



Yer Kimliği ve Yer Bağımlılığının Kültürel Miras Algısına Etkisi (The Impact of Place Identity and Place Dependence on the Perception of Cultural Heritage)

* İrem YILDIRIM ^a 

^a Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebhat and Erol Toksöz Tourism Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Nevşehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.03.2025

Kabul Tarihi: 01.08.2025

Anahtar Kelimeler

Kapadokya

Yer kimliği

Yer bağımlılığı

Kültürel miras

Öz

Bu araştırma, Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin yer kimliği, yer bağımlılığı ve kültürel miras algısı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, SmartPLS 4 kullanılarak Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) ile analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan 255 yerli turistin verileri değerlendirilmiş ve hipotezler test edilmiştir. Elde edilen bulgular, yer kimliğinin turistlerin kültürel miras algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu ortaya koyarken yer bağımlılığının kültürel miras algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermiştir. Araştırma sonuçları, destinasyon yönetimi ve pazarlama stratejileri açısından önemli katkılar sunmaktadır. Araştırmanın sonuçları, destinasyon kimliği, turist algısı ve kültürel miras ilişkisine dair literatüre teorik katkılar sunarken Kapadokya bölgesi özelinde turizm yönetimi ve sürdürülebilir kültürel miras koruma politikaları için de rehber niteliği taşımaktadır.

Keywords

Cappadocia

Place identity

Place dependence

Cultural heritage

Abstract

The present study was conducted to examine the relationship between place identity, place dependence, and cultural heritage perception among tourists visiting the Cappadocia region. The study utilised Structural Equation Modelling (SEM) with SmartPLS 4 to analyse the data collected from 255 domestic tourists who participated in the study. The hypotheses were evaluated and tested. The findings revealed that place identity exerts a significant and positive effect on tourists' perception of cultural heritage, while place dependence has no significant effect on cultural heritage perception. The results of the research provide important contributions in terms of destination management and marketing strategies. While the results of the research provide theoretical contributions to the literature on the relationship between destination identity, tourist perception and cultural heritage, they also serve as a guide for tourism management and sustainable cultural heritage protection policies in the Cappadocia region.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: irembozkurt@nevsehir.edu.tr (İ. Yıldırım)

GİRİŞ

Turizm, yalnızca ekonomik bir faaliyet olmayıp aynı zamanda insanların ziyaret ettikleri yerlerle kurdukları bağları şekillendiren sosyal bir olgudur. Özellikle kültürel miras turizmi, insanların geçmişle ve farklı kültürel değerlerle etkileşime girmesini sağlayarak mekânla olan aidiyet duygularını güçlendiren önemli bir unsur haline gelmiştir (Poria, Butler & Airey, 2003). Kültürel miras, toplumların kimliğini oluşturan maddi ve manevi değerler bütünü olup ziyaretçiler için sadece bir öğrenme ve keşif aracı değil, aynı zamanda güçlü bir anlam kaynağıdır (UNESCO, 2003). Turistler, tarihi yapılar, gelenekler ve kültürel anlatılar aracılığıyla destinasyonu ziyaret ettiklerinde hem destinasyonla kurdukları bağ derinleşmekte hem de mekânsal aidiyet duyguları pekişmektedir (Alcindor, Jackson & Alcindor-Huelva, 2021). Nitekim kültürel miras unsurları açısından zengin destinasyonların, turistlerin yer kimliği algısını ve yer bağımlılıklarını etkileyen önemli faktörleri barındırdığı bilinmektedir (Timothy & Boyd, 2003).

Küreselleşme, kentleşme ve modernleşme gibi süreçler, birçok tarihi ve kültürel değerün unutulmasına veya yok edilmesine neden olabilmektedir (UNESCO, 2003). Bu nedenle kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından turistlerin ziyaret ettikleri yerlerle olan bağlarının güçlendirilmesi ve bu bağlamda farkındalık oluşturulması büyük önem taşımaktadır (Ashworth & Graham, 2005). Yer kimliği, bu süreçte kültürel mirasın önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır (Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Ziyaretçiler, miras unsurlarını doğrudan deneyimledikçe destinasyonun kimliğini daha güçlü bir şekilde algılamakta ve bu bağlamda yerle olan duygusal bağları da derinleşmektedir (Poria, Reichel & Biran, 2006). Geçmişle kurulan bağ ve anlamlı deneyimler, bireylerin belirli bir mekâna ait hissetmelerine katkı sunmakta, özellikle destinasyonun benzersizliği ve kişisel deneyimlerin yoğunluğu yer bağımlılığını güçlendirmektedir (Ram, Björk & Weidenfeld, 2016). Yer kimliği ve yer bağımlılığı, bu açıdan birbirine bağlı iki önemli kavramdır. Yer kimliğini güçlü biçimde deneyimleyen bireyler, genellikle o mekâna karşı daha yüksek düzeyde bir bağlılık geliştirmektedir (Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2004a). Rasoolimanesh ve diğerleri (2017), yer aidiyeti yüksek olan bireylerin Dünya Miras Alanlarındaki turistik çekicilikleri olumlu algıladıklarını ve bu alanların korunmasına destek verdiklerini vurgulamıştır. Benzer şekilde Su, Hsu, & Swanson da (2017) bir destinasyonun kimliği korunduğunda turistlerin kültürel miras algısının güçlendiğini, aksi durumda ise bu algının zayıflayabileceğini ifade etmiştir. Bu doğrultuda bu çalışmanın temel araştırma sorusu, Kapadokya'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel mirasa yönelik algıları ile yer kimliği ve yer bağımlılığı algıları arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Bu kapsamda, Kapadokya'yı ziyaret eden yerli turistlere anket uygulanmış ve elde edilen bulgular, bu üç değişken arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmıştır.

Turizm literatüründe yer olgusu sıklıkla yer bağılılığı çerçevesinde ele alınmış olup (Sthapit, Björk & Coudouonaris, 2022) özellikle yer kimliği ile turizm desteği (Chen, Wang & Xu, 2017; Wang, Chen & Xu, 2019; Wang & Chen, 2015) ve yerel halkın turizm faaliyetlerine ilişkin algıları (Melubo & Lovelock, 2019; Yuan, Song, Chen & Shang, 2019; İşçi, Güzel & Ataberk, 2018; Liu, 2017) önemli araştırma konuları arasında yer almaktadır. Bununla birlikte yer kimliği üzerine yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu yerel halkın tutum ve algılarını incelerken (Atsız, Kahraman & Beşcanlar, 2022; Mancı, 2022), yer bağılılığı daha çok destinasyon aidiyeti bağlamında ele alınmaktadır (Bezirgan & Koç, 2014). Bu çalışma, mevcut literatürden farklı olarak yerli turistlerin yer bağılılığı boyutları arasında yer alan yer kimliği ve yer bağımlılığı düzeylerini Kapadokya gibi kültürel miras açısından zengin bir destinasyon özelinde ölçerek bu iki boyutun kültürel miras algısı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle

kültürel miras odaklı destinasyonlarda ziyaretçilerin mekâna ilişkin bilişsel ve duygusal bağlılık düzeyleri ile kültürel değerlere yükledikleri anlam arasında nasıl bir bağ kurdukları araştırılmaya değerdir. Literatürde Kapadokya özelinde yerli turistlerin yerle kurduğu bağların kültürel miras algısıyla ilişkisini ortaya koyan bütüncül bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu yönüyle araştırma hem kuramsal bir boşluğu doldurmayı hem de uygulayıcılara, yerel yönetimlere ve miras yönetimi paydaşlarına koruma-kullanma dengesini gözetten sürdürülebilir yaklaşımlar geliştirme konusunda pratik katkı sunmayı hedeflemektedir.

Kavramsal Çerçeve

Yer bağlılığı, ilk olarak çevresel psikoloji alanında literatüre kazandırılmış ve insanlar ile belirli yerler/mekânlar arasındaki duygusal bir bağ veya bağlantı şeklinde ifade edilmiştir (Hidalgo & Hernandez, 2001). Yer bağlılığı, birey ile yer/mekân arasındaki bağın temsil ederek (Stylos, Bellou, Andronikidis & Vassiliadis, 2017) sosyal bağların hangi ölçüde yer işlevi gördüğünü kapsamaktadır (Song & Soopramanien, 2019). Hummon (1992) yer bağlılığını, bir yere karşı tutumsal, duygusal bir tepki ve algılanan yakınlık olarak tanımlamıştır. Hidalgo & Hernandez'e göre (2001) yer bağlılığı kavramı, bağlanma teorisine dayanmakta ve işlevsel, somut faktörler ve/veya sosyal ilişkiler yoluyla ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu teoriye göre yer bağlılığı, bir kişi ile bir yer ya da mekân arasındaki bağ veya ilişki olarak değerlendirilmektedir (Trinanda, Sari, Cerya & Riski, 2022). İlgili literatürde yer bağlılığın, yer kimliği ve yer bağımlılığı olmak üzere iki farklı boyuttan oluştuğuna dair görüşler bulunmaktadır (Dwyer vd., 2019; Ram vd., 2016; Trinanda vd., 2022; Williams & Vaske, 2003).

