T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YEREL HALKIN CİTTASLOW ALGISI: SEFERİHİSAR VE GÖKÇEADA KARŞILAŞTIRILMASI

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan
Nedim GÖRMAN

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Murat AKSU

Çanakkale-2019

TAAHHÜTNAME

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum "**Yerel Halkın Cittaslow Algısı: Seferihisar ve Gökçeada Karşılaştırılması**" adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını, özgünlüğünü ve bir başka mecraya sunulmadığını, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu ve yararlandığım kaynak ve verilerde hiçbir bir çarpıtma yapmadığımı belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

27/06/2019

Nedim GÖRMAN

T.C.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Nedim GÖRMAN'a ait "**Yerel Halkın Cittaslow Algısı: Seferihisar ve Gökçeada Karşılaştırılması**" adlı çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak oybirliği/~~oyçokluğu~~ ile kabul edilmiştir.

Üyeler	**İmza**
Doç. Dr. Murat AKSU (Danışman)	
Dr. Öğr. Üyesi Göksel Kemal GİRGİN	
Dr. Öğr. Üyesi Halil KORKMAZ	

Tez No: 10269699

Tez Savunma Tarihi: 27/06/2019

Prof. Dr. Şerif KORKMAZ

Enstitü Müdürü

17/07/2019

ÖZET

YEREL HALKIN CİTTASLOW ALGISI: SEFERİHİSAR VE GÖKÇEADA KARŞILAŞTIRILMASI

Yerel kültürler, popüler kültürün etkisinde kalarak git gide yok olmaktadır. Modernleşme olarak görülen bu değişimler toplumlara, çeşitli faydalar sağlasa da bazı değerlerin yok olmasına ve kültürlerin birbirinin aynısı haline gelmesine neden olabilmektedir. Cittaslow hareketi ise şehirlerin kendine ait özelliklerini ve değerlerini korumayı amaçlayan bir harekettir. Ayrıca Cittaslow hareketi, turizmin neden olabileceği kültürel yozlaşma, doğa tahribatı ve çevre kirliliği gibi birçok olumsuz etkiye engel olmayı hedeflemektedir. Bu şekilde turizmin gelişiminde önemli rolü olan yerel halkın, turizme bakışı olumlu yönde etkilenecektir.

Bu çalışmada Türkiye'de yerel halkın Cittaslow algısının nasıl olduğunu belirlemek ve elde edilen bilgiler doğrultusunda Seferihisar ve Gökçeada'daki uygulanan Cittaslow hareketlerinin karşılaştırılmasını yapmak amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların sakin şehir algısına en çok etkiyi yapan sosyo-ekonomik faktörler olurken, çevresel faktörlerin etkisinin beklenenin altında olduğu görülmüştür. Gökçeada ve Seferihisar'daki yerel halkın Cittaslow'a bakış açılarının birbirine yakın olduğu söylenebilir. Cittaslow'un çevresel ve sosyo-kültürel etkilerinden bekâr katılımcıların daha memnun oldukları görülmüştür. Ayrıca kamu sektöründe çalışanların özel sektör çalışanlarına ve esnafa göre çevresel etkileri daha olumlu değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Gökçeada ve Seferihisar halklarının Cittaslow algıları arasında belirgin bir farklılık görülmemiştir. Her iki yöre halklarının da genel olarak Cittaslow'a olumlu baktıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Algı, Cittaslow, Seferihisar, Gökçeada

ABSTRACT

THE CITTASLOW PERCEPTION OF LOCAL PEOPLE: SEFERİHİSAR AND GÖKÇEADA COMPARISON

Tourism has become one of the most popular sectors of the 21st Century, due to the increase in the income levels of people, the development of technology in many areas, and the need to evaluate leisure time. Local cultures are disappearing under the influence of popular cultures. These changes, which are seen as modernization, can cause the societies to lose some values even though they provide various benefits, and the cultures become the same. The Cittaslow movement is a movement aimed at protecting the city's own characteristics and values. In addition, the Cittaslow movement aims to prevent many negative effects such as cultural corruption, destruction of nature and environmental pollution which may cause tourism. In this way, the local people, who have an important role in the development of tourism, will be affected positively in the way of tourism. This study aimed to make the local population in Turkey in line with the information obtained to determine how and perception of Cittaslow Seferihisar and the comparison of the Cittaslow movement in Gokceada applied. As a result of the study, participants were found to be socio-economic factors that had the greatest effect on slow urban perception, while the effect of environmental factors was below expectations. It can be said that the views of the people of Gökçeada and Seferihisar towards Cittaslow are close to each other. While single participants were more satisfied with Cittaslow's environmental and socio-cultural impacts, there was no difference in socio-economic impact from marital status. In addition, employees in the public sector have reached the private sector employees and the results they have evaluated positively for environmental impacts more positively. There was no significant difference between Cittaslow perceptions of Gökçeada and Seferihisar peoples. Both local communities have generally reached a positive outlook for Cittaslow.

Keywords: Tourism, Perception, Cittaslow, Seferihisar, Gökçeada

ÖNSÖZ

En başta bu çalışmaya yön vermemde yardımcı olan, desteğini ve sabrını benden esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Murat AKSU'ya, özellikle analizler esnasında tecrübesiyle yardımını esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Halil KORKMAZ'a, eğitim süresince bana materyal sağlayan Firdevs YURTTAŞ'a, eğitim hayatım boyunca maddi manevi desteğini benden asla esirgemeyen ve bu çalışmanın tamamlanmasında en az benim kadar emeği olan annem Semra BOZCA'ya ve babam Levent GÖRMAN'a son olarak da çalışma boyunca bana sabırla eşlik eden hayat arkadaşım Buse ŞAKAR'a teşekkür ederim.

Nedim GÖRMAN

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

ÖNSÖZ ..... **iii**

İÇİNDEKİLER ..... **iv**

KISALTMALAR ..... **vi**

TABLOLAR ..... **vii**

ŞEKİLLER ..... **viii**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI

1.1. Turizm Kavramı **4**

1.2. Turizmin Etkileri **6**

1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri **7**

1.2.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri **11**

1.2.3 Turizmin Çevresel Etkileri **13**

1.3. Turizm Gelişimine Yönelik Yaklaşımlar **15**

1.3.1. Topluluğa Bağlılık Teorisi **16**

1.3.2. Sosyal Değişim Teorisi **16**

1.3.3. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli **17**

1.2.4. Turizm Gelişimine Yönelik Farklı Yaklaşımlar **20**

1.4. Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algı, Tutum ve Davranışları **21**

İKİNCİ BÖLÜM

CİTTASLOW KAVRAMI

2.1. Cittaslow Kavramı ve Önemi **24**

2.2. Cittaslow Kriterleri **27**

2.2.1. Çevre Politikaları **29**

2.2.2. Altyapı Politikaları **30**

2.2.3. Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları 30
2.2.4. Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar 31
2.2.5. Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar 32
2.2.6. Sosyal Uyum 33
2.2.7. Ortaklıklar 34
2.3. Cittaslow, Turizm ve Yerel Halk İlişkisinin Önemi 34
2.4. Türkiye'de Cittaslow 35
2.5. Konu ile İlgili Yapılmış Araştırmalar 38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 42
3.2. Hipotezler 42
3.3. Evren ve Örneklem 45
3.4. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri 46
3.5. Verilerin Analizi 46
3.6. Bulgular 46
3.6.1. Katılımcılarının Tanımlayıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular 47
3.6.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları 48
3.6.3. Güvenirlik Analizi Sonuçları 51
3.6.4. Hipotez Testlerine Yönelik Bulgular 51
SONUÇ 63
KAYNAKÇA……..65
EKLER……74
ÖZGEÇMİŞ...……76

KISALTMALAR

D.C : Dunnett's-C testi

KMO : Kaiser-Meyer-Olkin

SPSS : Statistical Package for the Social Science

TABLOLAR

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri 47

Tablo 3.2. Turizmin Etkilerine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları 49

Tablo 3.3. Cittaslow İmajına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları 50

Tablo 3.4. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Sonuçları 51

Tablo 3.5. İkamet Yerine Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları 52

Tablo 3.6. Cinsiyete Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları 53

Tablo 3.7. Medeni Duruma Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları . 54

Tablo 3.8. Yaşa Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları 55

Tablo 3.9. Mesleğe Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları 57

Tablo 3.10. Gelirin Kaynağına Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları58

Tablo 3.11. Cittaslow İmajı ile Diğer Değişkenler Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları59

Tablo 3.12. Cittaslow İmajına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları 59

Tablo 3.13. Hipotez Sonuçları Tablosu 60

ŞEKİLLER

Şekil 1.1. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli..……..19
Şekil 3.1. Araştırma Modeli…….……45

GİRİŞ

Uygarlık açısından önemli bir yeri olan turizm, insanların seyahat ederek öğrenme, eğlenme ve dinlenme gibi kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarını karşıladıkları bir etkinliktir. Bu etkinlik ekonomik, kültürel ve toplumsal olarak büyük etkiler doğurmaktadır (Uçkun, 2004: 28). Turizmin temelinde farklı çevreleri ve kültürleri tanıma arzusu yatmaktadır. İnsanların gelir düzeylerinin artması, teknolojinin birçok alanda gelişmesi, boş zamanlarını değerlendirme isteği gibi sebeplerin artışı nedeniyle turizm, 21. Yüzyılın en gözde sektörlerinden biri haline gelmiştir.

Turizm ekonomiye doğrudan etki eden bir sektördür. Dış ticaret, milli gelir artışı, iç tüketim, istihdam gibi ekonomik unsurlarda turizmin önemli bir rolü vardır. Turizm olumlu etkilerin yanında dışa bağımlılık, mevsimsel değişim, yabancı sermaye ve iş gücü gibi olumsuz etkilere de neden olmaktadır (Kozak, 2001: 77-88).

Kentleri karakterize eden sahip oldukları doğal ve kültürel değerlerle şekillenmiş yerel kimlikleridir. Yerel kimliği oluşturan öğeler ise geçmişin izlerini taşıyan yerleşim dokusu, yerel müziği, geleneksel tatları, el sanatları ve yaşam hikayesidir. Bununla birlikte küreselleşme ile hızlı bir yaşam temposuna girilmiş ve planlama-tasarım uygulama süreçlerinde yerel kimliklerin göz ardı edildiği aynılaştırılmış kentler ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, yerel karakterin ön plana çıkarıldığı yaşanabilir ve sürdürülebilir kentler için Cittaslow hareketi önemli bir dönüm noktası olmuştur (Andarabi vd., 2017: 47).

Yavaş yemek akımıyla başlayan yavaş hareketi, kentten medyaya modadan seyahate kadar birçok alanda karşımıza çıkmaktadır. Sakin şehirler, cittaslow unvanı almalarıyla beraber turizmde de atağa geçmişlerdir. Cittaslow, markası ile söz konusu sakin kentlerin tanınırlığı artmış ve kentler turistler için birer cazibe merkezi haline getirmiştir. Ancak tanınırlıkla birlikte turist sayısının artması, bu kentleri sakinlikten çıkarmaktadır. Böyle şehirlerde daha çok günübirlik turistler ağırlanmaktadır. Sakin şehirlerdeki turistlerin genelinde geleneksel turistler gibi tüketmeye yönelik turizm anlayışı mevcuttur (Kervankıran, 2011: 2-3).

Cittaslow ismi İtalyancada şehir anlamına gelen "citta" ve İngilizcede yavaş anlamına gelen "slow" kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Küreselleşme sürecini tanımlayan anahtar kelimelerden biri olan hız, herkesin ve her şeyin hızlanmaya uygun bir yapıya dönüşmesine neden olmuştur. İnsanın ve gündelik yaşamın hızlanmasıyla karakterize edilen günümüz dünyasında bu etkiye karşı farklı tepkiler yaygınlaşmaya başlamıştır. Kurucuların niyetleri gerçekleşen hızlı ve hareketli hayatı sakinleştirip, yerel ve kültürel değerleri korumaktır (Knox ve Mayer, 2007: 43). Cittaslow fikri ilk olarak Greve belediye başkanı Paolo Saturnini'den çıkmıştır.

Dünyada ve Türkiye'de bir yerin sakin şehir unvanını alabilmesi için belirlenmiş kriterleri sağlaması ve kriterlerin sürdürülebilirliğini ispatlaması gerekmektedir (Karataş ve Karabağ, 2013: 5). Uluslararası Cittaslow Birliği'nin bu konuda öncelik verdiği en önemli nokta, kent nüfusunun 50.000'in altında olmasıdır. Ancak Koordinasyon Komitesi, daha büyük nüfusa sahip kentlerin birliğe katılımını kabul etme hakkını saklı tutmaktadır (Çerçi, 2013: 92-93). Uluslararası Cittaslow Birliği kurulduğu zaman 59 olan kriter listesi, 2013 yılında Uluslararası Bilim Komitesi tarafından güncellenerek 72'ye çıkarılmıştır.

Toplumların ve gündelik hayatlarının hızlanmaya başlamasıyla beraber karakterize olan günümüzde bu etkiye karşı çeşitli tepkiler doğmaya başlamıştır. Ortaya çıkan tepkilerden birincil olanları, 1980 senesinde İtalya'da meydana gelen yavaş yemek (slow food) hareketi olduğu bilinmektedir. Bu hareket, Roma'nın ünlü İspanyol Merdivenleri'nde McDonald's'ın bir bölüm açma durumunu ilan etmesiyle yeme-içme geleneklerine ve kültürlerine bağlı bir şekilde İtalyanlar aracılığı ile temeli atılmıştır. Bu hareketi, fast food alışkanlığının yeme-içme alışkanlıklarını tektipleştirmesine karşı başlatılmış olan eleştirel bir yaklaşım şeklinde özetlemek olasıdır (Yurtseven vd., 2007:5-6).

Bu hareketten yaklaşık 10 yıl sonra, hareketin kendine özgü ve korunmaya muhtaç özel ürünleri ve yerel kültürleri yer alan kentlere entegre edilmesi amacıyla İtalya'da Paolo Saturnini öncülük etmesi ile sakin şehir (Cittaslow) hareketi hayata geçmiştir. Hareketin İtalyan kentlerindeki başarı durumu tüm dünyada bu tür niteliklere sahip olan küçük kentleri etki altına almış ve hareket kısa zaman içinde değişim göstermiş ve yaygın hale gelmiştir. Türkiye de 2009'da Seferihisar ile beraber bu hareketi kapsayan ülkelerden biri olmuştur (Yalım vd., 2009:11-13).

Yerel kültürler, popüler kültürün etkisinde kalarak git gide yok olmaktadır. Modernleşme olarak görülen bu değişimler toplumlara, çeşitli faydalar sağlasa da bazı değerlerin yok olmasına ve kültürlerin birbirinin aynısı haline gelmesine neden olabilmektedir. Cittaslow hareketi ise şehirlerin kendine ait özelliklerini ve değerlerini korumayı amaçlayan bir harekettir. Ayrıca Cittaslow hareketi, turizmin neden olabileceği kültürel yozlaşma, doğa tahribatı ve çevre kirliliği gibi birçok olumsuz etkiye engel olmayı hedeflemektedir. Bu şekilde turizmin gelişiminde önemli rolü olan yerel halkın, turizme bakışı olumlu yönde etkilenecektir (Andarabi vd., 2017: 47).

Bu çalışmada Türkiye'de yerel halkın Cittaslow algısının nasıl olduğunu belirlemek ve elde edilen bilgiler doğrultusunda Seferihisar ve Gökçeada'daki uygulanan Cittaslow hareketlerinin karşılaştırılmasını yapmak amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra Türkiye'deki sakin şehirler açısından söz konusu uygulamaları incelemek ve hareketin Türkiye'deki başarısı ve uygulanabilirliği üzerine genel bir değerlendirme yapmaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM
TURİZM KAVRAMI

1.1. Turizm Kavramı

Köken olarak turizm kelimesi, Latince dönüş anlamını taşıyan "tournus" kelimesinden türemiştir. Ayrıca tour ve tourist kelimelerinin 17. Yüzyıldan itibaren Fransızca ve İngilizcede kullanıldığı görülmektedir. Turizm tanım olarak ikamet edilen yerden başka bir yere gidip orada geçici bir süre konaklama etkinliğidir. Yirminci yüzyılın sonlarına doğru turizm dünya üzerinde etkili olmaya başlamıştır. Turizm aktivitesini, geçici bir süreliğine bulundukları yeri dini, merak, seyahat ve benzeri çeşitli sebeplerle terk eden insanlar meydana getirmektedir (Akoğlu, 1971: 9-12). Diğer taraftan, turizmle ilgili yapılan literatür taramalarında farklı turizm tanımlarının olduğu gözlemlenmektedir. Bunlardan birkaçı metin içinde verilmiştir. Literatürde karşılaşılan bir diğer turizm tanımı 20. yüzyıla özgü gibi görünse de insanların bir yerden başka bir yere gitmesi insanlık tarihinin başına kadar dayanır.

1. Dünya Savaşı ve sonrasında gerçekleşen olaylarla turizm bir ulaştırma hareketi olarak görülse de ilerleyen yıllarda ekonomik, sosyal, ticari ve kültürel açılardan da kabul görmeye başlamıştır. Turizm, turist, seyahat ve konaklama faktörlerinin bir araya gelmesi ile oluşan toplumsal bir sektördür (Kozak, 2015: 1). Turizm geçmişi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Sadece Türkiye için değil dünyada da turizm önemli yer tutmaktadır.

Guyer-Feuler turizmi 1905 yılında "insanların dinlenme, sanat, doğa ve ticaret gibi unsurlar sebebi ve ulaşım teknolojisinin gelişmesi ile toplumları birbirine yakınlaştıran bir unsur" olarak tanımlamıştır. 1910 yılında ise Hermann Von Schuller turizmi "başka ülkeler ya da şehirlerden insanların gelip geçici olarak kalması ile oluşan olayların tümü" diye tanımlamıştır. Turizm hakkında bilinen bu ilk tanımlardan sonra günümüze yaklaştıkça tanımlar çeşitlenmiştir (Ekinci, 2014: 180).

Bormann'a göre turizmin temel öğesi seyahattir. Dinlenme, ticaret, eğlence ve mesleki amaçlar gibi birçok amaçla yapılan seyahatler turizm olarak tanımlanır. Burada önemli olan devamlı yaşanılan yerden kalıcı olarak değil geçici olarak ayrılma durumudur (Tunç ve Saç, 1998, s. 14). Turizmin temelinde farklı çevreleri ve kültürleri tanıma arzusu yatmaktadır. Inskeep 1991 yılında yaptığı çalışmasında turizme yön veren şeyleri doğal, sanatsal, kültürel ve tarihi çekicilikler olarak sınıflandırmıştır (Özgüç, 1998: 173). Ayrıca

N. Johnson turizmi "tarih ve coğrafyanın kesiştiği yer" olarak tanımlamıştır (Özgüç, 1998: 18).

Dünyada önemli bir yeri olan turizm, insanların seyahat ederek öğrenme, eğlenme ve dinlenme gibi kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarını karşıladıkları bir aktivitedir. Bu aktivite ekonomik, kültürel ve toplumsal olarak büyük etkiler doğurmaktadır (Uçkun, 2004: 28). İlk çağlarda turizmin, spor, ekonomi, sağlık ve inanç sebepleriyle gerçekleştirildiği görülmektedir. Turizm hareketi M.Ö. 4000'e dayandırılabilir ve Fenikelilerin de ilk gezginler, turistler olduğu söylenebilir. M.Ö. 3000'lerde ise piramitler nedeniyle ilgi odağı olan Mısır'a seyahat edenlerin olduğu görülmüş ve bu güzergâhlar üzerinde güvenlik ve konaklama amaçlı bahçelerin, barınakların inşa edildiğine rastlanmıştır (Barutçugil, 1984: 28-29).

Romalılar ulaşım alanındaki gelişmeler sayesinde günde 120-150 km. civarında yol kat edebiliyorlardı. Yaptıkları düzenli yollar ve araçlar sayesinde turizm alanında büyük gelişmelere öncü olmuşlardır. Roma İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından bir dönem dünya üzerindeki seyahatlerin azaldığı söylenebilir (Kozak, 2015: 49). Bu dönemde gezginler sayesinde keşfedilen Eski Yunan ve Roma eserleri cazibe odağı haline gelmiştir (Acuner, 2006: 15). Eski Yunan olimpiyatları o dönemin turizm cazibelerinden biri konumunda olmuş ve olimpiyatlara gidenler çevredeki şehir ve yerleşkelerde konaklayıp turizm aktivitesini gerçekleştirmişlerdir. Yakın Çağ Avrupa'sında oluşan sınıflaşma, turizm hareketini ciddi şekilde etkilemiştir. Bu dönemde ulaşım teknolojilerinde büyük ilerleme kaydedilmiştir (Bayer, 1992: 11-12).

Rönesans dönemi ile birlikte hızlanan sanatsal çalışmalar, bu çalışmaların ağırlıkta olduğu merkezlere seyahatleri arttırmıştır. Özellikle sanatçı, bilim adamı ve öğrencilerin İtalya'ya seyahat ettiği bilinmektedir (Kozak, 2015: 51). İstanbul'un fethi sonrası Roma'ya sığınan bilginler orada bulunanlara Yunanca öğretmiş ve böylece eski eserleri okuyabilmelerini sağlamışlardır. Bilim ve sanatın kilise tekelinden çıktığı bu dönemde Avrupa içerisinde seyahatler artmıştır (Usta, 2008: 33).

Endüstri devrimiyle birlikte gelen sanayileşme ve kentleşme de turizmin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Toplum yapısında değişiklikler, makineleşme, sömürge arayışları ve yeni icatlar insanların seyahat etmelerini kolaylaştırmış ve meraklarını arttırmıştır. Bunların yanı sıra kentlerin metropolleşmesi, toplumdaki sınıflaşmalar, üretim artışından kaynaklı pazar arayışları ve eğitimin yaygınlaşması da

turizmi geliştiren unsurlardan olmuştur (Kozak, 2015: 51-56). Bu dönemde demiryolları gelişirken buharlı gemilerin kullanımı da artmıştır. Avrupa nüfusunun da artmasıyla birlikte seyahatlerde artış olmuştur (Hussein ve Saç, 2008: 2).

Turist kavramı tarihte birçok farklı şekilde tanımlanmıştır. 17. yüzyılda Ogilvy turisti "sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse" şeklinde tanımlarken, Norval "sürekli ikamet ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici olarak kalacağı bu ülkede para harcayan kimse" olarak tanımlamıştır. Genel olarak bakıldığında turist; sağlık, zevk, dini, sportif, ticari amaçlı seyahat eden ve gittikleri yerde en az 24 saat kalan kişilerdir (Kozak, 2015: 6). 1963'de Roma'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Turizm ve Seyahat Konferansında turistin tanımı "ikamet ettiği ülke dışında bir ülkeyi 24 saatten az olmamak şartıyla, çalışma amacı olmadan ziyaret eden kimse" şeklinde yapılmıştır (Hussein ve Saç, 2008: 6-7).

Bütün bunlara göre turizmi; insanların bulundukları yeri merak, ticari, sağlık, eğitim veya tatil gibi sebeplerle geçici bir süreliğine terk etmesi olarak tanımlayabiliriz. Turizm gün geçtikçe gelişen ve çeşitliliği artan bir kavramdır. Turizmin; Sağlık Turizmi, Eğitim Turizmi, Kültür Turizmi, Sportif Turizm, İnanç Turizmi, Ticari Turizm, Termal Turizmi, Kongre Turizmi, Av Turizmi, Yayla Turizmi, Golf Turizmi gibi çeşitleri mevcuttur.

