



T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ

ANABİLİM DALI

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINDAN
ANTALYA'DA TURİZMİN KENTSEL DOKU VE
YAŞAM ÜZERİNE ETKİLERİ**

EMİNE TORUN

**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK
LİSANS PROGRAMI**

Antalya, 2022



T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINDAN ANTALYA'DA TURİZMİN
KENTSEL DOKU VE YAŞAM ÜZERİNE ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emine TORUN

Danışman

Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

Antalya, 2022

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi dönem projesi olarak sunduğum bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçalardan gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanışmada alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım. Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

..... / /

Emine TORUN

İmzası

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında, turizmin tanımı, gelişim süreci ve kültürel, ekonomik, mimari, çevresel boyutlarda yarattığı etkiler Antalya’da yaşayan yerel halkın görüşleri çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışma, turizm sektörünün etkili olduğu yerleşim yerlerinden biri olan Antalya’da yapılmıştır. Turizm faaliyetlerinin Antalya’da ilk kez başlamasından sonra gelişim süreci ve kent üzerinde oluşturduğu kültürel, ekonomik, mimari, çevresel etkiler araştırılmıştır. Kaynak kişilerle yapılan görüşmelere göre, Antalya’da turizmin kentsel doku ve yaşam üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Tez çalışması süreci boyunca bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan değerli hocam Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA’ya, yüksek lisans eğitim sürecinde üzerimde emekleri olan bölüm hocalarım Prof. Dr. Ahmet KÖÇ ve Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN’a, tez çalışmamın tüm aşamalarında sabırla bana destek olan değerli eşim Serhat TORUN'a ve aileme sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Emine TORUN

ÖZET

YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINDAN ANTALYA'DA TURİZMİN KENTSEL DOKU VE YAŞAM ÜZERİNE ETKİLERİ

Emine TORUN

Yüksek Lisans, Sosyal Bilgiler Eğitimi Ana Bilim Dalı

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

Ağustos, 2022, 109 Sayfa

Turizm faaliyetleri bulundukları ortam üzerinde birtakım etkiler ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmanın amacı Antalya'da yaşayan yerel halkın turizmin kentsel doku ve yaşam üzerine etkilerine ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi benimsenmiştir. Araştırmanın modeli durum çalışması olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın katılımcıları amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Çalışmaya 17 yetişkin birey katılmıştır. Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu vasıtasıyla derlenmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda beş alt probleme ilişkin ortaya çıkan bulgular çeşitli kategoriler altında değerlendirmiştir. Katılımcıların turizm tanımlamalarına ilişkin, döviz kaynağı, tatil amacıyla bir yerden başka yere yapılan seyahat, ülkenin tanıtımına yönelik reklam aracı olması, geçim sağlamak için yapılan meslek ve yaşam tarzı olmak üzere beş tanımlama kategorisi elde edilmiştir. Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya'daki turizme ilişkin görüşleri; geçmişten günümüze kadar turizmde büyük gelişmeler olması, turizmde istenilen düzeyde gelişme yaşanmaması, turizmde çeşitliliğin artması, geçmişte altı ay yapılan turizmin tüm yıla yayılması ve daha önce Antalya merkezde yapılan turizmin taşrada da yapılmaya başlaması olmak üzere beş tanımlama kategorisi elde edilmiştir. Araştırma sonucu ortaya çıkan sonuçlara dayalı olarak araştırmacılara, yerel ve merkezî yöneticilere yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Antalya, Sosyal Bilgiler, Turizm, Kültür, Değişim.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF TOURISM ON URBAN TEXTURE AND LIFE IN ANTALYA FROM LOCAL PEOPLE’S PERSPECTIVES

Emine TORUN

Master, Department of Social Studies Education

Thesis Manager: Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

August, 2022, 109 Pages

Tourism activities create some effects on the environment in which they are located. The aim of this study is to reveal the views of the local people living in Antalya about the effects of tourism on the urban texture and life. In the study, the interview method, one of the qualitative research methods was adopted. The model of the research was designed as a case study. The participants of the study were determined by the criterion sampling method, one of the purposeful sampling methods. 17 adult individuals participated in the study. The data of the research were compiled through a semi-structured interview form. The data obtained were evaluated through descriptive analysis. Findings related to five sub-problems as a result of the analysis were evaluated under various categories. Five definition categories were obtained regarding the tourism definitions of the participants: source of foreign exchange, travel from one place to another for holiday purposes, advertising tool for the promotion of the country, profession and lifestyle for living. Views of the participants on tourism in Antalya in the past and today; five definition categories have been obtained: major developments in tourism from the past to the present, lack of development in tourism at the desired level, increase in diversity in tourism, extension of the tourism that was made in the past six months to the whole year, and the beginning of the tourism that was made in the center of Antalya before, also in the countryside. Based on the results of the research, some suggestions for researchers, local and central administrators were presented.

Keywords: *Antalya, Social Studies, Tourism, Culture, Change*

İÇİNDEKİLER

DOĞRULUK BEYANI.....	I
TEŞEKKÜR	II
ÖZET	III
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	IX
GRAFİKLER LİSTESİ	IX
HARİTALAR LİSTESİ.....	IX
KISALTMALAR LİSTESİ	X

BÖLÜM I

Giriş.....	1
1.1. Problem Durumu.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Sayıtlılar	5
1.5. Sınırlılıklar	5
1.6. Tanımlar	5

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Turizm ve Turist	6
2.1.1. Turizmin Tanımı ve Tarihi Gelişimi	7
2.1.2. Türkiye’de Turizm Sektörü ve Tarihi Gelişimi.....	9
2.1.3. İnsanlarını Turizme Yönelten Sebepler.....	10
2.1.3.a. İç Faktörler	10
2.1.3.b. Dış Faktörler	12
2.2. Turizmin Fonksiyonları	13
2.2.1.Turizmin Sosyal Fonksiyonu.....	13

2.2.2. Turizmin Politik Fonksiyonu.....	13
2.2.3. Turizmin Sağlık Fonksiyonu	13
2.2.4. Turizmin Kültürel Fonksiyonu	14
2.2.5. Turizmin Finansal Fonksiyonu	14
2.3. Turizmin Türleri	14
2.3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Türleri	14
2.3.2. Katılanların Geldiği Yere Göre Turizm.....	15
2.3.3. Katılanların Yaşına Göre Turizm Türleri	15
2.3.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Türleri	16
2.3.5. Amacına Göre Turizm Türleri.	17
2.4. Turizmin Gelişimine Etki Eden Faktörler	24
2.5. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması	26
2.6. Turizmin Ekonomiye Katkısı	26
2.7. Antalya’da Turizm Sektörü ve Gelişimi	28
2.7.1. Antalya’nın Coğrafi Konumu	28
2.7.2. Antalya’nın Nüfusu ve Özellikleri	29
2.7.3. Antalya’nın Tarihi ve Kültürel Özellikleri	33
2.7.4. Antalya’nın Ekonomik Özellikleri	36
2.7.5. Antalya’da Turizmi Etkileyen Faktörler	36
2.7.6. Antalya’da Turizmin Gelişimi	38
2.7.7. Antalya’da Alternatif Turizm Kaynakları	39

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Deseni	49
3.2. Araştırma Grubu	49
3.3. Veri Toplama Aracı	51
3.4. Verilerin Toplanması	51
3.5. Verilerin Analizi	51
3.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik	52

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların Turizm Algıları Nasıldır?)	53
4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların Turizmin Antalya’da Meydana Getirdiği Değişime İlişkin Görüşleri Nelerdir?)	63
4.3. Üçüncü Alt Probleme ilişkin Bulgular (Katılımcıların Geçmişten Bugüne Antalya’ya Gelen Turist Profiline İlişkin Görüşleri Nasıldır?)	75
4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların Turizmin İnsanların Yaşam Tarzı Üzerindeki Etkisine İlişkin Görüşleri Nasıldır?)	79
4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların Turizm ile İlgili Yaşantıları Nasıldır?)	85

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma.....	87
5.2. Öneriler	94
KAYNAKÇA	97
EKLER	105
TURNİTİN	108

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.7.2.1 Antalya'nın 1927 ve 2007 Yılları Arasındaki Sayımlara Göre Nüfus Artışı.....	31
Tablo 2.7.2.2 2021 Verilerine Göre Antalya'nın İlçeler Nüfusu.....	32
Tablo 2.7.2.3. Antalya'nın Aldığı Göç, Verdiği Göç ve Yıllara Göre Göç Farkı.....	33
Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	50
Tablo 3.2. Katılımcıların Turizmle İlgili Bir İşte Çalışma Durumları.....	51
Tablo 4.1. Katılımcıların Turizm Tanımlamaları.....	53
Tablo 4.2. Katılımcıların Geçmişten Günümüze Kadar Turizmin Gelişimi Hakkındaki Görüşleri.....	56
Tablo 4.3. Katılımcıların Geçmişte Antalya'da Turizm ile Günümüzdeki Turizm Hakkındaki Görüşleri.....	59
Tablo 4.4. Katılımcıların Turizme ve Turiste Bakış Açıları.....	63
Tablo 4.5. Katılımcıların Turizm Nedeniyle Antalya'da Meydana Gelen Değişiklikler Hakkındaki Görüşleri	66
Tablo 4.6. Katılımcıların Turizmin Antalya Kent Silüetine ve Mimarisine Yansıması Hakkındaki Görüşleri.....	69
Tablo 4.7. Katılımcıların Turizmin Antalya Kent Kültürü Üzerinde Etkili Olduğu Hakkındaki Görüşleri.....	72
Tablo 4.8. Katılımcıların Geçmişten Bugüne Antalya'ya Gelen Turist Profiline Meydana Gelen Değişiklikler Hakkındaki Görüşleri	75
Tablo 4.9. Katılımcıların turizmin Antalya'da İnsanların Günlük Yaşam Tarzları Üzerindeki Etkileri Hakkındaki Görüşleri.....	79
Tablo 4.10. Katılımcıların Turizmin Kendi Yaşam Tarzları Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Görüşleri.....	81
Tablo 4.11. Katılımcıların Turizm ya da Turistle İlgili Anıları Hakkında Anlattıkları.....	84

Tablo 4.12. Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ya da katıldığı etkinlikler hakkındaki görüşleri.....	85
---	----

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten İç Faktörler.....	10
Şekil 2.2. Kültürel Turizm Kaynağı.....	17
Şekil 2.3. Turizmin Gelişimine Etki Eden Faktörler.....	25

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 2.1. Dünya’da Meydana Gelen Turiz Faaliyetleri Rakamları.....	28
---	----

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 2.7.1.1. Antalya İlçeler Haritası.....	28
--	----

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt: Aktaran

ACI: Uluslararası Havalimanı Konseyi

ANFAŞ: Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A.Ş.

IAGTO: Uluslararası Golf Tur Oparetörleri Birliği

TÜROB: Türkiye Otelciler Birliği

TUGEV: Turizmi Geliştirme Vakfı

TYD : Türk Yatırımcıları Derneği

WTO : Dünya Turizm Örgütü

WRTA : Dünya İnanç Turizimi Birliği

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problem durumu, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve tanımlarına yer verilmiştir.

Turizm, özellikle günümüzde ülke ekonomisine ciddi bir döviz girdisi sağlaması nedeniyle çok daha önemli sektör haline gelmiştir. Bu sebeple ülkeler turizme daha fazla yatırım yapmakta, turizmle ilgili projeler hazırlamakta, çeşitli organizasyonlar ve etkinlikler düzenleyerek tanıtımlarını en iyi şekilde yapıp turist çekmeye çalışmaktadırlar. Turizmin ekonomik yönünün yanı sıra sosyo-kültürel, mimari, çevresel değişim, yaşam tarzları üzerinde de oldukça büyük bir etkiye sahiptir (Arslan ve Çetiner, 2020).

Türkiye turizm potansiyeli ve gelen turist sayısı açısından dünyanın önde gelen ülkeler arasındadır. Son yirmi yıl içinde turizm alanında atılan adımlar ve yatırımlar sayesinde dünyada turizm sektöründe önemli bir hacme sahip ülkelere biri olmuştur. Türkiye’de turizm denilince akla ilk gelen şehir de hiç kuşkusuz Antalya’dır. Öyle ki Antalya için “turizmin başkenti” denilmektedir. Antalya turizmle gelişip büyümüş, kendini turizmle harmanlamış bir şehirdir (Karagöz, 2008).

Son yıllarda yerel halkın turizm algısı üzerine yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu konudaki çalışmalara olan ilginin sebebi turizmin sadece olumlu etkilerine değil, olumsuz etkilerine de dikkat çekmeyi amaçlayabilmektedir (Oğuzbalaban, 2017). Yerel halkın turizmin etkileri konusundaki algılarına yönelik araştırmaların sonuçları incelendiğinde üç özelliğin ön plana çıktığı dikkatleri çekmiştir: ekonomik etkiler, sosyo-kültürel etkiler ve çevresel etkiler. Yerel halk genellikle turizmin ekonomik etkileri konusunda olumlu bir algıya sahipken, sosyo-kültürel etkiler konusunda inanç ve değerler gibi konularda olumsuz bir algıya ve genellikle de çevresel etkileri konusunda olumsuz bir algı içerisindedir.

Bir coğrafi mekân turizm merkezine dönüştüğü zaman orada yaşamını sürdüren insanların yaşamları turizm faaliyetlerinden etkilenmektedir. Bölgesel ya da yerel bir ekonomik kalkınma aracı olarak turizm son yıllarda etkisini giderek artırmaktadır. Antalya gibi turizm çekicilikleri bakımından ayrıcalıklı özelliklere sahip destinasyonlarda yoğun bir turistik baskı söz konusudur. Ülke ve yerel yöneticiler turizmi yerel halkın istihdamı vergi gelirlerini ve ekonomik gelirleri artırıcı bir endüstri olarak görmektedirler (Özer ve

Ataman, 2020). Turizm yalnızca yerel halkın turizmin gelişimsel etkilerine değil aynı zamanda genel hayat standartlarını da etkilemektedir.

1.1. Problem Durumu

Kentlerin kendilerine özgü kültürleri ve yaşam tarzları vardır. Bu kültürel birikim o kentte yıllardan bu yana yaşamını sürdüren insanların nesilden nesile aktardıkları yaşam tarzlarının bir ürünü olarak ortaya çıkar. Bununla birlikte kentlerin sahip oldukları kültürel doku ve yaşam tarzı bazen yavaş bazen de hızlı bir değişime sahne olabilir. Hatta bazı durumlarda bu dönüşüm o kadar şiddetli ve hızlı olmaktadır ki kentin karakteri olan kültürel özellikler ve yaşam tarzı bütünüyle ortadan kalkarak tamamen farklı bir yapıya dönüşebilir. Bu değişim ve dönüşüm üzerinde etkili olan pek çok faktör vardır. Bu konudaki en önemli değişim faktörü kente yönelik gerçekleşen iç ve dış göç olgusudur. Kente gelen insanlar kültür ve yaşam tarzlarını da beraberlerinde getirmektedirler. Bu konuda öne çıkan ekonomik faaliyetlerden birisi de turizmdir. Turizm faaliyetleri ile yöreye gelen yabancı ve yerli turistler yerel halk ile girdiği etkileşim sonucunda kentin kültürel dokusu ve yaşam tarzı üzerinde etkili olmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010).

Türkiye’de kum, güneş ve deniz üçlüsünden oluşan kıyı turizmi nedeniyle yaz aylarında yoğun bir yabancı turist baskısı yaşanmaktadır. Bu turistlerden bir kısmı Antalya ve Muğla gibi kentlerde sürekli yerleşimci haline gelmektedir. Bunlardan bazıları yerel halk ile evlilik yoluyla ya da mülk satın alarak Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşlığı almaktadır. Önceleri sadece yaz aylarında gerçekleşen yerel halk-turist etkileşimi konut satışlarının artması ile birlikte bütün bir yıl boyunca sürdürülmektedir (Mutluer ve Südaş, 2005).

50 yıldan daha uzun bir süredir tarihi ve doğal yapısının yanında deniz, kum, güneş turizminin yoğun bir şekilde yaşandığı bir destinasyon olan Antalya’da yabancı insanlarla yerel halk arasındaki etkileşim oldukça fazladır. Turizm sayesinde ortaya çıkan istihdam olanakları ile Antalya Türkiye’nin her tarafından iç göç almakta, hatta Rus turistlere sunulan hizmetler çerçevesinde Rusya bölgesinde yaşayan Türkler vb. göçe sahne olmaktadır. Bu durum Antalya’nın kültürel dokusu ve yaşam tarzında oldukça etkili dönüşümleri de beraberinde getirmektedir.

Turizm endüstrisinin şehirlerin ve yerel halkın kültürel yapısı ile yaşam tarzı üzerindeki etkilerini araştıran yerli ve uluslararası alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır (Ayazlar, 2016; Bertan, 2010; Çetin, 2009; Fester, 1964; Pizam ve Milman, 1986;

Demirkaya ve Çetin, 2010; Demirkaya, 2012; Demirkaya, Sarı ve Ertürk, 2012; Çal ve Demirkaya, 2012).

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı en az 30 yıldan bu yana Antalya’da yaşayan insanların turizmin Antalya’nın sosyal, kültürel, ekonomik ve mimarî yapısı üzerindeki etkilerine ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmak olarak belirlenmiştir.

Çalışmada, bu temel amaç doğrultusunda aşağıda verilen alt amaçlar belirlenmiştir:

1. Katılımcıların turizm algıları nasıldır?
 - a) Katılımcıların turizm tanımlamaları nasıldır?
 - b) Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya’daki turizm hakkındaki görüşleri nasıldır?
 - c) Katılımcıların geçmişte ve günümüzde turiste bakış açısındaki değişime ilişkin görüşleri nasıldır?
2. Katılımcıların turizmin Antalya’da meydana getirdiği değişime ilişkin görüşleri nelerdir?
 - a) Katılımcıların geçmişte turizme ve turiste bakış açısıyla bugünkü bakış açısı arasındaki görüş farklılıkları nelerdir?
 - b) Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya’da turizmin gelişimine ilişkin görüşleri nasıldır?
 - c) Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansımaları konusundaki görüşleri nasıldır?
 - d) Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerindeki etkilerine ilişkin görüşleri nasıldır?
3. Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya’ya gelen turist profiline ilişkin görüşleri nasıldır?
4. Katılımcıların turizmin insanların yaşam tarzı üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
 - a) Katılımcıların turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
 - b) Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
5. Katılımcıların turizm ile ilişkili yaşantıları nelerdir?
 - a) Katılımcıların turizm ya da turist ile ilgili anıları nelerdir?

- b) Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ve katıldığı etkinlikler nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizm, şehirlerin kültürel yapıları, günlük yaşam ve sürdürülebilir kent yaşamı üzerinde oldukça etkilidir. Bir bölgedeki turizm faaliyetinin türü, turistlerin özellikleri ve yerel halkın kültürel özellikleri bu etkilerin sınırlarını belirleyebilmektedir. Türkiye'nin Akdeniz ve Ege sahilleri Mayıs ayından itibaren hareketlenmeye başlamakta ve yaz aylarında bu hareketlilik doruk noktasına ulaşmaktadır. Araştırmaya konu olan Antalya ili bu bakımdan Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden birisi durumundadır. Antalya'da turizm mevsiminde yerel halk ile turistler arasında yoğun bir kültürel etkileşim söz konusudur. Önemli bir turizm destinasyonu olan Antalya hem turizm mevsiminde yoğun bir turizm etkinliğine sahne olmakta hem de yıllar içinde oluşan etkileşim nedeniyle hatırı sayılır düzeyde dış ve iç göç için aktif bir çekim merkezi haline gelmiştir.

Araştırma, turizm faaliyetlerine bağlı olarak Antalya'da:

- Turist ve yerel halk etkileşiminin düzeyinin belirlenmesinde,
- Turizmin ilk yılları ile günümüzdeki durumunun karşılaştırılmasında,
- Nüfus artışında turizmin rolünün belirlenmesinde,
- Turizmin gelişmesiyle değişim gösteren kentsel dokunun ortaya konulmasında,
- Turizm dolayısıyla kentsel ve mimari dokunun şekillenmesinde,
- Turizmin ekonomik etkisinin ortaya konulmasında,
- Turizmin çevresel etkilerinin tespit edilmesinde belirlenmesinde, gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak teşkil ederek katkı sunacaktır.

Yoğun turizm faaliyetlerinin bulunduğu bir kentte aynı ortamları paylaşan yerel halk ve yabancıların, kent yaşamına dönük birtakım görüşlerinin ortaya çıkarılması yöre turizminin ve yerel halkın yaşam kalitesinin gelişimine katkı sunacak ve mevcut sorunların çözümüne yönelik merkezi ve yerel yöneticilere fikir verecektir. Doğan ve Üngüren (2010), turizm kentinde yaşamlarını sürdüren insanların turizm alanındaki gelişime ilişkin görüş ve önerilerinin alınmasının kendilerini bu süreci etkileyen önemli bir öge olarak görmelerini sağlayacağını öne sürmüşlerdir.

1.4. Sayıtlar

Araştırmanın temel sayıtları şunlardır;

- Kullanılan ölçme aracının araştırmanın amacına uygun olduğu,
- Araştırmaya katılan kişilerin görüşme sorularını samimi ve nesnel bir şekilde cevapladıkları varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma;

- Antalya’da turizmle ve turizmin gelişme süreciyle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkisi olan belirli 17 katılımcı,
- Mekân olarak Antalya ili,
- Tümü 18 yaşından büyük, yetişkin bireyler,
- Zaman olarak 2021 Ocak ve 2021 Aralık ayları,
- Erişilen kaynaklar ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Turizm: İnsanların dinlenmek, eğlenmek, yeni yerler ve toplumlar görmek, tanımak, ibadet yapmak, iş ya da spor amacıyla ikamet ettiği yerden başka yerlere yaptığı seyahat faaliyetlerine turizm denir.

Turist: Dinlenmek, eğlenmek, yeni yerler ve toplumlar görüp tanımak, bilgi ve görgüsünü geliştirmek amacıyla seyahate çıkan kişilere turist denir. Bununla birlikte seyahate çıkan herkese turist denmez. Gidilen destinasyonda en az bir gün ve daha fazla konaklamayan kişiler turist değildir (Doğanay, 2001, s.10).

Toplumsal Değişim: Toplumlar sürekli bir değişim içindedir. Kültürel ve toplumsal alanda değişimler görünür etkilere sahiptir. Toplumların yapısında meydana gelen bu değişimlere toplumsal değişimler denir ve bu değişimlere yön veren, değişimlerin aracı olan ve değişimleri yönlendiren çeşitli etmenler vardır (Kuyumcu ve Erdoğan, 2008, s.241)

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Turizm ve Turist

Türk Dil Kurumu'na göre turizm "dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi" olarak tanımlanmıştır. Turizm ilk olarak 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından tanımlanmıştır. E. Guyer-Freuler'e göre turizm "gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hâle gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olgudur" (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001). Kavramsal olarak turizmin anlamı sosyal bir aktivite olarak tanımlanmaya çalışılmaktadır. Turizmin bir yer değişikliği olmakla birlikte turizmin sosyal, politik, ekonomik, hukuk, teknolojik, ekolojik çevre ile olan ilişkilere dayanan bir küresel sistem olduğu görülmektedir.

Turist, birçok kaynakta farklı şekillerde tanımlanmış ve değerlendirilmiştir. Tüm bu tanımlardan yola çıkarak "para kazanmak amacı olmaksızın dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sağlık ve benzeri nedenlerle devamlı olarak yaşadığı oturduğu yerlerden geçici olarak ayrılan ve tüketici olarak belirli süre seyahat edip tekrar ikamet yerine dönen kimseye turist denir" diye tanımlamak mümkündür.

Nitelikleri açısından turist çeşitlerini aşağıda belirttiğimiz gibi sıralayabiliriz;

1. *Yerli Turist*: Kendi ülkesi içinde seyahat eden kişilere yerli turist denir. Antalya'dan Çanakkale'ye tatile giden Türk vatandaşları yerli turist kapsamına girer.
2. *Yabancı Turist*: Kendi ülkesi dışına seyahat eden kişiler, gittikleri ülkelerde yabancı turist sayılırlar. Türkiye'den Belçika'ya giden turistler Belçika için yabancı turisttir.
3. *Günübirlikçi Turist*: Gittikleri yerde bir günden daha kısa süreli olarak kalan ve gittikleri yerde konaklamayan kişilere günübirlikçi turist denir. Türkiye'den Yunanistan'a sabah gidip oraları gezip akşamına Türkiye'ye dönenler günübirlikçi turist kapsamına girer.

Turizm sektörü tüm ülkeler tarafından yoğun şekilde ilgi gösterilen bir sektördür. Çünkü turizm ülke ekonomilerinde önemli bir paya sahiptir. Dünya'da en hızlı gelişen

sektörlerden biridir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2020 yılında dünya turizm gelirinin 2 trilyon dolar olacağına ilişkin tahminiyle birlikte her ülke bu sektörden kendine düşen payı alma ve aldıkları payı büyütme mücadelesine girmişlerdir. (Yıldız, 2011). Günümüzde işsizlik ülkelerin en önemli sorunlarının başında gelmektedir. Turizm sektörünün de bu sorunun çözümüne iyi bir alternatif olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Çok zengin turizm potansiyeline sahip olan Türkiye için özellikle işsizlik sorunun çözümünde turizm iyi bir çözümdür (Yıldız, 2011).

Nitel bir inceleme yaklaşımına sahip olan bu çalışmanın inceleme alanını bir turizm şehri olan Antalya oluşturmaktadır. Antalya'nın temel ekonomik faaliyeti turizm ve tarımdır. Bu çalışmada otuz yıl önceki Antalya'nın turizmi ile otuz yıl içerisinde Antalya turizmin ne yönde ve nasıl değiştiği, Antalya'nın sosyo-kültürel, ekonomik, mimari yapısı konu edilmiştir.

2.1.1.Turizmin Tanımı ve Tarihi Gelişimi

İnsanlar var olduğu günden bu yana merak duygusuyla icatlar yapmışlar, buluşlar ortaya koymuşlar, yaşadığı yerden başka yerleri keşfetmek için seyahatler yapmışlardır. İşte insanların bu merak duygusuyla hareket edip yeni yerleri gezip görme isteklerinin neticesinde turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Turizm, Latince “tornus” kelimesinden türemiştir ve insanların bir eksen etrafında dönmesini ifade etmektedir. Latince'den dünya dillerine “tour” şeklinde geçmiştir. İnsanların bu dairesel hareket içerisinde iş veya eğlence amacıyla gittikleri yeri gezip geri dönmeleri anlamını taşımaktadır (Ağaoğlu, 1991). Sezgin'e göre (1999) Türkçedeki “tornistan” ve İngilizcedeki “tour” sözcükleri de aynı köke dayanmaktadır. Türkçede “tornistan etmek” sözcüğü, geri dönmek, ters yüz etmek, içini dışına çevirmek anlamında kullanılmaktadır. Turizmin tanımlanmasına yönelik ilk teşebbüs 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından yapılmıştır. E. Guyer-Freuler tanımına göre turizm “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hâle gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olgudur” (Kozak, vd., 2014).

Turizm faaliyetlerini gerçekleştiren kişiye ise turist denilmektedir. Turist tüm kaynaklardan hareketle en genel anlamıyla turist; para kazanmak amacı olmaksızın dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel,

sağlık ve benzeri nedenlerle devamlı olarak yaşadığı oturduğu yerlerden geçici olarak ayrılan ve tüketici olarak belirli süre seyahat edip tekrar ikamet yerine dönen kimseye denir. Turistin birtakım temel özellikleri vardır ve şu şekildedir; Turist, turizme yön verirken bir taraftan da turizm hareketlerini belirler. Turist, gittiği yerde daimi olarak ikamet etme amacı olmaksızın ticari olmayan nedenlerle seyahat eden kişidir. Bir ülkeye çalışmak, yerleşmek veya okumak amacıyla gidenler ve transit yolcular turist kapsamına girmemektedir (Yağcı, 2003).