Yer kimliği, bir yere duyulan sembolik ya da duygusal bağlılığı ifade etmektedir (Hwang, Lee & Chen, 2005). Yer kimliği kavramı, ilk kez Proshansky, Fabian & Kaminoff (1983) tarafından ele alınmış ve fiziksel çevre ile birey arasındaki bilişsel ilişki sonucunda oluşan öz kimliğin alt yapısı olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda yer kimliğinin çevreye ilişkin algı, kavrayış ve bilişlerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra yer kimliği boyutu, bireylerin yerle ilgili inançlarından, duygularından, düşüncelerinden, tutumlarından, değerlerinden ve ilgili yerin ekonomik, tarihsel ya da kültürel kaynaklarından da etkilenebilmektedir. İlgili literatürde yer kimliği, benlik teorisine dayandırılmakta ve bireyin bir fiziksel alanın üyesi olmasından kaynaklı oluşan benliği olarak tanımlanmaktadır (White, Virden & Van Riper, 2008). Breakwell (2001), yerlerin kimlik oluşumunda oldukça etkili olduğunu ifade etmiştir. Çünkü yerlerin, insanlar için anlamı, önemi ve değeri olan sembollere sahip olduğu bilinmektedir. Nitekim birey, bir yerle ilgili ilişki geliştirdiğinde o yerle ilgili özellikleri kendi kimliğine dâhil etmektedir. Kişinin kendini o yer içerisinde tanımlaması, o yerle ilgili bir durumun parçası gibi hissetmesi, bağ kurması bakımından önem arz etmektedir (Marzano, 2015). Dolayısıyla yerlerle kurulan bağların, kimlik gelişiminde aktif bir rol oynadığını söylemek mümkündür (Hidalgo & Hernandez, 2001).

Yer bağımlılığı, belirli bir yere işlevsel olarak bağlanmayı ifade etmektedir (Gross & Brown, 2008). Başka bir bakış açısına göre yer bağımlılığı, istenilen aktiviteler için gerekli sosyal ve fiziksel kaynaklara sahip olmanın önemini göstermektedir (Kyle, Bricker, Graefe & Wickham, 2004b). Yer bağımlılığı, insanların birtakım amaçlar için ortamın benzersizliğinin farkında olmaları olarak tanımlanmaktadır (Ramkissoon, Smith & Weiler, 2013). Kimi araştırmacılara göre yer bağımlılığı kavramı, insanların yerleri alternatiflere göre değerlendirdiği görüşünden türetilmiştir (Sthapit, Björk & Couduonaris, 2017). Kavramı literatüre kazandıran Stokols & Shumaker (1981) ise yer bağımlılığını, bireyin belirli bir yer ile etkileşimi sonucunda oluşan ilişkinin algılanma düzeyi olarak ifade etmiştir. Nitekim mevcut yerin kalitesi ve karşılaştırılabilir alternatiflerin göreceli kalitesi, insanların yer

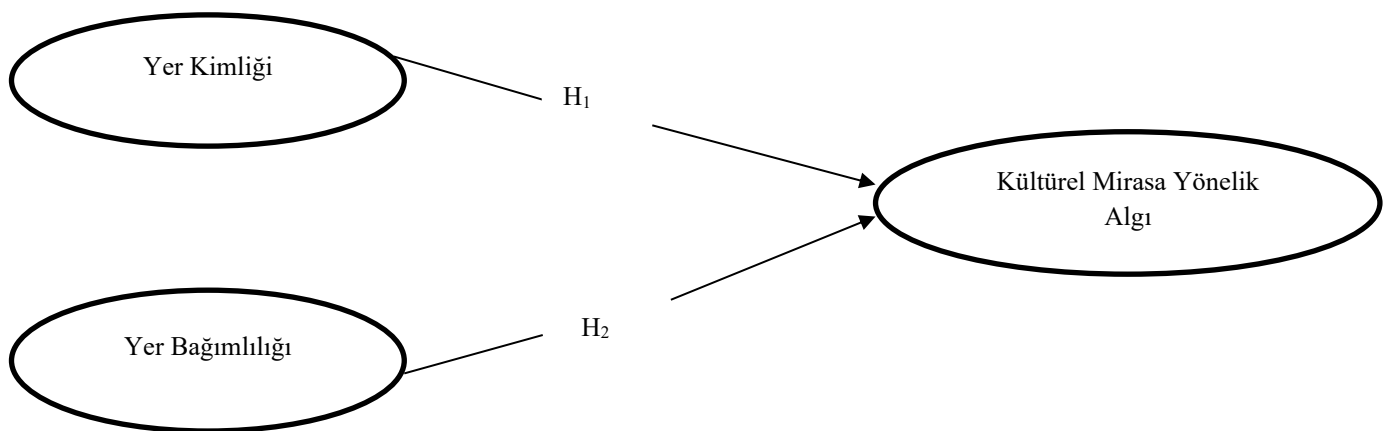
bağımlılığını belirleyen iki önemli unsur olarak ortaya çıkmaktadır (Stokols & Shumaker, 1981). Bu nedenle birçok araştırmacı yer bağımlılığını, belirli bir yerin insan ihtiyaçlarını karşılama derecesi olarak tanımlamaktadır (Gross & Brown, 2008; Tsai, 2016; Yuksel, Yuksel & Bilim, 2010). Yerin sürekli ya da sık kullanımı, yer bağımlılığı ile yer kimliği kavramlarını birbirine yakınlaştırmaktadır. Bu durum, ilgili yere ait olma duygusuna dönüşerek anlam kazanmakta ve bu sayede bir topluluğa ait olma duygusunu ortaya çıkarmaktadır (Vaske & Kobrin, 2001).

Yer bağılılığı konusunun özellikle turizm yönetiminde ve gelişiminde oldukça etkili olduğuna dair birtakım deneysel kanıtlar sunulmuştur (Wang & Chen 2015; Stylidis 2018; Guo, Zhang & Zheng, 2018; Dwyer, Chen & Lee, 2019). Bunun yanı sıra İşçi ve diğerleri (2018), yer bağılılığı ve kültürel miras arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bir destinasyonda yüksek yer bağılılığına sahip olan yerel halkın o destinasyondaki kültürel miras kaynaklarını korumaya yönelik olumlu tutum geliştirdiklerini tespit etmiştir. Ayrıca ilgili literatürde az sayıda da olsa yer bağılılığının boyutları olan yer kimliği ve yer bağımlılığı konularını turizm alanında inceleyen çalışmalar olduğu görülmektedir (Buzlukçu & Avcıkurt, 2020). Bu bağlamda Wang & Chen (2015), yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumunda yer kimliğinin aracılık ettiğini tespit etmiştir. Buzlukçu & Avcıkurt (2020), yer kimliğinin ve topluluğa bağılılığının yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarını incelemiş ve anlamlı bir etki bulmuştur. Atsız ve diğerleri (2022), kırsal destinasyonda yaşayan yerel halk üzerinde yer kimliği boyutları ile turizme verilen destek arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Mevcut çalışmalardan farklı olarak Hallak, Brown & Lindsay (2012), yer kimliğinin turizm işletmesi sahiplerinin girişimcilik performansı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Ginting, Rahman & Nasution (2018), yerel halk ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin yer kimliği düzeylerini incelemiş ve buna bağlı olarak bir turizm gelişim programı önerisinde bulunmuştur. Sthapit ve diğerleri (2022), unutulmaz helal turizmi deneyiminin yer bağılılığına etkisini incelemiştir. Bu çalışma kapsamında yer bağılılığının boyutları olan yer kimliği ve yer bağımlılığını dikkate alınmış ve araştırma, turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. İlgili literatüre dayanarak bu çalışmada sınanmak amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Yer kimliği turistlerin kültürel mirasa yönelik algılarını etkilemektedir.

H2: Yer bağımlılığı turistlerin kültürel mirasa yönelik algılarını etkilemektedir.