1.2. Turizmin Etkileri

İnsanların gelir düzeylerinin artması, teknolojinin birçok alanda gelişmesi, boş zamanları değerlendirme isteği gibi katılım sebeplerinin artışı nedeniyle turizm, 21. Yüzyılın en gözde sektörlerinden biri haline gelmiştir. Turizmde yenilik ve farklılık arayışı beraberinde turizmi kıyı şeritlerinde sınırlı olmaktan çıkarıp iç kesimlere yöneltmiş ve alternatif alanların ve türlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sebepten dolayı turizmin doğal çevre ve kültürel yapıya olan etkileri giderek fazlalaşmaktadır (Kervankıran, 2011: 2-3).

Turizm kaynaklı sosyo-kültürel ve politik etkiler uluslararası politik ve ekonomik ilişkileri de etkilemektedir. Turizm sektörüne olan ilgi, iş imkânının yüksek olması ve emek yoğun bir sektör olmasından dolayı her geçen gün artmaktadır (Soykan ve Emekli, 2005:99).

Turizmde doğal ve kültürel değerlerin ön plana çıkmasıyla çevreye faydalı turizm

türleri meydana gelmiştir. Bu turizm çeşitleri yerel halkı ve doğayı olumlu etkilemeye başlamıştır. Turizmde hatalı yer tercihleri ve dikkatsiz doğal kaynak kullanımları, çevrenin ve doğal dengenin zarar görmesine sebep olabilmekte ve tarihsel dokuların tahrip edilmesine yol açabilmektedir. Bu tarz olumsuzlukların önüne geçmek için yapılan planlamalara yerel halkın da katılım göstermesi gerekmektedir (Mansuroğlu, 2006: 35-37).

Turizm bölgesinde yaşayan halk, genellikle turizm getirilerinden yararlanmaktadır. Özellikle yaz aylarında bu bölgelerde ikamet eden insanlar, turizmle ilgili ticari işlere atılmaktadırlar. Aynı zamanda, turizmin olduğu bölgelerde işletmesi olan kişiler maddi durumlarını yükseltmektedirler. Özellikle kış aylarında turizmin durgun olmasından dolayı sessiz sakin olan bu bölgeler yaz ayları ile birlikte haraketlilik kazanmaktadır. İyi yönlerin yanında yerli halkın turizmden olumsuz etkilenme durumu da söz konusu olmaktadır. Turizm bölgelerinde özellikle denizlerin gelişigüzel şekilde kirletilmesi, orman yangınları ve ormanlara çöp bırakılması gibi davranışlar bölge halkının turizme negatif bakmasına sebep olan sonuçlardandır (Schneider, 2008:28).

Dyer ve arkadaşları, turizmin çeşitlilik oluşturarak sosyal, kültürel ve ekonomik olarak zenginlik getirdiğini öne sürmüştür (Dyer vd., 2007: 409). Oviedo turizmi; turist, yerel halk, turizmde çalışanlar, turist gönderen ülke ve turist kabul eden ülkenin etkilendiği karmaşık bir etkinlik olarak açıklamaktadır (Oviedo, 2008: 100). Nunkoo ve Ramkissoon ise turizmi oluşturan unsurların sosyal, çevresel ve ekonomik olarak birbirinden etkilendiğini ve birbirini etkilediğini söylemişlerdir (Nunkoo ve Ramkissoon, 2007: 138).

1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm ekonomiye doğrudan etki eden bir sektördür. Dış ticaret, milli gelir artışı, bölgesel tüketim, istihdam gibi ekonomik unsurlarda turizmin önemli bir rolü vardır (Akoğlu, 1971: 70). Ekonomik sıkıntı yaşayan ülkelerde yerel halkın turizmi kurtarıcı olarak görmesinden dolayı turizmin olumsuz etkileri ve maliyeti düşünülmemektedir (Liu ve Var, 1986: 193). Böyle bölgelerde yerel halk turizmin ekonomik getirilerinden memnundur ve planlama, taşıma kapasitesi gibi şeyleri göz ardı ederek daha da gelişmesini istemektedir (Ryan vd., 1998: 115).

Turizm gelir ve döviz getirici özelliğinden dolayı genellikle ekonomik olarak ele alınmıştır. Ülke ekonomilerinin kalkınmasında önemli pay sahibi olan turizm bu sebeple olumlu bir toplumsal etkinlik olarak görülmektedir. Fakat gelişen turizm beraberinde alt yapı, tesis gelişimi, konaklama ve ürün kalitesindeki artış gibi maliyetleri de beraberinde

getirmektedir. Turizmin ekonomik etkisi sadece turizm sektörüyle kısıtlı değildir. Turizm, inşaat, mobilya gibi sanayi endüstrilerine de hareketlilik getirmektedir. Bu hareketlilik istihdama yol açmaktadır. Turizm olumlu etkilerinin yanında dışa bağımlılık, mevsimsel değişim, yabancı sermaye ve iş gücü gibi olumsuz etkilere de neden olmaktadır (Kozak, 2001: 77-88).

Turizm, sanayi alanında gelişen ülkelerle rekabet edemeyen ülkeler için ekonomiyi geliştiren bir araçtır. Doğal ve kültürel açıdan zenginliğe sahip ülkeler bu durumu turizm gelirine çevirmek istemektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin turizme bakış açısı gelişmiş ülkelerden daha olumludur (Sharma, 2009: 351). Turizmin ekonomik getirilerinin eşit dağılması açısından turizm planlamasının önemi büyüktür. Gelirin eşit dağıtılmaması halinde bölge halkının olumsuz davranışlar gösterdiği görülmüştür (Harrill, 2004: 251).

Dünyada belirgin bir gelir kaynağı olarak görülen turizm Türkiye'de ancak 1980 sonrası gelişim göstermeye başlamıştır. Ekonomik kalkınma için çıkış olarak görülen turizme büyük kaynaklar harcanmıştır. Harcanan kaynakların ve emeklerin getirisi olarak turizm şu an Türkiye'nin en önemli gelir kaynaklarının başında gelmektedir (Unur, 2000: 11). 2016 verilerine göre Türkiye 18 milyar 743 milyon dolar ile turizm geliri açısından dünyada 17'inci sırada yer almaktadır (www.turizmguncel.com)

Turizm gelişmekte olan birçok ülke için ekonomik fayda kapısı olarak görülmektedir. Turizm yatırımları diğer sektörlere yapılan yatırımlara göre daha çabuk sonuç verir ve daha zahmetsizdir. Turizme yapılan harcamalar getirileri çoğaltacağından ekonomiye hareketlilik kazandırır (Tutar, 1990: 126).

Turizmin olumlu ekonomik etkileri incelendiğinde; turizmin gelirleri, turizm sektörünün oluşturduğu istihdam, turizm sektörünün gelir getirici etkisi, turizmin diğer sektörlere etkisi, turizmin bölgeler arası gelişmeye etkisi ve turizmin altyapı ve üstyapı çalışmalarına etkisi dikkate alınmalıdır.

- *Turizmin Gelir ve Döviz Getirici Etkisi:* Turizmin gelir, gider tablosunu etkileyen kısmı turist akımlarıyla oluşan döviz gelir ve giderleridir. Bir başka deyişle aktif dış turizm giderleri ile pasif dış turizm gelirlerinin farkıdır (Olalı ve Timur, 1986: 39). Turizm sektöründe bir hizmetten faydalanmak, hizmetin bulunduğu ülkeye seyahat etmeyi gerektirir. Kişinin gittiği yerde yaptığı harcamalar o ülkenin gelir, gider tablosunda olumlu etkilere neden olacaktır. Bir ülkenin elde ettiği döviz harcadığı dövizden fazla olduğu

sürece ödemeler tablosuna olumlu yansıyacaktır (Kozak, 2015: 111-113). Turizm hareketi, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist çeken ülkenin de döviz arzını arttırır. Bu durum turizmin, ülkelerin dış ödemelerini doğrudan etkilediği anlamına gelmektedir (Bulut, 2000: 71).

- *Turizm Sektörünün Oluşturduğu İstihdam:* Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan fazlasıyla istihdam oluşturarak ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Turizm, birçok ülkede en büyük istihdam alanına sahip olan sektördür. Ayrıca turizm kendisiyle bağlantılı sektörlerde de dolaylı yoldan istihdama yol açar (Coltman, 1989: 226). Turizmin geliştiği bölgelerde tesislerin gelişmesi ve yapılan yatırımlarda artış olması kaçınılmazdır. Bu durum iş gücü talebinde artışa neden olmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 101). Ayrıca turizm sektörü sadece turist alan ülkelerde değil turist gönderen ülkelerde de istihdama yol açar. Turizm aktivitesinin gerçekleşmesi için gerekli olan iletişim, acenteler ve operatör firmaları bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Kozak, 2015: 117). Turizmin mevsimsel bir sektör olması istihdamın değişken olmasına neden olur bu nedenle bu konuda elde edilen veriler kısa zaman dilimlerini kapsar (Ünlüönen, 2007: 244).

- *Turizm Sektörünün Gelir Getirici Etkisi***:** Bir bölgeye gelen ziyaretçi konaklama ve yeme içmenin haricinde harcamalar da yapacaktır. Bunlara sportif veya sanatsal aktivitelere katılım, müzeler ve tarihi eserleri ziyaret etmek gibi örnekler verilebilir. Turizm geliri bu harcamaları da içine alan bir kavramdır (Kozak, 2015: 114). Turistlerin direk yaptığı harcamalar ekonomide hareketliliğe neden olur. Turizm harcamaları hesaplanırken çoğaltan modeli kullanılır ve harcamalar ile harcamaların meydana getirdiği ekonomik hareketlilik birlikte incelenir (Olalı ve Timur, 1986: 59). Turistin yaptığı harcamaların yanı sıra ülkenin turizm alanına yaptığı harcamalar da dikkate alınmalıdır. Bir ülkenin turizme yaptığı yatırımlar talebi de etkiler. Her yatırım gibi turizme yönelik yatırımlarda gelirde artışa yol açar (İçöz, 2002: 253). Turizm ekonomiden bağımsız sürdürülürse, turizmin katkısı bölgesel harcama ve personel ücretleriyle sınırlı kalacaktır (Barutçugil, 1986: 56).

- *Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi:* Turizm, kendiyle ilgili olan konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği gibi sektörlerin yanı sıra sanayi, tarım gibi sektörlerle de yakın bir ilişki içerisindedir. Son yıllardaki verilere göre turizmin, 35 tane alt sektörle ilişkisi olduğu ve gelişimlerinde pay sahibi olduğu görülmüştür (Kozak, 2015: 118-119). Turizm sektörü diğer sektörlerden faydalanırken diğer sektörler de turizmden faydalanır.

Turizm sektörü bazı sektörleri doğrudan etkilerken bazılarını dolaylı yoldan etkiler. Turizmin neredeyse her sektörle olan ilişki turizm hakkında verilere ulaşılmasını zorlaştırmaktadır (Unur, 2004: 115).

- *Turizmin Bölgeler Arası Gelişmeye Etkisi:* Turizm, bölgeler arası kalkınmada önemli rol oynayan bir sektördür. Tarım ve sanayi yönünden geri kalan bölgeler, turizm potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve doğru planlamalarla turistik açıdan gelişebilmektedir (Kozak, 2015: 119). Turizm, ülke içinde kültürel ve tarihi değerleri olan bölgelerin turizme açılması ve gelişmesine sebep olmuştur. Böylece bu yöreler göç verir durumdayken göç alır hale gelmiştir (İncekara, 1998: 21).

- *Turizmin Altyapı ve Üstyapı Çalışmalarına Etkisi:* Turizmde gelişmenin ve sürekliliğin en önemli koşullarından biri de ulaşım, alt yapı çalışmaları ve yerel hizmetleri üst düzeye çıkarmaktır. Turizmden ötürü meydana gelecek ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir. Altyapı ve üstyapı çalışmaları ile turizmin gelişmesi birbiriyle bağlantılıdır (Kozak, 2015: 120). Turizmin geliştiği ülkelerde altyapı ve üstyapı imkanları, turizm ile orantılı olarak gelişir. Bu durum yeni gelir ve istihdam kaynakları anlamına gelir (İçöz, 2005: 306).

Turizmin ekonomiye olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turizmin olumsuz etkileri olarak; fırsat maliyeti, turizme bağımlılık, enflasyon etkisi, mevsimsel dalgalanma ve dışalım eğiliminde artış gibi durumlar sıralanabilir;

- *Fırsat Maliyeti:* Turizm açısından gelişmekte olan ülkeler kısıtlı kaynaklara sahiptir. Bu kaynaklarını turizm alanında mı yoksa başka alanlarda mı harcayacaklarına karar vermek amacıyla yapılan karşılaştırmalar fırsat maliyetini ortaya çıkarır. Yanlış tercihler sonucu turizm alanına yapılan yatırımlar beklenen sonucu vermediği takdirde ülkenin kısıtlı olan kaynağı ziyan olabilmektedir (Kozak, 2015: 122).

- *Turizme Bağımlılık:* Genellikle gelişme aşamasındaki ülkeler, istihdam oluşturması ve ekonomik gelir beklentisi nedeniyle turizme isteklidirler. Turizmin gelişmekte olan bir sektör oluşu her bölgede talebin her zaman artacağı anlamına gelmez ve bu ilerleyen zamanlarda sorunlara neden olabilir. Turizm talebi birçok unsura bağlıdır. Bu sebeple beklentiler ve turizm alanında yapılacak girişimler iyi hesaplanmalıdır (Kozak vd., 2006: 88).

- *Enflasyon Etkisi:* Enflasyon "belirli bir dönem içinde mal ve hizmetlerin fiyatlarında meydana gelen artış" şeklinde tanımlanabilir. Turizmde enflasyon, bir bölgeye talebin artması ile oluşan enflasyon ve ülkedeki enflasyonun turizme etkisi olmak üzere iki farklı şekilde görülür. Turizm ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durumdan doğrudan etkilenen bir sektördür (Kozak, 2015: 123-124). Bölgedeki turistik gelişme beraberinde fiyat artışını da getirir. Bu da mal ve hizmetlerin satın alınmasını zorlaştırır (Unur, 2000: 23). Turizmin enflasyon üzerindeki etkisi hem ithal mal tüketiminde hem de bölgesel üretim talebinde bir artışa yol açar. Talebin artması, üretim maliyetini arttırırken doğal olarak ürünlerin fiyatlarını da arttırır (İçöz, 2005: 288). Gelir ve harcama gücü yüksek bir kitle bölgedeki fiyatların artmasına sebep olabilmektedir (Yağcı, 2003: 171).

- *Mevsimsel Dalgalanma:* Turizmin sezonluk olması gelir ve iş imkânlarını olumsuz etkileyen bir durumdur. Yaz dönemlerinde yüksek olan kapasite kış dönemlerinde azalır ve bu durumdan en çok konaklama işletmeleri etkilenmektedir. Söz konusu durum işletmeler için, sezonda kazanılan para ile bütün seneyi geçirmek anlamına gelir. Bu sebeple çalışanlardan bir kısmı işten çıkartılır ve bölgedeki işsizlik ve kişi başına düşen gelirde azalma görülür (Bahar ve Kozak, 2006: 149).

- *Dışalım Eğiliminde Artış:* Dışalım eğilimi, turizme katılan kişilerin harcadıkları para ile döviz çıkışına neden olmalarıdır. Ülkeye gelen turistin hizmetlere ödediği para nasıl "görünmeyen ihracat" olarak kabul ediliyorsa bu durum da "görünmeyen ithalat" olarak kabul edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda, turizmin gerektirdiği mal ve hizmetler yerel kaynaklarla tam olarak karşılanamadığından bu durum görülmektedir (Kozak, 2015: 125).

1.2.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizmin sosyo-kültürel etkisi turistin ziyaret ettiği yöreyi etkilemesi ve turistin ziyaret ettiği yerden etkilenmesi olarak iki taraflı olarak incelenebilir. Sosyal yapının turizmi etkilediği gibi turizmin de sosyal yapıyı etkilediği görülmektedir. Yöre halkının turizme ve turiste bakışı, bölgedeki turizm oluşumunun temelidir. Turizm bilincine sahip olmayan bölgelerde turizmin gelişmesi mümkün değildir (Akoğlu, 1971: 121).

Turizm birbirinden farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşim içinde bulunmasına olanak sağlamaktadır. Bu yüzden turizme, sosyal ve toplumsal yapıda değişikliklere neden olan bir etkinlik olarak bakılabilir (Kozak, 2001: 93). Turizm farklı kültürler arasında

alışverişe imkân sağlar. Bu etkileşim kültürlerde değişmeye sebebiyet verebileceğinden hem olumlu hem de olumsuz sonuçları beraberinde getirebilmektedir (Berber, 2003: 205).

Turist ve yerel halk arasında çoğu zaman kültürel farklılıklar bulunmaktadır. Turist gittiği bölgenin halkına göre dili, inanışı, alışkanlıkları ve davranışları bakımından farklı bir birey olarak görülür. Turist ve yerel halk sosyal ilişkiler sonucu birbirlerini kültürel olarak etkileyebilmektedirler. Turizmin sosyo-kültürel etkilerinin temelinde bu karşılıklı etkileşim bulunmaktadır (Tayfunve Acuner, 2014: 239-246).

Turizm etkili olduğu bölgede uzun vadede bölgenin inanışında, değerlerinde ve kültüründe değişikliklere yol açabilir. Turizmin gelişim hızı ve gelen turist sayısı bölgenin sosyo-kültürel açıdan ne derece değişip etkilenebileceği hakkında fikirler verebilir. Bu etkiler çoğu zaman sosyal yaşama doğrudan etki etmese de bazen bölge halkının aile ve sosyal yapısında, ahlak düzeyinde değişikliklere sebep olabilmektedir (Brunt ve Courtney, 1999: 493). Turizmdeki gelişim aile kültürüne zarar verebilmektedir. Aileye olan bağlılığı ve aile bağlarını olumsuz etkilediği gözlemlenen sonuçlar arasındadır (Kousis, 1989: 318).

Turizmin geleneksel sanatlar üzerinde de oluşturduğu talep vasıtası ile değişimlere yol açtığı görülmektedir. Bazı bölgelerde yerel halkın turizmden faydalanmak amacıyla turistik eşya yapımı ve el sanatlarında çeşitliliğe gittiği gözlemlenmiştir (Esman, 1984: 451). Yerel halkın kültürel, toplumsal yapılarında değişime ve farklılaşmaya gittikleri, turizm taleplerini karşılamak için imajlarını yeniledikleri gözlemlenmiştir (Besculides vd., 2002: 303).

Bir başka görüş ise geleneksel sanatların deforme olduğu ya da tamamen yok olduğu yönündedir. Kültürel değerlerin ticari kaygılar ile zarar görmesi turizmin olumsuz etkilerindendir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996: 503). Bölgedeki turizm kaynaklı ekonomik faaliyetler beraberinde rekabeti getirerek kültürel değerleri ve bağlılığı geri planda bırakabilir (Tosun, 2002: 231).

Gelişen turizm beraberinde olumsuzlukları da getirebilmektedir. Bunlardan bir tanesi de artan suç oranıdır. Plansız ve hızlı gelişen toplumların kültürel ve toplumsal değerlerini kaybettikleri görülmüştür. Hızlı gelişim yöre halkının fikir, görüş ve alışkanlıklarında değişmeye yol açabilmektedir (Park ve Stokowski, 2009: 905).

Turizm planlaması yapılırken toplum temelleri ve değerleri göz ardı edilmemelidir. Yerel halk turizmin en önemli paydaşlarındandır. Bu nedenle yerel halk planlamalara dahil

edilmeli böylelikle süreci ve sosyal değişimleri daha kolay benimseyip, kabul etmeleri sağlanmalıdır (Ko, 2005: 441).

Turizmin sosyo-kültürel açıdan olumlu ve olumsuz etkileri Öztaş ve Karabulut (2006), Doğan (2004), Avcıkurt (2009) ve Kozak (2015)'a göre genel olarak aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

A-Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri:

- Hoşgörü ortamını geliştirir.
- Yerel halkın kültürel ve tarihi değerlere sahip çıkma bilinci gelişir.
- Yeni mesleklerin ortaya çıkmasına neden olur.
- Temizlik bilincini geliştirir.
- Kadın ve çocuk hakları konusunda ilerlemeye neden olur.
- Boş zamanları değerlendirme alışkanlığını geliştirir.
- Aile bağlarını güçlendirir.
- Yabancı dil öğrenmeye yöneltir.
- Farklı uluslardan insanların bir araya gelmesine ve kültür alışverişinde bulunmasına sebep olur.

B-Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri:

- Kültür ticarileşebilir.
- Suç oranında artış görülebilir.
- Yabancıya olan düşmanlık artabilir.
- Turistleri taklit etme olumsuz yönlenmeye neden olabilir.
- İnanç, değer ve davranışlarda değişim olabilir.
- Dilde bozulmalar meydana gelebilir.

1.2.3 Turizmin Çevresel Etkileri

Turizm ve turizm talebini, çevresel etkenlerden ayrı düşünmek mümkün değildir. Bir destinasyonun turizm cazibesi haline gelmesi için bölgede bulunan tarihi ve doğal güzellikler oldukça önemlidir. Turistlerin ziyaret edecekleri yeri ve ziyaret sürelerini

belirlemelerinde çevresel unsurlar büyük etkendir. Turizm doğal ve tarihi dokulara zarar verip onlarda tahribata yol açabilmektedir. Bu nedenle gerekli önlemler alınmalı ve doğal çevre korunmalıdır. Turizmdeki gelişmeler bölgedeki tarihi yapıların restore edilmesi ve korunması yönünde olumlu durumların oluşmasına da yol açabilir. Tarihi ögeler önemli cazibe kaynaklarıdır. Bu kaynaklara gereken önemler verildiği takdirde turist sayısında ve ekonomik gelirde artış görülmektedir (Kozak, 2001: 101-102).

Turizmin doğal çevre üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri vardır. Doğal ve tarihi güzelliklerin korunması, çevre düzenlemesi, alt yapıların geliştirilmesi gibi olumlu etkilerin yanı sıra hava, su ve doğal kaynaklarda oluşan kirlilikler, tarihi yapı ve alanlarda oluşan tahribatlar, ekolojik düzenin bozulması ve çeşitliliğin azalması, görüntü ve gürültü kirliliği gibi olumsuz etkiler de görülmektedir (Mansuroğlu, 2006: 36).

Turizmin kontrolsüz gelişmesi doğal kaynakları tüketerek çevrede olumsuz etkilere yol açmaktadır. OECD 1980 yılında turizmin çevreye olumsuz etkilerini; kirliliğe etkisi, doğal ve tarımsal alanların yok olması, doğal ve tarihi yapıların tahrip edilmesi, bitki örtüsü ve hayvanların yok olması, kalabalık etkisi, rekabet etkisi ve anlaşmazlık etkisi olarak yedi sınıfa ayırmıştır (Ap ve Crompton, 1998: 120).

Turizm, hammadde ve doğal kaynakların yanı sıra yerel halkın geçim kaynaklarının tükenmesine de yol açabilmektedir. Topraktaki tahribat tarımı olumsuz etkileyebilmekte iken bölgedeki işletmelerin dikkatsiz çalışmaları toprağa önemli zararlar verebilir. İnşaatların artması ile ormanlar ve doğal yaşam zarar görürken bazı bitki ve hayvan türleri tükenme tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedirler (Akış, 2001: 40-43).