Günümüzde uzmanlar turizmi hem bir bilim dalı hem de bir endüstri faaliyeti olarak değerlendirmektedirler. Turizmin bugün geldiği noktayı anlayabilmek için tarihini incelemek gereklidir. Sümerlerin M.Ö. önce 4000 yıllarında tekerleğin icadı ile birlikte seyahatler büyük bir hız kazanmıştır. Aynı yıllarda ticari amaçla olsa da yol kenarlarında konaklamak için yerler inşa edilmiştir. Fenikeliler gemiler yapıp denizaşırı yerlere seyahat etmişlerdir. İlk çağlarda en çok Romalıları seyahat ettiklerini görüyoruz. Bunu da Romalıların yaptıkları izlenecek yolları, konaklama yerlerini ve uzaklıkları işaretleyen yol haritalarından anlıyoruz. Romalılar daha çok ünlü tapınakları ziyaret etmek ve şenlik, spor gibi faaliyetler için seyahat etmişlerdir. O dönemin kaynak ve kayıtlarına göre Büyük İskender döneminde, M.Ö. 334'te tek sezonda akrobasi, sirk, sihirbazlık gösterileri için 700.000 turist Efes'e gelmiştir (MEB, 2011). Dünya turizm tarihinin önemli olaylarından biri de Eski Yunan'da, M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat Oyunlarının başlamasıdır. Bu oyunları izlemek için tıpkı günümüzde ki gibi farklı yerlerden pek çok insan Yunanistan'a gelmiştir. Hristiyanlığın kabulü ile birlikte insanlar yol kenarlarına manastırlar yapmışlar, bu manastırlar yolcuların konaklama, yiyecek ve içecek karşılamıştır. Ayrıca Anadolu'da Selçuklu Devleti döneminin başlamasıyla da ticareti canlı tutmak için yapılan kervansaraylar ve aynı zamanda ülke içinde alınan güvenlik önlemleri seyyahların işini kolaylaştırmış ve turizm faaliyetlerine olumlu katkıları olmuştur. Bu olumlu etkiler Osmanlı Devleti döneminde devam etmiş ve günümüzde de hala devam etmektedir. Orta Asya'dan başlayıp İstanbul'a kadar uzanan İpek Yolu, Hindistan'dan başlayıp Hatay'a kadar uzanan Baharat Yolu gibi ticaret yolları da turizm faaliyetlerinin oluşmasında önemli bir etmendir. Bir diğer önemli etmen ise dinler için kutsal sayılan yerlerin geçmişte de insanlar tarafından ziyaret etme isteğidir. Örneğin Mekke (Kabe), Kudüs (Mescid-i Aksa), İstanbul (Ayasofya) gibi.

Buhar gücünün deniz ve demir yollarında kullanılmaya başlamasıyla birlikte seyahatlerin süreleri kısalmış bu da turizm faaliyetlerinin artmasına neden olmuştur. Buhar

gücünün keşfi ile ortaya çıkan sanayileşme turizmin büyümesine ve gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Fakat 1800 yılların sonları ve 1900 yılların başlarında ortaya çıkan I. ve II. Dünya Savaşları neticesinde oluşan ekonomik krizler ve güvensiz ortamlar turizm faaliyetlerini büyük oranda sekteye uğratmıştır. II. Dünya Savaşı'nın bitmesinden sonra toparlanmaya başlayan ekonomi ve can güvenliği sorunun ortadan kalkmasıyla birlikte 1960'lardan sonra turizm hızlı bir ivme kazanarak dünyada büyük bir tırmanışa geçmiştir. Türkiye'de ise turizm 1990'lı yıllarda yapılan yatırımlar ve devlet teşviki ile ivme kazanmıştır.

2.1.2.Türkiye'de Turizm Sektörü ve Tarihi gelişimi

Türkiye'de ilk otel 1892 yılında İstanbul'da açılan Pera Palas'tır. Türkiye'de planlı dönem öncesi olarak anılan dönemde (1923-1962), turizm alanında faaliyet gösteren ilk organizasyon Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulan Seyyahin Cemiyeti'dir. Bu cemiyet ismini daha sonra Türkiye Turing Kulübü ve ardından da Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü olarak değiştirmiştir (Kozak vd, 2014, s.83). Türkiye'nin turizm sektörü ile ilgili ilk yasal çalışması ise, 1934 yılında İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanunudur (Yağcı, 2003, s.17). 1939 yılında tanıtma ve turizm işleri bir müdürlük halinde Ticaret Bakanlığının bünyesine alınmıştır. 1940'da Basın ve Umum Müdürlüğüne, 1943'de Basın Yayın Umum Müdürlüğüne, 1949'da Basın Yayına ve Turizm Genel Müdürlüğüne bağlı Turizm Dairesine bırakılmıştır. 1957 yılında Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, Basın Yayın ve Turizm Vekâleti adıyla Bakanlık olmuştur (Tunç ve Saç, 1998, s.98). 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve seyahat acentelerini bir çatı altında toplamıştır. 1983 yılı devletin özelleştirme faaliyetlerine hız verdiği bir dönemdir. Bu dönemde TURSAB, Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) gibi birlik ve dernekler aracılığıyla turizm özel sektör temsilcileri etkili konumlar edinmişlerdir (Yağcı, 2003, s.204).

Türkiye'de turizm sektörünün 1980 sonrası öneminin artmasıyla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu" adı altında yasa çıkarılmıştır. Bu yasayla beraber, turizm gelişiminin uzun vadede ekolojik olarak sürdürülebilir, ekonomik olarak uygulanabilir, etik ve sosyal olarak kabul edilebilir olması amacıyla düzenlemeler yapılmıştır. 1980 yılı sonrası Türkiye ekonomisi, gerçekleştirdiği yedi adet kalkınma planı çerçevesinde turizm politikalarına yön vermiştir. 1985-1989

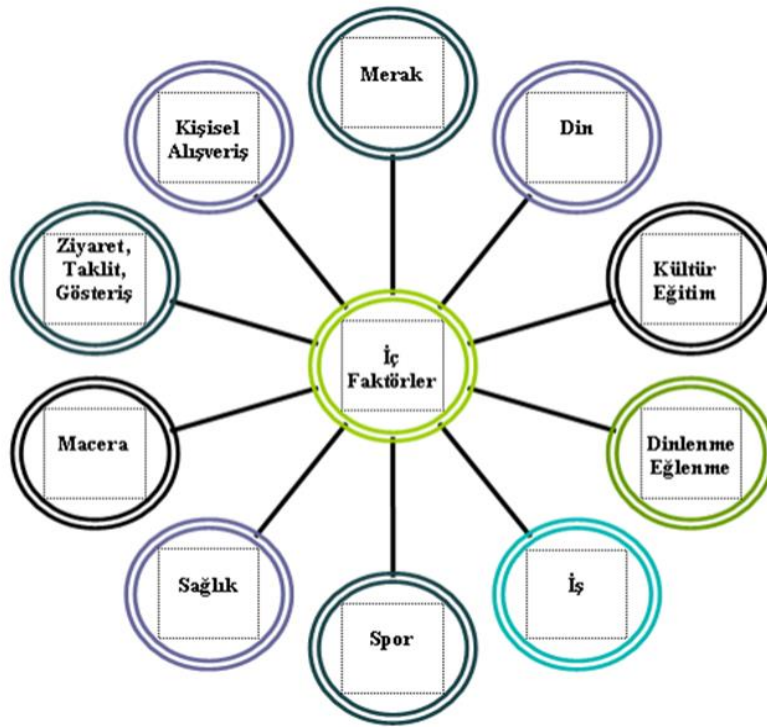
yılları arasında Beşinci Beş Yıllık, 1990-1994 yılları arasında Altıncı Beş Yıllık, 1996-2000 yılları arasında Yedinci Beş Yıllık, 2001-2005 yılları arasında Sekizinci Beş Yıllık, 2007-2013 yılları arasında Dokuzuncu Beş Yıllık, 2014-2018 yılları arasında Onuncu Beş Yıllık ve son olarak 2019-2023 yılları arasında Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı yürürlüğe konmuştur.

2.1.3. İnsanları Turizme Yönelten Sebepler

İnsanları turizme yönelten sebepleri iki başlıkta incelenebilir.

1. İç faktörler; din, kültür ve eğitim, macera, dinlenme-eğlenme, kişisel alışveriş, iş-toplantı, spor, sağlık.
2. Dış faktörler; tanııtma-reklam-propaganda, yeni turistik bölgeler.

2.1.3.a. İç Faktörler



Şekil 2.1.3.a. İnsanları turistik hareketlere yönelten iç faktörler

Kaynak: MEB, 2018, s.21

- **Merak**

İnsanların yaradılışında var olan en güçlü duygulardan birisi de merak duygusudur. İnsanlar bilmediklerini, görmediklerini bilip, anlamak, görmek isterler ve bunun için de

birtakım faaliyetlerde bulunurlar. Bunlardan biri de turizm faaliyetidir. İnsanlar merak ettikleri yeni yerleri görmek için, bir buluşu bir icadı görmek için ya da merak ettiği herhangi bir şeyi görmek için turistik faaliyetlerde bulunurlar.

- **Din**

Bütün toplumlardaki kuralların temel kaynağı olan dinin, turizm hareketlerinde de etkisini güçlü bir şekilde görmekteyiz. Arkeolojik ve tarihi araştırmalardan elde edilen bulgular gösteriyor ki insanlar bilinen en eski zamandan bu yana inançları doğrultusunda kutsal sayılan yer ve mekanları hep ziyaret etmişlerdir. Bunun neticesinde din turizmi ortaya çıkmıştır. Antik çağlarda Anadolu’ da çok Tanrılı dinler mevcuttu ve her tanrının bir tapınağı vardı. Tanrı Zeus, Apollo, Arthemis, Hera, Afrodit, Kiybele gibi tanrılara yapılmış tapınaklar; tanrıları memnun etmek isteyen insanlar için ziyaret edilirdi. Müslüman inancına göre Allah için inşa edildiğine inanılan ilk mescid olan Kabe-i Muazzama (Mekke) yine Müslümanlar, Hristiyanlar ve Museviler için kutsal sayılan Mescid-i Aksa (Kudüs) geçmişten bu yana turist çeken merkezlerdir.

- **Kültür ve Eğitim**

Kültür; tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü olarak tanımlanmaktadır (TDK). İnsanlar dahil oldukları kültürden başka kültürleri de tanımak ve öğrenmek için seyahat etmektedirler. Farklı kültürlerin yemekleri, el sanatları, müzikleri, halk oyunları, düğünleri, festivalleri, mimari yapıları, dini inanışları, kıyafetleri vb. kültür turizminin ana sebeplerindendir.

Eğitim turizmi, insanların kendilerini belli bir alanda geliştirmek, bir şeyler öğrenmek ve kariyer yapmak için belli bir bölgeye veya ülkeye gitmeleri ile gerçekleşen bir turizm çeşididir.

- **Dinlenme ve Eğlenme**

Çalışmak kadar önemli olan bir faaliyette dinlenmektir. İnsan tatil yaparak hem iş yorgunluğunu üzerinden atar hem de çalışmak için gerekli motivasyonu toplayarak daha verimli çalışabilir. Özellikle içinde bulunduğumuz modern çağın yaşam koşulları tatil yapmayı gerekli, hatta zorunlu kılmaktadır. Turizm sağlık ve verimlilik açısından büyük değer ifade eden bir ihtiyaçtır.

- **İş-Toplantı**

Kongre turizmi “uzmanlık gerektiren alan ile ilgili toplantı veya kongrelere katılmak, bu tip kongrelere katılırken de ikamet edilen yer dışına çıkmak” olarak tanımlanabilir. Kongre turizmi, destekleyici bir turizmdir ve turizmi on iki aya yayan bir özelliği vardır.

Türkiye kongre turizmi yönünden iyi durumdadır. İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara Türkiye’nin kongre turizmi konusunda lider illeri arasındadır.

- **Spor**

Spor faaliyetleri hem sağlık için hem de zevk için yapılmaktadır ve bu faaliyetlere katılmak veya izlemek için birçok insan turist olarak katılmaktadır.

- **Sağlık**

Hastalar yirmi dört saatten az bir yıldan fazla kalmamak şartıyla, sağlıklarına kavuşma amaçlı tedavi görmek için ya da sağlıklarını korumak için başka bir ülkeye seyahat etmeleri, sağlık turizmi olarak tanımlamaktadır. Sağlık turizmindeki ana düşünce, günlük olağan işlerden uzaklaşarak rahatlatıcı ve farklı bir ortamda tedavi görmek ya da alternatif sağlık hizmetleri almaktır. Sağlık turizminde kişi doğayla bütünleşmenin tadını çıkarırken diğer taraftan da sağlık hizmetlerinden faydalanmaktadır. Bu durumu ruhsal, duygusal ve bedeni açıdan bir yenilenme olarak da ele almak mümkündür (Yalçın, 2013, s.163).

2.1.3.b Dış Faktörler

- **Tanıtım, Reklam ve Propaganda Faaliyetleri**

İç faktörler insanı seyahat etmeye turizm faaliyetlerine yönlendirir, dış faktörler ise kişinin nereye seyahat edeceğine karar vermesinde etkili olur. Kişi reklamını görüp, tanıtım ve propagandayla bilgi sahibi olduğu, dikkatini çeken yerleri veya unsurları görmek, tanımak, yaşamak ve deneyimlemek ister.

- **Yeni Turistik Bölgeler**

Bir turisti deneyimlediği yere tekrar merakını cezbederek getirebilmek için turizm belgelerinin her daim yeniliklere açık olması, turistlere farklı alternatifler sunması

gerekmektedir. Bu o zamana kadar keşfedilmemiş bir tarihi yer olur, doğa harikası olur, spor tesisi olur, hastane olur, farklı bir tedavi şekli olur, temalı yapılar olur.

2.2. TURİZMİN FONKSİYONLARI

Turizmin insanları ve ülkeleri etkileyen 5 fonksiyonu vardır.

1. Turizmin Sosyal Fonksiyonu
2. Turizmin Politik Fonksiyonu
3. Turizmin Sağlık Fonksiyonu
4. Turizmin Kültürel Fonksiyonu
5. Turizmin Finansal Fonksiyonu

2.2.1. Turizmin Sosyal Fonksiyonu

Turistlerin oluşturduğu turizm hareketi, insanların birbirlerini tanıması, birbirlerinin dilini, örf ve adetlerini öğrenmesi ve birbirleri arasında iyi ilişkiler kurabilmesini sağlayan en önemli araçlardan biridir. İşte bu turizmin sosyal fonksiyonudur.

2.2.2. Turizmin Politik Fonksiyonu

Turizmin insanları birbirine yakınlaştıran, insanları birbiriyle kaynaşmasını sağlayan bir işlevi vardır. İnsanları arasında oluşan bu pozitif ilişkiler ve bağlar devlet politikalarını da etkilemekte ve devletlerin politikalarına şekil vermektedir. Politikacılar ve yöneticiler kamuoyunun duygu ve düşüncelerine göre politikalarını belirlemektedirler. Bu sebeple turizm ülke politikaların da oldukça etkili bir konuma gelmiştir.

2.2.3. Turizmin Sağlık Fonksiyonu

Yalçın'a göre (2013) sağlık turizmi, gelişmiş ülkelerdeki sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan çevre sorunları, hava kirliliği, stres, mevsim değişiklikleri gibi olumsuz faktörlerin yanı sıra dünya genelinde yaşanan küresel krizle birlikte ağırlaşan iş ve yaşam koşulları ile sağlığı olumsuz etkilenen kişilerin bozulmamış doğası, çevresi, iklim ve fiziksel özellikleriyle sağlıklarını tekrar kazanacakları turistik alanlara seyahat etmeleridir.

Demek oluyor ki insanlar bozulan sağlıklarını geri kazanmak ya da düzeltmek için bunu en iyi nerede yapabilecekse oraya seyahat etmekten çekinmemektedir. Bunun neticesinde ise sağlık, turizm faaliyetlerinde önemli bir yer tutmaktadır.

2.2.4. Turizmin Kültürel Fonksiyonu

Turizm faaliyetleri bir toplumun kültürel yapısını önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Turizmin yerel toplumların dinsel inanç ve davranışlarının değişmesine, ahlaki değer ve olgularının değişmesine, yabancıların yaşam biçimlerinin özümsemesine, yabancı sözcüklerin ana dildeki oranının artmasına, yerli sanatın işlev ve anlayışının değişmesine neden olabilmektedir. Ayrıca turizm toplumun kültürel yapısının bir parçası haline gelebilmektedir (Baykan, 2007).

2.2.5. Turizmin Finansal Fonksiyonu

Hızla gelişen ekonomik faaliyetlerden biri olan turizmin, istihdam, döviz girdisi, vergi gelirlerinin artması gibi birçok ekonomik olarak birçok olumlu katkısı vardır. Turizmin ekonomi üzerindeki olumlu etkisinden dolayı Türkiye’de turizmin gelişmesine bağlı olarak yeni iş kolları türemiş, ticaret canlanmıştır. Turizmle ortaya çıkan konaklama ihtiyacından dolayı çok sayıda turistik tesis yapılmış bu da inşaat sektörünü olumlu yönde etkilemiştir.

Turizmin ekonomiye katkılarını kısaca sıralayacak olursak;

1. Turizme yapılan yatırımlarla bölge gelişir ve kalkınır.
2. İstihdam sağlar.
3. Gelir seviyesini artırır.
4. Hizmet sektörünün gelişmesini sağlar.
5. Bölgenin altyapısını güçlendirir.
6. Döviz girdisi sağlayarak ülkenin kalkınmasına katkı sağlar.
7. Ulaşımın gelişmesini sağlar.

2.3. TURİZM TÜRLERİ

2.3.1 Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Türleri

- **Bireysel Turizm**

Kişinin bireysel olarak turizm faaliyetine katılmasıdır. İnsanlar, yeni yerler keşfetmek, deneyimlemek gibi nedenlerle turizme bireysel olarak katılmaktadır. Bireysel olarak turizme katılanlar toplumsal açıdan değerlendirildiğinde genellikle gelir seviyesi üst düzeyde olan kimseler olduğu görülmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.11).

- **Kitlesel Turizm**

İnsanların geniş kitleler halinde katıldıkları turizm faaliyetine "kitle turizmi" denilmektedir. Kitle turizmi günümüzün turizm hareketlerine yön vermektedir. Kitle turizmde insanlar genellikle fiyatları uygun olduğu için paket turları tercih etmektedirler. Kitle turizmi, katılan kişi sayısına göre üstünlüğe sahiptir ve oluşturulan gruplar genellikle sürekli devam eder. Dolayısıyla turizmin gelişmesi için üzerinde en fazla durulan ve çalışılan turizm türüdür (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.12).

- **Grup Turizmi**

Bu turizm türünde aynı olguya dahil olan insanların birlikte katıldıkları turizm faaliyetine denir. Kozak vd. göre (2014) dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek kollarının katılımı ile gerçekleştirilen bu turizm türünde kişi sayısı 11 ile 16 arasında değişmektedir. Katılan kişi sayısının sınırlı olması ve grupların devamlı olmasından dolayı grup turizmi, kitle turizminden ayrılmaktadır.

2.3.2. Katılanların Geldiği Yere Göre Turizm Türleri

- **Dış Turizm**

İnsanların seyahat etmek amacıyla kendi ülkelerinden başka ülkelere gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerine dış turizm denir. İç turizmde olmayan pasaport, döviz, vize gibi işlemleri gerektirir. Dış turizmin iç turizmden farklı olarak döviz getirisi vardır. (MEB, 2018).

- **İç Turizm**

Bir ülkede yaşayan insanların, kendi ülkeleri içerisinde turizm faaliyetinde bulunmasına ve katılmasına iç turizm denir. İç turizm; kişilerin kendi ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini öğrenmelerine ve özümsemelerine aslında ne kadar ayrı gibi görünseler de bir bütünün parçaları olduğunu anlamalarına yardımcı olur (MEB, 2018).

2.3.3. Katılanların Yaşına Göre Turizm Türleri

- **Gençlik Turizmi**

15-24 yaş grubu arasındaki bireylerin anne, baba veya diğer aile yakınları olmaksızın turizme katılmaların "gençlik turizmi" adı verilmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.14).

- **Orta Yaş Turizmi**

Orta yaş dediğimiz 30-60 yaş grubu geniş bir kitlenin katıldığı turizm hareketine denir. Ekonomik gücü iyi olanlar ve aileleri oluşturur (MEB, 2018, s.7). Bu turizm çeşidinde yer alanlar, aktif olarak iş hayatında çalışanlardır. Bu grup turistler genellikle, kendi arabaları ile seyahat etmeyi ve uzun süreli tatil yapmayı tercih etmektedirler.

- **Üçüncü Yaş Turizmi**

60 yaş üstü ve aktif çalışma hayatını sona erdirmiş kişilerin katıldığı turizm hareketidir. Bu turizm çeşidi son yirmi yılın gelişen en önemli pazarlarından biridir. Yeterli boş zaman ve gelire sahip olmanın yanı sıra, aile sorumluluğunun da azaldığı bir dönem olan üçüncü yaştaki kişiler, önemli bir turist potansiyeli oluşturmaktadırlar. Üçüncü yaş turizmi, genellikle sağlık, kültür ve din turizmi destekli olarak yapılmaktadır. İnsanlar yaşlandıkça kültürel ve dini amaçlı seyahatlere, sağlık sorunlarından dolayı termal kaynaklara, ılıman iklim ve doğal güzelliklere sahip ülkelere ziyaret eğiliminde bulunmaktadır. Bu tür turizmin gelişmesi için yeterli potansiyele sahip olan Türkiye, üçüncü yaş turizmi uygulamalarına ilk defa 1990 yılında başlamıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.15).

2.3.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Türleri

- **Sosyal Turizm**

Usta'ya göre (1982) sosyal turizm, maddi durumu biraz zayıf olan insanların turizme katılmasını sağlamak amacıyla geliştirilen taktikler yoluyla turizm hareketine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin tümüdür. Sosyal turizmin temel amacı, maddi gücü zayıf bireylerin turistik faaliyetlere katılmasını sağlayarak bedensel ve zihinsel olarak tazelenip ve her açıdan gelişmelerini sağlamaktır. Bıçkıcı vd. göre (2013) sosyal turizm sosyal eşitliğin sağlanmasında, başka toplum ve milletlerle yakınlaşıp dostluk bağlarının gelişmesine önemli bir role sahiptir.

- **Lüks Turizm**

Bu grupta yer alanlar gelir seviyesi oldukça yüksek kişilerdir. Her türlü konfora sahip, standardı yüksek, kaliteli hizmet sunan, çok pahalı olan turistik tesisleri tercih ederler. Ulaşım ve diğer hizmet türlerinde de oldukça pahalı ve kaliteli olanı tercih ederler.

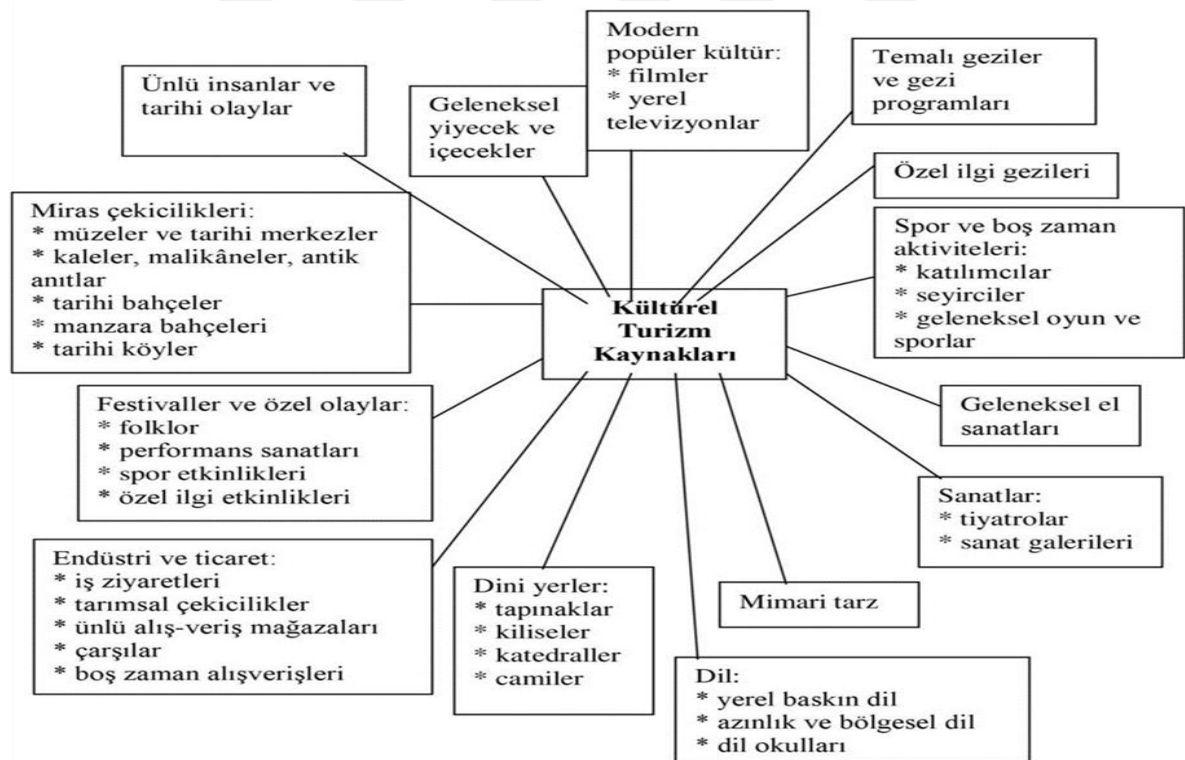
2.3.5. Amacına Göre Turizm Türleri

• Tarih ve Kültür Turizmi

İnsanların farklı kültürleri görüp tanımak için yaptıkları seyahatler neticesinde oluşan turizm faaliyetine “kültür turizmi” denilmektedir. İnsanlar eski medeniyetlere ya da kendi kültürleri dışındaki kültürleri de merak edip ilgi duymaktadırlar (Uygur ve Baykan, 2007, s.33). Kültür turizminin içeriği ve sahası hayli geniştir. Arkeolojik alanları ve müzeler, mimari yerler, sanatsal galeriler, festivaller, heykeller, müzik ve dans etkinlikleri, tiyatro gösterileri, dini ritüellere katılmak kültür turizminin amaçları arasındadır (Uygur ve Baykan, 2007, s.34).

Tarih turizmini ise ülkelerin bulunduğu coğrafyada daha önce yaşanmış olan bütün medeniyetlerin günümüze ulaşan kalıntılarını, kültürlerini, bilgilerini ve yaşam tarzlarını gezip öğrenmek için yapılan turizm faaliyeti olarak tanımlamak mümkündür.

Aşağıdaki şekilde tarih ve kültür turizminin içinde barındırdığı olgular gösterilmektedir.



Şekil 2.2. Kültürel Turizm Kaynakları

Kaynak: Kızılırmak ve Kurtuldu. (2005), Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Ankara

Ülkemiz bulunduğu coğrafya itibari ile geçmişten bugüne birçok topluluğa ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Anadolu coğrafyasında dünyanın ve insanlık tarihinin en eski yerleşim yerleri mevcuttur. Karain Mağarası (Antalya), Çatalhöyük (Konya), Göbekli Tepe (Şanlıurfa) bu yerlerden bazılarıdır. Hattiler Hititler, Frigyalılar, Urartular, İyonyalılar, Lidyalılar, Bizans, Roma, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetleri Anadolu topraklarında hüküm sürmüş dünyanın kabul ettiği en büyük medeniyetler arasındadır. Aynı zamanda Anadolu tarih boyunca Hristiyanlık ve İslam inancının da önemli bir coğrafyası olagelmıştır. İnançların ve medeniyetlerin beşiği olan bu topraklar tarih turizmi açısından dünyanın en önemli merkezlerinden biri olma özelliğini taşımaktadır.

