

Yerel Halkın Turizme Desteğinin Şekillenmesinde Duygusal Dayanışma, Ekonomik Fayda ve Yer Aidiyetinin Rolü (The Role of the Emotional Solidarity, Economic Benefits, and the Place Attachment to Shape Residents' Support for Tourism Development)

* Emrullah ERUL ^a 

^a Izmir Katip Celebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Izmir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 10.12.2021

Kabul Tarihi: 16.03.2022

Anahtar Kelimeler

Yer kimliği

Yer bağlılığı

Kişisel ekonomik faydalar

Duygusal dayanışma

Turizm gelişmelerini destekleme

Öz

Bu çalışmanın amacı yerel halkın turizmden elde ettiği ekonomik faydaların ve yer aidiyetlerinin turistlerle duygusal dayanışmayı nasıl etkilediği ve en nihayetinde bu duygusal dayanışma ölçeği faktörlerinin (sempatik anlayış, karşılama doğası ve duygusal yakınlık) turizm gelişmelerine desteği nasıl şekillendirdiğini saptamaktır. Çalışma verileri (n= 366) küme örnekleme kullanarak Fredericksburg, Texas, ABD halkı ile anket uygulanarak toplanmıştır. Literatürde yerel halkın turizm gelişmelerine karşı tutumsal, niyetsel ve davranışsal desteklerini odaklanan birçok çalışma olmasına rağmen; yer aidiyeti, bireysel ekonomik faydalar ve duygusal dayanışmayı birlikte ele alarak yerel halkın turizm gelişmelerine desteğini saptamaya çalışan bir araştırmaya hala ihtiyaç vardır. Önerilen 12 hipotezden 8'i desteklenmiştir. Yapısal eşitlik modeli kullanılarak yapılan araştırma sonuçlarına göre yerel halkın yer bağımlılığı ve elde ettiği kişisel ekonomik faydalar arttıkça turistler ile olan duygusal dayanışması artmaktadır. Bununla birlikte yerel halkın turistlerle olan duygusal dayanışmasını ölçen faktörlerden ikisi (sempatik anlayış & karşılama doğası) turizm gelişmelerine desteği anlamlı ve önemli bir ölçüde belirlemektedir ($R^2SMC: 0.66$). Araştırma sınırlılıkları ve gelecekteki çalışmalar için birtakım tavsiyeler çalışmanın sonuç kısmında sunulmuştur.

Keywords

Place identity

Place dependence

Personal economic benefits

Emotional solidarity

Support for tourism development

Abstract

The purpose of this study is to determine how residents' perceived personal benefits, as well as their attachment to the destination, influence on the degree of solidarity towards tourists; ultimately, how this emotional solidarity scale factors (sympathetic understanding, emotional closeness & welcoming nature) shape support for tourism developments. The data of this study (n=366) was distributed to residents of Fredericksburg, Texas, the USA through using cluster sampling. Although several studies have been focused on residents' attitudinal, intentional, and behavioral support for tourism development, there is still a need to examine the relationship between place attachment, personal economic benefits, emotional solidarity, and support for tourism development. 8 of the 12 proposed hypotheses were supported. The results of this study showed that as residents' degree of place dependence and personal economic benefits of residents from tourism were increased so do the degree of solidarity with tourists. Furthermore, two of the three Emotional Solidarity Scale (ESS) factors (sympathetic understanding & welcoming nature) were significantly predicted residents' support for tourism development ($R^2SMC: 0.66$). Limitations of this research and several future study recommendations are presented in the conclusion section.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: emrullah.erul@ikc.edu.tr (E. Erul)

DOI:10.21325/jotags.2022.981

GİRİŞ

Turizm, yerel halka ekonomik (istihdam, yaşam standartlarını arttırma, yeni iş imkanları vb.), sosyo-kültürel (yeni bir dil öğrenme, kültürün korunması ve yeni nesillere aktarılması, rekreasyon & alışveriş merkezlerinin artması, yerel hizmetlerin çoğalması vb.) ve çevresel (tarihi yapıların restore edilmesi ve nesli tükenmekte olan hayvanların korunması) bağlamda çeşitli olumlu fırsatlar sunarken maalesef enflasyon, kültürel çatışma, gürültü, trafik ve kalabalık gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir (Aykaç & Tekeli, 2020; Khureldee & Çınar, 2021; Mason, 2020; McGehee & Andereck, 2004; Stylidis, 2018; Uslu vd., 2020). Bu etkilerle doğrudan muhatap olan yerel halk turizmin oluşturduğu fayda ve maliyeti hesaba katarak hareket etmektedirler (Erul, 2021). Eğer yerel halkın turizm gelişmelerine ve turizm etkilerine yönelik tutumları, görüşleri ve davranışları göz ardı edilir ve onları dâhil etmeden turizm planlaması ve politikası yapılırsa; yerel halk turistlere hoşgörülü olmak yerine onlara karşı daha olumsuz (asabi, hırçın ve düşmanca gibi) davranabilir ve turizm gelişmelerini istemeyebilirler (Harrill, 2004). Bu sebeplerden dolayı yerel halk turizm araştırmacılarının gözdesi haline gelmiş ve onların turizm gelişmelerine yönelik görüşleri, turizm etkilerine dair algıları, turistlere yönelik duyguları, davranışları, istekleri vb. konular turizm alanında sıkça tartışılır olmuştur (Wang & Pfister, 2008).

Literatüre bakıldığında turizmin etkileri ile turizm gelişmelerine olan tutum (Atsız, 2021; Látková & Vogt, 2012; Ribeiro vd., 2017; Sert, 2019; Stylidis vd., 2014); turizmden elde edilen faydalar ile turizm gelişmelerine destek (Gursoy vd., 2010; Gursoy & Rutherford, 2004; Nunkoo & Gursoy, 2017; Nunkoo & So, 2016; Ribeiro vd., 2017); yer aidiyeti ile turizm gelişmelerine olan tutum (Eusébio, vd., 2018; Ganji vd., 2021; Stylidis, 2018; 2020; Yuan vd., 2019) gibi konular fazlaca bulunmaktadır. Fakat yerel halkın yer aidiyetini, edinilen kişisel ekonomik faydaları, turistlerle duygusal dayanışmayı ve turizm gelişmelerine desteği bir arada inceleyen kapsamlı çalışmalara rastlamak güçtür. Mevcut bu çalışma ile literatürdeki ilgili boşluğu doldurmak adına yerel halkın yer aidiyetinin ve elde ettiği kişisel ekonomik faydaların onların turistlerle olan duygusal dayanışmasını nasıl etkilediği ve en nihayetinde yerel halk ile turist arasındaki bu duygusal birlikteliğin turizm gelişmelerini nasıl belirlediğini saptamak amaçlanmaktadır. Özellikle, teknolojik gelişmelerin ilişkileri soyutlaştırdığı, kitle turizminin turistlerin yerel halkla olan bağlantılarını azalttığı ve COVID-19 gibi tüm dünyayı etkileyen küresel sıkıntıların iletişimi sınırlandığı (sosyal mesafe ve yasaklar) bir ortamda, yerel halkın destinasyona olan bağlarını ve turistlere yönelik duygularını ölçen bu çalışmanın önemi artmaktadır.

Literatür Taraması

Kişisel Ekonomik Faydalar

Yaklaşık yarım yüzyıldır turizm bilginleri yerel halkın tutum ve davranışlarını çalışmalarında ele almışlardır (Erul, 2021, 2204). Örneğin, yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini nasıl algıladıkları, turizm gelişmelerini nasıl destekledikleri (tutumsal, niyetsel ve davranışsal destek) ve turizm gelişmelerini desteklemeyi sağlayan unsurlar gibi konular alanda yoğunluktadır. Bunun başlıca nedeni ise sürdürülebilir turizm için hayati bir rol oynayan yerel halkın sektörün etkilerini direkt ve en çok hisseden paydaşların başında gelmesidir (Mason, 2020).

Literatüre bakıldığında birçok araştırmacı yerel halkın elde ettiği bireysel faydaya odaklanmış ve bunu genellikle sosyal değişim teorisi ile açıklamışlardır (Andereck & Nyaupane, 2011; Gursoy vd., 2010; Gursoy & Rutherford, 2004; Látková & Vogt, 2012; Lee, 2013; McGehee & Andereck, 2004; Nunkoo & Gursoy, 2017; Nunkoo &

Ramkissoo, 2011; Nunkoo & So, 2016; Ribeiro vd., 2017). Bu teoriye göre eğer turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazla ise ve/veya yerel halkın elde ettiği kişisel ekonomik fayda maliyetin üzerinde ise turizme daha olumlu bakacak ve turizm gelişmelerini destekleyeceklerdir (Ap, 1992, s. 669; Lee, 2013, s. 42; Nunkoo & So, 2016, s. 850). Bu nedenle kişisel ekonomik faydalar birçok faktörün (algılanan olumlu ve olumsuz turizm etkileri, yaşam kalitesi, turizm gelişmelerine destek, turizmde politik güven vb.) belirleyicisi olarak görülmektedir.

Örneğin, Nunkoo ve Gursoy (2017) çalışmalarında yerel halkın elde ettiği kişisel ekonomik faydaların hem turizmde algılanan politik güveni hem de turizmi destekleme tutumlarını olumlu ve anlamlı olarak etkilediğini bulmuşlardır. Ribeiro vd. (2017) ise elde edilen bireysel ekonomik fayda ve turizm gelişmelerini destek arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki bulmuştur. Benzer şekilde önceki araştırmacılar ekonomik anlamda turizme bağlı olan bir toplumun turizm gelişmelerini büyük bir olasılıkla destekleyeceklerini (McGehee & Andereck, 2004), turizmden gelir elde edenlerin turizm gelişmelerine en yüksek destek veren bireyler olduklarını (Jurowski vd., 1997) turizmden ekonomik anlamda kazanç sağlayanların turizm gelişmelerine daha pozitif bakacaklarını (Nunkoo & Gursoy, 2012) ve yine sektörden gelir elde eden yerel halkın bu kazançları nedeniyle turistlere minnettar olduklarını (Woosnam vd., 2009) çalışmalarında vurgulamışlardır. Ancak, literatürde kişisel ekonomik faydalar ile duygusal dayanışma arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. İşte bu yüzden aşağıdaki hipotezler öngörülmüştür.

H1: Yerel halkın sektörden elde ettiği kişisel ekonomik faydaları ile turistlere olan sempatik anlayışı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H2: Yerel halkın sektörden elde ettiği kişisel ekonomik faydaları ile turistlere olan karşılama doğası arasında pozitif bir ilişki vardır.

H3: Yerel halkın sektörden elde ettiği kişisel ekonomik faydaları ile turistlere olan duygusal yakınlığı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Yer Aidiyeti

Yer aidiyeti turizmde çok sık kullanılan faktörlerden biri olup, bir bireyin veya topluluğun belirli bir fiziksel yere olan duygusal bağı veya o yerle kurduğu bağlantıları içermektedir (Hummon, 1992; Kyle vd., 2014). Yer aidiyeti iki ana faktörden (yer kimliği & yer bağlılığı) oluşmaktadır. Genellikle duygusal/sembolik bağlar yer kimliği olarak tanımlanırken, fonksiyonel/işlevsel bağlar ise yer bağlılığı olarak adlandırılmaktadır (Woosnam vd., 2018a). Bundan dolayı her iki faktörün etkileri birbirinden farklılık göstermekte ve turizm alanında yaygın olarak kullanılmaktadırlar (Prayag & Ryan, 2012). Bireyin bir yere olan fonksiyonel bağlarını ifade eden yer bağlılığı genelde eğer bir yer insanların ihtiyaç duyduğu koşulları ve özellikleri sağlıyorsa gerçekleşmektedir. Başka bir söylemle; eğer bir yer bireyin ihtiyaçlarını karşılıyor ve hedeflerine ulaşmasına izin veriyorsa, birey o yere daha bağlı hale gelecektir (Williams & Vaske, 2003, s.831). Öte yandan yer kimliği ise bireyin o yerle ilgili hatıralarını, duygularını, değerlerini pekiştirmekte ve o yeri paylaştıkları kişileri anımsatmaktadır (Anton & Lawrence, 2016, s.146).

Alanda yapılan çalışmalara bakıldığında genellikle yer aidiyeti ve duygusal dayanışma arasında olumlu bir ilişki bulunmuş ancak bu ilişki çoğunlukla sadece turist açısından ele alınmıştır (Aleshinloye vd., 2020; Tasci vd., 2022; Woosnam vd., 2018a). Örneğin, Tasci vd. (2022) Antalya'da yaptıkları çalışmada turistlerin duygusal dayanışması ile yer aidiyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Bu çalışmada duygusal yakınlık ve sempatik anlayış yer kimliğini anlamlı bir şekilde belirlerken; sadece sempatik anlayış yer bağlılığının açıklayıcısı olarak bulunmuştur.

Aleshinloye vd. (2020) ise Nijerya’da düzenlenen Osun Osogbo kültürel ve dini festivaline katılan turistlerle yaptıkları çalışmada yer aidiyeti faktörlerinin (yer kimliği ve yer bağlılığı) duygusal dayanışma faktörlerinin (karşılama doğası, sempatik anlayış ve duygusal yakınlık) anlamlı ve güçlü birer açıklayıcısı olduklarını bulmuşlardır. Fakat yerel halkın yer aidiyetinin onların turistlerle olan duygusal dayanışmasını nasıl etkilediği henüz tam anlamıyla bilinmemektedir. Bu boşluğu doldurmak adına aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H4: Yerel halkın yer kimliği ile turistlere olan sempatik anlayışı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H5: Yerel halkın yer kimliği ile turistlere olan karşılama doğası arasında pozitif bir ilişki vardır.