Turizmin doğal çevreye ve kaynaklara olan etkisini kontrol etmek adına Birleşmiş Milletler tarafından birtakım önlemler alınmıştır. Bunlar; 1972'de Stokholm Konferansı, 1980'de düzenlenen Dünya Koruma Stratejisi ve 1987 Brundtland Raporu'dur. Bu girişimlerde doğal çevreyi korumanın turizmi engellemediği aksine daha uzun vadede faydalı olduğu görüşüne ulaşılmıştır (Dal ve Baysan, 2007: 70-73).

Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri Öztaş ve Karabulut (2006) Avcıkurt (2009) ve Kozak (2015)'a göre genel olarak aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- *Turizmin Çevreye Olumlu Etkileri:*
    - Anıt ve yapıların restore edilmesi,
    - Eski yapıların düzenlenmesi ve güne uygun hale getirip kullanılması,

- Çevre korunmasına yönelik hareketler,
- Planlama ve yönetim alanında gelişmeler.

- *Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri:*
  - Doğal çevrede meydana gelen hasar,
  - Ses kirliliği,
  - Çöp ve atık sorunu,
  - Sürdürülebilir turizm olgusunun eksikliği,
  - Şehirlerde binaların artması ve betonlaşma.

1.3. Turizm Gelişimine Yönelik Yaklaşımlar

Dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinin başında gelen turizm, gelişim ile birlikte değişiklik ve çeşitlilik arayışlarını da beraberinde getirmektedir. Ekoturizm, sürdürülebilir turizm, macera turizmi, duyarlı turizm, doğaya dayalı turizm, yeşil turizm, kültür turizmi gibi turizm türlerinin ortaya çıkmasıyla, turizm "deniz, güneş" kalıbından sıyrılarak kırsala yönelmiş ve seyahatler tüm mevsimlere yayılmıştır (Mansuroğlu, 2006: 35).

Turizmin gelişmesi ve çeşitlenmesi birtakım nedenlere ve faktörlere bağlıdır. Bu gelişimde, dünya nüfusundaki artış, kişi başına düşen gelir artışı, çalışma hayatı ve tatil imkanları, ulaşım ve seyahat teknolojisindeki gelişmeler gibi faktörlerin etkili olduğunu söylemek mümkündür (Akoğlu, 1971: 34-35).

Endüstri Devrimi ile ortaya çıkan; ücretli tatil, sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü, kentleşme, teknolojik gelişmeler gibi sosyal unsurlar turizmin gelişmesinde doğrudan etkili olan faktörlerdir. Çalışma hayatındaki düzenlemeler insanların önceleri 13-14 saati bulan çalışma sürelerinin azalmasının yanında "emeklilik" kavramını da ortaya çıkarmıştır. Ücretli tatillerin ise boş zamanları değerlendirilebilecek hale getirmesi insanları turizme yönlendirmiştir. Seyahat özgürlüğü ve gelir düzeyindeki artış kişilerin yeni yerleri görme konusundaki isteklerinde artışa neden olurken ulaşım teknolojisinin gelişmesi, insanları bu merak ve arzularını gerçekleştirmeye yönlendirmiştir (Kozak, 2001: 33-34).

İlk başlarda lüks olarak görülen turizm kavramı zamanla bir ihtiyaç olarak kabul edilmiştir. Bireylerin kendilerini kültürel olarak geliştirmeleri ve ruhsal açıdan rahatlamaları için seyahat etme ve tatil yapma ihtiyaçlarının karşılanması oldukça

önemlidir. Merak, eğlenme isteği, değişiklik arayışı, farklı kültürleri tanıma ve farklı diller öğrenme arzusu gibi dürtüler bireylerin turizme katılmasında rol alan etkenlerdir. Toplumların eğitim ve kültürel seviyelerinin artması ve ekonomik imkanların gelişmesi kişilerin turizme katılma arzusunu arttırmıştır (Aksu vd., 2016: 24-25).

Turizmin sonuçları, etkileri ve gelişimine yönelik birçok çalışma yapılmış, birçok teori ortaya konulmuştur. Bölgenin turizmle tanışması ve sonrasında yaşadığı süreçleri ortaya koyan teorilerden bazıları Butler'in Destinasyon Yaşam Seyri Modeli, Topluluğa Bağlılık Teorisi ve Sosyal değişim Teorisidir.

1.3.1. Topluluğa Bağlılık Teorisi

Günümüz toplumunda kişisel kimliğin yanı sıra içinde bulunulan topluluğa göre sosyal kimlikler de vardır. Bu sosyal kimlikler topluluktaki yerleri ve katılımı etkiler (Bagozzi ve Dholakia, 2006: 45). Sosyal var olma ile ilgili birçok farklı tanım yapılmıştır. Biocca (2003), sosyal var olmayı; başkaları ile sosyal olma ve başkalarının dikkatini çekme isteği olarak tanımlarken, Kehrwald (2008) ise; ortam zenginliği ve ilişkisel bakış açısı şeklinde incelemiştir (Ventura, 2012: 199).

McCool ve Martin (1994) çalışmalarında yerel halkın duygusal açıdan topluluğa bağlılık kavramına bakışını ve adaptasyon süreçlerini incelemişlerdir. Topluluğa bağlılık teorisine uyum sağlayan bölgelerin turizm gelişimi yönünden diğer bölgelerden daha iyi olduğu gözlemlenmiştir. McCool ve Martin'e göre bölgede bulunma süresi de bağlılık ile ilgilidir. Aynı şekilde Williams da (1995) çalışmasında, bağlılığı yüksek yerel halkların turizme katılımının ve desteğinin daha fazla olduğunu belirtmiştir.

Cheng ve arkadaşları (2003) topluluğa bağlılığı ortak değerlerin oluşturduğunu öne sürerken; Hidalgo ve Hernandez'in (2001) yaptıkları çalışmada topluluğa bağlılığın sosyal açıdan farklılıkları ortaya konulmuştur. Beckley (2003) ise bulunulan yerde kalma ya da ayrılma isteğini, kişinin o yer ile olan sosyal ve çevresel ilişkilerine bağlamıştır.

1.3.2. Sosyal Değişim Teorisi

Sosyologlar zaman içerisinde sosyal değişim sürecini ortaya koyan, "değişim nedir" sorusunun cevabını arayan çeşitli teoriler ortaya atmışlardır. Değişim ile ilgili ilk teorilerin tarih ve felsefe hakkında oldukları görülmektedir. Sosyal Değişim teorileri genellikle tümdengelimci başlığı altında değil klasik yaklaşım başlığı altında incelenmektedirler. Son

yıllarda ise değişim ile ilgili görüşler "çağdaş değişme teorileri" olarak incelenmektedir (Kongar, 1979: 63).

Bazı sosyal bilimcilere göre faktör ya da süreci ön plana çıkarmak doğru olmasa da daha sonra sosyolojide değişim üzerine iki ana düşünce öne çıkmaktadır: Bunlar "tek doğrultulu" ve "çok doğrultulu" değişimlerdir. Sosyal değişimin karmaşık bir süreç olması, değişim hakkındaki görüşlerin farklı olmasına sebebiyet vermektedir (Burke, 1994: 133).

Sutton (1967) çalışmasında sosyal değişim teorisini, turist ile yerel halkın etkileşimi olarak açıklamıştır. Yeni iş imkanları ve ekonomik gelir gibi olumlu etkilerin yanı sıra yerel halkın rahatsız olması ve kültürel kayıp yaşadıkları düşüncesi gibi olumsuz etkiler de görülebilir (Sutton, 1967: 218).

Ap (1992) yaptığı çalışmada Sosyal Değişim Teorisi'ni kullanmıştır. Bu teoriden faydalanarak yerel halkın turizm algısı üzerine bir model geliştirmiştir. Model, ihtiyaçların tatmini, değişim ilişkisi, değişim sonuçları ve değişimin gerçekleşmediği durumlar olmak üzere dört ana faktörden oluşmaktadır. Modelde yerel halk ve turist arasında faydaya dayalı bir sosyal ilişki yaşandığı, bölge halkının ekonomik motivasyon ile birlikte turizme karşı tutumları incelenmiştir. İlk aşamada halk turizme katılmayı bir ihtiyaç olarak görmektedir. Turizme katılım ile gelen değişim beraberinde karşılıklı etkileşimi getirmektedir. Böylelikle "değişim ilişkisi" denilen ikinci aşamaya geçilmiş olur. Değişimin oluşumu ile gelen "değişimin sonuçları" aşaması, turizmdeki gelişimin yerel halk tarafından olumlu ya da olumsuz algılanan yönlerin ortaya çıktığı aşamadır. Bu aşama değerlendirme aşamasıdır. Son aşamada ise değişimin sonuçları olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Değişimin sonucu olumsuz ise değişim devam etmeyebilir (Ap, 1992: 665)

Sosyal değişim teorisi, sosyal ve çevresel değişimin bir kısmının turizmin gelişimiyle alakalı olduğunu açıklamaktadır. Bu teoriye göre zarar ve faydalar dikkatlice incelenmeli ve ekonomik, sosyal ve çevresel çerçevelerde ele alınmalıdır. Maliyet arttıkça bireylerin turizme bakış açısının olumsuz yönde değiştiği görülmüştür. Bu sebeple maliyetler getiriden az olmamalıdır (Garcia vd., 2008: 95).

1.3.3. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli

Butler destinasyonun başlangıç, gelişme, doyum, durgunluk ve gerileme süreçlerini açıklamak amacıyla, destinasyonun kapasitesini, planlamasını, pazarlamasını ve alınması

gereken önlemleri de göz önünde bulundurarak Destinasyon Yaşam Seyri Modelini (TALC) geliştirmiştir. Butler yerel halk algısı hakkında çalışma yapma fikrine Avrupa ve İngiltere'de yaşadığı turistik tecrübeler sonrasında karar vermiştir. Dünya turizmindeki köklü gelişmelere tanık olan Butler'ın geliştirdiği model; Keşif, Gelişme, Büyüme, Doygunluk, Durgunluk, Gerileme ya da Yeniden Canlanma olmak üzere altı döneminden oluşmaktadır (Butler, 1990: 5-12). Modelin amacı, bölgeye gelecek olan turist sayısını değil yerel halkın ne kadar turisti kabul edeceğini tespit etmektir. Destinasyonun taşıma kapasitesi belirlenip kapasiteyi aşan gelişmelerin önüne geçmek amaçlanmıştır (Butler, 2009: 346).

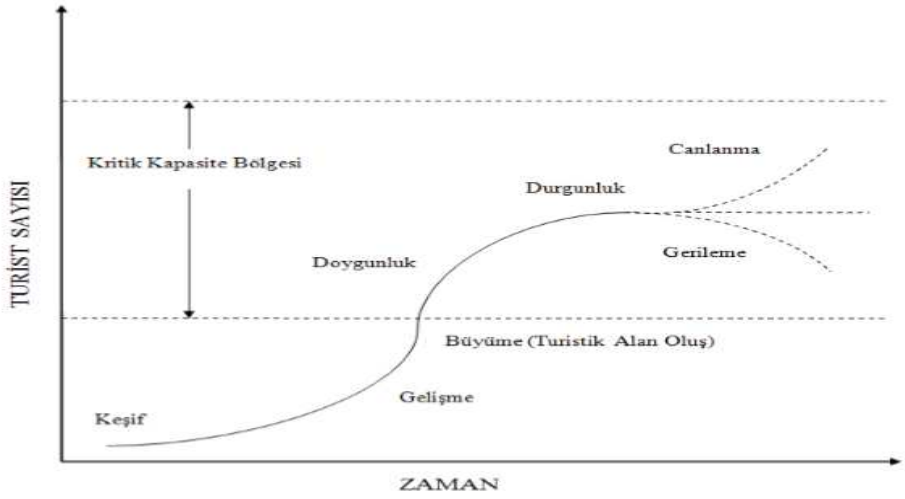
Modelin bir başka amacı ise, doğru planlama ve yönetim ile gelişime yön vermek, gerileme sürecini önceden öngörüp önlem alınmasını sağlamaktır. Yaşam seyri modeli belli bir süre ile kısıtlı değildir. Bazı destinasyonlarda kısa süren süreç bazılarında uzun sürebilir ve her destinasyon süreçleri sırasıyla yaşamayabilir. Ayrıca bu model yerel halkın turizme verdiği desteğin azalması ile oluşacak olumsuz etkilerin birbirine paralel ilerlediğini vurgulamaktadır (Butler, 2009: 346).

Butler'ın bu çalışması turizm ile yerel halk arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk modeldir. Butler'e göre bölgeye gelen turist sayısı artışını başlangıçta hoş karşılayan halk, zaman geçtikçe turizmin yararları konusunda şüpheye düşmekte ve olumsuz davranışlar sergilemektedir. Turizmden beklenen gelir ve fayda elde edilse bile başlangıçta hesap edilmeyen çevresel, sosyal değişimler ve beklenmedik maliyetler halkın bakış açısının değişmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu durumda bölge turizminde gerileme kaçınılmazdır (Akış, 1996: 481-494).

Yerel halkın turizme verdiği tepki nüfusa dayalı olarak da değişmektedir. Küçük toplulukların turizme daha hızlı adapte oldukları ve kolay uyum sağladıkları görülmüştür (Capenerhurst, 1994: 149). Turizm gelişiminde çoğu zaman ekonomik faydalar ön planda tutulurken çevresel ve kültürel değerler geri plana atılmaktadır. Yetersiz ve yanlış planlamalar yerel halkın turizme olumsuz yaklaşımına neden olabilmektedir (Curtis, 2003: 88). Turizm planlamaları yapılırken detaylıca düşünülmeli ve yerel halkın değerleri önemsenmelidir. Başarılı turizm planlamaları için uzun süreli gözlemler ve çevresel, sosyal, kültürel etkenlerin iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Upruch ve Teivane, 2000: 501).

Gonçalves ve Aguas yaptıkları çalışmada durgunluk aşamasından sonra destinasyonda üç farklı dönem yaşanabileceğinden bahsetmişlerdir. Bunlar; mevcut turisti elde tutma amacı ile çaba gösterilmesi sonucu girilen "sabitleme" dönemi, farklı ve yeni hizmetler sunulması ile "yeniden canlandırma dönemi" ve çaba gösterilmemesi ile gelen "düşüş" dönemidir (Gonçalves ve Aguas, 1997: 12-22). Düşüş dönemine giren bölge pazara uyum sağlama, düzgün planlama, teknolojiden faydalanma ve ürün çeşitlendirme gibi yöntemlerle yeniden kalkınma dönemine girebilir (Brooker ve Burgess, 2008: 279-293).

Butler'in çalışmasına göre bölgedeki turizm hareketinin, keşif, gelişme, büyüme, doygunluk, durgunluk ve gerileme/yeniden canlanma aşamaları olmak üzere toplam altı aşamadan oluştuğunu söylenebilir. Tooman (1997)'ın çalışmasında tablo olarak verdiği bu altı aşama aşağıdaki gibidir:



Şekil 1.1. Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli (Butler R.W. 1980),

Keşif: Bölgenin turizmle yeni yeni tanıştığı bu aşamada sosyal yaşam ve çevre turizmden fazla etkilenmez. Gelen az sayıdaki turistin ziyaret süreleri düzensizdir. Gelen turistler keşif aşamasında doğaya ve yerel kültürle ilgili olan şeylere çok ilgi gösterirler. Yerel halk ile turistler arasında yüksek bir iletişim mevcuttur.

Gelişme: Gelişme aşamasında ziyaret eden turist sayısında artış görülür. Yerel halkın günlük yaşamında ve sosyal alışkanlıklarında değişimler meydana gelir. Bu dönemde turizm sezonunun belli olmasıyla birlikte reklam ve pazarlama hareketlerinde artış görülmektedir. Öte yandan turistik tesislerde artış ve gelişme görülür. Alt yapı çalışmaları önem kazanır.

Büyüme: Bölgenin turistik anlamda büyümesi bölgeye gelen ziyaretçi sayısında artışa neden olur. Yerel halkın nüfusu kadar veya daha fazla turist gelebilir. Kültürel ve yöresel öğeler sanatsal açıdan ilgi görmeye başlar. Alt yapı imkanları gelişir ve reklamcılık üst düzeye çıkar. Bu dönemde bölgeye dışarıdan sezonluk işçi alımları yapılır.

Doygunluk: Turizm bölgedeki en önemli ekonomik gelir kaynaklarından biri haline gelir. Turizme yönelik gelişimin durduğu gözlenir. Eski tesislerin çekiciliğini kaybedip, gözden düşmesiyle yeni eğlence ve dinlenme tesisleri oluşturulmaya çalışılır. Turizm sezonunu uzatmak için reklamcılık çalışmaları yapılır. Doygunluk aşaması yerel halkın turizme karşı olumsuz düşünceler hissettiği ilk dönemdir. Bu aşamaya kadar turizmin gelir getirici yanından ve hareketliliğinden memnun olan halk artık tedirginlik hissetmektedir.

Durgunluk: Bu dönemde bölgede çevresel gelişmeler meydana gelir. Öte yandan bölgenin kabul edebileceği turist miktarı aşılmıştır. Kapasitenin aşılması sosyal, çevresel ve ekonomik problemleri de beraberinde getirir. Bölgedeki otel ve turizm işletmelerinde el değiştirmeler görülmektedir.

Gerileme/Yeniden Canlanma: Durgunluk döneminden sonra bölge ya gerileme ya da yeniden canlanma sürecine girer. Bu aşamada yerel halkın turizme olan ilgisi son derece azdır. Turizm pazarında ve gelen ziyaretçi sayısında ciddi düşüşler yaşanır. Emlak fiyatlarında ve fiyatlarda yüksek artışlar görülür. Birçok otel ve tesis imaj değişimine gider. Bu dönemde kamu ve özel sektör birlikte hareket ederek yeni turist kitlelerine ulaşmayı hedeflerler.

Destinasyonların kaçınmaya çalıştığı gerileme dönemi, bölgenin fiziksel ve sosyal şartlarındaki baskılar yoluyla ortaya çıkabilir. Ayrıca destinasyonda gerileme ya da duraklama döneminin yaşanması, iş dalgalanmaları (arz şokları dâhil), geçici moda, alternatif mekânların fiyatları, ya da iklimsel olumsuz olaylar (fırtınalı hava gibi), destinasyonun yerleşim yeri veya destinasyonun kontrolünde olmayan dışsal faktörlere de bağlı olarak da gelişebilir (Hovinen, 1981: 283–286).

1.2.4. Turizm Gelişimine Yönelik Farklı Yaklaşımlar

Turizm kavramı günümüzde “deniz, kum, güneş” kalıbından kurtularak çok daha geniş alanlara ve yılın her dönemine yayılmıştır. İnsan kaynaklı bir sektör olan turizm; kırsal turizm, inanç turizmi, doğa turizmi, yayla turizmi, eko turizm, mağara turizmi, kış

turizmi gibi turizm çeşitlerine olan ilginin artması ile birlikte farklılaşmaya ve gelişime yönelmiştir.

Turizm gelişim sürecine bağlı olarak yerel halkın gelişim hakkındaki algısını incelemişlerdir. Bu gelişim süreci; kabullenme, tolerans, dengeleme ve geri çekilme olmak üzere dört dönemden oluşmaktadır. Kucaklama dönemi, yerel halkın turizmden fayda sağlanacağını düşünmesi ile turizme destek verme sürecidir. Turizm sebebiyle oluşan dejenerasyon ve maliyeti kabullenme süreci ise tolerans dönemidir. Daha sonra gelen düzeltme dönemi ise turizm kaynaklı oluşan olumsuzluklara müdahale etme çabalarını kapsar. Son olarak ise kızgınlık ve tepkinin getirisi olan geri çekilme süreci ile halk turizme ilgisini kaybeder. Turizm geliştikçe ve turist sayısında artış oldukça yerel halkın daha fazla olumsuz etkilendiği görülmektedir (Ap ve Crompton, 1998: 47-50).

Getz (1994) İngiltere'deki çalışmasında insanların turizmden yeteri kadar faydalanmadığından fakat buna rağmen ekonomik gelişim açısından turizmin bir alternatifi olmadığından söz etmiştir. Hernandez, Cohen ve Garcia (1996) ise turizmin geliştiği bölgelerde yerel halkın sürece olumlu yaklaşacağını açıklamaya çalışmışlardır. Yerel halkın turizmin getirileri ve faydaları hakkında bilinçli olduklarından bahsetmişlerdir.

Smith ve Krannich (1998) çalışmalarında yerel halkı üç başlık altında incelemişlerdir. Yerel halkı "Turizme doymuş", "Turizmin Farkında" ve "Turizme aç" olmak üzere üç tip şeklinde ele alarak yaklaşımlarının bu doğrultuda olduğunu öne sürmüşlerdir.

Horn ve Simmons (2002) çalışmalarında birbirine benzer gelişmişlik düzeyindeki bölgelerin birbirinden farklı tutumlar sergileyebileceklerini öne sürmüştür. Weaver ve Lawton (2005) ise Avustralya'da yaptıkları çalışmada yerel halkı "Destekleyici", "Tarafsız" ve "Karşı Çıkan" olarak üçe ayırmışlardır. Kişilerin tutumları bu üç gruptan mensup oldukları gruba göre değişmekte ve şekil almaktadır.

1.4. Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algı, Tutum ve Davranışları

Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını açıklayan en anlaşılır modellerden birisi Doxey (1975) tarafından geliştirilen "Tolerans Modeli"dir. Tolerans modeli yerel halkın turizme yönelik tutumlarındaki gelişimi dört aşamada açıklar. Modele göre yerel halk turizmin gelişmeye başladığı dönemdeki memnuniyeti zaman içerisinde turizmin olumsuz etkileri karşısında memnuniyetsizliğe döner. Bu olumsuz etkilerin

ortaya çıkmasında turist ve turistik işletmelerin sayısındaki artışın yerel halkın tolerans seviyesini düşürmesi söz konusu olmaktadır. Sayısal artışın yanı sıra turist yerel halk arasında yaşanan uyuşmazlıklar da toleransı etkileyen bir diğer olumsuz neden olarak görülebilir (Horn ve Simmons, 2002: 133-143).

Kişinin beş duyu organı ile bir cismi, kavramı ya da olayı anlamasına, tanımasına algılama denir. Bireyin olay ya da durum karşısında gösterdiği davranışlar ve içinde olduğu psikolojik durum ise tutumdur (Usal ve Kuşluvan, 2002: 40-125). Bireyin çevresine karşı eğilimlerinin tümüne tutum denir. Tutumlar bulunulan durumdan etkilenmektedir ve duygusal, davranışsal ve içgüdüsel olarak üçe ayrılmaktadır (Carmichael, 2000: 601-611).

Algı ve tutum ölçümüne yönelik birçok model geliştirilmiştir. Bunlardan en yaygın kullanılanı CAC (Cognitive-Affective-Conative) modelidir. Bu model yerel halkın fiziksel ögeler üzerinden turizmi nasıl algıladıklarını incelemektedir (Vaughan ve Edwards, 1999: 356-368).

Turizm turist ile yerel halkın etkileşimde olduğu bir durumdur. Turistin alışkın olduğu davranışları yerel halkın tepkisini çekebilir. Yerel halk kültürel değerlerinin zarar gördüğünü ya da aşağılandığını hissettiğinde savunmaya geçebilir. Bu tarz durumlarda hem yerel halk hem de turistler açısından memnuniyetsizlik yaşanır.

Doxey'in 1976'da yaptığı araştırmaya göre yerel halkın, turist ve turizme bakışı dört aşamadan oluşur. İlk olarak turistlerin gelişi ile ekonominin güçleneceği düşüncesidir. Bu "Coşku" aşamasıdır. Turist sayısının artışı ile gelen aşamaya "İlgisizlik" aşaması denir. Artan turistin taleplerini karşılamak için çalışma şartları ağırlaşır ve çevre tahrip edilir. Sosyal yapıda da değişikliklerin meydana gelmesi ile turizm ve turist suçlanır. Bu "Rahatsızlık" aşamasıdır. Daha sonra hoşgörü yerini tahammülsüzlüğe bırakır bu da "Düşmanlık" aşamasıdır (Gürbüz, 2002: 52-53).

Allen ve ark. (1988) yaptıkları araştırmada turizmin geliştiği bölgelerde halkın turizme karşı tutumunun olumsuz, gelişmekte olan ve gelişmemiş bölgelerde ise halkın tutumunun olumlu olduğu görülmüştür. Butler (1980) ise turizm gelişiminin yerel halkın algısıyla doğru orantılı olduğunu söylemektedir (Akova, 2006: 3-4).

Turizmin geliştiği bölgede yerel halkın turizmi algılaması bir süreci ifade etmektedir. Turizm gelişimi ve oluşan etkiler bu algılama sürecinin bir parçasıdır. Algılama

sonuçlandığında turizm günlük yaşam üzerinde etkili olmaya başlamaktadır (Kim, 2002: 16-217).

Turizm yerel halkın çevre ve birbirleriyle olan ilişkilerinde değişikliklere yol açabilmektedir. Bu yüzden yerel halkın turizme karşı algı ve tutumlarının belirlenmesi ve tespiti yapılacak turizm planlamalarının başarısı açısından önem taşımaktadır (Huang ve Stewart, 1996: 26-31).

Turizm gelişimi birçok etkenin bir arada bulunmasını gerektirmektedir. Bunlar altyapı, tarihi ve doğal çekicilikler, bölge kapasitesi ve yerel halkın turizm algısı ve beklentileri gibi etkenlerdir. Yerel halk turizme karşı olumlu tutum içerisinde ise ve turizmin gelişimde aktif rol oynuyorsa o bölgede turizm başarılı bir şekilde gelişebilmektedir (Ambroz, 2008: 63-79). Bu durumda yerel halkın turizm algısı ve tutumları turizm pazarlaması ve tanıtımı açısından son derece önemlidir (Ko ve Stewart, 2002: 521-530).

Turistik merkezlere yakın olan yerel halkın turistlerle daha yakından ilişkiler kurdukları ve bu sebeple turizm hakkında olumsuz düşüncelere daha müsait oldukları gözlemlenmiştir (McCool vd., 2001: 124-131).

Yerel halkın algı ve tutumlarını öğrenmeye yönelik çalışmalar bölgenin turizm geleceği açısından oldukça önemlidir. Geleceğe yönelik turizm politikaları, yatırımlar bu araştırmalar doğrultusunda yapılarak daha sağlıklı gelişmeler elde edilebilir (Sırakaya vd., 2002: 57-67).

İKİNCİ BÖLÜM

CİTTASLOW KAVRAMI

2.1. Cittaslow Kavramı ve Önemi

Cittaslow ismi İtalyanca'da şehir anlamına gelen "citta" ve İngilizcede yavaş anlamına gelen "slow" kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Cittaslow kavramının temelleri 1999 yılında İtalya'da Orvieto şehrinde belediye başkanlığı yapan, "Slow Food" hareketinin kurucusu Carlo Petrini öncülüğünde Bra, Greve ve Positano şehirlerinin belediye başkanlarıyla birlikte atılmıştır. Başarılı birer turizm bölgesi olan bu dört şehirde fast food restoranları artmış, araç ve gürültü kirliliği fazlalaşmıştır. Kurucuların niyetleri hızlı ve hareketli hayatı sakinleştirip, yerel ve kültürel değerleri korumaktır (Knox ve Mayer 2009: 43). Cittaslow fikri ilk olarak Greve belediye başkanı Paolo Saturnini'den çıkmıştır. Yaşam kalitesini ve sürdürebilirliği arttırmak amacıyla ortaya atılan bu fikir günümüzde 28 ülkenin 182 şehrinde benimsenmiştir (http://cittaslowturkiye.org/#uluslararasi, 28.06.2019). Paolo Saturnini, Cittaslow hakkında "Cittaslow hareketi değişime değil, değişim esnasında uygulanan yanlış yol ve yöntemlere karşıdır. Bu nedenle, şehirleri üyeliğe kabul ederken dikkat etmemiz gerekmektedir." demektedir (Parkins ve Craig, 2006: 79).

Cittaslow "yavaş, sakin şehir" anlamına gelmektedir. Bu kavram, Latinlerin "Festina Lente" dediği yavaşça acele etmeyi ve günün şartlarına uyarak geçmişten kopmamayı hedeflemektedir. Cittaslowlar, nüfusu 50.000'in altında olan, yöresel kültürünü, yemeklerini ve tarihi değerlerini muhafaza eden uluslararası şehirler topluluğudur. Bu topluluğa dahil olmak isteyen şehirlerin güçlü ve zayıf yönlerin iyi analiz etmesi gerekmektedir (www.cittaslowturkiye.org, 28.06.2019).

Sakin şehir yaklaşımı, Latincede "yavaş acele" anlamına gelen "festina lente" deyiminin şehir yaşamına uyarlanması anlamına gelebilmektedir. Bu durum günün imkanlarından faydalanarak geçmişin dokusuna sahip çıkmayı amaçlamaktadır. Cittaslow oluşumuna katılmak isteyen şehirler, kriterler ve standartlar dahilinde değerlendirildikten sonra hak kazandıkları takdirde bir sertifika ile kabul edilirler. Oluşumun parçası olan şehirler, üzerinde Cittaslow'un simgesi olan salyangozlu bayrakları dalgalandırabilirler.

Oluşuma dahil olan şehirlerde turistik olarak büyük hareketlilikler yaşandığı gözlemlenmiştir (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 133-134).

Yerel kültürler, popüler kültürün etkisinde kalarak git gide yok olmaktadır. Modernleşme olarak görülen bu değişimler, toplumlara çeşitli faydalar sağlasa da bazı değerlerin yok olmasına ve kültürlerin birbirinin aynısı haline gelmesine neden olabilmektedir. Cittaslow hareketi ise şehirlerin kendine ait özelliklerini ve değerlerini korumayı amaçlayan bir harekettir. Ayrıca Cittaslow hareketi, turizmin neden olabileceği kültürel yozlaşma, doğal tahribatı ve çevre kirliliği gibi birçok olumsuz etkiye engel olmayı hedeflemektedir. Bu şekilde turizmin gelişiminde önemli rolü olan yerel halkın, turizme bakışı olumlu yönde etkilenecektir (Andarabi vd., 2017: 47).

Ekonomik alandaki sıkıntılar ve krizler nedeniyle "yerellik" kavramı önem kazanmıştır (Eraydın, 2004: 126). Küresel ekonomide yer edinen yerel ekonomiler bölge ve ülkelerin kıyaslanmasını geride bırakarak şehirlerin kıyaslanmasını ortaya çıkarmıştır (Özaslan, 2004: 81). Hızla değişen pazar, hizmetlerde olduğu gibi turizm bölgelerinde de değişimi ve farklılaşmayı gerektirmiştir. Bu sebeple markalaşmaya çalışan şehirler diğer turizm bölgeleriyle rekabet içine girmiştir. Bir şehrin markalaşması o şehirde bulunan iş imkanları, tarihi ve kültürel yapısı gibi bir çok unsura bağlıdır (Zhang ve Zhao, 2009: 245).

Gelişen dünyada, kentler üretimden çok tüketen ve insanların hızlı hareket edip hızlı yaşadıkları yerlere dönüşmüştür. İnsanların gidecekleri yere daha hızlı ulaşma çabası, daha hızlı yemek yemesi ve daha hızlı alışveriş yapmak istemesi, kasap, bakkal gibi küçük esnaf olarak bilinen işletmelerin sonunu getirmiş ve yerlerini alışveriş merkezlerinin almasına yol açmıştır. Yeşil alanlar, oyun parkları yerini otopark ve yollara bırakmıştır. Bu durum beraberinde hava ve çevre kirliliğini, insan iletişimindeki azalmayı ve sağlıksız beslenmeyi getirmiş, insanlar mahallesindeki esnafı tanımayan, ayaküstü yemek yiyen bireylere dönüşmüştür. Bu kentlerin tamamen tüketim toplumu haline gelmesi sadece yakın çevresindeki değil dünyanın birçok yerindeki kaynakları, doğayı ve insanları tüketmesi anlamına gelmektedir. Tüketim ve hız odaklı yaşamın insana mutluluk getirmemesi Cittaslow kavramının ortaya çıkmasında rol oynamıştır. Cittaslow felsefesi, insanların teknolojiden yararlanarak yaşamdan zevk alabilecekleri hızda yaşamalarını, sosyalleşmelerini, kültürüne ve çevresine sahip çıkmalarını savunmaktadır (cittaslowturkiye.org, 28.06.2017). Bu hareket saate ve zamana bağımlı olmadan yaşamayı amaçlamaktadır (Honroe, 2008: 88).

20. yüzyılın sonlarında artan sağlıksız ve plansız gelişme toplumsal olumsuzluklara yol açmıştır. Ekolojik sorunlar, doğal kaynakların hızlı tüketimi, yanlış kentleşme gibi sorunların çözümü içini kalkınma ile çevre arasında bir denge kurulması gerektiği düşünülmüştür. 1976 yılında Kanada'nın Vancouver şehrinde İnsan Yerleşimleri üzerine bir konferans yapılmıştır. Söz konusu konferans bu alanda yapılan ilk toplantıdır. Konferansta sağlıklı kentleşme ve yerleşim konuları dünya geneli üzerinden tartışılmıştır (Emrealp, 2005: 13-14). Birleşmiş Milletler ise 1983 yılında çevre ve gelişim hakkındaki sorunlara çözüm stratejileri geliştirmek için Brundtland Raporunu yayınlamıştır (Edwards, 2005: 15).

Bir bölgede turizmin başarılı olması için bölgenin sahip olduğu doğal zenginlikler, kültürel ve tarihi değerler oldukça önemli faktörlerdir. Sanayileşme ve hızlı tüketim alışkanlıkları bu faktörleri olumsuz şekilde etkiler. Bu da beraberinde tatminsizliği getirebilir. Cittaslow gerçekleşmesi muhtemel olan olumsuzluklara engel olmak isteyen ve yaşamı mükemmelleştirmeye çalışan bir markadır. Cittaslow ünvanı taşıyan şehirler turizm planlaması yaparken sürdürülebilir kalkınma politikalarına uygun hareket etmelidir. Başta turistik amaçlarla tasarlanan Cittaslow, şehirlerin sürdürülebilirlik politikalarına da katkı sağlamıştır. Yerel halka önem verilmesi, hizmet kalitesinde standartlaşma, yerel halka ekonomik katkı, çevresel kaynakların korunması, gelişimin yavaş gerçekleşmesi ve turistlerin sorumluluk bilinciyle hareket etmesi sürdürülebilir turizmin en belirgin özellikleridir (Yurtseven, 2010: 53).

Cittaslow kavramı ile birlikte gelen turizm anlayışı; bir yeri, tarihi veya kültürel mirası, çevreyi ve yerel ekonomiyi destekleyen bir turizm anlayışıdır (Lumsdon ve Dickinson, 2010: 1). Cittaslow kavramının beraberinde getirdiği sürdürülebilir turizm türü, kültürü ve doğal çevreyi koruyarak bir toplumun gelişmesi yolunda büyük rol oynamaktadır (Butler, 1990: 201). Cittaslow yerel kaynakların ve tarihi dokunun korunmasını ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektedir. Küçük kentlerin nüfuslarındaki düşüşler; yerel ekonomik canlanma ve sosyal faaliyetlerdeki gelişmeler sayesinde önlenebilmektedir. Cittaslow, insani değerlere önem veren bir hareket olarak karşımıza çıkmaktadır (Tayfun ve Acuner, 2014: 47).

Turizm toplumların anlayışını ve dünya hakkındaki fikirlerini etkileyen bir sektördür. Yerel halk da turizmden en fazla etkilenen ögelerden biridir. Turistlerin, ziyaret ettikleri

bölgenin kültüründen, davranışlarından ve düşüncelerinden etkilendiği gibi yerel halk da turistlerden etkilenir (Tayfunve Acuner, 2014: 47).

Cittaslow, dış kaynaklar yerine iç kaynakları kullanmayı, yerel üretimi korumayı ve desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu durum tarihi değerleri, el sanatlarını, festival ve mutfağı koruma anlamına gelmektedir. Şu anda dünya üzerinde, 28 ülkede 182 tane "Sakin Şehir" bulunmaktadır (www.cittaslow.org, 28.06.2019).

2001 yılında ilk olarak tümü İtalya'da bulunan 28 şehir "Cittaslow" ünvanını almıştır. 2005'de Norveç, İngiltere ve Almanya gibi ülkelerin birliğe dahil olması ile bu sayı 44'e çıkmıştır (Knox, 2005: 7). Cittaslow hareketi birçok bölge için model olmuştur (Pink, 2008: 6). Cittaslow üyeliği başka birliklere üye olma konusunda engel değildir. Cittaslow üyesi olan birçok İtalya kenti aynı zamanda farklı organizasyonlara da üyedirler (Miele, 2008: 7).

Sakin Şehir kavramı sakin yaşamın yanı sıra fiziksel çevreyi, yerel mutfağı ve kültürü korumayı hedefler. Daha sağlıklı çevreler oluşturmak ve bireylerin boş vakitlerini daha iyi değerlendirmelerini sağlamak için teknolojiden faydalanılmasını da desteklemektedir. Bu hareketin amacı; sürdürülebilir ve sağlıklı çevre, sağlıklı ve iyi gıda sağlayarak toplum gelişimine fayda sağlamaktır. Daha sonra bu özellikler 59 maddelik bir liste haline gelmiştir. Liste yemekten zevk almayı ve eşsiz gıdaları desteklemektedir. Maddeler doğrultusunda ziyaretçilere yerel lezzetleri deneyebilme imkanı sağlanmalıdır. Yörenin ayırt edici özelliklerinin korunması son derece önemlidir. Şehir planlamasını da kapsayan bu listeye göre; aday kentler, bölgenin özelliklerini taşıyan el sanatlarını da desteklemelidir. Bunlarla beraber listede; ışıklı panoların kaldırılması, araba alarmlarının yasaklanması, ses ve görüntü kirliliğinin azaltılması, yeşillendirme çalışmaları, yaya ve bisiklet yollarının arttırılması gibi çevre düzenlemeleri de yer almaktadır (Knox ve Mayer, 2009: 11).

Cittaslow, yaşanılan kentin değerini bilerek ve koruyarak yaşamı daha anlamlı hale getirmeyi hedeflemektedir. Şu an Türkiye dahil 30 ülkede toplam 252 Cittaslow bulunmaktadır (https://cittaslowturkiye.org, 02.07.2019).

2.2. Cittaslow Kriterleri

Cittaslow Birliği nüfusu 50.000 altında olan şehirlerin üye olabildiği uluslararası bir birliktir. Bu birliğe üye olmak, birlik tarafından belirlenen kriterleri yerine getirmek

amacıyla proje geliştirmek ve uygulamayı gerektirmektedir. Bu kriterler çerçevesinde puanlandırılan şehirler 50 ve üzerinde puan aldıkları takdirde üyelik hakkı kazanırlar. 1999 yılında belirlenen, daha sonrasında birliğin Avrupa dışına çıkıp dünyaya yayılmasıyla evrenselleşen kriterler ilk aşamada bir senelik deneme süresine tabi tutulmaktadır (www.cittaslowturkiye.org, 28.06.2019).

Yenilenme sürecinde perspektif ve zorunlu kriterlere yer verilmiştir. Zorunlu kriterler, o konuda yapılan çalışmanın zorunlu olduğu kriterlerdir ve kriter listesinde bir asteriks (*) olarak gösterilirler. Perspektif kriterler ise geleceğe yönelik benimsenen kriterlerdir ve iki asteriks (**) ile gösterilirler. Asteriks yıldızlandırma, ülke şartları doğrultusunda zorunlu olabilecek kriterler anlamına gelmektedir. Perspektif kriterler gerçekleştikleri takdirde yer aldıkları kriter başlığında %15 puan artışına neden olur. Projelerin puanlanmasında projenin başlama zamanı ve başarısı dikkate alınmaktadır. Word formatında hazırlanan başvuru dosyalarında faaliyetler belgelenmeli ve kriterlere uygun gerçekleştirilen etkinliklerin fotoğrafları kullanılmalıdır. Ayrıca belediyenin bu konudaki yazışmaları, kararları, alınan ve düzenlenen raporlar uydukları kriterin numarası belirtilecek şekilde ek dosya olarak sunulmalıdır. 1999'da oluşturulan kriterler, bu kavramın Avrupa dışına çıkıp yayılmasıyla birlikte zamanla evrenselleşmeye başlamıştır. Kriterlere uyum gösterip başvuru yapan şehirler ilk başta bir sene deneme sürecine tabi tutulmaktadır Kriterler puanlandırılırken yapılan çalışmaların seviyesi de dikkate alınır. Yeni kriter sistemine göre şehirler, ülke şartları doğrultusunda bulunduğu kriter başlığının puan değerinin %20'sini geçmeyecek oranda ulusal kriter ekleyebilmektedir. Türkiye'de henüz bu konuda bir çalışma yapılmamıştır (www.cittaslowturkiye.org, 28.06.2019).

Sakin Şehirlerin birçoğu birbirinden farklı özelliklere sahip olduğundan Sakin Şehir olma şartları genel kavramlardan oluşur. Sakin Şehirlerin her biri kendi şartları dahilinde strateji ve proje geliştirmektedir (Knox ve Mayer, 2009: 11).

Sakin Şehir başvuru sürecinde her ülke kendi koordinatörlüğünü yürütür. Öncelikle aday olacak şehir, Uluslararası Yavaş Şehir Birliğine bir niyet mektubu gönderir. Mektubun içeriğinde şehrin nüfusu, tarihi ve coğrafi yapısı gibi bilgilerin yanında uyduğu kriterler ve yürüttüğü projelerden de söz edilir. Değerlendirilen başvuru kabul edildiği takdirde adaylık süreci başlamış olur. Bu süreçte yerel halkı bilinçlendirecek toplantılar ile Sakin Şehir felsefesi anlatılır. Toplantılar zorunlu olmasa da süreci kolaylaştırmak açısından önemli olduğu görülmüştür. Daha sonra aday olan şehir, kriterler hakkında

yaptığı çalışmaları belgeleyen bir dosya hazırlar. İngilizce ve kendi dilinde hazırladığı dosyayı en yakın Slow Food merkezinden aldığı destek mektubu ile birlikte bölgesindeki Yavaş Şehir koordinatörlüğüne teslim eder. Dosya koordinatörlük tarafından tekrar değerlendirilip puanlandıktan sonra geçerli puanı alırsa genel merkeze ulaştırılır. Genel merkez tarafından da onaylandığı takdirde aday şehir, düzenlenen ilk uluslararası toplantıda birlik üyesi olarak ilan edilir (cittaslowturkiye.org, 28.06.2019).

Cittaslow'a katılmak için başvuru yapan şehirler birçok kriteri yerine getirmek zorundadır. Cittaslow kriterlerine göre Göçeada ve Seferihisar bu kriterlerden bazılarını yerine getirmiştir. Örneğin; Gökçeada'da gerçekleştirilen eko gastronomik kongreler ile toplumu turizme ve Cittaslow'a karşı bilgilendirme çalışmaları yapılmıştır. Bu çerçevede Gökçeada da söz konusu politika kriterleri uygulanmıştır. Seferihisar' da ise daha çok sosyal aktivite ve yapılaşma ile ilgili kriterler uygulanmıştır. İki kentin kriterlerinin kıyaslaması konusunda Gökçeada ve Seferihisar hangi kriterleri aldığı ile ilgili belediyelerden herhangi bilgi alınamamıştır. İfade edilen kriterler aşağıda verilmiştir.

Bu kriterler 7 başlık altında toplanır (www.cittaslowturkiye.org, 28.06.2019).

2.2.1. Çevre Politikaları

Cittaslow hareketinin çevre politikaları ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Hava temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi,

- Su temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi,

- Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalamayla karşılaştırılması,

- Kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması,

- Endüstriyel ve evsel kompostlamanın desteklenmesi,

- Kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması,

- Binalarda ve kamu kullanım alanlarında enerji tasarrufu,

- Kamunun yenilebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi,

- Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün azaltılması,

- Kamusal ışık kirliliğinin azaltılması,

- Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi,

- Biyoçeşitliliğin korunması.

2.2.2. Altyapı Politikaları

Cittaslow hareketinin altyapı politikaları ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları,

- Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması,

- Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri,

- Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması (Elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdivenler vb.),

- Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması,

- Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler (Kent merkezlerinde ve/veya hastanelerde hamileler için özel park yeri ayrılması gibi),

- Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik,

- Kent merkezlerinde malların sürdürülebilir dağıtımı (Tarihi kent merkezlerinde mal dağıtımı için havayı kirleten araçlar yerine elektrikli veya motorsuz taşıtlar gibi kirliliğe neden olmayan taşıtların tercih edilmesi),

- Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı.

2.2.3. Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları

Cittaslow hareketinin kentsel yaşam kalitesi politikaları ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Kentin direnci için planlama,

- Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezlerinin ve kamu binalarının değerlerinin arttırılması için programlar (Sokak mobilyaları, turizm levhaları, kentsel peyzaj ve korunması),

- Verimli bitkiler ve meyve ağaçları kullanılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi ve/veya oluşturulması,

- Kentsel yaşanabilirliğin arttırılması (Kentin daha yaşanabilir olması için çalışmalar yapmak. Örnek olarak işe gidiş ve çıkış saatlerinde oluşan trafik sıkışıklığını azaltmak için okulların veya kamu kurumlarının mesai saatlerini kaydırmak. İş yerlerinde kreş açılmasını teşvik etmek de örnek verilebilir.),

- Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılması,

- Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması,

- Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması (Biyomimari vb.),

- Kentin internet ağına sahip olması, (Fiber optik, kablosuz sistemler),

- Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması (Gürültü, elektrik sistemleri vb.),

- Tele çalışmanın geliştirilmesi (Bilgisayar bağlantısıyla evden çalışma),

- Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki (Pasif ev vb.),

- Sosyal altyapıyı desteklemek,

- Kamusal sürdürülebilir kentsel planlamanın teşviki (Pasif ev vb.),

- Kent içindeki kullanışlı yeşil alanların verimli bitkiler ile değerlendirilmesi,

- Yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanların yaratılması,

- Atölyelerin korunması ve değerlerinin arttırılması – doğal/yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması (Tarihi kent merkezlerinde yer alan geleneksel kasap, fırın, bakkal vb. dükkanların desteklenmesi),

- Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı (Metre küp olarak).