- **Özendirme (İncentive) Turizmi**

Özendirme turizmi, bir şirketlerin çalışanlarını ödüllendirmek ya da motivasyonunu artırmak için tatile çıkarıp yeme-içme, konaklama masrafların şirket tarafından karşılandığı turizm türüdür.

- **Dağ Turizmi:**

Dağların temiz ve güzel havasından yararlanmak üzere insanların dağlara yönelik olarak gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Dağ turizmi yürüyüş (trakking) ve tırmanma şeklinde gerçekleştirilmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.22).

Türkiye fiziki yapısı itibari ile dağlık bir yapıya sahiptir. Bu özelliği sebebiyle dağ turizmi için insanlara oldukça zengin ve farklı seçenekler sunabilmektedir.

- **Deniz Turizmi**

Turizm denilince hakla hep ilk etapta deniz, kum, güneş üçlüsü gelir. Deniz turizm için hep en çekici ve en birinci faktör olmuştur. Türkiye'nin üç tarafının denizlerle kaplı olmasına rağmen Deniz turizmi Akdeniz kıyısında özellikle Antalya ve çevresinde yaygın olarak görülmektedir. Pek çok ülkede, o ülkeye seyahat eden turistlerin önemli bir bölümü deniz turizmi amacıyla seyahatlerini gerçekleştirmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014, s.27).

- **Termal Turizm**

Dünyada hızla gelişen ve geleceğin turizm faaliyetlerinden biri olduğu söylenen termal turizm, insan sağlığına olumlu etkisi sebebi ile turizm sektöründe oldukça önemli bir yere sahiptir. Doğal ve yer altından çıkan şifalı sular ile insanlar tedavi olabildiği için

termal turizm ve tesisleri oldukça gelişmiştir. Türkiye ise jeotermal kaynaklar konusunda Avrupa’da ilk sırada, Dünya’da ise ilk 7 ülke arasında yer almaktadır.

- **Kongre Turizmi-Seminer Turizmi**

Kongre turizmi konusunda uzman kişilerden yüz yüze bilgi alışverişinde bulunmak üzere bir yerde yapılan toplantılara başka yerlerden delegelerin gelmesiyle oluşan turizm faaliyetidir. Toplantılara katılan delegelerin seyahat, konaklama ve katılım ücretlerini bağlı bulundukları kurum ve kuruluşlar karşılamaktadır. Kongrenin yapılacağı ülkenin ya da şehrin sahip olduğu imkânlar, o yerin toplantı yeri olarak seçilmesinde önemli rol oynar. Kongre merkezi olacak yere ulaşım kolay olmalıdır, kongre yapılacak salonlar kullanışlı olmalıdır, kongre merkezinin olduğu yerde ya da yakın çevresinde konaklama tesisleri olmalıdır. Türkiye’de kongre turizmine oldukça elverişli bir ülkedir. Özellikle İstanbul ve Antalya bu konuda Türkiye’nin önde gelen illeridir. Bugün yapılan birçok otel ve konaklama tesisinde 100 kişiden 1500 kişiye kadar kapasitesi olan kongre salonları bulunmaktadır (MEB, 2018).

- **Sağlık Turizmi**

Tüm toplumlarda uzun, sağlıklı ve kaliteli yaşama arzusu, insanları konforlu bir hayat aramasına neden olmuştur.

Sağlık turizmi, insana haz veren ve rahatlatan gezilerin tümü olarak tanımlanabilir. Sağlık turizmin esas amacı daha sağlıklı olmak ya da tedavi olmaktır. Yalçın’a göre (2013) bu yaklaşımı benimseyen araştırmacılar masaj salonları ve alternatif terapiler gibi aktiviteler de sağlık turizmi tanımındaki geziler içinde yer almaktadır. Yine sağlık amaçlı evden uzak olmayı ve sağlık hizmetlerinden faydalanmak için yapılan her türlü yer değiştirmeyi sağlık turizmi olarak nitelendirmektedir.

- **Yat Turizmi**

Yat turizmi kişilerin şahsi yatları ya da işletmeciye ait olan yatlarda tatillerini geçirmesidir. Kozak vd. göre (2014) ülkemizde yat turizmi 1970’li yılların sonuna doğru Datça, Gökova ve Hisarönü körfezlerinin Yunanlı yat işletmecileri tarafından pazarlanmasıyla başlamıştır. 1983 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Yasası ile Kabotaj Kanunu’nda meydana gelen değişikliklerle hızla gelişmeye başlamıştır. Bu yasa değişikliği ile birlikte yabancı yatların gezi ve spor amacıyla Türk limanları ve karasularına girmelerine izin verilmiştir. Bu uygulamanın doğal bir sonucu olarak Türkiye’de faaliyet

gösteren yerli yat işletmecileri ve bunlara ait yatlar nitelik ve nicelik yönünden uluslararası standartlara yükselmiştir.

- **Kruvaziyer Turizm**

Kruvaziyer turizm, beş yıldızlı bir otelin tüm imkanlarına sahip büyük yolcu gemileri ile tatil amaçlı yapılan gezilerdir. Kruvaziyer turizm, farklı yerler arasında yolcu taşımak değildir, tıpkı oteller gibi konaklama, yeme-içme, eğlence, spor gibi birçok faktörün oluşturduğu tatil, turiste paket olarak verilir. Dünyanın dört bir tarafından bu paket turları alan turistler geminin hareket edeceği limana gelirler. Yolcular, gemi ile programda yer alan limanlara doğru hareket ederler.

- **Av Turizmi**

Av turizmi, insanları belli bir eğitimde geçirerek hayvanlar ve doğa hakkında bilinçli hale getirilerek, doğaya zarar vermeden ve ekolojik dengeyi bozmadan yapılan sadece belli bir olgunluğa erişmiş hayvanların avlanmasıdır. Yapılan bir diğer uygulama ise avlanılacak olan hayvanlar üreme çiftliklerinde beslenip çoğaltılmakta ve avlanılmaları için doğaya bırakılmaktadır. Bilinçli ve gerçek anlamda av turizmi, 1981 yılında Antalya'nın Düzlerçamı bölgesinde dağ keçisi ve domuz avı ile başlamıştır. 1992 yılında Orman Bakanlığı bünyesinde Milli Parklar Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü'nün tekrar kurulmuştur (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014). Av turizmine açılacak avlaklar, ülkemizin av hayvanı potansiyeli dikkate alınarak Orman Bakanlığı (Milli Parklar, Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü) tarafından tespit ve ilan edilmektedir. Av amaçlı olarak ülkemize gelen turistler, Orman Bakanlığınca, A Grubu Seyahat Acentelerine verilen Av Turizmi İzin Belgesi ile avlanabilmektedirler (MEB, 2018, s.13). Av turizminde av turlarına katılan turistler otelleri, av köşkleri veya evlerini, köy evlerini, avın yapıldığı yere göre av kamplarını veya mağaraları tercih etmektedirler.

- **Mağara Turizm**

Mağara turizmi, mağaraların araştırılması ve haritalanması ya da tamamen gezip görmek amacıyla yapılan bir turizm faaliyetidir. Ülkemizin mağara turizmi açısından oldukça zengindir. Türkiye'nin hemen her bölgesinde mağara görmek mümkündür. Arpacı vd. göre (2012) bir mağaranın turizme açılabilmesi için birtakım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralayacak olursak;

- ✓ İnsanların can güvenliğini tehlikeye atmamalı

- ✓ Mağaranın içinin insanların dikkatini çekecek şekilde bir yapıya sahip olmalı içi şekil ve yapılara sahip olunması
- ✓ Mağaranın fiziki yapısı, insanların rahatlıkla dolaşmalarına uygun olmalı
- ✓ Ulaşım imkanı kolay ve rahat olmalı

Türkiye'de turizme açık olan mağaralar:

1. İnsuyu Mağarası (Burdur),
2. Cennet-Cehennem (Dilek) Mağarası (Silifke Narlıkuyu)
3. Eshabı-Keyf (Yedi Uyurlar) Mağarası (Tarsus)
4. İndere Mağarası, Ballica Mağarası (Tokat)
5. Buzluk Mağarası (Ağrı)
6. Tınaztepe Mağarası (Seydişehir)
7. Merdivenli Mağarası (Hatay)
8. Pirun Mağarası (Adıyaman)
9. İmrenler Mağarası (Konya)
10. Yalan Dünya Mağarası, Karain Mağarası, Beldibi Mağarası, Tilkiler Mağarası, Cüceler Mağarası, (Antalya)
11. Altınbeşik Mağarası (İbradı-Antalya)
12. Dim Mağarası, Damlatış Mağarası (Alanya)
13. Astım Mağarası, Çukurpınar Mağarası, Aynalıgöl Mağarası (Mersin)
14. Tuz Mağarası (Çankırı)
15. Oylat Mağarası, Ayvaini Mağarası (Bursa)
16. Aynalı Mağarası (Amasya)
17. Çal Mağarası (Trabzon)
18. Cehennemagzı Mağaraları, Kızılelma Mağarası, Gökgöl Mağarası (Zonguldak),
19. İlgarini Mağarası (Kastamonu)
20. Yarımburgaz Mağarası (İstanbul)
21. Pınargözü Mağarası (Isparta).

- **Kış ve Dağ Turizmi**

Kış turizmi, çoğunlukla dağlık ve karlı mekânlarda gerçekleştirilen, odağında kış sporlarının bulunduğu turizm hareketleridir. Dünyada en fazla turist çeken ilk on ülke arasında Türkiye altıncı sırada yer almaktadır. Kış turizminin gerektirdiği fiziki şartlar

açısından oldukça yüksek potansiyel oluşturan doğal ortamlara sahiptir. Kış turizmi için kaynak sağlayan çok geniş bir yükselti kuşağına sahip olan Türkiye'nin başlıca dağlık alanları şunlardır:

- **Kuzey Anadolu Dağları:** Anadolu'nun kuzey kıyıları boyunca doğu batı doğrultusunda İki sıra halinde uzanmaktadır. Karadeniz kıyısı boyunca Kocaeli Yarımadası'nın hemen doğusundan başlayarak kıyıyı takip eden birinci sıra, İsfendiyyar, Canik ile Giresun ve Rize Dağları'nı kapsayan Doğu Karadeniz Dağları'ndan oluşurken ikinci sıra Koroğlu, Ilgaz, Çamlıbel, Çimen, Mescit-Aladağlar ve Yalnızçam Dağları'ndan oluşmaktadır.
- **Toros Dağları:** Batıda Kerme Körfezi'nden başlayan Toros Dağları, Teke Yarımadası'nda birbirlerinden çökme sonucu oluşmuş havzalarla ayrılarak kuzey güney yönünde uzanmaktadır. Daha sonra Antalya-Isparta Kenet Kuşağı'ndan itibaren güneydoğu yönüne doğru yönelerek Akdeniz kıyılarına kabaca paralel uzanmakta, İskenderun Körfezi'nin kuzeydoğusunda Amanos Dağları ile birleşerek Güneydoğu Toroslar adı altında Van Gölü güneyinden geçerek İran Zağros Dağları'na bağlanmaktadır (Aydın, 2016, s.19).
- **Yıldız (Istranca) Dağları:** Trakya'nın Karadeniz kıyısı boyunca uzanan bu dağların en yüksek noktası 1.031 m yükseltiye sahiptir. Trakya kesiminin kış sporları açısından en uygun alanını oluşturmaktadır.
- **Volkanik Dağlar:** Türkiye Alp-Himalaya Dağlık Kuşağı'nda yer alması münasebetiyle kış turizmi açısından oldukça elverişli olmasının yanında, sınırları içerisinde yer alan, büyük yükselti değerlerine sahip olan volkan konileri ülkenin kış turizm potansiyeline daha fazla katkı sağlamıştır. Marmara Bölgesi'nde Uludağ, İç Anadolu Bölgesinde Erciyes, Melendiz, Karadağ ve Hasan Dağı, Doğu Anadolu Bölgesi'nde Nemrut, Tendürek, Süphan, Ağrı Dağı, Aladağ, Güneydoğu Anadolu'da ise Karacadağ Türkiye'nin önemli kış turizm alanlarını oluşturmaktadır (Aydın, 2016, s.20).

• İnanç Turizmi

İnsanlar inançları gereği var olduklarından bu yana kutsal saydıkları yerleri görmek ya da bu kutsal yerlere gelerek dini vecibelerini yerine getirip ibadetlerini yapmak için bulundukları yerlerden ayrılıp buralara gelmesine inanç turizmi denilmektedir. Böylece kutsal yerler insanlar tarafından büyük kitleler halinde ziyaret edilmektedir. İnanç turizmi,

Dünyanın en eski turizm türlerinden birisidir. Dünya İnanç Turizmi Birliği (WRTA) adı altında uluslararası bir kuruluşta bulunmaktadır.

- **Özel İlgi Turizmi**

Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yapmış olduğu tanıma göre özel ilgi turizmi belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve belirli ilgilerini geliştirmek amacını güden kişilerin, bireysel ya da grup halinde katıldıkları bir turizm türüdür. Hacıoğlu ve Avcıkurt'a göre (2011) özel ilgi turistleri yeni şeyleri tecrübe etmek ve bundan en yüksek tatmini sağlamak isteyen, çevreye duyarlı, gittikleri ülkenin ve bölgenin kültürünü tanımak isteyen, yerleşim yerlerinde temiz olmak şartıyla fazla lüks aramayan, fiyat duyarlılığı yüksek olmayan kişilerdir. Bu tür turistler kesin belirlenmiş ilgilerine göre seyahat ederler, yaptıkları seyahat ve tatiller daha uzun sürelidir ve mevsim tercihleri aktivitelerin gerektirdiği şartlara göre belirlenmektedir (Akıncı ve Kasalak, 2019, s.166-167). Özel ilgi turizmini alt başlıklar altında inceleyecek olursak:

- **Golf Turizmi:** Golf turizmi, gelir seviyesi oldukça yüksek kişilerin tercih ettiği bir turizmdir. Ülkemizde de son yıllarda golf turizmine ilgi artmış ve önem verilmeye başlanmıştır. Özellikle Antalya Belek dünya çapında golf sahalarına sahiptir.
- **Yayla Turizmi:** Dağların tepelerinde bulunan düzlüklerde kurulan yaylara yapılan ziyaretler yayla turizmini oluşturmaktadır. İnsanların tatillerini doğa ile içi içe geçirmek için yayları tercih etmektedir. Anadolu kültüründe yaylacılığın önemli bir yeri vardır. Yaylacılık ve yayla kültürü şehrin kaosundan uzak doğa ile içi içe olmaktır. Doğu Karadeniz Bölgesi Türkiye'de en fazla yaylacılık faaliyetinin yapıldığı bölgedir.
- **Botanik Turizmi:** Anadolu üzerinde bulunduğu coğrafi konumdan dolayı farklı iklim tiplerinin bir arada görüldüğü bir yerdir. Üç kıtayı birbirine bağlayan doğal bir köprü olması nedeniyle Anadolu çok fazla bitki türüne sahiptir. Avrupa Kıtası'nın tamamında görülen bitki türlerinin toplamı 12.000 iken Türkiye'de 9.000 çeşit bitki vardır. Dünyada sadece belli bir bölgede yetişebilen endemik bitkiler açısından Türkiye dünyanın sayılı yerlerinden biridir. Ülkemizde en çok endemik bitki türü olan illerimizin başına 578 bitki çeşidiyle Antalya, 478 bitki çeşidi ile Konya ve 366 bitki çeşidi ile İçel gelmektedir (MEB, 2018, s.15). Botanik turizmi; farklı bitki türlerini içerisinde barındıran, bu bitki türleri ile donatılmış olan

turistik alanları, turist sınıfında olan kişilerin ziyaret etmesi; konser, sergi ve diğer turistik faaliyetleri de içerisinde barındırmasıdır.

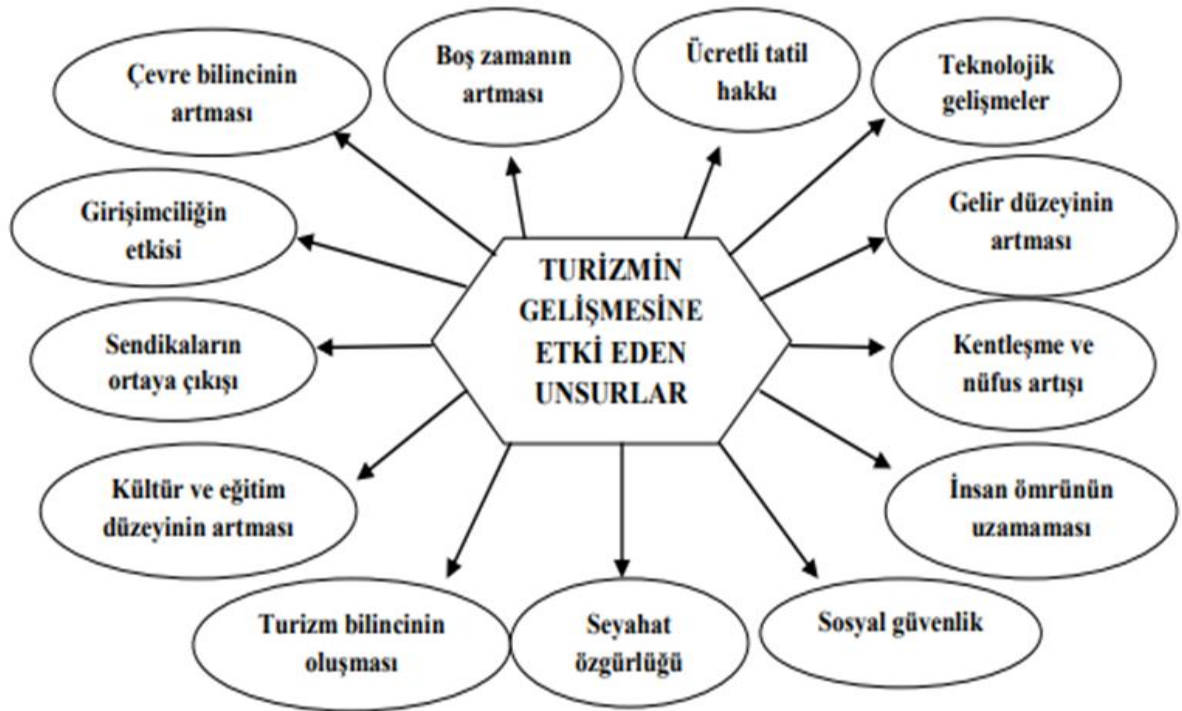
- **Kuş Gözlemciliği:** Kuş gözlemciliği doğada her yerde yapılabilmektedir. Kuş gözlemciliğinin yeri ve zamanı yoktur. Türkiye’de şimdiye kadar kayıtlara geçmiş kuş türü 461’dir. Türkiye özel konum itibarıyla kıtalar arasında yıl içerisinde döngüsel olarak devam eden kuzey-güney ve doğu-batı ana yönlü kuş göç hareketlerinin merkezinde yer alır. Türkiye’de turizmin çeşitlendirilerek, turizm gelirlerinin ülke geneline ve tüm yıla yayılması hedefleri doğrultusunda; mevcut bilgi birikiminden yararlanarak kuş gözlemciliğini alternatif turizm türlerinden eko turizmin alt bileşeni olarak belirlenmiş ve desteklemeye başlamıştır (Erdoğan, 2003, s.107). Kuş gözlemci bir turist için harcayacağı paranın miktarı çok da önemli değildir. Yeter ki gözlem için koşullar uygun olsun. Bu sebeple bu turizm türü ekonomik girdisi çok yüksek, turizmciye herhangi bir maliyet getirmeyen ideal bir turizm türüdür.
- **Rafting:** Debisi ve hızı yüksek akarsularda şişme bot ile grupla yapılan spora rafting denilmektedir. Akarsu bakımından zengin kaynaklara sahip olan Türkiye, akarsuda yapılan spor faaliyetlerine ve akarsu turizmine oldukça uygundur.
- **Sualtı Dalış Turizmi:** Su altı dalış turizmi; su altı dünyasının flora, fauna ve arkeolojik kültür varlıklarını görmek, fotoğraflamak, filme almak ve sportif balık avlama amaçlı olarak gerçekleştirilen tanıtım, sportif ve eğitim amaçlı dalışlar ile kıyıda verilen konaklama ve ağırlama hizmetleri içine alan bir turizm çeşididir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015; Yarmacı, Keleş ve Ergil, 2017, s.68).

2.4. TURİZMİN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Turizm faaliyetleri özellikle, sanayi devriminden sonra ortaya çıkan olumlu ve olumsuz gelişmelere bağlı olarak hız kazanmıştır. İnsanların eğitim, kültür ve gelir seviyelerinin artması bunun yanında kentleşme ve şehir yaşamına bağlı olarak iş yükünün ve stresin artmasından dolayı ruhsal ve bedensel rahatsızlıkların artması, kişilerin ve toplumların hak ve özgürlükleri ile ilgili olumlu gelişmeler turizm ve seyahat bilincinin toplumlarda üst seviyeye çıkmasına neden olmuştur. Sanayi Devrimi, günümüz turizm algısının oluşması ve gelişmesi için gerekli altyapıyı hazırlamış ve zaman içerisinde turizm hareketlerini hızlandıran önemli bir etken olmuştur. Teknolojide ve modern hayatta yaşanan hızlı gelişmeler, hızlı kentleşme ve savaşların sona ermesiyle ortaya çıkan nüfus

artışı, sağlıkta yaşanan gelişmelerle insan ömrünün uzaması, kişilerin sosyal güvenliklerini güvence altına alması, seyahat özgürlüğü, turizmin gelişmesini etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Sanayi devriminden sonra çalışma saatlerinde de yer yer değişimler yaşanmış ve çalışma saatlerinde azaltmaya gidilmiştir. Bu konuda verilen mücadelelerin sonucunda çalışma saatleri günümüzdeki son şeklini almış bunun neticesinde insanların kendilerine ayırabilecekleri zaman artmış ve bu artan zamanı da insanlar yeni yerler görmek için kullanmaya başlamışlardır. İş yerlerinin çalışanlarını ödüllendirmek veya teşvik amaçlı çalışanlarına ücretsiz tatil hakkı sunması, gelişen teknoloji ile birlikte hızlı trenlerin, çok katlı gemilerin ve büyük yolcu uçaklarının artması, insanların seyahat özgürlüklerini kazanmaları da turizm faaliyetlerinin artmasında ve gelişmesinde büyük öneme sahiptir.

Aşağıdaki şekilde turizmin gelişmesine etki eden unsurlar gösterilmiştir.



Şekil 2.3. Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

Kaynakça: Öğretim Görevlisi Erkan DENK

2.5. TURİZM İŞLETMELERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Turizm işletmelerini 7 başlık altında inceleyebiliriz.

- **Konaklama İşletmeleri:** Turistlerin geceleme yanında, yiyecek ve içecek gereksinimlerini karşılamak üzere yapılan yapılardır. Konaklama işletmeleri içerisinde en önemli grubu oteller oluşturmaktadır.
- **Seyahat İşletmeleri:** Seyahat işletmelerini, seyahat acenteleri ve tur operatörleri olarak iki kategoride ele almak mümkündür.
- **Dinlenme İşletmeleri:** Bu işletmeler insanların boş zamanlarını değerlendirip geçirebildikleri, eğlenebildikleri, dinlenebildikleri ve farklı isteklerini yapabildikleri etkinlikleri yapan, ayarlayan ve sunan yerlerdir.
- **Yat ve Marina İşletmeleri:** Yatların en önemli uğrak yerlerinden bir tanesi de yat limanları ya da marinalardır. Marinalarda gemilerin ya da yatların tamir, bakım, yakıt, haberleşme ve alışveriş hizmetleri sunulmaktadır. Buralarda bunların yanında dinlenme tesisleri olduğundan konaklama sektörü içerisinde yer almaktadırlar.
- **Yiyecek -İçecek İşletmeleri:** 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 37. Maddesinde üç yıldız ve üzerinde yıldızla sahip tüm konaklama tesislerinde yiyecek-içecek servisinin bulunması gerektiği mecbur olduğu ibaresi yer almaktadır.
- **Ulaştırma İşletmeleri:** Turizm alanında ulaştırma faaliyetleri 1960 yılından itibaren büyük bir gelişme göstermiştir. Son yıllarda da hızla bu gelişim artarak devam etmektedir (İdrisoğlu, 2016 s.14-15).

2.6. TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI

Turizm ekonomik yönüyle devletler tarafından “Bacasız Sanayi” olarak değerlendirilmiştir. Bu şekilde değerlendirilmesinin sebebi ise ülkeye doğrudan döviz girişi sağlaması, gelir getirici etkisiyle diğer sektörleri de olumlu olarak etkilemesi, istihdam sağlamasıdır. Turizmin genel ekonomi üzerindeki en önemli etkisi Türkiye'nin kalkınması için gerekli olan döviz girdisinin sağlanmasına katkıda bulunmasıdır. Döviz girdisi dış ödemelerde önem arz etmektedir. Türkiye turizm sektöründen elde dövizlerle dış borçlarının bir bölümünü ödemektedir. Bir diğer önemli etki ise istihdam etkisidir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde işsizlik büyük bir sorun teşkil etmektedir. Turizm sayesinde işsiz insanlar istihdam edilerek iş piyasadaki arz fazlası bir miktar da olsa

azaltılabilmektedir. Aynı zamanda turizmin milli gelir üzerinde olumlu etkisi vardır. Bu durum neticesinde gayri safı milli hasılanın ve kamu vergilerinin artmasına neden olmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkisi ekonomi üzerinde oldukça etkilidir. Örneğin turizm amaçlı yapılan bir otelin inşaat sektörünü ekonomik olarak olumlu yönde etkilemektedir.

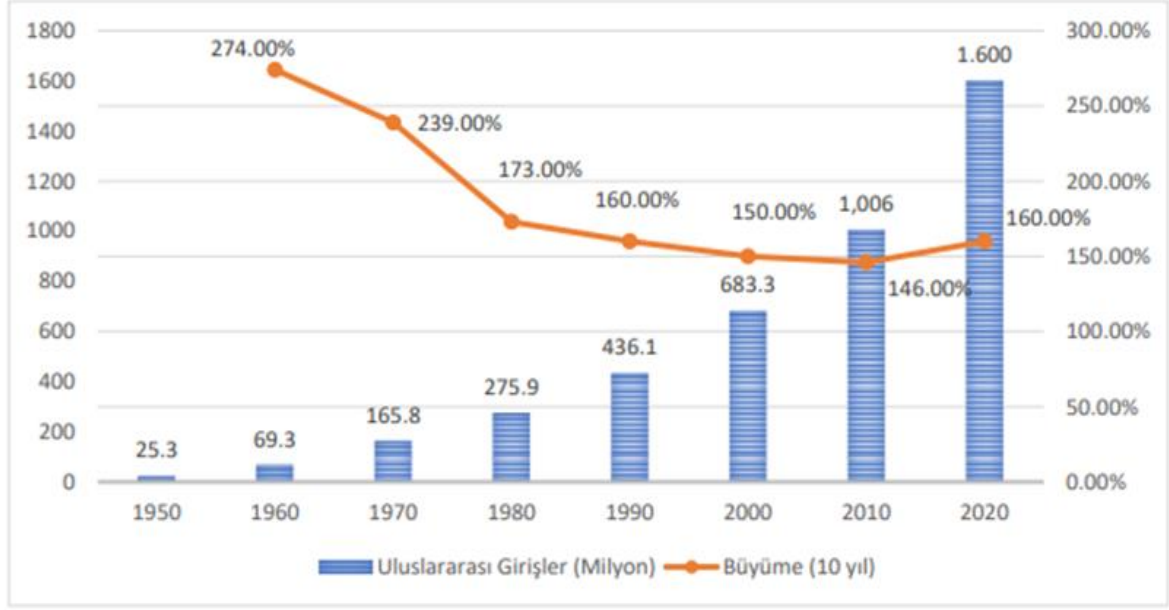
Turizm, uluslararası bir endüstri kolu haline gelmiştir. Uluslararası turizmin sürekli bir yükseliş ivmesinde olması ülkelerin bu gelişen bu endüstriye ilgi göstermesine neden olmuştur. Bu nedenleri sıralayacak olursak;

1. Turizm talebi her geçen gün hızla artmaktadır.
2. Turizm döviz sıkıntılarının giderilmesinde çözüm olmaktadır.
3. Turizm endüstrisinin gelişmesi diğer endüstri kollarına göre daha kolay ve maliyetsiz olabilmektedir.
4. Turizm ekonomik kısıtlamalardan veya kotalardan diğer sektörlerle göre daha az etkilenebilmektedir.

