

YEREL HALKIN ÇOK KÜLTÜRLÜ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE TURİZM ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİ: DİYARBAKIR ÖRNEĞİ

¹ Sağbetullah MERİÇ

² Şilan BOĞDİ

¹ Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, smeric@yyu.edu.tr, 0000-0003-1949-623X2

² Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, silanerten@gmail.com, 0000-0003-2107-7341

Sorumlu Yazar

E-mail: smeric@yyu.edu.tr

Geliş Tarihi: 13.10. 2022

Kabul Tarihi: 29.10.2022

Özet

Turizm, bölge ekonomisinin kalkınmasında katkı sağlayan önemli bir sektördür. Turizmin ekonomik katkılarının yanı sıra sosyokültürel ve çevresel etkileri de mevcuttur. Bu etkiler olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Bu etkilerin yerel halk tarafından algılanma düzeyi bölge turizminin gelişimi açısından önemlidir. Yerel halkın sahip olduğu ırksal, dinsel, dilsel, kültürel farklılıklar ile turizmi algılama biçiminin değerlendirilmesi, yerel halkı tanıma açısından turizmin planlamasında ve bölgenin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, Diyarbakır'daki yerel halkın çok kültürlü kişilik özellikleri ile yerel halkın turizm algısı arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini Diyarbakır'da ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Bu çalışmada basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmış ve yerel halktan 500 adet anket elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, çok kültürlü kişilik özellikleri ile turizmin algısı arasında pozitif anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca çok kültürlü kişilik özellikleri olumlu turizm algısını pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Kültür, Çok Kültürlülük, Diyarbakır.

THE RELATIONSHIP BETWEEN LOCAL PEOPLE'S MULTICULTURAL PERSONALITY FEATURES AND TOURISM PERCEPTION: THE EXAMPLE OF DİYARBAKIR

Abstract

Tourism is an important sector that contributes to the development of the regional economy. In addition to its economic contributions, tourism also has socio-cultural and environmental effects. These effects can be positive or negative. The level of perception of these effects by the local people is important for the development of regional tourism. Evaluating the racial, religious, linguistic and cultural differences of the local people and the way they perceive tourism plays an important role in the planning of tourism and the development of the region in terms of getting to know the local people. In this study, the relationship between the multicultural personality traits of the local people in Diyarbakır and the tourism perception of the local people was tried to be determined. The population of the research consists of the local people residing in Diyarbakır. In this study, simple random sampling method was used and 500 questionnaires were obtained from the local people. As a result of the research, a positive and significant relationship was determined between multicultural personality traits and the perception of tourism. In addition, multicultural personality traits affect positive tourism perception positively.

Keywords: Tourism Perception, Culture, Multiculturalism, Diyarbakır

1. GİRİŞ

Turizm, ulaşım, konaklama, arazi kullanımı, çevre, sosyal yapı ve eğlence gibi birçok değişkenden etkilenebilmektedir. Turizmin bu yönünün, turizm planlama sürecinde dikkate alınması gerekir (Afthanorhan vd., 2017; Çelik ve Meriç, 2017). Bölge sakinlerinin turizm etkilerine yönelik algıları da mevcuttur ve gelecek planlamaların kararlaştırılmasında veya pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır. Bu sebeple yerel halkın turizm algısı, turizm planlamasında dikkate alınması gereken bir etkidir (Gu ve Wong, 2006).

Yerel halkın turizm algısı literatürde yerel halkın olumlu ve olumsuz turizm algısı şeklinde ele alınmıştır (Toprak, 2015). Bazı araştırmalarda ise bölge turizmine yönelik etkiler; sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarda incelenmiştir (Meriç ve Erten, 2020). Bölge sakinlerinin olumlu turizm algısı turizmin gelişmesi ve sürdürülebilmesi açısından önemli bir faktördür. Olumsuz turizm algısı ise bölgesel turizm kalkınması açısından tehdit oluşturabilmektedir (Yoon vd., 2001).

Küreselleşmenin neden olduğu toplumsal değişimler, farklı kimlikten ve farklı kültürlerden toplumların aynı coğrafyada bir arada yaşamasını mümkün kılmaktadır. Bu durum çok kültürlü yapıyı oluşturmaktadır. Çok kültürlülük kavramı, farklı kültürlerin bir arada var olduklarını göstermektedir. Toplumlar arasındaki savaşlar ve dostluklar bu etkileşimi pekiştirerek çok kültürlülük durumunu meydana getirmiştir. Çok kültürlülük insanoğlunun tarihsel ve küresel olarak varoluş biçimidir (Çelik, 2008: 321). Çok kültürlü yapıya yönelik algı toplumsal yaşamı önemli düzeyde etkilemektedir. Çok kültürlü toplumsal yapının sağlanabilmesi için toplumun bu bilince sahip bireylerden oluşması gerekir.

Toplumlar, yapısı itibarıyla birçok farklı dinden, dilden ve ırktan insanı içinde barındırabilmektedir. Kültürel farklılıklar, insanların toplumsal yaşamlarında etkili bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Farklı kültürden insanların aynı toprakları paylaşması ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlarda birlikteliği ve eşitliği gerektiren bir durumdur. Çok kültürlü toplumlar, farklılıkların hissedilmediği ortamları gerektirmektedir. Bu gerekliliğin gerçekleşmesi için de bu toplumdaki bireylerin çok kültürlü kişilik özelliklerine sahip olması gerekir. Birçok kültürü, dili, dini, ırkı bir araya getiren ve sosyal bir olay olan turizmin toplumlar arasında gerçekleşmesini sağlayan, bu özelliğe sahip insanların varlığıdır.

Bu çalışmada, Diyarbakır'daki yerel halkın çok kültürlü kişilik özellikleri ve turizm algısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada ilk olarak turizm algısı ve kültür kavramı açıklanmıştır. Daha sonra kültürün unsurları ve özellikleri, kültürel farklılık ile kültürel çeşitlilik hakkında bilgiler sunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kültür

Kültür, bütün disiplinleri yakından ilgilendiren bir konudur. Özellikle sosyal bilimlerde kültür ile ilgili birçok araştırmaya rastlamak mümkündür (Gümüş ve Özüpekçe, 2009). Sosyal bilimler alanında kültür kavramı ile ilgili birçok farklı tanım mevcuttur. Kültür kavramı için yapılan tanımlar genellikle, toplum ürünlerini, toplumun belirli süreç boyunca geliştirdiği sembolleri, kuşaktan kuşağa aktarılan değerleri içermektedir (Aktan ve Tutar, 2007: 1).

Kroeber ve Kluckhohn'a göre (1952: 157) kültür tarihsel bir üründür. Fikirleri, kalıpları ve değerleri içermektedir. Kültür, davranışlarla ilişkilidir, sembollere dayanır ve öğrenilir. Kültür, insanların toplum olabilmek için yaşamlarında öğrendikleri şeyleri kapsayan bir kavramdır (Tezcan, 2015: 217). Kültür kavramı genel olarak insanoğlunun yarattığı ve yaşamında sürdürdüğü davranış örüntülerini kapsar. Bu davranışlardan bazı kişiler hoşlanmasalar bile gerçekleştirme konusunda kendilerini zorunlu hisseder. Dolayısı ile kültür oldukça geniş içeriğe sahip bir kavramdır.

Kültürün genel olarak beş temel özelliği mevcuttur. Bu özellikler bütünlük, öğrenilme, paylaşılma, devingenlik ve simgeselliktir (Aman, 2012: 138):

Bütünlük: Kültür birbirinden farklı parçalardan oluşan sistematik bir yapıdır. Kültürün oluşturduğu parçalar arasında belirli bir tutarlılık mevcuttur. Fakat bu tutarlılık bazen uyum içinde olmayabilir. Bu uyumsuzluk, kültür çatışması gibi gerilimlere neden olabilir (Aman, 2012: 138).

Öğrenilme: İnsanlar, kültürü ait olduğu toplulukta öğrenir ve bu sayede toplumun bir parçası haline gelir. Kültür toplumdaki bireyler arasında paylaşılır. Bu paylaşım oranı düzey olarak farklılık gösterebilir ancak bu farklılık kültürün doğası gereğidir. İnsanlar kültürü kendinden önceki kuşaklardan öğrenerek bir sonraki kuşağa öğretir. Bu nedenle kültür hem öğrenilir hem de öğretilir (Fichter, 2016: 156).

Paylaşılma: Kültür toplum bireyleri tarafından yaratılır ve paylaşılır. Toplum üyeleri tarafından paylaşılan inanç, dil, değer, tutum, davranış, gelenek ve görenekler toplumun kültürünü oluşturur (Güvenç, 1979: 104).

Devingenlik: Kültür zaman içinde değişebilir. Kültürdeki bu değişim, uzun bir süreçte gerçekleşir. Kültürel sistemde meydana gelen bir değişim, zamanla tüm sisteme yayılır ve benimsenir. Bu nedenle kültürün devingen bir özelliği olduğu söylenebilir (Güvenç, 1979: 106).

Simgesellik: Simge, ifadeleri anlamlı şekilde ifade eden işaretlerdir. Simgelerin anlamlı olabilmesi için insanların bu ifadeler hakkında hemfikir olması gerekir. Bütün toplumların kendine has simgeleri mevcuttur. Bu simgeler bütün toplumlarda farklılık göstermektedir (Aman, 2012: 138).

Hofstede ve arkadaşları (2010: 8-9) kültürün unsurlarını soğan katmanlarına benzetmektedir. Bu unsurlar; semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler şeklinde sıralanmaktadır. Semboller bir kültürün toplumu tarafından tanınan kelimeler, jestler, resimler ve nesnelerdir. Semboller, bir kültürde kolayca geliştirilebilir. Semboller, soğan benzetmesinde en dışta yer alan katmanda yer almaktadır. Kahramanlar, bir kültürde rol model olarak alınan canlı ya da ölü gerçek veya hayal ürünü kimselerdir. Ritüeller, bir kültürde sosyal açıdan zorunlu kabul edilmektedir. Dini törenlerde selamlaşma ve saygı gösterme ritüeller içinde yer almaktadır. Değerler, soğan benzetmesinde çekirdek katmanında yer almaktadır. Değerler, doğal-doğal olmayan, güzel-çirkin, iyi-kötü gibi ayrımları yapmaya olanak verir.

Kültür, günümüz turizm hareketliliğinin önemli motivasyon kaynaklarından biri olarak gösterilmektedir. İnsanların kendi kültürlerinden farklı kültürleri öğrenme ve bu kültürel ortamda bulunma isteği, turizm pazarının büyümesine neden olmaktadır (Meriç, 2020). Ayrıca turizm hareketleri yapı itibarıyla farklı kültürden insanları bir araya getirmektedir. Farklı kültürden insanların ortak bir amaç için hareket etmeye istekli olması ile kitle turizmine olan talep her geçen gün daha da artmaktadır.

2.2. Çok Kültürlülük

Çeşitli kültürlerin aynı topraklarda birlikte yaşaması, çok kültürlü toplumu meydana getirmiştir (Çelik, 2008: 321). Diğer bir ifade ile, farklı kültürlerle sahip insanların oluşturduğu topluluklar topluma çok kültürlülük özelliği katmaktadır. Parekh (1999: 449) çok kültürlü toplumu, farklı yaşam anlayışına sahip farklı sosyal ve tarihi yapıları olan kendi içinde ihtiyaçları, istekleri, gelenekleri olan, iyi organize olmuş kültürel topluluklar şeklinde tanımlamıştır.

Günümüzde homojen bir toplum yapısından söz etmek oldukça zordur. Çünkü insanların oluşturduğu grupların büyük çoğunluğu çok kültürlü toplum yapısına sahiptir. Küreselleşen dünya ile birlikte iletişim olanaklarının artması ve yerel kaynaklı ekonominin azalması çeşitli ırktan toplulukların birlikte yaşama isteğini açığa çıkarmıştır. Ekonominin gelişmesiyle birlikte, az gelişmiş bölgelerden gelişmiş bölgelere doğru göçler başlamıştır. Bu göçler sonucunda çeşitli toplumlar bir arada yaşayarak çok kültürlü toplumu meydana getirmiştir (Yanık, 2012).

Turizm faaliyetleri farklı kültürden birçok insanın gezmek, görmek, eğlenmek gibi amaçlarla bir arada olmasını gerektirir (Güllüce vd., 2017). Bu nedenle turistik grupların çok kültürlü birer topluluk olduklarını söylemek mümkündür. Turizm kapsamında gerçekleştirilen çok kültürlülük ile ilgili araştırmalar, turizmin geleceği açısından önem ifade etmektedir. Bu araştırmalar turist gruplarındaki çok kültürlülük ile ilgili yapılabileceği gibi çok kültürlü kişilik özelliğine sahip insanların turizme bakış açısını araştıran araştırmalar da olabilir. Çok kültürlü bir toplumun turizm faaliyetlerine yönelik algısının kültür açısından daha homojen olan bir toplumun algısı ile karşılaştırılması da turizmin geleceği için önemli bir konudur.

Çok kültürlü kişilik özellikleri, Van der Zee ve çalışma arkadaşları (2013) tarafından kültürel empati, açıklık, sosyal girişim, duygusal denge ve esneklik olmak üzere beş boyutta ele alınmıştır. Kültürel Empati, farklı kültürlerle sahip insanları anlama, duygu ve düşüncelerini tanıyabilme becerisini ifade etmektedir. Açıklık, insanların kendi kültürü dışındaki bireylere karşı önyargısız olabilme ve kolaylıkla iletişime geçebilmesini ifade etmektedir. Sosyal Girişkenlik, farklı kültürel gruplardaki bireylerle kolayca etkileşim kurmayı ifade etmektedir. Duygusal Denge, kültürel farklılıklardan

kaynaklı olan çatışmalarda ve stresli durumlarda insanların sakinliğini koruyabilmesini ifade etmektedir. Esneklik ise, insanların kültür kaynaklı yeni durumlara alışabilme becerisini ifade etmektedir.

Diyarbakır birçok medeniyete ev sahipliği bir şehirdir. Bu medeniyetlere ait kültürel, tarihi ve sanatsal değeri yüksek olan eserlerin birçoğu günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır. Diyarbakır'ın tarihi ve kültürel değerleri; kaleler, surlar, evler, köprüler, hanlar, hamamlar ve mağaralar olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelik, 2010: 72). Diyarbakır, çok kültürlü yapıya sahip bir şehirdir. Diyarbakır Kürt ve Zaza nüfusunun yoğun olduğu bir şehirdir. Diyarbakır'ın Lice, Kulp, Hani, Hazro ilçelerinde Zaza nüfusu yoğunluktadır (Demir, 2012: 109). Ayrıca Süryanilerin önemli yerleşim yerlerinden biri olan Diyarbakır'da farklı inançtan insanlar bir arada yaşamaktadır (Şimşek, 2005).

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsam ve Sınırlılıkları

Çalışmanın amacı, yerel halkın çok kültürlü kişilik özellikleri ile yerel halkın turizm algısı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini, çok kültürlü bir yapıya sahip olan ve önemli bir turizm destinasyonu olan Diyarbakır şehrindeki insanlar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme alma yoluna gidilmiştir. Diyarbakır ve ilçelerinde 2019-2020 yıllarında yüz yüze yapılan görüşmeler ile kolayda örnekleme tercih edilerek 500 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Bu sayı evreni temsil için yeterli görülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011).

Anket formunda farklı araştırmalarda geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ifadeler ve katılımcıların demografik bilgilerinin elde edildiği sorular yer almaktadır. Bu veriler SPSS'24 paket programı ile analiz edilerek yorumlanmıştır.

Bu araştırma veri toplama aracı bulanan önermeler ve yerel halkın bu önermeler karşısında bildirdikleri görüşler ile sınırlıdır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Diyarbakır'daki yerel halkın çok kültürlü kişilik özellikleri ile turizm algısı arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan araştırmada, genelleme yapabilmek ve mevcut durumu ortaya koyabilmek için nicel araştırma yöntemi seçilmiştir. Veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında iki ana hipotez oluşturularak test edilmiştir.

H1: Çok kültürlü kişilik özellikleri ile olumlu turizm algısı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Çok kültürlü kişilik özellikleri ile olumsuz turizm algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplamak için anket formu oluşturulmuş ve gönüllü katılımcılara bu anket formu yüz yüze uygulanmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla hazırlanmış sorular yer almaktadır. Bu bölümde cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık gelir ve kendinizi kaç dilde ifade ediyorsunuz gibi sorular bulunmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde çok kültürlü kişilik özellikleriyle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Bu ölçek hazırlanırken Van der Zee ve çalışma arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen Çok Kültürlü Kişilik Ölçeği (Multicultural Personality Questionnaire MPQ) kullanılmıştır. Çok kültürlü kişilik ölçeğinde 24 ifade bulunmaktadır. Ölçeğin alt boyutlarını kültürel empati boyutu, esneklik boyutu, duygusal denge boyutu, açık fikirlilik boyutu ve sosyal girişim boyutu oluşturmaktadır.

Anketin üçüncü bölümünde Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algısı ölçeği kullanılmıştır. Güneş (2014) tarafından ilgili literatürden faydalanılarak geliştirilen anket formu Antalya'da yerel halka uygulanmış ve geçerliliği-güvenliği test edilmiştir. Ölçekte turizmin çevresel, ekonomik ve sosyokültürel etkileriyle ilgili olumlu ve olumsuz olmak üzere 25 ifade bulunmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçekler beşli likert tipi olarak “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kısmen katılıyor kısmen katılmıyorum”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir.

4. BULGULAR

Anket ile elde edilen veriler, SPSS 24 paket programı yardımı ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Veri analizinde; frekans ve yüzde dağılımı hesaplanarak, ifadelerle ait çarpıklık basıklık değerleri elde edilip incelenmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkiyi ve bağımsız değişkenin bağımlı değişkene etkisini belirlemek amacıyla Korelasyon ve Regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve ifadelerin faktör yükleri incelenmiştir. İfadelerin doğru faktörü temsil ettiği ve faktör yüklerinin kabul edilebilir aralıkta (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011) olması nedeniyle ifade çıkarılmamıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik özellikler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	289	57,8
	Kadın	211	42,2
Medeni durum	Evli	149	29,8
	Bekar	344	68,8
Yaş	20 yaş altı	84	16,8
	21-30 yaş	283	56,6
	31-40 yaş	80	16,0
	41-50 yaş	35	7,0
	51 yaş ve üzeri	11	2,2
Eğitim durumu	İlköğretim	50	10,0
	Lise	113	22,6
	Üniversite	296	59,2
	Yüksek Lisans/Doktora	23	4,6
Meslek	Turizmle ilgili	36	7,2
	Turizmle ilgili değil	402	80,4
Aylık gelir	2000tl ve altı	219	43,8
	2000tl -3000tl	116	23,2
	3000tl-4000tl	34	6,8
	4000tl ve üzeri	64	12,8
Kendinizi kaç dilde ifade edebiliyorsunuz?	1	79	15,8
	2	245	49,0
	3	130	26,0

Araştırmaya katılan katılımcıların, %57,8'i (289 kişi) erkek, %42,2'si (211 kişi) ise kadındır. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla fazladır. Katılımcıların medeni durumuna bakıldığında %29,8'i (149 kişi) evli, %68,8'i (344 kişi) ise bekarıdır. Araştırmaya katılanların medeni durumuna göre bekar katılımcılar evli katılımcılara göre çok daha fazladır. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında %16,8'i (84 kişi) 20 yaş altı, %56,6'sı (283 kişi) 21-30 yaş arası, %16'sı (80 kişi) 31-40 yaş arası, %7,0(35 kişi) 41-50 yaş arası, %2,2 (11 kişi) ise 51 yaş ve üzeri yaş aralığındadır. 21-30 yaş arasındaki katılımcılar diğer yaş aralığındakilere göre araştırmaya daha fazla katılım göstermişlerdir.

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumu dağılımına bakıldığında %10'u (50 kişi) ilköğretim, %22,6'sı (113 kişi) lise, %59,2'si (296 kişi) üniversite, %4,6 si (23 kişi) ise Yüksek Lisans-Doktora eğitimi görmüştür. Üniversite eğitimi alan katılımcılar araştırmada diğer eğitim seviyelerine oranla daha fazladır.

Araştırmaya katılan katılımcıların meslek grupları %80,4 (402 kişi) turizmle ilgili değilken %7,2 si (36 kişi) turizmle ilgilidir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu turizm sektörü dışında çalışmaktadır

Katılımcıların %43,8'i 2000 TL ve altı, %23,2 si 2000 TL-3000 TL arası, %6,8 si 3000 TL ve 4000 TL arası, %12,8 si ise 4000 TL ve üzeri aylık geliri bulunmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların çoğunun aylık geliri 2000 TL altıdır. Araştırmaya katılan katılımcıların %15,8 1 dil, %49 2 dil, %26,0 3 dil ile kendilerini ifade etmektedir. Katılımcıların çoğu 2 dil bilmektedir.

Tablo 2: Turizmin Olumlu Sosyokültürel Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	F	33	19	31	174	243	1,129	4,15
	%	6,6	3,8	6,2	34,8	48,6		
Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	F	24	25	37	171	241	1,081	4,16
	%	4,8	5,0	7,4	34,2	48,2		
Turizm yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	F	21	33	45	162	228	1,098	4,11
	%	4,2	6,6	9,0	32,4	45,6		
Turizm yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	F	28	37	47	190	190	1,139	3,97
	%	5,6	7,4	9,4	38,0	38,0		

Araştırmaya katılanların çoğunluğu turizmin olumlu sosyokültürel ifadelerine katılıyorum şeklinde cevaplamıştır. Yerel halk turizmin kültürel aktivitelerini geliştirdiklerini (4,15), yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağladığını (4,16), yerel halkın yaşam kalitesini yükselttiğini (4,11) ve eğlence serbest zaman olanaklarını artırdığını (3,97) düşünmektedir. Yerel halk turizmin olumlu sosyokültürel etkisi olduğuna inanmaktadır. Turizmin olumlu sosyokültürel etkileri faktörü altında yer alan ifadelerden en yüksek ortalamaya sahip ifade “Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır” ifadesidir. Katılımcılardan 243 kişi bu ifadeye kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamıştır. “Turizm yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır” ifadesi ise en düşük ortalamaya sahiptir. Turizmin sosyokültürel etkileri göz önüne alındığında insanlar arasındaki etkileşim ve kültürel kaynaşma düşüncesi yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlama kanısını güçlendirdiğini göstermektedir.

Tablo 3: Turizmin Olumsuz Sosyokültürel Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	F	209	106	71	51	54	1,383	2,26
	%	41,8	21,2	14,2	10,2	10,8		
Turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	F	238	97	64	52	34	1,297	2,07
	%	47,6	19,4	12,8	10,4	6,8		
Turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	F	207	100	70	58	57	1,410	2,30
	%	41,4	20,0	14,0	11,6	11,4		
Turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	F	199	92	92	58	49	1,367	2,32
	%	39,8	18,4	18,4	11,6	9,8		

Diğer halkın çoğunluğu turizmin olumsuz sosyokültürel ifadelerine katılmıyorum şeklinde görüş bildirmiştir. Yerel halk turizmin davranışları olumsuz etkilediğine (2,26), kültürel değerleri yok ettiğine (2,07), turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırdığı (2,30), suç fuhuş uyuşturucu gibi problemlere neden olduğuna (2,32) inanmamaktadırlar. Turizmin olumsuz sosyokültürel etkileri ifadelerinde “Turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 199 kişi bu ifadeye kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevaplamıştır. “Turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır”

ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Bu ifadeye 238 kişi kesinlikle katılmıyorum olarak cevaplamıştır. Katılımcılar turizmin suç, fuhuş gibi çeşitli olumsuz sosyal problemlerle ilişki içinde olmadığı kanısındadırlar.

Tablo 4: Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	F	30	17	72	181	192	1,107	3,99
	%	6,0	3,4	14,4	36,2	38,4		
Turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır.	F	16	16	30	148	286	0,966	4,35
	%	3,2	3,2	6,0	29,6	57,2		
Turizm yerel ekonomiyi desteklemektedir.	F	24	17	24	151	277	1,049	4,30
	%	4,8	3,4	4,8	30,2	55,4		
Turizm yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	F	20	17	51	145	262	1,039	4,24
	%	4,0	3,4	10,2	29,0	52,4		
Turizm bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	F	22	19	55	152	245	1,066	4,17
	%	4,4	3,8	11,0	30,4	49,0		

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğu turizmin olumlu ekonomik ifadelerine katılıyorum yönünde cevaplamıştır. Yerel halk turizmin geleneksel ürünlerin üretimini sağladığını (3,99), ekonomik kazanç sağladığını (4,35), ekonomiyi desteklediğini (4,30), yeni iş fırsatları sağladığını (4,24), bölgeye daha fazla yatırım sağladığını (4,17) düşünmektedirler. Turizmin olumlu ekonomik etkileri ifadelerinde “Turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir ve katılımcılardan 286 kişi kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamıştır. “Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 192 kişi kesinlikle katılıyorum ifadesini seçmiştir. Turizmin bölge ekonomisine katkısı ve istihdam olanakları sağlaması nedeniyle katılımcılar turizmin ekonomik getirisi olduğu düşüncesindedirler.

Tablo 5: Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	F	35	27	81	156	187	1,189	3,89
	%	7,0	5,4	16,2	31,2	37,4		
Turizm bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	F	50	52	106	141	133	1,282	3,53
	%	10,0	10,4	21,2	28,2	26,6		
Turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	F	59	77	149	97	112	1,294	3,26
	%	11,8	15,4	29,8	19,4	22,4		

Araştırmaya katılanlar turizmin bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırdığını (3,89) ve hayat pahalılığına neden olduğunu (3,53) düşünürken, ekonomik kazanç eşitsizliği yarattığına (3,26) inanmamaktadır. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri ifadelerinde “Turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan kişilerden 187’si kesinlikle katılıyorum ifadesini seçmiştir. “Turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 149 kişi kararsızım ifadesini

cevaplamıştır. Piyasadaki arz talep dengesi düşünüldüğünde turizmin bölge ürünlerini ve hizmet fiyatlarını yukarı çekeceği düşünülmektedir.

Tablo 6: Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	F	45	51	96	155	147	1,259	3,62
	%	9,0	10,2	19,2	31,0	29,4		
Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	F	23	35	116	162	159	1,105	3,81
	%	4,6	7,0	23,2	32,4	31,8		
Turizm çevre bilincini arttırmaktadır.	F	36	43	83	158	177	1,218	3,80
	%	7,2	8,6	16,6	31,6	35,4		
Turizm tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	F	39	44	89	137	191	1,255	3,79
	%	7,8	8,8	17,8	27,4	38,2		

Araştırmaya katılanlar turizmin olumlu çevresel ifadelerine katılıyorum şeklinde cevaplamıştır. Yerel halk turizmin doğal çevreyi koruduğuna (3,62), çevre kalitesini iyileştirdiğine (3,81), çevre bilinci oluşturduğuna (3,80) ve tarihi yapıları koruduğuna inanmaktadırlar. Turizmin olumlu çevresel etkileri ifadelerinde “Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Katılımcıların 162’si katılıyorum ifadesini seçmiştir. “Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 155 kişi katılıyorum ifadesini cevaplamıştır. Turizm kaynaklarının sürdürülebilir planlar ile sonraki kuşaklara aktarılması, turizmin çevreyi koruduğunu inanmaktadırlar.

Tablo 7: Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Turizm çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	F	126	71	116	105	76	1,406	2,87
	%	25,2	14,2	23,2	21,0	15,2		
Turizm doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	F	150	87	128	77	54	1,347	2,59
	%	30,0	17,4	25,6	15,4	10,8		
Turizm çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	F	136	90	126	83	64	1,365	2,70
	%	27,2	18,0	25,2	16,6	12,8		
Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.	F	95	63	121	116	102	1,390	3,13
	%	19,0	12,6	24,2	23,2	20,4		

Katılımcılar turizmin olumsuz çevresel etkilerine çoğunlukla katılmıyorum şeklinde cevaplamıştır. Yerel halk turizmin çevre kirliliğine neden olduğuna (2,87), doğayı olumsuz etkilediğini (2,59), çarpık kentleşmeye neden olduğuna (2,70) düşünmemektedir. Turizmin olumsuz çevresel etkileri ifadelerinde “Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Katılımcıların 121’i kararsızım ifadesini seçmiştir. “Turizm doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 150 kişi kesinlikle katılmıyorum ifadesini seçmiştir. Turizmin belli

dönemlerde getirmiş olduğu nüfus artışı ile doğal çevreye zarar verdiği düşüncesindedirler. Turizmin doğal yaşama etki etmediği görüşündedirler.

Tablo 8: Kültürel Empati Boyutu ile İlgili Frekans Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Başkalarının duygularına dikkat ederim.	F	38	38	36	175	212	1,220	3,97
	%	7,6	7,6	7,2	35,0	42,4		
İyi bir dinleyicim.	F	28	28	47	181	212	1,121	4,05
	%	5,6	5,6	9,4	36,2	42,4		
Başkaları rahatsız olduğunda anlarım.	F	24	15	54	172	224	1,056	4,14
	%	4,8	3,0	10,8	34,4	44,8		
İnsanları derinden tanırım.	F	38	51	140	122	134	1,218	3,54
	%	7,6	10,2	28,0	24,4	26,8		
Diğer insanların yaşam hikayelerini dinlerim.	F	43	31	79	168	167	1,229	3,79
	%	8,6	6,2	15,8	33,6	33,4		
Birileri zor durumdaysa fark ederim.	F	21	31	96	198	143	1,051	3,84
	%	4,2	6,2	19,2	39,6	28,6		
Başkalarına sempati duyarım.	F	49	58	123	159	98	1,220	3,41
	%	9,8	11,6	24,6	31,8	19,6		

Araştırmaya katılan katılımcılar, başkalarının duygularına önemsediklerini (3,97), iyi bir dinleyici olduklarını (4,05) başkalarının rahatsızlığını fark ettiklerini (4,14), insanları tanıdıklarına (3,54) başkalarının yaşam hikayelerini dinlediklerine (3,79), başkalarının zor durumunu anladıklarını (3,84), başkalarına sempati duydıklarını (3,41) ifade etmişlerdir. Kültürel kişilik özelliği ifadelerinde “Başkaları rahatsız olduğunda anlarım” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 224 kişi bu ifadeye kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. “Başkalarına sempati duyarım” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 159 kişi katılıyorum ifadesini seçmiştir. Katılımcılar başka insanların sıkıntılarını sorunları fark edebilecek yapıda olduklarını düşünmekte ve başka insanlara karşı sıcakkanlılık göstermektedirler.

Tablo 9: Esneklik Boyutu ile İlgili Frekans Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Katı kurallara göre çalışırım.	F	113	106	84	108	80	1,413	2,87
	%	22,6	21,2	16,8	21,6	16,0		
Belli bir plana göre çalışırım.	F	48	73	111	141	114	1,267	3,41
	%	9,6	14,6	22,2	28,2	22,8		
Hayatta düzenliliği ararım.	F	43	38	90	157	161	1,242	3,73
	%	8,6	7,6	18,0	31,4	32,2		
Tanıdığım ortamlarda daha rahat çalışırım.	F	34	37	56	134	222	1,232	3,98
	%	6,8	7,4	11,2	26,8	44,4		

Araştırmaya katılan katılımcılar yaşamda düzenliliği aradıklarını (3,73), tanıdık ortamlarda rahat çalıştıklarını (3,98) ve belli bir plana göre çalıştıklarını (3,41) düşünmektedirler. Katı kurallara

göre (2,87) çalıştıklarını düşünmemektedirler. Esneklik kişilik özellikleri ifadelerinde “Tanıdığım ortamlarda daha rahat çalışırım” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 222’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. “Katı kurallara göre çalışırım” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcıların 113’ü kesinlikle katılmıyorum ifadesini seçmiştir. İnsanların çalışma ortamlarında kendileri olabilmeleri ve daha rahat çalışma alanları yaratabilmeleri için tanıdık insanlarla daha iyi çalışabilecekleri düşüncesindedirler. Katı kurallar yerine daha esnek kurallar ile çalışmakta oldukları düşüncesindedirler.

Tablo 10: Duygusal Denge Boyutu ile İlgili Frekans Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Endişeli bir yapıya sahibim	F	85	98	114	105	86	1,349	3,02
	%	17,0	19,6	22,8	21,0	17,2		
Kolayca üzülen biriyim	F	93	87	98	95	122	1,446	3,13
	%	18,6	17,4	19,6	19,0	24,4		
Yalnız hissederim.	F	105	88	97	107	94	1,422	2,99
	%	21,0	17,6	19,4	21,4	18,8		
İşler iyi gitmediğinde sakinliğimi korurum	F	79	65	122	120	106	1,355	3,22
	%	15,8	13,0	24,4	24,0	21,2		
Baskı altında hissederim.	F	95	83	131	105	77	1,337	2,97
	%	19,0	16,6	26,2	21,0	15,4		
Kolayca incinmem.	F	82	100	109	111	90	1,352	3,05
	%	16,4	20,0	21,8	22,2	18,0		

Araştırmaya katılan katılımcılar kendilerinin endişeli bir yapıya sahip olduklarına (3,02), işler iyi gitmediklerinde sakinliğini koruduklarına (3,22), baskı altında hissettiklerini (2,97) konusunda kararsızken; kolay üzülen biri olduklarına (3,13), yalnız hissettiklerini (2,99), ve kolayca incindiklerini (3,05) düşünmemektedirler. Duygusal kişilik özellikleri ifadelerinde “İşler iyi gitmediğinde sakinliğimi korurum” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 122 kişi kararsızım ifadesini seçmiştir. “Baskı altında hissederim” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 131 kişi kararsızım cevabını vermiştir. Katılımcıların işlerinin belli bir düzende gitmediklerinde dingin kalabildiklerini ve stresli ortamları kontrol edebildikleri konusunda kararsızdırlar.

Tablo 11 : Açık Fikirlilik Boyutu ile İlgili Frekans Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Farklı yaklaşımlar denerim.	F	32	49	86	207	112	1,133	3,66
	%	6,4	9,8	17,2	41,4	22,4		
Hedefe ulaşmak için yollar denerim.	F	28	42	60	207	154	1,127	3,85
	%	5,6	8,4	12,0	41,4	30,8		
Yeni bir hayata kolayca başlarım.	F	56	46	141	126	123	1,272	3,43
	%	11,2	9,2	28,2	25,2	24,6		
Sorunlara çözüm bulmayı severim	F	30	39	70	168	187	1,172	3,90
	%	6,0	7,8	14,0	33,6	37,4		

Araştırmaya katılan katılımcılar farklı yaklaşımlar denediklerini (3,66), hedefe ulaşmak için yollar denediklerini (3,85), sorunlara çözüm bulduklarını düşünmektedirler. Katılımcılar yeni bir hayata kolayca başladıklarını (3,43) ifadesinde kararsızdılar. Açık fikirlilik kişilik özellikleri incelendiğinde “Sorunlara çözüm bulmayı severim” ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 187 kişi bu ifadeye kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. En düşük ortalamaya sahip “Yeni bir hayata kolayca başlarım” ifadesi ise katılımcılardan 141 kişi tarafından kararsızım cevabını almıştır. Katılımcılar sorunlar ile baş edebilme yeteneğinin yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcılar yeni kültürel gruplara, yeni ortamlara açık olma konusunda kararsızdılar.

Tablo 12: Sosyal Girişim Boyutu ile İlgili Frekans Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Standart Sapma	Ortalama
Farklı kökenden insanlarla iletişim kurmayı severim	F	20	33	78	159	207	1,097	4,01
	%	4,0	6,6	15,6	31,8	41,4		
İnsanlara öncülük ederim	F	32	37	101	165	163	1,167	3,78
	%	6,4	7,4	20,3	33,1	32,7		
Kolayca iletişim kurarım.	F	32	45	94	150	179	1,202	3,80
	%	6,4	9,0	18,8	30,0	35,8		
İletişim kurmada önceliği diğerlerine veririm	F	50	53	125	131	138	1,275	3,51
	%	10,0	10,6	25,0	26,2	27,6		

Katılımcılar farklı kökenden insanlarla iletişim kurduklarını (4,01), insanlara öncülük ettiklerini (3,78), kolayca iletişim kurduklarını (3,80) iletişimde önceliği diğerlerine verdiklerini (3,51) düşünmektedirler. Sosyal Girişim Kişilik Özelliği ifadeleri incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip “Farklı kökenden insanlarla iletişim kurmayı severim” ifadesidir. Bu ifadeye katılımcılardan 207 kişi kesinlikle katılıyorum ifadesini cevaplamıştır. “İletişim kurmada önceliği diğerlerine veririm” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcılardan 138 kişi kesinlikle katılıyorum ifadesini seçmiştir. Katılımcılar farklı kökenden insanlar ile iletişim kurmada aktiftir fakat iletişim kurma sorumluluğunu karşı tarafa bırakarak çekingen kalırlar.

Tablo 13: Yerel Halkın Turizm Algısı Düzeyi ile Çok Kültürlülük Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Belirleyen Korelasyon Katsayısı Sonuçları

	Faktör	1	2	3	4	5	7	8
1	Olumlu Turizm Algısı	1						
2	Olumsuz Turizm Algısı	-,233**	1					
3	Kültürel Empati	,386**	,005	1				
4	Esneklik	,205**	,038	,262**	1			
5	Duygusal Denge	,060	,151**	,236**	,162**	1		
6	Açık Fikirlilik	,338**	-,083	,496**	,301**	,117**	1	
7	Sosyal Girişim	,376**	,061	,550**	,332**	,217**	,476**	1
İstatistiksel anlamlılık düzeyleri * 0,05 ve ** 0,01'dir.								

Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan analizde, olumlu turizm algısı ve olumsuz turizm algısı arasında düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki mevcuttur. Olumlu turizm algısı arttıkça olumsuz turizm algısı azalmaktadır. Olumlu turizm algısı ile kültürel empati, açık fikirlilik ve sosyal girişim boyutları arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır. Olumlu turizm algısı arttıkça kültürel empati açık fikirlilik ve sosyal girişim artmaktadır. Olumlu turizm algısı ile esneklik alt

boyutu arasında pozitif yönlü ama düşük şiddetli bir ilişki vardır. Olumsuz turizm algısı ve duygusal denge alt boyutunda pozitif fakat düşük düzeyde bir ilişki vardır. Kültürel empati, esneklik ve sosyal girişim faktörleri ile olumsuz turizm algısı arasında ilişki bulunmamıştır.

Tablo 14: Çok Kültürlü Kişilik Özelliklerinin Olumlu Turizm Algısına Etkisini Belirleyen Regresyon Analizi Sonuçları

	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
		10,899			
Kültürel Empati	,219	4,335	,000	,628	1,593
Esneklik	,055	1,264	,207	,854	1,171
Duygusal Denge	-,057	-1,368	,172	,926	1,080
Açık Fikirlilik	,137	2,854	,004	,694	1,440
Sosyal Girişim	,184	3,597	,000	,610	1,640
Bağımlı Değişken: Olumlu Turizm Algısı					
R²: ,208 F: 25,956					

Çok kültürlülük alt boyutlarıyla olumlu turizm algısı arasındaki etkiyi belirlemek için yapılan regresyon analizinde, kültürel empati (sig: 000), açık fikirlilik(sig: 004) ve sosyal girişim (sig: 000) faktörlerinin olumlu turizm algısını etkilediği görülmektedir. Ancak diğer çok kültürlülük boyutlarından Esneklik (sig: 207) ve duygusal denge (sig: 172) faktörlerinin olumlu turizm algısı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Çok kültürlü kişilik boyutlarının olumsuz turizm algısı üzerinde anlamlı bir etkisi (sig>0,05) bulunmadığı için ilgili analiz verileri tablo olarak sunulmamıştır. Regresyon analizi sonucunda VİF değerinin 10'dan küçük olması da çoklu doğrusallık sorununun olmadığını göstermektedir.

5. SONUÇ

Turizm, bölgeler ve ülkeler için ekonomik kazanç sağlayan önemli bir sektördür (Meriç, 2020; Bozkurt vd., 2020). Ekonomik kazanç sağlayan bu olgu, gelişim gösterdiği bölgelerde sosyokültürel ve çevresel etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkiler olumlu veya olumsuz olabilmektedir (Gu ve Wong, 2006; Özer ve Okat 2021; Arslan Kalay vd., 2018). Turizm etkilerinin olumlu algılarının yükseltilip, olumsuz algılarının en aza indirilmesi bölge turizmin gelişmesinde ve planlanmasında etkili olacaktır. Yerel halkın turizm gelişmesine yönelik algısı bölgedeki turizm faaliyetlerinin başarılı bir şekilde gerçekleşmesinde etkili olmaktadır.

Çok kültürlü kişilik özelliklerinin alt boyutlarıyla turizm algısı arasındaki ilişkiyi saptamak amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucunda olumlu turizm algısı ile kültürel empati, açık fikirlilik, sosyal girişim ve esneklik boyutları arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çok kültürlü kişilik özellikleri alt boyutlarından olan; kültürel empati, açık fikirlilik, sosyal girişim ve esneklik boyutlarına katılım arttıkça olumlu turizm algısı da artmaktadır. Katılımcıların farklı kültürden insanlarla etkileşim içinde olması, kendi kültürleri dışında insanlara açık olmaları farklı kültürden insanlarla kolayca iletişime girmeleri ve farklı kültürlerde beklenmedik durumlarla kolayca baş edebilme özellikleri arttıkça olumlu turizm algıları artmaktadır. Çok kültürlülük algısı geneli ile olumlu turizm algısı arasında anlamlı ilişki tespit edildiğinden H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Çok kültürlü kişilik özelliklerinin alt boyutundan olan açık fikirlilik ile olumsuz turizm algısı arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Katılımcıların farklı kültürlerle karşı açık olma durumu arttıkça olumsuz turizm algısı azalmaktadır. Çok kültürlülük algısı geneli ile olumsuz turizm algısı arasında anlamlı ilişki elde edilemediği için H2 hipotezi reddedilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen diğer bir sonuç; çok kültürlülük alt boyutlarıyla olumlu turizm algısı arasındaki etkinin ortaya konulmasıdır. Çok kültürlü kişilik özelliklerinden kültürel empati, açık fikirlilik ve sosyal girişim faktörlerinin olumlu turizm algısını yüzde yirmi oranında etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç ile toplumsal çok kültürlü kişilik özelliklerinin mevcudiyetinin insanların turizm algısını olumlu etkilediği ortaya konulmuştur.

Diyarbakır geçmişten bu yana köklü uygarlıklara ev sahipliği yaparak birçok kültürden izler bırakarak zengin mozaik oluşturmuştur. Bu kültürel zenginlik günümüze kadar ulaşmıştır. Diyarbakır'ın Sur ilçesinde bulunan farklı mabetlerin birbirine yakın olması ve günümüzde kullanılıyor olması kültürel farklılıklara olan hoş görünün devam ettiğini göstermektedir. Toplumsal yapıdaki farklılıkların birlikte yaşama arzusu o bölgenin en büyük zenginliğidir. Bu zenginlik birçok alanda olduğu gibi turizm üzerinde de olumlu yansımaları bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Afthanorhan, A., Awang, Z. ve Fazella, S. (2017). Perception of tourism impact and support tourism development in Terengganu, Malaysia. *Social Sciences*, 6(3), 106.
- Aktan, C. C. ve Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Aman, F. (2012). Bronislaw Malinowski'nin kültür teorisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21 (1), 135-151.
- Arslan Kalay, H., Şahin, S. ve Meriç, S. (2018). Mimari mirasın turizme açılmasının mimari mirasın korunmasına etkisi: sanat tarihi ve turizm öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Ordu Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8
- Bozkurt, Ö., Meriç, S. ve Kaymış, B. (2020). Otel işletmelerinde bulunan ergonomik risklerin değerlendirilmesi: Van örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 20-34.
- Çelik, A. (2010). *Turizmin Ekonomik Boyutu ve Diyarbakır İli Özelinde Kültür ve İnanç Turizminin Ekonomik Faktör Olarak Kullanılması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Çelik, H. (2008). Çokkültürlülük ve Türkiye'deki görünümü. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(15), 319-332.
- Çelik, S. ve Meriç, S. (2017). Ahlat'ın rekreasyonel turizm potansiyelinin GZTF analizi ile değerlendirilmesi, *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 295-311.
- Fichter, J. (2016). *Sosyoloji nedir*. (Çev. Nilgün Çelebi). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gu, M., ve Wong, P. P. (2006). Residents' perception of tourism impacts: A case study of homestay operators in dachangshan dao, North-East China. *Tourism geographies*, 8(3), 253-273.
- Güllüce A. Ç., Bozkurt Ö. ve Meriç, S. (2017). Örgütsel adalet algısının iç girişimci davranışlar ile ilişkisi: Otel yöneticilerine yönelik bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13, 39-50.
- Gümüş, N., ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Güneş, N. (2014). *Yerel halkın turizm algısı ve turizme katılımı: antalya konyaaltı ve kepez ilçesi örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Güvenç, B. (1979). *İnsan ve kültür*. (Üçüncü Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hofstede, G., Geert Jan ve Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations software of the mind intercultural cooperation and Its importance for survival*. (Third Edition). New York: Mc Graw-Hill.
- Kroeber, A. L. ve Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. In *Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Meriç, S. (2020). Engelli basketbolcuların sosyal hayatını engelleyen sağlık sorunlarının turizm faaliyetleri açısından değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2391-2408.
- Meriç, S. ve Erten, Ş. (2020). Üniversite öğrencilerinin turizm algısı: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 420-440.
- Özer, S. ve Okat, Ç. (2021). Yeni Koronavirüs (Covid-19) günlerinde bireylerin yeme tutumlarının incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 84-102.
- Parekh, B. (1999). Common citizenship in a multicultural society. *The Round Table*, 88(351), 449-460.
- Şimşek, M. (2005). Süryaniler / Diyarbakır Süryanileri. Çok Kültürlülük Konferansı. Diyarbakır, 27-28 Kasım.
- Tezcan, M. (2015). *Sosyolojiye giriş*. (Sekizinci Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.

Toprak, L. (2015). Mardin’de Yerel Halkın Turizm Algısı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 201-218.

Van der Zee, K., Van Oudenhoven, J. P., Ponterotto, J. G. ve Fietzer, A. W. (2013). Multicultural Personality Questionnaire: Development of a short form. *Journal of Personality Assessment*, 95(1), 118-124.

Yanık, C. (2012). Avustralya ve Yeni Zelanda’da çokkültürlülüğün değişen yüzü. *Kaygı. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (19), 193-206.

Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose and Significance

Tourism can be affected by many variables such as transportation, accommodation, land use, environment, social structure and entertainment. This aspect of tourism needs to be taken into account in the tourism planning process. Residents have perceptions of tourism impacts and play an important role in deciding or marketing future plans. For this reason, the tourism perception of the local people is a factor that should be taken into account in tourism planning.

It is possible to say that touristic groups are multicultural communities. Researches on multiculturalism carried out within the scope of tourism are of great importance for the future of tourism. Comparing the perception of a multicultural society towards tourism activities with the perception of a more homogeneous society in terms of culture is an important issue for the future of tourism.

The aim of this research is to examine whether there is a relationship between the multicultural personality traits of the local people and the tourism perception of the local people.

Method

The universe of the research is the city of Diyarbakır, which has a multicultural structure and is an important tourism destination. Quantitative research method was chosen in the study. Questionnaire technique was used to collect data. In this context, 500 questionnaires were applied to the local people in Diyarbakır.

Findings

In data analysis; By calculating frequency and percentage distribution, the Skewness and Kurtosis values of the expressions were obtained and examined. In addition, Correlation and Regression analysis was performed to determine the relationship between the variables and the effect of the independent variable on the dependent variable.

It was found that the participants had a high level of positive tourism perception (Mean: 4.37). Although it is at a low level, there is a negative tourism perception (Mean: 2.17).

In the analysis carried out to determine the relationship between the variables, there is a moderately positive relationship between positive tourism perception and cultural empathy, open-mindedness and social enterprise dimensions. As positive tourism perception increases, cultural empathy, open-mindedness and social enterprise increase. There is a positive but low-intensity relationship between positive tourism perception and flexibility sub-dimension. There is a positive but low correlation in the negative tourism perception and emotional balance sub-dimension. There was no relationship between cultural empathy, flexibility and social enterprise factors and negative tourism perception.

Discussion and Conclusions

Increasing the positive perceptions of tourism effects and minimizing the negative perceptions will be effective in the development and planning of tourism in the region. The perception of the local people towards tourism development is effective in the successful realization of tourism activities in the region.

As a result of the correlation analysis carried out to determine the relationship between the sub-dimensions of multicultural personality traits and the perception of tourism, a positive relationship was determined between the positive tourism perception and the dimensions of cultural empathy, open-mindedness, social enterprise and flexibility. One of the sub-dimensions of multicultural personality traits; As participation in the dimensions of cultural empathy, open-mindedness, social enterprise and flexibility increases, positive tourism perception also increases. Participants perceive tourism positively as they interact with people from different cultures, be open to people outside their own culture, communicate easily with people from different cultures, and easily cope with unexpected situations in different cultures.

The desire of the differences in the social structure to live together is the greatest wealth of that region. This wealth has positive reflections on tourism as in many other areas.