H6: Yerel halkın yer kimliği ile turistlere olan duygusal yakınlığı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H7: Yerel halkın yer bağlılığı ile turistlere olan sempatik anlayışı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H8: Yerel halkın yer bağlılığı ile turistlere olan karşılama doğası arasında pozitif bir ilişki vardır.

H9: Yerel halkın yer bağlılığı ile turistlere olan duygusal yakınlığı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Duygusal Dayanışma

Her ne kadar turizm alanındaki kullanımı yaklaşık son 10 yıldır yaygınlaşmaya başlamış olsa da duygusal dayanışma kuramının kökeni 20. yüzyıla kadar dayanmaktadır (Joo vd., 2018). İlk olarak Durkheim (1912) ‘Dini Yaşamın Öz Biçimi’ başlıklı kitabında benzer davranış ve inançlar arttıkça duygusal bir bağ oluştuğunu iddia etmiştir. Daha sonra Collins (1975) duygusal dayanışma kuramına, benzer inanç ve davranışa ek olarak iletişimi de eklemiştir. Buna göre; bireyler arasındaki duygusal bağlar benzer inanç, davranış ve iletişime bağlı olarak karakterize edilir. Kuram sosyoloji, psikoloji, antropoloji gibi alanlarda da kullanılmaktadır.

Turizm alanında ise Woosnam ve Norman (2010) 10 maddelik ve üç faktörden (sempatik anlayış, karşılama doğası ve duygusal yakınlık) oluşan Duygusal Dayanışma Ölçeğini geliştirmiştir. Duygusal dayanışma faktörlerinden duygusal yakınlık yerel halkla turist arasındaki samimiyet, yakınlık ve dostluk derecesine; sempatik anlayış ise yerel halkın turistlerle empati kurmasına (özdeşleştirmesine) odaklanmaktadır (Woosnam & Norman, 2010, s. 374). Son olarak karşılama doğası faktörü ise gerek ekonomik katkılarından gerekse diğer faydalarından dolayı yerel halkın turistleri kucaklaması ve benimsemesiyle ilgilenmektedir (Woosnam & Norman, 2010, s. 374). Bazı çalışmalar (Aleshinloye vd., 2020; Joo vd., 2020; Woosnam vd., 2018a; 2021) bu ölçeği turistin yerel halka olan duygusal dayanışmasını araştırmak için kullanırken, geneli ise (Erul, 2021; Erul & Woosnam, 2022; Erul vd., 2020; Hasani vd., 2016; Lai & Hitchcock, 2017; Lai vd., 2021; Li & Wan, 2017; Moghavvemi vd., 2017; Phuc & Nguyen, 2020; Woosnam vd., 2018b) yerel halkın turiste karşı olan duygularını ölçmek için kullanmıştır. İlgili ölçek Amerika (Suess vd., 2020; Woosnam, 2012; Woosnam vd., 2021), Türkiye (Erul & Woosnam, 2022; Unurlu, 2021; Woosnam vd., 2017), Almanya (Juric vd., 2021), Çin (Lai & Hitchcock, 2017; Lai vd., 2021; Li & Wan, 2017), Kore (Joo vd., 2020), Vietnam (Phuc & Nguyen, 2020), Japonya (Woosnam vd., 2018b) ve Nijerya (Aleshinloye vd., 2020; Woosnam vd., 2018a) gibi dünyanın birçok farklı yerinde uygulanmıştır.

Yerel halkı temeline alan çalışmaların bir kısmı (Aleshinloye vd., 2020; Lai vd., 2021; Li & Wan, 2017; Juric vd., 2021; Unurlu, 2020; Woosnam vd., 2018a) duygusal dayanışmayı (bağımlı değişken) belirleyen faktörleri bulmaya odaklanırken, diğerleri (Erul, 2021; Hasani vd., 2016; Lai & Hitchcock, 2017; Moghavvemi vd., 2017; Woosnam, 2012) ise duygusal dayanışmayı bağımsız değişken olarak kullanarak birçok değişkenin belirlenmesinde duygusal

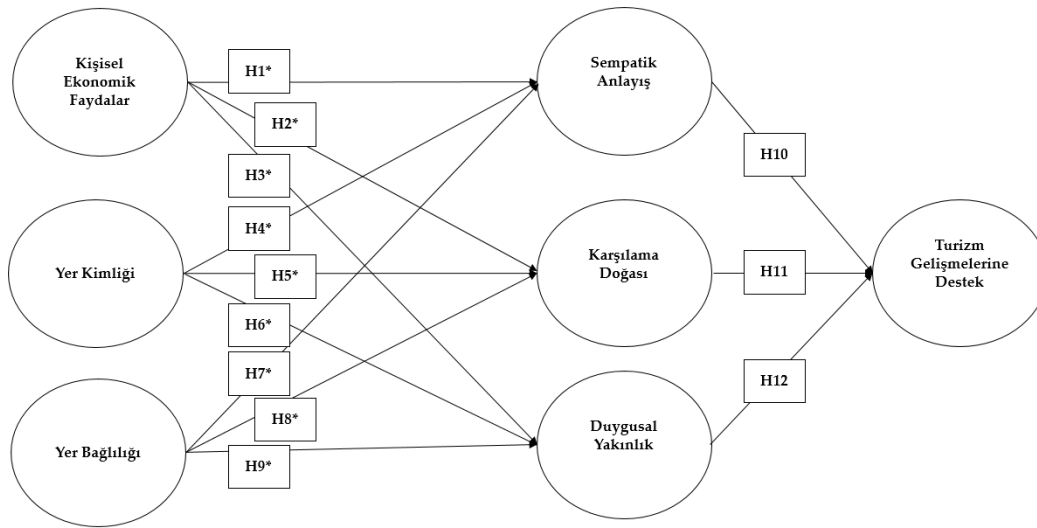
dayanışmadan yararlanmıştır. Örneğin, Lai vd. (2021) Çin'in Özel İdari bölgesi olan Makao yerel halkı ile 2018 yılında yaptıkları çalışmada yaşam kalitesi ile duygusal dayanışma arasındaki ilişkiyi test etmiştir. Yapılan bu çalışmada Makao yerel halkının yaşam kalitesi onların turistlerle olan duygusal dayanışmasının anlamlı bir belirleyicisi olarak bulunmuştur. Öte yandan, aynı bölgede yürütülen başka bir çalışmada (Lai & Hitchcock, 2017) ise duygusal dayanışma faktörleri kullanılarak Makao yerel halkının turizmi geliştirme destekleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, duygusal dayanışma faktörlerinden ikisi (sempatik anlayış & karşılama doğası) turizmi geliştirme desteklerinin anlamlı ve önemli birer belirleyicisidir. Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

H10: Yerel halkın turistlere yönelik sempatik anlayışı ile turizm gelişmelerini destekleme tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır.

H11: Yerel halkın turistle olan karşılama doğası ile turizm gelişmelerini destekleme tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır.

H12: Yerel halkın turistle olan duygusal yakınlığı ile turizm gelişmelerini destekleme tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırma kapsamında geliştirilen tüm hipotezler Şekil 1'de özetlenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

* Literatürde ilk defa denenmekte olduğunu göstermektedir.

Metodoloji

Coğrafi konum olarak Austin ile San Antonio arasında bulunan Fredericksburg şehri, Amerika Birleşik Devletleri'nin en büyük eyaletlerinden biri olan Texas'ta yer almaktadır. Genellikle, Alman göçmen ailelerin yer aldığı bu şehir kültürel (festivaller, yöresel yemekler, müzeler, mimari yapılar vb.), sosyal (sanat, alışveriş ve eğlence merkezleri) ve doğal kaynaklar (açık alan rekreasyon alanları, bağlar, yabani çiçekler, ormanlar, dağlar, bahçeler vb.) ile turistlerin dikkatini çekmektedir (Joo vd., 2018). Özellikle golf merkezleri, ekim festivalleri, şaraphaneler ve üzüm bağları son yıllarda bu şehre olan ilgiyi artırmaktadır. Örneğin Fredericksburg Kongre Ziyaret Bürosu'nun paylaştığı en son veriye göre, 2019 yılında 915 bin ziyaretçi varken 2020 yılında bu sayı 1 milyon 190 binlere kadar ulaşmıştır

(Fredericksburg Convention and Visitor Bureau, 2021). Yine aynı raporda turizmde elde edilen gelirin 2019 yılında 34 milyon ve 2020 yılında 32 milyon Amerikan doları olduğu belirtilmiş ve sektörün ekonomik açıdan öneminin hayati olduğu vurgulanmıştır.

Bu çalışmanın verileri Fredericksburg'ta ikamet eden 18 yaşını doldurmuş gönüllü katılımcılardan oluşmaktadır. Hazırlanan anketler küme örnekleme yoluyla kapı kapı (iş yerleri ve haneler) dolaşarak dağıtılmış aynı günün akşamına veya ertesi gün araştırmacı tarafından toplanmıştır. 2016 yılının Mart ve Mayıs aylarında hafta sonları yapılan bu çalışmada yaklaşık 647 kişiye ulaşılmış ama sadece 482'si katılmayı kabul etmiştir. Ancak, başlangıçta istekli olan bu kişilerden ancak 366'sı anketin tamamını cevaplamıştır.

Mevcut çalışmada 7'li Likert ölçeği kullanılmıştır (1-kesinlikle katılmıyorum'dan başlayıp 7-kesinlikle katılıyorum'a kadar). Çalışmada yer alan ölçeklerden kişisel ekonomik faydalar tek faktör olup 4 ifadeden oluşmaktadır (Ribeiro vd., 2017). Yer aidiyeti iki faktör (yer kimliği [6] ve yer bağımlılığı [6]) ve toplamda 12 ifade ile ölçülürken (Williams & Vaske, 2003), Woosnam ve Norman (2010) çalışmasından alınan duygusal dayanışma ölçeği 10 ifade içeren üç faktörden (sempatik anlayış [4], karşılama doğası [4] ve duygusal yakınlık [2]) oluşmaktadır. Son olarak, turizm gelişmelerine destek ise tek faktör olup Wang ve Pfister'in (2008) çalışmasından uyarlanmıştır. Demografik verilerin tespiti için SPSS-27 programı; değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi, çalışmanın geçerliliği, güvenilirliği ve hipotezlerin doğruluğu için ise AMOS-24 istatistik programından yararlanılmıştır.

Bulgular

Tablo 1'e göre katılımcılardan bayanlar (%60,4) ve evli olanlar (%67,8) çoğunluğu oluşturmaktadır. Yıllık geliri 75,000\$ ve üzeri olanların oranı %52,2'dir. Katılımcıların neredeyse yarısı (%42,1) 60 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Örneklemin yarısından fazlası (%62) ise üniversite düzeyinde (lisans & lisansüstü) eğitime sahiptir.

Tablo 1. Örneklem Özellikleri

Demografik Veriler	n	%
Cinsiyet (n = 366)		
Kadın	221	60.4
Erkek	145	39.6
Yıllık Gelir (n = 366)		
25000\$ ve altı	37	10.1
25,000\$ – 49,999\$	67	18.3
50,000\$ – 74,999\$	71	19.4
75,000\$ – 99,999\$	60	16.4
100,000\$ – 149,999\$	75	20.5
150,000\$ ve üstü	56	15.3
Yaş (n = 366)		
18-29	48	13.1
30-39	42	11.6
40-49	44	11.9
50-59	78	21.3
≥ 60	154	42.1
Eğitim (n = 366)		
İlkokul	1	0.3
Lise	79	21.6
Mesleki ve Teknik Okul	59	16.1
Lisans	150	41.0
Lisansüstü	77	21.0

Tablo 1. Örneklem Özellikleri (Devamı)

Medeni Durum (n = 366)		
Bekar	57	15.6
Evli	248	67.8
Boşanmış veya Ayrılmış	37	10.7
Dul	24	6.6
Toplam	366	100

Tablo 2’de belirtildiği gibi tüm faktörlerin güvenilirlik ve geçerlik puanları iyi durumdadır. Örneğin, karşılama doğası faktörü en düşük güvenilirlik (0.89) ve AVE (0.67) skoruna sahiptir. Hair vd., (2019, s. 8-9) çalışmalarında güvenilirlik değerinin en az 0.70 değeri ve üstü ($CR \geq 0.70$) ve geçerlilik değerinin ise 0.50 değerinden ($AVE > 0.50$) yüksek olması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca köşegen değerleri korelasyon değerlerinden büyük bulunmuş böylelikle faktörlerin ayırt edici geçerliliği sonuçların da iyi olduğunu görülmektedir (Hair vd., 2019, s. 9; Riberio vd., 2017, s. 528). Bunlara ilave olarak, verilerin normal dağılıp dağılmadığının test edilebilmesi için basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılması gerekmektedir (Hair vd., 2019). Normal bir dağılım olması için eşik değeri basıklık (kurtosis) için 10 (<10) ve çarpıklık (skewness) için eşik değerinin 3 (<3) olması istenmektedir (Kline, 2015, s. 77; Yuan vd., 2019, s. 11). Kullanılan her bir ölçek maddesi istenilen aralıktadır veya eşik (sınır) değerlerinin altında olup normal dağılıma sahiptir. Başka bir söylemle basıklık değeri -1,477 ve 5,308 (S.E: 0,254); çarpıklık değeri ise -2,017 ve 0,365 (S.E: 0,128) aralığında seyretmektedir.

Tablo 2. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Ölçümler	CR	AVE	TGD	YK	YB	KD	DY	SA	KEF
Turizm Gelişmelerine Destek (TGD)	0.96	0.80	0,90						
Yer Kimliği (YK)	0.95	0.78	0,09	0,88					
Yer Bağlılığı (YB)	0.94	0.75	0,16	0,70	0,86				
Karşılama Doğası (KD)	0.89	0.67	0,82	0,21	0,26	0,82			
Duygusal Yakınlık (DY)	0.90	0.81	0,41	0,13	0,22	0,52	0,90		
Sempatik Anlayış (SA)	0.91	0.71	0,62	0,16	0,29	0,71	0,71	0,84	
Kişisel Ekonomik Faydalar (KEF)	0.92	0.80	0,47	0,10	0,14	0,39	0,47	0,36	0,86

Not: Koyu renkteki belirtilen değerler, AVE’nin karaköküdür.

Tablo 3 uyum indeks değerlerini (IFI, TLI, CFI ve RMSEA) belirtmektedir (Byrne, 2016, s. 78-79). Sonuçlara bakıldığında hem ölçüm modelinin hem de yapısal modelin iyi uyum indeks değerleri olduğu bulunmuştur. Modellerin uyum indeks eşik değerleri IFI, TLI, CFI değerleri için 0.90 ve RMSEA değeri için ise 0.10’ dur (Hu & Bentler, 1998, s. 6). Çalışmaya bakıldığında her iki ölçüm (CFA & SEM) değerleri eşik değerlerinden büyüktür.

Tablo 3. Uyum İndeks Değerleri

Uyum İndeksleri^a	CMIN	DF	P	CMIN/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
Ölçüm Modeli	929.494	403	0.000	2.306	0.955	0.948	0.955	0.060
Yapısal Model	1234.908	409	0.000	3.041	0.929	0.915	0.928	0.075

^aCMIN: Chi-Karesi; DF: Degrees of freedom; P: Probability level; IFI: Incremental Fit Index; TLI: Tucker-Lewis index; CFI: Comparative fit index; RMSEA: Root mean square error of approximation.

Tablo 4 araştırmada önerilen ve değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hipotez sonuçlarından oluşmaktadır. Bu tabloya bakıldığında ilk üç hipotez (H1, H2 & H3) yerel halkın elde ettiği kişisel ekonomik faydaların onların turistlere olan duygusal yaklaşımını nasıl belirlediğini açıklamaya yöneliktir. Literatürde ilk defa araştırılan bu

ilişkiyi yansıtan her üç hipotez anlamlı ve olumlu bulunmuştur (H1: $\beta = 0.37$, $p < 0.001$; H2: $\beta = 0.43$, $p < 0.001$; H3: $\beta = 0.47$, $p < 0.001$). Sonuç olarak her üç hipotez desteklenmektedir.

Literatürde yine ilk defa test edilen yerel halkın yer aidiyeti (yer kimliği & yer bağlılığı) ve onların turistlere olan duygusal yakınlığı (sempatik anlayış, karşılama doğası ve duygusal yakınlık) arasındaki ilişki H4 – H9 hipotezleri arasında yer almaktadır. Yerel halkın yer kimliği ile onların turistlere olan duygusal birlikteliği arasında bir ilişki bulunamazken (H4: $\beta = -.10$, $p > 0.05$; H5: $\beta = 0.01$, $p > 0.05$; H6: $\beta = -.09$, $p > 0.05$) yer bağlılığı duygusal dayanışma faktörlerinin anlamlı bir belirleyicisi olarak bulunmuştur (H7: $\beta = 0.23$, $p < 0.001$; H8: $\beta = 0.09$, $p < 0.05$; H9: $\beta = 0.24$, $p < 0.01$). Buna göre oluşturulan hipotezlerin sadece yarısı (H7-H8-H9) kabul edilmiştir.

Son olarak ise yerel halkın turistlere olan duygusal dayanışması ile onların turizm gelişmelerine destekleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir (H10, H11 & H12). Duygusal dayanışma faktörlerinden ikisi anlamlı ve olumlu (H10: $\beta = 0.24$, $p < 0.001$ & H11: $\beta = 0.60$, $p < 0.001$) bir şekilde turizm gelişmelerine desteği belirlerken, maalesef duygusal yakınlık ile anlamlı bir ilişki yoktur (H12: $\beta = -.05$, $p > 0.05$). Kısaca yerel halkın karşılama doğası ve sempatik anlayışı onların turizm gelişmelerine desteklerini büyük oranda (%66) açıklamaktadır ($R^2 = 0.66$).

Tablo 4. Hipotez Sonuçları

Hipotez Kurulan İlişkiler	B	Beta (β)	t-istatistiği	Kabul Durumu
H1: Kişisel Ekonomik Faydalar → Sempatik Anlayış (KEF & SA)	0.19	0.37	6.65***	Evet
H2: Kişisel Ekonomik Faydalar → Karşılama Doğası (KEF & KD)	0.15	0.43	7.38***	Evet
H3: Kişisel Ekonomik Faydalar → Duygusal Yakınlık (KEF & DY)	0.37	0.47	8.37***	Evet
H4: Yer Kimliği → Sempatik Anlayış (YK & SA)	-.10	-.10	-1.40 ^{ad}	Hayır
H5: Yer Kimliği → Karşılama Doğası (YK & KD)	0.01	0.01	0.15 ^{ad}	Hayır
H6: Yer Kimliği → Duygusal Yakınlık (YK & DY)	-.09	-.06	-.86 ^{ad}	Hayır
H7: Yer Bağlılığı → Sempatik Anlayış (YB & SA)	0.23	0.31	4.09***	Evet
H8: Yer Bağlılığı → Karşılama Doğası (YB & KD)	0.09	0.19	2.52*	Evet
H9: Yer Bağlılığı → Duygusal Yakınlık (YB & DY)	0.24	0.21	2.82**	Evet
H10: Sempatik Anlayış → Turizm Gelişmelerine Destek (SA & TGD)	0.24	0.18	4.55***	Evet
H11: Karşılama Doğası → Turizm Gelişmelerine Destek (KD & TGD)	0.60	0.77	12.42***	Evet
H12: Duygusal Yakınlık → Turizm Gelişmelerine Destek (DY & TGD)	-.05	-.06	-1.45 ^{ad}	Hayır

Note: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$; and ad: anlamlı değil;

R^2_{SMC} : Sempatik Anlayış: 0.23, Karşılama Doğası: 0.25, Duygusal Yakınlık: 0.27

R^2_{SMC} : Turizm Gelişmelerine Destek: 0.66

Sonuç ve Öneriler

Mevcut araştırma yerel halkın yer aidiyetinin ve elde ettiği kişisel ekonomik faydaların onların turistlerle olan duygusal birlikteliğini nasıl etkilediğini test etmek ve bu turistlerle elde edilen duygusal birlikteliğin onların turizm gelişmelerine olan desteğini nasıl belirlediğini bulmayı amaçlamaktadır. Faktörler arasındaki ilişkiyi ve bağları göstermek için oluşturulan modeldeki 12 hipotezden 8 tanesi kabul edilmiştir. Kişisel ekonomik faydalar (H1-3) ve yer bağlılığı (H7-9) faktörleri duygusal dayanışma faktörlerinin hepsini (sempatik anlayış, karşılama doğası ve duygusal yakınlık) anlamlı ve olumlu bir şekilde belirlerken; yer kimliği (H4-6) ve duygusal dayanışma faktörleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Elde edilen bu hipotez sonuçları incelendiğinde yerel halkın turizmden elde ettiği kişisel ekonomik faydalar ve yer bağlılığı onların turistlere karşı sempatik anlayışını %23, karşılama doğasını %25 ve duygusal yakınlıklarını %27

oranında etkilemiştir (R2 karşılama doğası= 25; R2 duygusal yakınlık= 27; R2 sempatik anlayış= 23). Her ne kadar araştırma sonuçları yer bağlılığı ve duygusal dayanışma arasındaki olumlu ve anlamlı ilişki açısından bakıldığında önceki çalışmalarla (Aleshinloye vd., 2020; Woosnam vd., 2018a) paralellik gösterse de, yerel halk boyutunda ilk defa alınmıştır. Benzer şekilde ilk defa yerel halkın elde ettiği kişisel ekonomik faydalar duygusal dayanışma faktörlerinin anlamlı bir öncüsü olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar litaretürdeki boşluğu doldurarak turizm alanında büyük bir katkı sağlayacaktır.

Son üç hipotez (H10-12) ise yerel halkın turistler ile olan duygusal birlikteliği ile onların turizm gelişmelerine olan tutumlarını test etmek için kurulmuştur. Elde edilen bulgulara göre duygusal dayanışma faktörlerinden ikisi (sempatik anlayış & karşılama doğası) turizm gelişmelerini destek faktörünü anlamlı ve pozitif olarak açıklamakta ve önceki çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Erul, 2021; Erul vd., 2020; Hasani vd., 2016; Lai & Hitchcock, 2017; Li & Wan, 2017; Moghavvemi vd., 2017; Phuc & Nguyen, 2020; Woosnam, 2012). Örneğin Hasani vd. (2016) ve Erul (2021) yaptıkları çalışmalarda sadece karşılama doğasını turizm gelişmelerin desteğin anlamlı bir belirleyicisi olarak bulurken; Erul vd. (2020) ise İzmir’de yaptıkları çalışmada tüm faktörleri (sempatik anlayış, karşılama doğası ve duygusal yakınlık) anlamlı bir belirleyici olarak bulmuştur (R2= 0.45).

Bunun yanı sıra bu üç hipotez sonuçları (H10-12) bazı çalışmalarla (Lai & Hitchcock, 2017; Woosnam, 2012) birebir benzerlik veya tutarlılık göstermektedir. İlk olarak Woosnam (2012) duygusal dayanışma faktörlerinden ikisini (karşılama doğası ve sempatik anlayış) turizm gelişmelerine desteğin birer açıklayıcısı olarak bulmuş (R2= 0.37) daha sonra ise Lai ve Hitchcock (2017) bu iki faktörün (karşılama doğası ve sempatik anlayış) turizm gelişmelerine destek değişkeninin %59’nu belirlediğini bulmuştur (R2= 0.59). Mevcut çalışma önceki çalışmalarla karşılaştırıldığında karşılama doğası ve sempatik anlayış faktörlerinin turizm gelişmelerine desteği daha büyük oranda (%66) açıklamakta olduğu tespit edilmiştir (R2= 0.66).

Fredericksburg yerel halkı genelde turizmle iç içe yaşamakta turizmin önemini ve ekonomik katkısını bilmektedirler. Fredericksburg Kongre Ziyaret Bürosu’nun paylaştığı raporlar neticesinde yıllar geçtikçe Fredericksburg’a ziyaret eden turist sayısında da hızlı bir artış görülmektedir. Çalışma sonuçlarına bakıldığında yerel halkın turistlerle olan duygusal beraberliklerinin yoğun olduğu ve bu duygusal dayanışmanın onların turizm gelişmelerine desteklerini etkilediği görülmektedir. Buradan yola çıkarak turizmin gelişmesi ve başarısı için bu duygusal birlikteliği devam ettirecek veya sıklaştıracak organizasyon ve faaliyetlerin (fuarlar, festivaller, seminerler, kongreler, yarışlar vb. turizmle ilgili aktiviteler) düzenlenmesi gibi pratik uygulamalara ihtiyaç vardır. Böylelikle hem turizmden elde edilen kazanç ve faydalar artacak hem de turistler ile olan duygusal bağlar artacaktır. Bunun yanısıra turizm otoriteleri turizm politikası ve planlaması yaparken yerel halkı dinlemeli onların görüşlerini dikkate almalı ve hatta turizm planlamasının her aşamasında yerel halkı dâhil etmelidirler. Bu çalışmanın teorik olarak katkıları ise duygusal dayanışma yapısının turizm gelişmelerine desteği belirlemede ne kadar etkili ve güçlü bir prediktör (belirleyici) olduğunu bir daha ispatlamış ve bunun yanında bu duygusal dayanışma yapısını yer aidiyeti ve kişisel ekonomik faydalar ile açıklamıştır.

Araştırmaya katılanların çoğu yaşlı, eğitilmiş ve evli bireylerden oluşmaktadır. İlerideki çalışmalar demografik çeşitliliği artırmalıdır. Bunlara ek olarak sonraki çalışmalar başka değişkenleri de çalışmaya dâhil edip duygusal dayanışmayı ve dolayısı ile turizm gelişmelerine olan desteği daha iyi açıklayabilir. Çalışmada sadece ekonomik faydalar değinilmiştir. Sonraki çalışmalar ekonomik maliyetlere ve hatta diğer (sosyo-kültürel & çevresel) kazanç ve

maliyetlere de değinmelidirler. En son olarak ise çalışma beş yıl öncesi yapılmış ve sadece bir destinasyon ele alınmıştır. Sonraki çalışmalar daha güncel bir veri toplayabilir, daha fazla kişiye ulaşabilir ve hatta farklı destinasyonları çalışmalarına ekleyerek kıyaslama yapabilirler.

Yukarıda belirtilen kısıtlara ve eksiklere rağmen ilk defa yerel halkın yer aidiyetinin ve kişisel ekonomik faydaların onların turistlerle olan duygusal dayanışmasını anlamlı ve olumlu bir şekilde açıkladığı ve en nihayetinde yerel halk ve turist arasındaki bu duygusal birlikteliğin turizm gelişmelerine desteği belirlediği bulunmuştur. Bu sonuçlar literatürdeki boşluğu doldurarak turizmin gelişmesi için sadece parasal ilişkilere (ekonomik fayda) değil duygusal değerlere ve bağlara da (duygusal dayanışma & yer aidiyeti) önem vermek gerektiğini vurgulamaktadır. Unutmamak gerekir ki yerel halk olmadan sürdürülebilir ve başarılı bir turizm gelişmesi düşünülemez (Atsız, 2021, s. 224; Erul vd., 2020, s. 1158). Çünkü yerel halk turizmin ana etmenlerinden biridir (Goeldner, & Ritchie, 2012, s. 3) ve turizm etkilerinden direkt etkilenmektedirler (Hall & Lew, 2009, s.268; Gursoy vd., 2010, s. 381).

KAYNAKÇA

- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Anton, C. E. & Lawrence, C. (2016). The relationship between place attachment, the theory of planned behaviour and residents' response to place change. *Journal of Environmental Psychology*, 47, 145-154.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Atsız, O. (2021). Az gelişmiş bir destinasyonda yerel halkın turizme yönelik desteği: Yozgat örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(2), 224-236.
- Aykaç, E. & Tekeli, M. (2021). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumu: Çorum ili örneği. *Türk Turizm Araştırma Dergisi*, 5(3), 2200-2116.
- Aleshinloye, K. D., Fu, X., Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., & Tasci, A. D. (2020). The influence of place attachment on social distance: Examining mediating effects of emotional solidarity and the moderating role of interaction. *Journal of Travel Research*, 59(5), 828-849.
- Byrne, B.M. (2016). *Structural equation modeling with Amos (3rd ed.)*. New York: Routledge.
- Collins, R. (1975). *Conflict sociology: Towards an Explanatory Science*. New York, NY: Academic Press.
- Durkheim, E. (1912). *The elementary forms of religious life*. New York, NY: Free Press.
- Erul, E. (2021). Yerel halkın potansiyel turizm gelişimi arzusu: Antalya'da bir araştırma. *Türk Turizm Araştırma Dergisi*, 5(3), 2200-2116.
- Erul, E. & Woosnam, K. M. (2022). Explaining Residents' behavioral support for tourism through two theoretical frameworks. *Journal of Travel Research*, 61(2), 362-377.
- Erul, E., Woosnam, K. M. & McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.

- Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents’ attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909.
- Fredericksburg, C. V. B. (2021). Annual report 2019-2020. Fredericksburg, TX: Fredericksburg CVB. <https://www.visitfredericksburgtx.com/partners/cvb-annual-report/>
- Ganji, S. F. G., Johnson, L. W., & Sadeghian, S. (2021). The effect of place image and place attachment on residents’ perceived value and support for tourism development. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1304-1318.
- Goeldner, C., & Ritchie, B. (2012). *Tourism: Practices, principles, philosophies*. New Jersey: John Wiley and Sons, inc.
- Gursoy, D., Chi, C. G. & Dyer. P. (2010). Locals’ Attitudes toward mass and alternative tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–94.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Hall, C. M. & Lew, A. A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An integrated approach*. New York: Routledge.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hasani, A., Moghavvemi, S. & Hamzah, A. (2016). *The impact of emotional solidarity on residents’ attitude and tourism development*. *PloS one*, 11(6), e0157624.
- Harrill, R. (2004). Residents’ attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266.
- Hu, L. T. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Hummon, D. H. (1992). *Community attachment: Local sentiment and sense of place*. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (pp. 253-278). New York, NY: Plenum.
- Joo, D., Woosnam, K. M., Lee, S., & Lee, C. K. (2020). Destination loyalty as explained through self-congruity, emotional solidarity, and travel satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 338-347.
- Joo, D., Tasci, A. D., Woosnam, K. M., Maruyama, N. U., Hollas, C. R., & Aleshinloye, K. D. (2018). Residents’ attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. *Tourism Management*, 64, 245-257.
- Juric, J., Lindenmeier, J., & Arnold, C. (2021). Do emotional solidarity factors mediate the effect of personality traits on the inclination to use nonmonetary peer-to-peer accommodation networks?. *Journal of Travel Research*, 60(1), 47-64.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.

- Khureldee, A. & Çınar, K. (2021). Tourism potential of Ulaanbaatar: Perceptions of the local residents and the tourism representatives. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 609-637.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.
- Kyle, G. T., Jun, J., & Absher, J. D. (2014). Repositioning identity in conceptualizations of human–place bonding. *Environment and Behavior*, 46(8), 1018-1043.
- Látková, P. & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67.
- Lai, I. K. W. & Hitchcock, M. (2017). Local reactions to mass tourism and community tourism development in Macau. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 451-470.
- Lai, H. K., Pinto, P., & Pintassilgo, P. (2021). Quality of life and emotional solidarity in residents' attitudes toward tourists: The case of Macau. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1123-1139.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37–46.
- Li, X. & Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535.
- Mason, P. (2020). *Tourism Impacts, Planning and Management*. London: Routledge.
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G. & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2017). Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: an improved structural model. *Tourism Geographies*, 19(3), 318-339.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.
- Nunkoo, R. & So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
- Phuc, H. N. & Nguyen, H. M. (2020). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1831520>
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356.

- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. & Woosnam, K. M. (2017). Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries. *Tourism Management*, 61, 523-537.
- Sert, A. N. (2019). Sürdürülebilir turizm gelişiminde turizmin yerel halk tarafından algılanan etkilerinin, toplum katılımının ve turizm gelişimine desteğin rolü: Beypazarı örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 407-428.
- Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Stylidis, D. (2020). Using destination image and place attachment to explore support for tourism development: The case of tourism versus non-tourism employees in EILAT. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(6), 951-973.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Suess, C., Woosnam, K. M., & Erul, E. (2020). *Stranger-danger? Understanding the moderating effects of children in the household on non-hosting residents' emotional solidarity with Airbnb visitors, feeling safe, and support for Airbnb*. *Tourism Management*, 77, 103952.
- Tasci, A. D., Uslu, A., Stylidis, D., & Woosnam, K. M. (2022). Place-oriented or people-oriented concepts for destination loyalty: Destination image and place attachment versus perceived distances and emotional solidarity. *Journal of Travel Research*, 61(2), 430-453.
- Unurlu, Ç. (2021). The effect of place personality on resident welcoming tourist through positive and negative impacts of tourism. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 636-651.
- Uslu, A., Alagöz, G. & Güneş, E. (2020). Socio-cultural, economic, and environmental effects of tourism from the point of view of the local community. *Journal of Tourism and Services*, 21(11), 1-21.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., Strzelecka, M., & Erul, E. (2018a). The role of place attachment in developing emotional solidarity with residents. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1058-1066.
- Woosnam, K. M., Erul, E., & Ribeiro, M. A. (2017). Heterogeneous community perspectives of emotional solidarity with tourists: Considering Antalya, Turkey. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 639-647.
- Woosnam, K. M., Maruyama, N., Boley, B. B., & Erul, E. (2018b). Stereotypes and perceived solidarity in ethnic enclave tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(2), 138-154.

- Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.
- Woosnam, K. M., Joo, D., Aleshinloye, K. D., & Denley, T. J. (2021). Emotional solidarity and destination loyalty amid the COVID-19 pandemic: a comparison of two scales. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(6), 541-553.
- Yuan, Q., Song, H., Chen, N., & Shang, W. (2019). Roles of tourism involvement and place attachment in determining residents' attitudes toward industrial heritage tourism in a resource-exhausted city in China. *Sustainability*, 11(19), 5151.

The Role of the Emotional Solidarity, Economic Benefits, and the Place Attachment to Shape Residents' Support for Tourism Developments

Emrullah ERUL

Izmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, İzmir/Turkey

Extensive Summary

Over the last five decades, residents' support for tourism development has been taking the attention of tourism scholars. The reasons for this are because residents have been playing a vital role in successful sustainable tourism and receive the impacts of tourism directly. Hence, several scholars have focused on the predictors of such support for tourism development. Researchers claim that predicting residents' support for tourism, their perceptions of tourism impacts, attitudes toward tourism, and the intimate relationship that exists between residents and tourists have been identified as some key factors in the tourism industry (Erul et al., 2020).

At that point, the theoretical framework of emotional solidarity (ES) affords such an opportunity, especially to examine the model from the perspective of residents over the last decades (Erul, 2021; Woosnam, 2012). Moreover, Place Attachment (PA) can also assist researchers and managers in understanding tourists' responses to the variety of issues on tourism (Kyle et al., 2014). However, from the perspective of the relationship, residents' degree of place attachment is rarely mentioned in literature. Thus, this study will develop a structural equation model using the constructs of personal economic benefits and place attachment to determine the emotional solidarity framework; ultimately, this solidarity with tourists will predict their support for tourism development. Hence, the main purpose of this study is to gain an understanding of how residents' perceived personal benefits, as well as their attachment to the destination (i.e., place identity and place dependency) influence and predict their degree of solidarity towards tourists; ultimately, how this emotional solidarity scale factors (sympathetic understanding, welcoming nature, & emotional closeness) explain their support for tourism developments.

The emotional solidarity scale has three factors (sympathetic understanding, welcoming nature, & emotional closeness), used most recently to examine the degree of intimacy or closeness in a relationship between individuals (residents & tourists). Place attachment has two unique factors: place identity and place dependence (Williams & Vaske, 2003). While the place identity refers to people's emotional ties to place, the place dependence highlights the importance of a place in supporting an individual's future goals and desired activities (Anton & Lawrence, 2016). Previous studies found (Aleshinloye et al., 2020; Woosnam et al., 2018a) positive and significant relation between place attachment and emotional solidarity; however, they have never looked at this relation from a resident perspective. In other words, the relationship between residents' degree of place attachment and their solidarity with tourists hasn't been documented yet.

Furthermore, previous scholars have used the perceived personal economic benefits factor to determine residents' support for tourism development. However, no study examined the relationship between personal economic benefits and emotional solidarity. Briefly, to date, no research has been undertaken that considers residents' place attachment and perceived personal economic benefits to determine their intimate relationship with tourists. Hence, this study will fill out the gap and suggest that residents' economic benefits and place attachment likely foster solidarity with tourists, which in turn predict their support for tourism developments.

The researchers collected the self-administered survey in Fredericksburg, Texas, the USA by using the cluster sampling technique. The researcher reached out to 647 residents, who are older than 18 and they are either the head of the household or the owner of the business, and 482 people participated in the questionnaire. However, only 366 Fredericksburg residents fully completed the survey. The researchers used the 7-points Likert scale in the survey (starting from 1= strongly disagree through 7= strongly agree). Confirmatory Factor Analysis of the place attachment, personal economic benefits, emotional solidarity scale, and support for tourism development scales revealed factor structures consistent with previous studies. Reliabilities for the seven factors were high, ranging from 0.89 to 0.96 (i.e., place identity was 0.95, place dependence was 0.94; personal economic benefits was 0.92; sympathetic understanding was 0.91, emotional closeness was 0.90 & welcoming nature was 0.89; and support for tourism development was 0.96). In addition to this, all factors were highly valid starting from 0.67 to 0.81 (i.e., the AVE was bigger than 0.5).

Both the measurement model and structural model demonstrated acceptable and adequate fit with incremental model fit indices (i.e., IFI, TLI, and CFI) values greater than 0.90, and the absolute model fit indices (e.g., RMSEA) values less than 0.10 (Byrne, 2016, s. 78; Hu ve Bentler, 1998, s. 6). Results indicate that the place identity wasn't a significant predictor of the emotional solidarity scale. However, the emotional solidarity scale was significantly predicted by both the personal economic benefits and the place dependence (R2SMC= 0.23 for Sympathetic Understanding; R2SMC = 0.25 for Welcoming Nature; & R2SMC = 0.27 for Emotional Closeness). Finally, the emotional solidarity significantly explained support for tourism developments (R2SMC = 0.66). In other words, two of three emotional solidarity scale factors (sympathetic understanding & welcoming nature) explained 66% of the variance in support for tourism development. Results indicated that as the degree of place dependence and personal economic benefits increase, residents' degree of solidarity with tourists will increase. Furthermore, if the emotional solidarity residents experience with tourists increased, residents tended to be more supportive of tourism development.

Therefore, the authorities (planners, policymakers, government, etc.) should consider residents' feelings, needs, opinions, and perceptions to attain successful sustainable tourism. Some limitations of this study are as follows: the representativeness of the sample (i.e., only one city was included in the study), data were collected five years ago, and the fact that only includes economic benefits of tourism. Future studies should collect recent data, include more districts, and add additional variables such as social & environmental benefits or negative impacts of tourism.

To sum up, this work shows that residents' support for tourism development is not solely based on the financial transactions that occur between residents and tourists (i.e., perceived personal economic benefits) but also depends on their attachment to the destination (i.e., place dependence) as well as the interpersonal relationships that exist between representatives of each group (i.e., emotional solidarity with tourists). Ultimately, understanding the relationship from the perspective of residents and their feeling (i.e., attachment to both person and place) can potentially shed light on supportive behavior.