Ekonomik koşulları ve ekonomi üzerinde yarattığı etkiler bakımından sektörel alanda turizm hareketi günümüzde daha baskın bir şekilde kendini göstermektedir. Turizmin ekonomi ile olan yakın ilişkilerini sıralayacak olursak:

- Turizm, turistik beldelerde önemli bir gelir ve istihdam olanağı oluşturmaktadır.
- Turizm, diğer sektörler ile iç içe ve bağlantılı bir şekilde faaliyet gösterdiği için diğer sektörleri ekonomik olarak olumlu etkilemektedir.
- Turizm, uluslararası rekabeti artırmaktadır.
- Turizm, döviz girdileri sayesinde ülkelerin dış borçlarını ödemelerinde önemli bir paya sahiptir.
- Turizm, dış sermayenin ülkeye çekilmesinde etkin rol oynamaktadır.
- Turizm, ülkeler arasında yaşanan etkileşimler nedeniyle küresel anlamda ekonomik ilişkileri de canlandırmaktadır (Girgin, 2019, s.29-30).

Günümüzde, ülkelerin ekonomik açıdan büyümelerini ve gelişmelerini sağlayan en önemli dinamiklerden biri olarak turizm sektörü gösterilmektedir. Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisi içerisinde en çok gelişme kaydeden sektörlerin başında gelmektedir.



Grafik: Dünyada Meydana Gelen Turizm Faaliyet Rakamları

Kaynak: (Girgin, 2019, s:29-30).

Yukarıda verilen grafikte 1950 yılından itibaren dünya üzerindeki uluslararası turist ziyaretinin ve 2020 yılına kadar olası yapılan tahminlerin gelişimi gösterilmektedir

2.7. ANTALYA'DA TURİZM SEKTÖRÜ VE GELİŞİMİ

2.7.1. Antalya'nın Coğrafi Konumu



Antalya İli İlçeler Haritası

Antalya ili Türkiye'nin güneybatısında 29° 20'-32° 35' doğu boylamları ile 36° 07'-37° 29' kuzey enlemleri arasındadır. Güneyinde Akdeniz ve kuzeyinde denize paralel uzanan Toroslar ile çevrili olup, doğusunda İçel, Konya ve Karaman, kuzeyinde Isparta ve Burdur, batısında Muğla illeri ile komşudur. İlin yüzölçümü 20.815 km² kadardır (Sarı, 2007, s:7).

Antalya Akdeniz Bölgesi'nin batısında bulunmaktadır. Antalya doğal ve kültürel coğrafya özellikleri bakımından büyük bir zenginliğe sahiptir. Yüzölçümü bakımından Türkiye'nin beşinci büyük kentidir. Antalya'nın on dokuz ilçesi (Akseki, Aksu, Alanya, Demre, Döşemealtı, Elmalı, Finike, Gazipaşa, Gündoğmuş, İbradı, Kaş, Kemer, Kepez, Konyaaltı, Korkuteli, Kumluca, Manavgat, Muratpaşa, Serik) vardır (Sarı, 2007, s.7).

2.7.2. Antalya'nın Nüfusu ve Özellikleri

Antalya'da ilk nüfus sayımı Osmanlı Devleti'nde 1831 yılında Sultan II. Mahmut zamanında yapılmıştır. Etnik farklılıklara da yer verilen sayım sonuçlarına göre Antalya'da Türklerle birlikte Rum, Ermeni ve Yahudi gruplarda yaşamaktaydı. Dinç'in (2007).

Osmanlı Devleti'nde yapılan en önemli nüfus sayımlarından birisi olan 1881/82 nüfus sayımında, Teke Sancağı genelinde 92 071 kadın, 92 061 erkek toplam 184 132 kişi sayılmıştı. Etnik farklılıklara da yer verilen sayım sonuçlarına göre, Antalya kentinde Rum, Ermeni ve Yahudi olarak 4 324 (%6) gayrimüslim yaşamaktaydı. 1888/1889 tarihine ise 1569 Kıpti, 3 735 Rum, 11 112 aşayir (aşiret mensupları) ve 156 168 müslüman olmak üzere toplam 172 854 kişi olarak Antalya'nın nüfusu kayıtlara geçmiştir. Osmanlı Devleti'nde 1905 ve 1906 yıllarında yapılan son nüfus sayımında ise Teke (Antalya) sancağının toplam nüfusu 236 754 olup, bunun 119 332'sini erkek, 117 422'sini de kadın nüfus oluşturmaktaydı. Müslümanlar nüfusun %95'ni oluştururken Rum nüfus 10 255 olarak sayılmıştır.

Cumhuriyetin ilk nüfus sayımına göre Antalya'nın demografik yapısını incelediği çalışmasında yer alan verilere göre yapılan bu ilk nüfus sayımında Antalya şehir merkezinde 2.879, tabi nahiye ve köylerde 1.963 nüfus tespit edilmiştir. Anadolu eyaletine bağlı Teke Sancağı geneline ise toplam nüfus 35 839 olarak kayıtlara geçmiştir. Bu toplam rakama Mora'dan göç eden muhacirler (522 kişi) dahil edilirken gayrimüslim nüfus dahil edilmemiştir. 30 Ocak 1923 tarihinde Lozan'da Türk ve Rum nüfusun mübadele edilmesi adına anlaşma imzalanmıştır. Bu protokole göre Antalya'daki Rumlar Yunanistan'a gönderilmiştir.

Cumhuriyet döneminde Antalya nüfusu ile ilgili ilk bilgilere 1926 ve 1927 yıllarından itibaren ulaşılabilmektedir, 1926 ve 1927 yıllarında Antalya genelinde 206 2704 nüfus bulunmaktaydı (Dinç, G., s: 70-73).

Yüzbaşı'nın (2020) 1927-1950 yılları arasında Antalya'nın nüfusu ve demografik yapısını incelediği araştırmasında yer alan verilere göre 1935 yılında yapılan nüfus sayımında Antalya'nın toplam nüfusu 242 609 olup, 115 210 erkek, 127 399 kadındır. 1935 yılında Antalya'nın nüfusunun %82'si nahiye ve köylerde bulunurken %18'i ilçe merkezlerinde yer almıştır. 1940 Genel nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 256 366 olup 123 397 erkek, 132 969 kadındır. 1945 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın toplam nüfusu 278 178'dir. Bu nüfusun 134 714'ü erkek, 143 464'ü kadındır. 1950 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 311 442 olarak kayıtlara geçmiştir. 1950'lerden sonra ekonomik seviyenin yükselmesi, sağlık alanındaki ilerlemeler ve sosyal yaşamdaki gelişmeler nüfus artışını hızlandırmıştır.

1955 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın genel nüfusu 357.568'dir. 1960 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 416 130'dur (T.C.B.D.İ.E.,1963, s:9).

1965 senesinde yapılan genel nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 486 910'dur, nüfusun 244 939'u erkek, 241 971'i kadındır (<http://rapor.tuik.gov.tr>). 1970 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 577 334'dür. 1975 yılında yapılan nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 669 357'dir. 1980 yılında yapılan genel nüfus sayımına göre Antalya'nın nüfusu 455 345'i erkek, 435 804'ü kadın olmak üzere toplamda 891 149'dur (Çetik,1992, s: 50-125).

1985-90 döneminde Antalya'da nüfus eskiye göre hiç olmadığı kadar hızlı artış göstermiştir. 1980 sonrasında turizm sektöründeki gelişmelerle birlikte doğal nüfus artışının yanında göç olayları da nüfusun artışında etkili olmuştur. İlde, 1980'li yıllardan sonra köyden şehre olan göçlerde de artma olmuştur (T.C. Antalya Valiliği, 2012).

1927-2007 yılları arasında Antalya'nın toplam nüfusu ve nüfusun şehir, köy, bucaklara dağılışını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır (TÜİK, 2008).

Yıllar	Şehir Nüfusu	Köy ve Bucak Nüfusu	Nüfus Artış Oranı (Binde)		
			Şehir	Köy	Toplam
1927	35.533	170737	-	-	-
1935	43.857	198752	26.31	18.99	20.28
1940	49.903	206463	25.83	7.61	11.03
1945	48.714	229464	24.82	21.12	16.33
1950	53.972	257.470	20.50	23.03	22.59
1955	67.480	290.088	44.67	23.86	27.62
1960	95.424	320.706	69.30	20.07	30.33
1965	129.657	357.253	61.31	21.58	31.42
1970	176.008	401.326	61.13	23.27	34.83
1975	223.089	446.268	47.41	21.23	47.88
1980	280.837	467.869	46.04	9.45	22.41
1985	397.712	493.437	69.59	10.64	34.83
1990	602.194	530.017	82.17	14.30	47.88
1997	851.823	625.680	-	-	40.46
2000	936.330	783.421	27.04	3.95	18.34
2007	1.127.634	661.661	20.39	-15.54	4.04

Tablo 2.7.2.1. Antalya'nın 1927 ve 2007 yılları arasındaki sayımlara göre nüfus artışı

Kaynak: T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK,2008, data.tuik.gov.tr

2021 yılı Antalya'nın ilinin 19 ilçesinin ayrıntılı olarak nüfus tablosu aşağıda yer almaktadır.

Yıl	İlçe	İlçe Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu	Nüfus Yüzdesi
2021	Kepez	591.895	300.798	291.097	22,59%
2021	Muratpaşa	521.183	253.955	267.228	19,89%
2021	Alanya	350.636	177.093	173.543	13,38%
2021	Manavgat	245.740	125.368	120.372	9,38%
2021	Konyaaltı	199.609	95.179	104.430	7,62%
2021	Serik	134.953	68.714	66.239	5,15%
2021	Aksu	75.633	38.689	36.944	2,89%
2021	Döşemealtı	73.809	37.710	36.099	2,82%
2021	Kumluca	72.478	36.612	35.866	2,77%
2021	Kaş	61.488	31.613	29.875	2,35%
2021	Korkuteli	55.883	28.046	27.837	2,13%
2021	Gazipaşa	52.126	26.454	25.672	1,99%
2021	Finike	49.407	24.804	24.603	1,89%
2021	Kemer	46.615	24.231	22.384	1,78%
2021	Elmalı	40.614	21.179	19.435	1,55%
2021	Demre	27.150	13.946	13.204	1,04%
2021	Akseki	10.575	5.338	5.237	0,40%
2021	Gündoğmuş	7.170	3.562	3.608	0,27%
2021	İbradı	2.868	1.464	1.404	0,11%

Tablo 2.7.2.2. Antalya ilçeleri nüfus bilgileri

Kaynak: <https://www.nufusu.com/il/antalya-nufusu>

Verilerden elde edilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere Antalya'nın nüfusu günümüze kadar istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. Bu artışların başlıca sebeplerinden bir tanesi 1980 yılından sonra ivme kazanan turizm sektöründen dolayı dışarıdan aldığı göçtür.

Antalya'da turizmin canlanmasından önce nüfusun %95 i kırsalda tarımla uğraşmaktaydı. Halkın geçim kaynağının büyük bölümünü tarım faaliyetleri oluşturmaktaydı. Ancak 1980 sonrasında devletinde desteğiyle hızlı bir yükselişe geçen turizm sektörü insanlara farklı ve kazançlı bir gelir kapısı teşkil etti. Bu durum neticesinde Antalya'da turizm sektörüyle beraber diğer sektörlerde gelişme göstermeye başladı. Örneğin turizm için yapılan oteller inşaat sektörünü, eşyalar hammadde sektörünü olumlu yönde etkileyip gelişmelerini sağlamıştır. Ekonomide sağlanan tüm bu olanaklar

Antalya'yı ekonomik anlamda bir cazibe merkezi haline getirmiştir. Dolayısıyla bu durum neticesinde de Antalya'ya para kazanmak isteyen insanlar göç etmişler ve nüfusun artmasına sebep olmuşlardır. Antalya'nın tarihine baktığımız zaman geçmişten günümüze kadar hep göç alan bir bölge olduğunu görürüz. Antalya'nın antik çağlardaki adı "Pamfilya"dır. Anlamı ise çok halkların ülkesidir. Antik çağlarda da Antalya ekonomik bakımdan ve medeniyet bakımından dönemine göre çok ileride olduğu için farklı toplumların ve ulusların yaşamak için tercih ettiği bir yer olmuştur.

Yıl	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Göç Farkı
2014	93.057	64.631	28.426
2013	88.605	64.075	24.530
2012	83.596	62.893	20.703
2011	89.731	62.875	26.856
2010	86.737	61.662	25.245
2009	75.696	58.632	17.064
2008	92.031	55.806	36.225

Tablo 2.7.2.3. Antalya'nın yıllara göre aldığı-verdiği göç miktarı ve aradaki göç farkı

Kaynak: <https://www.nufusu.com/il/antalya-nufusu>

Tablodan da anlaşılacağı üzerine Antalya göç vermesine karşın fazlasıyla göç alan bir şehirdir.

2.7.3. Antalya'nın Tarihi ve Kültürel Özellikleri

Antalya dünya üzerindeki bilinen en eski yerleşim yerlerinden bir tanesidir. Günümüze kadar Antalya ve civarı birçok bir medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Antalya doğası, yer şekilleri, iklimi ve coğrafi konumu sebebiyle insanlar için hep yaşamaya uygun bir yer olarak görülmüş ve bu nedenle devletler arasında Antalya'ya sahip olmak için sürekli çekişmeler ve savaşlar yaşanmıştır. Antalya şehrinin kuruluşuyla ilgili bir rivayete göre II. Attalos, askerlerine şöyle bir emir verir "Gidin yeryüzünde cenneti bulun!" Askerler uzun bir aradan sonra Antalya'yı keşfederler, II. Attalos'a durumu haber verirler. II. Attalos askerlerini bulduğu bu eşsiz güzellikte ki yeri çok beğenir ve burada kendi ismine itafen (Attaleia) adında şehir kurar (M.Ö. 195-138). Attaleia daha sonra Adalia, Adalya isimlerini alarak en sonunda Antalya olarak dilimize geçmiştir.

Eldeki birçok kaynak ve veriden anlaşılmaktadır ki ilk çağlardan buyana burada yerleşim söz konusudur. Antalya'nın Döşemealtı İlçesi'nde bulunan Karain Mağarası, Beldibi Mağarası ve Elmalı İlçesi'nde bulunan Semahöyük'te yapılan kazı ve incelemelerde ilk çağlara ait yaşam olduğuna dair izlere rastlanmıştır. Bu kazı ve araştırmalarda, Paleolitik, Mezolitik, Neolitik, Kalkolitik ve Bronz Çağı dönemlerine ait eserler bulunmuştur. Karain'de bulunan tarihi objelerle, Elmalı-Semahöyük'te bulunan tarihi objeler birbirleriyle paralellik göstermektedirler.

Antalya ile ilgili bilgilere birçok gezgin ve seyyahın eserlerinde de rastlamak mümkündür. İbn-i Batuda Seyahatnamesinde Antalya'dan bahsetmektedir.

İbn-i Batuda Antalya ile ilgili gözlemlerini şu şekilde ifade etmektedir:

“Alanya'dan Antalya 'ya gittim. Antalya sahasının genişliği, nüfusun çokluğu, tertip ve yapılış tarzının letafeti itibariyle birinci derecede ve en güzel şehirlerdendir. Hristiyan tacirleri 'MİNA' denilen yerde oturur. Mahallelerin etrafında bir sur var. Geceleyin ve Cuma namazı kılınırken, surun kapıları kapanır. Eskiden beri oturan Rumlar, münferit olarak diğer bir mahallede ikamet ederler. Kezalik ve Yahudiler de sur içinde ayrı bir mahallededir. Melik devlet adamları ve mahiyetleri sur ile ihata edilmiş (çevrilmiş) ve diğer mahallelerden ayrılmış bir beldeye yerleşmişlerdir. Diğer müslümanlar, asıl şehirde otururlar. Bu şehirde bir cami ve medrese ile birçok hamamlar ve güzel tertip edilmiş sokaklar vardır. Bostanları çok ve meyvesi tatlıdır. Kamaruddin denilen bir nevi kayısı pek nefistir ayrıca bademi tatlı ve lezzetlidir ve kurutulup Mısır'a gönderilir. Kahire çarşılarında satılan nadir bulunan pahalı ve saygın kuruyemişlerden biridir (Aykut, 2004, s. 403-405).

Ünlü seyyah ve gezgin Evliya Çelebi 1671 de Antalya'yı ziyaret etmiş ve gözlemlerini şu şekilde ifade etmiştir.

" Kale içinde; yedi medrese, yedi tekke, on yedi çocuk mektebi, sekiz han, sekiz hamam, bir dar-ül hadis (hadis okulu), bir dar-ül kurra (Kur'an-ı Kerim okuyan) vardır. Kale dışındaki Dizdar Cafer Ağa Hanı, altı yüz dükkandır. Dört mahallesi ve gayet sık bin ev vardır. Sokakları kaldırımlıdır. Her evin dört direk üstüne kurulmuş çardağı vardır ki, geceleri orada yatılır”

Evliya Çelebi Seyahatnamesinde Antalya'dan “70 yük akçe padişah malı sağlanır büyük Mısır iskelesidir” diye bahsetmektedir. Ayrıca şehrin üç tarafının bağlarla çevrili olduğunu söylemiştir. Yine Antalya'da bulunan Tekeli Paşa Bahçesi'nin güzelliğinden bahsetmekte

bahçenin hurma ve servi ağaçlarıyla süslemiş olduğundan limon, turunç ve başka meyve ağaçları ve havuzlarla dolu olduğundan bahsetmektedir. Şehrin tüm sularının lezzetli olmadığından Antalya halkı her yıl su yollarını temizlediğini de eserinde dile getirmektedir. Kıyı şehri olduğu için yazın suyu ve havasının ağır olduğunu bu sebeple Antalya halkının her yıl İstanos Yaylası'na çıktığından bahsetmektedir. Sıcak havası ve sivri sinekler nedeniyle sıtma hastalığının yaygın olduğundan fakat bu hastalık da dahil birçok derde bölgede yetişen limonların iyi geldiğinden bahsetmektedir (Kahraman ve Dağlı, 2016, s: 311-315). Cumhuriyetin ilanından sonra Mustafa Kemal Atatürk Antalya'ya ilk defa 6 Mart 1930'da ziyarete gelmiştir. Akdeniz'i, sahilleri, Toros Dağlarını ve bahçeleri çok beğenen Atatürk, Antalya için duygu ve düşüncelerini "Hiç şüphesiz, Antalya dünyanın en güzel beldesidir!" sözleriyle dile getirmiştir.

Antalya çok zengin bir kültürel yapıya sahiptir. Birçok medeniyeti ve devleti görmüş olan Antalya 1207 yılında Anadolu Selçuklu Devleti'nin hakimiyetine girmesiyle birlikte günümüze kadar Türk yurdu olagelmıştır. Bu sebeptendir ki sosyal hayatı büyük çoğunlukla Türkmenler belirlemişlerdir. Konar-göçer yaşam tarzını devam ettiren yörükler inanışları, beslenmeleri, yaşayışları, el sanatları kısacası gelenek ve görenekleri ile bölgede özgün bir yaşam biçimi geliştirmişlerdir. Kırsal kesimlerde yaylak ve kışlak hayat tarzı benimsenmiş olup bir nevi konar-göçerlik devam ettirilmektedir. İnsanlar yazın serin olan yaylalara göç etmekte kışın ise köylerinde kalmaktadırlar. Yörüklerin kullandığı kıl çadırlar günümüzde turizm amaçlı olarak kullanılmaktadır. Kıl çadırlarda vakit geçirmek yerli ve yabancı turistlerin oldukça ilgisini çekmektedir. Antalya mutfağından Arabaşı çorbası, piyaz, keşkek, hibeş ve kabak tatlısı oldukça meşhurdur. Antalya'da düğün merasimleri 3 gün 2 gece sürmektedir. Kına gecesi, düğün gecesi ve ertesi gün gelin alma merasimi yapılır.

Esas itibarıyla bir Yörük geleneği olan deve güreşlerinin hala devam edildiği yerlerden biri de Antalya'dır. Günümüzde düzenli olarak deve güreşlerinin yapıldığı yer Demre ve Kumluca'dır. Deve güreşi bir spor ya da eğlence olmasının ötesinde sosyal işlevleri de olan bir etkinliktir. Deve güreşlerinden elde edilen gelirle okul, öğrenci yurdu, cami, su yolu, köy odası, çeşme gibi sosyal yapılar ve hayratlar inşa ettirilmekte ya da ihtiyaç sahiplerine dağıtılmaktadır.

2.7.4. Antalya'nın Ekonomik Özellikleri

Antalya'nın ekonomisinde ilk sırada tarım ve turizm gelmektedir. Sanayi de son dönemde gelişme gösteren bir diğer ekonomik faaliyettir

Gazipaşa ve Kumluca ilçeleri tarımsal faaliyetlerde ilk sırada yer almaktadır. Özellikle bu iki ilçede turfanda sebzeçilik çok yaygın olarak yapılır ve buralarda üretilen tarım ürünleri hem iç piyasaya hem de dış piyasaya alıcı sürülmektedir. Antalya ilinde en fazla narenciye türü meyvelerin üretimi yapılmaktadır. Narenciye elma, zeytin, nar, muz, armut takip etmektedir. Avakado, ejder meyvesi, şili biberi gibi ekonomik değeri yüksek meyve ve sebzeler son zamanlarda yetiştiriciliği en çok tercih edilen tarım ürünleridir. Antalya turfanda yaş meyve ve sebzede Türkiye'de birinci sırada gelmektedir. Yörükler arasında ise tarım faaliyetleri içinde küçükbaş hayvancılık ön plandadır. Özellikle keçi dağlık ve taşlık alana olan uyumu nedeniyle konar-göçer olan yörükler tarafından çok tercih edilmektedir.

1980'lerde atağa geçen turizm hareketi ile birlikte konaklama ve dinlenme tesisleri, lüks mağazalar açılmıştır.

Antalya, Türkiye'nin gelişmişlik düzeyine göre 5. büyük kenti olmasına rağmen sanayi alanında Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır. Bunun temel nedeni olarak Antalya'da turizmin ve tarımın ön planda olmasıdır.

Turizmin öneminin kavranması ile birlikte II. Beş Yıllık Kalkınma Planında Akdeniz-Ege bölgelerinde kitle turizmi teşvik edilmiş Antalya'da turizm ivme kazanmıştır. Turizm, Antalya'nın sosyo-ekonomik olarak kalkınmasında büyük bir rol üstlenmiştir.

2.7.5. Antalya'da Turizmi Etkileyen Faktörler

Antalya'da turizmin gelişmesinde etkili olan birtakım faktörler bulunmaktadır. Bunlar; fiziki faktörler (jeomorfolojik özellikler, iklim, bitki örtüsü, akarsu ve göller) ve beşeri faktörler (tarihi miras, ulaşım, tanıtım ve reklam, turistik tesisler) olmak üzere iki grupta incelenebilir. Antalya bulunduğu coğrafi konum ve iklimi nedeni ile Türkiye'nin en fazla endemik bitki türüne sahip beldesidir. Bu sebeple Antalya'ya her yıl bu nadide bitkileri görmek için birçok turist gelmektedir. Yükseltinin iç kesimlere doğru artışı ile birlikte iç kesimlerde kar yağışı görülmektedir. Yağışların kar şeklinde görüldüğü Saklıkent'te kış sporları ve kayak merkezlerinin kurulması kış turizminin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Antalya beldesinde bulunan akarsular sayesinde akarsu turizmi

alternatif turizm faaliyetlerinden biri haline gelmiştir. Özellikle rafting turistlerin çok ilgisini çekmektedir.

Antalya Pisidya, Pamfilya, Likya, Roma, Bizans, Anadolu Selçuklu Devleti ve Osmanlı Devleti'nin hakimiyetinde kalmıştır. Bu kadar çok kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmış olması Antalya'yı tarih mirası bakımından çok zengin kılmıştır.

Antalya'da demiryolu ulaşımı neredeyse hiç gelişmemiştir. Antalya fiziki coğrafyasının demiryolu ağının yapılmasına uygun olmadığı için Cumhuriyet Dönemi'nde başlatılan demiryolu yapımı seferberliğinin içinde yer alamamıştır.

Antalya sahip olduğu gelişmiş karayolu ağıyla Türkiye'nin her noktasından ulaşım mümkündür. Günümüzde yapılan tüneller, genişletilen ve yenilenen yollar şehre ulaşmayı kaliteli ve mümkün kılmaktadır

Uluslararası turizmde en çok tercih edilen ulaşım ağı havayolu ulaşımıdır. Uzak ülkelerden gelen turistler tatilde geçirecekleri zamanı maksimum düzeye çıkarmak için ulaşım araçlarının en hızlısı olanını tercih etmektedirler. Günümüzde de ulaşım araçları içerisinde en hızlısı uçaktır. Antalya'da bulunan havalimanı Uluslararası Havalimanları Konseyi'nin (ACI) verilerine göre yolcu hareketliliği bakımından Avrupa'nın 14. Türkiye'nin ise İstanbul Havalimanı'ndan sonra 2. büyük havalimanıdır.

Turistik reklamcılık, "tatil yapabilecek parası ve zamanı olduğu halde henüz karar vermemiş insanlara hitap ederek onları gezi yapmak için belirli bir yere göndermek amacıyla, bir ülkenin veya yörenin turistik zenginliklerini tanıtarak ilgi uyandırmak ve talebi artırmak için sarf edilen çabalar" (Sezgin ve Acar, 1983, s. 113) olarak tanımlanmaktadır.

Tanıtım araçlarından biri olan reklam faaliyetleri, insanlarda asla unutulmayacak bir iyi bir izlenim oluşturmaya amaçlamaktadır. Turist gideceği yeri o yerin reklamlarına bakarak o reklamın kendisinde bıraktığı izlenim doğrultusunda seçmektedir. Bu bakımdan yapılan reklamlarda çok iyi bir imaj oluşturulması şarttır.

Antalya ile ilgili tanıtım ve reklam faaliyetlerine Antalya ile ilgili en çarpıcı bilgilere yer verilerek, Antalya'yı gezip deneyimleyenlerin düşünceleri aktararak insanda Antalya ile ilgili hem merak hem de gezme isteği oluşturmak hedeflenmektedir.

Turizmde en önemli olgulardan biri de turizm beldelerinin turistlere güvenli ve turistlerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek konaklama hizmetidir. Antalya'da her türlü

ihtiyaca cevap verecek düzeyde dünya standartlarında hatta daha da üstünde konaklama ve turistik tesislere sahiptir.

2.7.6. Antalya’da Turizmin Gelişimi

Cumhuriyetin ilanından sonra o dönemde ki ekonomik koşulları gereği, tüm ülke genelinde olduğu gibi Antalya’da da yatırımlar daha çok altyapı (ulaşım gibi) hizmetlerine kaydırılmıştır. 1950 yılının Kasım ayında “Birinci Turizm Kalkınma Mıntıkası” içine alınan Antalya için bir yıllık ve dört yıllık iki plan hazırlanmıştır.

Antalya’nın Cumhuriyet’in ilanından 1960’lı yıllara kadar ekonomisinde tarım ve hayvancılık egemen olmuştur. 1969 yılında Antalya Turizm Gelişme Bölgesi olarak ilan edilmiş ve 1970’li yıllarda birçok turizmi geliştirme projesi hayata geçirilmiştir. 1970 yılından sonra Antalya’da ekonomik faaliyet olarak turizm ikinci sırada yer almaya başlamıştır. 1972 yılına gelindiğinde sağ-sol davaları ile ülkede iç karışıklıklar baş göstermiş ve bu durum 1980 ihtilaline kadar şiddetini artırarak devam etmiştir. Bu iç karışıklıklardan dolayı ülkede her gün birçok insan sokak ortasında öldürölür hale gelmiştir. Bunun neticesinde ülkede emniyet ve can güvenliği sorunu ortaya çıkmıştır. Bu durum dünya tarafından da takip ediliyordu ve Türkiye o zaman için turizm faaliyeti için güvensiz ülke modeli çiziyordu. Turizm faaliyetlerini etkileyen faktörlerden biri de bilindiği üzere ülkelerin iç güvenlik sorunudur. İnsanlar doğal olarak kendilerini güvende hissetmedikleri yere gitmek istemezler. Ülkemizde yaşanan tüm bu sorunlar o yıllarda turizm faaliyetlerini durma noktasına getirmiştir. 1980 yılında ise bu sorunlar sebep gösterilerek askeri darbe yapılmıştır.

1990 yılından sonra ise Antalya şehirleşme sorunlarıyla mücadele ettiği ve sorunlarına çözümler geliştirdiği bir döneme girmiştir. Bu dönemde ulaşım, çevre sorunları, kalkınma, alternatif ekonomik kaynaklar ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Ulaşımında atılan adımlarla yeni güzergâhlar yapılmış bu da şehrin gelişimini hızlandırmış, hizmetlerdeki çeşitlilik ve farklılaşma şehre metropoliten bir kimlik kazandırmıştır (Manavoğlu ve Kutlu, 2007).

2000 yılından sonra Antalya’da turizm sektörü hızlı ve sürekli bir şekilde gelişme göstermiş özellikle alternatif turizm türü çok fazla talep görmeye başlamıştır. Daha önceleri Antalya denince akla gelen deniz-kum-güneş üçlemesinin yanına alternatif turizm türleri de eklenmiştir. Antalya son yirmi yıl içinde dünyanın sayılı turizm merkezi haline gelmiş hem devlet tarafından yapılan yatırımlar ve teşvikler hem de özel sektörün teşebbüsleriyle hızlı bir gelişme kaydetmiştir. 22 Mayıs 2021 de TRT’den yayınlanan

haber şöyleydi “**Antalya, uluslararası çevre ödülü "mavi bayrağa" sahip plaj sayısını 213'e çıkararak, dünyada en fazla mavi bayrağa sahip kent unvanını korudu.**” Mavi Bayrak, uluslararası arenada Antalya için pozitif yönde düşüncelerin gelişmesini sağladığı için turistlerin tercihleri arasında yer almasını sağlaması bakımından önemli bir etkiye sahiptir.

2019 yılında Antalya Kent Konseyi Turizm Çalışma Grubu Başkanı Recep Yavuz’un yaptığı açıklamada dünyanın en çok turist ağırlayan kentleri sıralamasında 2018 yılında Antalya’nın 10’uncu olduğunu belirtmiştir Recep Yavuz’un yaptığı açıklamaya göre dünyada en fazla turist alan ilk 10’a giren turizm şehirleri sıralaması şu şekildedir.

1. Bangkok 21.9 milyon turist
2. Londra 20.4 milyon turist
3. Paris 17.9 milyon turist
4. Dubai 16.6 milyon turist
5. Singapur 14.4 milyon turist
6. New York 13.6 milyon turist
7. Kuala Lumpur 13.5 milyon turist
8. İstanbul 12.8 milyon turist
9. Tokyo 12.1 milyon turist
10. Antalya 11.2 milyon turist

2.7.7. Antalya’da Alternatif Turizm Kaynakları

Antalya’da geçmiş yıllarda turizm faaliyetleri senenin sadece altı ayı yapılabilmekte bu da turizmde sürekliliği ve sürdürülebilirliği olumsuz yönde etkilemekteydi. Bu olumsuzlukları ortadan kaldırmak ve Antalya’nın turizm faaliyetlerini tüm yıla yaymak için alternatif turizm kaynakları önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Antalya’da birçok alternatif turizm kaynağı mevcuttur. Bunlar;

- **Sağlık Turizmi**

Dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri olan sağlık turizminin önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır. Uzmanların yaptıkları analizler doğrultusunda önümüzdeki on yılda büyüme ivmesi en yüksek sektörlerden bir tanesi. Türkiye’de sağlık turizmi konusuna ağırlık veren ve bu konuda her geçen gün kendini sürekli yenileyen ülkelerden bir tanesidir. Bundan 20-30 yıl önce Türk doktorları tıp alanında keşfedilen yeni bir buluş

ya da tedavi yöntemini yerinde görmek öğrenmek için yurt dışına konferanslara giderken artık yurtdışından doktorlar ve dünya Türk hekim ve bilim insanlarının keşiflerini görmek ve öğrenmek için artık Türkiye'ye geliyorlar. Bu bile başlı başına bir turizm faaliyetidir. Türkiye'deki sağlık sektöründeki bu gelişmeleri sadece doktorlar ve bilim insanları değil hasta ve hasta yakınları da yakından takip etmekte ve Türkiye'yi tercih etmektedir. Dünyanın sağlık sektöründe Türkiye'yi tercih etmesinin sebebi hem uluslararası standartlarda kaliteli hizmet vermesi hem de fiyat konusunda rakiplerine göre ucuz olmasıdır.

Antalya turizm alanında olduğu gibi sağlık alanında da dünyada ses getirmektedir. Antalya turizm beldesi de olması sebebiyle sağlık turizminde tercih sıralamasında ilk sırada yer almaktadır. Özellikle Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi bünyesinde gerçekleşen dünya çapındaki organ nakilleri ve tedavi şekilleri sağlık turizminde önemli bir yere sahiptir. Tam yüz, kol ve bacak ve kadavradan rahim nakilleri ile Prof. Dr. Ömer Özkan'ın ve ekibinin plastik cerrahi alanında yaptığı operasyonlar dünyada bir ilktir ve çok başarılı bir şekilde icra edilmiştir. Aynı zamanda Antalya'da bulunan birçok hastanede kanser tedavisi, obezite tedavisi, estetik cerrahi, organ nakli, açık ve kapalı tüm ameliyatlar uluslararası standartlarda yapılmaktadır.

- **Kongre Turizmi ve Festival turizmi**

Antalya merkezinde ve ilçelerinde kongre salonuna sahip, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli 200'ün üzerinde beş yıldızlı otel bulunmaktadır. Ayrıca Antalya'da, bir fuar merkezi olan ANFAŞ (Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A.Ş.) ve orta büyüklükte bir sergi merkezi olan Cam Piramit bulunmaktadır. Antalya'da yapılan festivallerin başında gelen en çok bilineni Antalya Altın Portakal Film Festivali'dir. 1964 yılında Dr. Avni Tolunay'ın öncülüğünde Antalya'da başlayan Antalya Altın Portakal Film Festivali, yıllar içinde ulusal sinemanın kalbinin attığı bir etkinliğe dönüşmüş, 2005 yılında da uluslararası bir etkinlik olarak yapılmaya başlanmıştır.

- **Golf Turizmi**

Antalya'nın Serik İlçesi'nde bulunan Belek, ülkemizin en önemli golf turizmi bölgesidir. Bölgede yer alan golf sahaları dünya standartlarında olup alışveriş ve eğlence merkezleri olan yüksek kalitede hizmet veren konaklama tesisleriyle bir arada ve doğa ile iç içedir. Antalya'yı tercih eden golf tutkunlarına eğlenceli ve keyif dolu bir tatil olanağı sunmaktadır. Belek 2008 yılında Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO)

tarafından Avrupa'da Yılın En İyi Golf Bölgesi ödülüne layık görülmüştür. Belek'te yıl içinde 50'nin üzerinde ulusal ve uluslararası düzeyde golf turnuvalar düzenlenmektedir. Her yıl yapılan Turkish Airlines Open golf turnuvasına en iyi golfçüler katılmakta ve 50'nin üzerinde ülkede naklen yayımlanarak ülkemizin tanıtımına büyük katkı sağlamaktadır.

- **Yat Turizmi**

Yat turizminin önemli bir döviz getirisi olmasından dolayı Antalya'da önemi her geçen gün artmaktadır. Antalya'daki marinalar mavi bayrak almaya hak kazanmış marinalardır. Antalya'da bulunan yat limanları; Turban Kaleiçi Marina, Setur Antalya Marina, Park Kemer Marina, Setur Finike Marina.

- **Deniz Turizmi**

Antalya, uluslararası çevre ödülü "mavi bayrağa" sahip plaj sayısı 213'le dünyada en fazla mavi bayrağa sahip şehirdir. Antalya'da yılın ortalama 300 günü güneşli ve yıllık sıcaklık ortalaması 18 derecenin üzerindedir. Bu da yıl boyunca turizme açık bir şehir olmasını sağlamaktadır.

- **Kültür Turizmi**

Kültür turizminin amacı bir yörenin tarihini yerinde görmek, örf, adetlerini incelemek, yaşam tarzlarını yakından görüp yaşayabilmektir. Antalya deniz, kum, güneşin dışında sahip olduğu ören yerleri, müzeleri, el sanatları, insanların yaşam tarzları ile de turistlerin ilgisini çekmektedir. İlk çağlardan bu yana yaşam alanı olarak tercih edilen Antalya'da farklı birçok medeniyete ve dönemlere ait izler bulunmaktadır. Geçmişten bugüne kadar farklı medeniyet ve topluluklara ev sahipliği yapmış olan bu şehir çok zengin kültürel birikime sahiptir. Antalya tarihi, kültürü, antik kalıntıları ve doğası ile bütünleşmiş bir şehir görünümü çizmektedir. Kültür turizmi için nitelikli turistler gelmektedir. Çünkü turist olarak geldiği beldenin yemeklerini, örflerini, adetlerini, tarihi kalıntılarını, coğrafyasını, yerel müzik ve oyunlarını tanımak, yaşamak, gezmek, görmek ister ve bu bilinçle hareket eder.

- **Av Turizmi**

Antalya bölgesi, iklimi ve bitki örtüsünün elverişli olması nedeniyle zengin bir yaban hayatına sahiptir. Türkiye'de bilinçli bir şekilde av turizmi, ilk kez 1981 yılında Antalya'da dağ keçisi ve domuz avı ile başlamıştır. Av turizmi her geçen gün daha çok

talep görmeye başlamaktadır. Hem yurt içi hem yut dışından birçok turist av turizmi için Antalya'yı tercih etmektedir. Bundan da önemli bir gelir elde edilmektedir.

- **Kuş Gözlemciliği (Ornito) Turizmi**

Tüketimin olmaması ve ekonomik getirisinin yüksek olması nedeniyle kuş gözlemciliği ideal bir alternatif turizm kaynağıdır. Doğaya zarar verilmeden tüketme işlemi yerine gözlemlemeye dayalı olan bir turizm çeşididir. Türkiye kuş türü bakımından çok zengindir. Tüm Avrupa'da tanımlanmış 570 kuş türü vardır. Ülkemizde ise 502 kuş türü bulunmaktadır. Ülkemizin kuş türü bakımından zengin olmasının önemli nedeni sulak alanların fazlalığı ve Avrupa, Asya ve Afrika kıtasından yapılan kuş göçünün yollarının üzerinde bulunmasıdır. Antalya'da sulak alanların fazla olması nedeniyle kuş türü çeşitliliği Avrupa'da ki birçok ülkeden daha fazladır. Antalya'da 334 kuş türü bulunmaktadır. Antalya diğer tüm alternatif turizm kaynaklarında olduğu gibi Ornito turizminde de çok güçlü bir potansiyele ve kaynaklara sahip olduğundan bu alanda da dünyada en çok tercih edilen yerler arasında her geçen gün adını biraz daha fazla duyurmaktadır. Kuş gözlemcileri tarafından dünyanın en yaygın kullanılan uluslararası kuş gözlem platformu Bird üzerinde yer alan kayıtlara göre, 2020 yılında Türkiye'de en fazla kuş Antalya'da gözlemlendi. Ornito turizmi genelde ABD, Kanada, İngiltere, Japonya, Fransa, Almanya ve İskandinav ülkelerin entelektüel vatandaşları tercih etmektedir. Bu sebeple gelir seviyesi ve eğitim durumu en yüksek turist grubu, kuş gözlemciliği turistleri olarak bilinmektedir. Ornito turizmi tutkunu bir turist yeni bir kuş türünü gözlemleme ve fotoğraflamak için binlerce dolar harcamaktan çekinmemektedir. Antalya'da kuş gözlemciliği Boğazkent (Serik), Manavgat, Side, Boğaçay (Antalya merkez), Akseki'de yapılmaktadır.

- **Bitki Turizmi**

Sadece bulunduğu bölgede yetişen ve dünyanın başka hiçbir yerinde yetişmesi mümkün olmayan bitkilere endemik bitki denilmektedir. Antalya, endemik bitki türleri bakımından oldukça zengindir. Akdeniz Bölgesinde yetişen yaklaşık 650 endemik bitki türünün 500'e yakını Antalya il sınırları içerisinde yetiştiği bilinmektedir. Bunlardan 200 tanesi ise sadece Antalya ilinde yetişmektedir.

Endemik bitkiler bulundukları yerin ismi ile anıldıkları için o bölgenin tanıtımında önemli rol oynamaktadır. Her yıl birçok bitki bilimci veya bitkilere meraklı olan turist Antalya'yı

ziyaret etmektedir. Yine bu turizm türü de sürdürülebilir ve tüketilmeyen, gözleme dayalı hiçbir götürüsü olmayan fakat buna karşılık getirisi olan ekoturizm türlerindendir.

- **Kamp ve Karavan Turizmi**

Hızlı kentleşme ile beraber birçok faktörün etkisiyle doğaya dayalı turizm türlerine ilgi günden güne artış göstermektedir. Bunlardan birisi de kamp ve karavan turizmidir. Kampçılık faaliyeti çadır, karavan vb. alternatif konaklama imkânlarıyla gerçekleştirilmekte ve çadır kurulmasına, karavanların park etmesine ve temel ihtiyaçların karşılanmasına imkân tanıyan bu alanlar ‘kamping’ olarak isimlendirilmektedir. Karavan konaklamaları da büyük oranda kamping alanlarında gerçekleştirildiği için doğaya dayalı bir turizm türü olarak ‘kamp ve karavan’ turizmi şeklinde değerlendirilmektedir (Şengel, Genç, 2020, s:1434).

Özellikle 2020 yılında görülen ve hala etkisi devam eden Covid-19 salgınından sonra kalabalık yerlere girmek istemeyenler kendilerini izole ederek karavan turizmine yönelmektedirler. İzolasyon ve hijyenin önem kazandığı yeni dönemin gözdesi haline gelen kamp ve karavan işletmeciliği, özellikle güney sahilinin talep artışı yaşayan turizm modellerinden biri olmuştur. Kamp ve karavan turizminde insan doğa ile iç içe olur ve günümüz modern yaşamdan kendini soyutlayıp tamamen temel ihtiyaçlarına odaklanıp ona göre tatilini yapar. Rahatlatıcı özelliği çok fazla olan bir tatil türüdür.

Antalya’da ve özellikle Patara-Alanya arası kıyı kesiminde önemli bir kamping potansiyeli bulunmaktadır. Kampinglerin bir kısmı Antalya doğusunda Lara kesiminde yoğunlaşmıştır. Kemer kıyıları genelde ormanlık ve kumsal olduğundan hemen hemen her yerinde kamp yapılabilmektedir. Manavgat çevresinde de kamp olanakları oldukça fazladır. Merkezde ve çevrede elektriği, suyu, mutfak, telefonu ve lokantası bulunan birçok kamp yeri vardır.

- **Dağ Turizmi**

Antalya, iklimi, coğrafi yapısı, tarih ve kültürle iç içe geçmiş doğal güzellikleriyle dağ ve doğa yürüyüşü faaliyetleri açısından turistlere farklı deneyimler sunmaktadır. Antalya’da dağ ve doğa yürüyüşü yapılan pek çok parkurda turistlere eşsiz doğal güzelliklerin yanı sıra tarihi ve arkeolojik zenginlikler de eşlik etmektedir. Parkur uzunluğu 540 km’yi bulan 19 antik kenti birbirine bağlayan Likya Yolu, dünyanın en iyi on uzun mesafe yürüyüş rotasından biri olarak gösterilmektedir. Antalya’da dağ ve doğa yürüyüşü yapılabilecek bir başka önemli rota; bir kolu Perge, diğer kolu Aspendos’tan

başlayıp Isparta'nın Yalvaç ilçesinde sona eren St. Paul (Aziz Paulus) Yolu'dur. 500 km toplam uzunluğu ile Likya Yolu'ndan sonra, Türkiye'nin en uzun mesafeli ikinci uluslararası doğa yürüyüşü yolu özelliğine sahip olan St. Paul Yolu'nu dağ ve doğa yürüyüşünün yanı sıra, kültür turizmi ve inanç turizmi kapsamında, her yıl çok sayıda turisti ağırlamaktadır. Antalya'nın diğer dağ turizmi rotaları; Bey dağları, Akdağ, Alaca Dağ, Susuz Dağlar, Tahtalı Dağı, Geyik Dağları'dır.

• **Yayla Turizmi**

Antalya'da yazın aşırı sıcak ve nem olmasından dolayı yaylacılık faaliyetleri çok eski zamanlardan bu yana süregelenmektedir. İnsanlar geçmiş zamanlardan bu yana yaz sıcaklarından ve neminden hem kendilerini hem de hayvanlarını korumak için yaylalara çıkmışlardır. Antalya'da bu sebeple birçok yayla bulunmakta ve hala da kullanılmaya devam edilmektedir. Bu yaylalar günümüzde turizm amaçlı olarak da kullanılmaktadır. Turistler Antalya'nın yaylalarına çıkarken hem doğa yürüyüşü yapmakta eşsiz coğrafyası ile ormanlarını görmekte, hem de endemik birçok bitki türü ile nadir görülen hayvan türlerini gözlemleyebilmektedirler. Yaylalarda ise turistleri yerli halkın kültürü karşılamaktadır. Turistler yaylalarda yöre halkının yemek kültürünü, oyunlarını, örf ve adetlerini deneyimleme fırsatını bulmaktadırlar. Bir Antalyalı olarak benimde köyümün yaylası mevcuttur ve aktif olarak yaylamız kullanılmaktadır. Turizm Bakanlığı yaylamızı eşsiz ladin ağacı ormanı nedeniyle sit alanı ilan edip koruma altına almıştır. Yaylamız Akseki ilçesine bağlı Çaltılıçukur Köyü'nün Salamat Yaylası'dır. Cemali Sarı 2007 yılında yazdığı "Antalya'nın Alternatif Turizm kaynakları ve Planlaması" adlı doktora tezinde 151. sayfada Salamat Yaylası'ndan bahsetmektedir. Antalya'da bulunan yayları sıralayacak olursak;

1. Gömbe Yaylası (Elmalı)
2. Ördübek Yaylası (Finike/Yazır Köyü)
3. Yeşil Yayla (Korkueli)
4. Söbüce Yaylası (Döşemealtı)
5. Beydağı Yaylası (İmecik Köyü ve Kumluca)
6. Altınyaka (Gödene) Yaylası (Kumluca)
7. Söğütçuması Yaylası (Kemer-Kuzca Köyü)
8. Üçoluk Yaylası (Antalya)
9. Ekiz Yaylası (Serik-Balıbucak Köyü)
10. Masad Yaylası (İbradı)

11. Salamut Yaylası (Akseki-Çaltılıçukur Köyü)
12. Morca Yaylası (Akseki-Çukurköy)
13. Çinoğlu Yaylası (Alanya)
14. Dereköy (Türbelinas) Yaylası (Alanya)
15. Pınarbası Yaylası (Alanya)
16. Gedevet Yaylası (Alanya)
17. Mahmutseydi Yaylası (Alanya)
18. Türktas Yaylası (Alanya)
19. Mahmutlar (Gödre) Yaylası (Alanya-Mahmutlar Köyü)
20. Gökbel Yaylası (Gündoğmuş)
21. Ovacık Yaylası (Serik)
22. Saklıkent (Saklı) Yaylası
23. Gücer Yaylası (Manavgat)
24. Akçaalan Yaylası (Manavgat)
25. Kesikbeli Yaylası (Manavgat)
26. Dumanlı Yaylası (Manavgat)
27. Demre Yaylası (Manavgat)

- **Mağara Turizmi**

Doğa turizminde mağaralar görsel amaçlı, sportif amaçlı, sağlık amaçlı, inanç turizmi amaçlı ve arkeolojik amaçlı olarak ziyaret edilmektedir.

Antalya’da karstik yapıya sahip alanların fazla olması sebebiyle çok fazla mağara bulunmaktadır. Yer altı sularının Antalya’nın kayaç yapısını oluşturan kireç taşlarını eritmesi sonucu oluşan boşluklar mağara oluşumunun birincil sebebidir. Karstik yapıli sahaların kolay eriyebilmesi bölgede irili ufaklı birçok mağaranın oluşmasına neden olmuştur. Bu mağaralardan bazıları, tarih öncesi çağlarda insanların barınma ihtiyacını karşılamıştır. Antalya’da bulunan mağaralar görsel, sağlık ve sportif amaçlı olarak ziyaret edilmektedirler. Antalya’da bulunan ve turizme açılan mağaraların isimleri aşağıda yer almaktadır:

- *Karain Mağarası:* Dünyanın ve Anadolu’nun ilk yerleşim yerlerinden biridir.
- *Kocain Mağarası:* Türkiye’nin keşfedilmiş en geniş yeraltı boşluğuna sahip mağarasıdır.

- *Beldibi Mağarası*: Anadolu'nun önemli prehistorik yerleşmelerinden biridir. Mezolitik Çağdan kalma alet ve tabakalar bulunmuştur.
- *Zeytintaşı Mağarası*: Hala aktif oluşum göstermektedir. I. derece sit alanıdır. Bu sebeple içeriye beş kişiden fazla ziyaretçi alınmaz.
- *Dim Mağarası*: Tarih öncesi ve tarihi devirlerde insanların barınma ihtiyacını karşılamıştır. Aynı zamanda karstik bir mağaradır.
- *Çimenini Mağarası*: Geçmiş dönemlerde insanlar tarafından kullanılmıştır. Hemen yakınında Roma dönemine ait yerleşim yeri kalıntıları vardır.
- *Sırtlanini Mağarası*: Afrodias Harabeleri'ne yakındır. Doğal ve karstik bir mağaradır.
- *Altınbeşik Mağarası*: Türkiye'nin keşfedilmiş en büyük, dünyanın 3. yeraltı gölü bu mağaradadır.
- *Damlataş Mağarası*: Mağara doğal güzelliklerinin yanı sıra havası astım hastalarına iyi gelmektedir. Doktor kontrolünde mağarada belli bir süre oturarak 21 günlük tedavi kürü uygulayan hastalar vardır. Mağaranın havasının sıcaklığı yaz kış değişmez, 22 derecedir.
- *Yalan Dünya Mağarası*: Mağaranın sıcaklığı yaz-kış sabit 28 derecedir. Mağara beş milyon yaşındadır.
- *Korsan Mağarası*: Kekova adalar bölgesinde bulunan bir deniz mağarasıdır.
- *Cüceler Mağarası*: Mağarada 15 bin yıllık sarkıt ve diktler bulunmaktadır.
- *Mavi Mağara*: Mağaranın hem iç hem de dış galerilerinde yumuşak mercan oluşumları ve canlı çeşitliliği dikkat çeker. Zaman zaman iç galerilerde karides sürüleri görülmektedir. Hem derinlik seviyesi hem de yapısı ile mağarada dalış yapılabilmektedir.

• **İnanç Turizmi**

İnanç turizmi, dinlenmek, eğlenmek gibi dünyevi amacını ikinci plana atarak öncelikle kutsal kabul edilen yerlerin ziyaret edilmesi ile insanın manen huzur bulması amacıyla yapılmaktadır. Bu sebeple Antalya Hristiyanlar için kutsal sayılan bir şehirdir ve her yıl milyonlarca insan Demre-Myra St. Nicholas Kilisesi'ni hacı olmak için ziyaret etmektedirler. Likya yerleşimi olan Myra antik kentinin parçası durumundaki St. Nicholas Kilisesi mimari üslubu ve süslemeleri ile orta Bizans dönemi kilise mimarisinin günümüze kadar ulaşmış en seçkin örneğidir. M.S. 300 yılında zengin bir buğday tüccarının oğlu olarak dünyaya gelen Aziz Nicholas çocukların ve denizcilerin koruyucu azizi kabul edilmiştir. Piskoposluk merkezi de olan Myra'da St. Nicholas IV. yüzyıl başlarında

Piskopos olarak görev yapmış, halka kendini sevdirmiş, inancı uğruna çok acılar çekmiştir. Myra o zamandan sonra Hristiyanlar için hacı olmak için ziyaret edilen bir yer olmuştur. St. Nicholas aynı zamanda Noel Baba olduğuna da inanılmaktadır. Ayrıca Elmalı ilçesinde de Abdal Musa Türbesi vardır. Bektaş-i tarikatının önemli dervişlerindendir ve Anadolu'da İslamiyeti anlatması için bizzat Hacı Bektaş Veli tarafından görevlendirilmiştir. Hacı Bektaş-i Veli'nin amcası Haydar Ata'nın oğlu olan Hasan Gazi'nin oğludur. Abdal Musa Sultan Horasan erenlerinden olup Hz. Muhammed'in (S.A.V) soyundan olduğu çeşitli kaynaklarda yer almaktadır. 14yy. da yaşadığı, Osmanlıların Bursa'yı fethettiği yıllarda Orhan Bey'in askerleriyle savaflara katıldığı ve büyük yararlıklar gösterdiği tarihi kaynaklarda yazılıdır. Alevi Bektaş inancında önemli bir yere sahip olan Abdal Musa, her yıl haziran ayında düzenlenen etkinliklerle anılır. Türkiye'nin dört bir yanından gelenler, etkinlikler çerçevesinde kurbanlar kesip, semah dönerler.

- **Tarih Turizmi**

Antalya ilkçağlardan buyana yerleşim alanı olarak kullanıldığı için tarih öncesi dönemlerden ve tarih sonrası dönemlerden kalma birçok tarihi eser ve yapıya ev sahipliği yapmaktadır. Antalya'da ilkçağda yaşayan insanların kalıntıları ile tarihten buyana burada yaşamış olan bütün uygarlıkların izlerini görmek mümkündür. Antalya Ovası'nın Antik Çağ'daki adı Pamfilya'dır ve "Karışık Halkların Ülkesi" demektir. Tarih boyunca Pamfilya Bölgesi, adının anlamına uygun olarak her çeşitten, her milletten insanların akın ettiği bir yer olmuştur. Antalya ve çevresinin tarih boyunca insanlar tarafından tercih edilmesindeki en büyük etken ise Düden nehri (Kataraktes), Aksu ırmağı (Kestros), Köprüçay (Eurymedon) ve Manavgat ırmağı (Melas) gibi akarsuların suladığı Antalya Ovası'nın verimli topraklarında her türden tarımın yapılabilir olmasıdır. Antalya tarihi dokusu ile adeta açık hava müzesi gibidir. Şehir ile tarihi yapılar ve arkeolojik alanlar iç içedir. Antalya' da Perge Antik Kenti, Side Antik Kenti, Aspendos Antik Kenti, Patara Antik Kenti, Olympos Antik Kenti, Myra Antik Kenti, Phaselis Antik Kenti, Kaleiçi ve Tarihi Yat Limanı, Hadrian Kapısı (Üç Kapılar) gibi tarihi yapılar ve arkeolojik alanlar en dikkat çekenleridir.

- **Kış Turizmi**

Antalya'da kış turizmi Saklıkent ve Akdağ'da yapılmaktadır. Saklıkent Kayak Merkezi, Antalya'nın hemen batısında ve Beydağları'nın bir parçası olan Bakırlıdağı'nın kuzey yamaçlarındaki Saklı yaylası ve çevresini kapsamaktadır. Kayak Merkezi, dünyada

denize en yakın kış turizmi ve kış sporları merkezlerinden biridir. Saklıkent Kayak Merkezi'nde kayak sezonu, aralık ayı ortalarında başlar ve mart ayı sonlarında kadar devam eder. Kayak sezonunda kar kalınlığı 50 cm. ile 150 cm. arasında değişebilmektedir (Sarı, 2007, s.192).

Akdağ Kayak Merkezi, Alanya'nın hemen kuzeyinde yer almaktadır. Akdağ, sahip olduğu yükselti nedeniyle kışın kar yağışı almaktadır. Kış sporları ve turizmi için oldukça uygundur. Kasım ayı sonunda başlayan kar yağışları nisan ayı ortalarına kadar devam eder. Kar kalınlığı 2 metreye kadar çıkabilirken, karın yerde kalma süresi 6 ayı bulabilir. (Sarı, 2007, s:197).



BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni

Çalışmada inceleme alanı olarak Antalya merkezi seçilmiştir. İnceleme alanının Antalya seçilmesinin nedeni ise Antalya'nın ekonomisinin büyük ölçüde turizme bağlı olması ve turizm sektöründe önemli bir yere sahip olmasıdır.

Bu çalışmada Antalya' da turizmin gelişimi ve bu gelişimin etkilerini ortaya çıkarmak için nitel araştırma yöntemi olan görüşme kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e göre (2008) görüşme, bir araştırma konusunda fikirlerini ve görüşlerini paylaşan insanlarla yapılan etkinliktir. Görüşme için, araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış sorular görüşme yapılan kişiye sorulur. Sorulan sorular katılımcının kendi bakış açısına göre cevaplanır (Türnüklü, 2000). Bu kapsamda Antalya merkezde yerel halkla yüz yüze görüşmeler yapılmış ve katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuş ve ses kayıt cihazıyla görüşmeler kaydedilmiştir.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı soruları önceden hazırlar. Ancak araştırmacı, sadece hazır sorulara bağlı kalmaz ve görüşmenin gidişatına göre sorulara şekil vererek katılımcının cevaplarını detaylandırmasında etkili olabilir (Türnüklü, 2000). Bu bağlamda, Antalya'da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkilerini içeren araştırma konusu kapsamına uygun 17 farklı katılımcıya yarı yapılandırılmış görüşme soruları sorulmuştur. Bu amaçla 17 adet soru içeren yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Formda yer alan ilk 5 soru daha çok kaynak kişiler hakkında bilgi almak amacıyla hazırlanmıştır, sonraki 12 soru Antalya'da turizm sektörüyle birlikte ortaya çıkan kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel anlamda etkiler ile geçmişten günümüze değişim sürecini incelemeye yönelik hazırlanmıştır.

3.2. Araştırma Grubu

Araştırmanın evrenini Antalya merkezde en az 30 yıl burada yaşamış kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini burada yaşayan 17 kişi oluşturmaktadır. Katılımcılar 12 erkek ve 5 kadından oluşan katılımcıları en genci 45 en yaşlısı 72 yaşındadır ve en az 30 yıldır Antalya'da ikamet etmektedirler. Katılımcılar arasında acente

sorumlusu, bodyguard spor hocası, esnaf, matbaacı, emekli turizmci, emekli öğretmen, iletişim sektöründe çalışan, inşaat sektöründe çalışan, muhasebe, otel çalışanı, restaurant işletmecisi, ses sanatçısı, taş ustası ve doktor yer almaktadır,

Tablo 3.1 Katılımcıların Demografik bilgileri

Katılımcıların Demografik Bilgileri					
Katılımcının Kodu	Doğum Yeri	Cinsiyet	Antalya’da Yaşama Süresi (Yıl)	Yaşı	Yaptığı İş
K1	Kumluca	Kadın	53	53	Acente Sorumlusu
K2	Mersin	Erkek	34	60	Badiguard
K3	Antalya	Erkek	52	52	Baharatçı
K4	Yozgat	Erkek	33	56	Bedesten
K5	Antalya	Erkek	55	55	Dijital Baskı
K6	Antalya	Erkek	51	51	Emekli Turizmci
K7	Akseki	Kadın	32	70	Emekli öğretmen
K8	Isparta	Kadın	32	49	İletişim sektörü
K9	Manavgat	Erkek	47	47	İnşaat Sektörü
K10	Antalya	Erkek	54	54	Kuyumcu
K11	Antalya	Kadın	48	48	Muhasebe
K12	Alanya	Kadın	40	45	Otel Çalışanı
K13	Trabzon	Erkek	50	56	Otel Müdürü
K14	Antalya	Erkek	52	52	Resteaurant
K15	Tokat	Erkek	30	53	Ses Snatçısı
K16	Çorum	Erkek	32	52	Taş Oymacılığı
K17	Antalya	Erkek	30	72	Doktor

Tablo 3.2. *Katılımcıların turizmle ilgili bir işte çalışma durumları*

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Çalıştım	K1, K2, K3, K4, K8, K9 K11, K12, K13, K14, K16	11
Çalışmadım	K5, K6, K7, K10, K15, K17	6

Tablo 3.2. incelendiğinde katılımcıların; “Turizmle ilgili bir işte çalıştınız mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar iki kategoride toplanmıştır. Katılımcılar turizmle ilgili bir işte “Evet çalıştım ve Hayır çalışmadım” olarak cevaplamışlardır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma için veri toplamada görüşme tekniği kullanılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda, araştırmanın amacına uygun verileri toplamak için oluşturulan görüşme formunda bireylerin kendilerini tanıtmaları için 5 soru ve turizmle ilgili 12 olmak üzere toplamda 17 soru sorulmuştur. Ayrıca konuyla ilgili literatür taramasında ikincil veri kaynakları olarak kitaplar, dergi ve makaleler, tez çalışmaları, kurum raporları, web sayfaları ve belgeleri kullanılmıştır. Antalya’da en az 30 yıl ikamet etmiş şehir hakkındaki gelişmelere hakim ve konuda geniş çapta bilgi sahibi olan ve halen Antalya’da ikamet eden kişilerin anlatılarına ve görüşlerine başvurulmuştur. Katılımcılarla yapılan tüm görüşmeler kendilerinin bilgisi ve onayı ile ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, kişilerin kendilerini rahatlıkla ifade edeceği ve doğal alanlarda istedikleri zamanda yapılmıştır. Görüşme yapılan yerler arasında Antalya Kaleiçi, Fikri Erten Caddesi, Kapalı Yol, 100. Yıl Bulvarı, Konyaaltı Yaşam Parkı, Perge Bulvarı, Dokuma vardır. Görüşme genellikle turizm sektörüne çalışmış turizmin gelişimini yaşıyıp görmüş olan turizmin gelişimine bizzat şahit olmuş kişilerle yapılmıştır. Yine araştırmayla ilgili veri toplanırken kitap, dergi ve makaleler, tez çalışmaları, kurum raporları, web sayfaları ve belgeleri detaylı ve titiz bir şekilde incelenmiş ve faydalanılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Alınan ses kayıtları araştırmacı tarafından detaylı ve dikkatli bir şekilde incelenmiştir. Sorulan 17 soru ve 17 katılımcı tarafından her bir soruya verilen cevaplar ayrı ayrı ve tek tek yazıya geçirilmiştir. Her katılımcıya ait görüşme dosyaları

oluşturulmuştur. Görüşmelerden elde edilen veriler betimsel analiz kullanılarak çözümlenmiş ve temaya uygun olarak düzenlenmiştir. Toplanan verilerin bulgular halinde sunumunda herhangi bir yorum katılmamış, bulgular doğrudan sunulmuştur.

3.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Çalışmanın yapısal geçerliliğinin arttırılması amacıyla ses kayıtları detaylı bir şekilde incelenmiş ve araştırmanın tüm aşamalarıyla ilgili ayrıntılı ve anlaşılır bilgi verilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılara ait gerekli bilgiler anlatılmış, araştırma boyunca yapılan çalışmalar anlatılmış ve analizler kapsamlı bir şekilde yapılmıştır. Araştırmada verilen tüm bilgilerin birbiriyle ilgili ve alakalı olmasına dikkat edilmiş ve araştırma konusunun sınırlılıkları içerisinde ve çerçevesinde konu ele alınmıştır.



BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların turizm algıları nasıldır?)

4.1.1. Katılımcıların turizm tanımlamaları

Tablo 4.1. *Katılımcıların turizm tanımlamaları*

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Tatil amacıyla bir yerden başka bir yere yapılan seyahat	K1, K3, K5, K6, K12, K13, K14, K15, K17	9
Döviz kaynağı	K2, K5, K8, K9, K10, K11	6
Ülkenin tanıtımına yönelik reklam aracı olması	K2, K4, K8	3
Geçim sağlamak için yapılan meslek	K1, K7, K16	3
Yaşam tarzı	K1, K9	2

Tablo 4.1 incelendiğinde katılımcıların; “Size göre turizm nedir?” sorusuna verdikleri yanıtlar beş kategori altında toplanmıştır. Katılımcılar turizm kavramını tanımlarken genellikle tatil amacıyla insanların bir yerden başka bir yere yapmış olduğu seyahate vurgu yaparken, ikinci sırada turizmin ekonomik yönünü ön plana çıkararak ülke için döviz kaynağı olması ve Antalya ekonomisi için önemine değinmişlerdir. Bazı katılımcılar turizmi Türkiye’nin ve Antalya’nın tanıtımı için kullanışlı bir reklam aracı olarak görmüşlerdir. Bazı katılımcıların ise turizmi, geçimlerini sağlayabilmek için yaptıkları iş kolu olarak görmekte oldukları belirlenirken, diğer bazı katılımcıların turizme hayatın vazgeçilmezi yaşam tarzı olarak baktıkları tespit edilmiştir.

Katılımcılar turizm kavramını ‘Tatil amacıyla bir yerden başka bir yere yapılan seyahat’ olarak tanımlamışlardır. 9 katılımcının turizm tanımlamasında seyahat vurgusu dikkat çekmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Gerçek manada turizm; insanların merak ettikleri, gezip görmek istedikleri yerlere yaptıkları seyahate denir. Ama benim için turizm iş demek, para demek, hayat demek.” (K1)

“Turizm bulunduğunuz yerden başka bir yere tatil yapmak amacıyla gidilmesidir.” (K3)

“Turizm insanların dünyayı görmek için değişik ülkelere yapmış olduğu seyahatler ve ülkelerinde bu sektörden döviz kazanmalarını sağlayan bir sistemdir.” (K5)

“Turizm bana göre ülkeye döviz girmesidir.” (K10)

“İnsanların tatil yapmak için yaşadıkları yerden başka bir yere gitmesidir.” (K12)

“Turizm insanların eğlenmek, dinlenmek, iş amaçlı, merakını gidermek için, tatil yapmak için bulundukları yerden ayrılıp başka yerleri ziyaret etmesidir.” (K13)

“İnsanların yaşadıkları yerden belli süreliğine ayrılıp başka yerleri ziyaret etmesidir.” (K15)

“İnsanların gezip, görmek, eğlenmek, öğrenmek için gerçekleştirdikleri seyahatler.” (K17)

Katılımcılara göre turizm, Türkiye’ye döviz kazandıran, Antalya ekonomisinin bel kemiği olan bir faaliyet alanıdır. 6 katılımcının bu yönde görüş beyan ettiği görülmektedir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Dışarıdan gelen kişilerin oluşturduğu faaliyetler, döviz kaynağımız, ülkemizi daha iyi tanıtmak, daha çok döviz kazanmak için yapılan işler. Böylelikle Türkiye’mize gelir sağlamak döviz kazandırmak ülkemizi tanıtmaktır.” (K2)

“Turizm insanların dünyayı görmek için değişik ülkelere yapmış olduğu seyahatler ve ülkelerinde bu sektörden döviz kazanmalarını sağlayan bir sistemdir.” (K5)

“Turizm bana göre ülkeye döviz girmesidir.” (K10)

“Bana göre turizm dövizdir.” (K11)

Katılımcılar turizmi ülkemizi tanıtmak için önemli bir reklam aracı olarak tanımlamışlardır. Katılımcılardan 3’ünün turizmi bu yönde tanımladıkları tespit edilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Dışarıdan gelen kişilerin oluşturduğu faaliyetler, döviz kaynağımız, ülkemizi daha iyi tanıtmak, daha çok döviz kazanmak için yapılan işler. Böylelikle Türkiye'mize gelir sağlamak döviz kazandırmak ülkemizi tanıtmaktır.” (K2)

“Yani bir ülkenin ücretsiz bütün dünyaya tanıtım yapılabileceği en güzel reklam aracıdır.” (K4)

“Turizm bana göre paradır, reklamdır, kalitedir.” (K8)

Katılımcılar turizmi geçimlerini sağlamak için yaptıkları bir meslek olarak tanımlamışlardır. Katılımcılardan 3'ünün turizmi bu yönde tanımladıkları tespit edilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Gerçek manada turizm; insanların merak ettikleri, gezip görmek istedikleri yerlere yaptıkları seyahate denir. Ama benim için turizm iş demek, para demek, hayat demek.” (K1)

“Turizm insanların son ümidi başka meslek yapamayıp bari son ümit olarak turizmci olsun diyorlar.” (K7)

“Turizm geçim kaynağı yani milletin ekmek kapısı.” (K16)

Katılımcıların turizmi bir yaşam tarzı olarak algıladıkları belirlenmiştir. Katılımcılardan ikisinin turizmi bu yönde tanımladıkları tespit edilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Turizm bana göre hayattır, yaşamdır. Turizmin olmadığı bir Antalya'yı düşünemiyorum. Antalya'nın ekonomisine baktığın zaman ekonomisinin yüzde altmışı turizme bağlıdır.” (K9)

“Gerçek manada turizm; insanların merak ettikleri, gezip görmek istedikleri yerlere yaptıkları seyahate denir. Ama benim için turizm iş demek, para demek, hayat demek.” (K1)

4.1.2. Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya'daki turizm hakkındaki görüşleri

Katılımcıların görüşleri incelendiğinde turizmin günümüze kadar gelişimine yönelik beş tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır. Elde edilen kategoriler Tablo 4.'de sunulmuştur.

Tablo 4.2. *Katılımcıların geçmişten günümüze kadar turizm gelişimi hakkındaki görüşleri*

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Geçmişten günümüze kadar turizmde büyük gelişmeler oldu	K1, K2, K5, K7, K8, K9 K10, K13, K14, K15, K17	11
Turizmde istenilen düzeyde gelişme yaşanmadı	K3, K4, K16	3
Turizmde çeşitlilik arttı	K6	1
Geçmişte 6 ay yapılan turizm son yıllarda 12 ay yapılıyor	K11	1
Daha önce Antalya merkezde yapılan turizm taşrada da yapılmaya başlandı	K12	1

Tablo 4.2 incelendiğinde katılımcıların; “Antalya’da geçmişten bugüne kadar turizm gelişimi hakkında ne söylersiniz?” sorusuna verdikleri yanıtlar beş kategoride toplanmıştır. Katılımcılar Antalya’da turizmin gelişimini ele alırken çoğunluk turizmin geliştiği yönde fikir beyan ederken, ikinci sırada turizmin istenilen düzeyde gelişme yaşanmadığına değinmişlerdir. Diğer katılımcılar ise Antalya’da turizmin süresinin uzadığından, turizmde çeşitliliğin arttığından ve turizm faaliyetlerinin merkezden taşraya da taşındığını belirtmişlerdir.

Katılımcılarda Antalya’da turizmin gelişimi ile ilgili ‘Geçmişten günümüze Antalya’da turizmde büyük ve olumlu yönde gelişmeler yaşanmıştır’ görüşünün hakim olduğu tespit edilmiştir. 11 katılımcının turizm gelişimi ile ilgili gelişim vurgusu dikkat çekmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir.

“Antalya turizm konusunda geçmişten günümüze çok yol kat etti. Çok hızlı ve pozitif yönde gelişmeler yaşandı. Bundan 30 yıl önce Antalya’da konaklayacak otel bulmak zordu. Oteller senenin belli aylarında açık olurlardı.” (K1)

“Antalya turizm konusunda kendini en iyi geliştiren şehirlerin başında gelmektedir. Turizm sektöründe çalışan yöneticisi olsun çalışanları olsun kaliteli ve özverili olduğu için bu pandemi döneminde bile Antalya çok yoğun bir şekilde turist ağırladı.” (K8)

“Antalya’da turizm 1980’li yıllarda rahmetli Turgut Özal’la gelişmeye başladı. Onun zamanında turizmde büyük adımlar atıldı. Turizm para kazandıran bir sektör haline geldi. Turizm için devlet girişimcileri teşvik etti. Antalya’da birçok oteller, turistik konaklama tesisleri, restoranlar, alışveriş merkezleri, tatil köyleri yapıldı.” (K9)

“Antalya turizm konusunda dünyanın ilk 10 ülkesinin içinde. Bu gerçekten çok büyük bir başarı. Bu başarıda hem devletin hem de özel teşebbüsün çok büyük payı var. Pandemiden önce Antalya 15 milyon turist ağırladı. Pandemi ile birlikte bu sayı çok düştü ama bu sadece Antalya’da değil dünyada da durum bu şekilde. Son 30 yılda yapılan yatırımlarla Antalya turizmde adını altın harflerle yazdırdı.” (K13)

Bazı katılımcılara göre Antalya’da turizmde istenilen düzeyde gelişme yaşanmadı. 3 katılımcının bu yönde görüş beyan ettiği tespit edilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Çok kötü çünkü biz millet olarak mı diyeyim ülke olarak mı diyeyim bazı şeylerde düzgün hareket edemiyoruz buna turizmde dahil. Biraz daha organize biraz daha düzgün biraz daha liyakata dayanan. Turizm dahil bir şeyleri becerebilirsek turizm daha güzel olur. Organizasyonları kontrol edecek mekanizma olmalı. Yani devlet kontrol etmeli.” (K4)

“Antalya’da turizm konusunda halk daha tutucuydu. Mesela mini etekli bir bayan turist geçsin sözleriyle rahatsız ederlerdi. Ya da elinde bira şişesi bir turist gördüklerin de rahatsız ederler turist özür dileyip şişeyi çöpe atarlardı. Onların kültürünün bizim kültürümüzden çok farklı olduğunu bence daha yeni yeni farkına varıp, turistlerin hareketlerini biraz da olsun hoş görmeye başladık.” (K3)

Katılımcılara göre Antalya’da son otuz yılda turizmde çeşitlilik artı. 1 katılımcının bu yönde görüş beyan ettiği tespit edilmiştir.

“Eskiden yaz sezonu yaz turizmi iş yapıyordu sonra kış turizmi de başladı. Ben bu işe başladığım zaman Antalya nüfusu 250-300 bindi zaten köylüsü kentlisi 250-300 bin

nüfuslu bir şehirde ne kadar turizm yapılabilir üç beş tane otelde yapılıyordu. Birkaç tane tatil köyü vardı onlar zaten yaz için vardı. 2000 yıllardan sonra konferans ve seminer turizmi başladı bunların desteği ile turizm çeşitlenmesi ile yürüyüşler doğa sporları gibi turizm çeşitliliği arttı. Bunun neticesinde Antalya'ya daha fazla turist gelmeye başladı. Turizmden elde edilen gelir arttı.” (K6)

Katılımcılara göre Antalya'da geçmişte senenin 6 ayı yapılan turizm son yıllarda tüm yıl boyunca yapılmaya başlandı. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Antalya'da bundan 10 veya 15 yıl öncesine kadar senenin 6 ayı turizm açık olurdu. Ama artık 12 ay boyunca Antalya'da turizm açık. Bunda alternatif turizmin çok büyük payı var. Yani önceden Antalya'da yazın deniz için turist gelirken şimdilerde organizasyonlar için, avlanmak için, dağa tırmanmak için, Boğa Çayı'nda kuşları gözlemlemek için, doğa yürüyüşleri için, kamp kurmak için, rafting için de artık turistler Antalya'yı tercih ediyorlar. Sonuç olarak Antalya'da turizm çok gelişti.” (K11)

Katılımcılara göre Antalya'da geçmişte sadece Antalya'nın merkezinde yapılan turizm son yıllarda taşrada yapılmaya başlandı. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Antalya'da geçmişte de turizm faaliyeti vardı ama bu kadar yoğun yapılmıyordu. Son 20-25 yıldır turizmde inanılmaz bir gelişme var. Daha önceden Antalya merkezde yapılan turizm faaliyetleri artık ilçelere hatta köylere kadar yayılmış durumda. Turizmden elde edilen gelirden de çok iyi artış söz konusu.” (K12)

4.1.3. Katılımcıların geçmişte ve günümüzde turiste bakış açısındaki değişime ilişkin görüşleri

Tablo 4.3. Katılımcıların geçmişte Antalya’da turizm ile günümüzde ki turizm hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Hızlı ve pozitif yönde gelişmeler yaşandı.	K1, K11, K12, K13	4
Gelen turist sayısında çok artış var	K7, K12, K13, K14, K15	5
Turizm geçmişte amatör bir şekilde yapılıyordu günümüzde daha bilinçli yapılıyor.	K2, K6, K10, K17	4
Geçmişte bireysel olarak yapılan turizm son yıllarda paket turizm olarak turlar vasıtasıyla yapılmaya başlandı.	K3, K14, K16	3
Geçmişte Antalya’da turizmde konaklama hizmeti sınırlıydı, sadece merkezde vardı, artık taşrada da konaklama hizmeti sunuluyor.	K5, K9	2
Turizmde modernleşme söz konusu	K8, K14	2
Turizmde çeşitlilik arttı	K4	1

Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların; “Geçmişte Antalya’da turizm nasıldı, günümüzde nasıl?” sorusuna verdikleri yanıtlar yedi kategoride toplanmıştır. Katılımcılar Antalya’da geçmişten günümüze turizmdeki değişimi ele alırken çoğunluk turist sayısında bir artış yaşandığı yönünde fikir beyan ederken, ikinci sırada geçmişte turizmin bireysel olarak yapıldığı günümüzde ise paket turizm olarak turlar vasıtasıyla yapıldığına ve turizm faaliyetlerinin günümüzde daha bilinçli yapıldığına değinilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

““Şu pandemi öncesi Antalya 11-12 milyon turist ağırlıyordu daha önceden bunu Türkiye’nin totali ancak ağırlıyordu. Her şeyden önce hacim farkı var o başlı başına yetiyor.” (K7)

“Şöyle diyebiliriz geçmişte Antalya’ya bin turist geliyorsa günümüzde bir milyon turist geliyor. Yani gelen turist sayısında çok ciddi bir artış var. Bu sebeple Antalya’da turizme de ciddi yatırımlar yapılmakta. Eskiden turistin Antalya’da yapacağı faaliyetler sınırlıydı. Şimdi öyle mi? Gelen turist denize de giriyor, kamp da kuruyor, rafting de yapıyor, golf de oynuyor vs. Artık turizmde çeşitlilik var. Alternatif çok.” (K12)

“30 yıl önce Antalya’ya yıl boyunca gelen turist sayısı 250.000 civarındayken günümüze kadar bu sayı 15 milyonu buldu.” (K13)

Katılımcılara göre turizm geçmişte amatör bir şekilde yapılırken, günümüzde daha bilinçli olarak yapılmaya başlanmıştır. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Üniversitelerimiz çoğaldı daha akıllı insanlarımız var, uzmanlar yetiştiriyoruz, her branşta artık uzman yetiştiriyoruz. Şimdi bir yer açacaksınız hemen size bir belge veriyor. Daha önceden kulaktan duyma oradan buradan duyarak bir şeyler hazırlanabiliyordu şimdi öyle değil eğitimi alıyorsun, kursunu görüyorsun gerekirse 3 ay, 6 ay gerekirse branşlara göre 1 yıl.” (K2)

“Geçmişte turizm kaba düzen yapılıyordu. Tanıtım çok fazla yoktu. Antalya’ya gelen turist ülkesine dönüp tavsiye ediyor, tavsiye ettiği kişiler geliyor beğeniyor, onlarda başkalarına tavsiye ediyor. İşleyiş bu şekildeydi. Ama şu anda müthiş bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti var. Tabi bunun neticesinde akın akın turist geliyor. Yani demem o ki turizm usulü erkânı ne ise o şekilde yapılıyor artık.” (K6)

“Geçmişte turizm Antalya’da daha amatörce yapılıyordu. Şu anda daha profesyonelce yapılıyor. Oteller kendini geliştirdi, eğitilmiş personeller çalışmaya başladı, esnaf turiste daha özenli davranıyor. Turisti artık yolunacak kaz olarak değil altın yumurtlayan tavuk olarak görüyorlar.” (K10)

Katılımcılara göre geçmişte bireysel olarak yapılan turizm günümüzde paket turizm olarak yapılmaya başlanmıştır. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Eskiden turizm daha iyi para bırakıyordu. Şu anda küçük esnaflar olarak biz can çekiyoruz. Sebebi ise her şey dahil paket turlar. Turistler tura verdikleri para dışında para harcamak istemiyorlar. Harcamak isteyenleri ise turlar anlaşmalı oldukları yerlere götürüyorlar. İnanın bir haftadır siftah yapmadım.” (K3)

“Tabii çok fark var daha önce 10 milyon geliyorsa şimdi ikiye üçe katladı bu sayı. Eskiden daha kaliteli harcayan emekli olmuş maddi durumu iyi ve eğitilmiş turistler geliyordu. Şimdi ise paket turlarla turist geldiği için daha çok turist geliyor ama daha az harcama oluyor. Her şey dahil paket turlarla artık genç kesimden de turist geliyor fakat bu kesim pek harcama yapmayı sevmiyor. Çünkü paket dışında harcama yapacak kadar parası olmuyor. Aynı zamanda günümüz turistleri eskiden gelen turistlere göre çok da eğitilmiş ve bilinçli değil. Turizmi sadece otellerden ibaret olduğunu düşünüyorlar. Turların belirlediği plan dışında hiçbir şeyi merak etmiyorlar. Açıkçası geldikleri yeri tam tanımadan geri gidiyorlar. Eskiden şirketler dışında herkes kendisi geliyordu oteller haricinde pansiyonlarda doluyordu. Şimdi önce oteller doluyor, pansiyonlarda bir şey yok paket program olarak geldikleri için çok turist gelse de yansıması çok olmuyor belli bir kesime oluyor dışarıdaki kesime olmuyor. Esnaflar olarak küçük esnaflar diyelim bizlere ekonomik olarak yansıması pek az. Turist de yükselme var gelir de düşüş var.” (K14)

Katılımcılara göre geçmişte Antalya’da konaklama hizmeti sınırlı ve sıkıntılıydı. Günümüzde konaklama sorunu ortadan kalmış durumda. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri şöyledir:

“Eskiden turist kendi çabalarıyla gelir ve bazen şehir içinde pansiyonlarda, küçük otellerde bazen 5 yıldızlı otelde (zaten bir tane vardı o da şehir içinde dışarıda yoktu) konaklardı. Şehir içinde lokantadan yer içer, alışveriş yapar şehirde gece gidilecek yerler sınırlı olurdu. Gideceği uzak yerlerde konaklama imkanı bulamayabilirdi. Mesela rafting yapmaya gitse orada kalacak yer, yemek yiyecek yer olmuyordu ama şimdi artık fazlasıyla 5 yıldızlı otel var ve bunlar da servisleri ile beraber en uzak yerlere organizasyon yapıyorlar. Uçaktan inmeleri ile beraber her şey planlı programlı oluyor çok gelişti turizm eskiye nazaran çok çok gelişti yatak sayısı olsun imkanlar olsun otellerin lüks olmaları olsun çok gelişti.” (K5)

“Tabi turizm gün geçtikçe gelişiyor. Önceleri Antalya’da turistlerin konaklayabilecekleri çok az yer vardı. Şimdilerde ise konaklamak için birçok 5 yıldızlı otel yapıldı. Dünya’nın her yerinden Antalya’ya akın akın turist geliyor. Eskiden binlerde turist gelirken günümüzde milyonlarca turist Antalya’ya geliyor.” (K9)

Katılımcılara göre Antalya’da turizmde hızlı ve pozitif yönde gelişmeler yaşandı. Bazı katılımcıların görüşleri şu şekilde;

“Antalya’da geçmişte de turizm faaliyeti vardı ama bu kadar yoğun yapılmıyordu. Son 20-25 yıldır turizmde inanılmaz bir gelişme var. Daha önceden Antalya merkezde yapılan turizm faaliyetleri artık ilçelere hatta köylere kadar yayılmış durumda. Turizmden elde edilen gelirde de çok iyi artış söz konusu.” (K12)

“30 yıl önce Antalya’ya yıl boyunca gelen turist sayısı 250.000 civarındayken günümüze kadar bu sayı 15 milyonu buldu.” (K13)

Katılımcılara göre turizmde modernleşme söz konusudur. Bazı katılımcıların bu konudaki görüşü şu şekildedir;

“Geçmişteki turizmle günümüzdeki turizm arasındaki fark modernleşmedir. Şu anda turizmde daha kaliteli ve ileriye dönük çalışmalar yapılmaktadır. Otellerin kalitesi arttı. Önceden Antalya’da iki ya da üç tane 5 yıldızlı otel varken günümüzde sayıları çok fazla. Turizm sektöründe verilen hizmetin kalitesi arttı.” (K8)

“Turizm Antalya’da çok gelişti eski dönemlerden beri yani 1986-87’lerden bu yana çok iyi bir şekilde gelişti daha da ilerliyor tamamen turizme yöneldi.” (K14)

Katılımcı K4 göre turizmde çeşitlilik artmıştır. Katılımcının dorudan görüşü aşağıdaki gibidir.

“Antalya’da turizm sektörü çeşitlendi. Yani artık turizmin her türlüşü Antalya’da yapılıyor. Av turizmi, kış turizmi, kamplar, toplantılar yani nasıl diyeyim önceden senenin 4 ya da 5 ayı yoğun turizm olurdu. Şimdilerde ise hemen hemen tüm sene boyunca turizm var diyebiliriz.” (K4)

4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların turizmin Antalya’da meydana getirdiği değişime ilişkin görüşleri nelerdir?)

4.2.1. Katılımcıların geçmişte turizme ve turiste bakış açısıyla bugünkü bakış açısı arasındaki görüş farklılıkları

Tablo 4.4. Katılımcıların turizme ve turiste bakış açıları

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Turizm ve turist ekonomik gelir kaynağıdır.	K1, K2, K3, K4, K7, K9 K11, K13, K14, K15, K16	11
Turizm karşılıklı saygı çerçevesinde olmalı	K8, K12	2
Turizm ve turistler Türkiye’nin dünyadaki sesi	K10, K17	2
Turizm ve turist konusunda şimdi daha dikkatliyiz.	K5	1
Turizm ve turist farklı bir kültür, farklı bir dünya	K6	1

Tablo 4.4 incelendiğinde katılımcıların “Geçmişte turizme ve turiste bakış açınızla bugünkü arasında bir farklar var mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar 5 kategoride toplanmıştır. Çoğunluk turizmin ve turistin ekonomik gelir kaynağı olduğunu, geçmişte de ve günümüzde de aynı düşüncede olduğunu belirtmiştir. Bazı katılımcıların bu konudaki düşüncelerini ele alırsak;

“Hayır yok. Eskiden ne düşünüyorsam şu anda da aynı şeyi düşünüyorum. Benim mesleğim turizmcilik. Turizm hem bulunduğu şehir için hem de ülke ekonomisi için çok önemli ve kıymetli bir sektör. Antalya 2019 yılında 15 milyon turist ağırladı. Bu çok ciddi rakam. Bunun ekonomiye katkısı tartışılmaz. Pandemi dönemi olan 2020 yılında Safe Tourism yani “güvenli turizm” modeliyle 3,5 milyon turist ağırlamayı başarmıştır.” (K1)

“Geçmişteki turizme bakış açımla şimdiki aynı. Yani turizmi güzel bir gelir kapısı ve ekonomik kazanç olarak görüyorum. Turiste bakış açımda bazı değişiklikler var tabi.

Eskiden daha ağır başlı ne istediğini bilen turistler gelirdi. Yani saygılılardı. Günümüzde ise daha genç kesimlerden turist geliyor. Onlar daha aktif, geçmişte daha çok yaşlı turistler gelirdi. Günümüz turisti şu anda eğlenme amaçlı geliyor ve çok saygılı davranmıyorlar. Yani pek insanlıkları yok.” (K2)

“Nihayetinde onlarda bir insan dini dili ırkı milliyeti ne olursa olsun ve bunlar bizim misafirimiz gerçekten. Ben eskiden de böyle görüyordum şimdi de böyle görüyorum.” (K4)

“Hayır, bu konuda düşüncelerim hiç değişmedi. Turizm bu coğrafyanın önemli bir gelir kapısı dolayısıyla turistler de bizim için her daim hem misafirimiz hem de velinimetimizdir. Benim düşüncelerim bu şekilde.” (K7)

“Hayır yok. Turizm ülkemiz için bir döviz kaynağı. Turizm ve turist sayesinde birçok insan evine ekmek götürüyor. Mesela benim apart otellerim var ve bu sayede para kazanıyorum. Turizm sayesinde ülkemizi dünya tanıyor. Turistler ise bizim velinimetimiz.” (K9)

“Geçmişte turizmin önemini çok kavrayamamışım ama şimdi ne kadar önemli bir ekonomik sektör olduğunu çok daha iyi anlıyorum. Turizm için bacasız sanayi tabiri gerçekten çok yerinde bir tabir. Şu anda turizmden hedeflenen para 20 milyar dolar. Turizm bakan yardımcısı Nadir Alpaslan 17 Aralık 2020’de katıldığı bir toplantıda yaptı bu açıklamayı. Bu Türkiye ekonomisi için çok ciddi bir rakam.” (K11)

“Ben 15 yaşımdan bu yana bu sektörün içindeyim. 15 yaşında ne düşünüyorsam şimdi de aynı şeyi düşünüyorum. Turizm ve turistler bir ülkenin ekonomik olarak temiz ve tükenmeyen bir gelir kaynağıdır. Ayrıca gelen turistlerle girilen her diyalog ve yapılan her sohbet kişilerin dünya görüşünün daha da gelişmesini sağlıyor. Benim bulunduğum konuma gelmeme çok katkısı olduğunu net bir şekilde söyleyebilirim.” (K13)

“Hayır yok. Turizm ekonomik bir sektördür ve bu sektörü çok iyi yönetbilirsen milyar dolarla ifade edilen bir döviz girdisi olur. Tam da bu nedenle turizmi baltalamak yerine teşvik edilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (K15)

“Turizm karşılıklı saygı çerçevesinde olmalıdır” ve “Turizm ve turist Türkiye’nin dünyadaki sesidir” diyen kesimde ikinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Hayır yok. Halk olarak paylaşmayı seviyoruz. Ülkemizin güzelliklerini başkaları da görsün isteriz. Sadece saygısız turiste tahammülüm yok. Aynı şekilde bizde onlara karşı saygılı olmalıyız.” (K8)

“Eskiden gelen turistler nasıl anlatsam sanki daha saygılı, kibar ve düşünceliydi. Elit kesim gelirdi daha çok. Son zamanlarda gelen turistler herkes için geçerli olmasa da çok da saygılı olduklarını söylemem. Yani tatile gelmiş gibi değil de Türkiye’yi satın almışlar gibi davranıyorlar. Nezaket kurallarından nasibini almamış insanlarla çok karşılaşıyoruz. Bunun sebebi ise Türkiye’deki döviz kurunun yüksek olması. Yurt dışından orta kesim insanlar Türkiye’deki yüksek kur nedeniyle bir maaşlarıyla burada tatil yapabiliyorlar.” (K12)

“Turizmi öncesinde sadece bizim ülkemize gelen insanlar olarak görüyordum. Ama şu anda Türkiye’nin dünyadaki sesi olarak görüyorum. Her gelen turist dünyada Türkiye hakkında oluşmuş ön yargıların yok edilmesine bir aracı bana göre.” (K10)

K5 turizm ve turist konusunda daha günümüzde daha dikkatli olduğumuzla ilgili doğrudan görüşü aşağıda yer almaktadır.

“Elbette var. Eskiden turisti yolunacak kaz gibi görürlerdi. Turiste değişik baskılar yaparlardı sokağa çıktığı zaman üzerine gider rahatsız ederlerdi şimdi o konuda biraz daha dikkatliyiz.” (K5)

K6 turizmin ve turistin farklı bir dünya olduğu konusundaki doğrudan görüşü aşağıda yer almaktadır.

“Geçmişte de şimdi de aynı düşüncedeyim. Turist demek farklı bir kültür, farklı bir dünya. Belki biz Rusya’ya gidemiyoruz ama Rusya’yı ve Rusları şu anda kendimiz kadar iyi tanıyoruz. Neden? Çünkü yıllardır ülkemize gelen Rus turistler sayesinde Rusya’ya gitmeden onlardan onları öğrendik. Bu çok harika bir olay. Bu büyük bir nimettir kıymetini bilene. İnsanlar turistler sayesinde okuluna gitmeden eğitimini almadan yabancı dil öğrendiler. Yani alaylı eğitim söz konusu burada, insanın pozitif yönlü gelişimi söz konusu.” (K6)

4.2.2.Katılımcıların turizm nedeniyle Antalya’da ne gibi değişiklikler olduğu hakkındaki görüşleri

Tablo 4.5. *Katılımcıların turizm nedeniyle Antalya’da meydana gelen değişiklikler hakkındaki görüşleri*

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Antalya mega bir şehre dönüştü	K1, K3, K7, K9, K13, K14, K16	7
Turizm için alternatif yerler yapıldı	K6, K10, K11, K13	4
Göç ve nüfus arttı,	K2, K7, K17	3
Yeşil alan ve ormanlar azaldı	K4, K8	2
Turizm için alternatif yerler yapıldı	K5, K12	2
Tabiatı bozuldu	K4	1
Çarpık kentleşme arttı	K5	1
Şehrin karakteri kalmadı	K15	1

Tablo 4.5. incelendiğinde katılımcıların “Turizm nedeniyle Antalya’da ne gibi değişiklikler oldu?” sorusuna verdiği cevaplar sekiz kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğu turizm nedeniyle Antalya’nın gün geçtikçe her bakımdan büyüyüp gelişerek mega bir şehre dönüştüğünü belirtmektedir. İkinci sırada ise katılımcılar turizm sayesinde Antalya’da işsizliğin ortadan kalktığını belirtmektedirler. Geriye kalan katılımcılar ise turizm nedeniyle Antalya’da göç ve nüfusun arttığı, yeşil alan ve ormanların azaldığı, tabiatının bozulduğu, çarpık kentleşmenin ortaya çıktığı, şehrin karakterinin kaybolduğu hakkında görüş belirtmişlerdir.

Antalya’nın mega bir kente dönüştüğü hakkında görüş beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Antalya’ya birçok turistik tesisler, oteller yapıldı. Mesela Kundu bölgesi tamamen otellerin olduğu bir yer oldu. Tabi artan göç ve nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için de

evler, apartmanlar, siteler, yollar, hastaneler, kamu binaları yapıldı. Mega bir kente dönüştü.” (K3)

“Eskiden Antalya çevre yolunun hemen altında kalırdı. Şimdi o kadar geniş bir alana yayılmış ki. Ben doğma büyüme Antalyalıyım benim bilemeyeceğim bir sürü yer var. Her şeyden önce popülasyon değişti nüfus 250 binden 2 milyona çıktı 10 katı büyüdü. 1990’lı yılların sonuna kadar değişim çok hızlı ilerlemedi. 2000 yılından itibaren hızlandı son 20 yılda çok hızlı bir şekilde değişti. Burada turizme ilgili bir kısım işler yapıldıkça şehir büyüdü. Şehir büyüdükçe biraz daha yaşanır hale geliyor.” (K7)

“Turizmin Antalya’ya en büyük katkısı ekonomik olarak olmuştur. İnsanların gelir seviyesi ve alım gücü yükseldi. Turizm sayesinde Antalya her bakımdan gelişti. Hava ve kara yolu ulaşımı çok gelişti. Turizmle beraber gelişen şehir için birçok sosyal, kamusal ve turistik tesisler yapıldı.” (K13)

Katılımcılara göre turizm sayesinde Antalya’da istihdam sağlandı, işsizlik azaldı. Bazı katılımcıların bu konuyla ilgili doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“En başta şunu bilmemiz gerekir ki Antalya’da turizm sayesinde büyüdü ve gelişti. Ayrıca ekonomik olarak da iyi durumda. Burada yaşayan insanların iş sıkıntısı pek olmuyor başka sektörde iş bulamayan insan bir şekilde turizmde ama bireysel olarak ama bir işletmede mutlaka iş bulup çalışabiliyor. Hatta ek iş olarak bile yapabiliyorlar. Ben çok öğretmen biliyorum ek iş olarak rehberlik yapan ya da yaz tatilini değerlendirmek için turizmde çalışan.” (K6)

“Antalya turizm sayesinde ekonomik olarak çok gelişti ve büyüdü. İnsanların refah düzeyi arttı. Tabi bu ekonomik kaynak dışardaki insanın da dikkatini çekti ve Antalya’ya göç başladı. Bu da nüfusun artmasına neden oldu. Yabancı yatırımcıları buraya çekti. Birçok işletme açıldı ve istihdam sağlandı.” (K10)

“Antalya dünya çapında tanınan bir şehir haline geldi. Şu anda dünyanın hemen her ülkesinden turist geliyor buraya. Daha öncede söylediğim gibi turizm sektörünün gelişimi için yapılan yatırımlar şehrin gelişmesini, kalkınmasını ve ekonomik olarak büyümesini sağladı. Şu anda Antalya için turizm tükenmez bir kazanç kapısı ve insanların ekonomik gücü yani gelir seviyesi burada ortalamanın üstündedir.” (K11)

Katılımcılara göre turizm nedeniyle Antalya’ya göç arttı bunun neticesinde de Antalya’da nüfus hızla arttı. Bazı katılımcıların bu konuyla ilgili doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Çok güzel değişiklikler oldu. Mavi bayrak aldık sahil bölgemizi daha iyi bir şekilde modernize ettik. Turizmi daha bilinçli bir şekilde yapmak için bunun eğitimini veren turizm okulları açtık. Artık turizmi bu işin eğitimini almış, bilgili, güzel giyinen, yabancı dil bilen insanlar yapıyor. Eğer okullar yetersizse oteller kendini kurslarında eğitimleri kendileri de verebiliyor, yetiştiriyor elemanlarını. Antalya turizmde geçmişe göre çok ileride. Turizm nedeniyle çok göç almakta buda en başta Antalya'nın nüfusunun hızla artmasına neden oldu, kalabalık ve farklı kültürden insanların yaşadığı bir yer oldu. Binalar çoğaldı, eski yeşilliğini kaybetti. Çok büyük ve çok sayıda oteller yapıldı. Bu da turist ağırlama kapasitemizi artırdı.” (K2)

“Ekonomik olarak bir büyüme kaydettiğini düşünüyorum. Ayrıca mimari olarak da gelişti. Nüfus arttı. Göç arttı.” (K17)

Katılımcılara göre turizm nedeniyle Antalya'da yeşil alan ve ormanlık alanlarda azalma olmuş, tabiatı bozulmuştur. Bazı katılımcıların bu konuyla ilgili doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Görsel anlamda bol miktarda otel var biraz tabiatı bozuyoruz. O güzellikleri mahvediyoruz yani. Bu sistemin gerektirdiği bir şey sadece turizmle alakalı değil dünya genelinde. Keşke bunları yapmak yerine farklı bir uygulama yapılabilirse ama olur mu onu da bilmiyorum. Biraz iç açıcı durumlar değil geçmişten günümüze Antalya'da olan değişiklikler mimari olarak her yer taş yığını oldu. Betonarme binalar kapladı her yeri. Antalya'nın o yeşil ve mavi görüntüsünden sadece denizdeki mavi görüntüsü kaldı.” (K4)

“Antalya'nın ormanlık alanları otel yapılmak için maalesef yok edildi. Bu çok üzücü bir durum. Aslına bakarsanız kaş yaparken sanki biraz göz çıkartıyor gibiyiz. Bu konuda orta yolun bulunması en iyisi olacaktır. Hem ormanlar korunup hem de turizm faaliyetleri elbette devam edebilir. Ormanlar bizim milli servetimiz. Bir diğer husus halk plajları günümüzde çok azaldı, plajların çoğu otellere verildi. Özelleşen plajlardan halk faydalanamıyor. Bu da tabi sıkıntı arz ediyor.” (K8)

Katılımcılara göre turizm nedeniyle Antalya'da çarpık kentleşme oluşmuş, kentin karakteri kaybolmuştur. Bazı katılımcıların bu konuyla ilgili doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Antalya'da bir kere turizm tesisleri açısından çok büyük değişiklikler oldu. Oteller, restoranlar, safari yerleri, rafting yerleri, kongre merkezleri gibi yerlerin yanı sıra yollar

efendim güzel binalar yapıldı gelişimi çok olumlu şekilde ilerledi bu arada tabii çarpık da bir kentleşme oluştu.” (K5)

“Turizm ekonomik bir sektördür. Antalya bu sektörü çok iyi değerlendirip yöneten bir şehir. Şehir halkının turizm sayesinde gelir seviyesi yükseldi, alım gücü arttı. Olumsuz yönü ise dışarıdan göç arttı ve bunun sonucunda hızlı bir şehirleşme ve konutlaşma yaşandı. Şehrin bir karakteri kalmadı. Şu anda Antalya denizi olan çok kalabalık bir şehirden öte gidemiyor. Mimari olarak bir karakteri yok çünkü.” (K15)

Katılımcılara göre turizmin devamlılığı için alternatif turizm kolları oluşturulmuş ve bu turizm kolları için çeşitli yerler inşa edilmiştir. Bazı katılımcıların bu konuyla ilgili doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Antalya’da bir kere turizm tesisleri açısından çok büyük değişiklikler oldu. Oteller, restaurantlar, safari yerleri, rafting yerleri, kongre merkezleri gibi yerlerin yanı sıra yollar efendim güzel binalar yapıldı gelişimi çok olumlu şekilde ilerledi bu arada tabii çarpık da bir kentleşme oluştu.” (K5)

“Antalya’da artık turizmde çeşitlilik var. Önceden turist buraya deniz-kum-güneş için gelirdi. Son zamanlarda avlanmak için, eğlenmek için, gezmek için, doğası için de geliyorlar. Alternatifler artıkça tabii turist sayısı da artmakta.” (K12)

4.2.3. Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansıması konusundaki görüşleri

Tablo 4.6. Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansıması hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Şehir mimari olarak gelişip güzelleşti	K2, K3, K4, K5, K9, K10, K14, K16	8
Şehrin eski güzelliği, karakteri kalmadı	K1, K6, K7, K13, K15, K17	6
Çarpık kentleşme oluştu	K8, K11, K12, K13	4

Tablo 11. İncelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine etkisi nasıl olmuştur?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır.

Katılımcıların çoğu turizm sayesinde şehrin mimari olarak geliştiği ve görsel olarak daha güzel bir görünüme sahip olduğunu beyan etmektedir.

Katılımcıların verdiği cevaplara göre ikinci sırada turizmin Antalya'nın kent silüetini bozduğu ve karakterini yok ettiği yer almaktadır. Üçüncü sırada ise turizm nedeniyle Antalya'nın fazla göç almasından dolayı şehirde çarpık kentleşme olduğu yer almaktadır.

Turizm nedeniyle Antalya'nın mimarisinin geliştiği ve silüetine olumlu katkısı olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Turizm şehri olduğu için doğal olarak bol bol oteller, konaklama yerleri yapıldı. Tabi şehirde turizm nedeniyle artan nüfustan dolayı sürekli binalar yapılmakta. Artan trafiği rahatlatmak için yollar yapılmakta, kafeler, lokantalar, çeşit çeşit parklar yapıldı. Yani bırakın 30 yıl önceki Antalya'yı 10 yıl önceki Antalya bile çok farklı. Büyük bir değişim ve gelişme var.” (K4)

“Mimari olarak bir kere eskiden Antalya köy statüsü gibiydi. Günümüzde daha modernleşti daha güzel binalar, oteller, yollar yapıldı, plajlar yapıldı turistik yatlar, gemiler rafting yerleri yapıldı. Olumlu yönde güzel gelişmeler oldu.” (K5)

“İşte bu benim sorum. Mesleğim gereği mimari ile iç içeyim. Antalya'da bundan 25 yıl önce çok fazla bina yoktu. Genelde bahçe içinde en fazla 3 katlı evler vardı. Bunlar genelde ailelerin bir arada yaşadıkları aile konutlarıydı. Varsak, Döşemealtı, Yeniköy gibi yerler köydü. Tarım ve hayvancılık yapılıyordu. Ama şu anda hepsi birer şehir yerleşimi oldu. Büyük binalar, siteler, rezidanslar, çok büyük 5 yıldızlı oteller, İş hanları, mağazalar yapıldı. Mega bir şehire döndü.” (K9)

“Silüetine olumlu katkıda bulunmuştur. Bir kere gecekondular kalktı onun yerine daha temiz görünümlü apartmanlar geldi. Şehir düzenlemesi yapıldı. Büyük ve güzel oteller yapıldı.” (K14)

Turizm nedeniyle Antalya'nın mimarisinin bozulduğu ve silüetine olumsuz etkisi olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Bu kadar yoğun turist talebi olunca bu talebi karşılamak üzere birçok otel, motel, tatil köyü yapıldı. Ama bunlar yapılırken çevreye özellikle de ormanlara çok zarar verildi. Özellikle ormanlık alanlar tahrip edilip otel yapıldı. Bu da turizmin olumsuz bir yanı. Şehrin doğal güzelliği giderek yok oluyor. Çok geçmez birkaç yıl sonra beton yığını ve

denizi olan sıradan bir şehir olacak. Turizm atıkları büyük sorun teşkil ediyor. Çoğu otel bu konuda biraz duyarsız, kontrollerde yetersiz kalıyor. Kendi bindiğimiz dalı kesiyoruz ama farkında değiliz.” (K1)

“Antalya’nın kıyı şeridinde çok fazla yapılaşma oldu. Oteller, moteller, lokantalar, kafeler, siteler yapıldı. Deniz kenarında önceden bu kadar bina yoktu ve ferah ve sakindi. Şimdi ise sıkış sıkış bir görüntü ve bu yapılardan kaynaklanan ses ve gürültü hiç hoş değil.” (K6)

“Hızlı kentleşme ve konutlaşma şehrin karakterini yok etti. Şehir içinde yeşil alan bulmak çok zor. Her yer beton yığını ve bu estetik ya da iyi yönde bir farklılık oluşturmuyor. İnsanlar da bıkkınlık ve şehirden kaçma hissi uyandırıyor.” (K15)

“Tabi olumlu yanları olduğu gibi olumsuz yanları da var turizmin. Eskiden plajların her yeri halka açıktı. Şimdi ise oteller plajları parselledi. Halkın denize girebileceği 2-3 alan kaldı. Bu sefer ne oldu Antalya halkı o daracık plajda üst üste denize girmeye başladı. Bunu yapmaya kimsenin hakkı yok bana göre. Ormanlık alanlar kesilip golf sahası, oteller yapıldı. Antalya sadece deniz, kum, güneş değil. Antalya dağıyla, taşıyla, ormanıyla, doğasıyla, tarihiyle bir bütün ve ona göre projeler yapılmalı ve hayata geçirilmeli. Yanlış olan ne varsa müdahale edilmeli.” (K17)

Turizm nedeniyle Antalya’nın mimarisinin bozulduğu ve çarpık kentleşmenin olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Çarpık bir yapılaşma var. Bu çarpık yapılaşma bölgesel desek daha doğru olur. Örneğin Konyaaltı’nın yapılaşması çok planlı ve düzgün. Ama Muratpaşa’da aynı durumdan söz etmek pek mümkün değil. Mesela Cumhuriyet Meydanı, Kaleiçi’nin olduğu yerlere baktığımızda tarihi kalıntıların, evlerin, hamamların, caddelerin, sokakların üstüne bu tarihi doku ile hiç uyuşmayan ve dahi çok çirkin duran binalar yapılmış. Kentin kimliği adeta kişiliği elinden alınmış.” (K8)

“Antalya’nın sahil kesimlerinde oteller, siteler, kafeler vs. yapıldı ve bunlar planlı ve düzgün bir şekilde yapıldı. Ama kıyıda iç kesimlere yani şehir merkezine gidildikçe plansız bir kentleşmeyle karşılaşıyorsunuz. Yani iç kesimlerde binalar üst üste bir yürüyüş yolu, bir yaşam alanı bulmak neredeyse imkansız. Bu konuda belediyelerin biraz sorumsuz ya da beceriksiz olduklarını düşünüyorum. Çevre düzenlemesi ve alt yapı konusunda Antalya çok da başarılı sayılmaz.” (K11)

“Tabi eskiye kıyasla Antalya çok gelişti. Büyük bir şehir oldu. Gelişen turizmle beraber çok fazla göç almaya başladı. Gelen insanların barınma ihtiyaçlarından dolayı da hızlı bir şekilde binalar yapılmaya başlandı. Bundan 30 yıl önce Antalya’ya göç eden insanlar gecekondular yaptılar. Bunun sonucunda şehir merkezinde Antalya’ya yakışmayan çarpık bir kentleşme oldu. Ama günümüzde kentsel dönüşümle bu çarpık kentleşmeyi biraz olsun düzeltmeyi başardılar. Yine de hala Antalya’nın geçmişten gelen günümüze de yansıyan mimari görüntüsünden çok da memnun değilim. Böyle güzel bir şehire ve genelde doğası için tercih edilen bir şehire bu betonarme yığınlarını yakıştıramıyorum.” (K12)

4.2.4. Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğu konusundaki görüşleri

Tablo 4.7. Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğu hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Olumlu yönde etkisi olduğunu düşünüyorum	K1, K6, K11, K12, K13, K14, K15, K16	8
İki türlü (olumlu ve olumsuz) etkisi olduğunu düşünüyorum	K2, K8, K9, K10, K17	5
Olumsuz yönde etkisi olduğunu düşünüyorum	K3, K4, K5, K7	4

Tablo 4.7. incelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğu turizmin Antalya kültürünü olumlu yönde etkilediği yönünde görüş bildirdiği görülmektedir. İkinci sırada ise hem olumlu hem olumsuz yönde etkilediği görüşü yer almaktadır. Üçüncü sırada ise olumsuz yönde etkilediği görüşü yer almaktadır.

Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Muhakkak etkisi vardır. Örneğin yabancıların çoğunda kahvaltı kültürü yok çoğu ilk defa burada görüyor ve şaşıyor. Ama çok hoşlarına gidiyor, Türk mutfağına bayılıyorlar ve çok lezzetli buluyorlar. Buradan kendi memleketlerine dönen turistlerin artık bizler gibi kahvaltı yapmaya başladıklarını duyuyoruz. Antalya’ya turizm amaçlı gelip buraları beğenip yerleşen çok yabancı var. Özellikle emekli olmuş yabancılar çok tercih ediyor. Onlar bizden etkilendiği gibi bizde onlardan etkileniyoruz tabi. Etkilenme olumlu olursa güzel fakat olumsuz olursa bu biraz sıkıntı oluyor. Antalya kültürüne etkisi ise bana göre kendi öz kültürünü hala yaşatabilmesidir. Yani gelen turistlerin yörenin kültürüyle yakından ilgilenmeleri var olan kültürün unutulmamasına sebep olmuştur. Örneğin Ormana dokumaları turistlerin ilgisi nedeniyle hala devam etmektedir.” (K1)

“Etkisi vardır tabi. İnsanların dünya görüşünü etkilediğini düşünüyorum, farklı kültürden insanları tanıma fırsatı buluyor insan. Dil öğreniyorsunuz, farklı kültür öğreniyorsunuz. Bu farklı kültürlerin mutlaka hoşla giden yanlarını insanlar kendi yaşantısında da uygulamaya başlıyor.” (K6)

“İllaki etkisi vardır. Mesela Antalya’da turizm sektöründe çok fazla kadın çalışan var. Başka şehirlerde ben biliyorum kadınların otellerde çalışmasını pek hoş karşılamazlar. Ama Antalya’da durum tam tersi, kadınların otelde çalışması aileler ve çevre için hiçbir problem teşkil etmiyor. Turizm sektöründeki bazı bölümlerde örneğin temizlik işlerinde çok fazla kriter aranmadığı için ev ekonomisine katkıda bulunmak isteyen ev hanımları otellerde çalışıp bütçelerine katkıda bulunuyorlar. Hem insanlar hiçbir dil kursuna gitmeden turistlerden yabancı dilde öğrenip kendilerini geliştiriyorlar. Benim öyle çok tanıdığım var otelde ya da ne bileyim mağazada çalışıp Rusça, Almanca, İngilizce öğrenen. Bu gerçekten çok güzel bir şey.” (K11)

“Elbette yadsınamaz noktada bir etkisi vardır. Antalya’nın kültürü gelen turistlerin katkılarıyla yeniden oluştu bana göre. Örneğin eskiden turistlere pek iyi gözle bakılmazdı, gavur, ahlaksız olarak tanımlanırdı ve gelmeleri istenmezdi. Ama günümüzde öyle mi? Hayır. Şimdi turistin gelmediği zaman insanlar üzüliyorlar. Neden? Çünkü ekmek kapısı. Ayrıca turizm geliştikçe ve çok fazla turist geldikçe yerli halk turistlerle daha fazla içli dışlı oldukça turistlerin de tıpkı kendileri gibi insan olduklarını ve insani değerlere sahip olduklarını gördüler. Onları kültürleriyle, inançlarıyla kabul ettiler ve ön yargılarını yıktılar. Kız alıp, kız vermeler başladı.” (K15)

Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde olumsuz yönde etkisi olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Örf ve adetlerimiz yönünden olumsuz yönde etkilemiştir. Turistin yaşam tarzını birebir uygulamaya çalışan Türk milleti ne onlar gibi olabildi ne de eskiye dönebildi karmaşık bir dili, örf ve adeti oluşturu dili yarı Türkçe yarı İngilizce, Fransızca bir şeyler örf ve adeti yarı Avrupalı yarı Asyalı karışık bir örf adet haline geldi. Bence Türk milleti örf, adet ve ananelerini unutmaya başladı, karıştırdı yeni nesile aktaramadı.” (K5)

“Eskiden Mahalle kültürü insanları birbirine yakın tutuyordu. Şu anda öyle bir şey kalmadı. Bu da turizmin doğrudan değil de dolaylı etkisi. Turizm nedeniyle Antalya çok fazla göç aldı hala da almaya devam ediyor. Bu da hızlı nüfus artışı yaşanmasına neden oldu. Artan nüfusla birlikte kentte suç oranları arttı, bir apartmanda çok farklı şehirlerden hatta ülkelerden gelmiş insanlar yaşıyor. Fakat hiçbiri birbirini tanımıyor. Sonuçta komşuluk ilişkisi, mahalle kültürü yok olup gidiyor.” (K7)

Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde hem olumlu hem de olumsuz yönde etkisi olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Çok farklı kültürden insanlar geldiği için ister istemez insan birbirinden etkileniyor. Antalya insanlar eskiden daha çok tarımla uğraşır, daha içine kapanık bir yaşam sürerdi. Turizmin ne olduğunu çok fazla bilmiyordu. Son yıllarda çok fazla turist gelmesi turizmi bir gelir kapısı yaptı, insanlarda dış dünyayı tanıdı. Giyim de olsun, yeme-içme de olsun konuşma da olsun hem olumlu hem olumsuz yönde etkilendik.” (K2)

“Kesinlikle etkisi var. Antalya’ya hem çok fazla turist geliyor hem de çok fazla göç alan bir şehir. Hal böyle olunca kültür etkileşimine en çok maruz kalan şehirlerin başında geliyor. Antalya’da bana göre artık saf bir kültürden söz etmek mümkün değil. Turistlerin ve dışarıdan Antalya’ya gelip yerleşen insanların kültürü ile Antalya’nın kültürünün sentezlenmesi sonucunda oluşan bir kültür, artık Antalya’nın yeni kültürü oldu. Gençler arasında özentî ve popülerizm çok etkili. Bulaşıcı bir hastalık gibi o yaptıysa ben de yaparım, o giydiyse bende giyerim anlayışı var. Bu yaptıkları örf adete kültüre uygun mu, değil mi artık hiç düşünülüyor.” (K8)

“Bence son derece etkili. Antalya’da farklı kültürlerden ve coğrafyadan insanlar çok fazla. Mesela Almanlar ve Ruslar buradan çok fazla konut alıyorlar. Turizmde çalışmak için buraya gelip yerleşen yerli yabancı çok insan var. Tabi bunlar Antalya’da bir kültür harmanlaması oluşturdu. Benim düşüncem bu yönde. Bu etkileşim iyi yönde de

oldu, kötü yönde de oldu. Nüfus arttıkça yabancılaşıma da arttı. Yani o içten samimi insan ilişkileri yok oldu. Bir sitede kimse kimseyi tanımaz. Komşusunun neye ihtiyacı varmış bilmez. Umurunda bile olmaz.” (K9)

4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya’ya gelen turist profiline ilişkin görüşleri nasıldır?

4.3.1. Katılımcıların geçmişten bu yana Antalya’ya gelen turist profilinde ne gibi değişimler yaşandığı hakkındaki görüşleri

Tablo 4.8. Katılımcıların geçmişten bu yana Antalya’ya gelen turist profilinde meydana gelen değişiklikler hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Daha fazla ülkeden turist geliyor	K2, K5, K6, K7, K9, K10, K12, K13, K14, K16	10
Daha genç nüfus geliyor	K2, K4, K13, K14, K15, K17	6
Yabancı turistlerde orta tabaka kesimden gelen turist daha fazla	K3, K8, K14	3
Yabancı turist kadar yerli turist de geliyor	K1	1
Ultra zengin turistler geliyor	K11	1

Tablo 4.8. incelendiğinde katılımcıların “Geçmişten bu yana Antalya’ya gelen turist profilinde ne gibi değişimler yaşandı?” sorusuna verdikleri cevaplar beş kategoride toplanmıştır. İlk sırada daha önce belli başlı ülkelerden turist gelirken günümüzde artık hemen hemen her ülkeden turist geldiği yer almaktadır. İkinci sırada artık daha genç nüfusun geldiği görüşü yer alırken üçüncü sırada ise eskiden elit tabaka denilen ekonomik durumu bir hayli iyi olan kesim gelirken günümüzde orta tabaka denilen işçi sınıfının

(Türkiye'deki döviz kuru farkından dolayı) daha çok geldiği görüşü yer almaktadır. K1 ise yurt içinden de artık turist geldiği görüşünü beyan etmektedir.

Hemen hemen her ülkeden turist geldiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Eskiden bize Almanya'dan çok turist gelirdi şu anda Rusya daha çok ağırlıkta, Çin ağırlıklı yine Almanya'dan gelenler var. Mesela İtalyanlar doğru dürüst gelmezdi ama şu anda oradan da geliyorlar, Yunanistan'dan hiç alamazdık şu anda onlardan da gelen turistler var. Artık genç nesil geliyor, daha okumuş nesil geliyor. Dünyada ki turizm ülkelerine göre Türkiye daha kaliteli ve ucuz hizmet veriyor. Bu nedenle yabancılar artık Türkiye'yi daha çok tercih ediyorlar. Eskiden daha yaşlı emekli olmuş insanlar gelirdi şimdi ise daha genç ve çalışan kesim gelmeye başladı. Fark da biraz oradan, yaş olarak ortalama düştü yani.” (K2)

“Turizmci değilim ama gözlemlerime göre sorunuza cevap vereyim. Önceleri Avrupa ülkelerinden çok turist gelirdi. Çünkü Türkiye'den Avrupa'ya giden işçiler sayesinde Türkiye'yi daha yakından tanıdılar. Ama günümüze baktığımız zaman Ortadoğu ülkelerinden çok fazla turist geliyor. Rusya'dan çok gelen oluyor.” (K6)

“Eskiden Alman gelirdi. Avusturya'dan gelirdi. Çok fazla ülkeden turist gelmezdi. Ama günümüzde her ülkeden insan geliyor artık. Benim çalıştığım yerde aynı anda 35-40 ayrı milletten insan olurdu. Gabon diye bir ülke biliyor musunuz? Mesela ben bakardım milletler listesine Gabon'dan turist var.” (K7)

“Eskiden Antalya'ya Almanya'dan Hollanda'dan genelde turistler gelirdi. Yani turist gelen ülke sayısı sınırlıydı. Ama günümüzde tüm Avrupa'dan Rusya'dan Uzak Doğu'dan birçok turist geliyor. Ayrıca genç nesil çok geliyor. Ama eskisi kadar bonkör ya da para harcamayı seven turistler gelmiyor.” (9)

“Eskiden Almanya'dan Belçika'dan Hollanda'dan çok turist gelirdi. Şu anda dünyanın dört bir tarafından turist geliyor. Özellikle Rusya, Hindistan, Tayvan, İran'dan çok turist geliyor.” (K12)

“Bir kere millet olarak gelen turist profili çok değişti. Önceden sadece Avrupa'nın belli başlı ülkelerden turist gelirdi. Mesela en çok Almanya'dan gelirdi. Şu anda en çok Rusya'dan turist geliyor, ikinci sırada İran geliyor. Gelen turistin yaş ortalaması da düştü. Artık daha genç turistlerde geliyor. Bir de insanlar sadece eğlenmek için değil iyileşmek

için de Antalya'yı tercih ediyorlar. Sağlık turizminde dünyanın önde gelen şehirlerinden biri Antalya.” (K13)

Günümüzde daha genç nüfusun geldiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Eskiden bize Almanya'dan aşırı turist gelirdi şu anda Rusya daha çok ağırlıkta, Çin ağırlıklı yine Almanya'dan gelenler var. Mesela İtalyanlar doğru dürüst gelmezdi ama şu anda oradan da geliyorlar, Yunanistan'da hiç alamazdık şu anda onlardan da gelen turistler var. Artık genç nesil geliyor, daha okumuş nesil geliyor. Dünyada ki turizm ülkelerine göre Türkiye daha kaliteli ve ucuz hizmet veriyor. Bu nedenle yabancılar artık Türkiye'yi daha çok tercih ediyorlar. Eskiden daha yaşlı emekli olmuş insanlar gelirdi şimdi ise daha genç ve çalışan kesim gelmeye başladı. Fark da biraz oradan yaş olarak ortalama düştü yani.” (K2)

“Eskiden Antalya'ya daha yaşlı kesim turist olarak gelirdi, birde belli başlı ülkelere gelirdi. Şimdi ise gençlerden de gelenler çok fazla. Ama eskisi gibi para harcayan turist çok gelmiyor. Gelenleri de biz görmüyoruz.” (K4)

“Bu konuda bir uzman kadar bir bilgiye vakıf değilim ama şu kadarını söyleyebilirim. Eskiden Antalya'ya daha yaşlı turistler gelirken şu anda daha genç turistler geliyor. Yani gelen turistleri yaş ortalaması düştü.” (K15)

“Geçmişte sanki daha orta yaşlı ya da yaşlı kesim geliyordu. Günümüzde ise daha genç kesimde çok gelmeye başladı.” (K17)

Günümüzde gelir seviyesi daha düşük olan orta tabakanın artık daha çok ülkemizi tercih ettiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan beyanları aşağıda yer almaktadır.

“Her şey dahil paket turlar nedeniyle artık elit kesim dediğimiz turistler gelmiyor artık. Çünkü paket turlar nedeniyle orta kesim kişilerde geliyor artık, elit kesimde orta kesimin geldiği yerleri tercih etmek istemiyorlar. Elit kesim dediğimiz bu turistler turlarla değil bireysel olarak gezerler. Kendi istedikleri yerlere giderler, istediklerini yer içerler, istediklerini alırlar. Bu kesim turistler ekonomik olarak iyi durumda oldukları için para harcamayı severler. Hal böyle olunca esnafta para kazanır. Ama artık bu kesimden turistler çok gelmiyor, onlar şimdilerde İspanya, Yunanistan gibi her şey dahil turizm uygulamasının yasak olduğu bireysel turizm dediğimiz sistemi uygulayan ülkelere gidiyorlar. Şu anda Türkiye'ye gelen turist sayısı milyonlarla ifade ediliyor ama bize faydası yok. İnanın eskiden çok daha iyi kazanıyorduk. Şu anda çoğu arkadaşım kepenk

kapattı. İş yapamaz hale geldik. Acil olarak bizde İspanya, Yunanistan gibi her şey dahil paket turlardan vazgeçmemiz lazım. Her şey dahil paket turlar ve doların bizde yüksek olmasından dolayı artık çok parası olmayan 200-300 doları denkleştiren herkes bir şekilde burada tatil yapabilmekte. Önceden emekli olmuş daha yaşlı kesim gelirken şu anda çalışan ve daha genç ve gelir düzeyi çok da yüksek olmayan kesimden insanlar geliyor. Bu insanlarda turlara verdikleri para dışında para harcamak istemiyorlar çünkü genelde harcayacak paraları da olmuyor.” (K3)

“Önceki yıllara göre gelen turistlerin yaş ortalaması oldukça düştü. Doların ve Euronun artmasıyla birlikte kur farkı nedeniyle yurtdışında düşük gelirli (biz buna orta halli diyelim) kişiler bile ülkemizde yüksek standartta tatil yapıyorlar. Buda turizmde biraz kaliteyi düşürüyor. Eskiden gelir düzeyi yüksek gezmeyi, eğlenmeyi bilen turistler gelirdi. Evet turist sayısında müthiş bir artış var ama turistin kalitesinde de aynı şekilde bir düşüş söz konusu. Birde dönem dönem bu farklılıklar olur. Antalya’ya kasım ayında gelen turist zengin ve kalitelidir, nisan, mayıs gibi gelen turist ucuz tatil yapmak için ucuz yer arayan kriteri sadece para olan turisttir. Kasım ayında gelen turistin kriteri ise kalitedir.” (K8)

Yerli turist sayısında artış yaşandığı konusunda K1’in doğrudan görüşü aşağıda yer almaktadır.

“Eskiden belli başlı ülkelerden turist gelirken artık dünyanın birçok yerinden insanlar burayı tercih ediyorlar. Ayrıca eskiden çok fazla yerli turist gelmezdi. Çünkü Türkiye’de turizm olgusu tam yerleşmemişti insanlarda. Ama şimdi öyle değil. Şimdi bizim insanımızda turizm konusunda çok istekli ve talepkar. Yabancı turistler kadar yerli turiste geliyor artık.” (K1)

Ultra zengin turist sayısında artış yaşandığı konusunda K11’in doğrudan görüşü aşağıda yer almaktadır.

“Geçmiş dönemlerde Antalya’ya emekli olmuş biraz yaşlı ekonomik durumu fena sayılmayan turistler gelirdi. Günümüzde ise artık daha genç insanlarda Antalya’yı tercih ediyorlar. Ayrıca size şöyle söyleyeyim artık dünyanın ultra zengin insanları da tatil için, düğün için, kutlama için, verecekleri partiler için Antalya’yı tercih ediyorlar ve inanılmaz döviz bırakıyorlar. Bu tarz kişiler milyon dolarlar harcıyorlar. Yani eskiden emekli ve yaşlı turistler gelirken günümüzde ise her bütçeden insan artık geliyor. Paket turlar sayesinde düşük gelirli bir turiste geliyor, ultra zengin turiste geliyor. Turist portföyü çok genişledi.” (K11)

4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların turizmin insanların yaşam tarzı üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?)

4.4.1. Katılımcıların turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri

Tablo 4.9. Katılımcıların turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkileri hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Günlük hayata yön veriyor	K4, K5, K6, K7, K10, K11, K12, K13, K14, K16, K17	11
Günlük hayattaki iş sektörünü ve ekonomiyi fazlasıyla etkiliyor	K2, K3, K8, K9,	4
Çok yoğun çalışma saatlerinden dolayı sosyal yaşamı olumsuz etkiliyor	K1, K15,	2

Tablo 4.9. incelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkileri nasıldır?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. İlk sırada katılımcıların turizmin günlük hayata yön verdiği konusunda görüş bildirdiği görülmektedir. İkinci sırada katılımcıların turizmin günlük hayattaki iş sektörünü ve ekonomiyi etkilediği yönünde fikir beyan ettiği görülmektedir. Üçüncü sırada ise katılımcıların yoğun çalışma saatlerinin sosyal ve günlük yaşamı olumsuz yönde etkilediği şeklinde görüş bildirdiği görülmektedir.

Turizmin günlük hayata yön verdiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“İllaki etkisi vardır. Artık biraz Türk gibi biraz turistler gibi yaşamaya başladık hayatı. Antalya bir turizm şehri, ister istemez turizm günlük hayatımızı etkiliyor. Hatta hayatımızı ona göre planlıyoruz.” (K4)

“Şehirde yaşayan herkes için olmasa da turizm sektöründe çalışan insanların günlük yaşantılarının belki de tamamına yakını turizm ve turistle geçiyor. Şöyle diyebiliriz “Turizmle yatıp, turizmle kalkıyorlar.” (K5)

“Turizmde çalışan insanlar için düşünürsek yaşamlarını işlerine göre ayarlamak zorundalar. Günlük yaşamlarında da turizmle iç içeler. Dışarda kalan insanlar ise bir şekilde dolaylı olarak illaki etkilenir.” (K6)

“Antalya’daki insanların çoğu turizmle iç içe olduğu için günlük yaşantısı da ister istemez turizme göre şekilleniyor.” (K14)

“Turizm sektöründe uğraşanların günlük hayatlarındaki planlarında, işlerinde etkilidir. Ama bu sektörde çalışmayanların üzerinde çok da etkili olduğunu düşünmüyorum.” (K16)

Turizmin günlük hayattaki iş sektörünü ve ekonomiyi fazlasıyla etkilediği yönünde görüş bildiren bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Antalya’da her iş kolu bir şekilde turizmle bağlantılıdır. Turizm olmadığı zaman birçok iş sahası sıkıntıya düşer. Bunun en iyi örneğini pandemi döneminde turizm faaliyetleri yasaklandığı zaman gördük. İş yerini kapatan çok insan oldu.” (K3)

“Antalya turizm demek. Onun içinde günlük yaşantımızda tabi ki etkili. İnsanlar burada geçimlerini %90 turizmden sağlıyor. En basiti tarım yapacaklar bile otellerin mutfaklarında en çok tercih edilen ürünleri yetiştiriyorlar artık. Neden çünkü çiftçi pazar aramak istemiyor, hazır pazar var onu değerlendiriyor. Teyzeler bile gözleme yapıp turistlere satmaya çalışıyor.” (K9)

“Turizm sayesinde gelir ve refah seviyesi artan insanlar oluşturdukları belli kriterlerin altına inmemek için günlük hayatlarını da turizme göre yönlendirmekteler. Yazın turizm yoğunluğundan dolayı uzun ve fazla mesai harcanırken bu durum kışın sakinleşip rutin bir hal alıyor.” (K2)

Turizm sektöründe çok yoğun çalışma saatlerinden dolayı günlük sosyal yaşamı olumsuz etkilediğini beyan eden iki katılımcının doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Turizm sektörü yirmi dört saat aktif olan bir sektör. Yedi gün yirmi dört saat hizmet vermek zorunda. Bunun içinde turizmde vardiya sistemi vardır. Sabahçı, gececi, ya da tüm gün çalışma vardır. Hal böyle olunca eşler birbirlerini ya da anne babalar çocuklarını, çocuklar anne babalarını eş, dost akraba birbirlerini çok göremezler. Tabi bu aile içi iletişimsizlik gibi sorunlara neden olabilmekte. Bizde dini bayramlar da tüm aile bir arada

olmalıdır. Bu bizim adetimizdir. Ama maalesef bayramlarda turizm çok yoğun olduğu için bu sektörde çalışan insanlar aileleriyle çok vakit geçiremiyorlar.” (K1)

“Otellerde programlarım oluyor ve çok geç saatlere kadar sürüyor, otellerde çalışan birçok insan var ve oteller 7/24 hizmet veren bir işletme. Gecesi gündüzü yok. Orada çalışan insanlar bana göre hayatlarından ciddi manada ödün veriyor. Örneğin gece çalışanların eşleri, çocukları için gerçekten zor bir durum. Hele ki evli ve çocuklu bir bayan için çok daha zor. Aile ile kaliteli vakit geçirmek imkansız gibi bir şey oluyor.”

(K15)

4.4.2. Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri

Tablo 4.10. Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisi hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Dolaylı olarak etkisi var	K5, K6, K10, K17	4
Turizm sayesinde kendimi geliştirdim	K3, K12, K14, K16	4
Çalışma koşullarından dolayı çevreme ve kendime çok vakit ayıramıyorum	K1, K4, K13	3
Yaşam tarzı olarak etkisi var	K7, K8, K11	
Ekonomik olarak etkisi var	K9, K15	2
Turizm hayatıma renk katıyor	K2	1

Tablo 4.10. incelendiğinde katılımcıların “Kendi yaşantınızda turizmin etkileri var mıdır?” sorusuna verdikleri cevaplar altı kategoride toplanmıştır. Birinci sırada katılımcıların hayatlarına turizmin doğrudan değil de dolaylı olarak etkili olduğu görüşü yer almaktadır. İkinci sırada katılımcılar turizm sayesinde kendilerini geliştirdikleri, üçüncü sırada katılımcılar turizm sektöründeki çalışma şartlarından dolayı çevresine ve kendilerine vakit ayıramadığı ve turizmden yaşam tarzı olarak etkilendiği, dördüncü sırada

ekonomik olarak turizmin kendilerini etkilediği ve beşinci sırada ise bir katılımcı turizmin hayatına renk kattığı şeklinde görüş bildirdiği görülmektedir.

Turizmin hayatlarına doğrudan değil de dolaylı olarak etkisi olduğunu söyleyen bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Azda olsa vardır tabi. Yani bizler turizm sektöründe çalışmadığımız için direkt olarak bizi etkileyen bir durum söz konusu değil ama dolaylı olarak illaki etkileniyoruzdur.” (K5)

“Bariz benim hayatımda etkileri vardır diyemem. Ben turizmden dolaylı olarak etkilenen grup içerisine giriyorum. Mesela ailede rehberlik yapan var. Onun sayesinde ya da mağazaya gelen turistler sayesinde hayata ve insanlara dair çok şey öğreniyoruz.” (K10)

“Her ne kadar bu sektörün içinde olmasam da Antalya’da yaşadığım için illaki benim yaşamımda da turizmin etkilerini görmek mümkün. En basitinden turizmin en çok yoğun olduğu zamanlarda benim de işlerim açılıyor.” (K15)

Turizm sayesinde kendilerini geliştirdiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Tabi var. Turistler sayesinde Almanca ve İngilizce öğrendim.” (K3)

“Dediğim gibi ben paramı turistlere sattığım taşlardan kazanıyorum. Onun için bizim hayatımız turizm. Her gün turizm ve turistlerle iç içeyiz. Mesleğimi turizm sayesinde geliştirdim hala da geliştiriyorum.” (K16)

Turizm sektöründeki çalışma saatlerinden dolayı kendisine ve çevresine zaman ayıramadığını söyleyen bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“İşimiz turizm olunca her günümüz turizmle geçiyor. Çalışma koşulları biraz ağır. İş yükü ve çalışma saatleri fazla. Bu sebeple kendime ve çevreme çok vakit ayıramıyorum. İş hayatım sosyal hayatım haline gelmiş durumda.” (K4)

“Bazen öyle yoğunluk oluyor ki haftalarca eve gidemiyorum. Eşim de çalışıyor. Çocuklar hem anne hem de babaya biraz hasret büyüdüler. Tabi bu da bizim işimizin en kötü yanı. Ailenle vakit geçiremediğin kendinden ve aileden ödün verdiğim çok zamanlarım oldu. Böyle gecesi gündüzü belli olmayan 24 saat faal olan sektörlerde sabırlı ve anlayışlı ailen olması insanın en büyük şans bence.” (K13)

Turizmin kendilerini yaşam tarzı olarak etkilediğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Evde kullandığım tabak, kaşık, bıçağa kadar her şeyimizi etkilemiştir. Örneğin ben salonda bir boş bardak göreyim hemen onu götürürüm yani işim gereği alışkanlık.” (K7)

“Yani bir şekilde insan mutlaka etkileniyor. Mesela turiste gördüğüm bir obje ya da nesne çok hoşuma gittiyse onu araştırmaya başlıyorum ve alabilecek imkanım varsa da alıyorum. Genellikle bu elbise ve takı oluyor.” (K11)

Turizmin hayatlarını ekonomik olarak etkilediğini söyleyen iki katılımcının doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

“Apart otellerim olduğu için turizmden de gelirim var. Yani benim de ekmek kapım. Ekonomik olarak etkisi olduğu muhakkak.” (K9)

“Her ne kadar bu sektörün içinde olmasam da Antalya’da yaşadığım için illaki benim yaşamımda da turizmin etkilerini görmek mümkün. En basitinden turizmin en çok yoğun olduğu zamanlarda benim de işlerim açılıyor.” (K15)

Turizmin hayatına renk kattığını beyan eden bir katılımcının doğrudan görüşü aşağıda yer almaktadır.

“Benim yaşamım da var evet. Renkli oluyor çevrem de renkli insanlar oluyor değişik kültürde insanlarla tanışıyorsunuz, değişik şekilde gülümsemeleri görüyoruz. