası ilişki düzeyinde genişleme</li> <li>• Eğitim ve sağlık gibi alanlarda ilerlemeler</li> <li>• Kültürel değerlerin tanınması</li> </ul>
<b>Zararlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enflasyonun artış göstermesi</li> <li>• Altyapı yatırım tutarlarının yüksekliği</li> <li>• Yüksek yatırımların devlete yüklenmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gürültü, hava, su kirliliği</li> <li>• Doğanın tahrip edilmesi</li> <li>• Çöp, katı ve sıvı atık problemi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trafik sorunları</li> <li>• Aşırı kalabalıklaşma</li> <li>• Suç oranında artış</li> <li>• Kültürel bozulmalar</li> <li>• Güvenlik problemleri</li> </ul>

**Kaynak:** Yıldız, 2007: 132, **Aktaran:** Mesci ve Dönmez, 2016: 24.

### 1.3. TURİSTLER İLE YEREL HALK ARASINDAKİ İLİŞKİ TİPLERİ

Turizmde turistler ile yerel halk arasındaki ilişkiler bölgeden bölgeye yoğunluk açısından farklılık gösterir. Fakat bu ilişkinin yoğunluğunu etkileyen etmenleri ve olası sonuçlarını bilmek turizmden beklenen faydayla doğru orantılı olduğu için önemlidir. Turistler ile yerel halk arasındaki ilişki belki de tatil deneyiminin en önemli kısmını oluşturmaktadır (Avcıkurt, 2003). Turistler ile yerel halk arasındaki ilişkileri tümüyle ele almak olanaksızdır (Doğan, 2004). Bu nedenle iki temel ilişki biçimi üzerinde durulacaktır.

Yerel halk ile turistler arasındaki ilişki kimi duruma göre yararlı, kimi duruma göre ise zararlı sonuçlar ortaya koyacağından, engelleyici ve destekleyici ilişkiler biçiminde ikiye ayrılmaktadır.

#### 1.3.1. Engelleyici İlişkiler

Turistler gittikleri bölgelerde genellikle kısa bir süre varış yerinde kalırlar. Bu nedenle çoğu zaman yerel halk ile aralarında anlamlı bir ilişki geliştirme fırsatı olmamaktadır. Ayrıca turistler ile yerel halk farklı toplumsal statülere sahip olduğundan

birbirlerine karşı farklı tutum ve davranışlar sergilerler. Toplumun yapısı, turistlere karşı görüş ve düşünceleri, turistlerin yerel toplumun değerlerine aykırı davranışlar sergilemesi, yaşam tarzındaki farklılıklar, olası çıkar çatışmaları, yabancı dil bilmemenin getirdiği iletişim eksiliği, kitle iletişim araçlarının ve turizmin olumsuz etkileri gibi birçok unsur yerel halk-turist ilişkisini etkilemektedir.

Turist ile yerel halk arasındaki ilişkiler, bireylerin güncel varoluşçuları, çalışma koşulları, yaşam biçimleri, ekonomik ve formasyon düzeyleri arasındaki ayrımlar farklılaşmayı getirmektedir (Berber, 2003). Turistler tarafından ziyaret edilen bölgelerin kültürel ve sosyal yapısında değişiklikler meydana gelir. Bu değişiklikleri olumsuz yönde algılayan yerel halklar, süregelen geleneksel düzenin ve yaşantının yok olacağından korkar. Özellikle gençlerin bu durumdan etkileneceğini ve ahlaki değerlerin değişeceğini endişesine kapılırlar. Böyle bir düşünce, yerel halk ile turistler arasındaki kaynaşmayı, sosyalleşmeyi ve birbirlerini anlamalarını engeller. Bu kopukluk iki tarafın birbiri hakkında ön yargılı düşünmeye ve birbirleriyle ilgili olarak olumsuz tutum ve düşünceler geliştirmelerine neden olur. Bu tür durumda olan ilişkiler, ilgisizlikle başlar turistlere yönelik saldırılara kadar devam eder (Doğan, 2004).

Yerli halk ile turistlerin dil sorunları, yaşam biçimi ve kültür ayrılıkları birbirleriyle iletişime geçmelerini engeller ve bu durum giderek tarafların ilgisizliğine dönüşür. İletişim kurmadaki isteksizlik nedeniyle karşı tarafta uzak durma eğilimi başlar. Ayrıca iki tarafın birbirine yabancı olması bir kuşku ortamını beraberinde getirir. Daha önce oluşan olası ön yargıyla beraber gelen kuşku, tarafların güvenlik ile ilgili endişelerini artırır ve iletişim yollarını kapatır.

Her ne kadar tarafların birbiriyle ilgilenmediği bir ortamdan bahsedilse de turistlerin yerel halkın sosyal ve kültürel değerlerine dikkat etmeyerek sergilemiş oldukları davranışlar yüzünden aralarında bir hoşnutsuzluk başlar. Bölgede suç oranlarının artması, soygunculuk, alkol tüketimi, fuhuş gibi toplumsal yapıyı rahatsız eden durumların oluşması yerel halkı turistlere karşı olumsuz yönde kışkırtır. Ve zamanla ilgisizlik evresi yerini saldırgan bir ortama bırakır. Yerel halkın turistlere karşı soğuk ve saldırgan davranışları, aralarındaki ilişkiyi engeller ve olası iletişim yollarını kapatır. (Doğan, 2004).



### 1.3.2. Destekleyici İlişkiler

Engelleyici ilişkiler kısmında turist ile yerel halk arasındaki ilişkiyi olumsuz yönde etkileyen davranışlara yer verildi. Fakat turist ve yerli ilişkisi, iki tarafa yarar ve doyum sağlayan bir ilişkide olabilmektedir (Doğan, 2004).

Ayrıca Doğan (2004), bu tip destekleyici ilişkileri, ilgi, yardım ve arkadaşlık şeklinde ele almıştır. Avcıkurt (2003) ise bu ilişkilere ek olarak, turistlerin kendilerinin ülkelerinin elçisi olarak gördüklerini ve bu nedenle yerel halk üzerinde iyi bir izlenim bırakmak istediklerini, bunun için de onlarla iletişime geçtiklerini ifade eder.

Turistler tatil için gittikleri yerlerde her ne kadar yerel halkla ilgilenmek istemese de onların kültürünü yaşam biçimini merak edip ilgi duyarken, aynı şekilde yerel halk da yabancı bir kültüre ilgi gösterebilmektedir. Olası bir iletişimdeki yerel halk gelen turistlere sunulan hizmetler aracılığıyla bu iletişim olanağını bulur. Böyle bir durumda turistlere karşı ilgi, nezaket ve konukseverlik göstererek, karşı tarafın da ilgisini çekmektedir.

Bir diğer destekleyici unsur ise yardımdır. Yerel halk bölgelerine gelen ve oraya yabancı olan turistlere gerek sunulan hizmetlerde gerekse herhangi bir sorunun çözümünde yardım eder. Adres sorma gibi en ufak bir durumda bile kendisine yardım edildiğini gören turistler, yerel halka bir samimiyet ve minnet duygusu besler. Buda daha sonraki iletişim kurma isteğini güçlendirir.

Turistler ile yerel halk arasındaki destekleyici ilişkilerin belki de en doyum verici ve kültürlerarası anlayışın gelişmesi bakımından en faydalısı, ikili ilişkilerde kurulan yakın ve sürekli arkadaşlıklardır. İki taraf arasında kurulan bu arkadaşlıklar zamanla dostluklara dönüşebiliyor. Turistler yerli arkadaşlarının olduğu ülkeye ziyaret etme eğiliminde bulunurlar, aynı zamanda yerli arkadaşlarını kendi ülkelerine davet ederler. Böylece, turizmin uluslararası anlayışı geliştirmede işlevini en uygun düşen bir ilişki biçimi ortaya çıkar (Doğan, 2004).

## 1.4. YEREL HALKIN TURİZM ALGISINA YÖNELİK BAŞLICA MODEL VE TEORİLER

Turizm, ev sahibi toplum üzerinde belirli sosyolojik etkilere sahiptir. Turizm etkilerini ve yerel halkın turizme karşı algı ve tutumlarını açıklamaya yardımcı olmak için birçok model ve teori geliştirilmiştir. Doxey'in (1975) İrridex modeli, Butler'in (1980) Yaşam Döngüsü modeli ve Ap'ın (1992) Sosyal Değişim Teorisi bu model ve teoriler arasında etkisi en fazla olan çalışmalardır (Çetinkaya, 2013).

### 1.4.1. Doxey Tolerans (Irridex) Modeli

Turizmin sosyo-kültürel etkilerinin değerlendirilmesi zor olduğu gibi, bu etkileri diğer etkilerden ayırmak da zor ve karmaşıktır, ayrıca onları ölçmek de aynı derecede zordur (Soontayatron, 2010). Turizmde yerel halkın tutumu ile ilgili hazırlanan önemli çalışmalardan birisi Doxey'in Tolerans modelidir. Doxey (1975), modelde turizm gelişimi ile yerel halkın tutumu arasında bir bağlantı olduğunu söyler. Modelde, turizm gelişme gösterip turist sayısı arttıkça, halkın algı ve tutumunun genellikle olumsuz yönde değiştiğini belirtmekte ve turizmin sosyo-kültürel ve psikolojik etkileri baz alınmaktadır (Filiz ve Yılmaz, 2017). Doxey'in (1975) İrridex Model'ine göre, yerel halkın turizme karşı tutumları algılanan maliyetlerin beklenen faydaları aşamasıyla, 'hoşnutluk', 'kayıtsızlık', 'rahatsızlık' ve 'düşmanlık' olmak üzere dört evreden geçmektedir (Çetinkaya, 2013).

Modele göre ilk evrede, henüz geleneksel turizmin yapıldığı ve turizmin daha yeni yeni gelişme gösterdiği destinasyonlarda, ev sahibi halk turizme açıktır ve turistlerin gelmesine gayet doğal ve hoş bir tepki verirler (Jovicic, 2011). Ayrıca yerli halk turizmin gelişmesi ve turistlerin gelmesiyle, bölgelerine yapılan yatırımlardan ve oluşan yeni istihdam olanaklarından dolayı, yabancıların gelmesinden memnundurlar.

İkinci evrede, turizm sektörünün gelişmesi, gelen turist sayısının artması ve yerel halkın gelirini turizmden elde etmeye başlamasından dolayı, yerel halkın, turistleri ticari bir obje olarak görmesine yol açmaktadır. Turistler birer kazanç kapısı olarak görülmeye başlanır. Nitekim başlangıçtaki samimi ortam yerini resmi ve birbirine kayıtsız bir ortama bırakır (Çetinkaya, 2013).

Üçüncü evrede, turizm sektörü doyum noktasına ulaşmış, toplumsal taşıma kapasitesi aşıldığında ve yerel halk, eldeki kaynakları artırmaksızın artan sayıda turistlere hizmet edemeyeceği düzeye geldiğinde, yerel halk turistlere öfke besleyip düşmanlık yapmaya başlar (Filiz ve Yılmaz, 2017).

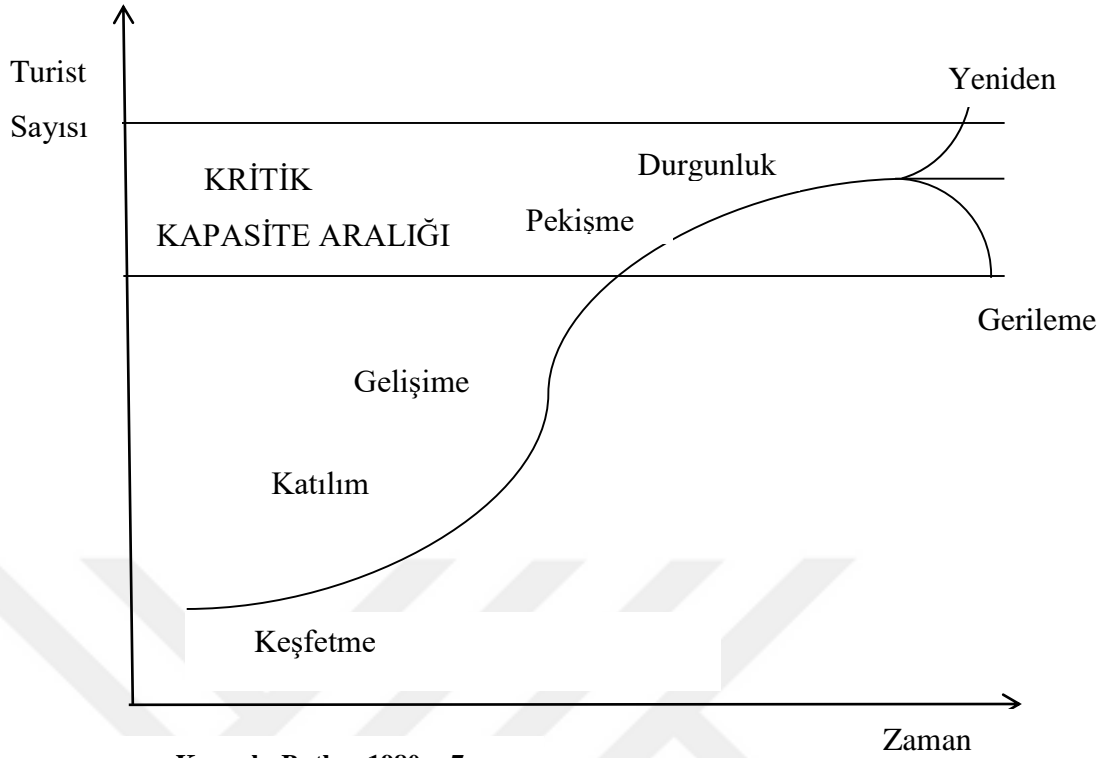
Son evrede ise, turistlere duyulan düşmanlık, kızgınlık veya öfke en üst seviyeye ulaşmıştır. Yerel halk, olası her türlü zararın ve kötü şeyin nedenini turistlerden kaynaklanan bir durum olduğunu düşünür. Yerel halk, artan vergi ve fiyatlar, değerlerin zarar görmesi, gençlerin kötü alışkanlıklar edinmesi gibi her olumsuz etkiyi turistlere bağlar. Bu nedenle turistlere karşı bir öfke ve düşmanlık başlar.

Basit bir anlatım şeklinde ele alınan bu model, Demiroğlu ve İzgi (2007)' ye göre, Doxey'in geliştirdiği bu model, gerçek yaşamda da somut örneklerle desteklenebilir nitelikte olup, sürdürülebilir turizm gereğini ortaya koyan, bir modeldir.

#### **1.4.2. Butler Yaşam Döngüsü Modeli**

Turizm destinasyonlarının geçirdiği evrimi tanımlamak için geçmişten günümüze birçok farklı model kullanılsa da en yaygın olarak kullanılanı Butler'in (1980) önerdiği, turizm bölgesi yaşam döngüsü modelidir (Filiz ve Yılmaz, 2017). Butler'in (1980) Turizm Yaşam Döngüsü modeli, bir destinasyonun nasıl geliştiğini açıklamaya yönelik altı aşamadan oluşan bir modeldir. Modelde turistik bölgenin yaşam seyri, Keşif, Katılım, Gelişme, Büyüme/Pekişme, Doygunluk ve Durgunluk, Gerileme/Yeniden Canlanma dönemlerini kapsamaktadır (Çizel ve Ekici, 2014). Bu farklı aşamalar boyunca, ziyaretçilerin tipinde ve sayısında, mevcut alt ve üst yapıda, pazarlama ve reklam stratejilerinde, doğal ve inşa edilmiş çevrede ve yerel halkın turizme karşı tutumu ve turizme katılımındaki değişimlere yer verilmiştir (Çetinkaya, 2013).

Butler (1980) modelin temelini, bir ürünün ortaya çıkması yavaş yavaş satışının hızlanması ve bu sayede bir büyüme evresine girdiği, daha sonra istikrar yaşadığı ve en sonunda bir düşüş ya da yeni bir ivmeyle canlandığı ürün döngüsü kavramına dayandırmaktadır. Şekil 1.1'de Butler'in turizm yaşam döngüsü modeli verilmiştir.



Kaynak: Butler, 1980, s.7

Şekil 1.1. Butler'in Turizm Yaşam Döngüsü Modeli

İlk aşamada bölge merak edilen ve keşfedilmeyi bekleyen bir yerdir. Ayrıca tanıtımın yetersizliği ve ulaşımın zorluğu nedeniyle bölge, ilk aşamada küçük turist grupları tarafından keşfedilir. Bir sonraki aşamada bölge halkı gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarına cevap vermek için hizmette bulunurlar. Bir başka deyişle turizme katılırlar. Üçüncü aşamada, turistlerin gelmesiyle hem bölge halkının gelirinde hem de bölgede sunulan hizmetlerde bir gelişme dönemine girilmektedir ve bu hızlı gelişme, bölge halkını ekonomik, sosyolojik, kültürel ve ekolojik yönde etkilemektedir (Ramchander, 2004).

Daha sonraki evrede pazarlama, tanıtım faaliyetlerin dahil olması, turistik tesislerin, servis olanaklarının, ulaşımın ve alt yapı hizmetlerinin gelişmesiyle turist sayısında hızlı bir artış gözlemlenir ve bölge gelişim evresini büyütür. Bir sonraki evrede, bölgenin belli bir taşıma kapasitesine ulaşması ve hatta üzerine çıkması turizm faaliyetlerin durgunlaşmasına neden olur. Son olarak bu aşamadan sonra, turist sayısında bir azalma meydana gelir ve bununla birlikte bir gerileme veya turizmin tekrar hareketlilik kazanmasıyla yeniden canlanma evrelerinin başlanması beklenmektedir (Pekpak, 2012).

Modelde, turizmin bir bölgede gelişme göstermeye başlamasıyla etkilerinin hızla artacağı ve bölgede yol açtığı olumsuz etkilerin bölgeye sağladığı katkıyı aştığı durumda, turizm bölgesinin düşüş aşamasına girmiş olduğu ileri sürülmektedir ve bu aşamadan sonra bölge halkının turizmin olumsuz etkilerini daha fazla hissettiği vurgulanmıştır (Özel, 2014). Modelin amacı ise, destinasyonların dinamik yapısına dikkat çekmek, genel bir kalkınma süreci tasarlamak ve destinasyonların potansiyel düşüşünü engellemek için olası müdahaleleri (planlama, yönetim ve kalkınma gibi) önermektir (Filiz ve Yılmaz, 2017).

### 1.4.3. Sosyal Değişim Teorisi

Sosyal değişim teorisi, antropoloji, davranışsal psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve iktisadi bakış açılarını inceleyen ve bu unsurları kapsayan disiplinler arası bir teoridir (Altunel, 2009). Yerel halkın turizm gelişimine ve etkilerine yönelik algılarının açıklanması için en sık kullanılan sosyoloji kökenli teori ise sosyal değişim teorisidir. Ap (1992) sosyal değişim teorisi, yerel halkın turizm gelişimine olan desteğinin, turizmin neden olduğu maliyetinin, turizme yönelik algıladıkları faydayı geçmediği sürece devam ettiğini ifade eder (Çizel ve Ekici, 2014). Teoriye göre, bölgede kullanılan kaynaklar yerel halka faydalı olduğu sürece, algılanan turizm etkilerinin de olumlu olacağı, beklenen fayda görülmez ise algılanan turizm etkilerinin olumsuz olacağı belirtilmektedir (Ramchander, 2004).

Yerel halk, turizmin sosyal değişim yönünü, sundukları hizmetler karşısında turizmden bekledikleri fayda ve maliyetler şeklinde değerlendirmektedir. Çetinkaya (2012), Ap (1992), kaynakların değişimi, yani hizmet sonucunda sağladıkları fayda yerel halk için yüksek olduğunda, turizm etkileri pozitif görülmektedir, turizm etkileri negatif görüldüğünde ise kaynaklar değişimi düşüktür, şeklinde yorumlamaktadır.

Sosyal Değişim Teorisinin temel varsayımı, bir toplum içinde birey kendi çıkarlarını gözetmek ister ve davranışlarının seyrinin de bu doğrultuda olduğudur. Teoriye göre, bireyler toplumsal ilişkilerde rasyonel davranmakta ve karşılaşacakları faydaların ve maliyetlerin hesabını yapmaktadırlar (Özel, 2014).

Ap sosyal değişimin, uygulamada değişimin başlaması, değişimin gerçekleşmesi, değişim işleminin değerlendirilmesinin yapılması ve değişimin ortaya çıkardığı

sonuçların değerlendirilmesi Şeklinde dđrt aşamada gerçekleŐtięini vurgulamıŐtır. Ve buna karşılık yerel halkın ise turizm etkilerini algılamada sırasıyla; benimseme, tolere etme, uyum sağlama ve geri çekilme stratejilerini benimsedikleri bir evreden geçmektedir (Özel, 2014).

Sonuç olarak yerel halk, kendi özellikleri ve turizme bağımlılığı ile birlikte turizmden elde edilen fayda neticesinde, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini de dikkate alarak, turizm faaliyetlerine ve planlamasına desteği değişmektedir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### KİŞİLİK ve TURİZM

Bu bölümde öncelikle kişilik kavramı tanıtılmıştır. Daha sonra kişiliği oluşturan faktörler ve kişiliğin belirlenmesinde kullanılan tekniklerden bahsedilip, araştırmamızın uygulamasında kullandığımız beş faktör kişilik modeli ele alınmıştır. Son olarak turizm ve kişilik arasındaki ilişkiye değinilmiştir.

#### 2.1. KİŞİLİK KAVRAMI

Kişilik, Latince kökenli bir kavram olup, kelime anlamı persona (aktörün maskesi) kavramına dayanmaktadır. Kişilik kelimesinin İngilizce karşılığı ise 'personality'dir. Kişiliğin TDK sözcük anlamına bakıldığında, kişilik, bireye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin tümüdür. Toplumbilim terimleri sözlüğü ise kişiliği, bireyin toplumsal yaşamı boyunca edindiği alışkanlıklarının ve davranışlarının tümü şeklinde tanımlar.

Morsünbül'e (2014) göre, kişilik, kişiler arası ilişkileri etkilediği, sosyal katılımı, yaşam koşullarına uyumu, mutluluğu, mesleki başarıları gibi birçok önemli değişkeni etkilediğinden dolayı insan davranışlarını inceleyen alanlar içerisinde en fazla incelenen konulardan biri olmuştur.

Norman'a (1963) göre, kişilik bir bütünlemedir. Bu bütünlemenin içinde bireysel yapılar, davranış biçimleri, ilgi ve eğilimler, yetenekler ve ruhsal davranışlar gibi en karakteristik özellikler vardır.

McCrea ve Costa'ya (1990) göre ise kişilik, bireylerin sergilediği davranış, duygu ve düşüncedeki farklılıklardan oluşan kararlı bir yapıdır (akt: Horzum, vd., 2017).

Psikoloji alanlarından birisi olan kişilik, örgütlenmiş bilişsel, duygusal, toplumsal ve fiziksel özellikler bütünü olarak ele alınmaktadır. Kişilik doğuştan gelen, daha sonra çevreyle etkileşim yolu ile şekillenen ve kolay kolay bozulmayan özellikler bütünüdür (Atak, 2013). Kişilik, bireyi başkalarından ayıran, onu farklı kılan, bireyin davranışlarını belirleyen ve nispeten sabit özellikler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Horzum, Ayas ve Padır, 2017).

Kişilik, her ne kadar bireyin yaşam biçimi şeklinde genel bir tanımlanmaya konulsa da üzerine uzlaşılan bir tanımı yoktur. Çünkü yaşam biçimi kişinin özel alanı olarak kalmıyor, bunun içine aile ve arkadaş ilişkileri, kişinin zihinsel yönü de yer alacaktır. Zel'e (2001) göre kişilik, bireyin tüm özelliklerini yansıtan, doğumundan başlayıp ölümüne kadar devam eden dinamik bir yapıdır. Kişilik, bireyin karar verme sürecinde etkili olan, yaşam tarzından meslek seçimine, bir durum karşısında aldığı riskten verdiği tepkiye, eğlence anlayışından yemek seçimine, içinde olduğu duygudan sergilediği davranışa kadar, hayatının her alanında kendisini gösteren özellikler bütünüdür.

Tüm bu tanımlamaları ve faktörleri dikkate alarak kişilik şu şekilde tanımlanabilir. Kişilik, bir bireyin bedensel ve zihinsel özelliklerinde görülen farklılıklar ve bu farklılıkların kişinin duygu ve düşünce ve davranışlarına yansımış biçimidir (Türkel, 1992).

## **2.2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER**

Kişiliği oluşturan faktörlerin neler olduğu veya kişiliğin oluşumunda nelerin etkili olduğu sorularına yanıt bulmak için değişik kuramcıların görüşlerinin sayısına göre cevap değişebilmektedir. Nitekim kişiliği oluşturan birçok değişken vardır. Kişiliğin oluşumunda kalıtsal, çevresel veya diğer faktörlerden hangilerinin etkili olduğu süregelen bir tartışma konusudur. Buna karşın kişilik faktörü ile ilgilenen araştırmacıların ortak görüşleri de mevcuttur. Dolayısıyla kişiliği oluşturan faktörleri, kalıtsal ve bedensel yapı faktörleri, sosyal ve kültürel faktörler, çevresel faktörler, aile faktörü ve diğer faktörler şeklinde bir grup altında toplamak mümkündür (Türkel, 1992, Zel, 2001).

### **2.2.1. Kalıtsal ve Bedensel Yapı Faktörleri**

Kalıtım, anne ve babadan genler yoluyla çocuklara geçen saç rengi, boy, kilo, zeka, huy, mizaç vb. özelliklerdir. Kişiliğin oluşumunda genetik faktörlerin önemli bir rolü olduğu belirten Zel (2001), bireylerin taşıdığı özelliklerin ne kadarının kalıtım yoluyla geçtiğini kesin olarak bilinmesinin ise mümkün olamayacağını ifade eder.



Nitekim araştırmalar kalıtımın, tüm psikolojik özelliklerin temelinde yer alan faktör olduğunu söyler.

Kişilik gelişiminde anne ve babadan çocuğa geçen genler belirleyici faktör olabilmektedir. Dolayısıyla genetik özelliklerin kişiliği belirlemede kişiden kişiye değişecektir. Fakat bireyin bedensel, zihinsel ve duygusal özelliklerinin oluşumunda genetik özelliklerin payı oldukça yüksektir. Aksine bireyin sonradan edindiği ve kişiliğini perçinleyen gelenek-görenek, örf-adet, inanç, fikir, davranış vb. gibi durumlarda ise kalıtımın etkisi daha düşük (Zel, 2001).

### **2.2.2. Çevresel Faktörler**

Çevre, bireyin doğduğu ve yaşamını devam ettirdiği, bireyi etkileyen tüm canlı ve cansız varlıklarla beraber tüm uyarıcılar şeklinde tanımlanabilir. Kişilik kalıtımla birlikte fiziksel, kültürel ve toplumsal çevreden de etkilenerek şekillenmektedir. Fiziksel çevre doğal bitki örtüsü, iklim, yeryüzü şekilleri vb. gibi etmenlerin oluşturduğu ve kişiliğin oluşumunda ve gelişiminde oldukça önemli olan bir unsurdur. Bireylerin yaşadığı coğrafyanın, kendi kişiliklerine etkileri mevcuttur. Örneğin soğuk bir coğrafyada yaşayan insanların sert mizaçlı olduğu, buna karşın sıcak iklimlerde yaşayan insanların ise daha yumuşak ve duygusal olarak değişken olduğu ifade edilir (Dinç, 2012)

### **2.2.3. Sosyal ve Kültürel Faktörler**

Kişilik doğuştan gelen ve sonradan edinilen bilgilerle şekillenen ve çeşitli faktörlerden etkilenen bir özelliğe sahiptir. Bireylerin yaşadığı sosyal yapı aynı olmadığı için, sunulan fırsatlarda eşit olmayabilmektedir. Bu nedenle bireyin ait olduğu sosyal sınıf onun yaşam biçimini, düşünce ve davranışlarını, eğitim imkanlarını gibi çeşitli kişisel özelliklerini etkilemektedir. Aynı şekilde bireylerin ait olduğu sosyal yapıya olan bağlılık dereceleri, onların kişiliğinin belirlemede önemli bir faktör olacaktır (Türkel, 1992).

Kültür ve kişilik ilişkisine baktığımızda ise, yapılan çeşitli araştırmalar kişiliğin gelişmesinde kültürün büyük bir payı olduğu söylenmektedir. Kültürün çeşitli görünümmler arasında görünen aile biçimi, toplumsal ve kültürel değerler, tutumlar ve

inançların etkisi kişiliğin gelişiminde rol oynar (Tezcan, 1987). Kişilik, doğuştan gelen ve sonradan edinilen unsurlar birikiminin bir sonucudur. Kültür ve kişilik kavramlarına baktığımızda ikisi de geçmişten günümüze devam eden kavramlar olduğunu görmekteyiz. Kişilik, duygu, düşünce, davranış, ilgi, tutum gibi öğeler ile kişiyi başkalarından ayıran ve kişiyi kendine özgü kılan değerler bütünüdür (Tezcan, 1987). Kültür ve kişilik birbiriyle iç içe büyüyen unsurlardır.

#### **2.2.4. Aile Faktörü**

Bireylerin ilk defa karşılaştığı sosyal grup olma özelliğini taşıyan aile, toplumsallaşmanın da ilk kaynağıdır. Aile, bireylerin özel davranış kalıpları oluşturmada, onların toplum içerisindeki hal hareket ve davranışlarında, takdir ve ceza almasında etkili bir konumdadır. Aile, bireylerin kişilik gelişimine etki eden, onu yönlendiren ve yol gösteren önemli bir role sahiptir. Zira birey, toplum kurallarına uymayı, ahlaki ve kültürel norm ve değerlerini benimsemeyi aileden hareketle öğrenir ve uygular. Bu nedenle aile içi ilişkiler kişilik oluşumunda oldukça önemli ve etkilidir (İşcan, 2016).

Kişilik araştırmalarının sonuçlarına bakıldığında, çocukların kişilik özelliklerinin bir kısmını ailedeki bireylerden aldığı tespit edilmiştir. Buna paralel olarak, erkek çocuğun bazı davranışları babaya, kız çocuklarının da bazı davranışları anneye benzediğini gözlemlemek mümkündür. Ailenin kendi içindeki ilişkileri, yaşam biçimi, sosyal problemlere bakışı, insani değerlere yaklaşımı, komşuluk ilişkileri, eğitim düzeyi, ekonomik durumu vb. gibi birçok değişken de aile içindeki bireyin kişilik gelişimine etki edecektir (Develioğlu ve Tekin, 2013).

#### **2.2.5. Diğer Faktörler**

Kişiliğin oluşumunda ve sonraki gelişiminde etkili olan bu faktörlerin dışında, yine söz konusu kişiliği etkileyen önemli diğer belirleyiciler de mevcuttur. Bunların başında yazılı ve görsel olmak üzere televizyon, radyo, dergi, gazete vb. gibi kitle yayın araçları gelmektedir. Özellikle çocukların kişilik gelişimi üzerinde etkili olan bu yayınlar gerek aile fertlerinin tercihleri gerekse çocukların kendi tercihleri doğrultusunda kişilikleri üzerinde olumlu veya olumsuz etkilere sahiptir (Türkel, 1992).

### 2.3. KİŞİLİĞİ BELİRLEMEDE KULLANILAN BAŞLICA TEKNİKLER

Kişiliğin ölçülmesindeki amaç, çeşitli neden ve beklentiler doğrultusunda bireyler ve bireylerin meydana getirdiği topluluklar hakkında değerlendirmeler yapıp, bireyler veya gruplar arasındaki farkları inceleyerek olası sonuçlara ulaşmayı hedeflemektir. Literatürde kişilik ölçeklerin tarihsel geçmişine bakıldığında zaman, önceleri bu ölçeklerin birçok özelliği bünyesinde bulunduran ve birçok özelliği ölçen geniş çaplı bütünsel yaklaşıma sahip olduğu görülür. İlerleyen yıllarda kişilik ile ilgili pek çok çalışma ile birlikte bu geniş alan daraltılsa da bu çalışmalar, genellikle belirli alanları (motivasyon, risk, ala bağlılık vb. gibi) kapsayan kişilik ölçeklerini ortaya çıkarmıştır (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002). Kişiliği belirlemede kullanılan başlıca teknikler ise şunlardır;

- **Myers Briggs Kişilik Ölçeği:** Myers ve Isabel Briggs tarafından 1940'lı yıllarda Jung'un kişilik hakkındaki çalışmalarını temel alarak 16 farklı kişilik tipini ayırabilecek ve bunları tanımlayabilecek bir ölçek geliştirmişlerdir (Zel, 2001). Toplam 126 sorudan ve 3 bölümden oluşan ölçek, birinci bölümde 17 soru bulunur ve değişik durumlar karşısında kendinizi nasıl hissettiğinizi ve nasıl tepki gösterdiğinizi ölçer. İkinci bölümde hangilerinin size uygun olduğu sorulan 44 çift sıfat vardır. Son bölümde ise 55 soru bulunur ve yine birinci bölümdeki gibi bir sonuç beklenir. Söz konusu ölçek 4 çift temel özellik olduğunu varsayar. Bunlar; içedönüklük-dışadönüklük, duyumsama-sezgisellik, düşünme-hissetme, yargıla-algılama şeklindedir. Ölçek, Myers Briggs Tip Göstergesi veya MBTI, Myer Briggs Type Indicator olarak da geçmektedir.
- **Cattel 16PF Kişilik Ölçeği:** 1949 yılında Reymond Cattel öncülüğünde geliştirilen ölçek çoktan seçmeli 185 sorudan oluşma ve 16 kişilik özelliğini tespit etmeye çalışmaktadır. Bu özelliklerini ortaya çıkarmak adına ankette yer alan sorulara 'evet' veya 'hayır' şeklinde yanıtlayanların kişilik özelliklerine ait skorlara ulaşmak için '16 PF' diye bir anket geliştirilmiştir. 16PF'nin ilk on ikisi birey başkası tarafından değerlendirilir, son dördü ise birey kendi kendini değerlendirir. Ardından ortaya çıkan skora göre kişilik profili ortaya çıkar (Zel, 2001).

**Tablo 2.1.** Cattel 16 Kişilik Özelliği (16 PF)

Kişilik Özellikleri		Düşük Skor				Orta Skor		Yüksek Skor					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	İkna edebilen												
2	Sözünü esirgemeyen												
3	Sosyal												
4	Empatik												
5	Veri ve bilgileri kullanan												
6	Soyut düşünen												
7	Geleneksel												
8	Yenilikçi												
9	Düzenli çalışan												
10	Rahat												
11	Duygularını kontrol eden												
12	Optimist												
13	Aktif												
14	Rekabetçi												
15	Başarı hırsı olan												
16	Kararlı												

**Kaynak:** Zel, 2001, s.61

Yukarıda bahsedilen kişilik ölçeklerinin yanında, kişiliği ölçmek için eski teknikler de mevcuttur. Örneğin görüşme yöntemi, daha çok psikologların tercih ettiği ve bireyle yüz yüze soru-cevap şeklinde sözlü olarak gerçekleşen bir yöntemdir. Fakat cevaplayıcıların nesnel davranamayacağı tartışması yöntemi kullananlar için bir endişe yaratmaktadır. Bir diğeri derecelenme yöntemi ve projektif testlerdir ve yine aynı şekilde geçerlilikleri kişinin öznelliğinin olması nedeniyle tartışılmaktadır (Güney, 2009).

Tüm bu kişilik ölçeklerin yanında en çok tercih edilen ve bizim de kişilik belirlemede kullandığımız beş faktör kişilik modeli ise aşağıda detaylı bir şekilde tanıtılmıştır.

### 2.3.1. Beş Faktör Kişilik Modeli

Yukarıda da bahsedildiği gibi kişilik ile ilgili birçok yaklaşım bulunmaktadır. Fakat bir bireyin, belirli bir kişilik özelliğini belirleme derecesine göre kişiyi sınıflandıran ‘özellikler yaklaşımı’nın daha aktif bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Sezici, 2015). Bu yaklaşımda bireyin değişik durumlara gösterdiği tepkilerden hareketle, onun davranışlarına yön veren özelliklerin belirlenmesine yönelik bir bakış açısı sunulmuştur.

Somer’e (1998) göre, beş faktör kişilik modeli gibi kişilik ile ilgili kuramların temelini, insanlar her ne kadar farklı kültürlerde yaşayıp farklı diller konuşulsa da gösterdikleri bireysel farklılıklar dünyadaki bütün dillerde kodlanacağı ve ifade edilebileceği bu sayede de kişilik yapısının ortaya çıkarılabileceği görüşü oluşturmaktadır.

Başta da ifade edildiği üzere kişilik yaklaşımı ile ilgili birçok yaklaşım bulunmasına rağmen bunlar içerisinde ‘Beş Faktör Kişilik Modeli’ veya literatürde ‘Büyük Beşli’ olarak da geçen bu model son yıllarda en çok kabul gören ve üzerinde çalışılan ayrıca kişiliğin kapsamlı bir değerlendirmesi olduğuna kanaat getirilen model olmuştur (Horzum, vd., 2017, McCrea ve Costa, 1992).

Kişilik ile ilgili çalışmalarda çoğunlukla beş faktör kişilik modelinin kullanılmasında modelin farklı kültür ve gruplarda geçerliliğinin ortaya konmasının, boylamsal ve ampirik çalışmalara dayalı olmasının, kullanımının ve değerlendirmesinin kolay olmasının ve ölçülen özelliklerin zamana karşı devamlılığını korunmasının etkili olduğu görüşüdür (Recepoğlu, Kılınç, Şahin ve Er, 2013).

Beş faktör kişilik modeli kişilik ile ilgili ortaya atılmış farklı görüşleri tek çatı altında toplayıp, kişiliğin beş faktör altında incelenebileceğini işaret etmiştir (Bacanlı, İlhan ve Aslan, 2009). Beş faktör kişilik modeli, kapsamlı beş boyuttan oluşan ve kişilik modelleri içerisinde kişiliği en kapsamlı şekilde tanımlayan modeldir (Goldberg, 1990).

Bizim de kişilik özelliklerini belirlemede kullandığımız bu teknik denildiği gibi beş boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutların bir kısmı kalıtımsal olarak, bir kısmı ise yaşanan çevrenin etkisiyle oluşmaktadır. Söz konusu boyutlar ve tanımları ise şu şekildedir (Somer ve Goldberg, 1999; Zel, 2001; Norman, 1963);

- 1. Dışadönüklük (Extroversion):** Boyutun temel özelliklerine bakıldığında bireyin sosyal olması, iddialı ve girişken olması, konuşkan olması, cana yakın ve enerjik olması onun dışadönüklük özelliğine sahip olduğunu gösteren unsurlardır. Dışadönük bireyler, dış dünyaya açıktır, yabancı insanlarla kaynaşmaktan çekinmezler, gurup içerisinde iletişimi güçlüdür, kaynakları bulmada ve kullanmada etilidir. Bu boyutun tersi ise 'içedönüklük'tür. Bu boyuttaki bireyler mesafeli, sakın, asosyal gibi özelliklere sahiptir.
- 2. Uyumluluk (Agreeableness):** Uyumluluk özelliğine sahip bireyler, arkadaş canlısı ve kibardırlar, birlikte çalışmayı severler, yumuşak kalplidirler, hoşgörülü davranırlar, samimidirler ve karşısındakine güven verirler. Çalışma ortamında iyi bir iletişim ağı kurarlar. Girdikleri ortamlarda hızlıca uyum sağlarlar. Ters özelliklere sahip bireyleri ise hırslı, dik başlı, rekabetçi, şüpheci ve inatçı şeklinde tanımlanabilir.
- 3. Sorumluluk (Conscientiousness):** Dikkatli ve temkinli olma, azimle çalışma, güvenilir olma, sorumluluk almayı seven, başarı kazanmaya odaklı, planlı ve programlı olma özelliğine sahip bireyler bu boyutta yer alır. Sorumluluk özelliğine sahip bireyler yaptıkları işte veya verilen görevlerde çoğunlukla başarı elde ederler. Dikkati kolay dağılan, düzensiz ve plansız çalışan veya çalışmalarını erteleyen bireyleri, sorumluluk özelliğine ters özelliklere sahip bireyler şeklinde tanımlayabiliriz.
- 4. Deneyime Açıklık (Openness):** Bu boyutta yer alan bireylerin, yeni ve orijinal fikirlere sahip olmaları, kültürlü olup sanatsal düşünme becerilerine sahip olmaları, meraklı olmaları, zeki olmaları, geniş düşünceli ve hayal gücü kuvvetli olmaları ve genellikle entelektüel olmaları beklenir. Yaratıcı bireyler oldukları için yenilik veya değişim gibi durumlarda ön plana çıkarlar. Boyutun ters özellikleri ise geleneksel, ilgisiz ve tutucu olanlardır.
- 5. Duygusal İstikrar (Emotional Stability):** Bireyin kendine güveni, iyimser veya kötümser olması, sınırlarına hakim olması, endişeli ve sıkılgan olması, duygusal olması, sabırlı ve eleştirilere açık olması gibi özellikler bu boyutta tanımlanır. Endişeli, gergin ve çekingen bireyler ise bu boyutun tam tersi özelliklere sahip bireylerdir.

Söz konusu kişilik boyutlarının tablo 2.2’de hangi sıfatlarla nitelendirildiği, tablo 2.3’te ise yüksek ve düşük derecesini belirleyen özellikler gösterilmiştir.