2.2.4. Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar

Cittaslow hareketinin tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara yönelik politikaları ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Agroekolojinin geliştirilmesi (Yerel ürünlerin sertifikalandırılması, kültür müzeleri kurulması),

- El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin korunması,

- Geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin arttırılması,

- Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini arttırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak (Bölgedeki halkının hizmetlere ulaşımını arttırmak),

- Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb.) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılması (Mümkünse yerel organik ürünlerin kullanılması.),

- Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve mümkünse organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi,

- Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin arttırılması,

- Otel kapasitelerin arttırılması (Yatak sayısının nüfusa yıllık oranının değerlendirilmesi),

- Tarımda GDO kullanımının yasaklanması,

- Önceden tarım için kullanılmış alanların kullanımı hakkındaki imar planları için yeni fikirlerin varlığı,

2.2.5. Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar

Cittaslow hareketinin misafirperverlik, farkındalık ve eğitime yönelik planları ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- İyi karşılama (Kenti ziyaret edenlere yönelik çalışacak bir karşılama/tanıtım görevlisinin belirlenmesi, görevlendirilmiş kişilerin eğitimi, yönlendirme levhaları, ziyaretçilere uygun altyapı olanakları ve tanıtım ofisleri gibi bu alanda çalışan noktaların mesai saatlerinin düzenlenmesi),

- Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak (Fiyatların ve tarifelerin açık bir şekilde sergilenmesi),

- Yavaş güzergahların mevcut olması (Basılı olarak veya internet sayfasında ve web üzerinde),

- Önemli yönetimsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi,

- Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi,

- Sağlık eğitimleri (Obezite, diyabet vb. sorunlara yönelik çalışmalar),

- Yöre halkına Cittaslow'un anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek,

- Cittaslow üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı,

- Cittaslow kampanyalarının desteklenmesi,

- Cittaslow logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı.

2.2.6. Sosyal Uyum

Cittaslow hareketinin sosyal uyum ile ilgili belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Azınlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar,

- Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşaması (Azınlıkların veya farklı etnisiteye sahip kesimlerin yaşadıkları mahallelerde yaşayan insanların yerleşim yoğunluğu değerlendiriliyor. Örneğin şehrin "normal" bir mahallesinde kilometrekare başına 100 kişi düşerken şehrin "etnik" mahallesinde 300 kişi düşmesi, yerel yönetimin entegrasyon konusunda başarısız olduğu anlamına geliyor ve aday kentin bu kriterden düşük puan almasına neden oluyor.),

- Engelli kişilerin entegrasyonu,

- Çocuk bakımının desteklenmesi,

- Genç neslin istihdam durumu,

- Yoksulluk,

- Toplumsal ortaklıklar/sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti,

- Farklı kültürlerin entegrasyonu,

- Politikaya katılım,

- Belediyenin kamu konut yatırımı,

- Gençlik faaliyetlerinin yürütüldüğü alanların ve bir gençlik merkezinin mevcudiyeti.

2.2.7. Ortaklıklar

Cittaslow hareketinin altyapı ortaklıklar hakkında belirlediği kriterler vardır. Bu kriterler aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Slowfood aktiviteleri ve kampanyaları için destek,

- Doğal ve geleneksel yiyecekleri Slowfood veya diğer kurumlar ile desteklemek,

- Eşleştirme projelerini desteklemek ve gelişmekte olan ülkelerin Cittaslow ve Slowfood felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak.

2.3. Cittaslow, Turizm ve Yerel Halk İlişkisinin Önemi

Birliğe üye kentlerin sakin şehre bakış açıları farklı olsa da geneli yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla bu oluşuma dahil olmuşlardır. Sakin şehir hareketi yerel halkın yaşam kalitesini arttıracak altyapı, ulaşım, çevre ve iletişim gibi konularda çalışmalar yapmaktadır (Keskin, 2010: 52-54). Bu hareket çevreyi, doğayı ve kültürü koruyarak günlük yaşamdaki konforu arttırmayı amaçlar. Sakin şehirler, teknolojinin sadece hayatı kolaylaştırmak ve kaliteli hale getirmek amaçlı kullanıldığı, korumayı ve üretimin teşvik edildiği şehirlerdir (Mayer ve Knox, 2007: 37).

Sakin şehirler gürültü ve trafiği az olan, daha az kalabalık şehirlerdir (Doğutürk, 2010: 4). Sakin şehir hareketi, şehrin kendine has özelliklerine zarar vermeden şehir yaşamını iyileştirmeyi böylece yerel halkın keyif alabilecekleri bir fiziksel çevre oluşturmayı hedeflemektedir. Bunun için şehrin güçlü yanları belirlenmelidir. Kaynakların korunması, fiziksel ve sosyal çevreye yönelik iyileştirmeler, yöresel kültüre sahip çıkılması, araç kullanımı yerine bisiklet ya da yürüyüşün teşvik edilmesi bu şehirlerde yapılabilecek çalışmalardandır (Radstrom, 2011: 94-96).

Sakin şehir hareketinin amaçlarından biri de ekonomik kaynakları korumaktır. Yerel halkın duyarlı ve sosyal olması için çaba gösterilir (Ergüven, 2011: 207). Yaşanılan yerin kalitesi o ortamda yaşayan inanların yaşam standartlarını doğrudan etkilemektedir. Yaşam kalitesinin yükselmesi için yaşanacak ortamın ve çevrenin kalitesini yükseltmek gerekir. Bireysel yaşam kalitesi ne kadar yüksek olursa olsun kentsel sorunlar bireylerin yaşam kalitelerini etkiler (Çolakoğlu, 2005: 11).

Cittaslow hareketine üye olan şehirler adaylık sürecinden itibaren ziyaretçi ve turistlerin ilgisini çekmeye başlamaktadır. Yurtiçi ve uluslararası basın kaynakları ve sosyal medya üzerinden tanınırlığı artan şehrin turizmi de gelişim göstermektedir (Burkut, 2017: 11).

2.4. Türkiye'de Cittaslow

Türkiye'deki sakin şehirler ülkenin her yanında görülebilmektedir. Türkiye'nin doğusunda, batısında, kuzeyinde ve güneyinde sakin şehir organizasyonuna katılmış kentlerimiz bulunmaktadır. Adaylık sürecinde olan veya aday olmayı düşünen, başvuruda bulunan şehirlerimiz mevcuttur. Şu an için Türkiye'de; Seferihisar, Akyaka, Gökçeada, Halfeti, Taraklı, Vize, Yalvaç, Yenipazar, Perşembe, Şavşat, Uzundere, Eğirdir, Gerze, Göynük, Mudurnu, Köyceğiz ve Ahlat olmak üzere 17 tane sakin şehir vardır. Bunlarla ilgili açıklamalar aşağıda verilmiştir(www.cittaslowturkiye.org, 24.06.2019).

Seferihisar: Seferihisar Cittaslow hareketine 2009 yılında katılarak Türkiye'nin ilk Cittaslow'u olmuştur. Belediyenin sakin şehir hareketinin felsefesini benimsemesi ve bu alanda çalışmalar yapması Seferihisar'ı sakin şehir alanında örnek haline getirmiştir. Peyzajda yöresel aromatik bitkilerin kullanılması, güneş enerjili sokak aydınlatma elemanları, karbon salınımının hesaplanması, kompost tesisi ve güneş enerji santrali yapımı gibi projeler Seferihisar'ın projeleri arasındadır. Yerel yemeklerin ve yerli tohumların korunması, organik tarımın desteklenmesi, üreticinin ürünlerini aracısız satabilmesi için pazarlar kurulması, Teos bölgesinde kazıların başlaması, Sığacık kalesi çevresindeki sokak düzenlemeleri yerel halkın farkındalığını arttırarak aynı zamanda da Seferihisar'a olan ulusal ve uluslararası ilgiyi arttırmaktadır.

Gökçeada: Türkiye'nin en batısında yer alan ve en büyük adası olan Gökçeada, nostaljik ve doğal dokusu, organik ürünleri ve alternatif spor olanakları ile son yıllarda önemli bir turizm merkezine dönüşmüştür. Organik tarım ve tarım turizmi ile ziyaretçilere farklı bir ortam sunan Gökçeada 2011'in Haziran ayında dünyanın ilk ve tek sakin adası olarak Cittaslow'a katılmıştır. Sörf sporuna uygunluğu ile uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmıştır. Gökçeada kültürel dokusu ve bozulmamış doğasının yanı sıra İstanbul, İzmir gibi büyük şehirlere yakınlığı nedeniyle de ilgi odağı olmuştur.

Akyaka: Akyaka doğal güzellikleri, tarihi dokusu ve deniz havası ile dikkat çekmektedir. Kendine has mimarisi ve bahçeli evleri Akyaka'nın ayırt edici

yanlarındandır. Temizliği ve su altı bitki örtüsü ile Azmak ırmağı kenarındaki restoranlar ziyaretçilerin ilgisini çeken bir başka öğedir. Gökova sazlıklarına gelen çeşitli kuş türleri kuş gözlemciliğine ilgisi olanların bu bölgeye büyük ilgi göstermesine neden olmaktadır. Akyaka, temiz sahili ve sığlığı iki yüz metreleri bulan denizi ile deniz turizmine de uygunluk göstermektedir. Akyaka, ziyaretçilerine doğa yürüyüşleri, su sporları, tırmanışlar, kano, yamaç paraşütü gibi çeşitli etkinlik imkanları da sunmaktadır. Bisiklet gezileri ve tekne turları da yöredeki yerel kültürü ve tarihi dokuyu keşfetmek isteyenler için ideal aktivitelerdir.

Halfeti: Halfeti birçok medeniyete ev sahipliği yapmış sakin ve küçük bir ilçedir. 2000'de yapılan Birecik Barajı sonucunda ilçenin büyük bir kısmı sular altında kalmıştır. Ziyaretçiler genellikle Fırat nehri üzerinde tekne ile Çekem Mahallesi, Beresül (Savaşan) köyü ve Rumkaleyi (Aziz Nerses kilisesi, Barşavma Manastırı, su sarnıçları ve su kuyuları) kapayan bir tur yaparlar. Bu turda su altında kalan evler, ağaçlar, camiler, mağaralar (kız mağarası), çay bahçeleri ve mağara kafeler de görülmektedir. Bunun dışında doğa yürüyüş parkurları dağ bisiklet parkurları, kanyonlar, kuş çeşitliliği, endemik bitkiler (siyahgül), endemik böcekler ve Fırat nehri üzerindeki yüzer restoran yörenin ayırt edici özelliklerindendir. Yörenin engin yerel mutfağı ve açılan kurslarla zenginleştirilen el sanatları ziyaretçilerin ilgi odağı halindedir.

Perşembe: Perşembe doğal liman konumunda, bakir koylarla çevrili, yeşilin her tonuyla örtülmüş bir Karadeniz ilçesidir. Etiler, Miletliler, Kimriler, İskitler, Persler, Kalipler, Tiborenler, Mosinoikler, Makronlar, Frigler, Amazonlar, Pontuslar'a ev sahipliği yapan Karadeniz'in, Perşembe kasabası 19. yüzyılda kurulmuştur. Yörede yerleşimin 2500 yıl önce başladığı bilinmektedir.

Şavşat: Türkiye'nin kuzeydoğusunda yer alan Şavşat, tarihi dokusuyla, geleneksel mimarisiyle, el sanatlarıyla, coğrafyasıyla, sessizliği ve samimi insanlarıyla huzur veren bir yer olarak bilinmektedir. Ortaçağda "Şavşeti" olarak anılan yöre, Gürcücede 'Siyah Yer' anlamına gelmektedir

Taraklı: Taraklı, bir yıl içinde dört mevsim yaşanan ve bitki örtüsü orman olan bir ilçedir. Marmara bölgesinde yer almasına rağmen karasal iklim görülen ilçede dağlar ve dağ eteklerindeki fundalıklar doğal açıdan zenginlik göstergesidir. Hisartepe'de bulunan iki sarnıcın M.Ö. l000 ile M.Ö. 2000 tarihleri arasına ait olduğu söylenmektedir.

Uzundere: Türkiye'nin en yüksek şelalesi olan Tortum şelalesi, yelken, rafting ve kano gibi su sporlarının yapıldığı Tortum gölü ve çayı, Öşk Manastırı gibi değerlere sahip olan Uzundere ilçesi Türkiye'nin 11. Cittaslow kentidir. Dünyanın en zengin biyolojik çeşitlilik bölgelerinden olan Kafkasya Ekolojik Bölgesi'nin batısındaki Çoruh Vadisi'nde yer alan Uzundere birçok endemik bitki, memeli, kuş ve kelebek cinsine ev sahipliği yapmaktadır.

Vize: UNESCO mirasına girmiş ve diğeri de girmeye hazırlanan iki eski başkentin İstanbul ve Edirne'nin arasında bulunmaktadır. Vize; tarihi kültürü ve doğasıyla henüz keşfedilmemiş sakin bir ilçedir. İlçe Bizans döneminden itibaren bir yönetim ve kültür merkezidir. Oldukça zengin bir tarihi mirasa sahip olan Vize'nin tarihi M.Ö 4000 yıllarına dayanmaktadır.

Yalvaç: Akdeniz Bölgesinde olmasına rağmen yüksekte yer alması nedeniyle karasal iklimin görüldüğü Yalvaç, antik dönemin önemli merkezlerinden olan ve bölgeye başkentlik yapmış Antiokheia antik kentiyle yan yanadır Anadolu'nun bir zamanlar en işlek coğrafyasında bulunan Yalvaç, birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır.

Yenipazar: Büyük Menderes Havzasının orta bölümünde, kuzeye doğru ormanlarla kaplı Madran Baba dağının eteğinde yer alan Yenipazar'ın tarihi M.Ö. 2000'li yıllara dayanmaktadır. 17. yüzyıl sonunda Cihanoğulları adında bir aşiret beyi, etrafında toplananlarla bu bölgede bir yerleşim kurmuştur. Bu yer, haftada bir gün kurulan pazar ile bir ticaret yeri olmuştur. Çevrede yaşayan halk için ürünlerini satabilecekleri yeni bir pazar yeri haline gelen ilçenin adı bu nedenle "Yenipazar" olarak kalmıştır.

Eğirdir: Isparta'ya bağlı olan Eğirdir gün içinde renk değiştiren Eğirdir Gölü, Komando okulu, Can Adası, Sığla Ormanları ve sadece Eğirdir'de görülebilen Apollon kelebeği ile kendine has özellikleri olan bir ilçedir. Tarihi ve doğal zenginlikler bakımından ilgi çekici olan Eğirdir'de aynı zamanda hem Akdeniz ve İç Anadolu iklimleri görülmektedir. Tarihinin Lidyalılara dayandığı düşünülmektedir.

Gerze: Sinop'un ilçesi olan Gerze denizi, koyları ve yeşil doğasıyla şehirden uzak ve huzurlu bir kasaba olarak 2017'de Türkiye sakin şehirleri arasına girmiştir. Tarihi M.Ö. 1400'lere dayanan Gerze üretici pazarları, yöresel yemekleri, ahşap ve çini üzerine el sanatları ile ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir.

Göynük: Bolu'nun ilçesi olan Göynük kültürel özellikleri, tarihi yapısı, doğal güzellikleri ve geleneksel değerlere uygun yaşantısı ile dikkat çekmektedir. Tarihi M.Ö. 1200'lere dayanan Göynük'ün İstanbul, Ankara gibi büyük şehirlere yakın olmasına rağmen genel dokusunu Osmanlı'dan bu güne kadar koruduğu görülmektedir.

Mudurnu: Bursa'nın ilçesi olan Mudurnu birçok medeniyetin ilk yerleşim yeri olarak bilinmektedir. İsmini Tekfurlar tarafından yönetilirken Bursa tekfurunun Matarnı isimli kızına yaptırılan kaleden aldığı düşünülmektedir. Mudurnu, Sülüklügöl, Mudurnu evleri, Yıldırım Bayezit Camii ve Kanuni Sultan Süleyman Camii gibi bir çok doğal ve tarihi cazibe unsuruna sahiptir.

Köyceğiz: Muğla iline bağlı olan Köyceğiz Türkiye'de Rize'den sonra en çok yağmur alan yer olarak bilinmektedir. Bu sebeple tarımın çok gelişmiş olduğu Köyceğiz'de hayvancılık da önemli geçim kaynaklarından biridir. M.Ö. 3400'lere dayanan tarihi sayesinde birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan ilçe, mimarisi, doğal güzellikleri ve tarihi kalıntılarıyla ziyaretçi çekmektedir (https://gezimanya.com/koycegiz , 02.07.2019).

Ahlat: Bitlis'in ilçesi olan Ahlat Van gölünün kıyısındadır. Su sporlarının yaygın olduğu bölgede yaz aylarında göl yüzmek için de kullanılmaktadır. Selçuklu döneminden kalma bir çok esere ev sahipliği yapan Ahlat'ın tarihi M.Ö. 2000'lere dayanmaktadır (https://gezimanya.com/turkiye/ahlat, 02.07.2019)

2.5. Konu ile İlgili Yapılmış Araştırmalar

Songül Öztürk (2012), 15 Seferihisar sakini ile yaptığı araştırmada sakin şehir hareketinin, Seferihisar'a pahalılık getirdiği sonucuna ulaşmıştır. Halkın geneli bunu doğrularken emlakçılar da emlak fiyatlarının %30 civarında arttığını belirtmişler. Kentin kazandığı popülarite sadece emlak fiyatlarında değil tüketim mallarında da fiyat artışına neden olmuştur. Bu durum da tüketiciyi olumsuz etkilemiştir (Öztürk, 2012: 168).

Coşar (2012), Seferihisar halkı, işletme sahipleri, yerli turistler ve belediye başkanı ile görüşmeler yapmıştır. Görüşmeler sonucunda, sakin şehir olduktan sonra çevreye ve altyapıya önem verildiği, halkın üretime teşvik edildiği, sosyal etkinliklerin arttığı, yeni işletmelerin açıldığı ve istihdamın arttığı bu sebeplerden dolayı da yaşam kalitesinde artış olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmada, ilçenin tanınması ile gelen nüfus artışı, kalabalık, gürültü, trafik, fazla yapılaşma, emlak fiyatlarında artış ve hayat pahalılığı gibi olumsuz sonuçlar da ortaya çıkmıştır.

Çakıcı ve Yenipınar (2014), Seferihisar halkının Yavaş Şehir algısı ve bu durumun yaşam doyumlarına etkisini incelenmek istemiştir. Çalışmada kullanılan anketler sonucunda, Seferihisar halkının turizmi olumlu yönde algıladıkları ve Yavaş Şehir olduktan sonra yerel halkın yaşam doyumunda olumlu yönde gelişme olduğu görülmüştür. Çalışmaya göre Yavaş Şehir hareketi, istihdam, kamu hizmetleri, yaşam standartları ve yerel ekonomiye olumlu etki etmektedir. Ayrıca doğanın ve doğal kaynakların korunması ve bilinci, çevre kirliliğinin azalması gibi yaşam doyumunu etkileyen konularda da fayda sağlamaktadır. Bölgeye ziyaretler arttıkça meydana gelecek fiyat artışları ve betonarme yapılaşma Sakin Şehir felsefesine ters düşecektir. Bu nedenle yerel mimariye uygun tesisler yapılmalıdır. Yerel ürünler modern şekillerde sunulmalı, geleneksel kafe ve restoranlar desteklenmelidir. Bölgeye ait kültürel değerler turizme kazandırılmalı ve halk bu konuda bilgilendirilmelidir.

Kazancıoğlu ve Dirsehan (2016)'da yaptıkları çalışmada Seferihisar belediye başkanıyla görüşme yaparak sakin şehirlerin ortaya çıkardığı girişimler ve girişimciler hakkında bilgi edinmeyi amaçlamışlardır. Bu çalışma sakin şehirleri sosyal inovasyon yönünden inceleyen ilk çalışmadır. Görüşmeyi desteklemek için bölgede gözlem çalışmaları da yapılmıştır. Çalışmada Seferihisar Belediye Başkanı bir sosyal girişimci olarak görülmüştür. Onun liderliğinde zaman zaman halkın da fikirleri alınarak çeşitli projeler gerçekleştirilmiştir. Seferihisar Belediye Başkanı'yla yapılan görüşmeye göre Sakin Şehir bir ürün olarak ele alındığında yaşam eğrisi olarak da yorumlanabilmektedir. Belediye başkanı aklına gelen bu fikri öncelikle çevresiyle paylaşmış daha sonra da başvuruları yaparak üyelik sürecini başlatmıştır. Bu süreç ve ardından gelen üyelik şehre getiriler sağlamıştır ve çevresindeki yerleşim yerleriyle farklılaşmalara neden olmuştur. Çalışmaya göre, diğer sakin şehirler de sosyal inovasyon bakımından incelenerek aralarındaki farklılıklar ortaya çıkarılabilir. Ayrıca anket ve çalışmalar yapılarak yerel halkın "sakin şehir" hareketine bakış açıları değerlendirilebilir.

Sarıbaş ve ark., (2016) yaptıkları çalışmada sakin şehirlerde yaşayan "Z Kuşağı" olarak adlandırılan gençlerin sürdürülebilir çevre algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Çalışmada yöre gençlerinin sürdürülebilir doğa, çevre koruması ve planlama gibi kavramlar hakkındaki farkındalıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada belediyenin ve bölgede bulunan bazı sivil toplum örgütlerinin gençleri bilinçlendirmeye çalıştığı görülmüştür. Yeni neslin bilinçlenmesi, eğitilmesi ve kültürel mirasa sahip

çıkması için etkinlik ve festivallere onların katılımını sağlamak önemlidir. Bu çalışmaya göre, yöneticiler tarafından gençlerin ve yerel halkın çevre ve sürdürülebilirliğe ilgilerini arttıracak eğitici projeler yapılmalıdır.

Gökaliler (2017) 'in yaptığı çalışmaya göre; Seferihisar, konum ve kültürel yapısı ile sakin şehir ünvanını başarıyla taşımaktadır. Yerel yemekler ve yerel üretimin desteklenmesinin yanı sıra belediye de halkı bilinçlendirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Seferihisar'da Cittaslow felsefesinin getirdiği huzur ve sakinliğin başarıya ulaştığı görülmektedir. Seferihisar'da görülen, kendine özgü bir yaşam tarzı sunması, yerel halkın ihtiyaçlarını karşılaması, yerel halkın yaşam alanına yönelik çabalar şehri rakiplerinden farklı kılmaktadır. Yerel halkın da durumu benimsemesi Seferihisar'ın bu anlamda markalaştığını göstermektedir. Araştırmada yerel halkın, kendi yaşam tarzlarını gelen yerli ziyaretçilere de yansıttıkları görülmüştür. Seferihisar sadece turistik bir yer değil yaşanılan, doğal bir yer olarak da görülmektedir. Cittaslow hareketi, Seferihisar'ın rakiplerinden farklılaşmasına ve yerel halkın yaşam kalitesinde artışa neden olmuştur.

