

Kırsal Alanlarda Yerel Halkın Film Turizmi Algıları ve Destek Tutumları Arasındaki İlişki: Muğla Yeşilyurt Örneği

Tülin KILINÇ¹, Uğur ÇALIŞKAN^{2*}

Özet

Geçmişten günümüze sanat eserlerine konu olan mekanlar cezbedici olagelmıştır. İçinde bulunduğumuz teknolojik ve hızlı dünyada ise bu cazibeyi en fazla, görselliğin en önemli unsur olduğu filmler/diziler oluşturmaktadır. Merak ve görme isteği uyandıran bu mekanlara erişmek eskiye kıyasla çok daha kolay olduğundan, kaçınılmaz biçimde yeni bir turizm türü olarak "film turizmi" ortaya çıkmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalarda genelde konuya turist perspektifinden yaklaşmış, yerel halkın bakışıyla ilgili çalışma sayısı sınırlı kalmıştır. Yerel halkın görüşlerini derleyen çalışmalarda ise çoğunlukla gelişmiş turizm destinasyonları veya yerleşimler ele alınmış olup kırsal alanlar ve turizm faaliyetlerinin yeni başladığı bölgeler çok araştırılmamıştır. Literatürdeki bu eksikliğin giderilmesi amacıyla yönelik olarak, Muğla'nın Yeşilyurt köyünde yaşayan halkın, bölgede başlayan turizm hareketliliğine yönelik ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel algılarını ve bu algıların bölgede turizm gelişimini desteklemeleri üzerindeki etkilerini inceleyen bu çalışmada veriler, çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda yerel halkın turizm gelişimini genel olarak olumlu algıladığı ve belirgin şekilde algılanmasa bile sosyo-kültürel ve çevresel etkilere yönelik algıların destek tutumunda etkin unsurlar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Film Turizmi, Turizmin Etkileri, Yerel Halk, Algı, Destek, Muğla, Türkiye
Jel Kodu: R11, Z32, Z38

The Relationship Between Local Residents' Perceptions of and Support towards Film Tourism in Rural Areas: The Case of Yeşilyurt, Muğla

Abstract

Since old times, the places subject to the works of art have always been tempting. In paced and technological world of today, this temptation is mostly effectuated by movies/series in which visuality is of important. Being relatively easy to access the places of interest and curiosity in recent times, "film tourism" has inevitably emerged as a new form of tourism. The majority of researches on film tourism is tourist-and-marketing-oriented, and few examines local communities' perspective. They mostly were held in developed tourism destinations, and rural areas and newly emerging tourism destinations were very rarely examined. Utilizing multivariate statistical analysis methods, this paper conducted in Yeşilyurt village in Muğla, surveys relation between local residents' perceptions of and support to tourism development to reduce the gap in literature. Results point out that local residents generally perceive the tourism development positively and that socio-cultural and environmental impacts are effective factors for support, even if they are not perceived clearly.

Keywords: Film Tourism, Impacts Of Tourism, Local Residents, Perceptions, Support, Muğla, Turkey
Jel Codes: R11, Z32, Z38

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, uluslararası seyahatçi sayısı ve yarattığı uluslararası döviz gelirinun ulaştığı

miktar açısından dünyanın en önemli sektörlerinden birisi konumundadır (UNWTO, 2018). Bu ekonomik potansiyel nedeniyle turizm, kalkınma için kullanılabilir önemli

ATIF ÖNERİSİ (APA): Kılınç, T., Çalışkan, U. (2021). Kırsal Alanlarda Yerel Halkın Film Turizmi Algıları ve Destek Tutumları Arasındaki İlişki: Muğla Yeşilyurt Örneği. İzmir İktisat Dergisi. 36 (2). 329-353. Doi: 10.24988/ije.202136206

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD, MUĞLA,

EMAIL: tulinsayintakilinc@gmail.com **ORCID:** 0000-0002-7829-1384

² Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, MUĞLA,

EMAIL: ugurcaliskan@mu.edu.tr **ORCID:** 0000-0002-6844-7197

* Sorumlu yazar

bir araç olarak görülmekte; pek çok yerel ve ulusal hükümet, turizm gelişimine yönelik yatırım yapmakta veya planlamakta ve özellikle kırsal alanlarda turizmin geliştirilmesini amaçlamaktadır (Jimura, 2011: 290).

Beraberinde pek çok değişimi getiren turizm gelişimi turistler üzerinde olduğu kadar; belki de daha fazla ve daha uzun süreli olmak üzere yerel halk üzerinde de etkiye sahiptir ve yerel halkın tutumu, turizm gelişimi için temel unsurlardan biridir (Lepp, 2007: 876). Öte yandan yerel toplum ve çevresinde oluşan etkiler turizm gelişiminin uygunluğunun en kritik belirleyicilerinden birisidir (Seligman, 2002). Andereck ve Vogt'un (2000: 28) belirttiği gibi, yerel halkın turizm algısı ve turizmi desteklemesi arasında bir ilişki vardır ve bu ilişki toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bu nedenle, yerel halkın görüşlerinin analiz edilmesi, sektörün sürdürülebilirliği için önem arz etmektedir (Sheldon ve Abenoja, 2001: 435; Nunkoo ve Ramkissoon, 2009: 338).

Bu çerçevede, yerel halkın turizme ilişkin algıları ve destek tutumları arasındaki ilişki turizm alanında en çok incelenen konulardan birisini oluşturmaktadır. Ancak, turizme yönelik algı ve tutumların, özellikle, yerel halkın turizme ilişkin çok fazla deneyiminin bulunmadığı, yeni gelişen destinasyonlarda da incelenmesi gerektiği ifade edilmekle birlikte (Mason ve Cheyne, 2000: 392; Harrill, 2004: 263) çalışmaların büyük bir çoğunluğunda gelişmiş turizm destinasyonları incelenmiştir. Turizm ile yeni tanışmış alanlardaki çalışmalar ise çok az sayıdadır (Hunt ve Stronza, 2014: 280).

Bu çalışma, Türkiye'nin önemli destinasyonları arasında yer alan (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018) Muğla iline bağlı Yeşilyurt köyünde, köy sakinlerinin turizme yönelik algılarını ve bu algılar ile turizmin gelişimini destekleme düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Turizmin filizlenmeye başladığı bir yerleşimde yerel halkın turizme karşı görüşlerinin ve beklentilerinin

incelenmesi nedeniyle turizm planlaması literatürüne katkı sağlayabilecek potansiyele sahiptir.

2. ALANYAZIN

2.1 Turizmin Etkileri ve Yerel Halkın Algısı

Yerel halkın turizme ilişkin algılarını araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır (Yoon vd. 2000; Ko ve Stewart, 2002; Kim vd., 2013; Işık ve Turan, 2018). Turizm gelişimi ile birlikte olumlu ve/veya olumsuz etkiler kendilerini göstermektedir (Choi, 2013: 73; Jurowski vd., 1997: 7). Söz konusu değişimlerin yerel halkın yaşamı üzerinde ne gibi sonuçları olduğunu anlamaya yönelik çalışmalar turizm alanında önemli bir yer kaplamaktadır (Brida vd., 2011: 2-3). Bu konuda yapılan öncül çalışmalar çoğunlukla sadece ekonomik unsurlara odaklanmış (Ko ve Stewart, 2002: 521) olmasına karşın sonraki çalışmalarda turizmin etkileri sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarda da analiz edilmiştir (Zhang vd., 2012:2; Öztürk vd., 2015: 233) ve alandaki çalışmaların çoğunluğu turizmin etkilerini bu üç boyut üzerinden incelemiştir (Gursoy vd., 2002: 80; Andereck vd., 2005: 1057).

Literatürde turizmin ekonomik büyümeyle ilişkili olduğunu görülmektedir (Çalışkan vd., 2019: 366). Özellikle turizme dayalı büyüme hipotezi, turizm endüstrisindeki yatırımların ülke ekonomisinin gelişiminde pozitif bir etki yaratacağını, tersi durumda ise turizm talebindeki düşüşün, ekonomik anlamda gerilemeye yol açacağını varsaymaktadır (Işık vd., 2018: 40-41). Bu hipotezi destekleyen ve turizmin ekonomik büyümeyi hem kısa dönemde hem uzun dönemde pozitif yönlü etkilediği sonucuna ulaşan çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Altınar, 2019; Brida vd., 2008; Esen ve Özata, 2017; Işık vd., 2018; Kızılkaya vd., 2016). Özellikle de dış turizmin ihracat gelirleri içindeki payı, büyümeye katkı sağlayan önemli bir unsurdur (Bozkurt ve Topçuoğlu, 2013: 91). Bundan başka turizmin, yatırımları ve iş olanaklarını da arttırdığı (Saveriades, 2000: 152; Bestard ve Nadal, 2007: 691 ve Piuchan vd., 2018: 11) özellikle kırsal alanlarda ekonomiyi canlandırdığı ve

geliştirdiği (Ap ve Crompton, 1998: 121; Çeken vd. 2007: 2; Latkova ve Vogt, 2012: 50; Chuang, 2013: 153), köylülerin ürünlerine yönelik talebin ve çiftçilerin üretimlerinin artmasını sağladığı (Hall, 2004: 171), yerel halkın istihdam imkânlarını ve gelirlerini arttırdığı (Ko ve Stewart, 2002: 521; Nunkoo ve Ramkissoon, 2009: 345) vurgulanmaktadır. Ancak turizmin gelişiminin ekonomik beklentileri karşılamadığı (Akış vd., 1996: 481), geleneksel sektörlerin yok olmasına neden olduğu (Çalışkan ve Tütüncü, 2008: 128; Ekici ve Çizel, 2015: 84) ve ekonomik bağımlılık yarattığı (Andereck vd. 2005: 1058), yerel halkın düşük ücretlerle çalıştırıldığı (Gezon, 2014: 834), toplum içinde gelir farkının ve fakirliğin artmasına neden olduğu (Manyara ve Jones, 2007: 639) enflasyonu ve fiyatları arttırdığı (Vargas-Sánchez vd. 2011: 476; Pratt vd., 2016: 26) gibi eleştiriler de dile getirilmektedir.

Sosyo-kültürel etkiler göz önüne alındığında ise turizmin yerel halkın alışkanlıklarına, günlük rutinlerine, sosyal yaşamlarına, inanç ve değerlerine belirgin etkileri olduğu görülmektedir (Özel, 2014: 57; García vd., 2015: 35). Farklı kültürlerden insanların birbirleriyle teması söz konusu olduğundan bu etki olağan bir etkidir (Korça, 1996: 696). Turizm, yerel halk ve turistler arasında kültürel alışverişe (Doğan, 1989: 216), insanların birbirlerini daha iyi anlamasına, yerel kültürün korunmasına ve yerel halkta kimlik oluşumuna (İrandu, 2004: 141) katkı sağlamasının yanı sıra sağlık, eğitim veya kültürel hizmetler gibi kamusal hizmetlerin çeşit ve kalitesinin artmasına (Dyer vd., 2007: 418) olumlu yönde etki etmektedir. Bununla birlikte, turizmin gelişimi, yerel kültürün ve dilin zarar görmesine (Boukas ve Ziakas, 2016: 49), toplumsal yapı ve aile ilişkilerinin bozulmasına (Mbaiwa, 2005: 181), kırsal yaşamın önemli bir boyutunu oluşturan topluluğa bağlılık hissinin kaybolmasına (McCool ve Martin, 1994: 29), kültürün ticarileşmesine (Zhang vd., 2012: 6), alkol ve uyuşturucu madde bağımlılığının, kumarın, fuhuşun, suç oranlarının ve çeşitlerinin

artmasına (Brunt ve Courtney; 1999: 496) yol açmakla suçlanmaktadır.

Turizm gelişimi ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri gibi çevresel olumlu ve olumsuz sonuçlar da oluşturmaktadır. Çevresel değerlere karşı duyarlılık ve farkındalık oluşması, çevresel altyapının iyileşmesi, (Hall, 2004: 169), park ve rekreasyon alanlarının artması (Zhang vd., 2012: 5) turizm gelişiminin olumlu yansımaları olarak göze çarpmaktadır. Karanlık tarafta ise, trafik yoğunluğuna, çevrenin bozulmasına, doğal kaynakların aşırı kullanılmasına, vahşi yaşamın tahrip edilmesine, özellikle sulak alanlar ile kıyı alanlarının tahribatına, bu alanlarda kontrolsüz inşaat ve kirliliğe (Göksan, 1978: 57; Yoon vd., 2001: 370; Sunlu, 2003: 265; Bestard ve Nadal, 2007: 692; Dyer vd., 2007: 418) yol açtığı ifade edilmektedir.

Jimura (2011), toplumun genelinin ve ayrı ayrı bireylerin turizme karşı tutumlarının, turizmin olumlu ya da olumsuz gerçek etkilerinden ziyade, bu etkilerin algılanışı ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu algılar ve tutumlar, pek çok faktörlerle çok yakından ilgili (Sinclair-Maragh ve Gürsoy, 2016: 10) olmasının ötesinde zaman içerisinde değişiklik gösterebilmektedir (Deery vd. 2012: 65). Bu nedenle, sürdürülebilir gelişme için, yerel halkın turizme yönelik düşüncelerinin analiz edilmesi çok önemlidir (Gutierrez-Taño vd., 2014: 2; Pratt vd., 2016: 27).

Yapılan çalışmalarda turizme ilişkin algıların, turizmin gelişmişlik düzeyi ve bölgenin genel ekonomik durumu ile yakından ilgili olduğu ortaya konulmuştur. Akış vd. (1996), turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı alanlarda olumlu algının kuvvetlendiğini ve turizm algısının destinasyonların ekonomik olarak turizme bağımlılık düzeylerine göre farklılaştığını vurgulamışlardır. Benzer şekilde, az gelişmiş bölgelerde ekonomik beklentiler nedeniyle turizme karşı olumlu algıların oluştuğu (Belisle ve Hoy, 1980: 84), bununla birlikte gelişmiş ekonomiye sahip alanlarda ise yerel halkın turizm hakkında daha olumsuz

görüşlere sahip olduğu (Öztürk vd., 2015: 239) ifade edilmektedir.

Bir bölgede turizmin gelişebilmesi için yerel halkın istekli olması gerektiği konusunda fikir birliği bulunmaktadır. Yerel halk, turistler için çok önemli bir çekici unsur oluşturmaktadır (Carneiro vd. 2018: 2) ve yerel halkın turizmi desteklemesi, sürdürülebilir turizm gelişiminin odağında yer almaktadır (Ap, 1992: 685; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010: 261; Lee, 2013: 44).

Turizm gelişimini destek tutumu da yine çoğunlukla ekonomik gereksinimler ve beklentiler çerçevesinde şekillenmektedir. Kavala'da (Yunanistan) yaptıkları çalışma ile Styliadis vd. (2014), yeni gelişen destinasyonlarda, yerel halkın özellikle olası pozitif ekonomik etkiler beklentisi nedeniyle olumsuz etkileri göz ardı edebildiklerini ve turizm gelişimini desteklediklerini tespit etmişlerdir. Diğer taraftan, Dyer vd. (2007), görece gelişmiş bir ekonomiye sahip Avusturya'da yaptıkları çalışmada, turizm gelişimini destekleme konusunda, ekonomik ve sosyo-kültürel fayda algılarının etkin olduğunu ancak birçok çalışmanın (örneğin, Korça, 1998; Andereck vd., 2005; Bestard ve Nadal, 2007; Byrd vd., 2009; Amuquandoh, 2010) aksine çevresel etkilerin herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. McGehee ve Andereck (2004) Arizona'da, Byrd vd.(2009) Kuzey Karoline'da yaptıkları çalışmalarda, yerel halkın, ekonomik ve sosyal yararlar temelinde turizm gelişimini desteklediğini ancak olumsuz çevresel ve sosyal etkilerin oluşumunu da göz ardı etmediklerini ve turizmin planlı bir biçimde geliştirilmesini istediklerini tespit etmişlerdir. Chen ve Chen (2010) ise turizmin ekonomik getirilerinden ziyade çevresel ve sosyo-kültürel yararlarının yerel halk için çok daha önemli olduğunu tespit etmiştir.

Yerel halkın turizmi algılayışını ölçmek ve analiz edebilmek için pek çok model ve teorik çerçeve geliştirilmiş ve sınanmıştır. Öncü modeller, turizm gelişiminin ve yerel halkın tepkilerinin, doğrusal bir çizgide gelişeceğini

ve sıcakkanlı karşılama ve düşüncelerden, ilgisizliğe, turistlerle ilişkiden kaçınmaya ve hatta düşmanca tavırlara doğru evirileceğini öngörmüştür. Bu kapsamda en bilinen ve çok atıf yapılan modeller; Irridex (Rahatsızlık indeksi) (Doxey, 1975), Turizm Yaşam Döngüsü (TALC) (Butler, 1980), Doğan, (1989) ve Ap ve Crompton (1998) modelleridir. Sonraki dönemde, bireylerin içinde yaşadıkları topluma karşı aidiyet duygularının turizmin etkilerini algılayışları üzerinde etkin olacağını savunan "Toplumsal Bağlılık Teorisi" (Lankford, 1994; Gürsoy ve Rutherford, 2004; Vargas-Sanchez vd., 2015), değerlendirme sürecinin olayın kendisinden farklı olduğunu ve bireylerin olayı, durumu veya uyarıcıyı geçmişlerinden getirdikleri bilgiler üzerinden değerlendirdikten sonra onun hakkında tutum ve duygularını geliştirdiklerini kabul eden "Bilişsel Değerlendirme Kuramı" (Ouyang vd., 2017) veya toplumun ve bireylerin sosyal bir olgu karşısındaki tutumlarını sahip oldukları değerler, fikirler ve kültürel normlar çerçevesinde belirlediklerini savunan (Cruz ve Bersales, 2007) "Sosyal Temsiller" gibi teoriler kullanılmış olsa bile çalışmalarda çoğunlukla Sosyal Değişim Teorisi'nden (SET) yararlanılmıştır. SET, her ne kadar, karar verme mekanizmasının rasyonel ve mekanik bir süreç olduğunu öngörmekle ve psikolojik ve sosyal diğer unsurları göz ardı etmekle eleştirilse de (Hadinejad vd., 2019: 158), toplulukların ve değişimin şekil ve sonuçlarının heterojenliğini dikkate alması nedeniyle farklılıkları açıklamada etkin olarak yararlanılmaktadır. Teori, algıların bireyler arasında farklılaşabileceğini ve turizm sektörü ile ilgili deneyimlerinden dolayı zaman içinde değişebileceğini varsaymaktadır (Karadakis ve Kaplanidou, 2012: 257). Bu nedenle SET, bireylerin turizmin olumlu ve olumsuz etkileri konusundaki algılarını ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel bakış açılarından değerlendirmek için sıklıkla kullanılmaktadır (Lee, 2013: 38; Hadinejad vd., 2019 157).

Genel bir sosyoloji teorisi olan ve bireyler ve gruplar arasında gerçekleşen değişimlerin temel sebeplerini anlamaya çalışan (Ap, 1992:

668; Wang ve Pfister, 2008: 85) SET, bu değiş tokuşun, dikkate değer faydalar sağlaması ve bireylerin elde ettikleri faydaları önemli bulmaları veya faydaların maliyetlerden fazla olması durumlarında sürdürüleceğini (Jurowski ve Gursoy, 2004: 297; Wang, vd., 2006: 417) varsaymaktadır. Diğer bir ifadeyle, SET, turizmden memnun olan (turizmin etkilerini olumlu algılayan) bölge sakinlerinin turizm gelişimini destekleyeceği, olumsuz etkileri daha yoğun hissedenlerin ise bu gelişime karşı çıkacağıını ifade etmektedir (Choi ve Murray, 2010: 577). Bu çalışmada da SET'ten yararlanılmış ve bireylerin film turizmine yönelik algıları ile turizm gelişimini desteklemeleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

2.2 Film Turizmi

Destinasyonlar, insanların beklentileri doğrultusunda seçilmektedir. Filmler, televizyon dizileri/programları, edebi eserler, dergiler, videolar gibi turizm dışı uygulamalar da söz konusu beklentilerin oluşturulmasına etkili olmaktadır (Urry, 2009: 16). Bir yerin ya da nesnenin görülmeye değer olduğunun bu biçimde işaret edilmesi ise hem destinasyonun bilinirliğini arttırmakta hem de buralara yönelik talep oluşturmaktadır (Urry, 2009: 29). Günümüzün turistleri, bir yer/mekân hakkında bilgi edinmek için görsel bilgi formlarının akıcılığına ve görsel gücüne daha fazla güven duymakta ve yerler hakkındaki bütün detayları izleyerek karar verme eğilimi göstermektedirler (Butler, 1990: 51). Filmler, reklamlardan farklı olarak, senaryoları aracılığıyla bir bölgenin özelliklerini ve burada bulunan cazibe unsurlarını gözler önüne sererek, bir destinasyon imajı yaratmakta ve sadece seyahat planı ya da potansiyeli olan kişilerin değil, böyle bir planı olmayan kişilerin de ilgisini çekerek, onların da seyahat kararı vermesinde etkili olabilmektedir (Riley ve Van Doren, 1992: 267-269, Aertsen, 2011).

Bir film ya da dizi sebebiyle bir bölgeyi ziyaret etmek "Sinema Etkili Turizm" (Tooke ve Baker, 1996; Riley vd., 1998; Busby ve Klug, 2001), "Film Etkili Turizm" (Macionis, 2004; Beeton, 2005) "Ekran Turizmi" (Connell ve Meyer,

2009) "Film Turizmi" (Hudson ve Ritchie, 2006a) gibi çeşitli şekillerde isimlendirilmekte ve televizyon, video, DVD ya da sinema ekranında gösterilen bir bölgeye ya da filmin çekildiği film setine yönelen turistik hareketler olarak tanımlanmaktadır (Beeton, 2005: 9; Hudson ve Ritchie, 2006a: 256). Film turizmi; film festivalleri, özel gösterimler, galalar, filmlerle ilgili tematik parklar, film setleri ve stüdyolarına düzenlenen turlar gibi geniş bir yelpazede ele alınmaktadır (Beeton, 2005: 11).

Film turizmini ele alan çalışmalarda çoğunlukla, filmlerin destinasyonların tanıtımını, imajını, turistik çekim potansiyelini nasıl etkilediğine, ekonomik olarak yaptığı katkıya odaklanılmıştır (Tooke ve Baker, 1996; Frost, 2006; Hudson ve Ritchie, 2006a, 2006b; Tuclea ve Nistoreanu, 2011; Araújo Vila ve Fráiz Brea, 2013; Juškelytė, 2016; Li, vd., 2017; Carvalhovd., 2018).

Çalışmalarda, özellikle, filmlerin ziyaretçi sayısına etkisi konu edinilmiştir. İngiliz turistlerin %80'inin seyahat tercihlerinde filmlerden ilham aldıklarını, %20'sinin ise en sevdiği filmin çekildiği bölgeyi ziyaret etmeyi arzuladığı belirtilmektedir (www.theguardian.com, 2004). Tooke ve Baker (1996), ise film ve TV dizilerinin İngiltere'deki birçok destinasyonun ziyaretçi sayısını dikkate değer ölçüde arttırdığını tespit etmiştir. Riley ve Van Doren, (1992: 271), "Thelma ve Louise" (Thelma and Louise, 1991) filminin Utah (ABD), Kim ve Richardson, (2003) ise "Gün Doğmadan" (Before Sunrise, 1995) filminin Viyana'yı ziyaret eden turist sayısının artışında etkili olduğunu göstermişlerdir. Aynı şekilde, Yüzüklerin Efendisi üçlemesinin (Lord of The Rings, 2001-2003) uluslararası başarısı üzerine, çekim yerinin Yeni Zelanda olduğunun sürekli olarak vurgulanması, ziyaretçi sayısını arttırmıştır (Carl vd., 2007: 50-60).

Dünyada çeşitli örnekleri olan (bakınız; moviemaps.org; themoviemap.com) film rotaları ile popüler film ve dizilerin çekim mekânları rota haline getirilmiş ve turistlerin ilgisi arttırılmıştır (Hudson ve Ritchie, 2006a:

259). Ayrıca film stüdyoları da çekim setlerinin ziyaretlerinden gelir elde etmektedirler. Örneğin Universal stüdyoları ve Disneyworld; ET, Jaws, King Kong, Star Wars ve Indiana Jones gibi ünlü filmlerin çekildiği gerçek film setlerine ziyaretler düzenlemektedirler (Riley vd., 1998: 920).

Televizyon dizileri, çok popüler olan filmler hariç, filmlerden daha uzun vadeli etkilere sahip olma özelliği göstermektedir (Beeton, 2005: 12). Türkiye’de de bu konuda dizilerin daha etkin olduğu söylenebilir. İlk ve en popüler örnek ise çekimleri Kapadokya’da yapılan ve 2002 yılında gösterilmeye başlayan Asmalı Konak dizisidir. Dizi, yayınlandığı dönemde (Şahin vd., 2003) ve yayından kalktıktan sonra (Güngör ve Uysal, 2019: 197) ziyaretçiler için bir çekim unsuru olmayı başarmış ve bölgedeki turist sayısını arttırmıştır. Aynı şekilde, Süper Baba (1993-1997) dizisi İstanbul Çengelköy’e, İkinci Bahar (1998-2001) dizisi İstanbul Samatya’ya, Kınalı Kar (2002-2004) dizisi, Bursa Cumalıkızık’a ve Yabancı Damat (2004-2007) dizisi Gaziantep’e yönelik ilgiyi arttırmıştır (Yılmaz ve Yolal, 2008: 185). Benzer biçimde, Nuroğlu, (2013) Türkiye’ye Ortadoğu ve Balkan ülkelerinden gelen turistlerinin %31 gibi önemli bir kısmının, ülkelerinde yayınlanan Türk dizilerinin etkisiyle geldikleri sonucuna ulaşmıştır.

Film kaynaklı turizmin yarattığı ekonomik, çevresel, sosyokültürel etkileri ve yerel halkın bu konuyla ilgili algısını araştıran çalışma sayısı ise oldukça sınırlıdır. 1991 yılında yayınlanan “Heartbeat” dizisinden sonra turistik faaliyetlerde yoğunluk yaşamış ve ziyaretçi sayısı yıllık 200 binden 1,2 milyona ulaşmış olan Goathland köyü (İngiltere) sakinlerinin film turistlerinin varlığını günlük yaşamlarına ve köy hayatına saldırı olarak algıladıkları belirlenmiştir (Mordue, 2001: 236). Film turizminin bölgeye ekonomik katkı sağlamadığını düşünmenin ötesinde trafik sıkışıklığının ve artan hırsızlık olaylarının sorumlusu olarak gördükleri turistlerin sayısının kontrol altında tutulması için

girişlere turnike kapılar konulmasını bile önermişlerdir (Mordue, 2001). Aksine, Devon (İngiltere) sakinleri ise turizmin kendilerine sağladığı faydaların maliyetlerden fazla olduğunu düşünmektedir. Trafik sıkışıklığı, gürültü ve kalabalıklaşma gibi olumsuz etkileri büyük sorun olarak görmedikleri ve turizminin yerel ekonomiye katkısından ötürü, turizm kaynaklı olumsuzlukları göz ardı edebilecekleri tespit edilmiştir (Busby vd., 2003). Benzer şekilde, Güney Kore’deki film çekim merkezi olmuş bölgelerde yerel halkın, film turizmine yönelik tutumlarında bölgeye sağlayacağı ekonomik faydaların etkin olduğu ancak olumsuz sosyal ve çevresel etkilerin etkin olmadığı tespit edilmiştir (Kim vd., 2017).

Yüzbaşı Corelli’nin Mandolini (Captain Corelli’s Mandolin, 2001) filminin çekildiği, Kefonya (Yunanistan) sakinleri, filmin adanın imajını iyileştirdiğini ve turist sayısını arttırdığını, ancak ada tarihini doğru yansıtmadığını düşünmektedirler (O’Neill vd., 2005). Beeton (2005), Avusturya’da bir sahil yerleşimi olan Barwon Heads kasabası sakinlerinin, 1998 – 2019 yılları arasında yayınlanan “See Change” dizisinin, kasabayı görünür kıldığına ve kasabaya bir kimlik verdiğine inandıklarını ve ziyaretçi sayısının artmasından memnun olduklarını belirtmektedir.

Türkiye’de ise ilk çalışmalardan olan ve Muğla’nın Bozüyük köyünde çekilen “Baba Ocağı” dizisi sonrası yaşanan turistik hareketliliğin sonuçlarını araştırdıkları çalışmada Saltık vd., (2010), köy halkının dizilerin çekilmesinin iyi bir tanıtım aracı olduğunu, film turizminin ise köye hem ekonomik hem de kültürel olarak katkı yaptığını düşündüğü ve film/dizi çekimlerinin sürmesini desteklediği sonucuna ulaşmışlardır. Çanakkale Geyikli (Boz ve Kömürcü, 2012) ve Rize Çamlıhemşin’de (Demirbulat vd., 2015), yerel halkın filmlerin/ dizilerin bölgenin tanıtımına katkı sağladığı; geleneklerin tanıtılması/hatırlatılması nedeniyle kültürel açıdan, iş imkânı yaratması

nedeniyle de ekonomik açıdan yararlı olduğunu ancak turistlerin kalabalık, trafik ve kirlilik sorunu oluşturduğunu düşündükleri ve planlı bir gelişim sağlanması koşuluyla film turizmini destekledikleri tespit edilmiştir. Kervankıran ve Çuhadar (2018) ise Mardin halkının, bölgede çekilen televizyon dizilerinin tanıtıma ve ekonomiye olumlu katkı yaptığını ancak bölge kültürünün yanlış tanıtıldığını ve bölge imajının zedelendiğini düşündüklerini tespit etmişlerdir. Çelik (2019) ise, İzmir Sığacık'ta, halkın filmlerin yerel ekonomiye katkı yaptığını ve iş/gelir imkânı oluşturduğunu ancak gürültü, çevre kirliliği, alt yapı, trafik ve otopark sorunları gibi olumsuz etkileri de beraberinde getirdiğini düşündüğünü ortaya koymuştur. Bunun ötesinde diğer çalışmaların aksine Sığacık halkının, filmlerin/dizilerin yaptığı tanıtımın ilçenin "sakin şehir" imajına zarar vermesinden endişe duydukları tespit edilmiştir (Çelik, 2019).

Özetle, film turizminin etkilerine odaklanan çalışmalarda yine ekonomik katkıların ön plana çıktığı, ancak özellikle bölgenin bilinirliğinin artırılması ve kültürel değerlerinin tanıtılması gibi nedenlerle yerel halkın turizme olumlu yaklaştığı, bununla birlikte, kamusal hizmetlerde ve özellikle güvenlik konusunda sorunlar yaşanması, trafik ve kirlilik oluşması gibi sorunların da tespit edildiği söylenebilir.

Muğla, Türkiye'nin en gözde turizm merkezleri arasında yer almanın yanı sıra pek çok film/diziye ev sahipliği yapmaktadır. Bodrum, Fethiye, Marmaris gibi turizm destinasyonları nedeniyle turizm olgusundan haberdar olan Yeşilyurt köyü (Menteşe) sakinlerine odaklanan bu çalışma, film turizminin etkilerinin, turizm olgusuna aşina olmakla birlikte, turizm gelişiminin ilk evrelerini tecrübe eden yerel halk tarafından algılanıp algılanmadığını ve söz konusu algıların turizmi destekleme konusunda etkin olup olmadığını anlamaya yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, yerel halkın genelde turizm, özelde film turizme yönelik algısının araştırıldığı

alanyazında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin dikkate alınmasından da yola çıkılarak çalışma kapsamında aşağıdaki hipotezler incelenmiştir.

H1: Köy halkı film turizminin olumlu ekonomik etkilerini algılamaktadır.

H2: Köy halkı film turizminin olumlu sosyo-kültürel etkilerini algılamaktadır.

H3: Köy halkı film turizminin olumlu çevresel etkilerini algılamaktadır.

H4: Köy halkı film turizminin olumsuz ekonomik etkilerini algılamaktadır.

H5: Köy halkı film turizminin olumsuz sosyo-kültürel etkilerini algılamaktadır.

H6: Köy halkı film turizminin olumsuz çevresel etkilerini algılamaktadır.

H7: Köy halkının film turizminin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H8: Köy halkının film turizminin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H9: Köy halkının film turizminin olumlu çevresel etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H10: Köy halkının film turizminin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H11: Köy halkının film turizminin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H12: Köy halkının film turizminin olumsuz çevresel etkilerine yönelik algıları ile bölgede film turizmini desteklemeleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

3. YÖNTEM

3.1 Çalışma Alanı

Çalışmanın gerçekleştirildiği, Yeşilyurt Köyü (1961 yılından önceki ismi ile Pisiköy) adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre 2271 nüfusa sahip olup (Türkiye İstatistik Kurumu, (TUİK) 2018), Muğla İl merkezine 14 km uzaklıkta bulunmaktadır. Geçmişi M.Ö 1500 yılına kadar uzanan köy, Pisye antik kentinin izlerini taşımakta ve adının Luvi dilinde Pissuwa'dan geldiği sanılmaktadır (kulturportali.gov.tr, 2017). Pisi adı halk arasında kullanımını sürdürmektedir. Pisye antik kenti ile ilgili ilk yazılı belge M.Ö. 196 yılına aittir. Yeşilyurt dokumacılığıyla ünlüdür ve burada 200-250 yıldır ipekböcekçiliği ve ipek el dokumacılığı yapılmaktadır (kulturportali.gov.tr, 2017) Ülkemizin önemli turizm destinasyonları arasında yer alan Muğla ili, Dondurman Gaymak (2005), Baba Ocağı (2008), Mandıra Filozofu (2014), Güzel Köylü (2014), İftarlık Gazoz (2016) gibi pek çok film ve diziyeye ev sahipliği yapmıştır (Özgür, 2015). Bunun ötesinde, Yeşilyurt köyünde çekilen, Büyük Yalan (2004), Uzaklarda Arama (2015), Kalk Gidelim (2018-2020) gibi film ve diziler sayesinde hâlihazırda konaklama imkânı bulunmayan köye günübirlik ziyaretçilerin ilgisi artmaya başlamıştır (Eyüboğlu, 2018; www.televizyongazetesi.com, 2018).

3.2 Anket Formunun Hazırlanması

Bu çalışmada, nicel araştırma ve desen olarak ise açıklayıcı araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Açıklayıcı araştırmalar araştırılan konu, olay veya kavrama etki eden unsurları açıklamak veya sınamak amacını gütmektedir (Neuman, 2016: 54). Araştırmanın ilk aşaması olarak anket formu hazırlanmıştır. Anket formu oluşturulmadan önce literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Anket formu Hudson ve Ritchie, (2006b), Eshliki ve Kaboudi (2012), Lee (2013), Vong (2013), Akbulut ve Ekin, (2018) çalışmalarında kullanılan ölçeklerden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Hazırlanan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde film turizminin, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine ilişkin algıları ölçmeye yönelik 34 ifade yer alırken ikinci bölümde turizm gelişimine verilen desteği ölçmeye yönelik 3 ifade yer almıştır. İlk iki bölümde verilen ifadelere katılımcıların görüşlerini beşli Likert ölçeği çerçevesinde (1: Kesinlikle katılmıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) belirtmeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların yaşının, cinsiyetinin, eğitim durumunun, medeni durumunun, gelir seviyesinin ve yaptıkları işin araştırıldığı altı demografik soru sorulmuştur.

3.3 Veri Toplama Süreci ve Örneklem

Çalışmada, veriler, maliyet ve zaman açısından kolaylık sağlaması ve çalışmaya katılmak isteyen herkese şans tanınması gibi avantajları nedeniyle "Kolayda örnekleme" yönteminden yararlanılmıştır. Veriler, 2019 Mart ayında pilot uygulama gerçekleştirildikten sonra oluşturulan nihai anket formunun Nisan - Haziran ayları arasında, değişik gün ve saatlerde köy meydanı ve konut alanlarında uygulanması ile elde edilmiştir. Anket formları Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde okuyan ve çalışmanın amacı ile içeriği hakkında bilgilendirilmiş dört yüksek lisans öğrencisi tarafından uygulanmıştır.

Katılımcıların araştırmacılarla muhatap olduklarında cevap vermeye daha fazla istekli olmaları sebebiyle (Zamani-Farahani ve Musa 2012: 807) anketler, yüz yüze görüşmelerle yapılmıştır. Katılımcılara öncelikle 18 yaşından büyük olup olmadıkları sorulmuş ve 18 yaşından büyük katılımcılara çalışma hakkında kısa bilgi verildikten ve kişisel bilgilerinin kayıt altına alınmadığı açıklandıktan sonra çalışmaya katılmaları rica edilmiştir. Katılımcılar anketleri kendiler okuyarak cevaplandırmışlardır. Öğrenciler, anket formunu doldurma sürecinde katılımcıların yanında bulunmuş ve anket ile ilgili soruları cevaplandırmışlardır. Bu tür yaklaşımla cevap vermeme veya geç cevap

verme önyargısı gibi sorunların da önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma alan incelenmesine dayanmaktadır. Alan incelemeleri, örnekleme yoluyla, bir kavramı gerçek hayatta araştırmak (Xiao ve Smith, 2006: 739) ve teorileri test etmek (Chen ve Xiao, 2013: 353) amacıyla kullanılmaktadırlar. Saha çalışması, zaman ve ekonomik kısıtlar nedeniyle kullanılan Kolayda Örnekleme yöntemi ile ulaşılan 210 adet köy sakini ile gerçekleştirilmiştir. Köy sakinlerinin, çalışmaya katılmak ve anketi doldurmak konusunda çekinceli oldukları gözlenmiş olup örneklem sayısı düşük kalmıştır. Ancak, 200 eşik değerini (Kim, vd., 2013: 533) karşılaması nedeniyle analizler için yeterli kabul edilmiştir.

3.4 Analiz

Veriler çok değişkenli istatistik yöntemleri ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans analizleri ve tanımlayıcı istatistikler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ile açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapıldıktan sonra, bağımlı değişkenlerin bağımsız değişken üzerindeki etkilerini belirlemek ve hipotezleri test etmek için regresyon analizi uygulanmıştır. Bulgular aşağıda tartışılmaktadır.

4. BULGULAR

4.1 Demografik Özellikler

Araştırma örnekleme ait tanımlayıcı demografik bilgiler Tablo 1 de sunulmuştur. Katılımcıların %37,3'ü kadın %63,7'si erkektir. Yaş gruplarında ise katılımcıların %37,7'lik kısmının 51 yaş ve üzeri, %36,8'lik kısmının 31-50 yaş aralığında ve %25,5'lik kısmının ise 18-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %72,9'unun evli %27,1'inin bekâr olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından, ilköğretim, lise ve üniversite mezunlarının dengeli şekilde dağıldığı görülmektedir. Yapılan iş olarak, en fazla %25 ile emekli ve daha sonra %23 ile kendi hesabına çalışanlar göze çarpmaktadır. Aylık gelir incelendiğinde, katılımcıların

%40'ının 2.100 TL ve altında gelire sahip olduğu, 2001 - 4000 TL arasında gelire sahip olanların ise %41'lik oranı teşkil ettiği ve katılımcıların %18,5'lik kesiminin ise 4000 TL ve üzeri gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar, katılımcıların köyün demografik yapısı açısından dengeli bir dağılım gösterdiğini ve cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ile gelir durumu açısından farklı kesimleri kapsadığını göstermektedir.

Tablo1: Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	N	%
Kadın	78	37,3
Erkek	131	62,7
Toplam	209	100

Medeni Durum	N	%
Bekâr	55	27,1
Evli	148	72,9
Toplam	203	100

Yaş	N	%
18-30	52	25,5
31-50	75	36,8
51 +	77	37,7
Toplam	204	100

Eğitim seviyesi	N	%
İlköğretim	67	32,4
Lise	71	34,3
Üniversite ve üstü	69	33,3
Toplam	207	100

Yapılan iş	N	%
Ev hanımı	24	11,6
İşsiz ve öğrenci	28	13,5
Kamu personeli	23	11,1
Kendi hesabına çalışan	48	23,2
Kamu personeli	23	11,1
Ücretli çalışan	31	15,0
Emekli	53	25,6
Toplam	207	100

Aylık Gelir (TL)	N	%
0 - 2100	59	40,4
2101 - 4000	60	41,1
0 - 2100	59	40,4
2101 - 4000	60	41,1
4000 +	27	18,5
Toplam	146	100

4.2 Güvenirlik

Analizlerden önce, eksik veri sayıları ve verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. En fazla eksik verinin 10 adet ile "filmleri/dizileri izleyerek gelenler kültürümüz ile ilgileniyorlar", "Turizm köy halkının farklı kültürlerle karşılaşmasını ve tanışmasını sağlıyor" ve "dizi turizminin gelişmesi bölgede suç oranının artmasına yol açmaktadır" ifadelerinde yer aldığı (4.8%) ve diğer ifadelerde ortalama 4 eksik verinin (1.9%) bulunduğu tespit edilmiş olup Schafer'ın (1999: 7), tavsiye ettiği üzere her bir değişken için eksik veri sayısı %5'ten az olduğu için herhangi bir işlem yapılmamıştır. Sonrasında Skewness ve Kurtosis değerlerinden yararlanılarak verilerin normal dağılıp dağılmadıkları incelenmiştir. Skewness

değerlerinin -1,820 ile 1,774 arasında ve Kurtosis değerinin ise -1,669 ile 2,052 arasında dağıldığı tespit edilmiştir. Skewness değerlerinin 3'ten Kurtosis değerlerinin ise 10'dan küçük olması nedeniyle (Kline, 2011: 63) verilerin normal dağıldığı belirtilebilir. Sonraki aşamada değişkenlerin içsel

geçerliliğini ölçmek için Cronbach Alpha (α) değerinden yararlanılmıştır. Turizm etkileri ve turizm gelişimine desteğe yönelik 37 ifadenin bütüncül α değeri 0.935, turizm etkilerine yönelik 34 ifade ile turizm gelişimine yönelik 3 ifadenin ayrı ayrı güvenilirlik değerleri (α) ise sırasıyla 0.935 ve 0.832 olarak belirlenmiştir.

Tablo 2: İfadelere verilen cevapların ortalamaları

	Ort.	St. Sapma	Ortanca	Tepe Değer
Dizi turizminin gelişmesi bölgede suç oranının artmasına yol açmaktadır	1,69	1,2657	1,00	1
Ziyaretçi sayısının artması aile hayatımızın bozulmasına yol açmaktadır	1,92	1,4170	1,00	1
Dizi turizminin gelişmesi köyümüzün gençlerinin kültürümüze aykırı davranışlara özenmesine neden olmaktadır.	1,99	1,4640	1,00	1
Turistlerin oluşturduğu kalabalık nedeniyle parklar ve mesire alanları gibi yerleri rahat kullanamıyorum.	2,05	1,4421	1,00	1
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kirliliğin artmasına yol açmaktadır	2,21	1,4211	2,00	1
Dizi turizminin gelişmesi kültürümüzün bozulmasına neden olacaktır	2,28	1,5421	2,00	1
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler gürültü oluşmasına neden oluyorlar	2,29	1,5250	2,00	1
Film turizmi, köyümüzdeki yol, park, kanalizasyon gibi hizmetlerin iyileşmesini sağlamaktadır.	2,44	1,5659	2,00	1
Film turizmi kişisel olarak bana fayda sağlamaktadır	2,77	1,6785	2,00	1
Dizileri/filmleri izleyerek gelenler kültürümüzü yanlış yorumluyorlar	2,78	1,4299	3,00	1
Film turizmi Yeşilyurt'ta hayatın pahalılaşmasına yol açmaktadır	2,85	1,6493	3,00	1
Dizilerde/filmlerde kültürümüz doğru olarak yansıtılmaktadır	3,19	1,5515	4,00	5
Diziler/filmler Yeşilyurt'un çok kalabalık olmasına neden olmaktadır.	3,22	1,5388	4,00	4
Diziler/filmler köyümüzde birlik beraberlik duygusunun oluşumuna katkı sağlıyor	3,30	1,4934	4,00	4-5
Filmler/diziler, köy kültürümüz hakkında daha fazla bilgi sahibi olmamı sağlamaktadır	3,34	1,5657	4,00	4
Film turizmi, köy halkının gelirinin artmasını sağlamaktadır	3,51	1,4575	4,00	5
Dizi turizminin gelişmesi köyümüzün kadınlarının köy halkı içindeki konumunu iyileştirmektedir	3,61	1,4196	4,00	5
Filmler/dizileri, Yeşilyurt köylüsünün kültürel değerlere ilgisini arttırmaktadır	3,61	1,4768	4,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kültürümüzü tanıyarak geliyorlar	3,63	1,4544	4,00	5
Filmleri/dizilerde yerel ürünlerimiz tanıtılıyor.	3,64	1,5448	4,00	5
Turizm köy halkının farklı kültürlerle karşılaşmasını ve tanışmasını sağlıyor	3,64	1,4706	4,00	5
Filmler/diziler, köyümüzün kültürünün korunup geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.	3,65	1,4173	4,00	5
Çekim günlerinde ziyaretçiler daha çok alışveriş yapmaktadır	3,70	1,3865	4,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kültürümüz ile ilgileniyorlar	3,74	1,4536	4,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler Yeşilyurt esnafından alışveriş yapıyorlar.	3,75	1,3886	4,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler yerel ürünleri satın almaktadır.	3,80	1,3193	4,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler çevremizi koruyorlar	3,80	1,3659	4,00	5
Diziler/Filmler turistlerin Yeşilyurt'ta daha uzun vakit geçirmelerini sağlamaktadır	3,85	1,4892	4,50	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler yerel ürünlere ilgi gösteriyor	3,87	1,3163	4,00	5
Turistlerin sayısının artması Yeşilyurt'ta ev ve arsa fiyatlarını arttıracaktır	3,87	1,4257	5,00	5
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler doğal çevreye karşı duyarlılar	3,87	1,3628	4,00	5
Köy halkı film/dizi çekimlerinde çalışma imkânı bulmaktadır.	4,17	1,1763	5,00	5
Daha fazla turistin gelmesini sağlaması nedeniyle daha çok film/dizi çekilmesini destekliyorum	4,22	1,3572	5,00	5
Film/dizi çekimlerinin olduğu günlerde ziyaretçi sayısı artmaktadır	4,23	1,2557	5,00	5
Diziler/filmler Yeşilyurt'a gelen turist sayısının artmasını sağlıyor	4,25	1,2618	5,00	5
Yeşilyurt'u tanıması nedeniyle dizilerin / filmlerin çekilmesini destekliyorum	4,32	1,2214	5,00	5
Burada film turizmi gelişimini destekliyorum	4,35	1,3213	5,00	5

Söz konusu değerler Nunnally ve Bernstein'in (1994, aktaran Chhabra ve Gursoy, 2007: 34) belirttiği 0,70 eşik değerini karşılamaktadır. Verilerin güvenilirliği iki yarım (split half)

güvenirlik analizi yoluyla da sınanmıştır. 37 değişkenin 19 adetlik ilk yarısına ilişkin Alpha değeri (α) 0,940; 18 değişkenden oluşan ikinci yarısı için ise 0,838 olarak belirlenmiştir.

Spearman-Brown katsayısı 0,797 ve Guttman split-half katsayısı ise 0,767 olarak hesaplanmıştır. Hair, vd., (1998, 118), söz konusu güvenilirlik katsayılarının 0,70 değerine eşit veya daha fazla olmasının güvenilirlik için koşul olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle verilerin güvenilir ve analizler için uygun olduğuna karar verilmiştir.

Güvenirliği tespit edilen veri setinde yer alan değişkenlere verilen yanıtların ortalamaları incelendiğinde (Tablo 2), en düşük ortalamaların olumsuz sosyo-kültürel ifadelerle ilişkin olduğu ve katılımcıların turizmin olumsuz sosyal etkiler oluşturduğunu düşünmedikleri görülmektedir. Olumsuz sosyokültürel etkilere yönelik ifadelerle verilen cevaplarda ortanca ve tepe değerlerin 1 (Kesinlikle katılmıyorum), standart sapmaların görece olarak düşük olduğu ve katılımcıların genel olarak bu konuda fikir birliği gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte, olumlu sosyo-kültürel etkilere ilişkin algıların da net oluşmadığı ve kararsıza daha yakın bir tutum sergilendiği söylenebilir. Yol, park, kanalizasyon gibi kamusal hizmetlerin iyileşmesi haricinde ortanca ve tepe değerlerin sırasıyla 4 ve 5 olarak ortaya çıkması, katılımcıların çoğunluğunun konuya olumlu yaklaştığını göstermektedir. Bununla birlikte ortalamaların kararsıza yakın çıkması olumsuz düşünenlerin de az olmadığını ve bu konuda görüş birliğinin tam olmadığını, diğer bir ifade ile bu etkilerin net olarak belirmediğini işaret etmektedir. Kamusal hizmetlerin iyileşmesi hususunda ise katılımcıların en çok "Kesinlikle katılmıyorum" şikkını işaretlemiş olması, herhangi bir iyileşmenin hissedilmediğine işaret etmektedir.

Aynı şekilde, katılımcıların, turizmin olumsuz ekonomik ve çevresel etki yaratmadığını, bilakis, yerel insanların film/dizi çekimlerinde çalışma imkânı bulduğunu, turistlerin yerel ürünlere ilgi gösterdiğini ve satın aldığını ayrıca çevreye duyarlı olduğunu ve çevreyi koruduğunu düşündükleri görülmektedir. Olumlu çevresel etkilere ilişkin ifadelerde

ortanca değer 4, tepe değer ise 5, olumsuz çevresel etkilere ilişkin olarak ise sırasıyla 2 ve 1 olması bu bulguyu desteklemektedir. Bu verilerin ışığında beklenebileceği üzere, en olumlu yaklaşımlar turizm gelişiminin desteklenmesine yönelik olmuştur. Destek tutumuna ilişkin ifadelerin hepsinde verilen cevaplarda ortanca ve tepe değerlerin 5 çıkmasının ötesinde ortalamaların da 4'ün üzerinde (Katılıyorum – Kesinlikle katılıyorum arasında) çıkması ve görece düşük olan standart sapma değerleri bu konuda genel olarak bir fikir birliğinin olduğunu ve katılımcıların büyük çoğunluğunun turizm gelişimini desteklediğini işaret etmektedir.

4.3 Geçerlik

4.3.1 Kapsam Geçerliği

Çalışma kapsamında kullanılan turizmin etkileri ve turizm gelişimine destek ölçeklerinde yer alan ve İngilizce kaynaklardan Türkçeye çevrilen ifadeler, anlam kaybı oluşmaması için diğer bir akademisyenle birlikte incelenmiş ve düzenlenmiştir. Çeviri ifadelerde anlam bütünlüğünün korunup korunmadığı, Türkçe ifadelerin iki farklı kişi tarafından yeniden İngilizceye çevrilmesi yolu ile de kontrol edilmiştir. Yeniden çevirilerin eşanlamlı kelimelerin kullanımı dışında orijinal ifadelerle aynı olduğu ve ölçeklerde anlam bütünlüğünün olduğu görülmüştür. Mart 2019'da 34 katılımcı üzerinden gerçekleştirilen pilot uygulama sonucunda anlaşılmadığı veya yanlış anlaşıldığı düşünülen ifadeler yeniden düzenlenmiş ve turizm sosyolojisi konusunda çalışan diğer bir akademisyenin görüşleri neticesinde de anket formuna nihai hali verilmiştir.

4.3.2 Yapı Geçerliği

Analizin ikinci aşamasında, literatürde yer alan diğer çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan anket formundaki ölçeklerin geçerliliğini test etmek üzere Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. AFA'da Kaiser Normalleştirme ile Varimax döndürme yönteminden yararlanılmış, özdeğerin 1.0 ve faktör yükünün

0.40 ve daha fazla olması (Hair, vd., 1998: 103-111) kriterleri kullanılmıştır.

Açımlayıcı Faktör Analizinde, turizm etkilerine ilişkin “filmlerde/dizilerde yerel ürünlerimiz tanıtılıyor”, “film turizmi Yeşilyurt’ta hayatın pahalılaşmasına yol açmaktadır”, “dizileri/filmleri izleyerek gelenler kültürümüzü yanlış yorumluyorlar”, “turistlerin sayısının artması Yeşilyurt’ta ev ve arsa fiyatlarını arttırmaktadır”, “film turizmi kişisel olarak bana fayda sağlamaktadır” ve “diziler/filmler Yeşilyurt’un çok kalabalık olmasına neden olmaktadır” ifadeleri iki farklı faktör üzerinde yüklenmeleri ve faktör yükleri arasında 0,1’den az fark bulunması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Turizm etkilerine yönelik analizde, döndürme 5 tekrarda sonuçlanmış ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi sonucu 0,879 ve Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık düzeyi $p < 0,001$ olmuştur. Turizmin etkilerine yönelik toplam varyansın %65,060’ını açıklayan 4 Faktörlü bir yapı (Olumlu sosyo-kültürel etkiler, Olumlu ekonomik etkiler, Olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkiler, Olumlu çevresel etkiler) oluşmuştur. Faktör analizi ile belirlenen turizm etkilerine ilişkin faktör yapısının geçerliğini sınamak ve ortak yöntem yanlılığı olup olmadığını anlamak için değişkenler tek faktör altında toplanacak şekilde faktör analizi yenilenmiştir (Chi vd., 2017, 216). Tek faktörlü analiz sonucunda “Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kirliliğin artmasına yol açmaktadır”, “Filmleri/dizileri izleyerek gelenler gürültü oluşmasına neden oluyorlar”, “Dizileri/filmleri izleyerek gelenler kültürümüzü yanlış yorumluyorlar”, “Dizi turizminin gelişmesi kültürümüzün bozulmasına neden olacaktır”, “Ziyaretçi sayısının artması aile hayatımızın bozulmasına yol açmaktadır”, “Dizi turizminin gelişmesi bölgede suç oranının artmasına yol açmaktadır”, “Dizi turizminin gelişmesi köyümüzün gençlerinin kültürümüze aykırı davranışlara özenmesine neden olmaktadır.” ve “turistlerin oluşturduğu kalabalık nedeniyle parklar ve mesire alanları gibi yerleri rahat kullanamıyorum” ifadelerinin oransal değişimleri (communality) çok düşük (0,004

0,073 arasında) değerler aldığı ve faktör yüklerinin 0,4’ün altında olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, tek faktörlü yapı, toplam varyansın sadece %35,077’sini açıklayabilmiştir. Söz konusu bulgular da AFA ile belirlenen faktör yapısının geçerliğini vurgulamaktadır (Chi, vd., 2017: 216).

Turizm gelişimini desteklemeye ilişkin 3 ifade ise toplam varyansın %74,874’ünü açıklayacak şekilde tek faktör altında birleşmişlerdir. Analiz ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi sonucunun 0,724 ve Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık düzeyi $p < 0,001$ olduğu tespit edilmiştir. KMO değerlerinin 0,60’ın üzerinde (Hair, vd., 1998: 99), açıklanan varyans oranlarının %50’nin üzerinde olması ile Bartlett testinde anlamlılık derecesinin 0,05’ten küçük çıkması (Yaşlıoğlu, 2017: 75-77) ve her bir faktörde en az iki değişkenin yüklenmesi (Kim, vd., 2013: 534) faktör analizinin uygun ve geçerli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, turizm etki faktörü kalemleri için 0,501–0,835, destek kalemleri için 0,720–0,763 arasında değişen oransal değişim (communality) değerleri, maddelerin faktörleri iyi açıkladığını ortaya koymuştur (Liang ve Hui, 2016: 61).

Analiz sonucunda olumlu sosyo-kültürel etkiler, olumlu ekonomik etkiler, olumlu çevresel etkiler ile olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkiler faktörlerinin oluşması H1, H2, H3, H5 ve H6 hipotezlerinin desteklenmesine ancak yerel halkın turizmin olumsuz ekonomik etkilerini algıladıkları yönündeki H4 hipotezinin desteklenmemesine işaret etmektedir.

Bunun ötesinde faktörlerin ortalamaları sosyo-kültürel etkilere yönelik algının belirgin olmadığını, olumlu ekonomik ve çevresel etkilere yönelik algıların ise daha net oluşmaya başladığının altını çizmektedir. Ekonomik ve çevresel etkilere yönelik algının daha net oluşması, köy halkının, doğal çevre konusunda oldukça duyarlı olduğunu ve alanda turizm faaliyetlerinin yeni başlamış olmasına karşın, Bodrum, Marmaris gibi önemli turistik destinasyonlara yakın bir yerleşim olması

nedeniyle ekonomik olumlu etkiler kadar olumsuz çevresel etkilerin oluşabileceğinin farkında olduklarını göstermektedir. Söz konusu bulgu, olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilere ilişkin algılardan da

görülebilmektedir. Söz konusu faktör ortalamasının 2,07 olması yerel halkın hâlihazırda algısının olumsuz olmamakla birlikte çekincelerinin de bulunduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 3: Faktör analizi sonuçları

	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %	Özdeğer	Alpha	Ortalama	St. Sap.
OLUMLU SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLER		21,355	5,979	0,915	3,41	1,1223
Filmler/diziler, Yeşilyurt köylüsünün kültürel değerlere ilgisini arttırmaktadır.	0,808					
Filmler/diziler, köy kültürümüz hakkında daha fazla bilgi sahibi olmamı sağlamaktadır.	0,797					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kültürümüz ile ilgileniyorlar	0,747					
Turizm köy halkının farklı kültürlerle karşılaşmasını ve tanışmasını sağlıyor.	0,738					
Diziler/filmler köyümüzde birlik beraberlik duygusunun oluşumuna katkı sağlıyor	0,712					
Film turizmi, köyümüzdeki yol, park, kanalizasyon gibi hizmetlerin iyileşmesini sağlamaktadır.	0,693					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kültürümüzü tanıyarak geliyorlar	0,668					
Dizi turizminin gelişmesi köyümüzün kadınlarının köy halkı içindeki konumunu iyileştirmektedir	0,652					
Dizilerde/filmlerde kültürümüz doğru olarak yansıtılmaktadır	0,625					
Filmler/diziler, köyümüzün kültürünün korunup geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.	0,622					
OLUMLU EKONOMİK ETKİLER		19,454	5,447	0,918	3,90	1,0527
Film/dizi çekimlerinin olduğu günlerde ziyaretçi sayısı artmaktadır	0,790					
Çekim günlerinde ziyaretçiler daha çok alışveriş yapmaktadır.	0,785					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler Yeşilyurt esnafından alışveriş yapıyorlar.	0,768					
Diziler/Filmler turistlerin Yeşilyurt'ta daha uzun vakit geçirmelerini sağlamaktadır	0,767					
Diziler/filmler Yeşilyurt'a gelen turist sayısının artmasını sağlıyor	0,728					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler yerel ürünleri satın almaktadır.	0,679					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler yerel ürünlere ilgi gösteriyor	0,646					
Film turizmi, köy halkının gelirinin artmasını sağlamaktadır	0,632					
Köy halkı film/dizi çekimlerinde çalışma imkânı bulmaktadır.	0,531					
OLUMLU SOSYO-KÜLTÜREL ve ÇEVRESEL ETKİLER		16,110	4,511	0,896	2,07	1,1251
Ziyaretçi sayısının artması aile hayatımızın bozulmasına yol açmaktadır	0,889					
Dizi turizminin gelişmesi bölgede suç oranının artmasına yol açmaktadır	0,868					
Dizi turizminin gelişmesi köyümüzün gençlerinin kültürümüze aykırı davranışlara özenmesine neden olmaktadır.	0,790					
Turistlerin oluşturduğu kalabalık nedeniyle parklar ve mesire alanları gibi yerleri rahat kullanamıyorum.	0,759					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler kirliliğin artmasına yol açmaktadır	0,746					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler gürültü oluşmasına neden oluyorlar	0,744					
Dizi turizminin gelişmesi kültürümüzün bozulmasına neden olacaktır	0,723					
OLUMLU ÇEVRESEL ETKİLER		8,141	2,279	0,889	3,83	1,2996
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler çevremizi koruyorlar	0,877					
Filmleri/dizileri izleyerek gelenler doğal çevreye karşı duyarlılar	0,864					
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü (KMO) .	0,879					
Yaklaşık Ki-Kare	3159,679					
Bartlett Küresellik Testi	Df	378				
Anlamlılık		,000				
DESTEK		74,874	2,246	0,832	4,30	1,1293
Burada film turizmi gelişimini destekliyorum	0,874					
Daha fazla turist gelmesini sağlaması nedeniyle daha çok film/dizi çekilmesini destekliyorum	0,873					
Yeşilyurt'u tanıtmayı nedeniyle dizilerin/filmlerin çekilmesini destekliyorum	0,849					
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü (KMO)	0,724					
Yaklaşık Ki-Kare	235,038					
Bartlett Küresellik Testi	Df	3				
Anlamlılık		,000				

4.3.3 Regresyon Analizi

Analizin son aşamasında bağımsız değişkenlerin (Olumlu sosyo-kültürel etkiler, olumlu ekonomik etkiler, olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkiler, olumlu çevresel etkiler) bağımlı değişken (Destek) üzerindeki etkisini inceleyebilmek için Aşamalı (Stepwise) yöntemi kullanılarak regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı yöntemde,

bağımsız değişkenler, bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin büyüklüğüne göre sırayla modele dâhil edilerek sınanmaktadır (Büyüköztürk, 2017, 99). Regresyon analizinde, modelin istatistiki açıdan anlamlı kabul edilebilmesi için anlamlılık değerinin 0,05 ve daha düşük değerlere sahip, Durbin – Watson değerinin ise 1,5 – 2,5 arasında değişmesi gerekmektedir (Kalaycı, 2008: 203 - 267).

Tablo 4: Regresyon analizi sonuçları

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
	B	Std. Hata	Beta		
1 Sabit	2,419	,203		11,897	0,000
Olumlu Çevresel Etkiler	,489	,050	,561	9,724	0,000
2 Sabit	1,463	,245		5,964	0,000
Olumlu Çevresel Etkiler	,341	,052	,391	6,489	0,000
Olumlu Ekonomik Etkiler	,391	,065	,365	6,054	0,000
3 Sabit	1,794	,259		6,926	0,000
Olumlu Çevresel Etkiler	,329	,051	,377	6,399	0,000
Olumlu Ekonomik Etkiler	,411	,063	,383	6,495	0,000
Olumsuz Sosyo-kültürel ve Çevresel etkiler	-,176	,053	-,175	-3,349	0,001
4 Sabit	1,722	,253		6,804	0,000
Olumlu Çevresel Etkiler	,291	,051	,334	5,699	0,000
Olumlu Ekonomik Etkiler	,258	,076	,241	3,413	0,001
Olumsuz Sosyo-kültürel ve Çevresel etkiler	-,190	,051	-,189	-3,699	0,000
Olumlu Sosyo-kültürel etkiler	,246	,071	,244	3,491	0,001

a. Bağımlı Değişken: Destek

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Std. Hata	Değişim İstatistikleri				Durbin-Watson	
					R ² Değişimi	F Değişimi	df1	df2		Sig. F Değişimi
1	,561 ^a	,315	,311	0,9400	,315	94,548	1	206	0,000	
2	,647 ^b	,419	,413	0,8679	,104	36,656	1	205	0,000	1,928
3	,670 ^c	,449	,441	0,8470	,030	11,219	1	204	0,001	
4	,693 ^d	,480	,470	0,8247	,031	12,186	1	203	0,001	

a. Değişkenler: (Sabit), Olumlu çevresel Etkiler

b. Değişkenler: (Sabit), Olumlu çevresel etkiler, Olumlu ekonomik etkiler

c. Değişkenler: (Sabit), Olumlu çevresel etkiler, Olumlu ekonomik etkiler, olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkiler,

d. Değişkenler: (Sabit), Olumlu çevresel etkiler, Olumlu ekonomik etkiler, olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkiler, olumlu sosyo-kültürel etkiler

e. Bağımsız değişken: Destek

Durbin-Watson değeri, değişkenler arasında oto-korelasyon olup olmadığını yani veri setindeki hataların birbiriyle bağımlı olup olmadığını incelemektedir. Bu çerçevede, analizdeki Durbin-Watson ve Anlamlılık değerleri, modelin uygun ve bulguların istatistiki olarak anlamlı olduğunu vurgulamaktadır. Regresyon analizinde R² katsayısı bağımlı değişkenin ne kadarının

bağımsız değişken tarafından açıklanabildiğini, Beta değeri de bağımsız değişkenlerdeki birim değişikliğin bağımlı değişkende oluşturacağı değişimin kuvvetini göstermektedir (Büyüköztürk, 2017: 98-99).

Turizm gelişimine destek tutumları üzerinde en fazla, olumlu çevresel etkilerin aktif olduğu, sonrasında ise sırasıyla olumlu ekonomik, olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel ile olumlu

sosyo-kültürel etkilerin geldiği görülmektedir. Olumlu çevresel etkiler, tek başına, destek tutumunun %31,1'ini açıklarken diğer üç faktörün de katılımıyla (olumlu ekonomik etkiler, olumsuz sosyo-kültürel etkiler ve olumlu sosyo-kültürel etkiler, desteğin sırasıyla %10.4, %3 ve %3.1'ini açıklamaktadır) söz konusu oranın %47'ye yükseldiği görülmektedir. Beta değerleri üzerinden, olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin yerel halkın turizm gelişimine verdikleri desteği çok yüksek oranda olmamakla birlikte ($B=-,190$) azalttığı olumlu ekonomik etkiler ile olumlu sosyo-kültürel etkilerin birbirine yakın oranda etkiye sahip olduğu (sırasıyla $B= ,258$ ve $,246$) ancak yine en büyük etkiyi olumlu çevresel etkilerin oluşturduğu ve olumlu çevresel etkilere yönelik algıların bir birimlik yükselişi ile turizm gelişimine verilen desteğin 0,334 birim artacağı söylenebilir. Bu çerçevede, çalışma sonuçları H7, H8, H9, H11 ve H12'yi desteklerken, olumsuz ekonomik etkilere yönelik herhangi bir faktör oluşmaması nedeniyle H10'u ise desteklememektedir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Muğla Yeşilyurt köyünde çekilen film ve diziler sebebiyle filizlenmeye başlayan turizm hareketlerinin oluşturduğu, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığı ve söz konusu algılar ile halkın bölgede film turizminin gelişimini desteklemesi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Film turizmi kavramı uzun zamandır akademik çalışmaların gündeminde olmasına rağmen, çalışmalar genel olarak pazarlama perspektifinden yapılmıştır. Yerel halkın turizm gelişimi ile ilgili algılarını anlamak, sürdürülebilir bir turizm gelişimi için en önemli unsurlardan olmakla birlikte, literatürde, yerel halkın film turizminin etkilerine yönelik algılarını inceleyen çalışma sayısı çok sınırlıdır. Bu bakımdan yapılan bu çalışmanın literatüre katkı yapacağı düşünülmektedir.

Çalışma sonuçları, literatürdeki çalışmalarla (Eshliki ve Kaboudi, 2012; García vd., 2015;

Kim vd., 2017; Yıldız ve Çalışkan, 2018; Çalışkan ve Saltık, 2019) benzer biçimde turizmin etkilerinin hem pozitif hem de negatif yönleriyle algılandığını işaret etmektedir. Bulgular, Johnson vd., (1994), Mordue, (2001) veya Lepp, (2008) gibi çalışmalarının sonuçlarıyla uyumsuzluk, diğer bazı çalışmalarla ise (örn. Busby vd., 2003; Beeton, 2005; Chuang, 2010; Chiang ve Yeh, 2011), paralellik göstermiş ve film turizminin gelişiminin yerel halk tarafından olumlu algılandığı tespit edilmiştir. Diğer çalışmaları (Riley vd., 1992; Tooke ve Baker, 1996; Beeton, 2005; O'Neill vd., 2005) destekler biçimde, filmler ve dizilerin Yeşilyurt'a gelen ziyaretçi sayısında belirgin bir artış sağladığı görülmüştür. Bunun ötesinde, henüz negatif ekonomik bir etkinin algılanmadığı, hatta Akbulut ve Ekin'in (2018) belirttiğinin aksine ev ve arsa fiyatlarında oluşabilecek fiyat artışlarını Chuang'ın (2010) çalışmasında da olduğu gibi olumlu algıladıkları görülmüştür. Söz konusu durumun kendi mülklerinin değerini arttıracığı ve yerel ekonomiye katkı sunacağı beklentisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Çalışmanın sonuçlarına paralel şekilde, turizmin iş olanaklarını arttırdığı birçok çalışmanın sonuçlarında da görülmektedir (McGehee ve Andereck, 2004; Chiang ve Yeh, 2011; Akbulut ve Ekin, 2018). Katılımcılar, filmlerin/dizilerin bölgenin tanıtımını sağladığını düşünmekle birlikte O'Neill vd. (2005), Kervankıran ve Çuhadar (2018) gibi çalışmalarda da belirtildiği üzere kültürlerinin daha "doğru" tanıtılmasının gerekli olduğunun da altını çizmekte ve Chiang ve Yeh, (2011), Akbulut ve Ekin, (2018) gibi çalışmalarla paralellik arz edecek biçimde film turizminin olumsuz sosyo-kültürel etkiler oluşturmadığını, ya da diğer bir ifadeyle belirgin bir etkinin oluşmadığını düşünmektedirler. Bunun sebebi olarak sosyo-kültürel etkilerin, diğer etki türlerine nazaran daha uzun süreçte belirginleşmesinin de (Silva vd., 2013) etkin olduğu dile getirilebilir. Bu bulgular, Johnson vd., (1994), Akış vd., (1996), Andereck, vd., (2005), Brida vd., (2011) ve Bitsani ve Kavoura, (2014) gibi

çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Ayrıca Goathland (İngiltere) köyü gibi alanlardaki bulgulardan farklılaşmanın ise turist sayısından kaynaklandığı ifade edilebilir. Goathland'ı 1,2 milyon kişi ziyaret ederken (Mordue, 2001) Yeşilyurt'un günübirlik ziyaretçilerine ilişkin resmi bir veri bulunmamakla beraber çok yüksek olmadığı gözlenmiştir.

Çalışmanın diğer bir önemli bulgusu ise, Haralambopoulos ve Pizam'da da (1996) belirtildiği üzere, geleneksel ve kırsal toplumlarda turizm gelişiminin, kadınlara yönelik istihdam olanaklarının arttığını ve sosyo-ekonomik konumlarını iyileştirdiği algısının kendini göstermeye başladığının tespit edilmesidir. Bununla birlikte, Saltık vd.'nin (2010) çalışmasında yerel halkın film turizminin kültürel olarak katkı sağladığını düşündüğü tespit edilmiş ancak çalışmada bu yönde net bir algı ortaya konamamıştır. Katılımcılar, Busby vd. (2003) ile uyumlu, ancak Boz ve Kömürcü, (2012), Demirbulat vd. (2015) ve Çelik (2019) gibi çalışmaların sonuçlarından farklı olarak, turizm gelişiminin herhangi bir çevresel sorun oluşturmadığını düşünmektedirler. Katılımcılar, kişisel olarak turizmden bir fayda sağlamadıklarını belirtmiş (Chiang ve Yeh, 2011) olmakla birlikte, ekonomik etkilere yönelik algıları diğer pek çok çalışma (Busby vd., 2003; McGehee ve Andereck, 2004; Saltık vd., 2010; Akbulut ve Ekin, 2018; Çelik 2019) ile benzerlik göstermekte ve turizm gelişiminin yerli halka iş imkânı oluşturduğunu ve turistlerin yöresel ürünlere olan ilgilerinin artmasının gelir kaynağı yarattığını ifade etmektedirler.

Literatürde, yerel halkın turizm gelişimine verecekleri desteğin, turizmin etkilerine yönelik algılarıyla ilişkili olduğu, olumlu etkilere yönelik algıların olumsuz algılardan daha baskın çıkması durumunda turizm gelişimini destekleyecekleri ifade edilmektedir (Jurowski ve Gursoy, 2004; Wang, vd., 2006; Choi ve Murray, 2010; Eshliki ve Kaboudi, 2012). Çalışma sonuçları, olumlu etkilerin turizm gelişimine desteği arttırırken, olumsuz

etkilerin ise turizm gelişimine yönelik yerel halkın verdiği desteği azalttığını işaret etmekte, dolayısıyla SET'in temel savını desteklemektedir. Destek tutumu üzerindeki en aktif unsurun çevresel etkilere yönelik algılar olduğu, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerin ise çevresel etkilerin ardından geldiği ve birbirine yakın düzeyde etkin olduğu görülmektedir. Çalışmanın bulguları, McGehee ve Andereck, (2004) ve Byrd vd. (2009) gibi çalışmalarla uyumlu olacak şekilde, az gelişmiş bölgeler ile turizmin yeni geliştiği yerleşimlerde, çevresel ve sosyal etkilerin göz ardı edilmediğini ve yerel halkın ekonomik yararları öncelikli olarak dikkate aldığını gösteren çalışmaların (örneğin, Belisle ve Hoy, 1980; Busby vd., 2003; Stylidis vd., 2014; Kim, vd., 2017; Kervankıran ve Çuhadar, 2018; Çelik, 2019) tersine, çevresel etkilerin yerel halkın destek tutumunda en etkin unsur olduğunu vurgulamaktadır. Chen ve Chen (2010) ile Chuang, (2010), bu çalışma ile benzer sonuçlara ulaşırken, Dyer vd. (2007), ekonomik ve kültürel fayda algılarının turizm gelişimine destekte etkin olduğunu çevresel etkilerin ise herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Kim vd. (2017) ise sadece ekonomik etkilerin film turizmini desteklemede etkili olduğunu, sosyal ve çevresel unsurların herhangi bir etkisinin bulunmadığını belirtmektedir.

Yeşilyurt'ta henüz yoğun olmayan turizm hareketliliği içinde olumsuz bir çevresel etki algılanmamakla birlikte, Bodrum, Fethiye, Marmaris gibi kitle turizm destinasyonlarına yakın olmalarından dolayı, katılımcıların turizmin yaratabildiği çevresel sorunların farkında oldukları ve olumsuzlukların yaşanması durumunda turizmin gelişimini desteklememe ihtimallerinin yüksek olduğu belirtilebilir. Bu bulgu özellikle turizmin olumsuz çevresel etkilerine karşı ortaya çıkan çevresel duyarlılık konusuna ışık tutan çalışmalarla da benzerlik göstermektedir (Johnson vd., 1994; Mordue, 2001; Beeton, 2001; Nunkoo ve Gursoy, 2012; Demirbulat vd., 2015). Çalışma bulguları, yerel halkın çevresel konulardaki duyarlılığının turizmin

çevre konusundaki olumsuz genel imajına da işaret etmekte; turizm planlaması ve uygulaması sürecinde, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin de göz önünde bulundurulması gerektiğinin altını çizmektedir. Bu bağlamda çevreyi koruma bilincini arttırmaya yönelik bölge halkına eğitimler verilebileceği gibi ziyaretçiler için bölgenin çevresel hassasiyetlerini öne çıkaran broşürler hazırlanabilir. Bölgede yapılacak kültürel faaliyetler, sakinlerin duyarlılıkları dikkate alınarak ve görüşlerine başvurularak organize edilmelidir. Yerel halktan gönüllülere yerel rehberlik eğitimleri verilerek, turizme etkin katılımları teşvik edilmeli ve yerel halk ile turistler arasında etkileşim düzeyi artırılmalıdır. Ayrıca, yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi, yerel zanaatçılığın ve girişimciliğın geliştirilmesi yoluyla hem yerel halkın ekonomik kazançları hem de turizm gelişimine destekleri arttırabilir.

Diğer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle, veriler Kolayda Örneklemeye yöntemiyle toplanmış olup örneklemin evreni temsil etmesine yönelik tedbirler alınmaya çalışılmış olsa da sonuçların genelleştirilmesi zordur. Onun dışında veriler üç ay gibi kısa bir sürede

toplanmıştır. Daha geniş katılımlı ve farklı örnekleme yöntemleriyle veri toplanması durumunda farklı sonuçların elde edilmesi olasıdır. Verilerin anket yoluyla toplanmış olması da diğer bir kısıtı oluşturmaktadır. Çalışma alanında katılımcıların anket formlarını doldurmak konusundaki çekinceleri de derinlemesine veri elde edilebilmesi için nitel yöntemlerle araştırma yapılmasının (Hadinejad vd., 2019: 162) daha uygun olacağını işaret etmektedir. Gelecekteki çalışmalarda turizm ile yeni tanışmış kırsal nitelikteki alanlarda nicel yöntemler yerine nitel yöntemlerin uygulanması daha derin analizler yapılmasına imkân tanıyabilir. Ayrıca bu çalışma, doğal güzellikler bakımından zengin, birçok turistik destinasyona yakın bir yerleşimde yapılmıştır. Gelecekteki çalışmaların turistik merkezlerden uzak, doğal güzellikler ve kaynaklar bakımından farklı özelliklere sahip alanlarda yapılması durumunda ortaya çıkabilecek farkların incelenmesi yerel halkın algıları ve desteği hakkında daha kapsamlı bilgi sahibi olmayı sağlayacaktır.

TEŞEKKÜR

Veri toplanması sürecinde yaptıkları özverili katkıdan dolayı Enise ÖZMEN, Gamze UTAR ve Merdali ASLAN'a çok teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Aertsen, V. U. (2011). El Cine Como Inductor del Turismo. La Experiencia Turística en Vicky, Cristina, Barcelona. Razón y Palabra, 16(77).

Akbulut, O. ve Ekin, Y. (2018). Perception and Attitudes of Local People Toward Film Tourism Within the Context of Place Attachment. Estudios y Perspectivas en Turismo, 27, 276-293.

Akış, S., Peristianis, N. ve Jonathan, W. (1996). Residents' Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus. Tourism Management, 17(7), 481-494.

Altınar, A. (2019). Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969- 2018). Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, 3(2), 114-133.

Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' Perceptions of The Environmental Impacts of Tourism in The Lake Bosomtwe Basin, Ghana. Journal of Sustainable Tourism, 18(2), 223-238.

Andereck, K. ve Vogt, C. (2000). The Relationship Between Residents' Attitudes Toward Tourism and Tourism Development Options. Journal of Travel Research, 39, 27-36.

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690.
- Ap, J. ve Crompton J.L. (1998), Developing and Testing a Tourism Impact Scale. *Journal of Travel Research*, 37(4), 120–130.
- Araújo Vila, N. ve Fráiz Brea, J. A. (2013). Las Series Audiovisuales Como Herramienta Promocional de un Destino Turístico: El Caso de España. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de La Empresa*, 19, 8–15.
- Beeton, S. (2001). Smiling for the Camera: The Influence of Film Audiences on A Budget Tourism Destination. *Tourism Culture & Communication*, 3, 15–25.
- Beeton, S. (2005). *Aspects of Tourism: Film-Induced Tourism*, Clevedon: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2006). Understanding Film-Induced Tourism. *Tourism Analysis*, 11(3), 181–188.
- Belisle, F. J. ve Hoy, D. R. (1980). The Perceived Impact of Tourism by Residents; A Case Study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83–101.
- Bestard, A. B. ve Nadal, J. R. (2007). Modelling Environmental Attitudes Toward Tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688–695.
- Bitsani, E. ve Kavoura, A. (2014). Host Perceptions of Rural Tour Marketing to Sustainable Tourism in Central Eastern Europe. The Case Study of Istria, Croatia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 362–369.
- Boukas, N. ve Ziakas, V. (2016). Tourism Policy and Residents' Well-Being in Cyprus: Opportunities and Challenges for Developing an Inside-Out Destination Management Approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 44–54.
- Boz, M. ve Kömürcü, G. B. (2012), Turizmde Destinasyon Tutundurmasında Film ve Dizilerin Rolü: Geyikli ve Yeşilyurt Üzerine Bir Araştırma. 13. Ulusal Turizm Kongresi, Antalya, 519–540.
- Bozkurt, E., ve Topçuoğlu, Ö. (2013). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(7), 91-105.
- Brida, J. G., Carrera, E. J. S., ve Risso, W. A. (2008). Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth. *Economics Bulletin*, 23(21), 1-8.
- Brida, J. G., Osti, L. ve Faccioli, M. (2011). Residents' Perception and Attitudes Towards Tourism Impacts. *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 359–385.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 26, 493–51
- Busby, G., Brunt, P. ve Lund, J. (2003). In Agatha Christie Country: Resident Perception of Special Interest Tourism. *Tourism*, 51(3), 287–300.
- Busby, G. ve Klug, J. (2001). Movie-induced Tourism: The Challenge of Measurement and Other Issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316–332.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Butler, R. W. (1990). The Influence of The Media in Shaping International Tourist Patterns. *Tourism Recreation Research*, 15(2), 46–53.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Veri Analizi El Kitabı* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E. ve Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of Stakeholder

Perceptions of Tourism Impacts in Rural Eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693–703.

Carl, D., Kindon, S. ve Smith, K. (2007). Tourists' Experiences of Film Locations: New Zealand as 'Middle-Earth'. *Tourism Geographies*, 9(1), 49–63.

Carneiro, M.J., Eusebio, C. ve Caldera, A. (2018). The Influence of Social Contact in Residents' Perceptions of the Tourism Impact on Their Quality of Life: A Structural Equation Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(1), 1-30.

Carvalho, S. B. ve De Campos Vieira, A. L. L., De Sousa, A. M. P. (2018). Film-Induced Tourism: The Case of Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21/22), 469–482.

Chen, C. F. ve Chen, P. C. (2010). Resident Attitudes Toward Heritage Tourism Development. *Tourism Geographies*, 12(4), 525–545.

Chen, G. ve Xiao, H. (2013). Motivations of Repeat Visits: A Longitudinal Study in Xiamen, China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 350–364.

Chhabra, D. ve Gursoy, D. (2007). Perceived Impacts of Gambling: Integration of Two Theories. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 11(1), 27 – 40.

Chi, C.G.Q, Cai, R. ve Li, Y. (2017). Factors Influencing Residents' Subjective Well-Being at World Heritage Sites. *Tourism Management* 63, 209–222.

Chiang, Y. ve Yeh, S. (2011). The Examination of Factors Influencing Residents Perceptions and Attitudes Toward Film Induced Tourism. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5371–5377.

Choi, H.C. ve Murray, I. (2010). Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594.

Choi, S. H. (2013). The Impacts of Tourism and Local Residents' Support On Tourism

Development: A Case Study of The Rural Community of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea, *AU-GBS-E-Journal*, 6(1), 73–82.

Chuang, S. T. (2010). Rural Tourism: Perspectives from Social Exchange Theory. *Social Behavior and Personality*, 38(10), 1313–1322.

Chuang, S-T. (2013). "Residents' Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan: a Comparative Viewpoint", *International Journal of Tourism Research*, 15, 152–170.

Connell, J. ve Meyer, D. (2009). Balamory Revisited: An Evaluation of The Screen Tourism Destination-Tourist Nexus. *Tourism Management*, 30, 194–207.

Cruz R.G. ve Bersales, L.G.S. (2007). Tourism as Political Platform: Residents' Perceptions of Tourism and Voting Behaviour. *Tourism and Politics* (Eds. P.M. Burns and M. Novelli), Elsevier Ltd.

Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi içinde (127-148. ss). Antalya: Belek.

Çalışkan, U. Saltık, I.A., Ceylan, R. ve Bahar, O. (2019). Panel Cointegration Analysis of Relationship Between International Trade and Tourism: Case of Turkey and Silk Road Countries. *Tourism Management Perspectives*, 31, 361–369.

Çalışkan, U. ve Saltık, I. A. (2019). Turizm Faaliyetlerine Uzak Yerleşimlerde Turizmin Yerel Halkın Mutluluğu Üzerindeki Etkileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (53), 23–38.

Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1–14.

Çelik, Ö. Ç. (2019). Film Turizmi ve Sığacık'a (İzmir) Etkileri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(31), 432–460.

Deery, M., Jago, L. ve Fredline L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64 – 73.

Demirbulat, Ö. G., Oflaz, M. ve Buzlukçu, C. (2015). Kırsal Yörelere Televizyon Dizilerinin Turizm Hareketleri Üzerine Etkisi: Sevdaluk Dizisi Örneği. I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi içinde (256–266. ss.) Konya.

Doğan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 16, 216–236.

Doxey, G. (1975). A Causation Theory of Visitor–Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *The Impact of Tourism*. In T. T. R. Association (Ed.), *The Sixth Annual Conference Proceedings içinde* (195-198. ss.). San Diego.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). "Tourism Highlights, 2018 Edition", <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>, (19.11.2019).

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. ve Carter J. (2007). Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism and Associated Development on The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409–422.

Ekici, R. v Çizel, B. (2015). Yerel Halkın Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutumlarının Destinasyonların Gelişme Düzeylerine Göre Farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73–87.

Esen, E., ve Özata, E. (2017). Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Türkiye İçin Geçerliliğinin ARDL Modeli ile Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 43-58.

Eshliki, S. A veKaboudi, M. (2012). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 36(June 2011), 333–341.

Eyüboğlu, A. (2018). Kalk Gidelim’e Nazar mı Değdi?, <http://www.milliyet.com.tr/cadde/ali-eyuboglu/kalk-gidelim-e-nazar-mi-degdi-2724225>, (21.11.2019).

Frost, W. (2006). Braveheart-ed Ned Kelly: Historic Films, Heritage Tourism and Destination Image. *Tourism Management*, 27(2), 247–254.

García, F. A., Vázquez, A. B. ve Macías, R. C. (2015). Resident’s Attitudes Towards The Impacts of Tourism. *Tourism Management Perspectives*, (13), 33–40.

Gezon, L.L. (2014). Who Wins and Who Loses? Unpacking The “Local People” Concept in Ecotourism: A Longitudinal Study of Community Equity in Ankarana, Madagascar. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 821–838.

Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Ofset Matbaası.

Güngör, Ş. ve Uysal, A. (2019). Film Turizmi: Popüler Kültür Aracı Olarak Film ve Dizilerin Nevşehir İli Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 189–202.

Gursoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105.

Gursoy, D. ve Rutherford, D.G. (2004). Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495 -516.

Gutierrez-Taño, D., Díaz-Armas, R. ve Garau-Vadell, J. B. (2014). Residents’ Perceptions of Tourism Impacts on Island Destinations: A Comparative Analysis. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 578–585.

Hadinejad, A., Moyle, B.D., Scott, N., Kralj, A. veNunkoo, R. (2019). Residents’ Attitudes to Tourism: A Review. *Tourism Review*, 74(2), 150-165.

- Hair, J.F., Anderson, R.E, Tatham, R.L. ve Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th Edition). New Jersey: Prentice Hall,
- Hall, D. (2004). Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search for Sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6, 165–176.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. *Annals of Tourism Research*. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503–526.
- Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266.
- Hernandez, S. A., Cohen, J. ve Garcia, H.I. (1996). Residents Attitudes Towards an Instant Resort Enclave. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 755 - 779.
- Hudson, S. ve Ritchie, J. R. B. (2006a). Film Tourism and Destination Marketing: The Case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3), 256–268.
- Hudson, S. ve Ritchie, J. R. B. (2006b). Promoting Destinations Via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396.
- Hunt, C. ve Stronza, A. (2014). Stage-Based Tourism Models and Resident Attitudes Towards Tourism in an Emerging Destination in The Developing World. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 279 - 298.
- Iranlu, E. M. (2004). The Role of Tourism in The Conservation of Cultural Heritage in Kenya,. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(2), 133–150.
- Işık, C., Doğru, T., ve Sırakaya Türk, E. (2018). A nexus of linear and non-linear relationships between tourism demand, renewable energy consumption, and economic growth: Theory and evidence. *International Journal of Tourism Research*, 20(1), 38-49.
- Işık, C., ve Turan, B. (2018). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algısı: İzmir İli Üzerine Bir Uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 101-133.
- Jimura, T. (2011). The Impact of World Heritage Site Designation on Local Communities- A Case Study of Ogimachi, Shirakawa-Mura, Japan. *Tourism Management* 32, 288 – 296.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. ve Akiş, S. (1994). Residents' Perceptions of Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629–642.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reaction to Tourism., *Journal of Travel Research*, 36(2), 3–11.
- Jurowski, C. ve Gürsoy, D. (2004). Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296 – 312.
- Juškytė, D. (2016). Film Induced Tourism: Destination Image Formation and Development. *Regional Formation and Development Studies*, 19(2), 54–67.
- Kalaycı, Ş. (2018). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (9. Baskı). Ankara: Dinamik Akademi.
- Karadakis, K. ve Kaplanidou, K. (2012). Legacy Perceptions Among Host and Non-Host Olympic Games Residents: A Longitudinal Study of the 2010 Vancouver Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 243–264.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2018). Mardin'de Çekilen Dizi ve Filmlere Dönük Yerel Halkın Algısı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 44–59.
- Kim, S., Kim, S. ve Oh, M. (2017). Film Tourism Town and Its Local Community. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 18(3), 334–360.
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M.J. (2013). How Does Tourism in A Community Impact the

- Quality of Life of Community Residents?. *Tourism Management*, 36, 527 – 540.
- Kim, H. ve Richardson, S. L. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E., ve Karaçor, Z. (2016). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(1), 203-215.
- Kline, R.B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd Edition). NewYork: Guilford Publications.
- Ko, D.W. ve Stewart, W.P. (2002). A Structural Equation Model of Residents’ Attitudes for Tourism Development., *Tourism Management* 23, 521–530.
- Korça, P. (1996). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 695–726.
- Korça, P. (1998). Resident Perceptions of Tourism in a Resort Town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193–212.
- kulturportali.gov.tr. (2017). Yeşilyurt- Muğla. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mugla/gezilecekyer/yeslyurt>, (11.11.2019).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). Konaklama İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html>, (13.11.2019).
- Lankford, S.V. (1994). Attitudes and Perceptions Toward Tourism and Rural Regional Development. *Journal of Travel Research*, 32(2), 35–43.
- Latkova, P. ve Vogt, C. A. (2012). Residents’ Attitudes Toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67.
- Lee, T. H. (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 34, 37–46.
- Lepp A. (2007). Residents’ Attitudes Towards Tourism in Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876–885.
- Lepp, A. (2008). Attitudes Towards Initial Tourism Development in A Community with No Prior Tourism Experience: The Case of Bigodi, Uganda. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 5–22.
- Li, S. N., Li, H., Song, H., Lundberg, C. v Shen, S. (2017). The Economic Impact of On-Screen Tourism: The Case of The Lord of the Rings and The Hobbit. *Tourism Management*, 60, 177–187.
- Liang, Z.X. ve Hui, T.K. (2016). Residents’ Quality of Life and Attitudes Toward Tourism Development in China. *Tourism Management* 57, 56 – 67.
- Macionis, N. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist. *International Tourism and Media Conference*, (Eds. Warwick Frost, G. Croy, & S. Beeton), Tourism Research Unit, Monash University, Melbourne, 86–97.
- Manyara, G. ve Jones, E. (2007). Community-Based Tourism Enterprises Development in Kenya: An Exploration of Their Potential as Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628–644.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). Residents’ Attitudes to Proposed Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391 - 411.
- Mbaiwa, J. E. (2005). The Socio-Cultural Impacts of Tourism Development in The Okavango Delta, Bostswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 163 184.
- Mccool, S. F. v Martin, S. R. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29–34.
- Mcgehee, N. G. ve Andereck, K. L. (2004). Factors Predicting Rural Residents’ Support of Tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131–140.

Milman, A. ve Pizam, A. (1988). Social Impacts of Tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.

Mordue, T. (2001). Performing and Directing Resident/Tourist Cultures in Heartbeat Country. *Tourist Studies*, 1(3), 233-252.

<http://moviemap.filmlondon.org.uk/#Sherlock> (11.12.2019).

<https://moviemaps.org/>, (11.12.2019).

Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri I. Cilt.* (Çev. Sedef Özge). Ankara: Siyasal Kitapevi.

Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2009). Applying the Means-End Chain Theory and the Laddering Technique to the Study of Host Attitudes to Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 337-355.

Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2010). Modeling Community Support for A Proposed Integrated Resort Project. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 257-277.

Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2011). Developing A Community Support Model for Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.

Nunkoo, R. ve Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism. An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.

Nunnally, J. C. ve Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed). New York: McGraw-Hill,

Nuroğlu, E. (2013). Dizi Turizmi: Orta Doğu ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?. 5. Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi içinde (0-13. ss.). İstanbul.

O'Neill, K., Butts, S. ve Busby, G. (2005). The Corellification of Cephallonian Tourism. *Anatolia*, 16(2), 207-226.

Ouyang, Z., Gürsoy, D. ve Sharma, B. (2017). Role of Trust, Emotions and Event Attachment on Residents' Attitudes Toward Tourism. *Tourism Management* 63, 426 - 438.

Özel, Ç. H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi; Marmaris Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 57-68.

Özgür, Ö. (2015). www.hamlegazetesi.com.tr. <https://www.hamlegazetesi.com.tr/turkansultan-ve-mugla-turizmi/>, (29.11.2019).

Öztürk, A. B., Özer, Ö. ve Çalışkan, U. (2015). The Relationship Between Local Residents' Perceptions of Tourism and Their Happiness: A Case of Kusadasi, Turkey. *Tourism Review*, 70(3), 232-242.

Piuchan, M., Chan, C. W. ve Kaale, J. (2018). Economic and Socio-Cultural Impacts of Mainland Chinese Tourists on Hong Kong Residents. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 9-14.

Pratt, S. McCabe, S. ve Movono, A. (2016). Gross Happiness of A 'Tourism' Village in Fiji. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 26-35.

Riley, R., Baker, D. ve Van Doren, C. S. (1998). Movie Induced Tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.

Riley, R. W. ve Van Doren, C. S. (1992). Movies as Tourism Promotion. A "Pull" Factor in a "Push" Location. *Tourism Management*, 13(3), 267-274.

Saltık, I. A., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). Televizyon Dizilerinin Destinasyon Pazarlaması Açısından Olası Sonuçları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 41-50.

Schafer, J.L. (1999). Multiple Imputation: A Primer. *Statistical Methods in Medical Research*, 8(1), 3-15.

Saveriades, A. (2000). Establishing the Social Tourism Carrying Capacity for the Tourist Resorts of the East Coast of The Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21, 147-156.

Seligman, M.E.P. (2002). Positive Psychology, Positive Prevention, and Positive Therapy. İçinde C.R. Snyder ve S.J. Lopez(Eds.),

Handbook of positive psychology (ss. 3-9). New York, NY: Oxford University Press.

Sheldon, P.J. ve Abenoja, T. (2001). Resident Attitudes in A Mature Destination: The Case of Waikiki., *Tourism Management*, 22, 435–443.

Silva, C., Kastenholz, E. ve Abrantes, J.L. (2013). Place Attachment, Destination Image and Impacts of Tourism in Mountain Destinations. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 17–29.

Sinclair-Maragh, G. ve Gürsoy, D. (2016). A Conceptual Model of Residents' Support for Tourism Development in Developing Countries. *Tourism Planning and Development*, 13(1), 1-22.

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J. ve Szivas, E. M. (2014). Residents' Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts. *Tourism Management*, 45, 260–274.

Sunlu, U. (2003). Environmental Impacts of Tourism. Local Resources and Global Trades: Environments and Agriculture in the Mediterranean Region, 263–270.

Şahin, B., Poyraz, T., Öktem, P. v Şimşek, A. (2003). Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Asmalı Konak Dizisinin Yöre Turizmine Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü E-Dergisi*, 13.

<http://www.themoviemap.com>, (11.12.2019).

Tooke, N. ve Baker, M. (1996). Seeing is Believing: The Effect of Film on Visitor Numbers to Screened Locations. *Tourism Management*, 17(2), 87–94.

Tuclea, C. E. ve Nistoreanu, P. (2011). How Film and Television Programs Can Promote Tourism and Increase the Competitiveness of Tourist Destinations. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 25–30.

tuik.gov.tr. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, (11.11.2019).

Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (Çev. E. Tataroğlu, İ. Yıldız). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M. ve Porras-Bueno, N. (2009). Understanding Residents' Attitudes Toward the Development of Industrial Tourism in A Former Mining Community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373–387.

Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N. ve Plaza-Mejía, M., (2011). Explaining Residents' Attitudes to Tourism: Is A Universal Model Possible?. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460–480.

Vong, L. T. N. (2013). An Investigation of The Influence of Heritage Tourism on Local People's Sense of Place: The Macau Youth's Experience. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 292–302.

Wang, Y. ve Pfister, R. E. (2008). Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. *Journal of Travel Research*, 47(August), 84–93.

Wang, Y., Pfister, R. E. ve Morais, D. B. (2006). Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study of Washington. *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*, 411–419.

<https://www.wearedorothy.com/products/film-map-original-open-edition>, (11.12.2019).

www.televizyongazetesi.com(2018), <https://televizyongazetesi.com/kalk-gidelim-dizisini-izleyen-muglaya-kosuyor/509155>, (21.11.2019).

www.theguardian.com. (2004). Movies That Give Brits the Travel Bug, <https://www.theguardian.com/film/2004/sep/28/news>, (5.11.2019).

Yıldız, E. Ç. ve Çalışkan, U. (2018). Turizme Yakın Ama Turizmden Uzak Yerel Halkın Turizme Bakışı: Muğla Menteşe İlçesi Örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 223–244.

Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul*

Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46, 74-85.

Yılmaz, H. ve Yolal, M. (2008). Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 175-192.

Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating A Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling. Tourism Management, (22), 363-372.

Zhang, M., Pan, X. ve Wu, B. (2012). Research on Residents' Perceptions on Tourism Impacts and Attitudes: A Case Study of Pingyao Ancient City. 6th Conference of the International Forum on Urbanism (Ifou): Tourbanism içinde (1-10. ss.). Barselona.