**Tablo 2.2.** Kişilik Boyutlarının Nitelendiricileri

Boyutlar	Nitelendiriciler
<b>Dışadönüklük</b>	Sosyallik, Hırs, Kendini Belli Etme, Sosyal Uyum, Aktiflik, Güç, Kişiler Arası ilişki
<b>Uyumluluk</b>	Yumuşak Başlılık, Hoşa Gitme, Sosyallik, Uysallık, Sevgi, Uzlaşma
<b>Duygusal Dengesizlik</b>	Duygusal Kontrol, Duygusallık, Negatif Duygusallık, Etkileme Yeteneği, Endişe, Kendini Uyarlama
<b>Sorumluluk</b>	Vicdan, Süper ego, İçe Dönük Düşünme, Çalışma isteği, Başarma Arzusu, Kendini Kontrol Altında Tutabilme
<b>Açıklık</b>	Gelişime Açık Olma, Kültür, Bağımsızlık, Zeka, İdrak

Kaynak: Madran ve Akdoğan, 2010, s.369

**Tablo 2.3.** Beş Faktör Modelinin Belirleyici Boyutları

Boyutlar	Derece	Belirleyiciler
<b>Dışadönüklük</b>	Yüksek	Konuşkan, açık, maceracı, sosyal, doğru sözlü, enerjik, optimist, sakin, neşeli
	Düşük	Sessiz, ağzı sıkı, tedbirli, ılımlı, kibar, duygusal, olgun, sıradan, durgun
<b>Uyumluluk</b>	Yüksek	İyi huylu, kıskanç olmayan, ılımlı, yardım sever, güvenilir, uyumlu, nazik, sempatik
	Düşük	Sinirli, kıskanç, dik başlı, negatif düşünen, ego merkezli, rekabetçi,
<b>Sorumluluk</b>	Yüksek	Titiz, düzenli, sorumluluk sahibi, dürüst, vicdanlı, bilinçli, düşünceli, amaç sahibi, dakik
	Düşük	Dikkatsiz, güvenilirmez, sebatsız, işleri yarım bırakan, vefasız, hayalci
<b>Duygusal Dengesizlik</b>	Yüksek	Endişeli, gergin, sinirli, telaşlı, adapte olmayan, bağımlı, dengesiz
	Düşük	Sarsılmaz, kendi kendine yeten sakin, uysal, güvenilir, dengeli, rahat
<b>Açıklık</b>	Yüksek	Geniş zevkler, bağımsız düşünce yapısına sahip, hayal gücü kuvvetli, entelektüel, sosyal, duygusal, düşünceli
	Düşük	Sanatsal duygudan uzak, düşüncesiz, sıkılgan, az sayıda ilgi odağı, sosyallikten uzak, dar düşünceli

Kaynak: Madran ve Akdoğan, 2010, s.369

Kişilik ile ilgili yapılan ölçek çalışmaları ya beş boyut üzerine yapılmıştır ya da beş boyuta yüksek derecede ilişkili çalışmalardır. Birçok kişilik envanteri olmasına

rağmen beş faktör kişilik envanterinin bu kadar çok kullanılmasının ve geniş ölçekte kabul görmesinin nedeni, modelin kişilik özelliklerini tanımlamada yetkin olduğu, güvenilirliği ve geçerliliği bilimsel olarak kanıtlanmış ve test edilmiş olmasıdır (Hough ve Öneş, 2001, aktaran: Yelboğa, 2006).

### 2.3.2. Beş Faktör Kişilik Modelinin Tarihsel Gelişimi

Kişilik özelliklerini sınıflandırma ve ölçek bulma çabaları 1900'lerde Galton'la başlamıştır. Daha sonra Thurstone (1934), Allport ve Odbert (1936) ve Thurstone (1934) gibi araştırmacıların çalışmaları, beş faktör kişilik modelinin ilk adımları olmuştur (Develioğlu ve Tekin, 2013). 1957 yılında Raymond Cattell, Allport ve Odbert'in çalışmalarını temel alarak "16 kişilik faktörü" analizini yapmıştır. 1961'de Tupes ve Christal çalışmalarında, Cattell'in listesini sekiz büyük kişilik özelliğine düşürmüştür. 1963'de Norman da bu kişilik özelliklerini dışadönüklük, sorumluluk, uyumluluk, duygusallık ve kültür olarak isimlendirmiştir (Deniz, 2016).

Daha sonra beş faktör kişilik özellikleri modeli çerçevesinde yapılan çalışmalar doğrultusunda, gerek Goldberg'in (1981) çalışmaları gerekse Costa ve McCrae (1985) tarafından, "faktör" adını verdikleri davranış değişkenlerinin büyük insan gruplarının çok yönlü ölçümü ve puanlaması sonucunda kişiliğin beş faktörden oluştuğu belirlenmiştir. (Develioğlu ve Tekin, 2013).

Bireyin kendisini ve başkalarını betimlemede kullandığı İngilizce sözlükteki sıfatlara (lexical approach) uygulanan faktör çözümlemesi ve kişilik ölçeklerinin yapılarının incelenmesi sonucundan (Costa ve McCrae, 1987; Lanning, 1994) beş güçlü faktör ortaya çıkmıştır (Gümüş, 2009). Costa ve McCrae daha sonraki çalışmaları neticesinde, beş faktör modeli'ni oluşturan beş ana boyutu; dışadönüklük, duygusal dengesizlik, uyumluluk, açıklık ve sorumluluk şeklinde tanımlamışlardır (Somer ve Goldberg, 1999).

Beş faktör kişilik yaklaşımını Türkçe'ye uyarlayan veya bu ölçeği geliştiren çalışmalarda mevcuttur. Somer (1998), kişilik özelliklerini belirlemek için 225 sıfattan faydalanmış ve sonrasında bunlara faktör analizi yaparak söz konusu sıfatların beş faktör altında yer aldığını belirtmiştir. Yine Somer ve Goldberg (1999), çift sıfat olarak ele adlıkları 179 sıfatın gerek Amerikan gerekse Türk örneğinde beş faktör yapısını



ortaya koymuştur. Daha sonra Somer ve arkadaşları (2001), 220 maddeden oluşan 17 alt boyutu bulunan beş temel faktör kişilik ölçeği geliştirmişler. Bacanlı ve arkadaşları (2009) ise, sıfatlara dayalı kişilik testi geliştirip, 40 sıfat çiftiyle beş faktör kişilik ölçeği oluşturmuşlar.

Yukarıda da bahsedildiği gibi beş faktör kişilik ölçeği için Türkçe’de birçok ölçek geliştirilmiş veya uyarlanmıştır. Fakat geliştirilen ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği sağlansa da çok maddeli oldukları görülmekte ve kullanışlı olup olmadıkları tartışılmaktadır. Bu nedenle Gosling ve arkadaşları (2003) tarafından beş faktör kişilik yaklaşımına dayalı geliştirilen On Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ) hem kısa olması hem beş faktör kişilik yapısını ortaya koyuyor olması hem de maddelerin anlaşılır olması sebebiyle daha kullanışlı olduğu görülmektedir (Atak, 2013). Söz konusu ölçek on maddeden oluşmakta ve beş temel faktörü (dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, açıklık, duygusal dengesizlik) ölçmektedir. OMKÖ, Atak (2013), tarafından Türkçe’ye çevrilmiş ve Türk kültürüne uyarlaması yapılarak geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ve olumlu yönde sonuç alınmıştır.

#### **2.4. TURİZM VE KİŞİLİK İLİŞKİSİ**

Turizmin hem turistik aktivitelere katılanların hem de turizm olayının gerçekleştiği yerdeki insanların üzerinde çeşitli etkileri olduğunu daha önceki bölümlerde detaylıca bahsedilmiştir. Bu bölümde ise turizm ve kişilik ilişkisini incelerken, turizmin aynı zamanda kültürel bir aktivite olduğunu dikkate alıp kişiliği nasıl etkilediği ve kişilikten nasıl etkilendiği ele alınmıştır. Daha sonra turizm ve kişilik ilişkisi ile ilgili yapılan çalışmalar derlenmiştir.

Turizm insanların, gezmek, eğlenmek, dinlenmek, sportif aktivitelere katılmak, tedavi olmak, dini görevlerini yerine getirmek, kongrelere katılmak, başka yerleri merak etmek ve değişik kültürleri tanımak gibi sosyal, kültürel, sağlık, iş, spor ve dini amaçlarla ikamet ettikleri yerden başka yerlere seyahat etmesidir. Günümüzde, iletişim ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmesi ulusların birbirine gittikçe yakınlaşmasına sebep olan ve hem onları bir araya getirmeyi hem de seyahat etmelerini teşvik eden önemli birer olaydır. Ayrıca, gelirin artması ile beraber yaşam standartların değişmesi, refahın yükselmesi, sosyal hakların artması, kentleşme ile beraber kalabalıklaşmanın artması ve iş hayatının getirdiği sıkıntı ve stresin bir sonucu olarak, insanların turizm

anlayışında, istek ve tercihlerinde büyük bir değişikliğe neden olmuştur (Öztürk ve Yazıcıoğlu). Bu nedenle artık insanlar deniz, kum güneş turizminden ziyade, kültür, macera, kongre, golf, eko, inanç, yayla ve termal gibi alternatif turizm çeşitlerine yönelmektedir.

Turizm çoğu zaman kültürel bir aktivite olarak karşımıza çıkabilmektedir. Kültür ve turizm arasındaki ilişki iki şekilde ortaya çıkar, birincisi, kültürün turizme yol açması, ikincisi ise turizmin bir kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı olmasıdır. Birinci durumda turizm tamamen kültürü barındırır, ikinci durumda ise turizmin yol açtığı etkiler hem yerliler hem de turistler üzerinde görülmektedir (Rızaoğlu, 2004). Nitekim alternatif turizm çeşitleri arasında kültür turizmi diye bir faaliyet vardır. Kültürel turizm son yıllarda giderek talep gören bir turizm çeşididir. Kültürel turizm, insanların kültürel değerler açısından zengin yerleri görmek ve bu değerleri gözlemleme ve deneyim etmek, yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla seyahat etmeleri ile ilgili bir turizm çeşididir (Avcıkurt, 2003). İnsanlar kültürel ihtiyaçlarını gidermek için başka yerlere seyahat edip, edindikleri bilgi ve deneyimlerle bunu gerçekleştirirler. Kültürel turizm, kültürel değerlerin korunmasına yardımcı olduğu gibi, bu değerleri ticari bir obje haline de getirebilir. Dengeyi dikkatle korumak gerekir. Yapılan bu turizm aktivitesinde kültür kavramı karşımıza çıkmaktadır.

Kültür, esas olarak, belirli bir toplum için belirli bir yaşam ve davranış biçimini yönlendiren ve kişiler arasında yaygın olarak paylaşılan idealler, normlar, değerler ve hayat hakkındaki varsayımlardan oluşur (Sandeep ve Vinod, 2014). Kültür, insanların yaşamları boyunca süregelen, edindiği ve birtakım yollarla birbirlerine ve sonraki kuşaklara aktardıkları maddi ve manevi öğelerin tümüdür (Demirbulat, 2012). Aynı zamanda kültür, insanın meydana getirdiği bir şeydir ve insanın kültürü oluşturduğu gibi kültürde insanı yaratır (Kneller, çev: Tezcan, 1977). Dolayısıyla toplumun yapıtaşını oluşturan kültürün, aslında bireylerden meydana geldiğini söylemek mümkündür.

Kültür ve kişilik ilişkisi bağlamında yapılan çeşitli araştırmalar kişiliğin gelişmesinde kültürün büyük bir payı olduğunu göstermektedir. Kültürün çeşitli görünüşleri arasında görünen aile biçimi, toplumsal ve kültürel değerler, tutumlar ve inançların etkisi kişiliğin gelişiminde rol oynar (Tezcan, 1987). Kişilik, doğuştan gelen ve sonradan edinilen unsurlar birikiminin bir sonucudur. Kültür ve kişilik kavramlarına

baktığımız da ikisi de geçmişten günümüze devam eden kavramlar olduğunu görmekteyiz. Kişilik, duygu, düşünce, davranış, ilgi, tutum gibi öğeler ile kişiyi başkalarından ayıran ve kişiyi kendine özgü kılan değerler bütünüdür (Tezcan, 1987). Kültür ve kişilik birbiriyle iç içe büyüyen unsurlardır.

Kültür ve kişilik ilişkisine işlevsel olarak şu şekilde bakmak mümkündür (Engin, 1990, s.175-176).

1. Birey bir kültür çerçevesinde doğar, yetiştiği kültüre ait davranış biçimlerini ve düşünceler sistemini benimser, dolayısıyla kişiliği de bu doğrultuda gelişir.
2. Kültüre özgü bir düşünce sistemi geliştiren birey, doğuştan sahip olduğu güdülerini kontrol altına alır, ya da kültür tarafından bastırılır.
3. Kültüre uygun bir kişilik edinen birey, artık kültürü de etkilemeye başlar.

Kısacası, kültür önce çeşitli yollarla kişiliği etkilemektedir. Daha sonra ise kişilikten etkilenmektedir. Ve turizm, kültürü etkilediği gibi, kültürde kişiliği etkilemektedir.

Sonuç olarak, turizm aynı zamanda kültürel bir aktivite, kültürler arası etkileşim ve kültür taşıyıcısı olabilmektedir. Hangi turizm çeşidi olursa olsun turizm, faaliyetini sürdürdüğü yerdeki insanları etkilemektedir. Bu etkiler ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel olarak ayrılmaktadır. Fakat tüm bu etkilerin tek bir odak noktası vardır o da orda yaşayan bireyler veya bireylerin oluşturduğu yerel topluluktur. Aynı zamanda kişiliğin oluşumunda etkili olan faktörlere baktığımızda da bu etkileri (çevre faktörü, sosyal ve kültürel faktörler, ailenin ekonomik durumu) görebilmekteyiz. Bu nedenle turizm etkilerine maruz kalan bireylerin, kişilik oluşumları da bu durumdan etkilenebilecektir.

Literatüre bakıldığı zaman yerel halk ve kişilik özelliklerini ilişkilendiren veya inceleyen benzer bir araştırmaya rastlanmamıştır. Fakat turizm sektöründe çalışanlar ve hüzün turizmine katılanların kişilik özellikleri ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Örneğin, Pelit, Türkmen ve Yarmacı (2010) tarafından yapılan ‘turizm sektöründeki işgörenlerin kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik bir araştırma’ adlı çalışmada işgörenlerin A ve B tipi kişilik özelliklerine göre ayırıp farklılıklarını değerlendirmiş ve işgörenlerin, A tipi kişilik özelliklerine daha yatkın olduğu sonucuna varılmıştır. Bir diğer çalışma ise Bezirgan, Mercan ve Alatur’un (2015) ‘Turizm çalışanlarının kişilik özelliklerinin

kültürel zeka'ları üzerindeki etkisi: Edirne Örneği' adlı çalışmalarında beş faktör kişilik özelliklerinin kültürel zekanın üzerindeki etkisini otel çalışanları üzerinde incelenmiştir. Her bir kişilik özelliğinin (dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge, açıklık) kültürel zeka üzerinde etkisi tespit edilmiştir. Kişilik özelliklerinden duygusal dengenin, kültürel zeka boyutlarının tümünü pozitif etkilediği sonucu çıkmıştır. Bu çalışmada dikkat çeken, kişilik özelliklerinin kültürel zeka üzerinde çeşitli etkileri olduğundan personel istihdamında kişilik özelliklerinin önemini ortaya koyuyor olmasıdır. Ayrıca Deniz (2016), *Otel Çalışanlarının Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Sendika Algıları Arasındaki İlişkiler: Kemer Bölgesi Örneği*, adlı yüksek lisans tez çalışmasında Antalya'nın Kemer ilçesinde otel çalışanları üzerine yaptığı inceleme sonucunda; otel çalışanları beş faktör kişilik özelliklerine göre belirlenmiş, çalışanların sendika algıları ile kişilik özellikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Öztürk (2016) ise, hüzün turizmi katılımcılarının kişilik yapıları, motivasyonları ve memnuniyetleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için yaptığı yüksek lisans tez araştırmasını 2015 yılında Sinop Cezaevi Müzesi'ni ziyaret eden kişiler üzerine yapmıştır. Araştırma sonucunda motivasyon ve memnuniyet arasında orta düzey bir ilişki tespit edilirken, kişilik yapısı ile memnuniyet ve motivasyon arasında düşük düzeyli bir ilişki tespit edilmiştir.

Gerek yukarıda bahsedilen çalışmalar olsun gerekse literatürde turizm alanının içerisinde kişilik özelliklerini inceleyen diğer çalışmalar olsun daha çok turizm sektöründe çalışan personel ve turistler üzerine yapılmıştır. Ayrıca yerel halkın turizm etkilerine yönelik algı ve tutumları ile ilgili yapılan çalışmalar da bireyi değil topluluğu dikkate alarak yapılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YEREL HALKIN TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGISI İLE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Turizm, bir yörede yaşayan yerel halkı olumlu veya olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Turizm etkilerine sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel olmak üzere genellikle dört faktör şeklinde bakılmaktadır (Işık, Ada ve Boztoprak, 2016). Turizmin ekonomik yönüne her ne kadar dikkat çekilse de diğer önemli etkileri de göz ardı edilmemelidir. Turistlerle yerel halk iç içe olduğu için özellikle sosyokültürel etkileşim yoğun bir şekilde gerçekleşmektedir. Bireyler bu etkileşimde kendi duygu ve düşünceleri, yaşam tarzı, dini anlayışı, kültürel değerleri, gelenekleri gibi sosyokültürel; yaşı, cinsiyeti, eğitim ve turizmde çalışma durumu gibi sosyodemografik özelliklerine göre bir tepki verip algı takınmaktadır. Yerel halkın algısı şüphesiz sağladığı faydaya göre bölgeden bölgeye değişebilmektedir. Fakat yerel halkın turizmdeki önemine istinaden, bu algının başka hangi faktörlere göre değişebildiğini de araştırmak önem arz etmektedir. Yürütülen bu araştırmada ise problem soruları aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

- Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamaları, kişilik özelliklerine göre değişiyor mu?
- Hangi kişilik özelliğine (dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve yeniliklere açık olma) sahip birey, turizmin etkilerini olumlu veya olumsuz şekilde algılıyor?
- Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mı?
- Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mı? Soruların yanıt aranacaktır.

### 3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Turizm kapalı mekanlarda gerçekleşen bir hareket olmadığı için, faaliyetini sürdürdüğü yerde pek çok kişi ve kuruluşu etkileyen dinamik bir yapıdadır. Bir bölgede turizm bazen belli bir planlamayla bazen de kendiliğinden gerçekleşen ve o bölgede yaşayan insanları zamanla etkileyen bir hareket haline gelmektedir. Turizm ister planlı ister kendiliğinden gerçekleşsin yerel halkın algısı, bakışı, desteği ve katılımı o bölgedeki turizmin gelişimini ve devamlılığını etkileyecektir. Williams ve Lawson (2001) şayet yerel halkın turizme niçin destek verip veya karşı çıktığı bilinirse turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin olumsuz algılamaları azaltılabileceği gibi bu etkilere olan desteği de artırabilir ve yerel halkın yaşam kalitesine katkı sağlanabilir şeklinde yerel halkın algısına dikkat çekmektedirler. Turizmde yerel halkın desteğine ve katılımına vurgu yapan Işık ve Çalkın (2016), yerel halkın turizme katılımıyla turizmin gelişim göstereceğini, şayet katılım zayıf olur ise destinasyonda turist akış kontrolünün yitirilmesine ve dolayısıyla turistler ve yerel halk arasında gerilimin artmasına neden olacaktır. Böylece destinasyon çekiciliği giderek zayıflayacak, bölge turist çekmede zorlanacaktır.

Turizm sektöründe yerel halk oldukça önemlidir. Çünkü turistlerin gittikleri yere bir daha gitmesinde ve o yeri başkalarına tavsiye etmesinde yerel halk kilit rol oynar. Yerel halk turistlere yönelik konuksever, hoşgörülü, güler yüzlü, yardımsever vb. gibi olumlu davranış ve yaklaşımları, gerek turistlerin o yeri tavsiye etme noktasında gerekse turizmin o bölgede gelişmesi için oldukça önemli ve gereklidir. İlaveten yerel halk şayet turizmin pozitif etkilerinin negatif etkilerinden daha fazla olduğu algısına sahipse, bu olumlu etki onların turistlere olan davranışlarına da yansıtacaktır (Cengiz ve Kırkbir, 2007). Bu nedenle yerel halk ile ilgili çeşitli araştırmalar ve çalışmalar yapılarak, turizm etkilerine olumlu bakmaları sağlanmalıdır. Yerel halk tarafından turizmin algılanan olumsuz etkileri turizm gelişimine zarar verebilmektedir. Bu nedenle çevreye duyarlı, sürdürülebilir bir turizm gelişiminin gerçekleştirilebilmesi için yerel halkın algılamalarının ve tutumlarının düzenli aralıklarla ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Akova, 2006).

Turizm türü, büyüklüğü ve gelişimi ile ilgili politikalar belirlenirken bölgede yaşayan yerel halkın ve faaliyet gösteren işletmelerin fikirlerinin alınmadığı durumda

tam katılım gerçekleşmeyeceğinden kamu yönetimin uygun gördüğü politikalar uygulamaya konacak ve böylece tüm tarafların katılımı olmadığından toplum hedeflerinin gerçekleşmesi engellenebilecek ve politikaların uygulanmasında başarısızlıklar yaşanabilecektir (Akova, 2006).

Bu nedenle yerel halkla ilgili yapılan araştırmalar özellikle turizm planlamacıları, politikacıları, bu alandaki karar vericileri ve dahi turizmin tüm paydaşları için katkılar sağlayacak, ayrıca yerel halkın da turizme yönelik olası olumsuz algıları belirlenip gerekli iyileştirmeler yapılabileceği gibi, turizme olan katılım ve desteği de artırılabilir. Yapılan literatür araştırmasında turizm algısı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye yönelik bir çalışmanın olmaması da bu alandaki akademik boşluğu doldurması açısından çalışmayı önemli hale getirmektedir.

Yerel halkın turizm algısı birçok faktöre ( yaş, cinsiyet, eğitim, yaşam tarzı vb.) göre değişebileceği gibi kişilik özelliklerine göre de değişebilecektir. Yerel halk denilen topluluk bireylerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. O toplulukta her bireyin kendine has ve onu diğerlerinden ayıran kişilik özellikleri vardır. Bireyler kişilik özelliklerine göre de farklılık gösterdiği için, turizm algılamaları da farklı olacaktır. Bireyler kişilik özellikleri itibarıyla çevreden değişik şekilde etkilenebilir, aynı zaman da çevreyi değişik şekilde etkileyebilir, bu nedenle yerel halkın turizm algısı ele alındığında, grup şeklinde analiz yapılırken, grubu oluşturan bireylerin özelliklerinin incelenmesi de son derece önemlidir ve bu durumda 'kişilik' faktörünün önemi de açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Zel, 2001). Kişilik bireyi temsil eden bir kavramdır. Bireylerin nasıl bir kişiliğe sahip olduğu bilinirse, bireyin kendisini tanımakla beraber hızla değişen ve gelişen toplumsal ve kültürel sorunlara tutarlı çözümler bulunabilir. Ayrıca araştırmayı önemli hale getiren bir diğer husus ise, 'yerel halk' ve 'kişilik' gibi iki önemli değişkenin turizm konusu içerisinde ele alınmasıdır. Nitekim bu araştırmanın amacı da yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılamaları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi analiz ederek incelemektir.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

Araştırmanın amacı doğrultusunda kişilik özelliklerini beş faktörde belirledikten sonra yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri ve yerel halkın

turizm etkilerine yönelik algısı ile demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için hipotezler geliştirilmiştir.

**H1.** Yerel halkın demografik özellikleri ile turizm etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.1:** Katılımcıların cinsiyetleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.2:** Katılımcıların medeni durum ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.3:** Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.4:** Katılımcıların yaşları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.5:** Katılımcıların eğitim durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.6:** Katılımcıların gelir durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.7:** Katılımcıların meslekleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H1.8:** Katılımcıların ildeki ikametgâh süreleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H2:** Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2.1:** Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

**H3:** Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.



**H3.1:** Ekonomik etkiler ile kişilik özellikleri alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H3.2:** Çevresel etkiler ile kişilik özellikleri alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H3.3:** Sosyo-Kültürel etkiler ile kişilik özellikleri alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### 3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmanın varsayımları şunlardır:

1. Anket ifadeleri, yerel halkın kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik algılamalarını, tespit etmek için yeterlidir.
2. Anket ifadeleri, örnekleme katılan tüm bireyler tarafından anlaşılabilir.
3. Örnekleme oluşturan bireyler, anketi yönlendirilmeden içtenlikle doldurmuştur.
4. Anket verileri geçerli ve güvenilir.

### 3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLIKLARI

Bu araştırma yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ayrıca araştırmanın yeri, zaman ve maliyet değişkenleri dikkate alınarak, gerek turistik çekiciliği ve nüfus yoğunluğu bakımından gerekse tarih, kültürel değerleri açısından yüksek turizm potansiyeline sahip İzmir ilinin merkez ilçeleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma zaman ve maddi yetersizlik nedeniyle İzmir ilinin tamamında gerçekleştirilememiş ve sadece ilin merkez ilçelerinde yaşayan halkın görüşlerine başvurulmuştur. Araştırmaya sadece belirlenen bölgede ikamet eden yerel halk dahil edilmiştir. Araştırmada sağlıklı bir analiz yapılabilmesi için farklı sosyodemografik özelliklere sahip bireyler seçilmeye özen gösterilmiştir. Araştırmamızın sınırlılığını oluşturan İzmir ili ile ilgili genel bilgiler ise aşağıda verilmiştir.

Ege bölgesinde 12.007 km karelik alanda kurulan ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TUİK) 2017 sonu verilerine göre 4.279.677 toplam nüfusu ile Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan İzmir; çağdaş, gelişmiş ve aynı zamanda işlek bir ticaret merkezidir. Ege bölgesinin incisi olarak lanse edilen İzmir, 8.500 yıllık geçmişi ile büyük bir tarihi ve kültürel zenginlik coğrafyasıdır. Deniz, hava ve kara olmak üzere farklı ulaşım seçenekleriyle ulaşılabilirliğinin kolay ve rahat olması, kültürel faaliyetlere ve sanatsal etkinliklere uygun mevcut sosyo-kültürel yapısı, turizme uygun ve elverişli iklim yapısı, ayrıca 629 kilometrelik kıyı uzunluğu bulunan kentin yaklaşık 101 kilometrelik bölümü ise sadece doğal plajlarla çevrili olması nedeniyle şehir, büyük bir turizm potansiyeline sahiptir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

Aynı zamanda farklı kültür ve inançları bünyesinde bulunduran kent binlerce yıldır hoşgörünün şehri olmuştur. Tarihte hüküm sürmüş birçok uygarlığa ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Şehrin kuzeyinde yer alan Bergama ve güneyinde yer alan Efes, şehri Antik çağda da en büyük ve en önemli şehirlerinden biri yapmıştır.

Birçok tarihi, kültürel ve doğal güzelliklere sahip kentin şehir merkezinde yer aşan turistik çekicilikler ise şunlardır; Agora, Asensör, Bayraklı-Tepekule (Smyrna), Buca-Gölet, Hükümet Konağı, Kadifekale, Karagül Dağlar Krater Gölü ve Mesire Yeri, Kemeraltı, Kızlarağası Hanı, Kültürpark (İzmir Fuar Alanı), Saat Kulesi ve İzmir Doğal Yaşam Parkı'dır. Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan İzmir kültür, turizm, sanat, sanayi ve ticaret alanlarındaki gelişimini hızla sürdürmektedir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

### 3.6. TANIMLAR

**Turizm:** Birçok tanımı olmakla beraber genel anlamda turizm, insanların sürekli olarak kaldıkları yerden tatil, dinlenme, sağlık, spor, kültür gibi veya başka destinasyonları ve toplulukları merak gibi amaçlarla yurt içi veya yurt dışı olmak üzere seyahat etmesidir.

**Yerel Halk:** Turizm sektöründe yerel halk, bölgeye gelen turistlerle iç içe olan ve sunulan hizmetlerde doğrudan veya dolaylı olarak katkıda bulunan bireyledir.

**Turizmin Etkisi:** Turistlerle yerel halkın etkileşiminden doğan, olumlu veya olumsuz çift yönlü olan insani etkiler bütünüdür.

**Algı:** Çevredeki nesne ve olayları anlamlı bütünler olarak kavramanın ve çevreyle iletişim kurmanın temel sürecidir.

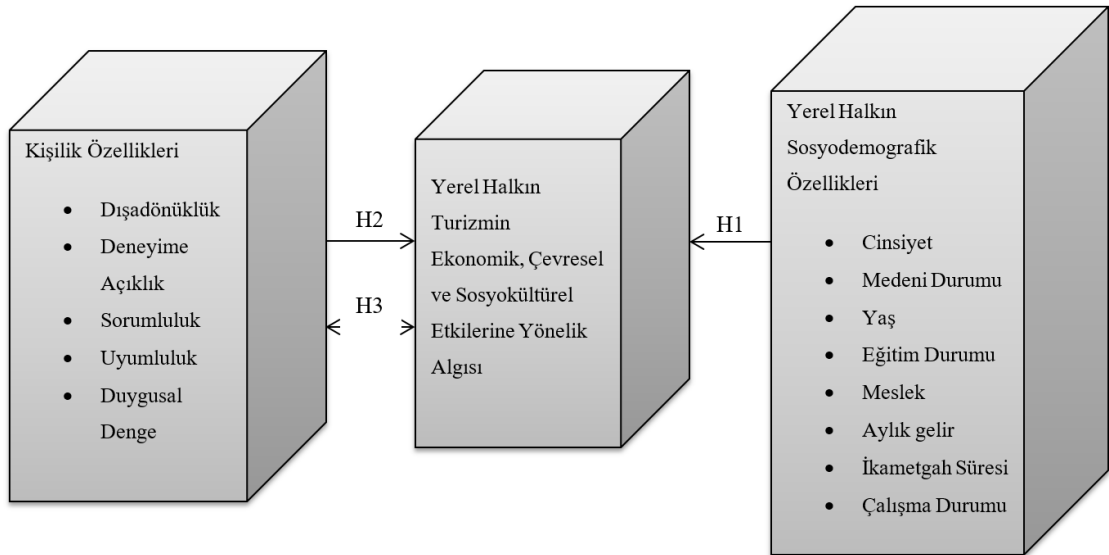
**Kişilik:** Doğuştan ve sonradan kazanılan bilgilerle bireyi başkalarından ayıran kendine has özellikler bütünüdür.

### 3.6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın yöntem bölümünde sırasıyla araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği, veri toplama aracı ve verilerin analiz yöntemlerine ilişkin bilgiler verilmiştir.

#### 3.6.1. Araştırmanın Modeli

Şekil 3.1’de araştırmanın modeli verilmiştir. Model, temel olarak yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri (dışadönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge) ve sosyodemografik özellikler arasında ilişki kurmak için oluşturulmuştur. Temel hipotezler H1, H2 ve H3 olarak isimlendirilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

#### 3.6.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Evren, araştırmanın çalışma alanını oluşturan, içinden örneklemin seçildiği ve elde edilen sonuçların genellenmek istendiği gruba denir. Örneklem ise belli bir evren

içerisinden belli bir kurala göre seçilen ve seçildiği evreni temsil edebilecek alt grup veya küçük kümedir. Örneklemin amacı, evrenin tümünü araştırmak yerine araştırmaya evren hakkında genellemeler yapabileceği bilgiye ulaşmayı sağlamasıdır (Karasar, 2016). Araştırmanın evrenini İzmir merkez ilçelerinde ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TUIK) 2017 sonu verilerine göre İzmir ilinin toplam nüfusu 4.279.677 kişidir (TUIK, 2018). Merkez ilçelerinin (Balçova, Bornova, Buca, Çiğli, Gaziemir, Güzelbahçe, Karabağlar, Karşıyaka, Konak, Narlıdere) toplam nüfusu ise 2.624. 144 kişidir (TUIK, 2018).

**Tablo 3.1.** İzmir Merkez İlçeleri Nüfusu

Balçova	Bornova	Buca	Çiğli	Gaziemir	Güzelbahçe	Karabağlar	Karşıyaka	Konak	Narlıdere
78.442	442.839	492.252	190.607	136.273	31.429	480.790	342.062	363.181	66.269

**Kaynak:** TUIK, 2018

Evren içerisindeki örneklem büyüklüğü ise tablo 3.2'de (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50)  $\pm 0,05$  örneklem hatası ile 384 kişi olarak belirlenmiştir.

**Tablo 3.2.** Evren İçerisindeki Örneklem Büyüklüğü

Evren Büyük- Lüğü	$\pm 0.03$ örneklem hatası (d)			$\pm 0.05$ örneklem hatası (d)			$\pm 0.10$ örneklem hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
10	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	91	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100 000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000 000	1066	682	896	<b>384</b>	246	323	96	61	81
100 Milyon	1067	683	896	384	246	323	96	61	81

**Kaynak:** Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Araştırma İzmir ilini kapsadığı için ankete katılanların ilde yaşayan yerel halk olduğuna dikkat edilmiştir. Ayrıca İzmir’de ziyaretçi olarak bulunan kişiler anketlere dahil edilmemiştir. Araştırmanın örneklem sayısı olan 384 kişiye ulaşmak için örneklem yeri olarak gerek zaman sınırlılığı gerekse maddi yetersizlikler ve tüm ilçelere ulaşılabilirliğinin zor olması nedeniyle kolayda örnekleme yöntemiyle İzmir’in belirli merkez ilçeleri (Bornova, Buca, Çiğli, Karşıyaka, Konak,) seçilmiştir.

### 3.6.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmış ve verilerin daha güvenilir olması açısından yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında iki farklı ölçekten yararlanılmıştır. Kişilik özelliklerine belirlemede son yıllarda yapılan kişilik araştırmalarında en çok kullanılan ve kişilik psikologların üzerinde anlaşmaya vardığı (Deniz ve Erciş, 2008) McCrea ve Costa tarafından geliştirilmiş Beş Faktör Kişilik Ölçeği kullanılmıştır. (Goldberg L. R., 1990). Ölçek daha sonra Gosling ve arkadaşları (2003) tarafından beş faktör kişilik yaklaşımına dayalı geliştirilen On Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ) şeklinde geliştirilmiştir. OMKÖ ölçeği hem kısa olması hem de maddelerin anlaşılır olması sebebiyle daha kullanışlı olduğundan (Atak, 2013) dolayı araştırmada kullanılmak için tercih edilmiştir. Söz konusu ölçek on maddeden oluşmakta ve beş temel faktörü (dışadönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge) ölçmektedir. OMKÖ, Atak (2013) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve Türk kültürüne uyarlaması yapılarak geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olumlu sonuç elde edilmiştir. Anketin turizm etkilerini ölçen kısmı için ise Güneş (2014) tarafından yapılmış olan çalışmadan yararlanılmıştır.

Çalışmaya uygun olarak hazırlanan ölçeğin güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek için yerel halktan oluşan 31 kişi ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik analizi sonucu ölçeğin Alpha değeri 34 ifade için 0,768 çıkmıştır. Alpha değerinin  $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$  olması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu gösterir (Kayış, 2014).

Anket yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Dolayısıyla katılımcıların anket ifadelerini anlayıp anlamadıkları gözlemlenmiş cevaplama sürelerine bakılmıştır. Böylece gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra anket son halini almıştır. Hazırlanan

ölçek kapsamında katılımcılara ilk bölümde, kişilik özelliklerini 5 boyutta (dışadönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge) belirlemek adına her boyut için ikişer soru olmak üzere toplamda 10 soru sorulmuştur. Bireylerin hangi kişilik özelliğine sahip olduğunu belirlemek için ‘Bireylerin her bir alt ölçekten aldıkları puanlar dikkate alınarak, bireylerde baskın olan kişilik özelliğini belirlemeye ve bireyleri kişilik özelliklerinden birine atamaya dönük olan bu ölçek puanlanırken, bir bireyin en yüksek puan aldığı alt ölçege ait kişilik özelliğinin o kişinin temel kişilik özelliği olduğu kabul edilmektedir’ (Atak, 2013, s.315). Tablo 3.3’te OMKÖ modelinde geçen maddeler ve bu maddelerin ait olduğu kişilik boyutuna ilişkin bilgiler verilmiştir.

**Tablo 3.3.** Kişilik Özelliklerini Belirlemede Kullanılan OMKÖ

1. Dışadönük, istekli
2. Eleştirel, kavgacı
3. Güvenilir, öz-disiplinli
4. Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan
5. Yeni yaşantılara açık karmaşık
6. Çekingen, sessiz
7. Sıcak, sempatik
8. Altüst olmuş, dikkatsiz
9. Sakin, duygusal olarak dengeli
10. Geleneksel, yaratıcı olmayan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dışadönüklük faktörü : M1, M6</li> <li>• Uyumluluk faktörü : M2, M7</li> <li>• Sorumluluk faktörü : M3, M8</li> <li>• Duygusal denge faktörü : M4, M9</li> <li>• Deneyime açıklık faktörü: M5, M10</li> </ul>

**Kaynak:** Atak, 2013, s.315

İkinci bölümde turizm etkilerine yönelik ekonomik etkiler için 8, çevresel etkiler için 8 ve sosyo-kültürel etkiler için de 8 adet olmak üzere toplam 24 soru sorulmuştur. Üçüncü bölümde ise katılımcılara yönelik demografik sorular sorulmuştur. Söz konusu anket formu 5’li Likert tipi ölçek (1= kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) ile hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılmak üzere 410 anket formu hazırlanmış ve Mart (2018) ayında kolayda örnekleme yöntemi ile İzmir ilinin merkez ilçelerinde 410 kişiye

uygulanmıştır. Verilerin ilgili paket programına girişi esnasında 10 anketin hatalı doldurulduğu tespit edilmiş olup, anketler 400 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

### 3.6.4. Veri Çözümleme Yöntemi

Çalışmada yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki, İzmir ilinde incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda kişilik özelliklerinin ve yerel halkın ekonomik, çevresel ve sosyokültürel etkilerdeki yargılara ait yüzde, frekans, ortalama ve Cronbach Alpha değerleri belirlenmiştir. Ardından yerel halkın turizm etkilerine yönelik algıları ile demografik ve kişilik özellikleri arasındaki farklılık ise tek yönlü varyans analizi (One-WayANOVA) ve t-testi ile test edilmiştir. Bu testlerde 0.05 anlamlılık düzeyi baz alınmış ve değişkenler arasında anlamlı bir fark belirlenen faktörler için Post-Hoc sınaması olan Scheffe testi uygulanmıştır. Algılanan turizm etkileri ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için “Korelasyon Analizi” gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde Statistical Program For Social Scientists (SPSS) 21.0 programı kullanılarak bulgular yorumlanmıştır.

## 3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu bölümünde geliştirilmiş olan ölçme araçlarından elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve yorumlar SPSS 21.0 paket programı yardımıyla sunulmuştur.

### 3.7.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcıların Demografik Özellikleri

**Tablo 3.4.** Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Özellikleri

<b>Cinsiyet</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
Erkek	207	52,0
Kadın	193	48,0
Toplam	400	100,0
<b>Medeni Durum</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
Evli	169	42,0
Bekâr	231	58,0
Toplam	400	100,0
<b>Yaş</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
18-25 yaş	122	31,0
26-35 yaş	130	33,0

Tablo 3.4. (Devamı)

36-45 yaş	77	19,0
46-55 yaş	45	11,0
55 yaş ve üzeri	26	7,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
İlköğretim	29	7,0
Lise	103	26,0
Ön Lisans	48	12,0
Lisans	189	47,0
Lisansüstü	31	8,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>Aylık Gelir</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
Gelir Yok	74	19,0
1603TL	31	8,0
1604 – 2500TL	108	27,0
2501 – 4000TL	131	33,0
4001TL ve üzeri	56	14,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>Meslek</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
İşveren	29	7,0
Öğrenci	58	15,0
Ev Hanımı	15	4,0
Esnaf	52	13,0
İşçi	41	10,0
Memur	71	18,0
Emekli	33	8,0
Diğer	101	25,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>İldeki İkametgâh Süresi</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
3 yıl ve altı	44	11,0
4 – 7 yıl	62	16,0
8 – 11 yıl	50	13,0
12 yıl ve üzeri	244	61,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>Turizm Sektöründe Çalışma Durumu</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
Çalışıyorum	33	8,0
Çalışmıyorum	367	92,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
<b>Kişilik Özellikleri</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde(%)</b>
Uyumluluk	111	27,8
Duygusal Denge	66	16,5
Sorumluluk	78	19,5
Deneyime Açıklık	32	8,0
Dışa Dönüklük	113	28,3
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>



Araştırmaya katılan katılımcıların;

- Cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde, %52'sinin erkek, %48'nin kadın olduğu,
- Medeni durumlarına göre incelendiğinde, %42'sinin evli, %58'nin bekâr olduğu,
- Yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, %31'nin 19-25 yaş, %33'unun 26-35 yaş, %19'unun 36-45 yaş, %11'nin 46-55 yaş ve %7'sinin 55 yaş ve üzeri olduğu,
- Eğitim durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, %7'sinin ilköğretim, %26'sının lise, %12'sinin ön lisans, %47'sinin lisans, %8'nin lisansüstü olduğu,
- Aylık gelir durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, %19'unun geliri yok, %8'nin 1603TL, %27'sinin 1604 – 2500TL, %33'unun 2501 – 4000TL, %14'nün 4001TL ve üzeri olduğu,
- Mesleklerine göre dağılımları incelendiğinde, %7'sinin işveren, %15'inin öğrenci, %4'nün ev hanımı, %13'ünün esnaf, %10'nun işçi, %18'inin memur, %8'inin emekli ve %25'nin diğer olduğu,
- İlerdeki ikametgâh süresi durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, %11'inin 3 yıl ve altı, %16'sının 4-7 yıl, %13'nün 8-11 yıl, %61'nin 12 yıl ve üzeri olduğu,
- Turizm sektöründe çalışma durumları incelendiğinde, %8'inin turizm sektöründe çalıştığı, %92'nin ise çalışmadığı
- Kişilik özelliklerine göre dağılımları incelendiğinde, %27,8'inin uyumluluk, %16,5'inin duygusal denge, %19,5'inin sorumluluk, %8,0'ının deneyime açıklık, %28,3'ünün dışa dönüklük olduğu belirlenmiştir.

### 3.7.2. Araştırmaya İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Bu başlık altında katılımcıların kişilik özellikleri ve turizmin etkilerine yönelik algıları; aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre analiz edilmiş, bulgular betimlenmiş ve yorumlanmıştır.

**Tablo 3.5.** Katılımcıların Kişilik Özellikleri Bağlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ		Kesimlikle	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesimlikle	$\bar{X}$	s.s.
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum		
Dışadönük, istekli	F	10	69	32	181	108	3,77	1,10
	%	2,50	17,25	8,00	45,25	27,00		
Çekingen, sessiz	F	129	88	58	86	39	2,55	1,38
	%	32,25	22,00	14,50	21,50	9,75		
Eleştirel, kavgacı	F	76	142	75	81	26	2,60	1,19
	%	19,00	35,50	18,75	20,25	6,50		
Sıcak, sempatik	F	23	45	38	160	134	3,84	1,17
	%	5,75	11,25	9,50	40,00	33,50		
Güvenilir, öz-disiplinli	F	8	29	47	158	158	4,07	0,99
	%	2,00	7,25	11,75	39,50	39,50		
Altüst olmuş, dikkatsiz	F	122	117	46	84	31	2,46	1,32
	%	30,50	29,25	11,50	21,00	7,75		
Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan	F	69	100	65	120	46	2,94	1,30
	%	17,25	25,00	16,25	30,00	11,50		
Sakin, duygusal olarak dengeli	F	42	66	63	159	70	3,37	1,24
	%	10,50	16,50	15,75	39,75	17,50		
Yeni yaşantılara açık, karmaşık	F	23	62	59	157	99	3,62	1,18
	%	5,75	15,50	14,75	39,25	24,75		
Geleneksel, yaratıcı olmayan	F	108	131	32	101	28	2,53	1,31
	%	27,00	32,75	8,00	25,25	7,00		
<b>Genel Ortalama: 3,17</b>								

Tablo 3.5’de yerel halkın kişilik özellikleri incelendiğinde; genel ortalama normal olduğu belirlenmiştir ( $\bar{X}=3,17$ ). Kişilik özellikleri maddeleri incelendiğinde, katılımcılar

kendini en az ‘‘Altüst olmuş, dikkatsiz’’ ( $\bar{X} = 2,46$ ) olarak tanımlarken en çok ise kendilerini, ‘‘Güvenilir, öz-disiplinli’’ ( $\bar{X} = 4,07$ ) olarak ifade etmiştir.

**Tablo 3.6.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarına Bağlı Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

TURİZMİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGI		Kesinlikle	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle	$\bar{X}$	s.s.
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum			
Turizm, geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır	F	34	62	71	140	93		3,49	1,24
	%	8,50	15,50	17,75	35,00	23,25			
Turizm, ekonomik kazanç sağlamaktadır	F	11	16	21	164	188		4,26	0,93
	%	2,75	4,00	5,25	41,00	47,00			
Turizm, yerel ekonomiyi desteklemektedir	F	8	21	30	147	194		4,25	0,94
	%	2,00	5,25	7,50	36,75	48,50			
Turizm, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır	F	3	23	33	131	210		4,31	0,90
	%	0,75	5,75	8,25	32,75	52,50			
Turizm, bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır	F	2	26	30	148	194		4,27	0,89
	%	0,50	6,50	7,50	37,00	48,50			
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler Genel Ortalama: 4,11</b>									
Turizm, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır	F	14	26	42	160	158		4,06	1,04
	%	3,50	6,50	10,50	40,00	39,50			
Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır	F	18	36	63	156	127		3,85	1,10
	%	4,50	9,00	15,75	39,00	31,75			
Turizm, yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır	F	36	63	95	125	81		3,38	1,22
	%	9,00	15,75	23,75	31,25	20,25			
<b>Ekonomik Negatif Etkiler Genel Ortalama: 3,76</b>									
Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir	F	33	56	71	162	78		3,49	1,19
	%	8,25	14,00	17,75	40,50	19,50			
Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir	F	33	46	76	156	89		3,56	1,19
	%	8,25	11,50	19,00	39,00	22,25			
Turizm, çevre bilincini artırmaktadır	F	29	51	73	169	78		3,54	1,15
	%	7,25	12,75	18,25	42,25	19,50			
Turizm, tarihi yapı ve binaların korunmasını teşvik etmektedir	F	23	39	60	161	117		3,78	1,14
	%	5,75	9,75	15,00	40,25	29,25			
<b>Çevresel Pozitif Etkiler Genel Ortalama: 3,59</b>									
Turizm, çevre kirliliğine neden olmaktadır	F	51	75	80	137	57		3,19	1,26
	%	12,75	18,75	20,00	34,25	14,25			

**Tablo 3.6.** (Devam)

Turizm, doğayı olumsuz etkilemektedir	<b>F</b>	56	82	96	126	40	3,03	1,22
	<b>%</b>	14,00	20,50	24,00	31,50	10,00		
Turizm, çarpık kentleşmeye neden olmaktadır	<b>F</b>	57	86	75	132	50	3,08	1,27
	<b>%</b>	14,25	21,50	18,75	33,00	12,50		
Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sorunları gibi problemler yaratmaktadır	<b>F</b>	36	70	66	146	82	3,42	1,24
	<b>%</b>	9,00	17,50	16,50	36,50	20,50		
<b>Çevresel Negatif Etkiler Genel Ortalama: 3,18</b>								
Turizm, kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır	<b>F</b>	11	24	42	216	107	3,96	0,93
	<b>%</b>	2,75	6,00	10,50	54,00	26,75		
Turizm, yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır	<b>F</b>	11	26	57	217	89	3,87	0,93
	<b>%</b>	2,75	6,50	14,25	54,25	22,25		
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir	<b>F</b>	15	35	70	189	91	3,77	1,02
	<b>%</b>	3,75	8,75	17,50	47,25	22,75		
Turizm, yerel halkın serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır	<b>F</b>	18	50	85	182	65	3,57	1,05
	<b>%</b>	4,50	12,50	21,25	45,50	16,25		
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler Genel Ortalama: 3,79</b>								
Turizm, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir	<b>F</b>	64	119	75	110	32	2,82	1,23
	<b>%</b>	16,00	29,75	18,75	27,50	8,00		
Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır	<b>F</b>	87	114	74	93	32	2,67	1,27
	<b>%</b>	21,75	28,50	18,50	23,25	8,00		
Turizm, yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır	<b>F</b>	69	121	81	104	25	2,74	1,20
	<b>%</b>	17,25	30,25	20,25	26,00	6,25		
Turizm, suç, uyuşturucu, fuhuş gibi sosyal problemlere neden olmaktadır	<b>F</b>	91	102	64	108	35	2,74	1,31
	<b>%</b>	22,75	25,50	16,00	27,00	8,75		
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler Genel Ortalama: 2,74</b>								
<b>Genel Ortalama: 3,53</b>								

Tablo 3.6’da yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıların genel ortalamasının yüksek olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 3,53$ ). Turizmin etkilerine yönelik algıların alt boyutları incelendiğinde; Ekonomik pozitif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının yüksek olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 4,11$ ). Ekonomik pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, “Turizm, geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 3,49$ ) ile en düşük algıya sahipken, “Turizm, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 4,31$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Ekonomik negatif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının yüksek olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 3,76$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, “Turizm, yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 3,38$ ) ile en düşük

algıya sahipken, ‘‘Turizm, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır’’ maddesi ( $\bar{X} = 4,06$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Çevresel pozitif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının yüksek olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 3,59$ ). Çevresel pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, ‘‘Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,49$ ) ile en düşük algıya sahipken, ‘‘Turizm, tarihi yapı ve binaların korunmasını teşvik etmektedir’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,78$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Çevresel negatif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının yüksek olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 3,18$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, ‘‘Turizm, doğayı olumsuz etkilemektedir’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,03$ ) ile en düşük algıya sahipken, ‘‘Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sorunları gibi problemler yaratmaktadır’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,42$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Sosyo-Kültürel pozitif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının orta olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 3,79$ ). Sosyo-Kültürel pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, ‘‘Turizm, yerel halkın serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,57$ ) ile en düşük algıya sahipken, ‘‘Turizm, kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır’’ maddesi ( $\bar{X} = 3,96$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyutunun genel ortalamasının orta olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{X} = 2,74$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, ‘‘Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır’’ maddesi ( $\bar{X} = 2,67$ ) ile en düşük algıya sahipken, ‘‘Turizm, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir’’ maddesi ( $\bar{X} = 2,82$ ) ile en yüksek algıya sahiptir.

### 3.7.3. Güvenilirlik Analizi

Tablo 3.7’de araştırmada kullanılan ölçeğin yapı güvenilirliğini ve geçerliliğini açıklayabilmek için söz konusu ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayıları alınmıştır

**Tablo 3.7.** Araştırmada Kullanılan Ölçme Araçlarına Ait Güvenirlik Düzeyleri

Alpha	İfade sayısı
,702	34

Araştırma ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri 34 ifade için ,702 olarak belirlenmiştir. Ayrıca ölçekte turizm etkilerine ilişkin elde edilen boyutlar Güneş (2014) tarafından da elde edilen boyutlarla paraleldir. Söz konusu boyutlar aşağdaki gibi olup Alpha değerleri ile birlikte verilmiştir.

**Tablo 3.7 (Devamı)**

Turizmin Etkileri-Boyutlar	Cronbach's Alpha	İfade sayısı
Ekonomik Pozitif Etkiler	0,752	5
Ekonomik Negatif Etkiler	0,717	3
Çevresel ve pozitif etkiler	0,788	4
Çevresel ve negatif etkiler	0,751	4
Soyo-Kültürel pozitif etkiler	0,797	4
Soyo-Kültürel negatif etkiler	0,755	4

Araştırmada kullanılan ölçme araçlarına ait güvenilirlik düzeyleri incelendiğinde, tüm ölme araçların güvenilirlik düzeylerinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. (Cronbach's Alpha  $>0,70$ ), Alfa'nın  $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$  olması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2014).

### 3.7.4. Normal Dağılım Testi

Çalışmada hangi analiz yöntemlerinin kullanılacağını belirlemek için normal dağılım testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuç Tablo 3.8’de verilmiştir.

**Tablo 3.8.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarına Bağlı Normal Dağılım Testi Sonuçları

<b>Turizmin Etkileri</b>	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<i>Mean</i>	Median	Skewness	Kurtosis
	Statistic	N	P				
Ekonomik pozitif etkiler	0,109	400	0,000	3,15	3,00	0,226	0,486
Ekonomik negatif etkiler	0,140	400	0,000	3,07	3,00	-0,051	0,031
Çevresel pozitif etkiler	0,115	400	0,000	3,26	3,00	0,226	-0,048
Çevresel negatif etkiler	0,086	400	0,000	3,15	3,00	0,082	-0,285
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	0,120	400	0,000	3,98	3,37	-0,127	0,176
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	0,087	400	0,000	3,26	3,25	0,094	-0,035

Verilerin dağılımı incelemek için katılımcı sayısı 50'nin üzerinde olduğundan normal dağılım analizlerinden Kolmogorov-Smirnova analizi sonucunda verilerin dağılımının normal olmadığı belirlenmiştir. ( $p < 0,05$ ) Normal dağılım diğer varsayımları olan ortalama-medyanın birbirine yakınlığı ve basıklık ile çarpıklığın -1.5 ile +1,5 arasında olması gerekliliği incelendiğinde değişkenlere göre bu değerlerin de normal dağılıma uyduğu belirlenmiştir. Merkezi limit teoremi gereği örneklem hacminin 30'un üzerinde olması dağılım normalliğe yakınlaştığını belirtmektedir. Örneklem hacmi 400 olduğundan dağılımın normal olmasa da merkezi limit teoremi gereği normal dağılımdan uzaklaşmadığı sonucuna varılabilir. Bu bilgiler ışığında verilerin normal dağılımdan çok uzaklaşmadığı belirlenmiştir. Çalışma için normal dağılım analizlerinin uygulanmasına karar verilmiştir.

### 3.7.5. Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Algılarının Demografik Özellikleri İle Karşılaştırılması

Bu başlık altında katılımcıların turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algılarının demografik özellikleri ile karşılaştırılması aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 3.9.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	T	p																																																				
Ekonomik Pozitif Etkiler	Kadın	207	4,08	0,70	-0,824	0,411																																																				
	Erkek	193	4,14	0,70			Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	207	3,74	0,85	-0,442	0,659	Erkek	193	3,78	0,81	Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,60	0,93	0,232	0,817	Erkek	193	3,58	0,90	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	207	3,22	0,96	0,902	0,367	Erkek	193	3,13	0,93	Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,75	0,73	-1,045	0,296	Erkek	193	3,83	0,69	Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>	Erkek
Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	207	3,74	0,85	-0,442	0,659																																																				
	Erkek	193	3,78	0,81			Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,60	0,93	0,232	0,817	Erkek	193	3,58	0,90	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	207	3,22	0,96	0,902	0,367	Erkek	193	3,13	0,93	Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,75	0,73	-1,045	0,296	Erkek	193	3,83	0,69	Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>	Erkek	193	2,62	0,98								
Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,60	0,93	0,232	0,817																																																				
	Erkek	193	3,58	0,90			Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	207	3,22	0,96	0,902	0,367	Erkek	193	3,13	0,93	Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,75	0,73	-1,045	0,296	Erkek	193	3,83	0,69	Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>	Erkek	193	2,62	0,98																			
Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	207	3,22	0,96	0,902	0,367																																																				
	Erkek	193	3,13	0,93			Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,75	0,73	-1,045	0,296	Erkek	193	3,83	0,69	Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>	Erkek	193	2,62	0,98																														
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	207	3,75	0,73	-1,045	0,296																																																				
	Erkek	193	3,83	0,69			Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>	Erkek	193	2,62	0,98																																									
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	207	2,85	0,91	2,372	<b>0,018*</b>																																																				
	Erkek	193	2,62	0,98																																																						

\*p<0.05 \*\*p<0.01

Katılımcıların cinsiyetleri ile turizmin etkilerinin alt boyutlarına yönelik algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları cinsiyete göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları cinsiyetlerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları cinsiyetlerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları cinsiyetlerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-Kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları cinsiyetlerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut algıları cinsiyetlerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $t=2,372$ ,  $p<0,05$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut algıları cinsiyeti kadın ( $\bar{X} = 2,85$ ) olan katılımcıların erkek ( $\bar{X} = 2,62$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Cinsiyetlerine göre ortalama değerler incelendiğinde kadınların turizmin negatif etkilerini erkeklere göre görmezden gelmediğini söylemek mümkündür.



**Tablo 3.10.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Medeni Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar	Medeni Durum	N	$\bar{x}$	ss	T	p
Ekonomik Pozitif Etkiler	Evli	169	4,08	0,73	-0,758	0,449
	Bekâr	231	4,14	0,68		
Ekonomik Negatif Etkiler	Evli	169	3,74	0,86	-0,456	0,649
	Bekâr	231	3,78	0,80		
Çevresel Pozitif Etkiler	Evli	169	3,68	0,87	1,631	0,104
	Bekâr	231	3,53	0,94		
Çevresel Negatif Etkiler	Evli	169	3,17	1,00	-0,206	0,837
	Bekâr	231	3,19	0,90		
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Evli	169	3,86	0,70	1,625	0,105
	Bekâr	231	3,74	0,71		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Evli	169	2,86	0,98	2,130	<b>0,034*</b>
	Bekâr	231	2,65	0,92		

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$

Katılımcıların medeni durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Sosyo-Kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $t = 2,372$ ,  $p < 0,05$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut algıları medeni durumu evli ( $\bar{X} = 2,86$ ) olan katılımcıların bekâr ( $\bar{X} = 2,65$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Medeni duruma göre ortalama değerler incelendiğinde evli katılımcıların pozitif etkileri bekar katılımcılara göre daha fazla olumlu algıladığı tespit edilmiştir.

**Tablo 3.11.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

<b>Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar</b>	Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	N	$\bar{X}$	Ss	T	p
Ekonomik Pozitif Etkiler	Çalışıyorum	33	4,26	0,60	1,468	0,150
	Çalışmıyorum	367	4,10	0,71		
Ekonomik Negatif Etkiler	Çalışıyorum	33	3,79	0,69	0,237	0,814
	Çalışmıyorum	367	3,76	0,84		
Çevresel Pozitif Etkiler	Çalışıyorum	33	3,92	0,98	2,008	0,52
	Çalışmıyorum	367	3,56	0,90		
Çevresel Negatif Etkiler	Çalışıyorum	33	3,23	0,90	0,373	0,711
	Çalışmıyorum	367	3,17	0,95		
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Çalışıyorum	33	3,94	0,68	1,315	0,196
	Çalışmıyorum	367	3,78	0,71		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Çalışıyorum	33	2,92	0,90	1,217	0,231
	Çalışmıyorum	367	2,72	0,95		

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$

Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Sosyo-Kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Sosyo-Kültürel negatif etkiler alt boyut algıları turizm sektöründe çalışma durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p > 0,05$ ). Çalışma durumuna göre turizm etkilerine yönelik algının farklılık göstermemesi, turizm sektöründe çalışmayan katılımcıların yüksek çoğunluğu olarak yorumlanabilir.

**Tablo 3.12.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Yaşları Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

<b>Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar</b>	Yaş	n	$\bar{X}$	ss	F	P	Scheffe
Ekonomik Pozitif Etkiler	18-25 yaş	122	4,12	0,71	0,295	0,881	
	26-35 yaş	130	4,14	0,68			
	36-45 yaş	77	4,06	0,71			
	46-55 yaş	45	4,16	0,77			
	56 yaş ve üzeri	26	4,02	0,63			
Ekonomik Negatif Etkiler	18-25 yaş	122	3,92	0,77	2,454	<b>0,045*</b>	(1-3) (1-5)
	26-35 yaş	130	3,77	0,81			
	36-45 yaş	77	3,63	0,75			
	46-55 yaş	45	3,64	0,85			
	56 yaş ve üzeri	26	3,51	1,21			
Çevresel Pozitif Etkiler	18-25 yaş	122	3,48	1,05	1,002	0,406	
	26-35 yaş	130	3,59	0,87			
	36-45 yaş	77	3,62	0,88			
	46-55 yaş	45	3,75	0,77			
	56 yaş ve üzeri	26	3,74	0,78			
Çevresel Negatif Etkiler	18-25 yaş	122	3,15	0,92	0,123	0,974	
	26-35 yaş	130	3,21	0,90			
	36-45 yaş	77	3,21	1,00			
	46-55 yaş	45	3,13	0,96			
	56 yaş ve üzeri	26	3,15	1,11			
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	18-25 yaş	122	3,73	0,73	0,979	0,419	
	26-35 yaş	130	3,77	0,72			
	36-45 yaş	77	3,80	0,65			
	46-55 yaş	45	3,97	0,64			
	56 yaş ve üzeri	26	3,82	0,80			
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	18-25 yaş	122	2,64	0,97	0,955	0,432	
	26-35 yaş	130	2,71	0,94			
	36-45 yaş	77	2,89	0,88			
	46-55 yaş	45	2,82	1,06			
	56 yaş ve üzeri	26	2,81	0,94			

\*p&lt;0.05 \*\*p&lt;0.01

Katılımcıların yaşları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $F=2,454$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların ekonomik negatif etkiler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda varyanslar homojen bulunduğundan ( $p>0,05$   $p=0,0212$ ) farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post-hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Scheffe testi sonucunda yaşı 18-25 yaş ( $\bar{X}=3,92$ ) olan katılımcıların algıları 36-45 yaş ( $\bar{X}=3,63$ ) ve 56 yaş ve üzeri ( $\bar{X}=3,51$ )

olan katılımcılara göre daha fazladır. Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları yaşlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ).

**Tablo 3.13.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar	Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	ss	F	P	Scheffe
Ekonomik Pozitif Etkiler	İlköğretim	29	3,67	0,83	5,573	<b>0,000*</b>	(1-2)
	Lise	103	4,04	0,68			(1-4)
	Ön Lisans	48	3,98	0,59			(1-5)
	Lisans	189	4,23	0,70			(2-4)
	Lisansüstü	31	4,29	0,58			(3-4)
Ekonomik Negatif Etkiler	İlköğretim	29	3,44	0,93	1,502	0,201	
	Lise	103	3,72	0,83			
	Ön Lisans	48	3,76	0,91			
	Lisans	189	3,81	0,80			
	Lisansüstü	31	3,87	0,68			
Çevresel Pozitif Etkiler	İlköğretim	29	3,47	0,87	0,512	0,727	
	Lise	103	3,69	0,72			
	Ön Lisans	48	3,53	0,79			
	Lisans	189	3,57	1,00			
	Lisansüstü	31	3,55	1,18			
Çevresel Negatif Etkiler	İlköğretim	29	3,17	0,99	0,380	0,823	
	Lise	103	3,16	1,01			
	Ön Lisans	48	3,04	0,95			
	Lisans	189	3,21	0,92			
	Lisansüstü	31	3,24	0,84			
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	İlköğretim	29	4,09	0,65	2,864	<b>0,023*</b>	(1-2)
	Lise	103	3,71	0,72			(1-3)
	Ön Lisans	48	3,62	0,56			(1-4)
	Lisans	189	3,80	0,74			(3-5)
	Lisansüstü	31	3,97	0,63			
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	İlköğretim	29	3,03	1,04	3,724	<b>0,005*</b>	(1-4)
	Lise	103	2,97	0,94			(2-4)
	Ön Lisans	48	2,79	0,84			(2-5)
	Lisans	189	2,59	0,94			
	Lisansüstü	31	2,57	0,95			

\* $p<0,05$  \*\* $p<0,01$

Katılımcıların eğitim durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $F=5,573$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların ekonomik negatif etkiler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda varyanslar homojen bulunduğundan ( $p>0,05$   $p=0,350$ ) farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Scheffe testi sonucunda eğitim durumu ilköğretim ( $\bar{X}=3,67$ ) olan katılımcıların algıları lise ( $\bar{X}=4,04$ ) ve lisans ( $\bar{X}=4,23$ ) olan katılımcılara göre daha azdır. Ayrıca eğitim durumu lisans ( $\bar{X}=4,23$ ) olan katılımcıların algıları lise ( $\bar{X}=4,04$ ) ve ön lisans ( $\bar{X}=3,98$ ) olan katılımcılara göre daha azdır. Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $F=2,864$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda varyanslar homojen bulunduğundan ( $p>0,05$   $p=0,467$ ) farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Scheffe testi sonucunda eğitim durumu ilköğretim ( $\bar{X}=4,09$ ) olan katılımcıların algıları lise ( $\bar{X}=3,71$ ) ve ön lisans ( $\bar{X}=3,62$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Ayrıca eğitim durumu lisansüstü ( $\bar{X}=3,97$ ) olan katılımcıların algıları ön lisans ( $\bar{X}=3,62$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları eğitim durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $F=3,724$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda varyanslar homojen bulunduğundan ( $p>0,05$   $p=0,801$ ) farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Scheffe testi sonucunda eğitim durumu ilköğretim ( $\bar{X}=3,03$ ) olan katılımcıların algıları lisans ( $\bar{X}=2,59$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Ayrıca eğitim durumu lise ( $\bar{X}=2,97$ ) olan katılımcıların algıları lisans

( $\bar{X}=2,59$ ) ve lisansüstü ( $\bar{X}=2,57$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır. Bu durumda eğitim seviyesi arttıkça turizm etkilerine yönelik algının pozitif yönde arttığı söylenebilir.

**Tablo 3.14.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Gelir Durumlarına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

<b>Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar</b>	<b>Gelir Durumu</b>	<b>N</b>	$\bar{X}$	ss	<b>F</b>	<b>p</b>
Ekonomik Pozitif Etkiler	Gelir Yok	74	4,15	0,71	1,236	0,295
	1603TL	31	4,04	0,84		
	1604 – 2500TL	108	4,00	0,69		
	2501 – 4000TL	131	4,15	0,71		
	4001TL ve üzeri	56	4,23	0,60		
Ekonomik Negatif Etkiler	Gelir Yok	74	3,83	0,82	0,609	0,656
	1603TL	31	3,73	0,88		
	1604 – 2500TL	108	3,66	0,87		
	2501 – 4000TL	131	3,79	0,79		
	4001TL ve üzeri	56	3,80	0,83		
Çevresel Pozitif Etkiler	Gelir Yok	74	3,43	0,93	1,145	0,335
	1603TL	31	3,74	0,78		
	1604 – 2500TL	108	3,68	0,83		
	2501 – 4000TL	131	3,60	0,97		
	4001TL ve üzeri	56	3,52	0,98		
Çevresel Negatif Etkiler	Gelir Yok	74	3,14	0,90	0,233	0,920
	1603TL	31	3,27	0,76		
	1604 – 2500TL	108	3,19	1,02		
	2501 – 4000TL	131	3,14	0,96		
	4001TL ve üzeri	56	3,25	0,93		
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Gelir Yok	74	3,76	0,78	0,416	0,797
	1603TL	31	3,67	0,87		
	1604 – 2500TL	108	3,79	0,68		
	2501 – 4000TL	131	3,80	0,67		
	4001TL ve üzeri	56	3,86	0,67		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Gelir Yok	74	2,62	0,92	1,136	0,339
	1603TL	31	2,80	0,81		
	1604 – 2500TL	108	2,89	0,93		
	2501 – 4000TL	131	2,70	0,97		
	4001TL ve üzeri	56	2,67	1,04		

\*p<0.05 \*\*p<0.01

Katılımcıların gelir durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları gelir durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları medeni durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ) Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları gelir durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları gelir durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları gelir durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları gelir durumlarına göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ).

**Tablo 3.15.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe Mesleklerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar	Meslek	N	$\bar{x}$	Ss	F	P
Ekonomik Pozitif Etkiler	İşveren	29	4,23	0,61	0,860	0,539
	Öğrenci	58	4,22	0,66		
	Ev Hanımı	15	3,95	0,89		
	Esnaf	52	3,95	0,68		
	İşçi	41	4,06	0,75		
	Memur	71	4,13	0,66		
	Emekli	33	4,09	0,80		
	Diğer	101	4,13	0,71		
Ekonomik Negatif Etkiler	İşveren	29	3,66	0,99	0,723	0,653
	Öğrenci	58	3,88	0,72		
	Ev Hanımı	15	3,64	1,17		
	Esnaf	52	3,74	0,72		
	İşçi	41	3,59	0,79		
	Memur	71	3,83	0,82		
	Emekli	33	3,65	1,08		
	Diğer	101	3,81	0,76		

**Tablo 3.15.** (Devamı)

Çevresel Pozitif Etkiler	İşveren	29	3,76	0,79	2,011	0,053
	Öğrenci	58	3,42	0,98		
	Ev Hanımı	15	3,52	0,75		
	Esnaf	52	3,60	0,84		
	İşçi	41	3,94	0,76		
	Memur	71	3,54	0,99		
	Emekli	33	3,84	0,67		
	Diğer	101	3,46	1,00		
Çevresel Negatif Etkiler	İşveren	29	3,17	0,87	0,422	0,888
	Öğrenci	58	3,07	0,88		
	Ev Hanımı	15	3,40	0,99		
	Esnaf	52	3,15	0,89		
	İşçi	41	3,13	0,87		
	Memur	71	3,14	1,06		
	Emekli	33	3,15	1,16		
	Diğer	101	3,28	0,90		
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	İşveren	29	3,84	0,75	1,252	0,273
	Öğrenci	58	3,77	0,76		
	Ev Hanımı	15	3,62	0,83		
	Esnaf	52	3,71	0,61		
	İşçi	41	3,84	0,72		
	Memur	71	3,85	0,60		
	Emekli	33	4,05	0,68		
	Diğer	101	3,70	0,76		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	İşveren	29	2,65	1,12	1,310	0,244
	Öğrenci	58	2,55	0,89		
	Ev Hanımı	15	2,87	1,05		
	Esnaf	52	3,00	0,96		
	İşçi	41	2,90	0,82		
	Memur	71	2,68	0,91		
	Emekli	33	2,86	1,04		
	Diğer	101	2,67	0,95		

\*p&lt;0.05 \*\*p&lt;0.01

Katılımcıların meslekleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ) Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak



anlamli bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamli bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamli bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları mesleklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamli bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ).

**Tablo 3.16.** Katılımcıların Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algılarının Turizm Sektöründe İldeki İkametgâh Sürelerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar	İldeki İkametgâh Süresi	n	$\bar{X}$	Ss	F	P
Ekonomik Pozitif Etkiler	3 yıl ve altı	44	4,23	0,61	0860	0,539
	4 – 7 yıl	62	4,22	0,66		
	8 – 11 yıl	50	3,95	0,89		
	12 yıl ve üzeri	244	3,95	0,68		
Ekonomik Negatif Etkiler	3 yıl ve altı	44	4,13	0,66	0,723	0,653
	4 – 7 yıl	62	4,09	0,80		
	8 – 11 yıl	50	4,13	0,71		
	12 yıl ve üzeri	244	3,66	0,99		
Çevresel Pozitif Etkiler	3 yıl ve altı	44	3,64	1,17	2,011	0,053
	4 – 7 yıl	62	3,74	0,72		
	8 – 11 yıl	50	3,59	0,79		
	12 yıl ve üzeri	244	3,83	0,82		
Çevresel Negatif Etkiler	3 yıl ve altı	44	3,81	0,76	0,422	0,888
	4 – 7 yıl	62	3,76	0,79		
	8 – 11 yıl	50	3,42	0,98		
	12 yıl ve üzeri	244	3,52	0,75		
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	3 yıl ve altı	44	3,94	0,76	1,252	0,273
	4 – 7 yıl	62	3,54	0,99		
	8 – 11 yıl	50	3,84	0,67		
	12 yıl ve üzeri	244	3,46	1,00		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	3 yıl ve altı	44	3,07	0,88	1,310	0,244
	4 – 7 yıl	62	3,40	0,99		
	8 – 11 yıl	50	3,15	0,89		
	12 yıl ve üzeri	244	3,13	0,87		

\* $p<0,05$  \*\* $p<0,01$

Katılımcıların ildeki ikametgâh süreleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ekonomik negatif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ) Çevresel pozitif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları ildeki ikametgâh sürelerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ortalama değerlere bakıldığı zaman ildeki ikamet süresi 12 yıl ve üzeri olan katılımcıların turizm etkilerine yönelik algısı daha az sürede ilde ikamet eden katılımcılara göre daha fazladır. Bölgesindeki turizm gelişimine en başından beri tanıklık eden yöre halkının zamanla turizm gelişiminin ortaya çıkarmış olduğu negatif etkileri fark ettiğini ve turizm gelişiminin sağladığı pozitif etkilere yönelik algısının olumsuz yönde geliştiğini söylemek mümkündür.

### 3.7.6. Katılımcıların Turizm Etkilerine Yönelik Algısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki Farklılık/İlişki (Anova, Pearson Korelasyon Katsayısı)

**Tablo 3.17.** Katılımcıların Kişilik Özellikleri İle Turizmin Etkilerine Yönelik Alt Boyutları Algıları Arasındaki Farklılaşma Durumuna Ait Anova Testi Sonuçları

Turizmin Etkilerine Yönelik Algılar		N	$\bar{X}$	Ss	F	P	Scheffe
Ekonomik Pozitif Etkiler	Uyumluluk	111	4,20	0,60	1,704	0,148	
	Duyusal Denge	66	4,21	0,72			
	Sorumluluk	78	3,97	0,70			
	Deneyime Açıklık	32	4,13	0,91			
	Dışa Dönüklük	113	4,06	0,71			
Ekonomik Negatif Etkiler	Uyumluluk	111	3,79	0,86	0,426	0,790	
	Duyusal Denge	66	3,76	0,78			
	Sorumluluk	78	3,68	0,94			
	Deneyime Açıklık	32	3,90	0,49			
	Dışa Dönüklük	113	3,74	0,82			
Çevresel Pozitif Etkiler	Uyumluluk	111	3,60	1,00	0,281	0,890	
	Duyusal Denge	66	3,61	0,93			
	Sorumluluk	78	3,64	0,98			
	Deneyime Açıklık	32	3,45	0,90			
	Dışa Dönüklük	113	3,57	0,78			
Çevresel Negatif Etkiler	Uyumluluk	111	3,17	1,01	0,376	0,826	
	Duyusal Denge	66	3,26	0,89			
	Sorumluluk	78	3,23	0,96			
	Deneyime Açıklık	32	3,08	0,97			
	Dışa Dönüklük	113	3,13	0,90			
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Uyumluluk	111	3,85	0,67	1,880	0,113	
	Duyusal Denge	66	3,89	0,80			
	Sorumluluk	78	3,65	0,77			
	Deneyime Açıklık	32	3,62	0,67			
	Dışa Dönüklük	113	3,81	0,65			
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Uyumluluk	111	2,74	0,94	2,435	<b>0,047</b> *	(1-2)
	Duyusal Denge	66	2,47	0,96			
	Sorumluluk	78	2,96	0,91			
	Deneyime Açıklık	32	2,76	0,91			
	Dışa Dönüklük	113	2,74	0,96			

\*p<0.05 \*\*p<0.01

Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova testi sonucunda; Ekonomik pozitif etkiler, ekonomik negatif etkiler, çevresel pozitif etkiler, çevresel negatif etkiler ve sosyokültürel pozitif etkiler alt boyut algıları kişilik özelliklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ( $p>0,05$ ). Ortalama değerler incelendiğinde ekonomik etkileri en çok pozitif olarak algılayan ‘uyumluluk’ (4.20) kişilik özelliğine sahip bireylerken, bu etkiyi en çok negatif olarak algılayan ise ‘deneyime açıklık’ (3.90) kişilik özelliğine sahip bireyler olmuştur. Çevresel etkileri en çok pozitif olarak algılayan ‘sorumluluk’ (3.64) kişilik özelliğine sahip bireylerken, bu etkiyi en çok negatif olarak algılayan ise yine ‘sorumluluk’ (3.26) kişilik özelliğine sahip bireyler olmuştur. Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algıları kişilik özelliklerine göre; gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ( $F=2,435$ ,  $p<0,05$ ). Katılımcıların Sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda varyanslar homojen bulunduğundan ( $p>0,05$   $p=0,994$ ) farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post-hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmıştır. Scheffe testi sonucunda kişilik özelliği uyumluluk ( $\bar{X}=2,74$ ) olan katılımcıların algıları duygusal denge ( $\bar{X}=2,47$ ) olan katılımcılara göre daha fazladır.

**Tablo 3.18.** Ekonomik Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları

Korelasyon	Ekonomik				Duygusal			
	Ekonomik Etkiler	Negatif Etkiler	Dışa Dönüklük	Deneyime Açıklık	Sorumluluk	Denge	Uyumluluk	
Ekonomik Pozitif Etkiler	R 1	0,244	0,035	0,062	0,048	0,135	0,183	
	P	0,000	0,486	0,213	0,339	0,007	0,000	
Ekonomik Negatif Etkiler	R 0,244	1	0,185	0,135	0,134	0,156	0,119	
	P 0,000		0,000	0,007	0,007	0,002	0,017	
Dışa Dönüklük	R 0,035	0,185	1	0,144	0,211	0,150	0,050	
	P 0,486	0,000		0,004	0,000	0,003	0,319	
Deneyime Açıklık	R 0,062	0,135	0,144	1	0,159	0,101	-0,045	
	P 0,213	0,007	0,004		0,001	0,043	0,365	
Sorumluluk	R 0,048	0,134	0,211	0,159	1	0,224	0,037	
	P 0,339	0,007	0,000	0,001		0,000	0,461	
Duygusal Denge	R 0,135	0,156	0,150	0,101	0,224	1	0,057	
	P 0,007	0,002	0,003	0,043	0,000		0,257	
Uyumluluk	R 0,183	0,119	0,319	-0,045	0,037	0,057	1	
	P 0,000	0,017	-0,045	0,365	0,461	0,257		

Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,135$ ). Ekonomik pozitif etkiler artırıldığında duygusal denge düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,183$ ). Ekonomik pozitif etkiler artırıldığında uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,185$ ). Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,135$ ). Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,134$ ). Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,156$ ). Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında

pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,101$ ). Bu durumda Ekonomik negatif etkiler artırıldığında dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, duygusal denge ve uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir.

Dışa dönüklük ile deneyime açıklık faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,144$ ). Dışa dönüklük ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,211$ ). Dışa dönüklük ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,150$ ). Dışa dönüklük ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Deneyime açıklık ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,159$ ). Deneyime açıklık ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,101$ ). Deneyime açıklık ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sorumluluk ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,224$ ). Sorumluluk ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Duygusal denge ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ).

**Tablo 3.19.** Çevresel Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları

Korelasyon		Çevresel		Dışa Dönüklük	Deneyime Açıklık	Duygusal		
		Pozitif Etkenler	Negatif Etkenler			Sorumluluk	Denge	Uyumluluk
Çevresel Pozitif Etkenler	R	1	-0,229	0,050	0,048	0,152	0,090	0,109
	P		0,000	0,322	0,343	0,002	0,074	0,029
Çevresel Negatif Etkenler	R	-0,229	1	0,125	0,059	0,071	0,090	0,078
	P	0,000		0,012	0,236	0,157	0,074	0,121
Dışa Dönüklük	R	0,050	0,125	1	0,144	0,211	0,150	0,050
	P	0,322	0,012		0,004	0,000	0,003	0,319
Deneyime Açıklık	R	0,048	0,059	0,144	1	0,159	0,101	-0,045
	P	0,343	0,236	0,004		0,001	0,043	0,365
Sorumluluk	R	0,152	0,071	0,211	0,159	1	0,224	0,037
	P	0,002	0,157	0,000	0,001		0,000	0,461
Duygusal Denge	R	0,090	0,090	0,150	0,101	0,224	1	0,057
	P	0,074	0,074	0,003	0,043	0,000		0,257
Uyumluluk	R	0,109	0,078	0,319	-0,045	0,037	0,057	1
	P	0,029	0,121	-0,045	0,365	0,461	0,257	

Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,109$ ). Çevresel pozitif etkiler artırıldığında uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Çevresel negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,125$ ). Çevresel negatif etkilerin artması dışadönüklük düzeylerinin de düşük seviyede artacağını gösteriyor. Çevresel negatif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında bir ilişki vardır. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki vardır. ( $p>0,05$ ).

Dışa dönüklük ile deneyime açıklık faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,144$ ). Dışa dönüklük ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,211$ ). Dışa dönüklük ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,150$ ). Dışa dönüklük ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Deneyime açıklık ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,159$ ). Deneyime açıklık ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,101$ ). Deneyime açıklık ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sorumluluk ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,224$ ). Sorumluluk ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Duygusal denge ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ).

**Tablo 3.20.** Sosyo-Kültürel Etkiler İle Kişilik Özellikleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Pearson Korelasyon Katsayısı Sonuçları

Korelasyon		Sosyo- Kültürel	Sosyo- Kültürel	Dışa Dönüklük	Deneyime Açıklık	Sorumluluk	Duygusal Denge	Uyumluluk
		Pozitif Etkenler	Negatif Etkenler					
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkenler	R	1	-0,218	0,089	0,014	0,076	0,112	0,150
	P		0,000	0,075	0,782	0,130	0,025	0,003
Sosyo-Kültürel Negatif Etkenler	R	-0,218	1	0,120	0,174	0,130	0,016	0,065
	P	0,000		0,016	0,000	0,009	0,751	0,193
Dışa Dönüklük	R	0,089	0,120	1	0,144	0,211	0,150	0,050
	P	0,075	0,016		0,004	0,000	0,003	0,319
Deneyime Açıklık	R	0,014	0,174	0,144	1	0,159	0,101	-0,045
	P	0,782	0,000	0,004		0,001	0,043	0,365
Sorumluluk	R	0,076	0,130	0,211	0,159	1	0,224	0,037
	P	0,130	0,009	0,000	0,001		0,000	0,461
Duygusal Denge	R	0,112	0,016	0,150	0,101	,224	1	0,057
	P	0,025	0,751	0,003	0,043	0,000		0,257
Uyumluluk	R	0,150	0,065	0,050	-0,045	0,037	0,057	1
	P	0,003	0,193	0,319	0,365	0,461	0,257	

Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında düşük kuvvetli pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $r= 0,112$   $p<0,05$ ). Sosyo kültürel pozitif etkiler artırıldığında duygusal denge düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında düşük kuvvetli pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $r= 0,150$   $p<0,05$ ). Sosyo kültürel pozitif etkiler artırıldığında uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörleri arasında bir ilişki vardır. ( $r= 0,016$   $p<0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler de bir artış olduğunda dışa dönüklük düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir ilişki vardır. ( $r= 0,174$   $p<0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkiler arttırıldığında deneyime açıklık düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir ilişki vardır. ( $r= 0,174$   $p<0,05$ ). Sosyo-



kültürel negatif etkenler de bir artış olduğunda deneyime açıklık düzeyinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $r=0,130$   $p<0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkilerde bir artış olduğunda sorumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile duygusal denge ve uyumluluk kişilik faktörleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Dışa dönüklük ile deneyime açıklık faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,144$ ). Dışa dönüklük ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,211$ ). Dışa dönüklük ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,150$ ). Dışa dönüklük ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Deneyime açıklık ile sorumluluk faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,159$ ). Deneyime açıklık ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0<r<0,20$ ) ( $r=0,101$ ). Deneyime açıklık ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sorumluluk ile duygusal denge faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ) ( $0,20<r<0,40$ ) ( $r=0,224$ ). Sorumluluk ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Duygusal denge ile uyumluluk faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ).

Yapılan analizler sonucunda hipotezlerin geçerliliği şöyle değerlendirilmiştir;

**H1.** Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılamaları ile cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık bulunurken; çalışma durumu, gelir durumu, meslek ve ildeki ikamet süresi değişkenleri ile anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.1:** Katılımcıların cinsiyetleri ile turizmin sosyokültürel negatif etkileri algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunurken; sosyokültürel negatif, ekonomik ve çevresel etkileri algıları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.2:** Katılımcıların medeni durum ile turizmin sosyokültürel negatif etkileri algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunurken; sosyokültürel negatif, ekonomik ve çevresel etkileri algıları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.3:** Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık görülememiştir.

**H1.4:** Katılımcıların yaşları ile turizmin ekonomik negatif etkileri algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunurken; ekonomik pozitif, sosyokültürel ve çevresel etkileri algıları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.5:** Katılımcıların eğitim durumları ile turizmin ekonomik pozitif ve sosyokültürel etkileri algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunurken; ekonomik negatif ve çevresel etkileri algıları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.6:** Katılımcıların gelir durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.7:** Katılımcıların meslekleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H1.8:** Katılımcıların ildeki ikametgâh süreleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H2:** Yerel halkın turizmin sosyokültürel negatif etkilerine yönelik algılamaları ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunurken; ekonomik, çevresel ve sosyokültürel pozitif etkileri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**H2.1:** Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin sosyokültürel negatif etkilerine yönelik algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

**H3:** Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür.

**H3.1:** Pozitif ekonomik etkiler ile uyumluluk ve duygusal denge kişilik alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunurken; dışadönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluk kişilik alt boyutları ile aralarında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Negatif ekonomik etkiler ile tüm kişilik özellikleri arasında ise anlamlı bir ilişki görülmüştür.

**H3.2:** Pozitif çevresel etkiler ile uyumluluk kişilik alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunurken; diğer kişilik alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Negatif çevresel etkiler ile tüm kişilik özellikleri alt boyutları arasında ise anlamlı bir ilişki görülmüştür.

**H<sub>3.3</sub>:** Pozitif sosyo-kültürel etkiler ile duygusal denge ve uyumluluk kişilik alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunurken; dışadönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluk kişilik alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Negatif sosyo-kültürel etkiler ile tüm kişilik özellikleri alt boyutları arasında ise anlamlı bir ilişki görülmüştür.



## SONUÇ ve ÖNERİLER

Ticaret, sağlık, ziyaret ve dini görevler gibi faaliyetlerle başlayan turizm hareketi, değişen insan istek ve ihtiyaçları doğrultusunda çeşitlilik arz etmiştir. Dünyanın tek bir pazar haline gelmesi, ulaşımın ucuz ve konforlu olması, ekonomik durgunluğun aşılması, politik iyileşmeler vb. gibi seyahat imkanlarını kolaylaştırıcı gelişmelerin yaşanması da ulusal ve uluslararası ziyaretçi sayısının her sene giderek artarak devam etmesine olanak tanımıştır. Nitekim Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO), Dünya Turizm Barometresi raporuna göre; küresel turist sayısı 2016 yılında 1 milyar 235 milyon iken 2017 yılında bu rakam 6,7 büyüyerek 1 milyar 322 milyona ulaşmıştır.

Böylesi büyük bir sektörden, ister gelişmiş ister gelişmekte olsun, her bölge veya ülke ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörler açısından olumlu yönde faydalanmak ister. Bu nedenle başta devlet kurumları olmak üzere yerel yöneticiler ve turizmin tüm paydaşları turizmin olası olumsuz etkilerini en aza indirip turizmi canlandırmaya yönelik çalışmalar yürütmektedir. Söz konusu çalışmalara dahil edilmesi gereken en önemli unsur ise o bölgede yaşayan yerel halktır (Akova, 2006, Işık, vd., 2016). Çünkü o bölgeye gelen ziyaretçilere sunulan hizmet yerel halkın desteğiyle yapılmaktadır. Dolayısıyla yerel halkın karşı çıkıp desteklemediği bir turizm faaliyetinin ömrü uzun sürmeyecektir. Turizmden ekonomik açıdan fayda sağlayan yerel halk ve bölge coğrafyası, gelen turistlerden sosyal, kültürel ve çevresel açıdan olumlu etkilendiği gibi olumsuz da etkilenmektedir. Olumsuz etkileri minimum düzeye indirip olumlu etkileri ön plana çıkarmak için de yerel halkla iletişime geçip bu konuda araştırmalar yapmak gerekir. Böylelikle tedbirler alınır ve bölgede turizm devamlılığı sağlanmış olur.

Yerel halk denilen topluluk bireylerden oluştuğu için sağlıklı bir araştırmanın topluluk üzerine değil de bireyler üzerinde yapılacağı ve hangi kişilik özelliğine sahip bireyin turizmi nasıl algıladığı fikriyle yola çıkılan ve aynı zamanda araştırmanın amacı da olan 'yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki' İzmir il merkezinde yaşayan yerel halkın katılımıyla incelenmiştir. Ayrıca turizm etkilerine yönelik algının sosyodemografik özelliklere (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık gelir, ildeki ikamet süresi ve turizm sektöründe çalışma

durumu) göre değişip değişmediği de incelenmiş ve oluşturulan hipotezler test edilmiştir.

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- Erkeklerin katılım oranı, kadınların katılım oranından yüksektir.
- Bekar katılımcı oranı, evli katılımcı oranından yüksektir.
- Ankete en çok katılım gösteren yaş aralığı '26-35 yaş' iken; en az katılım gösteren yaş aralığı ise '55 yaş ve üzeri'dir.
- Katılımcıların %67'sinin lisans eğitim düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların eğitim seviyesi oldukça yüksektir.
- Ankete en yüksek katılım '2501-400 TL' gelir düzeyine sahip katılımcı iken; en az katılım ise '1603 TL (asgari ücret)' gelir düzeyine sahip katılımcıdır.
- Ankete en az katılım gösteren meslek 'işveren' iken; en çok katılım gösteren meslek ise 'diğer' meslek grubudur.
- Ankete en yüksek katılımı '12 yıl ve üzeri' ilde ikamet eden katılımcı sağlarken; en düşük katılımı ise '3 yıl ve altı' ilde ikamet eden katılımcı sağlamıştır.
- Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%92) 'turizm sektöründe çalışmadığı' tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri ile turizm etkilerine yönelik algıları arasındaki ilişki değerlendirildiğinde;

Katılımcıların cinsiyetleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri ile ekonomik etkiler, çevresel etkiler ve sosyokültürel pozitif etkiler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların cinsiyetleri ile sosyokültürel negatif etkiler arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyokültürel negatif etkilere yönelik algısı daha fazladır. Bu durumu Mason ve Cheyne (200) Yeni Zellanda da yaptıkları çalışmada, suç, fuhuş ve kirlilik gibi olumsuz etkileri kadınların erkeklere göre daha fazla algıladığını ve erkeklerin ise turizmin iş imkanları yarattığı düşüncesiyle turizme daha olumlu baktığı tespit edilmiştir. Bayat (2010) ise bu

durumun cinsiyete göre farklılık göstermediğini belirtmiştir. Bagri ve Kala (2016) Hindistan'ın kırsal bölgelerinde yaptıkları çalışmada turizm sektöründe çalışan kadın ve erkeklerin turizmi olumlu algıladığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla ekonomik fayda söz konusu ise turizmin negatif etkileri görmezden gelinebiliyor.

Katılımcıların medeni durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analizin sonucunda; katılımcıların medeni durumu ile ekonomik etkiler, çevresel etkiler ve sosyokültürel pozitif etkiler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların medeni durumu ile sosyokültürel negatif etkiler arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Evli katılımcıların bekar katılımcılara göre sosyokültürel negatif etkileri daha fazla algıladığı görülmüştür. Bu durumu şöyle ifade etmek mümkündür; evli bireylerin aile kültürüne, gelenek ve göreneklere daha bağlı olduğu için turistlerin bu yapıya zarar vereceklerini düşündüklerinden dolayı turizmin sosyokültürel etkilerine yönelik algıları daha olumsuzdur. Nitekim Güzel (2013) tarafından Dalyan bölgesinde yapılan çalışmanın sonucunda yerel halkın, turizmin gençlere kötü alışkanlıklar kazandırdığını ve aile yapısını bozduğunu düşünerek sosyokültürel etkileri negatif olarak algıladığı ifade edilmiştir.

Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bunun bir nedeni olarak katılımcılar arasında turizm sektöründe çalışan sayısının çok az olması olarak görülebilir. Davis, Allen ve Cosensa (1988) yaptıkları çalışmanın neticesinde turizm hakkında bilgi sahibi olan bireylerin, turizm hakkında bilgisi olmayanlara göre algısının olumlu yönde değiştiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda; katılımcıların yaşları ile ekonomik pozitif etkiler, çevresel etkiler ve sosyokültürel etkiler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların yaşları ile ekonomik negatif etkiler arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmuştur. 18-25 yaş grubunda olan katılımcıların, 26-25 ve 56 ve üzeri yaş gurubuna göre, 26-35 yaş gurubunda olan katılımcıların da 56 yaş ve üzeri yaş gurubuna göre ekonomik negatif etkileri daha fazla algıladığı görülmüştür. Çalışma İzmir merkez de yapıldığı için turizm ile ilgili iş imkanları kıyı bölgelere oranla daha az

bu nedenle gençlerin yaşlılara göre algısı olumsuz olmuştur. Çavuş ve Tanrıverdi (2002) ise Kuşadası'nda yaptıkları çalışmada bunun tersine yaşlı insanların gençlere göre turizm algının daha olumsuz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çünkü Kuşadası, İzmir merkeze göre turizm yoğunluğu fazla olan bir destinasyondur ve buna bağlı olarak yaşlı kesim gelenek ve göreneklerinin kaybolacağı endişesi taşımaktadır. Bir diğer neden ise daha çok emekli yaşlı insanların sessiz ve sakin bir ortam istemeleridir.

Katılımcıların eğitim durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda; katılımcıların eğitim durumları ile ekonomik negatif etkiler ve çevresel etkiler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların eğitim durumları ile ekonomik pozitif etkiler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ekonomik pozitif etkiler olarak bakıldığında eğitim durumu ilköğretim olan katılımcıların algıları lise ve lisans olan katılımcılara göre daha azdır. Ayrıca eğitim durumu lise olan katılımcıların algıları lisans ve ön lisans olan katılımcılara göre daha azdır. Buradan hareketle eğitim seviyesi yükseldikçe ekonomik pozitif etkilere yönelik algının da arttığı görülmüştür.

Katılımcıların eğitim durumları ile sosyokültürel pozitif-negatif etkiler arasında da anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sosyokültürel pozitif etkilere göre eğitim durumu ilköğretim olan katılımcıların algıları lise ve ön lisans olan katılımcılara göre daha fazladır. Ayrıca eğitim durumu lisansüstü olan katılımcıların algıları ön lisans olan katılımcılara göre daha fazladır. Bu durumda eğitim seviyesi düşük bireylerin turizm hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığından, eğitim seviyesi yüksek bireylerin ise turizm hakkında yeterli bilgiye sahip olduğundan dolayı turizme yönelik algıları pozitif yöndedir. Sosyokültürel negatif etkilere göre ise eğitim durumu ilköğretim olan katılımcıların algıları lisans olan katılımcılara göre daha fazladır. Ayrıca eğitim durumu lise olan katılımcıların algıları lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha fazladır. Eğitim seviyesi düştükçe sosyokültürel negatif etkilere olan algının arttığı görülmektedir. Nitekim bakıldığında Lindberg, Delaert ve Rassing (1999) yaptıkları çalışmanın sonucunda 12 yıl ve üzeri eğitim gören bireylerin turizme yönelik algısının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir ve bu da çalışmamızın sonuçlarıyla paraleldir. Ayrıca Gümüş ve Özüpekçe (2009) Foça'da yaptıkları çalışmada yerel halkın eğitim

durumu dışındaki demografik özelliklerinin turizm etkilerini algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların gelir durumları ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. İzmir merkez ilçelerinde turizme yönelik faaliyetler kıyı kesimlerine göre daha azdır. Dolayısıyla turizmin sağlamış olduğu gelir ve istihdam olanaklarından bölge halkı yeterince yararlanamıyor. Ayrıca özellikle katılımcıların temel geçim kaynaklarının turizm olmamasından dolayı turizm etkilerinin gelir durumuna göre algılanması farklılık göstermemiştir. Örneğin, Altunel (2009) Alaçatı’da sosyal değişim teorisi açısından incelediği yerel halkın, gelir durumu ile turizm etkilerine yönelik algının farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Halkın turizmden kaynaklanan gelir artışı nedeniyle turizmin olumsuz etkilerini görmezden geldiğini elde ettiği sonuçlara dayanarak savunmuştur.

Katılımcıların meslekleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların büyük çoğunluğunun (%92) turizm sektöründe çalışmadığı biliniyor dolayısıyla diğer meslek guruplarındaki katılımcıların da turizm etkilerine yönelik algısı belirli bir oranda kalıyor ve bu durum onlar için bir şey ifade etmiyor. Milman ve Pilzam (1988) yaptıkları çalışmada mesleğe göre turizm algısı anlamlı bir farklılık göstermiştir. Bu durum ise şöyle açıklanmıştır; turizm ile ilgili herhangi bir işe sahip olan bireyler turizm sonucu ortaya çıkan etkilere daha olumlu bakmaktadır.

Katılımcıların ildeki ikametgâh süreleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Burnt ve Courtney (1999) yaptıkları çalışmanın neticesinde yerel halkın turizm destinasyonundaki ikamet süresi sektöre yönelik algıyı etkilediği tespit etmiştir. Snaith ve Haley ise turizm bölgelerine veya merkezlerine uzakta yaşayan bireylerin turizm etkilerini, turistik destinasyonlarda yaşayanlara göre daha olumsuz algıladığı belirtilmiştir.

İzmir’de yaşayan yerel halkın turizm etkilerine yönelik algıları genel olarak yüksek olduğu ( $\bar{X}=3,53$ ) belirlenmiştir. Ekonomik pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, “Turizm, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır” maddesi ( $\bar{X}$



=4,31) ile en yüksek algıya sahipken, ekonomik negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde ise, “Turizm, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 4,06$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Çevresel pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, “Turizm, tarihi yapı ve binaların korunmasını teşvik etmektedir” maddesi ( $\bar{X} = 3,78$ ) ile en yüksek algıya sahipken, Çevresel negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde ise, “Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sorunları gibi problemler yaratmaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 3,42$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Son olarak sosyo-kültürel pozitif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde, “Turizm, kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır” maddesi ( $\bar{X} = 3,96$ ) ile en yüksek algıya sahipken, sosyo-kültürel negatif etkiler alt boyut maddeleri incelendiğinde ise, “Turizm, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir” maddesi ( $\bar{X} = 2,82$ ) ile en yüksek algıya sahiptir. Böylece yerel halkın turizmin olumlu etkilerini savunurken olumsuz etkilerini de görmezden gelmediğini söylemek mümkündür.

Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı birçok faktöre göre değişiklik göstermektedir. Çalışmada analiz edilen demografik değişkenler ile ilgili elde edilen sonuçların yerli ve yabancı yazın ile paralellik ve farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu durum yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısının bölgeden bölgeye ve durumdan duruma göre değiştiğini gösteriyor. Dolayısıyla her turizm bölgesinde yaşayan yerel halk içinde bulunduğu şartlara, sağladığı faydaya ve kar-zarar durumuna göre turizmi değerlendirmektedir. Elde edilen sonuçlara göre hipotezler değerlendirildiğinde yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısının demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (H1). Cinsiyet ve medeni durum değişkenleri ile sosyokültürel negatif etkiler, yaş değişkeni ile ekonomik negatif etkiler, eğitim durumu değişkeni ile ekonomik pozitif etkiler ve sosyokültürel pozitif-negatif etkiler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek oluşu ise genel itibarıyla turizm etkilerine yönelik algının pozitif olmasına olanak sağlamıştır. Turizm algısıyla aralarında farklılık bulunmayan çalışma durumu, gelir durumu ve meslek gibi demografik değişkenlerin gelir sağlayıcı taraflarının bulunması İzmir gibi turistik açıdan çekici bir destinasyonun merkez ilçelerine yeterince turist akışı sağlanmadığı ve yerel halkın turizmin ekonomik faydalarından yararlanmadığı anlamına geliyor. Bu durumda yapılması gereken;

- Turizm ile ilgili devlet kurumları, turizm teşkilatları, turizm planlayıcılarını ve dahi turizmin tüm paydaşları birlikte çalışıp, İzmir gibi çekici bir destinasyonun her bölgesini turizme kazandırmak,
- İzmir'in kıyı bölgelerine (çeşme, alaçatı vb. gibi) gelen turistleri doğru bir turizm planlaması ile şehir merkezine doğru yönlendirmek,
- Turistleri merkeze çekecek turistik mal ve hizmetleri üretmeleri için yerel halka katkıda bulunmak,
- Yerel halkın turizmden gelir elde etmesini ve turizm sektöründe istihdam edilmesini sağlayarak bölgeye gelen turistlere yönelik olası olumsuz algıların önüne geçmek olacaktır.

Turizm etkileri alt boyutları ile kişilik özellikleri alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde; H3, 'yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk kişilik faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p > 0,05$ ). Ekonomik pozitif etkilerin algılanması ile duygusal denge ve uyumluluk kişilik faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p < 0,05$ ) ( $0 < r < 0,20$ ). Ekonomik pozitif etkiler artırıldığında duygusal denge ve uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir. Ekonomik negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, duygusal denge ve uyumluluk kişilik faktörleri arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p < 0,05$ ) ( $0 < r < 0,20$ ). Bu durumda Ekonomik negatif etkiler artırıldığında dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, duygusal denge ve uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, duygusal denge kişilik faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p > 0,05$ ). Çevresel pozitif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p < 0,05$ ) ( $0 < r < 0,20$ ). Çevresel pozitif etkiler artırıldığında uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artacağı belirlenmiştir.

Çevresel negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük kişilik faktörü arasında pozitif yönlü çok düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p < 0,05$ ) ( $0 < r < 0,20$ ). Çevresel negatif etkilerin artması dışadönüklük düzeylerinin de düşük seviyede artacağını gösteriyor. Çevresel negatif etkilerin algılanması ile deneyime açıklık kişilik faktörü arasında bir

ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile sorumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile duygusal denge kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Çevresel negatif etkilerin algılanması ile uyumluluk kişilik faktörü arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ).

Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluk kişilik faktörleri arasında bir ilişki yoktur. ( $p>0,05$ ). Sosyo-kültürel pozitif etkilerin algılanması ile duygusal denge ve uyumluluk kişilik faktörleri arasında düşük kuvvetli pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $p<0,05$ ). Sosyo kültürel pozitif etkiler artırıldığında duygusal denge ve uyumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk kişilik faktörleri arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır. ( $p<0,05$ ). Sosyo-kültürel negatif etkilerde bir artış olduğunda dışadönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluk düzeylerinin de düşük seviyede artış göstereceği belirlenmiştir. Sosyo-kültürel negatif etkilerin algılanması ile duygusal denge ve uyumluluk kişilik faktörleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Son olarak, katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik alt boyutları algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda; H2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Katılımcıların kişilik özellikleri ile ekonomik etkiler, çevresel etkiler ve turizmin sosyokültürel pozitif etkileri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların kişilik özellikleri ile turizmin sosyokültürel negatif etkileri arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sosyokültürel negatif etkiler açısından kişilik özelliği uyumluluk olan katılımcıların algıları duygusal denge olan katılımcılara göre daha fazladır.

Hangi kişilik özelliğine sahip bireylerin, diğer kişilik özelliklerine sahip bireylere göre turizmin etkilerini daha fazla olumlu algıladığı, hangilerin ise daha fazla olumsuz algıladığı tespit etmek için kişilik özellikleri ile turizm etkilerine yönelik alt boyutları arasındaki ortalama değerlere başvurulmuştur. Bu durumda;

- Ekonomik etkileri diğer kişilik boyutlarına göre en çok pozitif olarak algılayan ‘uyumluluk’ ( $\bar{X} = 4,20$ ) kişilik özelliğine sahip bireyler iken, bu etkiyi en çok

negatif olarak algılayan ise ‘deneyime açıklık’ ( $\bar{X}=3,90$ ) kişilik özelliğine sahip bireylerdir.

- Çevresel etkileri diğer kişilik boyutlarına göre en çok pozitif olarak algılayan ‘sorumluluk’ ( $\bar{X}=3,64$ ) kişilik özelliğine sahip bireyler iken, bu etkiyi en çok negatif olarak algılayan ise ‘duygusal denge’ ( $\bar{X}=3,26$ ) kişilik özelliğine sahip bireylerdir.
- Sosyokültürel etkileri diğer kişilik boyutlarına göre en çok pozitif olarak algılayan ‘duygusal denge’ ( $\bar{X}=3,89$ ) kişilik özelliğine sahip bireyler iken, bu etkiyi en çok negatif olarak algılayan ise ‘sorumluluk’ ( $\bar{X}=2,96$ ) kişilik özelliğine sahip bireylerdir.

Kişilik boyutları içerisinde uyumluluk, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliğine sahip bireylerin turizmin pozitif etkilerini daha çok olumlu algıladığı tespit edilmiştir. Kişilik bireyleri tanıtan en önemli unsurdur. Bir kimsenin ne tür bir kişiliğe sahip olduğu bilinirse onun duygu, düşünce, istek ve beklentileri hakkında da fikir sahibi olunabilir. Bu nedenle turizm alanı içerisinde etkili bir konum da olan yerel halkın kişilik özellikleri bilinirse turizm açısından beklentileri de önceden tahmin edilebilir ve bu doğrultuda bir turizm politikası geliştirilebilir. Çünkü kişiliğin yapısı ve gelişim koşulları bilinmedikçe insan ne kendisini ne de başkasını tanıyabilir ne de hızla değişen ve gelişen ekonomik, toplumsal ve kültürel sorunlara turtarlı çözümler bulabilir. Sorunun çözümü için kişinin kendisini ve başkasını tanımasıyla mümkündür.

Yapılan bu çalışmada turizm etkilerine yönelik algının demografik değişkenlere ve beş faktör kişilik özellikleriyle aralarında bir farklılık olup olmadığı İzmir ilinin merkezinde yaşayan yerel halk üzerinde incelenmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalar İzmir ilinin tümünü kapsayacak şekilde örneklem sayısı artırılabilir veya çalışmanın aynısı turizmin yoğun yaşandığı bir destinasyonda yapıp sonuçlar karşılaştırılabilir. Kişilik özelliklerini belirlemede A ve B tipi kişilik modeli gibi farklı modeller kullanılıp bu çalışmayla mukayese edilebilir. Ayrıca gerçekleştirilecek çalışmalar farklı zaman dilimlerinde yapıp sonucun değişip değişmediğine bakılabilir.

**KAYNAKLAR**

- Agba, O., A. M., Ikoh, M. U., Basse, A. O., & Ushie, E. M. (2010). Tourism Industry Impact On Efik's Culture, Nigeria. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 355-365.
- Aghaee, Nasser-Ghasem, Ören, & Tuncer. (2004, July). "Effects Of Cognitive". *Summer Computer Stimulation*, 25-29.
- Akova , O. (2006). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına Ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma". *Akademik İncelemel Dergisi*, 1(2).
- Altunel, C. (2009). *Yerel Hlakin Turizmin Gelişimine Vderdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts". *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Arslantaş, H. A. (2008). "Kültür, Kişilik ve Kimlik". *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 105.
- Aslan, Z. (2015). *Genel Turizm*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Atak, H. (2013). "On-Maddeli Kişilik Ölçeği'nin Türk Kültürü'ne Uyarlanması". *Nöropsikiyatri Arşivi*, 50, 312-319.
- Ateş, H. (2016). "Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Turizm Algısı ve Turizmin Geliştirilmesi Stratejileri". *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 6(2), 111-140.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi: Turist ve Yerel Halk Etkileşimi*. Balıkesir: Detay Yayıncılık.
- Bacanlı, H., İlhan, T., & Aslan, S. (2009). "Beş Faktör Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT)". *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261-279.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay yayıncılık.

- Bayat , G., & Yıldırım, B. I. (2014). "Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Iğdır İli Örneği". *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 226.
- Belgeci*. (2018, Şubat 19). <http://www.belgeci.com/turizmin-tarihsel-gelisimi.html>. adresinden alındı
- Berber, Ş. (2003). "Sosyal Değişim Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(9), 205.
- Bertan, S. (2010). "Pamukkale'deki Yöre Hlakinın Turizmi Desteklemesi ile Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Arasındaki İlişki". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 4, 83-91.
- Bezirgan, M., Mercan, N., & Alamur, B. (2015). "Turizm Çalışanlarının Kişilik Özelliklerinin Kültürel Zeka'ları Üzerine Etkisi: Edremit Körfezi Örneği". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1309 -8039.
- Bilim, Y., & Özer, Ö. (2013). "Yerel Halk Gözüyle Konya'da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri". *Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*.
- Bovee, Courtland, I., Houston, Micheal, J., Thill, & Jhon, V. (1995). *Marketing, Second Edition*. Mcgraw Hill.
- Bozkurt, Ö. (2006). "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi". *ÇOMÜ Girişimcilik ve Klakınma Dregisi*, 1(2).
- Burns, P., & Holden, A. (1995). *Tourism: A New Perspective*. London: Prentice-Hall.
- Burnt, P., & Courtney, P. (1999). "Host Perceptions Of Sociocultural Impacts". *Annals of Tourism Research*(3), 495-515.
- Butler, R. W. (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Cengiz, E., & Kırkibir, F. (2007). "Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1).
- Civelek, A. (2010). "Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkisi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2).

- Cüceloğlu, D. (2002). *İnsan ve Davranışı, Dördüncü Basım*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Çavuş, S., & Tanrıverdi, A. (2002). "Residents Attitudes Toward Tourism: A Case Study Of Kuşadası, Turkey". *Tourism Analysis*, 7, 259-268.
- Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çetin , T. (2009). "Beyazır'da Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri". *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 6(1), 15-32.
- Çetinkaya, G. (2013). "Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği". *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1).
- Çizel, B., & Ekici, R. (2014). "Yerel Halkın Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutumlarının Destinasyonların Gelişme Düzeylerine Göre Farklılıkları". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73-87.
- Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Davis, D., Allen, J., & Cosensa, R. (1988). "Segmenting Local Residents by Their Attitudes. Interests and Opinions Toward Tourism". *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Demirbulat, Ö. G. (2012). "Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Trafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 53-75.
- Demiroğlu, M. C., & İzgi, O. T. (2007). "Sürdürülebilirlik Kavramı Açısından Yerel Halkın Turizme Yaklaşımının Analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu'da Bir Anket Çalışması". *I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi, Sakarya*.
- Deniz , A., & Erciş, A. (2008, Temmuz). "Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir araştırma". *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2).
- Deniz, İ. (2016). *Otel Çalışanlarının Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Sendika Algıları Arasındaki İlişkiler: Kemer Bölgesi Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Develioğlu, K., & Tekin, Ö. A. (2013). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Uygulama". *SDÜ İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 15-30.
- Dinç, E. (2012, Şubat 2). *Kişilik, Kişilik ile İlgili temel Kavramlar ve Kişiliği Etkileyen Faktörler*. <http://esradinc.blogspot.com.tr/2012/10/kisilik-kisilikle-ilgili-temel.html>. adresinden alındı
- Doğan , H., & Üngüren , E. (2012). "Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 103-122.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri: İkinci Baskı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doxey, G. V. (1975). "Leisure, Tourism and Canada's Aging Population Tourism in Canada: Selected Issues and Options". *Western Geographical Series* 21, 57-72.
- Duran, E. (2011). "Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizm'de Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürebilirliği". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 291-313.
- Duran, E., & Özkul, E. (2012). "Residents' attitudes toward tourism development: A structural model via Akcakoca Sample". *International Jurnal of Human Sciences*, 9(2), 500-520.
- Enemau, Ogechi, B., & Oduntan, O. C. (2012). "Social Impact Of Tourism Development On Host Communities Of Osun Oshogbo Sacred Grove". *IOSR Journal of Humanities and Social Science (JHSS)*, 6(2), 30-35.
- Engin, İ. (1990). "Kültür-Kişilik İlişkisi". *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Drgisi*, 33(1-2).
- Filiz, A., & Yılmaz, Ö. D. (2017). "Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazi Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi". *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Degisi*, 10(2), 799-1824.
- Goldberg, L. R. (1990). "An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure". *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216–1229.



- Goldberg, L. R. (1990). "An Alternative Description Of Personality", The Big Five Factor Structure", *Journal Of Personality And Social Psychology*. V59, N6, 1216-1229.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. (2003). "A very brief measure of the Big-Five Personality Domains". *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504-528.
- Gümüş, N., & Özüpekçe, S. (2009). "Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2).
- Gümüş, Ö. D. (2009). *Kültür, Değerler, Kişilik ve Siyasal İdeoloji Arasındaki İlişkiler: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma (Türkiye-ABD)*, (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güneş , N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısı Ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Güzel, F. Ö. (2013). "Sosyo-kültürel açıdan paradoks yaratıcı bir sektör olarak turizm: Dalyan destinasyonunda sosyolojik bir çözümleme". *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 780-794.
- Haralam, N., & Pizam, A. (1996). "Perceived Impacts of Tourism-The Case of Samos". *Annals of Tourism Research*., 23(3), 503-526.
- Hazar, A. (2007). *Spor Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A. (2010). *Genel Turizm Bilgisi* 1. Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Horzum, B. M., Ayas, T., & Padır, M. A. (2017). "Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması". *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 398-408.
- İőçan, Ö. F. (2016). "Bireysel Farklılıklar: Kişilik ve Yetenek". H. Tutar (ed.). *Örgütsel Davranış*. Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Erzurum, 1-24.

- Işık , C., Ada, A., & Boztoprak, F. (2016). "Economic, Social, Cultural and Environmental Effects on Tourism Development of Pasinler". *Tourismos*, 2(92).
- Işık, C., & Çalkın, Ö. (2016). "Yerel Halkın turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi". *İğdır Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(2), 19-47.
- İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2018, Mart 30). <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77342/genel-bilgiler.html>. adresinden alındı
- Jaafar, M., İsmail, S., & Rasoolımanesh, S. M. (2015). "Perceived Social Effects OF Tourism Development: A Case Study of Kınabalu National Park". *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 10(2).
- Jovicic, D. (2011). "Socio-cultural Impacts of Contemporary Tourism". *Antropol*, 35(2), 599-605.
- Kayış , A. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik*. Ankara: 6. Asil Yayın Dağıtım.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler, İkinci Yazım 31. Basım*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kim, K. (2002). *The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life of Residents in the Community*. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- Kneller, G. F., & Çev; Tezcan, M. (1997). "Kültür, Kişilik ve Eğitim". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 10(1).
- Kozak, M. A. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2001). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar, Beşinci Baskı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2012). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kreag, G. (2001). *The Impacts of Tourism*. Minnesota: Minnesota Sea Grant Program.
- Lang, P. (2013). "Teaching Foreign Languages for Tourism: Research and Practice". *Peter Lang Ag*.

- Lindberg , K., Dellaert, B., & Rassing , C. (1999). "Resident Trade-Offs. A Choice Modeling Approach". *Annals of Tourism Research*, 26(3), 554-69.
- Madran, C., & Akdoğan, T. (2010). "Satıcıların Kişilikleri ile Performanslarının İlişkisi: Beş Faktör Modeline Göre Bir Analiz". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 366-381.
- Mason , P., & Cheyne , J. (2000). "Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development". *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Matheison , A., & Wall, G. (1992). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Longman.
- McCrea, R. R., & Costa, P. T. (1987). "Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers". *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81-90.
- McCrea, R. R., & Costa, P. T. (1992). "Adding leibe und arbeit: The full five factor modal and well-being". *Personality and Social Psychology*, 17, 227-232.
- Mesci, M., & Dönmez, G. (2016). "Turizmin Bölgesel Kalkınma ve Yerel Hlak Üzerindeki Etkisi: Mudurnu Örneği". *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 21-50.
- Milman , A., & Pizam, A. (1988). "Social Impact of Tourism on Central Florida". *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Morgan, & Califford, T. (1999). *Psikolojiye Giriş*, 13. Baskı. İstanbul: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.
- Morsünbül, Ü. (2014). "Hızlı Büyük Beş Kişilik Testi Türkçe Versiyonu Geçerlilik ve Güvenirlik Araştırması". *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*(27), 316-322.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Routledge.
- Norman, W. T. (1963). "Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 574-583.

- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2007). "Residents' perceptions of the socio-cultural impact of tourism in Mauritius". *Anatolia*, 18(1), 138-145.
- Oktayer, N., Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: İnfomag Yayıncılık.
- Oktik, N. (2002). *Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri*. Muğla: Muğla Üniversitesi.
- Özdemir, M. (2018, Şubat 18). *Rekreasyon*. <http://rekreasyon.org/turizmin-tarihsel-gelisimi>. adresinden alındı
- Özdemir, M. A., & Kervankıran, İ. (2011, Temmuz). "Turizm ve Turizm Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği". *Marmara Coğrafya Dergisi*(24), 1-25.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T., & Nasıroğlu, S. (2012). "Kişilik Gelişimi". *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(4), 566-589.
- Özel, Ç. H. (2014, Ekim). "Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(42).
- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Araştırma". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim fakültesi*(2), 183-195.
- Pekpak, H. E. (2012). *Kıyı Alanlarında Turizm Odaklı Mekânsal Gelişim: Lara Örneği*. (Uzmanlık Tezi), Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü
- Pelit, E., Türkmen, F., & Yarmacı, N. (2010). "Turizm Sektöründeki İşgörenlerin Kişilik Özelliklerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 1309 -8012.
- Pizam, A., & Milman, A. (1986). "The Social Impacts of Tourism. *Tourism Recreation Research*, 11(1), 29-33.
- Pizam, A., Reichel, A., & Stein, C. F. (1982). "Tourism and Crime: Is there a Relationship?", *Journal of Travel Research*, 20(3), 7-10.

- Rabbany, M. G., Afrin, S., Rahman, A., Islam, F., & Hoque, F. (2013). "Environmental Effects of Tourism". *American Jurnal of Environment, Energy and Power Research*, 1(7), 117-130.
- Ramchander, P. (2004). "Towards the responsible management of the socio-cultural impact of township tourism". *Doctoral Dissertation, University of Pretoria Faculty of Economic and Management Sciences, Pretoria.*
- Recepoğlu, E., Kılınç, A., Şahin , F., & Er, E. (2013). "Öğretim Elemanlarının Kişilik Özellikleri ile Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki". *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(6), 603-617.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ryan, C. (1991). *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*. London: Routledge.
- Sandeep, K., & Vinod, K. (2014). "Perception of Socio-Culture Impacts of Tourism: A Sociological Review". *International Research Journal of Social Sciences*, 3(2), 40-43.
- Sezici, E. (2015). "Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları Üzerinde Kişilik Özelliklerinin Rolü". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(14), 1-22.
- Sharpley, R. (1994). *Tourism, Tourists and Society*. Huntingdon: ELM.
- Snaith , T., & Haley, A. (1999). "Residents' Opinion of Tourism Development in the Historic City of York, England". *Tourism Management*, 20(5), 661.
- Somer, O. (1998). "Beş Faktör Kişilik Modeli". *Türk Psikoloji Yazıları*, 1, 35-62.
- Somer, O., & Goldberg, L. R. (1999). "The structure of Turkish trait descriptive". *Journal of Personality and Social Pscyhology*, 76(3), 421-450.
- Somer, O., Korkmaz , M., & Tatar, A. (2002). "Befl Faktör Kiflilik Envanteri'nin Geliftirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması". *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21-33.
- Soontayatron, S. (2010). *Socio-CulturalL Changes in Thai Beach Resorts: A Case Study of Koh Samui Island*, (Doctoral Teshis). Thailand: Bournemouth University.

- Spanou, E. (2007). "The Impact Of Tourism On The Sociocultural Structure Of Cyprus". *Tourismos*, 2(1), 145-162.
- Şahbaz, R. P. (2015). "Turizmin Ekonomik, sosyal ve Fiziksel Çevre Etkileri". Z. Aslan içinde, *Genel Turizm* (s. 229-255). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Tezcan , M. (1987). *Kültür ve Kişilik*. Ankara: Bilim Kitapevi.
- Toskay, T. (1983). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Turan, B. (2018). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkel, A. U. (1992). *İşletme Yöneticilerin Davranışına Yön Veren Hakim Kişilik Faktörleri ile Yönetmel Davranış Arasındaki İlişkiler ve Uygulama*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No: 534.
- Ulama , Ş. (2015). *Microsoft PowerPoint - tgs 03-Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri*. Aralık 26, 2017 tarihinde [http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/76949/34993/tgs\\_03-turizmin\\_sosyo-k%C3%BClt%C3%BCrel\\_etkileri.pdf](http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/76949/34993/tgs_03-turizmin_sosyo-k%C3%BClt%C3%BCrel_etkileri.pdf). adresinden alındı
- Urry, J. (1991). "The Sociology of Tourism". *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 3, 48-57.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- World Tourism Highlights (UNWTO)*. (2017). 11 10, 2017 tarihinde <http://www.turizmguncel.com/>. adresinden alındı
- Yavuz, Ç. N. (2006). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(2), 162-171.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yelboğa, A. (2006). "Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *'iş, Güç' Endstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 1303-2860.

- Yıldız, Z. (2007). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması*. (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı.
- Yıldız, Z. (2011). "Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yoon, Y., Gürsoy, D., & Chen, J. S. (1999). "An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 29-44.
- Zaei, M. E., & Zaei, M. E. (2013, September). "The Impacts of Tourism Industry on Host Community". *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21.
- Zel, U. (2001). *Kişilik ve Liderlik, Birinci Baskı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

## EKLER

## EK 1. Anket Formu

<p><b>Sayın Katılımcı,</b></p> <p>Bu anket, İzmir’de yaşayan yerel halkın kişilik özelliklerini ve turizmin etkilerine yönelik algılarını belirlemeye çalışmaktadır. Verdiğiniz cevaplar, gizli tutulacak ve sadece yüksek lisans tez çalışmasında bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız ve araştırmaya katkıda bulunduğunuz için çok teşekkür ederiz.</p> <p style="text-align: center;">Doç. Dr. Cem IŞIK</p> <p style="text-align: right;">Barış TURAN</p> <p><b>Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi</b></p> <p style="text-align: right;"><b>Tel.:05432332452</b></p>
---

Aşağıda verilen ifadeleri okuyarak uygun gördüğünüz derecelendirmeyi ‘X’ şeklinde işaretleyiniz.					
1-Kesinlikle Katılmıyorum    2- Katılmıyorum    3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum					
4- Katılıyorum    5- Kesinlikle Katılıyorum					
<b>Kendimi ..... biri olarak görürüm</b>					
1. Dışadönük, istekli	1	2	3	4	5
2. Eleştirel, kavgacı	1	2	3	4	5
3. Güvenilir, öz-disiplinli	1	2	3	4	5
4. Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan	1	2	3	4	5
5. Yeni yaşantılara açık, karmaşık	1	2	3	4	5
6. Çekingen, sessiz	1	2	3	4	5
7. Sıcak, sempatik	1	2	3	4	5
8. Altüst olmuş, dikkatsiz	1	2	3	4	5
9. Sakin, duygusal olarak dengeli	1	2	3	4	5
10. Geleneksel, yaratıcı olmayan	1	2	3	4	5
<b>Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Etkileri</b>					
11. Turizm, geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır	1	2	3	4	5
12. Turizm, ekonomik kazanç sağlamaktadır	1	2	3	4	5
13. Turizm, yerel ekonomiyi desteklemektedir	1	2	3	4	5
14. Turizm, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır	1	2	3	4	5
15. Turizm, bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır	1	2	3	4	5
16. Turizm, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır	1	2	3	4	5
17. Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır	1	2	3	4	5
18. Turizm, yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır	1	2	3	4	5
19. Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir	1	2	3	4	5
20. Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir	1	2	3	4	5
21. Turizm, çevre bilincini artırmaktadır	1	2	3	4	5
22. Turizm, tarihi yapı ve binaların korunmasını teşvik etmektedir	1	2	3	4	5
23. Turizm, çevre kirliliğine neden olmaktadır	1	2	3	4	5
24. Turizm, doğayı olumsuz etkilemektedir	1	2	3	4	5
25. Turizm, çarpık kentleşmeye neden olmaktadır	1	2	3	4	5
26. Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sorunları gibi problemler yaratmaktadır	1	2	3	4	5
27. Turizm, kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır	1	2	3	4	5
28. Turizm, yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır	1	2	3	4	5
29. Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir	1	2	3	4	5
30. Turizm, yerel halkın serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır	1	2	3	4	5



31. Turizm, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir	1	2	3	4	5
32. Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır	1	2	3	4	5
33. Turizm, yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır	1	2	3	4	5
34. Turizm, suç, uyuşturucu, fuhuş gibi sosyal problemlere neden olmaktadır	1	2	3	4	5

<b>Cinsiyetiz</b> ( ) Erkek ( ) Kadın	<b>Yaşınız</b> ( ) 18-25 yaş ( ) 26-35 yaş ( ) 36-45 yaş ( ) 46-55 yaş ( ) 56 yaş ve üzeri	<b>Eğitim Durumunuz</b> ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü	<b>Aylık Geliriniz</b> ( ) Gelir yok ( ) 1603 tl (asgari ücret) ( ) 1604-2500 tl ( ) 2501-4000 tl ( ) 4001 tl ve üzeri	<b>Mesleğiniz</b> ( ) İşveren ( ) Öğrenci ( ) Ev Hanımı ( ) Esnaf ( ) İşçi ( ) Memur ( ) Emekli ( ) Diğer .....	<b>İldeki İkamet Süreiniz</b> ( ) 3 yıl ve altı ( ) 4-7 yıl ( ) 8-11 yıl ( ) 12 yıl ve üzeri	<b>Turizm Sektöründe Çalışma Durumunuz</b> ( ) Çalışıyorum ( ) Çalışmıyorum
<b>Medeni Durumunuz</b> ( ) Evli ( ) Bekâr						



## ÖZGEÇMİŞ

<b>Kişisel Bilgileri</b>	
Adı Soyadı	Barış TURAN
Doğum Yeri ve Tarihi	Van-10.05.1991
<b>Eğitim Bilgileri</b>	
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Lisans Öğrenimi	Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Lisans Pedagojik Formasyon	Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
<b>İş Deneyimi</b>	
Stajlar	Carpe Diem Claros Resort and Spa Hotel (İzmir-2008)
Projeler	Yerel Yönetimin Kapsamı Alanında mısınız? (Antalya-2011)
Çalıştığı Kurumlar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ramada Resort Lara &amp; Lara Family Club (Resepsiyonist-Antalya-2013-2014-2015 yaz sezonları)</li> <li>2. Kamelya World Village (Resepsiyonist-Manavgat-2012)</li> </ol>
<b>İletişim Bilgileri</b>	
E-posta Adresi	<a href="mailto:baristuran_bt@hotmail.com">baristuran_bt@hotmail.com</a>
Tarih	24.05.2018