Bucak ve Turan (2016) yaptıkları "Bölge Turizmine Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği" isimli çalışmada yüz yüze görüşme tekniğiyle Yavaş Yemek akımından sonra Gökçeada'da meydana gelen değişiklikler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri, turizm çeşitliliği, ulaşım, tanıtım ve ziyaretçi sayıları göz önünde bulundurulmuştur. Gökçeada halkının Yavaş Yemek kavramı hakkında yeterince bilgili olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan görüşmelerin sonucunda 2006-2015 yılları arasında işletme sayılarında artış olduğu, pansiyon ve butik otellerin arttığı ve yöresel yemek yapan işletmelerin açıldığı görülmüştür. 2010 yılında hizmete başlayan Gökçeada Havalimanı ile de ziyaretçi sayısında artış meydana geldiği söylenmiş ve bu artış Yavaş Yemek hareketi ile ilişkilendirilmiştir. Gökçeada Belediyesinin ve bölgedeki Sivil Toplum kuruluşlarının yavaş yemek hareketini tanıtmak için çalışmalar yaptığı görülmektedir. Ada'da yapılan gastronomi kongrelerinin de Ada'ya ziyaretçi çektiği düşünülmektedir.

Dündar ve Sert (2018), çalışmalarında yerel halkın cittaslow algısı: Seferihisar'ı ele almışlardır. Çalışma sonucunda, Seferihisar'da yaşayan yerel halkın sakin şehir olgusuna ilişkin algısı incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizi içerik analizi ile yapılmıştır. Yerel halk, genel olarak, şehrin sakin şehir olmasından memnun olduklarını, sakin şehir olduktan sonra şehirde

ekonominin canlandığını, ziyaret artışı ile birlikte turizmin geliştiğini, şehrin çevresel ve sosyokültürel olarak geliştiğini ve şehrin tanınırlığının arttığını dile getirmişlerdir. Bununla birlikte, yerel halk, sakin şehir ile birlikte şehirde trafik sıkışıklığı, aşırı ve çarpık kentleşme, gürültü, bölgesel enflasyon, kalabalıklaşma ve çevre kirliliği sorunlarının ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Yerel halkın daha çok sakin şehrin ekonomik sonuçlarına odaklanarak memnuniyetlerini dile getirdikleri tespit edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sakin (Yavaş) Şehirler (Cittaslow), hızlı yaşam alışkanlıklarının neden olduğu yok olma ve bozulmalara karşı, bir koruma şeklinde meydana gelmiştir. Tarihi, kültürel ve doğal mirasa saygılı; küçük fakat hayat kalitesi fazla olan kentler, Cittaslow (Sakin Şehir) hareketinin temel hedefini ifade etmektedir. "Sakin Şehir Hareketi", İtalya'da başlamış 10 yıl içerisinde farklı bir şehir ve yaşam modeli meydana getirmiştir. En önemli amacı yerel toplumun ve ziyaretçilerinin yaşam kalitesini arttırmak olan hareket, kısa bir süre içerisinde uluslararası bir ağ halini almıştır. Yapılan bu araştırmada, turizm kavramı ve genel hatları, güncel bir konu olan yerel halkın Cittaslow algısı üzerinde durularak Gökçeada ve Seferihisar karşılaştırması yapılmıştır. Çalışmanın amacı, hızla gelişmekte olan turizm sektöründeki çalışmalara ek olarak Cittaslow algısı kavramına açıklık getirmek, iki merkezi karşılaştırarak nicel veriler ile yerel halkın algı oranını belirlemektir. Çalışma iki merkezin karşılaştırılması bakımından özgündür. Bu açıdan literatüre katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmanın önemi Cittaslow turizm algısı konusunda literatürde bilgi vermek ve Gökçeada ve Seferihisar kentlerini yaş, cinsiyet, medeni durum, ikamet, gelir durumu verilerine göre karşılaştırıp ortak bir çıkarım yapmaktır.

3.2. Hipotezler

Konu ile ilgili alan yazının ışığında şu hipotezler belirlenmiştir:

H_1: İkamet edilen yer açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{1a}: İkamet edilen yer açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{1b}: İkamet edilen yer açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{1c}: İkamet edilen yer açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_2: İkamet edilen yer açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_3: Cinsiyet açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Cinsiyet açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Cinsiyet açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Cinsiyet açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_4: Cinsiyet açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_5: Medeni durum açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{5a}: Medeni durum açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{5b}: Medeni durum açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{5c}: Medeni durum açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_6: Medeni durum açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_7: Yaş açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{7a}: Yaş açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{7b}: Yaş açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{7c}: Yaş açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_8: Yaş açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_9: Meslek açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{9a}: Meslek açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{9b}: Meslek açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{9c}: Meslek açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{10}: Meslek açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{11}: Gelir kaynağı açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{11a}: Gelir kaynağı açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{11b}: Gelir kaynağı açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{11c}: Gelir kaynağı açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{12}: Gelir kaynağı açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{13}: Turizmin etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H_{13a}: Turizmin sosyo-ekonomik etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

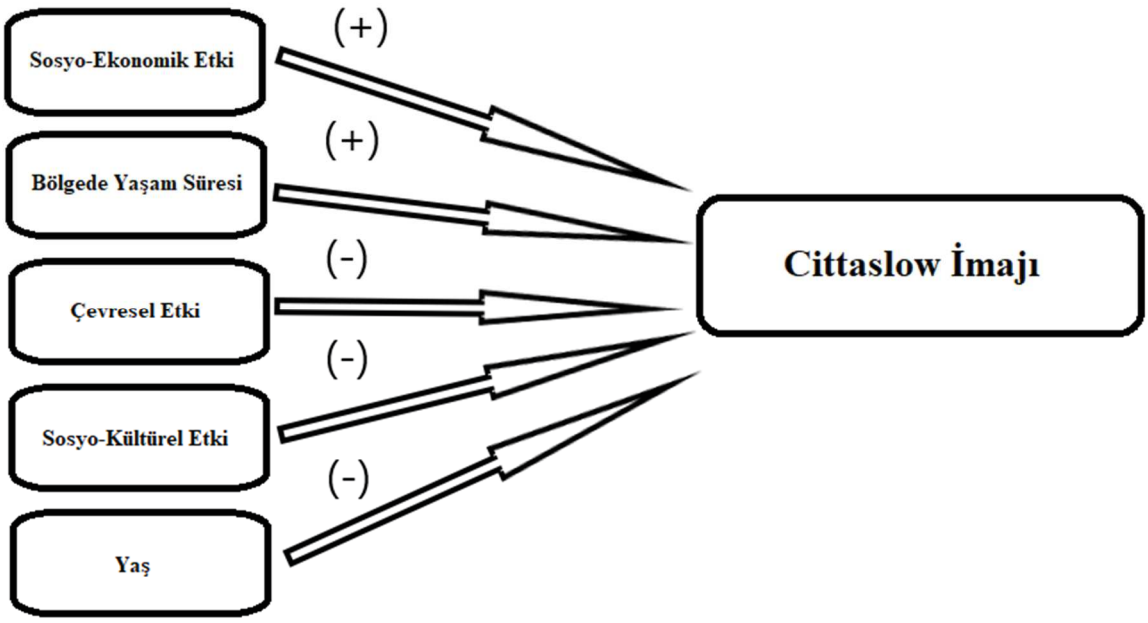
H_{13b}: Turizmin çevresel etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H_{13c}: Turizmin sosyo-kültürel etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H_{14}: Yaş değişkeni Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir.

H_{15}: Bölgede yaşam süresi Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir.

Hipotezlerden yola çıkarak oluşturulan araştırma modeli Şekil 3.1'de görülmektedir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni olarak Türkiye'deki iki Cittaslow şehri olan Gökçeada ve Seferihisar ilçeleri belirlenmiştir. Bu bağlamada araştırmanın evrenini Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) Adrese Dayalı Kayıt Sistemi 2016 yılı verilerine göre Çanakkale'nin Gökçeada ilçesinde yaşayan 8.776 kişi ile İzmir'in Seferihisar ilçesinde yaşayan 37.697 kişi olmak üzere toplam 46.473 bireyden oluşturmaktadır.

Araştırmada zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı örnekleme yöntemine gidilmiştir. Örneklem belirlenirken seçilme şanslarının eşit olması için basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle Haziran-Eylül 2017 tarihlerinde 251'i Gökçeada'da ve 203'ü Seferihisar'da olmak üzere toplam 454 katılımcıya ulaşılarak, kişilerle yüz yüze anket yapılmıştır. Güvenirlik açısından 100.000 kişinin üzerindeki evrenlerde 384 örneklemin yeterli olduğu ifade edilmektedir. Bu yüzden örneklemin %95 güvenirlik düzeyinde evreni temsil etme gücüne sahip olduğu ifade edilebilir.

3.4. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Düzenlenen anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri belirlemeye yönelik cinsiyet yaş gibi ifadeler yer almaktadır. İkinci kısımda ise daha önce Andarabi, Altunöz ve Hassan (2014)'ın "Cittaslow Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı: Seferihisar Örneği" çalışmasında kullandıkları yerel halkın turizm etkilerini değerlendirmelerine yönelik ölçek ve cittaslow imaj ölçeği bulunmaktadır. Andarabi, Altunöz ve Hassan (2014)'ın çalışmasında yerel halkın turizm etkilerine yönelik algı ölçeği 0,892 düzeyinde Cittaslow marka imajı ölçeği ise 0,926 düzeyinde güvenilir bulunmuştur. Ölçekler 5'li likert ölçeğine göre düzenlenmiştir (1=hiç katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5=tamamen katılıyorum).

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizi için SPSS 21 (Statistical Package for the Social Science) istatistik paket programından faydalanılmıştır. Araştırmaya katılan kişilere yönelik tanımlayıcı bilgiler yüzde ve frekans analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Ankete verilen cevaplara ilişkin dağılımlar, ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizleri, aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar verilmiştir. Bununla birlikte faktör analizi, karşılaştırma analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Verilerin analizine geçilmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Buna göre çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. West ve diğerleri (1995)'ne göre çarpıklık değeri için ±2 ve basıklık değeri için ±7 değerlerinin üstüne çıkıldığında normal dağılımdan çıkıldığını bildirmektedir. Buna göre gözlenen verilerin çarpıklık düzeyinin ±2 ve basıklık düzeyinin ±7 değeri arasında olduğu için normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir.

3.6. Bulgular

Bu bölümde araştırma hipotezlerinin test edilme süreci açıklanmıştır. İlk olarak araştırma katılımcılarının tanımlayıcı özellikleri incelenmiştir. Daha sonra ölçeklere ilişkin faktör analizleri, güvenirlik analizleri, fark testleri (bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi), korelasyon ve regresyon analizleri ile bulguları değerlendirilmiştir.

3.6.1. Katılımcılarının Tanımlayıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılanların yaklaşık olarak %56'sı erkeklerden %44'ü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılar arasında evli ve bekârların oranı yaklaşık olarak birbirine eşittir. Katılımcıların %38'i 25-34 yaş arasındayken yaklaşık % 26'sı 18-24 yaş arasındadır. Katılımcıların yaklaşık %21'nin aylık geliri 1000 TL'nin altında ve yaklaşık %20'sinin aylık geliri 1501-2000 TL arasındadır. Katılımcıların yaklaşık % 31'i esnaflardan meydana gelirken % 28'i özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun çalıştığı sektör turizm ile ilişkili değildir. Araştırmaya katılanların %55'i Gökçeada'da, kalan %45'i Seferihisar'da ikamet etmektedir. Bu kişilerden yaklaşık %29'u araştırmaya katıldıkları yerlerde 1-5 yıldan beri yaşarken, %27'si 6 ila 10 yıldan beri yaşamaktadır (Tablo 3.1).

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		Frekans	Yüzde	Değişkenler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	198	43,6	**Meslek**	Esnaf	139	30,6
	Erkek	256	56,4		Kamu Çalışanı	49	10,8
Medeni Durum	Evli	225	49,6		Özel Sektör Çalışanı	129	28,4
	Bekâr	229	50,4		Ev Hanımı	30	6,6
Yaş	18-24 Yaş	116	25,6		Emekli	31	6,8
	25-34 Yaş	173	38,1		Öğrenci	76	16,7
	35-44 Yaş	88	19,4	**Çalıştığınız Sektör**	Turizmle İlgili	72	15,9
	45-54 Yaş	47	10,4		Turizmle İlgili Değil	348	76,7
	55 Yaş ve Üstü	30	6,6		Gelirimin Bir Kısmı Turizmden	34	7,5
Aylık Gelir	1000 TL Altı	96	21,1	**İkamet Edilen Yer**	Gökçeada	251	55,3
	1000-1500 TL	35	7,7		Seferihisar	203	44,7
	1501-2000 TL	92	20,3	**Kaç Yıldır Yaşanıyor**	1-5 Yıl	130	28,6
	2001-2500 TL	70	15,4		6-10 Yıl	122	26,9
	2501-3000 TL	67	14,8		11-15 Yıl	58	12,8
	3001-4000 TL	59	13,0		16-20 Yıl	66	14,5
	4000 TL Üstü	35	7,7		21-25 Yıl	32	7,0
Toplam		***454***	***100,0***		25 Yıl Üstü	46	10,1

3.6.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Hipotezlerin test edilmesinden önce ölçeklerin geçerliliğine yönelik açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Buna göre öncelikle turizmin etkileri ölçeğinin KMO ve Barlett küresellik testi değerlerine bakılmıştır. KMO ve Barlett küresellik testi değerleri istatistiki olarak anlamlı bulunması durumunda verilerin faktör analizi için uygun olduğu kabul edilmektedir.

KMO değerleri 0,5 ve 1 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilebilir. Turizmin etkileri ölçeği için KMO değeri 0,884 olarak bulunmuştur. Barlett küresellik testi sonucu 6841,5 olarak 0,001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlara göre verilerin faktör analizi için yeterli büyüklükte ve uygun olduğu söylenebilir.

Yapılan ilk faktör analizi sonuçlarına göre ortak varyans değerleri 0,5 altında olan üç ifade (ifade8, ifade9, ifade18) ölçekten çıkartılmıştır. Faktör yükü 0,5'in altında olan iki ifade (ifade17, ifade19) ölçekten çıkartılmıştır. Kalan 21 ifade ile yapılan turizmin etkileri ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 2'de görülmektedir. Tabloya göre turizmin etkileri ölçeği çevresel etki, sosyo-ekonomik etki ve sosyo-kültürel etki olmak üzere 3 boyuta ayrılmıştır. Faktör analizi sonucuna göre faktörler toplam varyansın %68'ini açıklamaktadır.

Tablo 3.2. Turizmin Etkilerine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

İfade No		1	2	3
ÇEVRESEL ETKİ ® ($\bar{x}$=2,57; s.s.=0,985)				
21	Parklar, sahiller ve piknik yerlerinin kirliliğine sebep olmaktadır.	,906		
23	Bölgede ses kirliliğine neden olmaktadır.	,892		
20	Çevre ve doğanın kirlenmesine neden olmaktadır.	,891		
24	Kentsel dokunun bozulmasına sebep olmaktadır	,859		
22	Bölgede trafik sıkışıklığına sebep olmaktadır.	,837		
25	Bölgede çevreye zararlı ticari ve sanayi faaliyetlerine neden olmaktadır.	,759		
3	Ticari ahlâkın bozulmasına yol açmaktadır.	,756		
7	Aile yapısında manevi değerlere verilen önemi azaltmaktadır	,734		
6	Gelenek ve göreneklerin bozulmasına sebep olmaktadır.	,729		
SOSYO-EKONOMİK ETKİ ($\bar{x}$=3,92; s.s.=0,672)				
13	Halkın yaşam kalitesinin yükselmesine katkı sağlamaktadır.		,800	
12	Önemli bir gelir kaynağıdır.		,800	
10	Yeni iş sahaları ve istihdam sağlamaktadır.		,779	
11	Kadınlara ekonomik destek sağlamaktadır.		,770	
15	Bölgede alt yapı standartlarının yükselmesine sebep olmaktadır.		,700	
16	Yerel halkın bölgeye daha fazla yatırım yapmasına sebep olmaktadır.		,664	
14	Bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.		,640	
SOSYO-KÜLTÜREL ETKİ ® ($\bar{x}$=3,19; s.s.=0,985)				
1	Yöredeki geleneksel yeme-içme alışkanlıklarını değiştirmektedir.			,875
2	Restoranlarda yöresel yemekler yerine, turistlerin damak tadına hitap eden yiyecek ve içecekler sunulmaktadır.			,852
26	Sigara kullanımını artırmaktadır.			,646
5	Yöre halkının kendi öz dilinden uzaklaşmasına sebep olmaktadır.			,620
4	Alkol kullanımını artırmaktadır.			,605
	Faktör Eigen Değerleri	*6,969*	*4,050*	*3,344*
	Faktörlere Ait Açıklanan Varyans Değeri (%)	*33,185*	*19,288*	*15,928*
	Toplam Açıklanan Varyans (%)	*68,401*		
	Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçüm Yeterliliği	*,884*		
	Bartlett Küresellik Test Değeri	*6841,501 sig.,000*		

® Ölçekteki ifadeler ters kodlanmıştır.

Ölçekteki boyutlardan çevresel etki boyutu varyansın %33'ünü, sosyo-ekonomik etki boyutu varyansın %19'unu ve sosyo-kültürel etki boyutu varyansın %15'ini açıklamaktadır. Çevresel etki ve sosyo-kültürel etki boyutundaki ifadelerini tamamı ters kodlanmıştır. Boyutların ortalamalarına bakıldığında sosyal ekonomik etki ($\bar{x}$=3,92) en yüksek katılımı gösteren boyuttur. Sosyo-kültürel etki ($\bar{x}$=3,19) ise ortalamanın üzerinde bir katılım göstermektedir. Çevresel etki boyutunda ($\bar{x}$=2,57) katılım düzeyinin ortalamanın altında olduğu gözlenmektedir. Buna göre turizmin Cittaslow şehirlerinde ikamet eden yerel halka ekonomik açıdan katkılarının olduğu ve Cittaslow anlayışının şehirlerin kültürel yapılarının korunmasında etkili olduğu söylenebilir. Ancak turizm ile birlikte bu şehirlerde yerel halk tarafından negatif çevresel etkilerin olduğu gözlenmektedir.

Cittaslow imajı ölçeğine yönelik olarak faktör analizi öncesinde KMO ve Barlett küresellik testi değerlerine bakılmıştır. Buna göre KMO değeri 0,813 ve Barlett küresellik testi değeri 1203,5 olarak ($p<0,001$) anlamlı bulunmuştur. Bu açıdan verilerin faktör analizi için yeterli büyüklükte ve uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 3.3. Cittaslow İmajına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

İfade No	**CITTASLOW İMAJI ($\bar{x}$=4,33; s.s.=0,781)**	**Faktör Yükü**	**Açıklanan Varyans**	**Eigen Değeri**
28	Yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir modeldir.	***,926***	*76,88%*	*3,075*
29	Yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesi için iyi bir modeldir.	***,906***		
30	Yaşadığım şehrin Cittaslow olmasından memnunum.	***,871***		
27	Turist sayısının artışında etkili bir markadır.	***,799***		
KMO Örnekleme Ölçüm Yeterliliği		*,813*		
Bartlett Küresellik Testi Chi-Square		*1203,561*		
Anlamlılık Düzeyi		*,000*		

Cittaslow imajı ölçeğine yönelik olarak yapılan faktör analizi sonucunda 4 ifadenin bulunduğu ölçek tek boyutlu olarak ortaya çıkmıştır. Tablo 3.3'e göre tek faktör toplam varyansın %77'sini açıklamaktadır. Katılımcıların Cittaslow imajı ölçeğine katılım düzeyi ($\bar{x}$=4,33) ortalamanın oldukça üzerinde bulunmuştur. Buna göre katılımcıların Cittaslow'u pozitif algıladıkları ve Cittaslow'dan memnun oldukları söylenebilir. Yapılan faktör analizleri sonucunda ölçeklerin geçerli oldukları söylenebilir.

3.6.3. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Turizmin etkileri ölçeğine ve Cittaslow imajı ölçeğine yönelik olarak yapılan güvenilir sonuçları Tablo 4'te verilmektedir. Güvenirlik analizi geliştirilen ölçme aracının (ölçeğin) ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermedim test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Güvenirlik analizi ifadelerin birbirleri arasındaki ilişkinin ölçülmesi ile ortaya çıkmaktadır. Güvenirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değer almakta ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenirlik artmaktadır. Genellikle 0,7'nin üzerindeki değerler güvenilir kabul edilmektedir.

Tablo 3.4. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	İfade Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı (α)
Çevresel Etki	9	0,944
Sosyo-Ekonomik Etki	7	0,864
Sosyo-Kültürel Etki	5	0,744
ETKİ ÖLÇEĞİ – GENEL	21	0,902
CITTASLOW İMAJI	4	0,898

Tablo 3.4'teki Cronbach Alfa değerleri incelendiğinde turizmin etkileri ölçeğindeki boyutlardan çevresel etki boyutu 0,944 ile en yüksek güvenirliğe sahip boyut olmuştur. Sosyal ekonomik etki (0,864) ve sosyo-kültürel etki (0,744) boyutlarının güvenilir olduğu görülmektedir. Turizmin etkileri ölçeği (0,902) geneline bakıldığında ölçeğin oldukça güvenir olduğu görülmektedir. Cittaslow imajı ölçeğinin (0,898) ise yüksek düzeyde güvenilirlik sağladığı söylenebilir.

3.6.4. Hipotez Testlerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların ikamet ettikleri yere göre turizm etkileri ve Cittaslow imajı algı düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılışı ve sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. T testi iki grup arasındaki ortalama karşılaştırması da kullanılmaktadır. Varyansların eşit dağılım şartı sağlanmasa bile t testi sonuçlarının yorumlanması varyansların eşit dağılıp dağılmadığına göre yapılmaktadır.

Yapılan Levene testi sonucunda sosyo-ekonomik etki ve çevresel etki boyutlarının homojen dağılmadığı, sosyo-kültürel etki boyutunun ise homojen dağıldığı görülmektedir. Tablo 3.5'teki t testi sonuçlarına göre sosyo-ekonomik etki boyutunun ikamet edilen yere

göre farklılık göstermediği (p>0,05) tespit edilmiştir. Buna göre **H_{1a}** reddedilmiştir. Çevresel etki ve sosyo kültürel etki boyutlarının ortalamalarında ise ikamet edilen yer açısından Seferihisar lehine anlamlı farklılık (p<0,05) tespit edilmiştir. Buna göre **H_{1b}** ve **H_{1c}** kabul edilmiştir.

Bu bulgulara göre her iki Cittaslow şehrin sakinlerinin turizmin sosyo-ekonomik etkilerini aynı düzeyde olumlu algıladıkları söylenebilir. Gökçeada'da turizmin negatif çevresel etkilerinin yerel halk tarafından daha çok hissedildiği görülmektedir. Sosyo-kültürel boyut açısından değerlendirildiğinde Seferihisar halkının turizmin kültürel değerlerin korunmasında olumlu etkilerinin daha yüksek düzeyde algılandığı söylenebilir.

Tablo 3.5. İkamet Yerine Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları

					Levene Testi		**t Testi**	
Boyutlar	**Yer**	**n**	**$\bar{x}$**	**s.s.**	**F**	**P**	**T**	**p (iki uçlu)**
Sosyo-Ekonomik Etki	Gökçeada	251	3,96	0,59	12,031	,001	1,639	,102
	Seferihisar	203	3,86	0,76				
Çevresel Etki	Gökçeada	251	2,26	0,80	36,215	,000	-7,628	**,000**
	Seferihisar	203	2,95	1,06				
Sosyo-Kültürel Etki	Gökçeada	251	3,05	0,60	0,750	,387	-5,115	**,000**
	Seferihisar	203	3,35	0,64				
CITTASLOW İMAJI	Gökçeada	251	4,35	0,72	4,758	,030	0,629	,530
	Seferihisar	203	4,30	0,85				

İmaj ölçeğine yönelik yapılan Levene testine göre varyansların homojen dağılmadığı görülmektedir. Bağımsız örneklem t testi sonucuna göre Gökçeada ve Seferihisar arasında anlamlı bir farklılık (p>0,05) tespit edilememiştir. Buna göre **H_2** reddedilmiştir (Tablo 3.5). Cittaslow imajına yönelik cevapların ortalamasının her iki şehir içinde yüksek düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. Buradan iki Cittaslow şehrindeki yerel halkın da Cittaslow markasına olumlu baktıkları ve Cittaslow şehri olmaktan memnun oldukları sonucuna varılabilir.

Cinsiyet açısından turizmin etkileri ölçeğinin boyutlarının anlamlı gösterip göstermediğine yönelik yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir. Levene testine göre çevresel etki boyutunun varyansının homojen dağılmadığı ancak sosyo-ekonomik etki boyutunun ve sosyo-kültürel etki boyutlarının varyanslarının homojen

dağıldığı görülmektedir. T testi sonuçlarına göre turizmin etkileri boyutları arasında cinsiyet açısından istatistiki açıdan anlamlı (p>0,05) bir farklılık tespit edilememiştir. Buna göre **H_{3a}**, **H_{3b}** ve **H_{3c}** reddedilmiştir.

Tablo 3.6. Cinsiyete Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları

					Levene Testi		t Testi	
Boyutlar	**Cinsiyet**	**N**	**$\bar{x}$**	**s.s.**	**F**	**P**	**T**	**p (iki uçlu)**
Sosyo-Ekonomik Etki	Kadın	256	3,95	0,66	1,438	,231	1,344	,179
	Erkek	198	3,87	0,69				
Çevresel Etki	Kadın	256	2,54	0,94	5,181	,023	-0,587	,558
	Erkek	198	2,60	1,05				
Sosyo-Kültürel Etki	Kadın	256	3,20	0,64	0,094	,760	0,623	,533
	Erkek	198	3,17	0,63				
CITTASLOW İMAJI	Kadın	256	4,32	0,78	0,204	,652	-0,447	,655
	Erkek	198	4,35	0,79				

Cinsiyet açısından Cittaslow imajına yönelik olarak yapılan levene testi sonuçlarına göre varyansların homojen dağılmadığı gözlenmektedir. T testi sonucunda Kadın ve erkek katılımcılar arasında Cittaslow imajı açısından istatistiki bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 3.6). Buna göre **H_4** reddedilmiştir.

Turizmin etkileri ölçeği boyutlarının medeni durum açısından farklılık gösterip göstermediğini yönelik yapılan t testi sonuçları Tablo 3.7'de verilmiştir. Levene testi sonuçlarına göre çevresel etki boyutu homojen dağılırken sosyo-ekonomik etki ve sosyo-kültürel etki boyutları homojen dağılmıştır. T testi sonuçlarına göre sosyo ekonomik etki boyutunun medeni durum açısından istatistiki bir fark göstermediği (p>0,05) tespit edilmiştir. Buna göre **H_{5a}** reddedilmiştir. Çevresel etki ve sosyo-kültürel etki boyutlarında medeni durum açısından bekâr katılımcılar lehine anlamlı farklılık (p<0,05) gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre **H_{5b}** ve **H_{5c}** kabul edilmiştir. Buradan evli katılımcıların turizmin çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini daha olumsuz değerlendirdikleri sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 3.7. Medeni Duruma Göre Turizmin Etkileri ve Cittaslow İmajı t Testi Sonuçları

					Levene Testi		t Testi	
Ölçek	**Medeni Durum**	**N**	**$\bar{x}$**	**s.s.**	**F**	**P**	**T**	**p (iki uçlu)**
Sosyo-Ekonomik Etki	Evli	225	3,93	0,66	0,162	,687	0,476	,634
	Bekâr	229	3,90	0,68				
Çevresel Etki	Evli	225	2,37	0,90	8,708	,003	-4,339	**,000**
	Bekâr	229	2,76	1,03				
Sosyo-Kültürel Etki	Evli	225	3,01	0,62	0,595	,441	-6,255	**,000**
	Bekar	229	3,36	0,59				
CITTASLOW İMAJI	Evli	225	4,26	0,78	0,012	,913	-1,832	,068
	Bekâr	229	4,40	0,77				

Medeni durum açısından Cittaslow imajı ölçeğine yönelik yapılan Levene testine göre varyansların homojen dağıldığı görülmektedir. Bağımsız örneklem t testi sonucuna göre evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) tespit edilememiştir. Buna göre $\mathbf{H_6}$ reddedilmiştir. Evli ve bekâr katılımcıların Cittaslow olmaktan aynı düzeyde memnun oldukları söylenebilir.

Yaş değişkenine göre turizmin etkilerinin farklılık gösterip göstermediğini yönelik yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.8'de verilmektedir. Öncelikle boyutlardaki değişkenlerin varyans homojenliği kontrol edilmiştir. Buna göre çevresel etki boyutunda varyanslar homojen dağılmazken sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etki boyutlarında varyanslar homojen dağılmıştır. Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre bütün boyutların yaş değişkeni açısından anlamlı farklılık ($p<0,05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın kaynağının öğrenilmesi amacıyla post-hoc testleri uygulanmıştır. Sosyo-ekonomik etki boyutunda uygulanan Tukey testi sonucuna göre 25-34 yaş grubundaki katılımcıların 18-24 yaş grubundaki ve 55 yaş ve üstü katılımcılara göre sosyoekonomik etkilerini daha olumlu değerlendirdikleri görülmektedir. Buna göre $\mathbf{H_{7a}}$ kabul edilmiştir.

Çevresel etki boyutunda uygulanan Dunnett's-C testi sonucuna göre 18-24 yaş grubundaki katılımcıların diğer katılımcılara göre turizmin çevresel etkilerini daha olumlu değerlendirdikleri görülmektedir. Sosyo-kültürel etki boyutunda uygulanan Tukey testi sonucunda 18-24 yaş grubundaki katılımcıların 25-34 yaş grubundaki katılımcılara göre daha olumlu değerlendirdikleri ve 25-34 yaş grubundaki katılımcıların diğer üç gruplardaki

katılımcılara göre turizmin sosyo-kültürel etkilerini daha olumlu değerlendirdikleri görülmektedir. Buna göre **H_{7b}** ve **H_{7c}** kabul edilmiştir.

Tablo 3.8. Yaşa Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları

Ölçek	Yaş		N	$\bar{x}$	s.s.	F	P	Farkın Kaynağı
Sosyo-Ekonomik Etki	**1**	18-24 Yaş	116	3,81	0,679	3,237	**0,012**	**2>1-5**
	2	25-34 Yaş	173	4,02	0,631			
	3	35-44 Yaş	88	3,97	0,624			
	4	45-54 Yaş	47	3,82	0,757			
	5	55 Yaş ve Üstü	30	3,67	0,773			
Çevresel Etki	**1**	18-24 Yaş	116	2,91	1,049	5,304	**0,000***	**1>2-3-4-5**
	2	25-34 Yaş	173	2,42	0,928			
	3	35-44 Yaş	88	2,45	0,907			
	4	45-54 Yaş	47	2,58	1,033			
	5	55 Yaş ve Üstü	30	2,40	0,928			
Sosyo-Kültürel Etki	**1**	18-24 Yaş	116	3,37	0,591	6,208	**0,000**	**1>2>3-4-5**
	2	25-34 Yaş	173	3,22	0,598			
	3	35-44 Yaş	88	3,07	0,680			
	4	45-54 Yaş	47	3,04	0,655			
	5	55 Yaş ve Üstü	30	2,85	0,628			
CITTASLOW İMAJI	**1**	18-24 Yaş	116	4,38	0,782	5,029	**0,001**	**1-2-3>4-5**
	2	25-34 Yaş	173	4,41	0,739			
	3	35-44 Yaş	88	4,38	0,740			
	4	45-54 Yaş	47	4,13	0,755			
	5	55 Yaş ve Üstü	30	3,81	0,962			

* Varyanslar homojen dağılmamıştır.

Yaş değişkeni açısından Cittaslow imajı düzeyinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Grupların varyanslarının homejen dağıldığı tespit edildiğinden uygulanan Tukey testi ile farkın kaynağı araştırılmıştır. Buna göre 18-25, 25-34 ve 35-44 yaş grupları ile 45-54 ve 55 ve üstü yaş grupları arasında 18-24, 25-34 ve 35-44 yaş grupları lehine anlamlı farklılık

bulunmuştur. Buna göre **H_8** kabul edilmiştir. Analizden genç yaş gruplarının orta yaş ve üstü gruplara göre Cittaslow'a daha olumlu yaklaştıkları sonucuna varılabilir.

Meslek değişkenine göre turizmin etkilerinin farklılık gösterip göstermediğini yönelik yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 3.9'da görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda turizmin etkileri boyutlarından yalnızca çevresel etki boyunda anlamlı farklılık ($p<0,05$) bulunmuştur. Yapılan homojenlik testine göre çevresel etki boyutundaki gruplar arası varyansın homojen dağılmadığı tespit edilmiştir. Farkın kaynağının tespiti için yapılan Dunnett's-C testi sonucunda kamu çalışanlarının esnaf ve özel sektör çalışanlarına göre turizmin çevresel etkilerini daha olumlu değerlendirdikleri bulunmuştur. Esnaf, kamu çalışanı ve özel sektör çalışanı katılımcıların ise ev hanımı ve emekli katılımcılardan çevresel etkileri daha olumlu değerlendirdikleri görülmektedir. Buna göre **H_{9a}** ve **H_{9c}** reddedilirken **H_{9b}** kabul edilmiştir.

Tablo 3.9. Mesleğe Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları

Ölçek	Meslek		N	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Farkın Kaynağı
Sosyo-Ekonomik Etki	**1**	Esnaf	139	3,87	0,698	2,115	0,063	**-**
	2	Kamu Çalışanı	49	3,82	0,752			
	3	Özel Sektör Çalışanı	129	3,85	0,609			
	4	Ev Hanımı	30	4,17	0,399			
	5	Emekli	31	4,06	0,490			
	6	Öğrenci	76	4,02	0,787			
Çevresel Etki	**1**	Esnaf	139	2,53	0,990	8,199	**0,000***	**2>1-3>4-5**
	2	Kamu Çalışanı	49	3,28	1,046			
	3	Özel Sektör Çalışanı	129	2,58	1,101			
	4	Ev Hanımı	30	2,09	0,650			
	5	Emekli	31	2,21	0,665			
	6	Öğrenci	76	2,47	0,683			
Sosyo-Kültürel Etki	**1**	Esnaf	139	3,19	0,726	2,225	0,051	**-**
	2	Kamu Çalışanı	49	3,44	0,583			
	3	Özel Sektör Çalışanı	129	3,15	0,622			
	4	Ev Hanımı	30	3,00	0,548			
	5	Emekli	31	3,15	0,524			
	6	Öğrenci	76	3,17	0,549			
CITTASLOW İMAJI	**1**	Esnaf	139	4,35	0,743	1,504	0,187	**-**
	2	Kamu Çalışanı	49	4,21	0,828			
	3	Özel Sektör Çalışanı	129	4,24	0,786			
	4	Ev Hanımı	30	4,59	0,665			
	5	Emekli	31	4,33	0,746			
	6	Öğrenci	76	4,42	0,852			
* Varyanslar homojen dağılmamıştır.								

Cittaslow imajı düzeyinin meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) tespit edilmemiştir. Buna göre **H_{10}** reddedilmiştir.

Turizmin etkileri boyutlarının gelir kaynağı değişkeni açısından farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan tek yönlü varyans analizi yapılmıştır (Tablo 3.10). Yapılan

analiz sonucunda turizmin etkileri boyutlarından sosyo-ekonomik etki boyutunda anlamlı bir farklılık (p>0,05) bulunmamıştır. Buna göre **H_{11a}** reddedilmiştir.

Çevresel etki ve sosyo-kültürel etki boyutlarında anlamlı farklılık (p<0,05) tespit edilmiştir. Homojenlik testi sonuçlarına göre çevresel etki ve sosyo-kültürel etki boyutlarında gruplar arası varyansların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir. Farkın kaynağının tespiti için yapılan Dunnett's-C testi sonucunda her iki boyutta gelirlerinin bir kısmını veya tamamını turizmden elde eden katılımcılar ile gelirlerini turizm dışı sektörlerden elde eden katılımcılar arasında turizmden gelir elde edenler lehine anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Buna göre **H_{11b}** ve **H_{11c}** kabul edilmiştir.

Tablo 3.10. Gelirin Kaynağına Göre Turizm Etkileri ve Cittaslow İmajı Anova Sonuçları

Ölçek	Gelirin Kaynağı		N	$\bar{x}$	s.s.	F	P	Farkın Kaynağı
Sosyo-Ekonomik Etki	**1**	Turizmle İlgili	72	3,92	0,694	0,419	0,658	**-**
	2	Turizmle İlgili Değil	348	3,92	0,661			
	3	Gelirimin Bir Kısmı Turizmden	34	3,81	0,754			
Çevresel Etki	**1**	Turizmle İlgili	72	3,05	1,267	23,461	**0,000***	**1-3>2**
	2	Turizmle İlgili Değil	348	2,40	0,826			
	3	Gelirimin Bir Kısmı Turizmden	34	3,23	1,204			
Sosyo-Kültürel Etki	**1**	Turizmle İlgili	72	3,37	0,788	11,480	**0,000***	**1-3>2**
	2	Turizmle İlgili Değil	348	3,11	0,579			
	3	Gelirimin Bir Kısmı Turizmden	34	3,55	0,633			
CITTASLOW İMAJI	**1**	Turizmle İlgili	72	4,38	0,677	0,677	0,509	**-**
	2	Turizmle İlgili Değil	348	4,33	0,814			
	3	Gelirimin Bir Kısmı Turizmden	34	4,19	0,637			
* Varyanslar homojen dağılmamıştır.								

Cittaslow imajı düzeyinin gelir kaynağı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık (p>0,05) tespit edilmemiştir. Buna göre **H_{12}** reddedilmiştir.

Turizmin etkileri boyutları, Cittaslow imajı ölçeği, katılımcıların yaşı ve bölgede yaşam süreleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır.

Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini gösteren bir analiz tekniğidir. Korelasyon katsayısı 0 ile 1 arasında değer alır ve değer 1'e yaklaştıkça ilişkinin şiddeti kuvvetlenir. Katsayının işareti ilişkinin yönünü göstermektedir. Tablo 11'e göre Çevresel etki ile sosyo-kültürel etki (r=0,641), Cittaslow imajı ile Sosyo-ekonomik etki (r=0,627) arasında orta şiddette ve pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Cittaslow imajı ile yaş (r=-0,192), bölgede yaşam süresi (r=-0,132) ve çevresel etki (r=-0,111) arasında düşük şiddette ve negatif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Cittaslow imajı ile sosyo-kültürel etki arasında anlamlı bir ilişki (p>0,05) bulunamamıştır. Buna göre **H_{13c}** reddedilmiştir.

Tablo 3.11. Cittaslow İmajı ile Diğer Değişkenler Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları

	CITTASLOW İMAJI	**Sosyo-ekonomik Etki**	**Sosyo-kültürel Etki**	**Çevresel Etki**	**Yaş**	**Bölgede Yaşam Süresi**
CITTASLOW İMAJI	1	,627**	-,004	-,111*	-,192**	-,132**
Sosyo-ekonomik Etki	,627**	1	-,099*	-,210**	-,061	-,058
Sosyo-kültürel Etki	-,004	-,099*	1	,641**	-,246**	-,019
Çevresel Etki	-,111*	-,210**	,641**	1	-,123**	-,028
Yaş	-,192**	-,061	-,246**	-,123**	1	,285**
Bölgede Yaşam Süresi	-,132**	-,058	-,019	-,028	,285**	1
* 0,05 Düzeyinde Korelasyon; ** 0,01 Düzeyinde Korelasyon						

Cittaslow imajı ile Sosyo-ekonomik etki, çevresel etki, yaş ve bölgede yaşam süresi arasındaki ilişki korelasyon analizi ile tespit edildikten sonra değişkenlerin Cittaslow imajını açıklama düzeylerini bulmak için regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 3.12. Cittaslow İmajına Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Model (1)	**β**	**Standart Hata**	**t Değeri**	**Önem Düzeyi**
Sabit	1,899	0,199	9,559	**,000**
Sosyo-Ekonomik Etki	0,717	0,043	16,641	**,000**
Çevresel Etki	-0,001	0,030	-0,046	,964
Yaş	-0,010	0,003	-3,662	**,000**
Bölgede Yaşam Süresi	-0,005	0,003	-1,506	,133
R^2=0,421 Sig.=0,000 F=81,206				

Bağımsız değişkenler ile Cittaslow imajına ilişkin kurulan regresyon modeli F=81,206 ve p<0,05 olduğundan istatistiki olarak anlamlıdır. Buna göre modeldeki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklama oranı %42,1'dir.

Modeldeki katsayılar incelendiğinde çevresel etkinin ve bölgede yaşam süresinin (p>0,05) Cittaslow imajı üzerinde etkisi tespit edilememiştir. Buna göre **H_{13b}** ve **H_{15}** reddedilmiştir. Sosyo-ekonomik etki (β=0,717; p<0,05) ve yaş (β=0,01; p<0,05) değişkenlerinin Cittaslow imajı üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Buna göre **H_{13a}** ve **H_{14}** kabul edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda şu denklem kurulabilir:

Cittaslow İmajı = 1,899 + 0,717*Sosyo-Ekonomik Etki – 0,01*Yaş

Tablo 3.13. Hipotez Sonuçları Tablosu

No	Hipotez	Sonuç
H1	İkamet edilen yer açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
H1a	İkamet edilen yer açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H1b	İkamet edilen yer açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H1c	İkamet edilen yer açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H2	İkamet edilen yer açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H3	Cinsiyet açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H3a	Cinsiyet açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H3b	Cinsiyet açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H3c	Cinsiyet açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H4	Cinsiyet açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H5	Medeni durum açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
H5a	Medeni durum açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H5b	Medeni durum açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H5c	Medeni durum açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul

H6	Medeni durum açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H7	Yaş açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H7a	Yaş açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H7b	Yaş açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H7c	Yaş açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H8	Yaş açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H9	Meslek açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
H9a	Meslek açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H9b	Meslek açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H9c	Meslek açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H10	Meslek açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H11	Gelir kaynağı açısından turizmin etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
H11a	Gelir kaynağı açısından turizmin sosyo-ekonomik etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H11b	Gelir kaynağı açısından turizmin çevresel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H11c	Gelir kaynağı açısından turizmin sosyo-kültürel etkileri istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H12	Gelir kaynağı açısından Cittaslow imajı istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir	Red
H13	Turizmin etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir	Kısmen Kabul
H13a	Turizmin sosyo-ekonomik etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir	Kabul
H13b	Turizmin çevresel etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir	Red
H13c	Turizmin sosyo-kültürel etkileri Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir	Red
H14	Yaş değişkeni Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir	Kabul

H15	Bölgede yaşam süresi Cittaslow imajını istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir	Red

SONUÇ

Cittaslow etiketi bulunan kentler, önemli bir marka değeri bulundurmaktadır. Dünyadaki turizm yönelim türleri artmakta; turizm, sadece kitle turizmine bağlı olarak gelişim göstermemektedir. Kentleri ve yaşantıları hızla devam eden, kalabalık, gürültülü yaşam alanını standart hale getirmeye çalışan ve bunun gerçekten gerekli olduğuna inanan, küresel yönelimler, Cittaslow ile sakin yaşanabileceği düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Yavaş akımının faydalarından birisi Cittaslow'un oluşum göstermesiyle turizm alanında pozitif değişiklerin görülmesidir. İtalya'da meydana gelen hareket, Türkiye'de on yedi ilçe-belde seviyesindeki şehri kendisine dahil etmiştir. Bunlardan birincisi olan Seferihisar, Türkiye'deki ilk Cittaslow olarak turizm konusunda önemli faydalar sağlamıştır.

Araştırma kapsamında, Cittaslow sonrası Seferihisar'da önemli seviyede gelişmeler meydana gelmiştir. Seferihisar'ın söz konusu zaman aralığından önemli faydalar kazandığı, Cittaslow'un turizmin gelişim göstermesine belirli şekilde etkisi olduğu analiz edilmiştir. En önemli etkiler, bölgenin ulusal ve uluslararası seviyede tanınmasına katkı sağlanması şeklinde ifade edilmiştir. Bölgedeki turist miktarı, turizm yatırımları, iş ve istihdam imkanları yükselmiş, bölgedeki turizme yönelik yerel kültürel mirasın korunması ve bölgede çalışmaya olan istek arttırılmıştır. Bu alanda, turizm işletme işi yapanların ve otellerin, hem nitel bir şekilde gelişim göstermeleri ve hizmet kalitesini yükseltmeleri hem de Cittaslow sürecine yönetsel olarak fayda sağlamaları, destek vermeleri sinerjiyi yükseltecektir. Bunun yanı sıra, dünyada turizmin gelişim gösterdiği birçok destinasyonda gözlemlenmiş olan negatiflikler, bu bölgede tehlike oluşturmaya başlamıştır. Bir bölgenin tespit edilmesinden sonrası gözlenmiş olan arz, imar ve yapılaşma istekleri, büyük turizmin bölgeye akmış olması ve kıyı bölgelerinde betonlaşma tehlike durumunun, Seferihisar için risk meydana getirmeye başlamış olduğu görülmektedir. Bu sebeple özellikle yerel yönetimlerin bu konuda dikkat etmesi, imar ve yapılaşma konusu ile ilgili yasal düzenleme konusunda dikkatli olmaları gerekmektedir.

Yapılan çalışma sonucunda sosyo-ekonomik etki ve yaş değişkenlerinin Cittaslow imajı üzerinde etkili olduğu görülürken çevresel etkilerin ve bölgedeki yaşam süresinin Cittaslow imajı üzerinde bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Gökçeada ve Seferihisar halklarının Cittaslow algıları arasında belirgin bir farklılık görülmemiştir. Her iki yöre halklarının da genel olarak Cittaslow'a olumlu baktıkları sonucuna ulaşılmıştır.Özellikle turizmden para kazanan genç kesim Cittaslow hakkında

olumlu düşüncelere sahiptir. Turiste karşı negatif tutumlar henüz ortaya çıkmamıştır. Buradan yola çıkarak bu iki destinasyonunda "Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli"ne göre turizmin "Büyüme" evresinde olduğu görülmektedir.

Benzer şekilde Dündar ve Sert (2018) Seferihisar'ı ele aldıkları çalışmalarında yerel halkın Cittaslow'dan ve sosyo-ekonomik etkilerden memnun oldukları sonucuna ulaşarak bu çalışma ile benzer sonuçlar ortaya koymuşlardır.

Çalışma sonucunda Gökçeada'ya göre Seferihisar'da sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum Seferihisar'ın Türkiye'deki ilk Cittaslow olması ile merkezleşmesi, Seferihisar'ın İzmir'e yakınlığı ve ulaşımının Gökçeada'ya göre çok daha kolay olması gibi nedenlerle açıklanabilir.

Bu çalışmaya benzer olarak yapılan çalışmalara yardımcı olması açısından aşağıdaki öneriler verilebilir:

- Her iki yöre halkının da genel olarak Cittaslow'un getirilerinden memnun oldukları söylenebilir. Belediyelerin bu konu hakkında halkı eğitme ve bilinçlendirme çalışmaları fayda sağlamıştır. Fakat bu alanda daha çok çalışma yapılmalı, üretime katılan halk bu alanda daha fazla aktif olmalıdır.
- Seferihisar ya da Gökçeada farklı ülkelerde bulunan farklı kültürel değerlere sahip sakin şehirler ile karşılaştırılarak farklar ve benzerlikler ortaya konulabilir.
- Seferihisar ve Gökçeada dışında yer alan sakin şehir hareketlerinin bulunduğu bölgeler birbirleri ile karşılaştırılarak eksiklikler giderilebilir.
- Gökçeada'nın ulaşım sorunu daha fazla gündeme getirilerek adaya seferler arttırılabilir.
- Cittaslow bilincini arttırmayı amaçlayan belediyeler halk ve sivil toplum kuruluşları ile koordine şekilde hareket ederek daha fazla etkinlik düzenlenleyebilir.
- Cittaslow bölgelerinde yaşayan kişilerin doğallık ve turizmin gelişmesiyle ilgili olarak fikirlerini belirleyici istatistikler yapmak ve bunları bilimsel verilerle değerlendirmek olabilir.

KAYNAKÇA

Akın Acuner, Şebnem (2006), *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi*. Ankara: Mpm Yayınları.

Akış Sevgin, (2001). Sürdürülebilir Turizm: Bir Alan Araştırmasının Sonuçları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 12(1),* 17-25.

Akoğlu, Tunay (1971). *Dünyada ve Bizde Turizmin Dünü Ve Bugünü*. İstanbul: Varlık Yayınevi.

Akova, Orhan (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, *1(2),* 11-20.

Aksu, Murat; Temeloğlu, Erdem (2016). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerindeki Etkisi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(43),* 1512-1521.

Ambroz, Milan (2008). Attitudes of Local Residents Towards The Development of Tourism In Slovenia: The Case of The Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana Regions, *Anthropological Notebooks, 14(1),* 63-79.

Ap, John; Crompton, John (1998). Developing And Testing A Tourism Impact Scale, *Journal of Travel Research 37(2),* 120-130.

AP, John (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research, 19(4),* 665-690.

Arınç, Pınar Ceylan (2001). Selçuk'ta Kültür Turizmi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Avcıkurt, Cevdet (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Bagozzi, Richard P; Dholakia, Utpal M. (2002). Intentional Social Action in Virtual Communities*, Journal Of Interactive Marketing, 16(20),* 2-11.

Bahar, Ozan; Kozak, Metin (2006). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Barutçugil, İsmet S. (1984) *Turizm İşletmeciliği*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi,

Barutçugil, İsmet S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*, İstanbul: Beta Yayınları.

Bayer, Muhsin Zekai (1992). *Turizme Giriş*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Berber, Şakir (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, *Selçuk. Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* Dergisi, 1(9), 206-220.

Besculides, M., E. Lee ve P. J. Mccormick (2002). "Resıdents' Perceptıons Of The Cultural Benefıts Of Tourısm" Annals of Tourism Research, . 29 (2), 303–319.

Brooker, Edward; Burgess, Jason (2008). Marketing Destination Niagara Effectively Through The Tourism Life Cycle. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20(3),* 278–292.

Brunt, Paul; Courtney, Paul (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals Of Tourism Research, 26(3),* 493–515.

Bucak, Turgay; Turan, Özlem (2016). Bölge Turizmine Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği. *Journal Of Yasar University, 11(43),* 211-219.

Bulut, Erol (2000). Türk Turizminin Dünya'daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(3),* 71-85.

Burkut, E.B. (2017), Yavaş Şehirlerin(Cittaslow) Kültürel Miras ve Turizme Etkilerinin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği, Uluslararası Kültürel Miras ve Turizm Kongresi, 12.

Butler, Richard W. (1980). The Concept Of Tourism Area Cycle Of Evolution: Implications For Management of Resources, *Canadian Geographer, 24(1),* 9.

Butler, Richard W. (1990). Alternative Tourism: Pious Hope Or Trojan Horse?. *Journal Of Travel Research, 28(3),* 40-45.

Butler, Richard W. ; Tomazos, Konstantinos (2009). Volunteer Tourism: The New Ecotourism?. *Anatolia, 20 (1)*, 196-212.

Capenerhurst, John (1994). *Community Tourism,* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Carmichael, Barbara A. (2000). A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviors in A Rapidly Changing Tourist Area. *Tourism Management, 21(6),* 601-611.

Cheng, Yin Cheong (2003). Quality Assurance İn Education: Internal, İnterface, And Future. *Quality Assurance in Education, 11(4),* 202-213.

Coltman, Michael M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Coşar, Yeşim (2014). Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(2),* 226-240.

Curtis, Fred (2003). Eco-Localism And Sustainability. *Ecological Economics, 20(1),* 83-102.

Çakıcı, A. Celil; Yenipınar, Uysal; Benli, Sercan (2014). Yavaş Şehir Hareketi: Seferihisar Halkının Tutum ve Algıları İle Yaşam Doyumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 11(3),* 26-41.

Çerçi, Ayşegül (2013). Destinasyon Markalama ve Yavaş Şehir Seferihisar'ın Destinasyon Marka İmajı. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Çolakoğlu, Yonca (2005). Kentlileşme Sürecinde Kentsel Yaşamda Kalite: Antalya Yeşilbahçe Mahallesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Dal, Neslihan; Baysan, Sultan (2007). Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekansal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları. *Ege Coğrafya Dergisi, 1(16),* 69-85.

Dickinson, Janet; Lumsdon, Les (2010). *Slow Travel and Tourism*. New York: Earthscan.

Doğan, Hasan Zafer (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Dündar, Yusuf; Sert, Ayşe Nevin (2018). Yerel Halkın Yavaş (Sakin) Şehir Hakkındaki Algıları: Seferihisar'da Nitel Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(4),* 74-91.

Dyer, Pam; Gürsoy, Doğan; Sharma, Bishnu; Carter, Jennifer (2007). Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism And Associated Development on The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management, 28(2),* 409-422.

Ekinci, Mehmet Behzat (2014). The Cittaslow Philosophy in The Context of Sustainable Tourism Development; The Case of Turkey. *Tourism Management, 41(C),* 178-189.

Eraydın, Ayda (2004). Bölgesel Kalkınma Kavram, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, 1,* 126-146.

Erdoğan, Melike (2016). Local Community Perception Towards Slow City: Gokceada Sample. *Asian Social Science, 12(5),* 241-246.

Ergüven, Mehmet Han (2011). Cittaslow-Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2),* 201-210.

Esman, Marjorie (1984). Tourism As Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana. *Annals Of Tourism Research, 11(3),* 451–467.

Farhadi Andarabi, Feriyal; Altunöz, Özlem; Hassan, Azize (2014). Cittaslow Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı: Seferihisar Örneği, *Eko-Gastronomi Dergisi 1(1),* 69-86.

Farhadi Andarabi, Feriyal; Meydan Uygur, Selma (2017), A Research on Determining The Touristic Destination Image of Turkey in Iran, T*urizm Akademik Dergisi*, *4(1),* 33 – 48.

Getz, Donald (1994). **"**Residents' Attitudes Towards Tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland, *Tourism Management, 15(4),* 247-258.

Gonçalves, Vitor Fernondo da Conceiçao; Águas, Paulo Manuel Roque (1997). The Concept of Life Cycle: An Application to The Tourism Product. *Journal of Travel Research, 35(4)*, 12–21.

Gökaliler, Ebru (2017). Şehirlerin Markalaşması Sürecinde Marka Konumlandırmasının Rolü: Seferihisar Cittaslow Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi, 5(1),* 326-342.

Gürbüz, Ahmet (2002). Yerel Kalkınma Stratejisi İçinde Turizm ve Safranbolu. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, (22),* 29-47.

Haralambopoulos, Nicholas; Pizam, Abraham (1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. *Annals of Tourism Research, 23(3),* 503–526.

Harrill, Rich (2004). Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Litertaure Review with Implications for Tourism Planning. *Journal Of Planning Literature 18(3),* 215-266.

Hidalgo, M. Carmen; Hernandez, Bernardo (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal Of Environmental Psychology, 21(3),* 273-281.

Honore, Carl (2005). *In Praise of Slowness, How A Worldwide Movement is Challenging The Cult Of Speed.* New York: Harper Collinsemrealp.

Horn, Chrys; Simmons, David (2002). Community Adaptation To Tourism: Comparisons Between Rotorua And Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management, 23(2),* 133-143.

Hovinen, Gary (1981). A Tourist Cycle in Lancaster County, Pennsylvania. *Canadian Geographer, 15(3),* 283–286.

Hovinen, Gary (2002). Revisiting The Destination Lifecycle Model. *Annals of Tourism Research, 29(1),* 209–230.

Huang, Yueh Huang; Stewart, William (1996). Rural Tourism Development: Shifting Basis of Community Solidarity. *Journal Of Travel Research, 34,* 26-31.

Hussein, Azize Tunç; Saç, Firuzan (2008). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

İçöz, Orhan; Var, Turgut; İlhan, İbrahim (2002). *Turizm Planlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.

İçöz, Orhan (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

İncekara, Ahmet (1998). *Doğu Anadolu'da Kış Turizmi Ve Geliştirme Olanakları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Karataş, Abdullah; Karabağ, Özgür (2013). Cittaslow Hareketinde Çevre Eğitiminin Önemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(29),* 1-21.

Kazançoğlu, İpek; Dirsehan, Taşkın (2016). Sosyal İnovasyon İle Sakin Şehirlerarasındaki İlişkinin Sosyal Girişim(ci)ler Açısından İncelenmesi: Seferihisar Örneği. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, 7(Özel Sayı),* 135-161.

Kehrwald, Ben (2008). Understanding Social Presence in Text-Based Online Learning Environments. *Distance Education, 29(1),* 89-106.

Kervankıran, İsmail; Özdemir, Mehmet Ali (2013). Turizm Yönüyle Gelişmekte Olan Afyonkarahisar İlinde Turist Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Coğrafya Dergisi 0 (27),* 117-142.

Keskin, Enes Battal (2010). Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow): Seferihisar Örneği. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Kim, K. & Gursoy, D. "Perceived Socio-Economicimpacts of Festivals Among Organizers" Was Presented at The Seventh Annual Graduate Education and Graduate Student Research Conference in Hospitality and Tourism, Houston, Texas, January 5-7, 2002.

Ko, Dong-Wan; Stewart, William (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development. *Tourism Management, 23(5),* 521-530.

Ko, Tae Gyou (2005). Development of A Tourism Sustainability Assesment Procedure: A Conceptual Approach. *Tourism Management, 26(3),* 431-445.

Kongar, Bilgi (1972), Planlı Dönemde Türkiyede Turizm. *Amme İdaresi Dergisi, 5(3),* 83-98.

Kousis, Maria (1989), Tourism and The Family in A Rural Cretan Community. *Annals of Tourism Research, 16(3),* 318-332.

Kozak, Metin (2001), Repeaters' Behavior at Two Distinct Destinations. *Annals of Tourism Research, 28 (3),* 784-807.

Kozak, Metin (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslar Arası Turizm Ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, Nazmi; Akoğlan Kozak, Meryem; Kozak, Metin (2015). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Liu, Juniata C; Var, Turgut (1986). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research, 13(2),* 193-214.

Mansuroğlu, Sibel (2006). Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 19(1),* 35-46.

Mayer, Heike; Knox, Paul L. (2006). Slow Cities: Sustainable Places in A Fast World. *Journal of Urban Affairs, 28(4),* 321-334.

Mayer, Heike; Knox, Paul L. (2007). Pace of Lifeand Quality of Life: The Slow City Charter, *Community Quality of Life Indicators Best Practices III,* Netherlands: Springer.

Mccool, Stephen; Martin, Steven (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research, 32(3),* 29-34.

Mccool, Stephen F; Moisey, R.Neil; Nickerson; Norma P. (2001). What Should Tourism Sustain? The Disconnet with Industry Perceptions of Useful Indicators. *Journal of Travel Research, 40(2),* 124-131.

Miele, Mara (2008). Cittàslow: Producing Slowness Against The Fast Life. *Space & Polity, 12(1),* 135-156.

Nunkoo, Robin; Ramkissoon, Haywantee (2010). Modeling Community Support for A Proposed Integrated Resort Project. *Journal of Sustainable Tourism, 18(2),* 257–277.

Olalı, Hasan; Timur, Alp (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri.* İzmir: Enka.

Oviedo-Garcia, M. Angeles; Castellano-Verdugo, Mario, Martin-Ruiz, David (2008). Gaining Residents' Support For Tourism And Planning. *International Journal of Tourism Research, 10(2),* 95-109.

Özaslan, Metin (2004). Küresel-Yerel Etkileşimin Yeni Örgütlenme Biçimleri: Ağ Şebeke Tarzı Firma ve İdari-Kurumsal Örgütlenmeler, *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, 1,* 66-93.

Özgüç, Nazmiye (1998). *Turizm Coğrafyası / Özellikler-Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

Öztaş, Kadir (2002). *Turizm Ekonomisi; Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayınları.

Öztaş, Kadir; Karabulut, Tahsin (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri.* Ankara: Nobel Yayınları.

Park, Minkyung; Patricia, A. Stokowski (2009). Social Disruption Theory And Crime İn Rural Communities: Comparisons Across Three Levels of Tourism Growth. *Tourism Management, 30(6),* 905-915.

Tzanelli, Rodanthi (2013). Slow Tourism: Experiences And Mobilities. *Tourism Analysis, 18(1),* 117-118.

Pink, Sarah (2008). Sense and Sustainability: The Case of The Slow City Movement. *Local Environment, 13(2),* 95-106.

Radstrom, Susan (2011). A Place-Sustaining Framework for Local Urban Identity: An Introduction and History of Cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice, 1(1),* 90–113.

Ryan, Chris; Scotland, Anna; Montgomery, David (1998). Resident Attitudes To Tourism Development—A Comparative Study Between The Rangitikei, New Zealand And Bakewell, United Kingdom. *Progress in Tourism and Hospitality Research, 4(2),* 115-130.

Sarıbaş, Özgür; Kömürcü, Simge; Güler, Mehmet Emre (2016). Yavaş Şehirlerde Yaşayan Z Kuşağının Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Algıları: Seferihisar Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(2),* 107-119.

Schneider, Stephen (2008). Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement. *College English, 70(4),* 384-402.

Sezgin, Mete; Ünüvar, Şafak (2011). *Sürdürülebilirlik ve şehir pazarlaması ekseninde yavaşşehir*. Konya: Çizgi.

Sharma, Bishnu; Dyer, Pam (2009). Residents' Involvement in Tourism and Their Perceptions of Tourism Impacts. *Benchmarking An International Journal, 16(3),* 351-371.

Sırakaya, Ercan; Teye, Victor; Sönmez, Sevil (2002). Resıdents' Attitudes Toward Tourism Development. *Annals Of Tourism Research. 29(3),* 668-688.

Smith, Michael; Krannıch, Richard (1998). Tourism Dependence and Residents Attitudes. *Annals of Tourism Research 25(4),* 783-801.

Soykan, Fusün; Emekli, Gözde (2005). *Çeşme'nin Termal Turizm Olanakları*. İzmir: Çeşme Turistik Otelciler Birliği Yayını.

Tayfun, Ahmet; Kılıçlar, Arzu (2004). Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1,* 1-17.

Tayfun, Ahmet; Acuner, Elif (2014). Cittaslow: A Comparative Research Turkey and The World. *Conference of The International Journal of Arts & Sciences, 7(3),* 239-246.

Tooman, L. Alex (1997). Applications of The Life-Cycle Model İn Tourism. *Annals of Tourism Research, 24(1),* 214-234.

Tosun, Cevat (1999). An Analysis of Contributions of International Inbound Tourism To The Turkish Economy. *Tourism Economics 5(3),* 217–50.

Tunç, Azize; Saç, Firuzan (1998) *Genel Turizm Gelişimi – Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tutar, Erdinç (1990). Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımlarının Gelişimi. *Turizm Yıllığı, Türkiye Kalkınma Bankası.*

Uçkun, Seher (2004). İşletme Ve İşleme Türleri. *Turizm İşletmeleri,* (Ed.: Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin) İstanbul: Değişim Yayınları.

Unur, Kamil (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(3),* 1-17.

Unur, Kamil (2004). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 6(4),* 114-142.

Usal, Alparslan; Kuşluvan, Zeynep (2002). *Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji.* İzmir: Barış Yayınları.

Usta, Öcal (2008). *Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünlüönen, Kurban; Tayfun, Ahmet; Kılıçlar, Arzu (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Vaughan, D. Roger; Edwards, J. R. (1999). Experiential Perceptions of Two Winter Sun Destinations: The Algarve and Cyprus. *Journal of Vacation Marketing, 5(4),* 356-368.

Weaver, David Bruce; Lawton, Laura J. (2002). Overnight Ecotourist Market Segmentation in The Gold Coast Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research, 40(3),* 270-280.

Yağcı, Özcan (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yalım Kadıoğlu, Deniz (2009). Yavaşlığın Keyfi Bu Şehirlerde. *Yolculuk, (62),* 73-76.

Yurtseven, H. Rıdvan (2007). *Slow Food ve Gökçeada: Yönetsel Bir Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yurtseven, H. Rıdvan; Kaya, Ozan; Harman, Serhat (2010). *Yavaş Hareketi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Zhang, Li; Zhao, Simon Xiaobin (2009). City Branding and The Olympic Effect: A Case Study of Beijing. *Cities, 26(5),* 245-254.

İnternet Kaynakları

Cittaslow (2011). Charter from Cittaslow, http://www.cittaslow.org/content/charter (Erişim Tarihi: 30.05.2019).

Cittaslow Türkiye, http://Cittaslowturkiye.Org/#Uluslararasi (Erişim Tarihi: 28.06.2019).

Gezimanya, https://Gezimanya.com/turkiye/ahlat (Erişim Tarihi: 02.07.2019).

Gezimanya, https://Gezimanya.com/koycegiz (Erişim Tarihi: 02.07.2019).

Seferihisar Belediyesi: http://seferihisar.bel.tr/wp-content/uploads/formlar/2010-faaliyet.pdf (Erişim Tarihi:05.30.2019).

Turizm Guncel, https://www.turizmguncel.com (Erişim Tarihi: 04.07.2019).

EK
ANKET

Değerli Katılımcı,

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı bünyesinde Yavaş Şehir (Cittaslow) hareketinin bölgedeki etkilerini ölçmek amacıyla yürütülmekte olan yüksek lisans tez çalışması için aşağıdaki sorulara vereceğiniz cevaplara ihtiyaç duymaktayız. Vereceğiniz cevaplar tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacak olup üçüncü kişilerle kesinlikle paylaşılmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve yardımlarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Yrd. Doç. Dr. Murat AKSU **Nedim Görman**

1) Cinsiyetiniz: ☐ Erkek ☐ Kadın **2)** Medeni Durumunuz: ☐ Evli ☐ Bekar

3) Yaşınız: ..... **4)** Mesleğiniz: .....

5) Aylık Geliriniz: ..... **6)** Kaç yıldır bu bölgede yaşıyorsunuz: .....

7) Çalıştığınız sektör: ☐ Turizmle ilgili ☐ Turizmle ilgili değil ☐ Gelirimin bir kısmını turizmden kazanıyorum

	Aşağıdaki ifadelere bölgenizin Yavaş Şehir olmadan önceki durumu ile karşılaştırarak katılım düzeyinizi belirtiniz.	**Hiç Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kısmen Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Tamamen Katılıyorum**
1	Cittaslow, yöredeki geleneksel yeme-içme alışkanlıklarını değiştirmektedir.	1	2	3	4	5
2	Cittaslow'dan sonra restoranlarda yöresel yemekler yerine, turistlerin damak tadına hitap eden yiyecek ve içecekler sunulmaktadır.	1	2	3	4	5
3	Cittaslow, ticari ahlâkın bozulmasına yol açmaktadır.	1	2	3	4	5
4	Cittaslow, alkol kullanımını artırmaktadır.	1	2	3	4	5
5	Cittaslow, yöre halkının kendi öz dilinden uzaklaşmasına sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
6	Cittaslow, gelenek ve göreneklerin bozulmasına sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
7	Cittaslow, aile yapısında manevi değerlere verilen önemi azaltmaktadır	1	2	3	4	5
8	Cittaslow, tarihi-kültürel mirasların korunmasına vesile olmaktadır.	1	2	3	4	5
9	Cittaslow, ile birlikte yöredeki kültür ve sanat faaliyetlerinde artış meydana gelmektedir.	1	2	3	4	5
10	Cittaslow, yeni iş sahaları ve istihdam sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
11	Cittaslow, kadınlara ekonomik destek sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
12	Cittaslow, önemli bir gelir kaynağıdır.	1	2	3	4	5
13	Cittaslow, halkın yaşam kalitesinin yükselmesine katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5

14	Cittaslow, bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
15	Cittaslow, bölgede alt yapı standartlarının yükselmesine sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
16	Cittaslow, yerel halkın bölgeye daha fazla yatırım yapmasına sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
17	Cittaslow, yörede pahalılığa neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
18	Cittaslow, yörede ikinci konut satışının artışına sebep olmaktadır	1	2	3	4	5
19	Cittaslow, bölgede ithal malın kullanılmasına sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
20	Cittaslow, çevre ve doğanın kirlenmesine neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
21	Cittaslow, parklar, sahiller ve piknik yerlerinin kirliliğine sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
22	Cittaslow, bölgede trafik sıkışıklığına sebep olmaktadır.	1	2	3	4	5
23	Cittaslow, bölgede ses kirliliğine neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
24	Cittaslow, kentsel dokunun bozulmasına sebep olmaktadır	1	2	3	4	5
25	Cittaslow, çevreye zararlı ticari ve sanayi faaliyetlere neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
26	Cittaslow, sigara kullanımını artırmaktadır.	1	2	3	4	5
27	Cittaslow, turist sayısının artışında etkili bir markadır.	1	2	3	4	5
28	Cittaslow, yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir modeldir.	1	2	3	4	5
29	Cittaslow, yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesi için iyi bir modeldir.	1	2	3	4	5
30	Yaşadığım şehrin Cittaslow olmasından memnunum.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : GÖRMAN, Nedim
Uyruğu : T.C.
Doğum Tarihi ve Yeri : 12.09.1991 / Mersin
Telefon : -
Faks: -
E-mail : ndmgrmn@gmail.com

Eğitim

Derece	*Eğitim Birimi*	*Mezuniyet Tarihi*
Yüksek Lisans		
Lisans	Ege Üniversitesi -Turizm ve Otelcilik MYO/Seyahat İşletmeciliği	Haziran/2015
Lise	Afyon Cumhuriyet Anadolu Lisesi	Haziran/2010

İş Deneyimi

Yıl	*Yer*	*Görev*
2012	Sueno Hotels Beach Side	Cankurtaranlık/ Eğlence Departmanı
2013	Bursa Izgara (Bakırköy Şubesi)	Garson
2014	Frig Turizm	Tur Operatörü
2015/17	Egem Hotel Çanakkale	Resepsiyonist
2018	Hilton Garden Inn Isparta	Resepsiyonist
2018/Halen	Hilton Garden Inn Çorlu	Resepsiyonist

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar