

Tarihi Mahallelerdeki Turizm Odaklı Müdahalelerin Mahalle Sakinleri Üzerindeki Etkisi; Amasya, Sofular Mahallesi^{1*}

Dr. Öğr. Üyesi Aslı ALTANLAR
Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi
asli.altanlar@amasya.edu.tr

Arş. Gör. İbrahim KAVAK
Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi,
ibrahimkavak@amasya.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Lale GÜREMEN
Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi,
lale.guremen@amasya.edu.tr

Özet

Tarihi konut alanları çeşitli müdahale biçimleriyle seyirlik mekânlar olarak turistlerin ve ziyaretçilerin tüketimine sunulmaktadır. Bu süreçte kamu kaynakları kentlilerin gereksinimi olan kentsel hizmetlerin ve donatı alanlarının sağlanması yerine kent merkezinin turizm için bir çekim alanı olarak düzenlenmesi gibi uygulamalara seferber edilmeye başlanmıştır. Bu durum kentsel arazi ve gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlayarak yerin sakinlerinin yerinden edilme süreçleri ile karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bu çalışma yerel yönetimler tarafından turizm pazarına sunulması düşünülen tarihi mahallelerin sakinlerinin turizm odaklı müdahalelerin etkilerini algılayışlarını ve bunu etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Amasya ilinin merkezinde Osmanlı sivil mimarisinin tüm özelliklerini taşıyan Sofular Mahallesi sakinleri ile anket çalışması yapılmıştır. Mahalle sakinlerinin turizm odaklı müdahaleleri nasıl algıladıklarını ortaya koymak amacıyla elde edilen verilere temel bileşenler analizi ve mahallelinin turizm algısında etkili olan faktörlerin katılımcının hangi özelliklerine göre farklılaştığını ortaya koymak içinde One-Way Anova analizini kullanmıştır. Elde edilen bulgular mahalle sakinlerinin mahalle kimliğinin ve özgünlüğünün bozulacağı; mahallelinin yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerinin ve tüketim davranışlarının değişeceği; mahallede kiraların ve gayrimenkul fiyatlarının birdenbire artmasıyla mahallelinin dezavantajlı duruma düşerek yerinden edilme (soylulaştırma süreci) ile karşı karşıya kalacakları endişesiyle turizm odaklı müdahaleler ile turizm gelişmesini endişe ile karşıladıklarını ortaya koymaktadır. TBA analizine göre mahalle sakinlerinin turizme verdiği desteği belirleyen üç faktör tespit edilmiştir. Bunlar sosyal çevre, ekonomik çevre ve kültürel çevre faktörleridir. Turizme karşı davranış ve tutumları etkileyen en önemli faktörün sosyal çevre faktörü olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm etkisi, Turizm algısı, Soylulaştırma, Sofular mahallesi, Amasya.

¹Bu makale 23-25 Kasım 2017 tarihlerinde Kastamonu'da düzenlenen "1.Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi"nde sunulan ve bildiriler kitabında yer alan bildirinin geliştirilmiş halidir.

* Bu çalışma Amasya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Koordinatörlüğü'nün FMB-BAP 17-0296 numarası projesi ile desteklenmiştir.

Effects of Tourism Oriented Interventions on Community Dwellers in Historical Districts: The Case of Amasya Sofular District

Abstract

Historical districts being redesigned using several intervention methods are served as belvedere spaces to consumption of tourists and visitors. In this process, public resources are spent on the arrangement of city centers to turn them into tourist attractions instead of urban services and urban service areas. Consequently, this leads to an increase in the cost of urban land and real estate which becomes the basis for the displacement process of community dwellers. For this reason, this study aims both at discovering the historical district dwellers' perceptions of such tourism oriented interventions and the factors affecting their perceptions. Therefore a questionnaire was held at Sofular District in Amasya which owns all characteristics of Ottoman civil architecture. Principal components analysis (PCA) was used to understand the perceptions of dwellers on tourism oriented interventions and One-Way Anova analysis was used to understand how these perceptions differ according to various characteristics of participators. Research indicates that dwellers are anxious about the tourism oriented interventions and tourism development in the area as they think that district identity would be spoiled, life styles, neighborhood relations and consumption patterns would differ, and fear of displacement (process of gentrification) due to an increase of rent and real estate values in the district. Three factors as determinants of historical site dwellers' reactions and attitudes towards tourism were concluded from the principal component analysis. Those factors were respectively named "social environment", "economic environment" and "cultural environment". It was found out "social environment" is the most determining factor which affects historical site dwellers' reactions and attitudes towards tourism.

Keywords: Tourism effect, Tourism perception, Gentrification, Sofular District, Amasya.

Giriş

Sermayenin küresel ölçekte akışkanlığını sağlamak adına kentlerin giderek daha fazla serbest piyasa ekonomisinin koşullarına uyum sağlaması ve birer marka yaratma çabaları, kültürün, tarihin ve mekanların pazarlanmasına ve kentlerin birer gösteri merkezine dönüştürülerek uluslararası turizm pazarına sunulmasına neden olmuştur (Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007, s.359).

Uluslararası turizm pazarında söz sahibi olabilmek için yarışan kentler, kentsel imajının belirlenmesinde sembolik ikon olabilecek yeni işaret öğelerinin geliştirilmesi; büyük organizasyonlar ve fuarların düzenlenmesi, tarihi çevrenin kültür, sanat veya eğlence gibi spesifik bir temaya odaklanması yoluyla yeniden değerlendirilmesi ve geliştirilmesi gibi stratejilere başvurmaktadır (Rogerson, 2006: s.149; Hall, 1998, s.91- 92; Evans, 2005, s.968).

Bu süreçte merkezi ve yerel yönetimler etkin ve belirleyici bir rol oynamaktadır. Çünkü merkezi ve yerel yönetimler kentlerin yerel ve uluslararası sermayenin yatırımları için hazır hale getirilmesi, kent merkezlerinin turizm için bir çekim alanı olacak şekilde yeniden düzenlenmesi gibi süreçleri sistematik olarak tasarlayan ve yasal, ekonomik, fiziki ve siyasi koşulları hazırlayan temel aktördür. Bu tür stratejiler ile turizm açısından ilgi çeken kentsel bölgeler turistlerin ve yüksek gelir sahibi grupların tüketim alışkanlıklarına hitap edecek şekilde lokantalar, gece kulüpleri ve barlar, butikler gibi kullanımların yer aldığı ticaret ve eğlence merkezi niteliğine bürünmektedir (Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007, s.353-355; Evans, 2005, s.968-969).

Bu süreçte kamu kaynakları kentlilerin gereksinimi olan kentsel hizmetlerin ve donatı alanlarının sağlanması yerine yerel ve uluslararası sermayenin yatırımlarını çeken birer yem olarak seferber edilmektedir (Featherstone, 1996, s.176). Sermayenin akışkanlığının bu şekilde arttırılması çabası kent mekanında eşitsiz gelişmeyi de hızlandırarak toplumsal ilişkiler, tüketim alışkanlıkları, kültür, vb. gibi pek çok alanda da köklü değişimlere de neden olmaktadır (Uysal, 2006, s.8).

Kent merkezinde yaşanan bu değişim ise alt gelir grupları, sanayide veya hizmetlerde düşük ücretlerle ve kötü koşullar altında çalışan işçi kesimi, kayıt dışı ekonominin işgücünü oluşturan kesim, göçmen ve sığınmacıların merkezin hem kamusal hemde özel alanlarından adeta sürülmeleri anlamına gelmektedir (Enlil, 2000, s.49). Benzer bir şekilde, bu durum çok uluslu şirketlerin, yerel işletmeleri sömürmesine de yol açabilmekte ve bu şekilde küçük ölçekli girişimciler zamanla piyasadan uzaklaştırılmakta ya da çekilmek zorunda bırakılmaktadır (Altanlar, 2015, s.62).

Kentlerde gerçekleştirilen öncü projelerin (flagship project) hiçbir zaman bireysel girişimlerle veya küçük ölçekli bir yatırımcı tarafından hayata geçirilemeyecek kadar büyük ölçekli olduğu aşikârdır. Bu nedenle, bu tür büyük ölçekli projelerin uygulanması için kentsel müdahale alanlarının belirlenmesinde aktif olarak rol alan iki taraftan bahsetmek mümkündür: Devlet (merkezi ve yerel yönetimler) ve uluslararası ve büyük ölçekli ulusal yatırımcılar. Bu anlamda, önce mahalle ve sonra kent ölçeğinde gerçekleşen bu süreçler, “yaşanabilir ve sürdürülebilir kentin” kimler için üretilip kimleri dışladığının da resmini çizmektedir. Bu, türden büyük kapsamlı projelerin yarattığı sosyal ve fiziksel dönüşüm haklar ve kimlikler ilgili pek çok problemi de beraberinde getirebilmektedir (Huning ve Novy, 2006, s.7; Sönmez, 2014, s.45). Özellikle meydana gelen dönüşümden elde edilen yarar yerin sakinleri ve yerel işletmelere homojen olarak dağıtılmadığında bu gerginlik ve çatışmalar daha belirgin olarak ortaya çıkabilmektedir (Bolzoni, 2013, s.20-21).

Buraya kadar bahsedilenlerden de anlaşıldığı üzere turizmin gelişmesinde ve turistik tüketime ayrılan alanların belirlenmesinde aslında aktif olarak rol alması gereken üç taraf vardır; Devlet (merkezi ve yerel yönetimler), girişimciler ve/veya yatırımcılar ve yerin sakinleri. Turizmin geliştirilmesi için merkezi ve yerel yönetimler gerek özel sektörün belli alanlara yatırımını teşvik ederek, gerekse kimi zaman kentin imajını yükseltmeye ve yerel yaşam kalitesini arttırmaya yoğunlaşarak turistik ticarete olanak sağlayacak girişimlerde bulunmaktadır. Girişimcilerde karar vericilere benzer bir şekilde turizm gelişmesini destekler bir tutum sergilemektedir. Yerin sakinleri ise tıpkı yatırım gücü olmayan küçük ölçekli yerel işletmeler gibi bu sürecin dışında kaldıkları için turizmin gelişmesine karşı ya da en azından eleştirel olabilmektedir (Bolzoni, 2013: s.17; Altanlar, Enlil ve Kalkan Açıkkanı., 2017, s.418). Çünkü yerin sakinleri ve yerel işletmeler turizmin yarattığı faydaların pek çoğunun dışında bırakılabilmekte ve hatta turistik bölgedeki kiralardan ve gayrimenkul fiyatlarının birdenbire artmasıyla dezavantajlı duruma düşebilmektedir. Bu nedenle yerin sakinleri turizm gelişmesinin kentsel mekanda ortaya çıkardığı ikiciliklerden en çok etkilenen taraf olmaktadır (Huning ve Novy, 2006: s.2-3). Tabi ki meydana gelen gelişme sadece sembolik olarak o yerin sakinlerini etkileyen bir etki değildir, aynı zamanda bu özel alanı kullananları, turistleri ve çalışanları da etkilemektedir. Ancak onlar problemin tanımlanmasında ya da fikir birliğinin sağlanmasında aktif olarak rol almamaktadırlar (Bolzoni, 2013, s.20-21).

Evans (2005), turist çekmek için geliştirilen stratejilerin başarılı olabilmesi için sadece finansal kaynakların sağlanması ve orijinal bir tasarım olmasının yeterli olmadığını vurgulayarak, birçok faktöre ihtiyaç duyulduğuna dikkat çekmektedir. Bu faktörlerden en önemlisi de yerel toplumların aktif desteğinin sağlanmasıdır. Judd (1999, s. 36-39), turist çekmeye yönelik olarak planlanmış, alışveriş merkezleri, stadyumlar, akvaryumlar, casinolar, kongre merkezleri, lüks oteller gibi

kullanımlarla oluşturulan turist bölgelerini turist balonu (*Tourist bubble*) olarak adlandırmaktadır. Yerel toplumların aktif desteğinin sağlanması için de yalıtılmış turist balonlarından (*Tourist bubble*) uzak durulmalıdır. Çünkü yerel toplumların aktif desteğini almadan ya da onlardan soyutlanarak sadece turist çekmek amacıyla inşa edilen turist baloncukları o bölgede yaşayanlar tarafından red edilmişlerdir (Evans, 2005, s.968). Anlaşıldığı üzere turizm odaklı kentsel gelişme stratejilerinin başarılı olabilmesi için turizm ve kentsel yaşam birbirinden ayrıştırılmamalıdır. Her ne kadar turist balonları için genellikle toplumsal kutlamalara uygun yerler olduğu için toplum dayanışması ve ruhunu beslemeye yardımcı olacağı savı ortaya atılsa da, turist balonları çevredeki şehir manzarasından keskin bir şekilde farklılaşarak daha varsıl insanların saf tüketim yerleri haline gelebilmekte ve dolayısıyla kentsel ayrılmaya hizmet eden mekanlar haline gelmektedirler. Başka bir ifadeyle, turist balonunun dışında yer alan şehrin önemli alanları, fiziksel tahribat, suç ve yoksullukla mücadele ederken, turistik yerler eğer tüketim ve oyuna dayalı yapay ve ayrıştırılmış bir çevre olarak yapılandırılırsa turizm aynı zamanda yukarıda sözü edilen bölücü etkiye de sahip olabilmektedir (Judd, 1999, s.51-53). Bu sürecin ayrışma ve çatışmalara neden olmadan sağlıklı ve verimli bir şekilde yönetilmesi için yerel toplumu turizm gelişim sürecine dahil etmek, onların bu konudaki görüş ve önerilerini almak, gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişi yapmak, yerin sakinlerinin kendilerini bu sürecin bir parçası olarak hissetmeleri ve destek vermeleri açısından oldukça önemlidir. Yerel topluma rağmen bir turizm faaliyeti söz konusu olmayacağı için yerin sakinlerinin turizm desteğinin ölçülmesi ve eğer var ise turizme karşı olumsuz algı ve tutumların nedenlerinin araştırılması son derece önem arz etmektedir.

Buraya kadar aktarılan meselelerden anlaşıldığı üzere bu çalışma turizm odaklı gelişme süreçlerinde kendini temsil etme olanağı bulamayan yerin sakinlerinin turizm gelişmesine dair algı ve tutumlarına odaklanmaktadır. Turizm etkilerinin algılanma düzeylerinin yerel halkın turizm desteği üzerinde de etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle ilk olarak, Sofular mahallesinin sakinlerinin turizm algısının oluşmasında turizmin söz konusu etkilerinden hangilerinin ne düzeyde etkili olduğu sorusuna yanıt aranmaktadır. İkinci olarak söz konusu etkiler konusunda mahalle sakinlerinin ikilemleri ve endişelerinin neler olduğu keşfedilmeye çalışılmaktadır. Üçüncü olarak mahalle sakinlerinin cinsiyetleri, yaşları ve gelir durumları gibi demografik özellikleri ile birlikte mahallede ikamet etme süreleri, oturdukları konutun mülkiyet durumu gibi değişkenlere göre turizm etkilerini algılamalarında bir farklılık olup olmadığı da belirlenmektedir.

Literatür İncelemesi

Turizm konusundaki ilk çalışmaların, turizmin ekonomik etkileri ile turistlerin özelliklerine odaklandığı görülmektedir. Turizmin ekonomik etkileri analiz edilirken, araştırma sorusuna bağlı olarak, pek çok şey göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlar turizmin arsa değerleri üzerindeki etkisi, turizm sayesinde elde edilen gelirler ve iş olanakları, ofis yapıları (commercial building), konutlar ya da işletmeler için yapılan yatırımlar, kira bedellerinin incelenmesi, ya da tüm bunların birleşiminin bir analizi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ancak turizmin gelişme yönünün doğru şekilde belirlenebilmesi için sadece ekonomik etkilerini anlamak yeterli değildir. Turizmin etkilerini anlamada politik ve akademik arenalarda, ekonomik gelişme ön sırada yer alsa da, son zamanlarda giderek artan bir şekilde sosyal ve kültürel gelişmeye olan etkilerinin araştırılmasının gerektiği konusunda fikir birliğine varılmıştır (Huning ve Novy, 2006, s. 4).

Ekonomik göstergelere ek olarak 1980'li yıllarda turizm araştırmalarının turizmin pazarlanması ve turistik ürünlerin geliştirilmesi amacıyla turistlerin doğasını anlamaya yönelik yapıldığı anlaşılmaktadır (Çeken, 2003, s.300). Bu amaçla yapılan araştırmalar, daha çok turistlerin turistik

tüketim alışkanlıklarını belirleyen kişisel özellikleri, motivasyonları, davranış ve tutumlarını anlamaya yönelik niceliksel bir yaklaşım ortaya koymaktadır (Richards ve Munsters, 2010, s.1-4). 1990'lı yıllara gelindiğinde ise turistlerin tüketim alışkanlıklarını anlamaya yönelik yapılan araştırmalara turist ile turist kabul eden yöre halkının birbirleriyle iletişim ve etkileşime girmeleri sonucunda ortaya çıkabilecek olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri anlamaya yönelik çalışmalar eklenmektedir (Avcıkurt, 2009, s.85-86; Kozak, Kozak ve Kozak, 2013, s.88; Richards ve Munsters, 2010, s.1-4). 2000'li yılların başlarında ise turizm araştırmalarının büyük bir çoğunluğunun turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaya yönelik gerçekleştirildiği görülmektedir (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001, s.363; Yoon, 2002, s.38-40, Chen, 2000, s.6; Andereck, Valentine, Knopf, ve Vogt, 2005, s.28-29; Coccossis, Mexa, Collovini, ve Konstandoglou, 2002). Bu kapsamda araştırmacılar turizmin yerel halk tarafından algılanan ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkisi ile turizm gelişmesine karşı verdikleri destek arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmaktadır (Cengiz ve Kırkbir, 2007, s.22-23; Yoon, 2002, s.52-53). Son birkaç yıldır ise, “turizm bir toplumdaki insanların yaşam kalitesini etkiler” savından hareketle, yerel halkın turizmin yaşam kaliteleri üzerindeki etkilerini algılayışı ile turizme verdikleri destek arasındaki ilişkiyi çözümlenmeyi hedefleyen araştırmalar da yapılmaktadır (Andereck ve Nyaupane, 2011 s.249-251; Altanlar, 2015, s.112-113). Bu tür araştırmalar, turizmin yaşam kalitesi üzerindeki etkisini anlayabilmek için yerel halkın davranış ve tutumlarını tanımlamaya odaklanmakta ve yerel halkın yaşam kalitesi algısı ile turizm odaklı kalkınma politikalarına yönelik verilen destek arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmaktadır (Andereck ve Nyaupane, 2011 s.249-251; Altanlar, 2015, s. 107; Altanlar ve Enlil, 2016, s. 387-390; Altanlar, 2017, s. 414-416).

Turizm üzerine yapılan araştırmaların yörüngesindeki bu değişim süreç içerisinde kullanılan yöntemlerin de değişmesi ile sonuçlanmıştır. Turizm ile ilgili araştırmalar turizmin ekonomik boyutundan üretimin ve tüketimin sosyal ve kültürel boyutlarına doğru yön değiştirdikçe, niceliksel araştırma yöntemlerine ek olarak niteliksel araştırma yöntemlerinin de tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Bu eğilimin en önemli nedeni, niteliksel araştırmaların herhangi bir ortamda gerçekleşen bir durumun hangi koşullarda, neden ve nasıl gerçekleştiğini anlamaya yönelik betimleme yapmaya olanak tanınmasıdır (Richards ve Munsters, 2010, s.3-5). Nitel ve nicel yaklaşım genellikle farklı araştırma yöntemlerini içermesine rağmen, her iki yöntemin de genel resme eklediği anlayışlardan dolayı birbirlerini tamamladığı söylenebilir (Melkert ve Vos, 2010, s. 35-37).

Turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaya yönelik yapılan çalışmalara odaklandığımızda ise, turizm desteğini etkileyen faktörleri turizmin ekonomik etkileri, sosyal etkileri, kültürel etkileri ve çevresel etkileri başlıkları altında toplamak ve bu etkilerin çalışmaların uygulandıkları bölgelere göre de farklılık gösterdiğini ifade etmek mümkündür (Yoon vd. 2001, s.369-371; Yoon, 2002, s. 91-96; Cengiz ve Kırkbir, 2008, s. 138-140; Özalın Türker ve Türker, 2014, s.88). Örneğin, Chen (2000, s.15-18)'in Virginia eyaletindeki bölge sakinlerinin turizm sadakatini anlamaya yönelik yaptığı çalışmada, turizm sadakatinin “faydalar”, “etkiler” ve “eşitlik” faktörlerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Yoon vd. (2001)'nin Virginia eyaletinde yaptıkları çalışmalarında ise, turizm desteğinde etkili olan faktörler ekonomik etkiler, sosyal etkiler, kültürel etkiler ve çevresel etkiler olarak ortaya konulmuştur. Yine aynı çalışmada turizm desteğinde en çok katkıya sahip olan faktörün ekonomik etkiler faktörü olduğu ortaya konulurken, çevresel etkiler faktörünün de turizm desteğini önemli ölçüde etkilediği ifade edilmektedir (Yoon vd. 2001, s.369-371). Çalışkan ve Tütüncü (2008, s.138-140)'nün Kuşadası'nda yaptıkları çalışmalarında ise, turizmin etkilerini belirleyen faktörlerin

sırasıyla “duygusal bağlılık”, “negatif etkiler”, “dış çevre”, “iç çevre”, “ekonomik etkiler”, “ekonomik beklentiler”, “turizm arzı ve tanıtım” faktörlerinden oluştuğu ileri sürmektedirler. Cengiz ve Kırkbir (2008, s.141)’in Bodrum bölgesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında ise, yerel halkın turizm desteğinde turizmin ekonomik etkilerinden çok sosyal yapı ve sosyal yaşamın ön plana olduğu tespit edilmektedir. Özaltın Türker ve Türker (2016, s.14) ’in Dalyan ilçesinde yaptıkları çalışmalarında ise, toplam turizm etkisine en fazla katkıda bulunan faktörün çevresel etkiler faktörü olduğu, diğer etkili olan faktörlerin de sırasıyla sosyal etkiler, ekonomik etkiler ve kültürel etkiler olduğu belirlenmektedir. Altanlar (2015, s.275-276)’ın benzer çalışmalardan farklı olarak İstanbul’un Boğaziçi bölgesinde yaptığı çalışmasında ise, yerel toplumun turizm desteği üzerinde en çok etkiye sahip olan faktörün “politik çevre algısı” olduğunu ortaya koymaktadır. Yine bu çalışmada turizm desteğini etkileyen ikinci sıradaki faktörün, “fiziksel çevre algısı”; üçüncü sırada “kültürel faaliyetlere katılım” faktörü tespit edilmektedir. Akova (2006, s.10-11)’nın da Cumalıkızık köyünde 2001 ve 2003 yıllarında yaptığı alan çalışması yerel halkın algı ve tutumlarının süreç içerisinde nasıl değiştiğini ortaya koyması açısından oldukça önemlidir.

Literatürde turizmin olumlu ve olumsuz etkileri üzerine ve yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin pek çok çalışmaya daha ulaşmak mümkündür. Çalışmaların turizm faaliyetlerinin çok etkin bir şekilde gözlemlenebildiği bölge ve kentlerde yapıldığı gibi (Kuşadası, Bodrum, Boğaziçi Bölgesi, Cumalıkızık köyü vb.) turizm faaliyetlerinin henüz başlangıç veya gelişim aşamasında olan ancak turizm pazarında yer edinmek isteyen bölge ve kentlerde de (Akçakoca, Afyonkarahisar, Van, Sivas gibi) yapıldığı görülmektedir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, turizm odaklı gelişme süreçlerinde kendini temsil etme olanağı bulamayan yerin sakinlerinin turizm gelişmesine dair algı ve tutumlarına odaklanmaktadır. Turizm etkilerinin algılanma düzeylerinin yerel halkın turizm desteği üzerinde de etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma soruları;

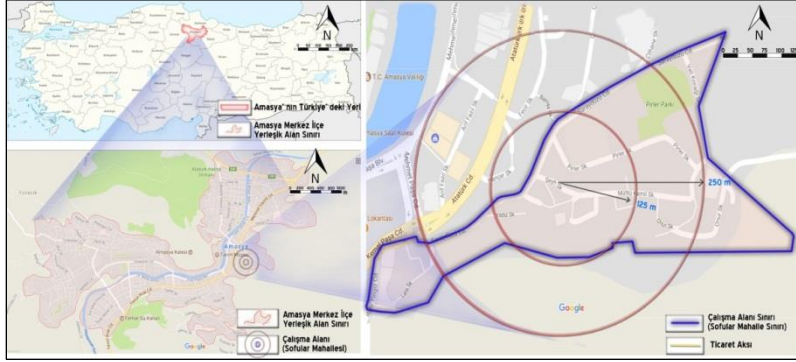
- Sofular mahallesinin sakinlerinin turizm algısının oluşmasında turizmin söz konusu etkilerinden hangilerinin ne düzeyde etkilidir?
- Sofular mahallesi sakinlerinin turizm gelişimi konusundaki ikilemleri ve endişeleri nelerdir?
- Sofular mahallesi sakinlerinin sosyo-demografik özelliklerine bağlı olarak turizm etkilerini algılamalarında bir farklılık var mıdır?
- Sofular mahallesi sakinlerinin oturdukları konutun mülkiyet durumu ve mahallede yaşayış süresine bağlı olarak turizm etkilerini algılamalarında bir farklılık var mıdır?

olarak belirlenmiştir.

Kapsam ve Sınırlılıklar

Turizm ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak kentin belirli bölgelerine ilişkin ayrıntılı açıklamalardan çok yerleşmenin tümüne yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Bu tür yaklaşımlarda alt ölçekte ayrıntılı sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin önlemler alınması noktasında yanıltıcı olabilmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın mahalle ölçeğinde yapılmasına karar verilmiştir. Ancak, çalışmanın kısıtlılıkları (maddi olanaklar, zaman ve personel gibi) düşünüldüğünde araştırmanın Amasya’daki tüm tarihi mahallelerde eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesindeki güçlükler göz önüne

alınarak, Amasya ilinin merkez ilçesindeki tarihi mahalleler içerisinde Sofular Mahallesi araştırma alanı olarak belirlenmiş, bölgede anket ve gözlemler yapılmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Sofular mahallesi'nin konumu

Bu mahallenin araştırma alanı olarak seçilmesindeki en önemli etmenleri şu şekilde açıklamak mümkündür: Öncelikle Sofular mahallesi halen geleneksel Osmanlı mahallesi dokusunu korumaktadır. İkinci olarak Sofular mahallesi, orta ve yoksul-alt sınıf mahalle sakinlerinin mülkiyetinde olan ancak kentsel arazi içinde öncelikli olarak bir yatırım aracı haline gelebilecek önemli bir tarihi mahalledir. Günümüzde mahallenin tarihi çevresini; tarihi konutların yanı sıra 15. yüzyılda yapıldıkları bilinen mescit, tekke ve türbeden oluşan Çilehane (Yakup Paşa), Şücaeddin Pir İlyas Türbesi ve Abdullah Paşa tarafından yaptırılan “Darülhadis Cami” oluşturmaktadır. 15. yüzyılda önemli bir inanç merkezi olduğu düşünülen (Tanman, 1993, p. 534) Sofular mahallesi geçmişten günümüze sosyal çevre bakımından bir değişime uğrasa da halen mahalle kimliğini korumaktadır (Özdemir, Doğanbaş, Yancı, Yılmaz, Uçar, ve Ağaoğlu, 2007, s.30).

Örneklem Seçimi ve Yöntemi

Araştırmada veri ve bilgilere ulaşmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Sofular Mahallesi'ndeki 2016 yılı hane sayıları oluşturmaktadır. 2016 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre Sofular Mahallesi'nde bulunan 140 hanede toplam 480 kişi yaşamaktadır (TÜİK, 2016). Araştırma kapsamında toplam 140 hane için örneklem sayısı 103 olarak belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünü hedef kitledeki birey sayısının ya da birim sayısının bulunduğu durumlar için kullanılan “ $n = Nt^2 * pq / d^2 * (N-1) + t^2 * pq$ ” formülü kullanılmıştır. Güven düzeyi % 95 yani $\alpha=0,05$ örnekleme hatası $\pm 0,05$ ve oranlar $p=0,5$; $q=0,5$ olarak alınmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2007, s. 48). Her haneden bir kişi ile görüşülmesi hedeflenmiştir. Anketler Mart-Ağustos 2017 tarihleri arasında hafta içi ve hafta sonu da dahil olmak üzere “basit rastlantısal örneklem yöntemi” kullanılarak uygulanmıştır. Bu süreç içerisinde ankete toplam 56 hane cevap vermeyi kabul etmiştir.

Anket formu Yoon, (2002, s. 65), Yoon vd. (2001, s.366), ve Altanlar (2015, s.436)'dan uyarlanarak hazırlanmıştır. Ancak bu çalışmada alışlagelmiş ölçeklerden farklı olarak Altanlar (2015, s.436)'te olduğu gibi özellikle soylulaştırma sürecine atıfta bulunan ifadeler de yer verilmiştir. Anket formunun ilk bölümünde demografik (yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim, medeni hal) değişkenler ve mahalledeki yaşam süresi ve oturdukları konutun mülkiyet durumu ilgili sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise ileri sürülen teorik yapıyı ölçecek 34 ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan tüm ifadeler tutum ölçeklerinden biri olan 5'li Likert Ölçeği ile

değerlendirilmiştir (1=kesinlikle katılmıyorum... 5 =kesinlikle katılıyorum). Anketin son bölümünde ise genel turizm algısını ölçebilmek için 5 (beş) adet soru sorulmuştur.

Araştırma Verilerinin Ölçüm Yöntemi

Anketlerden elde edilen veriler SPSS paket programındaki veri tabanına girilmiştir. Öncelikle elde edilen tüm verilerin frekans ve yüzde dağılımları analiz edilmiştir. İkinci olarak, mahalle sakinlerinin turizm etkilerine ilişkin algılarının belirlenmesi için hazırlanan değerlendirme ölçeğinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirebilmek amacıyla, öncelikle Barlett ve Kaiser-Meyer-Okin (KMO) testleri uygulanmıştır. Üçüncü olarak mahalle sakinlerinin turizm odaklı müdahaleleri nasıl algıladıklarını ortaya koymak amacıyla elde edilen verilere “Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis-TBA)” uygulanmıştır. Son olarak mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren faktörlerin katılımcıların hangi özelliklerine göre farklılaştığını ortaya koyabilmek içinde bağımsız örneklem için Tek- Faktörlü Varyans (One-Way Anova) analizi ve Pearson korelasyon testi yapılmıştır.

Bulgular

Sofular mahallesi anket verileri analiz edildiğinde, katılımcıların yaşlarının % 7,1’ inin 20-26 yaş arası, % 17,9’ unun 27-37 yaş arası, % 21,4’ ünün 38-48 yaş arası, % 23,2’ sinin 49-59 yaş arası, %23,2’ sinin 60-79 yaş arası, % 7,1’ inin 71 yaş ve daha fazla olduğu tespit edilmektedir (Tablo 1).

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde ise, % 67,9’unun kadın ve % 32,1’inin erkek olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca katılımcıların % 14,3’ünün ilkökul mezunu, % 25’ inin ortaokul mezunu, % 21,4’ ünün lise mezunu, % 5,4’ünün yüksekokul mezunu, % 10,8’inin lisans ve lisansüstü mezunu olduğu; % 73,2’sinin evli, % 7,1’inin bekar, % 1,8’inin dul ya da boşanmış, % 17,9’unun sözlü ya da nişanlı olduğu görülmektedir (Tablo 1).

2017 yılı temmuz ayı verilerine göre dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda harcaması tutarı (açlık sınırı) 1.479,66 TL, gıda harcaması ile birlikte giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçlar için yapılması zorunlu diğer aylık harcamalarının toplam tutarı ise (yoksulluk sınırı) 4.878,38 TL olarak tespit edilmiştir (TES-İŞ, 2017). Bu bağlamda Sofular mahallesinde görüşülen hanelerin toplam gelirlerine bakıldığında hanelerin % 42,6’sının açlık sınırının altında, % 55,6’sının açlık sınırı ve yoksulluk sınırının arasında, % 1,9’unun ise yoksulluk sınırının üstünde bir gelir düzeyine sahip olduğu belirlenmektedir (Tablo 1). Anlaşıldığı üzere mahallede yaşayanların düşük ücretlerle çalışan işçi kesimi, tek başına çalışan dükkân sahibi, esnaf ve emeklilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Hanelerin % 10,7’sinde “bir” kişi, % 23,2’sinde “iki” kişi, % 19,6’sında “üç” kişi ve % 46,4’ü dört ve daha fazla kişi yaşamaktadır. Mahallede görüşülen hanelerin ortalama hane büyüklüğü 3,074 olarak tespit edilmiştir (Tablo 2). Katılımcıların % 83,9’unun ev sahibi, % 8,9’unun kiracı ve % 7,1’inin ise ev sahibi olmadığı ancak aile mülkü olduğu için kira ödemediği tespit edilmiştir (Tablo 2). Mahallede yaşam sürelerine bakıldığında % 25’inin 1-11 senedir; % 34’ünün 12-19 senedir; % 55,4’ünün 20 ve daha senedir mahallede yaşadıkları belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler

YAŞ GRUPLARI	Sıklık	%	CİNSİYET	Sıklık	%
20- 26 yaş arası	4	7,1	Erkek	18	32,1
27 - 37 yaş arası	10	17,9	Kadın	38	67,9
38 - 48 yaş arası	12	21,4	Toplam	56	100,0
49 - 59 yaş arası	13	23,2	EĞİTİM DÜZEYİ	Sıklık	%
60 - 70 yaş arası	13	23,2	Okuma- Yazma bilmiyor	4	7,1
71 yaş ve daha fazla	4	7,1	İlkokul terk	9	16,1
Toplam	56	100,0	İlkokul Mezunu	8	14,3
MEDENİ DURUM	Sıklık	%	Ortaokul	14	25,0
Evli	41	73,2	Lise Mezunu	12	21,4
Bekar	4	7,1	Yüksekokul	3	5,4
Dul / Boşanmış	1	1,8	Lisans	3	5,4
Nişanlı / Sözlü	10	17,9	Lisansüstü	3	5,4
Toplam	56	100,0	Toplam	56	100,0
MESLEK			Sıklık	%	
İşsiz			2	3,6	
Ev kadını			25	45,5	
Öğrenci			2	3,6	
İşçi/hizmetli - düzenli işi olan (maaş)			6	10,9	
Yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman vs.			2	3,6	
İş yeri sahibi			4	7,3	
Çiftçi			1	1,8	
Emekli			13	23,6	
Toplam			55	100,0	
GELİR DÜZEYİ (Hanenin aylık ortalama geliri)			Sıklık	%	
1.479,66 TL ve daha az			23	42,6	
1480 - 2500 TL arası			21	38,9	
2501 - 3500 TL arası			8	14,8	
4001 - 4.877 TL arası			1	1,9	
4.878,37 TL ve daha fazla			1	1,9	
Toplam			54	100,0	

Tablo 2. Hanelerin Toplam Geliri ve Hane Büyüklükleri

HANE BÜYÜKLÜĞÜ	Sıklık	%	YAŞAM SÜRESİ	Sıklık	%
Bir	6	10,7	1 - 3 yıl	2	3,6
İki	13	23,2	4 - 7 yıl	4	7,1
Üç	11	19,6	8 - 11 yıl	8	14,3
Dört	18	32,1	12 - 15 yıl	2	3,6
Beş	5	8,9	16 - 19 yıl	9	16,1
Altı	1	1,8	20 - 24 yıl	8	14,3
Yedi ve Üzeri	2	3,6	25 - 31	13	23,2
Toplam	56	100,0	31 sene ve daha fazla yıl	10	17,9
			Toplam	56	100,0

MÜLKİYET DURUMU	Sıklık	%
Ev sahibi	47	83,9
Kiracı	5	8,9
Ev sahibi değil ama kira ödemiyor (aile mülkü)	4	7,1
Toplam	56	100,0

Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren algılarının belirlenmesi: Mahalle sakinlerinin turizm etkilerine ilişkin algılarının belirlenmesi için değerlendirme ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri kapsamında öncelikle açıklayıcı faktör analizlerinden (Explanatory Factor Analysis) “Temel Bileşenler Analizi” (Principal Component Analysis-TBA) işlemi uygulanmıştır. TBA işlemi uygulanmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktörleşmeye uygunluğunu test etmek amacıyla elde edilen verilere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin sonucunda KMO değeri 0,50 ile 1 arasında bir değer alıyor ise veri matrisinin Temel Bileşenler Analizi için uygun olduğu anlaşılmaktadır (Çokluk, vd. 2012. s.10). Yapılan ilk analizde Kaiser Meyer Olkin (KMO) değerinin 0,621 ve Bartlett Sphericity testi sonucunda (X^2 : 1257,083, sd: 496, $p<0,00$) önem düzeyinin 0,000 olması nedeniyle veri setinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. İlk faktör analizinin yamaç-birikinti grafiği (Scree Plot) incelendiğinde üçüncü noktadan sonra eğimin bir plato yaptığı için faktör sayısının üç olmasına kadar verilmiştir. Değerlendirme ölçeğini belirlerken faktör yükü kabul koşullarını sağlamak için toplam 5 adet TBA uygulanmıştır. TBA analizinde kabul koşulları faktör yükü $\geq 0,400$ ve binişik ($F2-F1=0,100$) yapıya sahip olmayacak olarak belirlenmiştir. Kabul koşullarını sağlayan beşinci TBA analizinin, KMO değeri 0,660 Bartlett Sphericity testi sonuçları X^2 : 938,978, sd: 325, $p<0,00$ olarak bulunmuştur. Son faktör analizinde açıklanan toplam varyans oranı %53,611 olarak tespit edilmiştir (Tablo 3). Sosyal bilimlerde çok faktörlü desenlerde açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli olarak kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükoztürk, 2012, s. 239).

Mahalle sakinlerinin turizm gelişmesine dair algısını değerlendirme ölçeğine ait değişkenlerin faktör yükleri ve kavramsallaştırılan faktörlerin sıralaması tablo 4’te verilmiştir. Ölçekteki 26 madde için madde toplam korelasyon değerlerinin 0,443 ile 0,879 arasında değiştiği belirlenmektedir (Tablo 4).

Tablo 3. Mahalle Sakinlerinin Turizm Algısının Belirlenmesi İçin Yapılan TBA İşlemleri ve Kabul Koşullarını Sağlamayan Değişkenler

TBA İşlemleri ve Kabul koşullarını Sağlamayan İfadeler	Faktör Yüğü*	Faktör Sayısı	Değişken Sayısı	Açıklanan Varyans
1.TBA Sonuçları		8	32	%73,894
2. TBA Sonuçları		3	32	%48,335
Turizmin gelişmesi mahallede rahatsız edici kalabalıkların oluşmasına neden olur	0,421-0,384<0,100			
Turizm doğal kaynakların korunmasını sağlar	0,348-0,444<0,100			
Turizmin gelişmesi mahallenin giderek daha varlıklı kesimler (kafe, restoran gibi işletmeler yoluyla) için bir yatırım aracı	0,451-0,367<0,100			

haline gelmesine neden olur				
Turizmin gelişmesiyle yerel halkın ahlaki değer ve davranışları olumsuz yönde etkilenir	0,379-0,324<0,100			
3. TBA Sonuçları		3	28	%51,291
Mahalledeki gelir düzeyi düşük olan dezavantajlı kesimler turizm gelişmesinden ekonomik olarak bir fayda sağlamaz	-0,262 <0,400			
4. TBA Sonuçları		3	27	%52,950
Turizmin gelişmesiyle müzelerin sayısı artar.	0,484-0,418<0,100			
5. TBA Sonuçları		3	26	%53,611
*Faktör yükü kabul koşulları; faktör yükü $\geq 0,400$ ve $F_2-F_1=0,100$				

Tablo 4. Mahalle Sakinlerinin Turizm Algısını Belirleyen Faktörler ve Varyans oranları

F	İfadeler	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans
F1: Sosyal Çevre (Cronbach's Alpha: 0,905)	Turizmin gelişmesi mahallenin özgün kimliğini bozar.	0,879	5,623	% 21,628
	Turizmin gelişmesiyle mahallede suç işleme oranları artar.	0,857		
	Turizmin gelişmesi insanların yaşadıkları yerleri terk etmesine neden olur.	0,837		
	Turizmin gelişmesiyle mahallenin huzuru azalır.	0,813		
	Turizm gelişmesi mahallede fikir ayrılıklarına ve ayrışmaya neden olur.	0,777		
	Turizmin gelişmesi komşuluk ilişkilerini zayıflatacaktır.	0,719		
	Turistler için yapılan tesisler (otel, motel, kafe vb.) mahallenin özgün kimliğini yok eder.	0,697		
	Turizmin gelişmesi parklar, piknik yerleri gibi rekreasyon alanlarında rahatsız edici kalabalıkların oluşmasına neden olur.	0,535		
	Turistler gürültü, kirlilik, trafik tıkanıklığı gibi sorunlara neden olurlar.	0,529		
F2: Ekonomik Çevre (Cronbach's Alpha: 0,867)	Turizmin gelişmesiyle iş olanakları artar.	0,775	4,883	% 18,781
	Turizmin gelişmesiyle yerel ve bağımsız işletmelerin sayısı artar.	0,774		
	Turizmin gelişmesiyle yerel toplumun gelir düzeyi artar.	0,738		
	Turistlerin yaptıkları harcamalar sayesinde yerel halkın yaşam standartları hızla artmaktadır.	0,704		
	Turizm sayesinde yollar ve diğer kamusal faaliyetler daha yüksek bir standartta ulaşır.	0,689		
	Turizm gelişmesi tarihi yapıların özgünlüğünün korunarak kullanılmasını sağlar.	0,682		
	Turizmin gelişmesiyle yolların, köprülerin ve kamu hizmetlerinin kalitesi artar.	0,638		
	Turizm sayesinde mahalleye daha fazla yatırım ve harcama yapılmaktadır.	0,551		

	Turizmin gelişmesi mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlar.	0,457		
	Turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetleri artar.	0,443		
F3: Kültürel Çevre (Cronbach's Alpha: 0,788)	Turizmin gelişmesi açık hava eğlence imkânları (Örn. Yürüyüş, bisiklet sürme, tırmanma, festivaller vb.), programları ve organizasyonları artırır.	0,735	3,433	%13,202
	Turizm bölgemizde bizim değişik kültürel aktivitelere katılmamıza olanak sağlar.	0,710		
	Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar.	0,698		
	Turizmin gelişmesi farklı kültürleri tanıma fırsatı sağlar.	0,690		
	Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar.	0,560		
	Turizmin gelişmesiyle doğal ve kültürel çevre tahrip olur.	0,558		
	Turizm bölgenin geleneksel kültüründe istenmeyen değişikliğe neden olur.	0,543		
	Cronbach's alpha değerleri $\alpha \geq 0,9$ ise mükemmel; $0,9 > \alpha \geq 0,8$ ise iyi; $0,8 > \alpha \geq 0,7$ ise kabul edilebilir'dir			

Faktörlerin (alt ölçeklerin) yapısı incelendiğinde; ilk faktör, “Turizmin gelişmesi mahallenin özgün kimliğini bozar”, “Turizm gelişmesi mahallede fikir ayrılıklarına ve ayrışmaya neden olur”, “Turizmin gelişmesi komşuluk ilişkilerini zayıflatacaktır”, “Turizmin gelişmesiyle mahallenin huzuru azalır” gibi ifadelerini içerdiği için “sosyal çevre” olarak kavramsallaştırılmıştır. İkinci faktör, “Turizmin gelişmesiyle iş olanakları artar”, “Turizmin gelişmesiyle yerel ve bağımsız işletmelerin sayısı artar”, “Turizmin gelişmesi mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlar”, “Turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetleri artar” gibi ifadeleri içerdiği için “ekonomik çevre” olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktör, “Turizm bölgemizde bizim değişik kültürel aktivitelere katılmamıza olanak sağlar”, “Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar”, “Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar” gibi ifadeleri içerdiği için “kültürel çevre” olarak ifade edilmiştir. Sonuç olarak mahalle sakinlerinin turizmin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarının, turizmin toplam etkisini farklı derecede belirlediği, turizmin toplam etkisinin de yerel halkın turizme destek verme düzeyini şekillendirdiğini belirlemiştir. Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyinde en etkili olan faktörün “sosyal çevre” olduğu anlaşılmaktadır. Sırasıyla diğer etki eden etmenlerinde “ekonomik çevre” ve “kültürel çevre” olduğu belirlenmektedir (Tablo 4).

Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren faktörler ile ilgili ifadelere verdikleri cevapların yüzde frekans analizlerine dair elde edilen sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir. Mahallenizde turizm gelişmesini ister misiniz? sorusuna mahalle sakinlerinin % 10,7’si kesinlikle istemem, % 14,3’ü istemem, %50’si isterim ve % 21,4’ü kesinlikle isterim yanıtını vermektedir. Ancak buna rağmen mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren sosyal çevre ve ekonomik çevre ile ilgili olumsuz ifadelerle genel olarak katıldıkları görülmektedir.

Elde edilen verilere göre katılımcıların, % 34’ünün turizmin gelişmesiyle kültürel çevrenin tahrip olacağını (\bar{x} : 2,9286) düşündükleri ve % 25’inin ise bu ifadeye kısmen katıldıklarını ortaya koymaktadır. Katılımcıların % 54,6’sının turistler için yapılan tesislerin mahallenin özgün kimliğini yok edeceğini (\bar{x} : 2,9107) düşündükleri belirlenmektedir. Katılımcıların % 52,9’unun turizmin mahallenin geleneksel kültüründe istemeyen değişikliklere neden olacağını (\bar{x} :3,0893) düşündükleri

anlaşılmaktadır. Katılımcıların % 46,5'inin turizm gelişmesinin mahalle sakinlerinin komşuluk ilişkilerini zayıflatacağını düşündüklerini (\bar{x} :2,6250) ortaya koymaktadır. Ayrıca mahalle sakinlerinin %37,5'inin turizmin gelişmesinin mahallede fikir ayrılıkları ve ayrışmalara neden olacağını düşündüklerini (\bar{x} :2,7143) ortaya koyarken, % 52,5'inin ise bu düşünceye katılmadıklarını göstermektedir (Tablo 5).

Katılımcıların turizm gelişmesinin ekonomik çevre üzerindeki olumsuz etkilerine dair verilen ifadeler de genel olarak katıldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların % 84'ünün turizmin gelişmesinin mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlayacağını (\bar{x} :3,9643) düşündüklerini ortaya koymaktadır. Katılımcıların % 75'inin turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetlerinin artacağını; % 48'inin mahalledeki gelir düzeyi düşük olan dezavantajlı kesimlerin turizmin gelişmesinden ekonomik olarak bir fayda sağlayamayacağını düşündüklerini (\bar{x} :3,2857) göstermektedir (Tablo 5). Ayrıca katılımcıların % 76,8 turizmin gelişmesi ile mahallenin giderek daha varlıklı kesimler için bir yatırım aracı haline geleceğini düşündükleri de (\bar{x} : 3,9643) ortaya konulmaktadır.

Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren kültürel çevre faktörü ile ilgili düşüncelerinin ise genel olarak olumlu yönde olduğu belirlenmektedir. Örneğin, "Turizmin gelişmesi açık hava eğlence imkânları programları ve organizasyonları artırır (\bar{x} : 3,7679)" ifadesine % 75 oranla katıldıkları; "Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar (\bar{x} : 3,9286)" ifadesine % 80,3 oranla; "Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar (\bar{x} :3,8571)." ifadesine %80,4 oranla katıldıkları tespit edilmektedir (Tablo 5).

Mahalle sakinlerinin demografik özelliklerinin normal dağılıma sahip olup olmadığını anlamak için normallik testi yapılmıştır. Yapılan normallik testine göre cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve yaşam süresi değişkenlerinin basıklık ve çarpıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında oldukları için normal bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Gelir durumu ile mahalle sakinlerinin konutlarının mülkiyet durumunun dağılımlarının ise normal bir dağılım göstermediği belirlenmiştir (Tablo 6) (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 5. Mahalle Sakinlerinin Turizm Desteğini Belirleyen Faktörler ve Değişkenlerin Yüzde Frekans Analizleri

Faktörler	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Ortalama	Std. Sapma
F1.: Sosyal Etkiler	Turizmin gelişmesi mahallenin özgün kimliğini bozar.	%21,4	%37,5	%10,7	%25	%5,4	2,5536	1,23465
	Turizmin gelişmesiyle mahallede suç işleme oranları artar.	%30,9	38,2	%1,8	%23,2	%5,4	2,3455	1,29412
	Turizmin gelişmesi insanların yaşadıkları yerleri terk etmesine neden olur.	%28,6	%30,4	%5,4	%28,6	%7,1	2,5536	1,36074
	Turizmin gelişmesiyle mahallenin huzuru azalır	%14,3	%35,7	%19,6	%26,8	%3,6	2,6964	1,12686
	Turizm gelişmesi mahallede fikir ayrılıklarına ve ayrışmaya neden olur.	%19,6	%33,9	%8,9	%30,4	%7,1	2,7143	1,28932

	Turizmin gelişmesi komşuluk ilişkilerini zayıflatacaktır.	%25	%28,6	%10,7	%30,4	%5,4	2,6250	1,30122
	Turistler için yapılan tesisler (otel, motel, kafe vb.) mahallenin özgün kimliğini yok eder.	%19,6	%25	%10,7	%25,0	%5,4	2,9107	1,35213
	Turizmin gelişmesi parklar, piknik yerleri gibi rekreasyon alanlarında rahatsız edici kalabalıkların oluşmasına neden olur.	%12,1	%33,9	%8,9	%33,9	%7,1	2,8214	1,26645
	Turistler gürültü, kirlilik, trafik tıkanıklığı gibi sorunlara neden olurlar.	%25	%32,1	%10,7	%33,9	%10,7	2,4643	1,19033
F2: Ekonomik Etkiler	Turizmin gelişmesiyle iş olanakları artar.	%3,6	%5,4	%19,6	%58,9	%12,5	3,7143	0,88860
	Turizmin gelişmesiyle yerel ve bağımsız işletmelerin sayısı artar.	%3,6	%21,4	%21,4	%50	%14,3	6,6071	0,98495
	Turizmin gelişmesiyle yerel toplumun gelir düzeyi artar.	%5,4	%8,9	%14,3	%53,6	%17,9	3,6964	1,04307
	Turistlerin yaptıkları harcamalar sayesinde yerel halkın yaşam standartları hızla artmaktadır.	%3,6	%21,4	%19,6	%44,6	%10,7	3,3750	1,05421
	Turizm sayesinde yollar ve diğer kamusal faaliyetler daha yüksek bir standartta ulaşır.	%3,6	%16,1	%12,5	%55,4	%12,5	3,5714	1,02438
	Turizm gelişmesi tarihi yapıların özgünlüğünün korunarak kullanılmasını sağlar.	%5,4	%7,1	%10,7	%58,9	%17,9	3,7679	1,00889
	Turizmin gelişmesiyle yolların, köprülerin ve kamu hizmetlerinin kalitesi artar.	%1,8	%8,9	%3,6	%73,2	%12,5	3,8571	0,81861
	Turizm sayesinde mahalleye daha fazla yatırım ve harcama yapılmaktadır.	%8,9	%16,1	%25	%42,9	%7,1	3,2321	1,09530
	Turizmin gelişmesi mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlar.	%3,6	%12,5	%12,5	%66,1	%17,9	3,9643	0,93350
	Turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetleri artar.	%5,4	%19,6	-	%67,9	%7,1	3,7679	0,66033
F3: Kültürel Etkiler	Turizmin gelişmesi açık hava eğlence imkânları programları ve organizasyonları arttırır.	%17,9	%7,1	-	%55,4	%19,6	3,7679	0,97218
	Turizm bölgemizde bizim değişik kültürel aktivitelere katılmamıza olanak sağlar.	%7,1	%5,4	%17,9	%53,6	%16,1	3,6607	1,04927
	Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar.	%1,8	%3,6	-	%55,4	%19,6	3,8571	0,81861

Turizmin gelişmesi farklı kültürleri tanıma fırsatı sağlar.	%3,6	%12,5	%10,7	%53,6	%19,6	3,7321	1,03557
Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar.	%1,8	%7,1	%10,7	%57,1	%23,2	3,9286	0,89152
Turizmin gelişmesiyle kültürel çevre tahrip olur.	%5,4	%35,7	%25	%28,6	%5,4	2,9286	1,04198
Turizm bölgenin geleneksel kültüründe istenmeyen değişikliğe neden olur.	%7,1	%32,1	%17,9	%30,4	%12,5	3,0893	1,19509

Tablo 6. Sosyo-Demografik Yapı Değişkenlerinin Normallik Testi Sonuçları

	Skewness (Basıklık değeri)	Kurtosis (Çarpıklık değeri)
Cinsiyet	-0,820	-1,379
Yaş	0,073	0,319
Medeni Durumu	1,542	0,612
Eğitim Durumu	0,569	-0,309
Meslek	0,457	-1,164
Gelir Düzeyi	1,923	4,431
Yaşam süresi	-0,559	-0,811
Mülkiyet Durumu	2,036	2,567

Mahalle sakinlerinin turizm desteğini belirleyen faktörler ile katılımcıların sosyo demografik özelliklerini belirleyen cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, meslek ve yaşam süresi değişkenleri ile turizme destek verme düzeyini şekillendiren faktörler arasında anlamlı bir farklılık fark olup olmadığını tespit edebilmek için bağımsız örneklem için tek-faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Sadece eğitim düzeyi ile “sosyal çevre” algısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmiştir (Tablo 7). Yapılan “Gabriel” testinde ilkokulu terk eden katılımcıların ilkokul mezunu, ortaokul ve lise mezunu katılımcılara göre sosyal çevre ile ilgili davranış ve tutumlarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler yüksek okul, lisans ve lisansüstü mezunlarının turizm gelişmesine tereddütte yaklaştığını ortaya koymaktadır (Tablo 8). Ayrıca mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren algılarını mahallede yaşama sürelerinin ve oturdukları konutun mülkiyet durumunun farklılaştırıp olmadığı ortaya konulmuştur. Normal dağılım göstermeyen gelir düzeyi ve mülkiyet durumu ile turizme verilen desteği belirleyen faktörler arasında yapılan parametrik olmayan Pearson testi sonuçlarına göre; mülkiyet durumu ile faktörler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Benzer bir şekilde hanelerin ortalama geliri ile turizme verilen desteği belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Turizmin Etkilerine İlişkin Faktörlerin Karşılaştırılması

Değişkenler	Sosyal Çevre Algısı		Ekonomik Çevre Algısı		Kültürel Çevre Algısı	
	F	P	F	P	F	P
Cinsiyet	2,720	0,105	0,064	0,801	0,148	0,702
Yaş	1,589	0,204	0,808	0,496	0,310	0,818
Medeni Durum	1,056	0,376	0,195	0,899	0,163	0,921
Eğitim Durumu	4,262	0,001***	1,802	0,109	0,312	0,945
Meslek	1,834	0,113	0,457	0,836	0,997	0,439
Yaşam süresi	0,654	0,586	0,193	0,901	0,379	0,769
Değişkenler	PC	P	PC	P	PC	P
Ortalama Gelir	0,50	0,717	0,105	0,448	0,145	0,296
Mülkiyet Durumu	0,164	0,232	0,254	0,62	0,106	0,441
PC: Pearson Correlation; *p<0,05, **p<0,005, ***p<0,001						

Tablo 8. Eğitim Durumuna Göre Turizmin Etkilerine İlişkin Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörler	Eğitim Durumu	N	A.O.(\bar{X})	Std. Sapma	F	P
Sosyal Çevre Algısı	Okuma yazma bilmiyor	4	0,3480576	0,36430275	4,262	0,001***
	İlkokul terk	9	-1,0927976	0,71735624		
	İlkokul mezunu	8	1,0117256	0,99431329		
	Ortaokul mezunu	13	0,1400334	0,91538284		
	Lise mezunu	12	0,1233360	0,84390790		
	Yüksekokul mezunu	3	-0,1583613	0,51532726		
	Lisans mezunu	3	-0,4567846	1,04711348		
	Lisans üstü mezunu	3	-0,3686282	0,70137904		
*p<0,05, **p<0,005, ***p<0,001; A.O: Aritmetik Ortalama						

Sonuç ve Öneriler

Kentler küresel rekabet ortamı içerisinde ekonomik ve politik gücün düğüm noktaları haline gelmektedir. Küresel rekabet anlayışı çerçevesinde merkezi ve yerel yönetimler, sosyal uyum ve ortak girişimler yerine ekonomik büyüme ve ekonomik gelişme üzerine odaklanan söylem ve yaklaşımları benimsemektedir. Daha fazla tüketime vurgu yapan bu modeller sadece mal ve hizmetleri değil; kültürler, tecrübeler ve yerler gibi her şeyi bir tüketim nesnesi haline getirebilmektedir (Bolzoni, 2013, s.2). Bu noktada daha önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi turizm kentsel planlamada yatırımları, insanları ve küresel sermayenin akışını kente çekecek bir araç olarak rol üstlenmektedir (Featherstone, 1996, s. 176). Ancak bu şekilde turizmin sanayi sonrası (post-endüstriyel) kentlerin karşılaştığı çok sayıda sorunu ortadan kaldırdığı ileri sürmek oldukça yanıltıcı olabilir. Tıpkı turizmi yerin sakinleri ve yerel işletmelere kaçınılmaz bir şekilde zarar verici olarak zamanından önce kapı dışarı etmeye çalışmanın da yanlış bir yaklaşım olacağı gibi.

Turizm araştırmalarında da ileri sürüldüğü üzere yerel halkın ve yerel işletmelerin turizme yaklaşımı, turizmin o bölgedeki gelişim sürecine doğrudan etki edebilmektedir. Yerel halkın ve

yerel işletmelerin turizme olumlu yaklaşımının bulunmadığı, turizm faaliyetlerinin yeterince desteklenmediği turistik bir bölgede turizm odaklı gelişmenin sağlanması da mümkün olmamaktadır. Ancak turizm ile ilgili stratejilerin belirlenmesinde aktif olarak rol alan taraflar genel olarak karar vericiler, yatırımcılar ve bu alanların kültürel kaynaklarını keşfeden orta ve üst sınıflar olmaktadır. Bu nedenle bu çalışma somut kültürel mirası ile turizm için bir çekim alanı olan komşuluk birimleri ve/veya mahallelerde yaşayanların turizm gelişmesi ile ilgili davranış, tutum ve beklentilerini anlamaya odaklanmaktadır.

Turizmin düşük gelirli mahalle sakinleri ve/veya komşuluk birimleri üzerindeki etkisini belirleyebilmek üzere yapılan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Başka bir ifadeyle turizm ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak kentin belirli bölgelerine ilişkin ayrıntılı açıklamalardan çok yerleşmenin tümüne yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Bu tür yaklaşımlarda alt ölçekte ayrıntılı sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin önlemler alınması noktasında yanıltıcı olabilmektedir. Bu nedenle yerin sakinlerinin turizm gelişmesine karşı davranış ve tutumlarının belirlenmesinde mahalle ölçeği ve/veya komşuluk ünitelerinde yapılacak çalışmaların alt ölçeklerde geliştirilecek olan turizm faaliyetlerine dair daha doğru bir bakış açısı ortaya koyacağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışma alanı olarak Sofular Mahallesi seçilmiştir. Sofular Mahallesi Amasya'daki alışlagelmiş turizm güzergahlarından farklı olarak ticari odaklı dönüşmemiş, özgün, kent merkezine yürüyerek erişilebilecek mesafede, güvenli ve tarihi çekiciliği olan bir mahalledir.

Yapılan anket çalışmasında mahalle sakinlerinin toplam turizm algısının oluşmasında etkili olan faktörlerin sırasıyla sosyal çevre, ekonomik çevre ve kültürel çevre ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Sofular mahallesi sakinlerinin genel olarak mahallelerinde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine destek verdikleri anlaşılmaktadır. Ancak, turizm gelişmesine destek vermelerine rağmen mahalle sakinlerinin büyük bir çoğunluğunun; mahalle kimliğinin ve özgünlüğünün bozulacağı; mahallelinin yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerinin ve tüketim davranışlarının değişeceği; turizmin gelişmesi ile mahallenin giderek daha varlıklı kesimler için bir yatırım aracı haline geleceği; kira ve günlük yaşam maliyetlerinin artacağı ve mahallede gayrimenkul fiyatlarının birden bire artmasıyla mahallelinin dezavantajlı duruma düşerek yerinden edilme ile karşı karşıya kalacakları gibi endişeleri taşıdıkları anlaşılmaktadır. Diğer taraftan mahalle sakinlerinin turizmin kültürel çevreye olumlu yönde etki edeceğini düşündükleri tespit edilmektedir. Örneğin, turizmin gelişmesiyle açık hava eğlence organizasyonlarının ve kültürel etkinliklerinin sayısının artacağı ve bu şekilde sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin kendileri açısından daha ulaşılabilir hale geleceği gibi.

Aslında turizmin düşük gelirli komşuluk birimleri üzerine pozitif bir etki sağlama potansiyeli tabii ki inkar edilemez. Çünkü turizm bu komşuluk birimlerinde yaşayan düşük gelirli, kalifiye ya da kalifiye olmayan yerin sakinlerinin ekonomiye dahil edilmesi ve kültür sanat aktivitelerinin ulaşılabilir kılınması konusunda bazı olanaklar sunabilmektedir. Ancak bu faydaların sağlanmasının önündeki en önemli kısıtlayıcı faktör merkezi ve yerel yönetimlerin kamu yararı ilkesinin öncelikli olduğu kültürel program ve aktiviteleri içeren müdahaleler yerine ekonomik kazanç odaklı müdahaleleri daha fazla benimsemelerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin merkezi ve yerel yönetimlerin bir bölge ya da semtte turizmi geliştirmek için ilk aklına gelen öncelikle kentin gece hayatını canlandırmak olabilmektedir. Bu amaçla turistler ile orta ve üst sınıfların yaşam ve tüketim alışkanlıklarına uygun kafe, bar, eğlence mekanları ve turistik alışveriş mekanlarının sayısını arttırmaya yönelik çeşitli müdahalelerde bulunabilmektedir. Bu şekilde yerin sakinlerinin özündeki pek çok özellik, alınıp satılabilen ticari mallara dönüşmektedir. Bu yöndeki bir ekonomik gelişme komşuluk ünitesinin yeniden canlanmasını sağlarken haklar ve kimlikler üzerinde de pek çok

problemin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Böylece kültürel kaynaklar gelişim için katalizör görevi görmekte ve bu da ihtiyaçlara göre yerel özelliklerin değişmesine ve sınıfların seçkinleştirilmesine neden olmaktadır. Bu da uzun vadede soylulaştırmaya neden olabilmektedir. Başka bir ifadeyle ekonomik odaklı bir turizm gelişmesi mahalle sakinlerinin ve işletmelerin yerlerinden edilmesinin yanı sıra mahallelerin yerel karakteristiğinin soylulaştırılmış sınıfların ihtiyaç ve zevklerine göre dönüştürülmesi için bir araç haline gelmesine neden olmaktadır. Yaşanan bu süreçlere dair birçok örnek vermek mümkündür. Ancak burada çalışma alanına benzer bir karakter ortaya koyan Amasya'nın ilk yerleşim merkezi Hatuniye Mahallesi'nden bahsetmek yerinde olacaktır. 1990'lı yılların sonlarına doğru Hatuniye Mahallesi'nde turizm odaklı gelişme için yapılan müdahaleler, mahallenin ulusal ve uluslararası turizm pazarına "seyirlik" mekanlar olarak sunulması ve pazarlanmasıyla devam etmiştir. Bu süreç içerisinde mahalle sakinlerinin başka bir çevreye taşınmasıyla mahallenin özgün kimliği oldukça bozulmuştur. Bu nedenle turizm gelişmesini kentlerde herkes için yarar sağlayacak bir katalizör olarak gösteren söylevlerden kaçınılmalıdır. Huning ve Novy (2006, s.7)'nin de işaret ettiği gibi kentte sermaye akışını çekmek için ekonomik odaklı yapılan müdahaleler yatırımcılar ile orta ve üst gelir gruplarının kültürel kaynakları kendi menfaatleri için gasp edip, sahiplenmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle turizm bir tarafta kendini temsil etme gücü taşıyan kesimlere ekonomik bir fayda sağlarken diğer tarafta dezavantajlı gruplar için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Peki turizm gelişmesinin olumsuz etkilerinin turizmin beraberinde getirdiği faydalardan daha ağır bastığı seviyeye ulaşmasını engellemenin bir yolu var mıdır? Yapılan literatür taraması bunun mümkün olduğunu göstermektedir. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesinin temel koşulu öncelikle o kentin koşullarını belirleyen dinamikleri doğru olarak ortaya koyan toplum odaklı turizm anlayışının geliştirilmesi ile mümkün olmaktadır. Toplum odaklı turizm planlamasında ayrıntılı sorunlar ve bunların çözümüne yönelik siyasa ve öneriler geliştirebilmek için başta kent yoksulları olmak üzere, kentin güçsüz ve korunmasız kesimlerinin de (düşük gelir grupları ve küçük ölçekli yerel işletmeler gibi) planlama sürecine katılmalarının sağlanması gerekmektedir. Planlama sürecinde kendilerini ifade etme imkanı yakalayan yerin sakinlerinin bu süreçten fayda elde edebilmelerini sağlamak için geliştirilen öneriler arasından en uygun olanı seçilmelidir. Bu noktada meydana gelen dönüşümden elde edilen yararın yerin sakinleri ve yerel işletmelere homojen olarak dağıtılmadığında gerginlik ve çatışmaların çıkabileceği unutulmamalıdır. Elde edilen faydanın homojen bir şekilde dağıtılması için hangi noktalarda denetim ve müdahale yapılması gerektiği belirlenerek eyleme yönelik kararlar alınmalıdır. Özellikle böyle bir yaklaşımda düzenleyici ve denetleyici kurumların varlığının çok önemli olduğunun bir kere daha altını çizmek yerinde bir tespit olacaktır. Aksi takdirde yapılan müdahalelerin hem yerin sakinleri hem de yerel işletmeler için olumsuz etkiler meydana getirmesi kaçınılmaz olmaktadır.

Teşekkür

Bu çalışmada hane halkı anketlerinin uygulaması sırasında gönüllü olarak bizlere yardım eden Arş. Gör. Duygu Kalkan Açıkcapı ve Kumru Deniz Kavak'a özverili ve sabırlı çalışmalarından dolayı teşekkür ederiz.

Kaynakça

Akova, O. (2006), Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1-34.

- Altanlar, A. (2015). *Kültür turizmini geliştirme kapasitesinin ölçülmesinde kavramsal bir model ve yöntem denemesi: İstanbul Boğaziçi örneği*. İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altanlar, A. ve Enlil, Z. (2016). Boğaziçi bölgesi sakinlerinin turizm desteğini ölçmeye yönelik bir araştırma, *Megaron Dergisi*, 11(3), 382-397.
- Altanlar, A., Enlil, Z. ve Kalkan Açikkapı, D. (2017). Discontent and resentment in tourist – historic sites: Re-thinking tourism via the perspectives and attitudes of local residents and local businesses. *Proceedings of the International Conference on Changing Cities III: Spatial, Design, Landscape & Socio-economic Dimensions Syros, Delos, Mykonos Islands, Greece, June 26-30, 2017* ISBN: 978-618-5271-12-1
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents , *Journal of Travel Research*, 50, 248-260.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 4: 1056-1076, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738305000770> (11.11.2012).
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım*, İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık
- Bolzoni, M. (2013, August 29-31). *What tourists ignore Ambivalences, conflicts and compromises in a changing neighbourhood*. Paper presented at the International RC21 Resourceful Cities Conference. Berlin. <http://www.rc21.org/conferences/berlin2013/RC21-Berlin-Papers/17-Bolzoni.pdf>
- Cengiz, E., ve Kırkbir, F. (2007). Yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1: 19-37.
- Chen, J. S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24:5-19, <http://jht.sagepub.com/content/24/1/5>, (03.04.2011)
- Coccosis, H. Mexa, A. Collovini, A. ve Konstandoglou, M., (2002). Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity In European Tourism Destinations Final Report, http://ec.europa.eu/environment/iczmf/pdf/tcca_material.pdf, (01.11.2013).
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası İlçesi uygulaması, *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, XX-XX 23-27 Nisan, Belek, Antalya, web.deu.edu.tr/kalite/dosyalar/ulusal_bildiri/EkB.doc, (11.07.2011).
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, yabancı sermaye ve Türkiye turizmi*, Sakarya: Değişim Yayıncılık
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISTER uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi
- Enlil, Z. (2000). Yeniden işlevlendirme ve soylulaştırma: bir sınıfsal proje olarak eski kent merkezlerinin ve tarihi dokusunun yeniden ele geçirilmesi. *Domus*, 8, 46-49.
- Evans, G. (2005). Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration, *Urban Studies*, 42(5/6): 959-983.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Grodach, C., & Loukaitou-Sideris, A. (2007). Cultural development strategies and urban revitalization, *International Journal of Cultural Policy*, 13(4), s. 349-370.
- Hall, T. (1998). *Urban geography*. London: Routledge.

- Huning, S. & Novy, J. (2006). Tourism as an engine of neighborhood regeneration? Some remarks towards a better understanding of urban tourism beyond the 'Beaten Path'. *Center for Metropolitan Studies*.
- Judd, D. R. (1999). Constructing the tourist bubble. In D. R. Judd, & S. Fainstein (Ed.), *The tourist city* (pp.35-54). New Haven, London: Yale University Press.
- Kozak, N., Kozak, M.,A. ve Kozak, M. (2013). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Melkert, M., & Vos, K. (2010). A Comparison of quantitative and qualitative approaches: complementarities and trade-offs. In G. Richards & W. Munsters (Ed.), *Cultural tourism research methods* (pp. 33-41). London, UK: Ama Dataset.
- Özaltın Türker, G., ve Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan destinasyonu örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges-* Mayıs 2014, 81-98. http://www.ejovoc.org/makaleler/may_2014/pdf/09.pdf (10.10.2015).
- Özdemir, C., Doğanbaş, M., Yancı, A., Yılmaz, F., Uçar, H., Ağaoğlu, F., et al. (Ed.). (2007). *Amasya Kültür Envanteri*. Ankara: Uyum Ajans.
- Richards, G., ve Munsters, W.,(2010). Developments and perspectives in cultural tourism research, In G. Richards & W. Munsters (Ed.), *Cultural tourism research methods (pp. 1-13)*. London, UK: Ama Dataset.
- Rogerson, C., M., (2006). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives, *Urban Forum*,17 (2): 149-166.
- Sönmez, B. (2014). Soylulaştırmanın yeni biçimleriyle yerinden edilmeyi yeniden düşünmek. *Planlama Dergisi*, 24(1), 42-53.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S., (2013) *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.)Pearson, Boston.
- Tanman, B. (1993). Darülhadis Camii. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Vol. 08, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- TES-İŞ (2017). Temmuz 2017 Açlık ve Yoksulluk Sınırı, http://www.tes-is.org.tr/assets/view/userfile/2017_temmuz_aclik_yoksulluk.pdf, (05.09.2017)
- TÜİK. (2016). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine Göre Amasya İli Merkez İlçesi Mahalle Nüfusları ve Medeni Duruma göre nüfus dağılımı. Ankara
- Uysal, Ü. E. (2006). Soylulaştırma kuramının İstanbul'da uygulanabilirliği: Cihangir örneği, *Planlama Dergisi*, (2), 77-92, http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/705e1164a8394aa_ek.pdf, (10.05.2017)
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, ikinci baskı, Ankara: Detay Yayıncılık,.
- Yoon, Y. (2002). Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives, doctor of philosophy in hospitality and tourism management, *Virginia Polytechnic Institute and State University*, USA.
- Yoon, Y., Gürsoy, D., ve Chen, J.,S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling, *Tourism Management*, 22:363-372, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517700000625>, (19.12.2012)