Öne sürülen hipotezlere ilişkin araştırma modeli, Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Yöntem

Çalışmada yer kimliğinin ve yer bağımlılığının turistlerin kültürel mirasa yönelik algılarını olumlu anlamda etkileyip etkilemediğini ölçmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden biri olan yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Bu yöntemle ilgili olarak anket tekniği ile veriler toplanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırma modeline bağlı olarak geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla bir anket formu oluşturulmuştur. Hazırlanan form, üç farklı bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde Gross & Brown (2008) ile Yuksel ve diğerleri (2010) tarafından oluşturulan ve Sthapit ve diğerlerinin (2022) çalışmasında kullanılan 8 ifadeden oluşan yer kimliği ve yer bağımlılığı ölçeği yer almaktadır. İkinci bölümde beş ifadeden oluşan Chui, Rahim, Khan, Cheng & Hassan'ın (2011) çalışmasından uyarlanan kültürel miras algısı ölçeği bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise katılımcıların demografik bilgilerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Yer kimliği ve yer bağımlılığı ile kültürel miras algısı ölçekleri 5'li Likert tipi ölçek (1=Kesinlikle katılmıyorum; ...; 5=Kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür. Ölçek ifadeleri Türkçe diline çevrilmiş ve alanında uzman üç araştırmacının görüşüne gönderilmiştir. Yapılan geri bildirimler sonucunda veri toplama aracında yer alan tüm ifadelerin aynı şekilde kullanılmasına karar verilmiştir. Ayrıca çalışmanın gerçekleştirilmesi için Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 26.11.2024 tarih ve 2024.11.288 sayılı toplantı ile "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Veri Toplama Süreci

Araştırma, 1-15 Mart 2025 tarihleri arasında Nevşehir ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini, bu dönemde Kapadokya bölgesini ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Zamansal kısıtlar nedeniyle verilerin toplanmasında olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Veri toplama süreci hem yüz yüze hem de çevrim içi anket uygulamalarıyla yürütülmüştür. Analiz sürecine dahil edilen toplam 255 geçerli anket bulunmaktadır. Alan araştırmasının tek araştırmacı tarafından yürütülmesi, anketlerin büyük çoğunluğunun yüz yüze uygulanması, katılımcıların turistik faaliyetleri sırasında araştırmaya zaman ayırma konusundaki isteksizlikleri ve erişim sınırlılıkları örneklem sayısının görece düşük kalmasına neden olmuştur.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, en küçük kareler yöntemini temel alan SmartPLS yazılımı ile analiz edilmiştir. SmartPLS analiz tekniği için örneklem hacmi ile ilgili kesin bir kural bulunmamakla birlikte bu yazılım küçük örneklem büyüklüklerinde yapısal eşitlik modeli (SEM) analizlerini gerçekleştirebilme avantajı sunmaktadır (Hair, Sarstedt, Ringle & Mena, 2012). Ayrıca bazı çalışmalarda örneklem hacminin görece küçük olduğu durumlarda SmartPLS'nin tercih edildiği belirtilmektedir (Bisbe, Batista-Foguet & Chenhall, 2007; Smith, 2015). Bu bağlamda, araştırmada elde edilen örneklem sayısı analiz için yeterli kabul edilmiştir.

Araştırmada yer kimliği, yer bağımlılığı ve kültürel miras algısı gibi yapılar, literatürde yaygın olarak reflektif ölçüm şeklinde modellenen yapılar olarak değerlendirilmektedir (Hair vd., 2012; Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt, Ringle, & Ryu, 2018). Bu bağlamda her bir yapı, belirli bir kavramın yansıması olan bir dizi maddeyle ölçülmektedir. Dolayısıyla analiz sürecinde reflektif model kriterleri dikkate alınmış ve faktör yüklemeleri, güvenilirlik ile geçerlilik ölçütleri bu modele uygun şekilde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada ilk olarak, katılımcıların demografik özellikleri analiz edilmiştir. Daha sonra, anket formunda yer alan ifadelerin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla faktör yüklemeleri hesaplanmıştır. Ayrıca yakınsak geçerliliği test etmek için Bileşik Güvenilirlik (Composite Reliability-CR), Ortalama Varyans Açıklaması (Average Variance Extracted-AVE) ve Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Son aşamada yapısal model analizi gerçekleştirilerek hipotezler test edilmiştir.

Bulgular

Bu araştırmada veriler, SmartPLS 4 kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler için öncelikle Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) uygulanmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi, bir veya daha fazla bağımsız değişken ile bir veya daha fazla bağımlı değişken arasındaki ilişkiler dizisini test etme amacıyla kullanılmaktadır (Gürbüz & Şahin, 2017, s. 337). Araştırma, yer kimliği ve yer bağımlılığının turistlerin kültürel miras algısını olumlu yönde etkileyip etkilemediğini ölçmek amaçlamaktadır.

Tablo 1, araştırmaya katılan bireylerin genel özellikler hakkında bilgi sunmaktadır. Bu bağlamda katılımcıların (n: 255) %56,1'inin erkek (143), %43,9'unun kadın (112) bireylerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında %8,6'sı (22) 25 yaş ve altı, %25,5'i (65) 26-35 yaş aralığında, %34,9'u (89) 36-45 yaş aralığında, %22'si (56) 46-55 yaş aralığında ve %9'u (23) 56 yaş ve üzeri şeklindedir. Medeni durumlarına göre katılımcıların %48,6'sı (124) bekar, %51,4'ü (131) evlidir. Ayrıca katılımcıların %46,3'ünün (118) lisans düzeyinde eğitim aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n: 255)

Demografik Değişkenler	Kategori	Frekans Değeri	Yüzde
Cinsiyet	Male	143	56.1
	Female	112	43.9
Yaş	25 yaş ve altı	22	8.6
	26-35 yaş	65	25.5
	36-45 yaş	89	34.9
	46-55 yaş	56	22
	56 yaş ve üstü	23	9
Medeni Durum	Bekar	124	48.6
	Evli	131	51.4
Eğitim Durumu	İlköğretim	10	3.9
	Lise	47	18.4
	Ön Lisans	47	18.4
	Lisans	118	46.3
	Lisansüstü	33	12.9
Toplam		255	100

Analizler, Hair Black, Babin, Anderson & Tatham (2006) tarafından belirtilen değerler dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla öncelikle yapısal eşitlik modelinin ilk aşaması olan ölçüm modeli test edilmiştir. Ölçüm modeli faktör yükleri, iç tutarlılık değerlendirmesi, bileşik güvenilirlik ve yakınsak geçerlilik gibi yansıtıcı ölçüm modelinin değerlendirilmesini içermektedir (Hair vd., 2006). Araştırmanın ölçüm modeline ilişkin sonuçlar, Tablo 2'de yer almaktadır. Sarstedt, Ringle, & Hair' e göre (2017) faktör yüklerinin 0.7'den büyük olması gerekmektedir. Bu nedenle, faktör yükü 0.7'nin altında olan ifadeler analizden çıkarılmış ve yalnızca 0.7'nin üzerinde faktör yüküne sahip ifadelerle analizlere devam edilmiştir. Bu doğrultuda, yakınsak geçerliliğin sağlandığı ifade etmek mümkündür.

Çalışmada, yapısal güvenilirlik, Cronbach's Alfa (CA) ve bileşik güvenilirlik (CR) ile test edilmiştir. Hair ve diğerlerine göre (2006), Cronbach's Alfa (CA) katsayısı ve bileşik güvenilirlik (CR) değerlerinin 0.7'den büyük olması kabul edilebilir bir düzeydir. Tablo 2 incelendiğinde, bu katsayıların belirtilen seviyenin üzerinde olduğu görülmektedir. Böylece araştırmanın yapı geçerliliğinin sağlandığı söylemek mümkündür. Ayrıca, Hair ve diğerlerine göre (2006) ortaya çıkan ortalama varyans (AVE) değerlerinin 0.5'ten büyük olması gerekmektedir. Tablo 2, araştırmanın AVE değerlerinin 0.5'ten büyük olduğu ve eşik değerlerini aştığını göstermektedir. Bu durum, yakınsak geçerliliğin de sağlandığının bir kanıtıdır.

Tablo 2. Ölçüm Modeli Sonuçları

Değişkenler	İfadeler	Faktör yükleri	Cronbach's Alfa	rho_a	CR	AVE
Kültürel mirasa yönelik algı	Kapadokya bölgesi, kendine özgü kültürel geleneğe sahiptir.	0.929	0.955	0.955	0.965	0.846
	Kapadokya bölgesi, kültürel mirasını korumaya değer bir yerdir.	0.902				
	Kapadokya bölgesi, uluslararası kültür açısından önemlidir.	0.926				
	Kapadokya bölgesindeki yapılar otantikdir (özgündür).	0.905				
	Kapadokya bölgesi, kültürel değerlerini koruyarak ziyaretçi ağırlayabilir.	0.937				
Yer bağımlılığı	Kapadokya bölgesinde tatil yapmak, benim için başka destinasyonlarda tatil yapmaktan daha önemlidir.	0.892	0.940	0.944	0.957	0.848
	Kapadokya bölgesi, tatillerimde yapmayı sevdiğim şeyler için en iyi destinasyondur.	0.914				
	Kapadokya bölgesinde yaşadığım deneyimi başka hiçbir destinasyonla değiştirmem.	0.952				
	Benzer bir destinasyonu ziyaret etmektense Kapadokya bölgesinde tatil yapmaktan daha fazla memnuniyet duyarım.	0.925				
Yer kimliği	Kapadokya bölgesi benim için çok özel bir yer.	0.916	0.940	0.941	0.957	0.847
	Kendimi Kapadokya bölgesi ile özdeşleştiririm.	0.944				
	Kapadokya bölgesinde tatil yapmak benim için çok şey ifade eder.	0.934				
	Kapadokya bölgesine çok bağlıyım.	0.887				

Çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki temel ilişkilerin ve doğrusal bağlantıların incelenmesi amacıyla korelasyon matrisi oluşturulmuştur. Analiz sonuçları, Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi ve Doğrusallık Değerlendirmesi

	KMYA	YB	YK
KMYA	1.000	0.794	0.883
YB	0.794	1.000	0.919
YK	0.883	0.919	1.000

Elde edilen sonuçlara göre Kültürel Mirasa Yönelik Algı ile Yer Bağımlılığı arasındaki korelasyon 0.794, Kültürel Mirasa Yönelik Algı ile Yer Kimliği arasındaki korelasyon 0.883 ve Yer Bağımlılığı ile Yer Kimliği arasındaki korelasyon ise 0.919 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler, değişkenler arasında güçlü ve pozitif doğrusal ilişkilerin

varlığını göstermektedir. Özellikle Yer Bağımlılığı ile Yer Kimliği arasındaki yüksek korelasyon, kavramsal olarak birbirine yakın iki yapının ölçümlerinde beklenen bir durumdur. Ayrıca korelasyon katsayılarının 1'e yaklaşmaması, yapılar arasında anlamlı bir ayrışmanın olduğunu ve çoklu bağlantı sorunlarının olmadığını göstermektedir (Sarstedt vd., 2017). Bu bağlamda modelde kullanılan değişkenler arasındaki doğrusal ilişki varsayımının sağlandığını ve yapısal model analizlerinin güvenilir temellere dayandığını söylemek mümkündür.

Çalışmada ayrışma geçerliliğinin değerlendirilmesi için Fornell-Larcker kriteri uygulanmıştır. Bu kriterde, her yapının Ortalama Varyans Açıklığı (AVE) değerinin karekökü, diğer yapılarla olan korelasyonlarından daha yüksek olmalıdır (Fornell & Larcker, 1981). Tablo sonuçlarına göre “Kültürel Mirasa Yönelik Algı” değişkeninin AVE karekökü 0.920 olup “Yer Bağımlılığı” (0.795) ve “Yer Kimliği” (0.883) ile olan korelasyonlarından büyüktür. Benzer şekilde “Yer Bağımlılığı” ve “Yer Kimliği” değişkenlerinin AVE karekökleri de sırasıyla 0.921 ve 0.921 değerlerinde olup diğer yapılarla olan korelasyonlarının üzerindedir. Bu durum, modelde yer alan yapılar arasında yeterli düzeyde ayrışma geçerliliğinin bulunduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle her bir yapı, kendine ait değişkenlerle diğer yapılardan açık şekilde ayrılmaktadır. Fornell-Larcker kriteri, ölçüm modelinin geçerlilik testlerinde yaygın olarak kullanılan güvenilir bir yöntemdir (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2019). Fornell & Larcker (1981) kriterlerine göre Tablo 4'teki ayrışma geçerliliği değerleri incelendiğinde bu değerlerin istenilen seviyede olduğu görülmektedir. Bu değerler Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 4. Fornell-Larckel Kriterlerine Göre Ayrışma Geçerliliği

Değişkenler	Kültürel mirasa yönelik algı	Yer bağımlılığı	Yer kimliği
Kültürel mirasa yönelik algı	0.920		
Yer bağımlılığı	0.795	0.921	
Yer kimliği	0.883	0.919	0.921

Çalışmada ölçeklerin ayrışma geçerliliğini değerlendirmek amacıyla ayrıca Heterotrait-Monotrait (HTMT) oranları da hesaplanmıştır. HTMT, Fornell-Larcker kriteri gibi yapılar arasındaki farklılığı ölçen, ancak daha modern ve güvenilir olduğu kabul edilen bir yöntemdir (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015). Elde edilen HTMT değerleri Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. HTMT Kriterlerine Göre Ayrışma Geçerliliği

Değişkenler	Kültürel mirasa yönelik algı	Yer bağımlılığı	Yer kimliği
Kültürel mirasa yönelik algı		0.837	0.931
Yer bağımlılığı			0.938
Yer kimliği			

Tablo 5'te görüldüğü üzere “Kültürel Mirasa Yönelik Algı” ile diğer yapılar arasında HTMT değerleri 0.90'ın altında olup, bu durum söz konusu yapılar arasında yeterli derecede ayrışma olduğunu göstermektedir. Ancak “Yer Bağımlılığı” ve “Yer Kimliği” değişkenleri arasındaki HTMT değeri 0.938 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, literatürde önerilen klasik sınırların (0.85-0.90) üzerindedir ve bu durum ilk etapta yapılar arasında ayrışma geçerliliği sorununu işaret edebilmektedir. Ancak literatürde HTMT için önerilen katı eşik değerlerinin bağlama göre esnetilmesi gerektiği yönünde önemli görüşler bulunmaktadır. Franke & Sarstedt (2019), özellikle sosyal bilimlerde kavramsal olarak birbirine yakın veya iç içe geçmiş yapılar için HTMT eşik değerinin 0.95'e kadar tolere edilebileceğini belirtmektedir. Ayrıca Sarstedt, Avkiran & Ringle (2022) güncel çalışmalarında HTMT'nin

kavramsal benzerliği yüksek yapılar için “esnek bir sınır” olarak değerlendirilmesinin metodolojik açıdan uygun olduğunu savunmuşlardır. Bu bağlamda “Yer Bağımlılığı” ve “Yer Kimliği” kavramlarının teorik olarak yoğun bir örtüşme ve karşılıklı etkileşim içinde olduğu sosyal bilimler literatüründe sıkça vurgulanmaktadır (Ramkissoon vd., 2013). Dolayısıyla yüksek HTMT değeri bu yapılar arasındaki kavramsal yakınlığın doğal bir sonucudur ve modelin yapısal bütünlüğünü zedelemekten bu iki yapının ölçümünde bir ilişki varlığını ortaya koymaktadır. Ayrıca Fornell-Larcker kriterine göre her yapının Ortalama Varyans Açıklığı (AVE) karekökü, diğer yapılarla olan korelasyonlarından daha yüksek çıkmış ve böylece ölçüm modelinde genel anlamda kabul edilebilir bir ayırma geçerliliği olduğu desteklenmiştir. Bu nedenle HTMT yüksekliğinin sadece teorik ve kavramsal ilişki temelli bir durum olduğu ve ölçüm modelinin genel geçerliliğini bozmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çapraz yükler tablosu, her bir ölçüm maddesinin ait olduğu yapı ile diğer yapılara olan faktör yüklerini karşılaştırarak ayırma geçerliliğinin değerlendirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Sarstedt vd., 2017). Söz konusu faktör yükleri, Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Çapraz Yükler Tablosu ve Ayırma Geçerliliği

	KMYA	YB	YK
KMYA1	0.928	0.764	0.819
KMYA2	0.902	0.692	0.780
KMYA3	0.927	0.702	0.819
KMYA4	0.904	0.746	0.796
KMYA5	0.938	0.750	0.847
YB1	0.675	0.892	0.787
YB2	0.707	0.914	0.838
YB3	0.769	0.952	0.882
YB4	0.769	0.925	0.872
YK2	0.794	0.856	0.944
YK3	0.831	0.878	0.934
YK4	0.776	0.877	0.887
YK1	0.848	0.776	0.916

Tablo 6’ya bakıldığında tüm maddelerin kendi yapılarına yüksek faktör yükleriyle (genellikle 0.70 üzeri) yüklendiği görülmektedir. Örneğin, KMYA1 maddesi, “Kültürel Mirasa Yönelik Algı” yapısına 0.928 yük verirken diğer yapılara olan yükleri sırasıyla 0.764 ve 0.819’dur. Benzer şekilde YB3 maddesi, “Yer Bağımlılığı” yapısına 0.952 yük verirken diğer yapılara olan yükleri 0.769 ve 0.882’dir. Her ne kadar bazı maddelerin diğer yapılara verdiği yükler görece yüksek olsa da kendi yapısına olan yüklerin genel olarak daha yüksek olduğu ve ayırma geçerliliğinin sağlandığı söylenebilir. Bu durum özellikle “Yer Kimliği” ile “Yer Bağımlılığı” gibi kavramsal olarak yakın yapıların varlığı dikkate alındığında beklenen ve literatürde de desteklenen bir durumdur (Ramkissoon vd., 2013). Dolayısıyla çapraz yükler analizi, bu çalışmada yer alan yapıların birbirinden ayırt edilebilir olduğunu göstermekte ve ayırma geçerliliği konusunda destek sağlamaktadır.

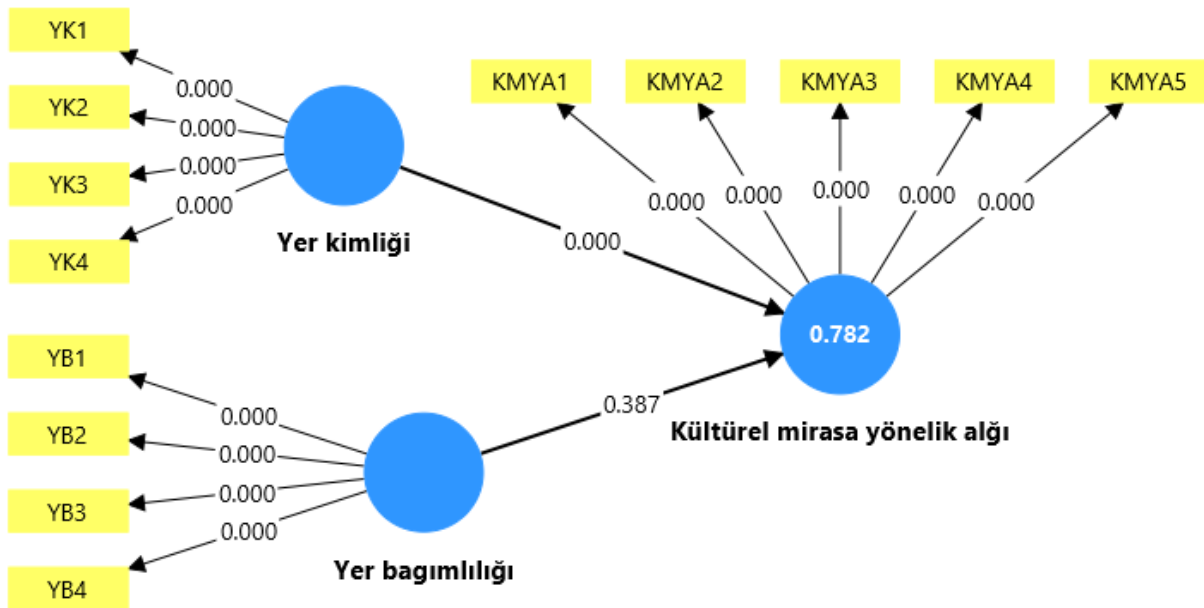
Yapısal modeldeki ilişkilerin istatistiksel anlamlılığını test etmek amacıyla PLS bootstrapping prosedürü uygulanmıştır. Bu analizde 5000 örnekleme ile yapılan tekrarlar sonucunda, yol katsayılarının (path coefficients), t-değerlerinin, p-değerlerinin ve güven aralıklarının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı değerlendirilmiş ve sonuçlara Tablo 7’de değinilmiştir.

Tablo 7. Gözlem Maddelerine Ait Faktör Yükleri ve %95 Güven Aralıkları (Bootstrapping Sonuçları)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
KMYA1 <- KMYA	0.928	0.928	0.894	0.954
KMYA2 <- KMYA	0.902	0.901	0.858	0.937
KMYA3 <- KMYA	0.927	0.927	0.891	0.958
KMYA4 <- KMYA	0.904	0.904	0.857	0.939
KMYA5 <- KMYA	0.938	0.937	0.906	0.962
YB1 <- YB	0.892	0.891	0.840	0.932
YB2 <- YB	0.914	0.914	0.885	0.940
YB3 <- YB	0.952	0.952	0.936	0.965
YB4 <- YB	0.925	0.925	0.890	0.952
YK2 <- YK	0.944	0.944	0.922	0.961
YK3 <- YK	0.934	0.934	0.908	0.954
YK4 <- YK	0.887	0.886	0.843	0.922
YK1 <- YK	0.916	0.916	0.889	0.941

Yansıtıcı ölçüm modellerinde (reflective measurement model) yer alan tüm gözlenen değişkenlerin faktör yüklerinin t istatistikleri ve %95 güven aralığı değerleri incelendiğinde, tüm yüklerin anlamlı olduğu ($p < 0.001$) ve güven aralıklarının sıfırı içermediği görülmektedir. Bu bulgu, gözlenen değişkenlerin ilgili yapıyı yeterli düzeyde temsil ettiğini ve ölçüm modelinin güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir.

Yapısal eşitlik modelinin ikinci aşaması olan yol analizi, yer kimliği ve yer bağımlılığının turistlerin kültürel mirasa yönelik algılarını olumlu yönde etkileyip etkilemediğini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Şekil 2 ve Tablo 8, yol analizi sonuçlarını detaylı bir şekilde göstermektedir.

**Şekil 2.** Yol Analizi Sonuçları

Yapısal modelde, Yer Kimliği (YK) ve Yer Bağımlılığı (YB) değişkenlerinin Kültürel Mirasa Yönelik Algı (KMYA) üzerindeki etkileri incelenmiştir. Modelin R^2 değeri 0.782 olup bu sonuç KMYA değişkenindeki varyansın %78.2'sinin YK ve YB değişkenleri tarafından açıklandığını göstermektedir. Bu değer, modelin oldukça yüksek bir açıklayıcılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 8. Yol Analizi Testi Sonuçları

	β	S.d	t	p	R-square	Hipotezler
Yer bağımlılığı -> Kültürel mirasa yönelik algı	-0.110	0.127	0.865	0.387	0.550	H ₂ - Ret
Yer kimliği -> Kültürel mirasa yönelik algı	0.984	0.118	8.360	0.000	0.439	H ₁ - Kabul

Modeldeki yol katsayılarının anlamlılığı bootstrapping analizi ile test edilmiştir ve sonuçlar, Tablo 8’de açık bir şekilde belirtilmiştir. Buna göre;

- Yer Kimliği → KMYA yönündeki yol katsayısı 0.984 olup bu yol için t-istatistiği 8.360 ve p-değeri 0.000’dır. Bu sonuç, ilgili ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve H2 hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.
- Yer Bağımlılığı → KMYA yol katsayısı -0.110 olup t-istatistiği 0.865 ve p-değeri 0.387’dir. Bu sonuç, ilgili ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını ve H1 hipotezinin reddedildiğini göstermektedir.

Elde edilen hipotez testi sonuçlarına göre kültürel mirasa yönelik algıyı anlamlı düzeyde etkileyen tek değişken yer kimliğidir. Yer bağımlılığı değişkeni ise bu yapıyı anlamlı şekilde açıklayamamaktadır. Bu durum, bireylerin yerle olan duygusal ve psikolojik bağlarının (yer kimliği) kültürel mirasa yönelik algı üzerinde daha belirleyici olduğunu, ancak fiziksel bağlılık ya da alışkanlık düzeyindeki yer bağımlılığının tek başına yeterli olmadığını düşündürmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, yer kimliği ve yer bağımlılığının turistlerin kültürel mirasa yönelik algı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Yapılan analizler, yer kimliğinin turistlerin kültürel mirasa yönelik algıları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki oluşturduğunu, ancak yer bağımlılığının bu algı üzerinde anlamlı bir etki oluşturmadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, literatürde yer kimliğinin destinasyon algısını ve turistlerin tutumlarını şekillendirdiğine dair yapılmış daha önceki çalışmalarla uyumludur (Kyle vd., 2004a; Yuksel vd., 2010). Yer kimliği, bireylerin bir destinasyon ile kurdukları duygusal bağın ve aidiyet hissinin bir göstergesi olarak turistlerin destinasyondaki kültürel mirasa yönelik algılarını güçlendirebilmektedir (Ramkissoon vd., 2013). Bu bağlamda Kapadokya örneğinde olduğu gibi turistlerin bir destinasyonu kimliklerinin bir parçası olarak benimsemeleri, onların o destinasyondaki kültürel miras değerlerini daha fazla takdir etmelerine ve bu değerlere yönelik farkındalıklarının artmasına katkıda bulunabilir.

Öte yandan araştırmadan elde edilen bulgularda yer bağımlılığının kültürel mirasa yönelik algı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmaması dikkat çekicidir. Yer bağımlılığı, turistlerin tatil tercihleri ve destinasyonun eğlence olanakları ile turistik aktivitelere yönelik deneyimler açısından ne kadar uygun olduğu ile ilgilidir (Williams & Vaske, 2003). Ancak bu bağımlılığın, turistlerin kültürel miras algısını güçlendirecek düzeyde duygusal ve bilişsel bağlar oluşturmadığı görülmektedir. Destinasyon bağımlılığının genellikle tatil alışkanlıkları ve aktivitelerle ilişkili olması, turistlerde kültürel mirasa yönelik bilinçli bir algı oluşturma konusunda yetersiz kalabilmektedir (Tsai, 2012). Elde edilen bu bulgu, Kapadokya gibi kültürel miras açısından zengin bir destinasyonda turistlerin hissettikleri bağımlılığın her zaman kültürel mirasa duyarlılık geliştirecekleri anlamını taşımadığını göstermektedir. Nitekim bölgeye yönelik bağımlılığın genellikle benzersiz konaklama deneyimleri (mağara oteller gibi), sıcak hava balonu turları ve açık hava aktiviteleri gibi unsurlara dayandığı söylenebilir. Mevcut destinasyon bağımlılığın kültürel mirasa yönelik algıyı doğrudan etkilememesi, turistlerin bölgeye yönelik bağımlılığının çoğunlukla doğal güzellikler ve

deneyimsel aktiviteler özelinde kalmasından kaynaklanıyor olabilir. Özellikle Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin büyük bir kısmının, bölgenin tarihi ve kültürel mirasını keşfetmek yerine sosyal medya paylaşımlarına yönelik görsel ve deneyimsel yönleri ön planda tutan ziyaretler gerçekleştirdikleri (Belber & Eker, 2022) söylenebilir. Nitekim bu durum, destinasyon bağımlılığının kültürel miras algısını güçlendirme konusunda yeterince etkili olmamasını açıklayacaktır. Aynı zamanda kültürel miras bilincini artırmaya yönelik daha bilinçli pazarlama stratejileri ve deneyim tasarımlarına duyulan ihtiyacı da ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular, destinasyon kimliği ile kültürel miras algısı arasındaki bağın, turistik deneyimlerin sürekliliği ve destinasyonla kurulan kişisel ilişkinin derinliği ile şekillendiğini de destekler niteliktedir. Bu kapsamda yapılan çalışmalar (Lee, Kyle & Scott, 2012; Prayag & Ryan, 2012), turistlerin ilgili destinasyonla daha kuvvetli bir kimlik bağı oluşturdıklarında o destinasyonun kültürel ve tarihi değerlerine daha fazla ilgi gösterdiklerini belirtmektedir. Dolayısıyla Kapadokya özelinde de yer kimliğinin güçlenmesi, turistlerin bölgedeki kültürel miras unsurlarını daha fazla benimsemelerine ve koruma bilincini geliştirmelerine katkı sağlayabilecektir.

Destinasyon kimliği ile kültürel miras algısı arasında ortaya çıkan bu ilişki, araştırmanın sonuçlarının çok boyutlu değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Nitekim araştırma sonuçları, hem literatür hem de destinasyon yöneticileri ve turizm politikaları geliştiren paydaşlar için önemli ipuçları sunmaktadır. Araştırma, yer kimliği ile kültürel miras algısı arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyarak turistlerin bir destinasyonla özdeşleşme düzeylerinin, o destinasyonun kültürel mirasını nasıl algıladıkları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermesi açısından ilgili literatürü desteklemektedir. Aynı zamanda araştırma, yer bağımlılığı ile kültürel miras algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını ortaya koyarak destinasyon bağımlılığı kavramının, her zaman kültürel miras bilinci ile örtüşmeyebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla Kapadokya gibi kültürel miras açısından zengin bir destinasyon özelinde yapılan bu araştırma, bölgenin turistler tarafından nasıl algılandığı ile ilgili olan literatüre katkı sunmaktadır. Turistlerin Kapadokya ile kurdukları kimlik bağının, bölgedeki kültürel mirası daha fazla takdir etmelerini sağladığını ortaya koyarak destinasyon kimliği ve kültürel miras arasındaki dinamikleri açıklayan çalışmalara bir örnek teşkil etmektedir. Ayrıca araştırma, turizm literatürü ile kültürel miras algısı literatürünü birleştirerek destinasyon pazarlaması, kültürel miras yönetimi ve turist davranışları alanlarındaki teorik çıkarımlara da olanak tanımaktadır. Bu yönüyle farklı disiplinlerdeki araştırmacılar için faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma, destinasyon yöneticilerine, turistlerin o bölgeye ait kimlik duygularını pekiştirecek pazarlama stratejileri geliştirmeleri gerektiğini önermektedir. Kapadokya gibi kültürel mirası güçlü bölgelerde yer kimliği algısını artırıcı reklam kampanyaları, kültürel ve tarihi unsurların ön plana çıkarıldığı tanıtımlar, bölgeye özgü deneyim odaklı etkinlikler düzenlemek, turistlerin bu kimlikle özdeşleşmesini kolaylaştırabilir. Araştırmanın bulguları, bölgeye özgü kimliğin, turistlerin deneyimlerini ve algılarını şekillendirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla Kapadokya gibi bölgesel kimliği güçlü olan destinasyonlarda yerel halkın, işletmelerin ve turizm profesyonellerinin yer kimliğini vurgulayan ortak bir vizyon geliştirmeleri önerilmektedir. Yerel kültürün, geleneksel zanaatların, mutfağın ve yaşam tarzının tanıtılması, turistlerin bölgeyle daha güçlü bir bağ kurmalarını sağlayacaktır. Bununla birlikte turistlerin bölgeyle olan bağlarını daha derinleştirecek kişiselleştirilmiş deneyimlerin sunulması da kültürel miras algısını güçlendirerek turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmelerini sağlayabilecektir.

Araştırmanın bulgularının uygulanabilirliğini değerlendirmenin yanı sıra kapsamı ve yöntemine ilişkin bazı sınırlılıkların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Araştırma, Kapadokya bölgesinde sınırlı bir örneklem

üzerinde yapılmıştır. Bu örneklem büyüklüğü, araştırmanın genel geçerliliğini sınırlayabilir. Özellikle daha geniş bir coğrafi alanda yapılan benzer çalışmalarla karşılaştırıldığında, Kapadokya'nın yerel özelliklerine odaklanması, genel sonuçların tüm turizm destinasyonları için geçerli olup olmadığı konusunda belirsizlik yaratabilir. Ayrıca, örneklemdeki katılımcıların yalnızca yerli turistlerden oluşması sonuçların belirli bir turist grubuna özgü olmasına yol açabilir. Araştırmada, belirli bir dönemde yapılan anketlerle veriler toplanmıştır. Zaman kısıtlamaları nedeniyle mevsimsel değişiklikler veya turizm aktivitelerinin farklı zaman dilimlerindeki etkisi göz ardı edilmiştir. Kapadokya gibi popüler turistik bir destinasyon, farklı mevsimlerde farklı turist profillerine sahip olabilmektedir ve bu durum yer kimliği, yer bağımlılığı ve kültürel miras algısını etkileyebilir. Gelecekte, farklı kültürel ve coğrafi destinasyonlarda benzer araştırmalar yapılabilir. Özellikle kültürel mirası güçlü olan diğer bölgelerde yapılan karşılaştırmalı çalışmalar, yer kimliği ve kültürel miras algısının evrensel mi yoksa bölgesel faktörlere mi bağlı olduğunu ortaya koyabilir. Yer kimliği ve yer bağımlılığının kültürel miras algısını daha derinlemesine ölçmek amacıyla anket yönteminin yanı sıra nitel araştırma yöntemleri (derinlemesine mülakat veya odak grup görüşmeleri gibi) kullanılabilir. Bu yöntemlerin, turistlerin duygusal bağlarını, düşüncelerini ve algılarını daha net bir şekilde anlamak için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Beyan

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izni Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 26.11.2024 tarih ve 2024.11.288 sayılı toplantı ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Alcindor, M., Jackson, D., & Alcindor-Huelva, P. (2021). Heritage places and the place attachment of adolescents: The case of the Castelo of Vila Nova de Cerveira (Portugal). *Journal of Rural Studies*, 88, 410-421.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International journal of contemporary hospitality management*, 30(1), 514-538.
- Ashworth, G. J., & Graham, B. (2005). *Senses of Place: Senses of Time*. Routledge.
- Atsız, O., Kahraman, O. C., & Beşcanlar, S. (2022). Kırsal destinasyonda yerel halkın yer kimliği algısının turizmin gelişimine desteği: İkamet edilen sürenin rolü. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 5(2), 190-203.
- Belber, B. G., & Eker, S. (2022). Sosyal medyanın destinasyon tercihine etkisi: Kapadokya örneği. *Yeni Medya*, 2022(12), 205-233.
- Bezirgan, M., & Koç, F. (2014). Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda Adası örneği. *Journal of International Social Research*, 7(34), 917-928.
- Bisbe, J., Batista-Foguet, J. M., & Chenhall, R. (2007). Defining management accounting constructs: A methodological note on the risks of conceptual misspecification. *Accounting, organizations and society*, 32(7-8), 789-820.

- Breakwell, G. M. (2001). Mental models and social representations of hazards: the significance of identity processes. *Journal of Risk Research*, 4(4), 341-351.
- Buzlukçu, C., & Avcıkurt, C. (2020). Yavaş şehirlerde yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılıklarının sürdürülebilir turizm tutumlarına etkisi: Seferihisar’da bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (43), 117–138.
- Chen, S., Wang, S., & Xu, H. (2017). Influence of place identity on residents’ attitudes to dark tourism. *Journal of China Tourism Research*, 13(4), 338-356.
- Chui, C. T. B., Rahim, F. H. A., Khan, N. R. M., Cheng, C. S., & Hassan, F. H. (2011). Assessing tourists’ attitude towards responsible cultural heritage tourism in Melaka: Development and validation of responsible heritage tourism scale. *IEEE Colloquium on Humanities, Science and Engineering Research (CHUSER 2011)*, Dec 5-6, 497-502.
- Dwyer L. Chen N., & Lee J. (2019). The role of place attachment in tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 645-652.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Franke, G. R., & Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: A comparison of four procedures. *Internet Research*, 29(3), 430-447.
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Nasution, A. D. (2018). Distinctiveness, continuity, self-esteem, & self-efficacy in tourism of karo regency, Indonesia. *Asian Journal of Quality of Life*, 3(13), 29-38.
- Graham, B., Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*. Arnold.
- Gross, M. J., & Brown, G. (2008). An empirical structure model of tourists and places: Progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1141-1151.
- Guo Y., Zhang J., & Zheng C. (2018). Catalyst or barrier? The influence of place attachment on perceived community resilience in tourism destinations. *Sustainability*, 10(7), 2347-2360.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, 40(3), 414-433.
- Hallak, R., Brown, G., & Lindsay, N. J. (2012). The place identity-performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33(1), 143-154.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Hummon, D. M. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (pp. 253-278). Springer.
- Hwang, S. N., Lee, C., & Chen, H. J. (2005). The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 26(2), 143-156.
- İşçi, C., Güzel, B., & Ataberk, E. (2018). Mekana ve yerel halka bağlılık, kültürel mirasa yönelik tutumu etkiler mi?. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 583-605.
- Kyle, G. T., Bricker, K. S., Graefe, A., & Wickham, T. (2004b). An examination of recreationists' relationships with activities and settings. *Leisure Sciences*, 26, 123-142.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004a). Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 213-225.
- Lee, T. H., Kyle, G. T., & Scott, D. (2012). The mediating effect of place attachment on the relationship between nature-based tourists' motivation and responsible environmental behavior. *Journal of Travel Research*, 51(6), 709-721.
- Liu, O. P. (2017). Community involvement for sustainable world heritage sites: The Melaka case. *Kajian Malaysia*, 35, 59-76.
- Mancı, A. R. (2022). Yer bağlılığı ve topluluk katılımının, yerel halkın kültürel miras alanlarına yönelik algısı ve turizm gelişimine desteği üzerindeki etkisi: Göbeklitepe. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 806-824.
- Marzano, G. (2015). Place attachment and place identity: Their contribution to place branding. In A. Rimkute (Ed), *Culture and Creativity in Urban Development* (pp. 41-53). Scholarly Papers, Vilnius University Kaunas Faculty of Humanities.
- Melubo, K., & Lovelock, B. (2019). Living inside a UNESCO World Heritage Site: The perspective of the Maasai community in Tanzania. *Tourism Planning and Development*, 16(2), 197-216.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), 238-254.
- 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.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*. 52, 110-122.

- Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 36, 552-566.
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ahmad, A. G. (2017). The effects of community factors on residents' perceptions toward world heritage site inscription and sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), 198-216.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. *Handbook of Market Research*, 26(1), 1-40.
- Sarstedt, M., Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2022). Progress in partial least squares structural equation modeling: A perspective on HTMT thresholds in applied research. *Industrial Management & Data Systems*.
- Song, Z., & Soopramanien, D. (2019). Types of place attachment and pro-environmental behaviours of urban residents in Beijing. *Cities*, 84, 112-120.
- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2017). Emotions elicited by local food consumption, memories, place attachment and behavioural intentions. *Anatolia*, 28(3), 363-380.
- Sthapit, E., Björk, P., Coudounaris, D. N., & Jiménez-Barreto, J. (2022). Memorable halal tourism experience and its effects on place attachment. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(3), 575-601.
- Stokols, D., & Shumaker, S. A. (1981). People in places: a transactional view of settings. In J. H. Harvey (Ed.), *Cognition, Social Behavior, and the Environment* (pp.441-488). Hillsdale NJ: Erlbaum.
- Styliadis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the dots among destination images, place attachment, and revisit intentions: A study among British and Russian tourists. *Tourism Management*, 60, 15-29.
- Su, L., Hsu, M. K., & Swanson, S. (2017). The effect of tourist relationship perception on destination loyalty at a World Heritage Site in China: The mediating role of overall destination satisfaction and trust. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(2), 180-210.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Prentice Hall.
- Trinanda, O., Sari, A. Y., Cerya, E., & Riski, T. R. (2022). Predicting place attachment through selfie tourism, memorable tourism experience and hedonic well-being. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 412-423.
- Tsai, S. P. (2012). Place attachment and tourism marketing: Investigating international tourists in Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 14(2), 139-152.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548.
- UNESCO, (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/doc/src/15164-EN.pdf> adresinden 27.02.2025 tarihinde erişildi.

- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education*, 32(4), 16-21.
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.
- Wang, S., Chen, S., & Xu, H. (2019). Resident attitudes towards dark tourism, A perspective of place-based identity motives. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1601-1616.
- White, D. D., Virden, R. J., & Van Riper, C. J., (2008). Effects of place identity, place dependence, and experience-use history on perceptions of recreation impacts in a natural setting. *Environmental Management*, 42(4), 647-657.
- 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.
- Yuan, Q., Song, H. J., 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).
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274-284.

The Impact of Place Identity and Place Dependence on the Perception of Cultural Heritage

İrem YILDIRIM

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebahat and Erol Toksöz Tourism Vocational School,
Nevşehir/Türkiye

Extended Summary

In contemporary times, processes such as globalization, urbanization, and modernization have the potential to lead to the neglect or destruction of numerous historical and cultural values (UNESCO, 2003). In this context, the preservation and transmission of cultural heritage to future generations becomes imperative. Strengthening tourists' emotional and cognitive connections with the destinations they visit and fostering awareness of cultural heritage is therefore of paramount importance (Ashworth & Graham, 2005). Place identity emerges as one of the key components of cultural heritage (Graham, Ashworth, & Tunbridge, 2000). In this regard, it has been observed that tourists perceive the identity of a destination and form connections as they experience the heritage elements present at the site (Poria, Reichel, & Biran, 2006). Tourists can feel a sense of belonging to a place through the bond they establish with the past and the meaningful experiences they gain (Ram, Björk, & Weidenfeld, 2016). The uniqueness of the destination and the depth of personal experiences particularly enhance place dependence. Place identity and place dependence are two closely related phenomena. Indeed, individuals who strongly experience the identity of a place are likely to develop a stronger sense of attachment to that place (Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2004a). Rasoolimanesh et al. (2017) have stated that individuals with a high sense of place attachment perceive the tourism attractions of World Heritage Sites positively and significantly contribute to the development of tourism. Similarly, Su, Hsu, & Swanson (2017) argued that when a destination strongly preserves and communicates its identity, tourists' perception of the destination's cultural heritage can be strengthened. On the other hand, in the absence of such efforts, tourists' perceptions of both the destination and its cultural heritage may weaken. In this context, the study aims to examine the place identity and place dependence of tourists visiting Cappadocia and assess their impact on the tourists' perception of cultural heritage.

The relevant literature presents the view that place attachment consists of two distinct dimensions: place identity and place dependence (Dwyer et al., 2019; Ram et al., 2016; Trinanda et al., 2022; Williams & Vaske, 2003). Place identity refers to the symbolic or emotional attachment to a place (Hwang, Lee, & Chen, 2005), while place dependence refers to the functional attachment to a specific place (Gross & Brown, 2008). In recent years, experimental evidence has been presented regarding the significant impact of place attachment, particularly in tourism management and development (Wang & Chen, 2015; Styliadis, 2018; Guo, Zhang, & Zheng, 2018; Dwyer, Chen, & Lee, 2019). This study considers the dimensions of place attachment, namely place identity and place dependence, and the research is conducted among tourists.

In the study, structural equation modeling (SEM), one of the quantitative research methods, was used to assess whether place identity and place dependence positively influence tourists' perception of cultural heritage. In accordance with this method, data were collected using a survey technique. The data obtained in the research were analyzed using the SmartPLS 4 software, based on the least squares method. Structural Equation Modeling (SEM) was applied as the primary analysis method.

The analyses were conducted by considering the values outlined by Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham (2006). Therefore, the first phase of the structural equation model, the measurement model, was tested initially. In the results related to the measurement model of the study, items with factor loadings below 0.7 were removed from the analysis, and only items with factor loadings above 0.7 were retained for further analysis. Accordingly, it can be stated that convergent validity was ensured. In the study, structural reliability was tested using Cronbach's Alpha (CA) and composite reliability (CR). According to Hair et al. (2006), the Cronbach's Alpha (CA) coefficient and composite reliability (CR) values above 0.7 are considered acceptable. It was observed that these coefficients were above the specified level, thus indicating that construct validity was achieved. Additionally, according to Hair et al. (2006), the average variance extracted (AVE) values should be greater than 0.5. The AVE values of the study were found to be above 0.5, exceeding the threshold values, thus confirming the achievement of convergent validity. According to Fornell & Larcker (1981), the distinction between a construct and other constructs in the study is measured through discriminant validity. When examining the discriminant validity values according to the Fornell & Larcker (1981) criteria, it was found that these values were at the desired level. The statistical analysis results revealed that place identity had a positive impact on cultural heritage perception, while place dependence did not have a significant or positive effect on the perception of cultural heritage.

The findings obtained are consistent with previous studies in the literature, which suggest that place identity shapes destination perception and tourist attitudes (Kyle et al., 2004a; Yuksel et al., 2010). In this context, as exemplified by Cappadocia, tourists' adoption of a destination as part of their identity may contribute to a greater appreciation of the cultural heritage values of that destination and an increase in their awareness of these values. On the other hand, it is noteworthy that the findings from the study indicate that place dependence does not have a significant effect on the perception of cultural heritage. The fact that place dependence is generally associated with vacation habits and activities may result in an insufficient conscious awareness of cultural heritage among tourists (Tsai, 2012). This finding suggests that the sense of dependence tourists feel in a destination rich in cultural heritage, such as Cappadocia, does not necessarily lead to a heightened sensitivity to cultural heritage. The findings also support the notion that the link between destination identity and cultural heritage perception is shaped by the continuity of tourism experiences and the depth of the personal connection formed with the destination. Studies in this context (Lee, Kyle & Scott, 2012; Prayag & Ryan, 2012) indicate that when tourists form a stronger identity attachment to a destination, they show greater interest in the cultural and historical values of that destination. Therefore, strengthening place identity in the context of Cappadocia may contribute to tourists' greater adoption of the cultural heritage elements in the region and the development of awareness regarding heritage conservation. The research findings provide significant insights for both the literature and stakeholders involved in destination management and tourism policy development. By revealing the positive relationship between place identity and cultural heritage perception, the study supports the literature by demonstrating that the level of identification tourists have with a destination has a significant impact on how they perceive its cultural heritage. Furthermore, the research shows that there is no significant relationship between place dependence and cultural heritage perception, indicating that the concept of destination dependence does not always align with cultural heritage awareness. The study suggests that destination managers should develop marketing strategies that reinforce tourists' sense of identity with the region. For destinations with strong cultural heritage, such as Cappadocia, advertising campaigns that enhance the perception of place identity, promotional materials highlighting cultural and historical elements, and the organization

of experience-oriented events can facilitate tourists' identification with this identity. The findings of the study demonstrate that regional identity shapes tourists' experiences and perceptions. Thus, it is recommended that local communities, businesses, and tourism professionals in destinations with strong regional identities, like Cappadocia, develop a shared vision that emphasizes place identity.

This research was conducted with a limited sample in the Cappadocia region. When compared to similar studies conducted in broader geographical areas, focusing on the local characteristics of Cappadocia may create uncertainty about whether the general results are applicable to all tourism destinations. Additionally, since the sample consisted only of domestic tourists, the results may be specific to this particular tourist group. Data in the study were collected through surveys conducted within a specific period. Due to time constraints, the effects of seasonal changes or tourism activities in different time frames were not considered. As a popular tourist destination, Cappadocia may attract different tourist profiles in different seasons, which could affect place identity, place dependence, and cultural heritage perception. Future studies could be conducted in different cultural and geographical destinations. Comparative studies in other regions with strong cultural heritage could reveal whether the relationship between place identity and cultural heritage perception is universal or regionally dependent. To measure the impact of place identity and place dependence on cultural heritage perception in greater depth, qualitative research methods (such as in-depth interviews or focus group discussions) could be used alongside survey methods.

Appendix 1. Ethics Committee Permission



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu

TOPLANTI SAYISI
11

KARAR SAYISI
2024.11.288

TOPLANTI TARİHİ
26.11.2024

Üniversitemiz Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu Öğretim Elemanı Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM'ın "Yer Kimliğinin ve Yer Bağlılığının Kültürel Miras Algısına Etkisi" isimli bilimsel araştırma projesi hakkında alınan 05.11.2024 tarih ve 2400110988 sayılı yazının görüşülmesi.

2024.11.288 Üniversitemiz Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu Öğretim Elemanı Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM'ın "Yer Kimliğinin ve Yer Bağlılığının Kültürel Miras Algısına Etkisi" isimli bilimsel araştırma projesi hakkında alınan 05.11.2024 tarih ve 2400110988 sayılı başvuru dosyası görüşüldü.

Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu Öğretim Elemanı Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM'ın "**Yer Kimliğinin ve Yer Bağlılığının Kültürel Miras Algısına Etkisi**" isimli bilimsel araştırma projesi ve ilgili belgeler araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş olup, projenin gerçekleştirilmesinde etik sakınca bulunmadığına kurulumuz üyeleri tarafından oy birliği ile karar verilmiştir.

**** Prof. Dr. Muhammet Şevki AYDIN toplantıya katılmadı.**

Prof. Dr. Adem ÇATAK
Kurul Başkanı

Prof. Dr. Merter Rahmi
TELKENAROĞLU
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Lütfi BUYRUK
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Ensar ÇETİN
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Zübeyde
KUMBIÇAK
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Sezer SORGUN
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Suzan ÇOBAN
Kurul Üyesi

Prof. Dr. Nüşet Göksun
YENER METİN
Kurul Üyesi

Belge Doğrulama Kodu: MDUEDAT

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/nevu-ehys>

Adres: 2000 Evler Mah. Zübeyde Hanım Cad. 50300 / Nevşehir

Telefon No:

e-Posta:

Kep Adresi: nevsehiruniversitesi@hs01.kep.tr

Faks No:

İnternet Adresi: www.nevsehir.edu.tr

Bilgi için :

Telefon No:

Şahin Kuşuncu

Sekreteryası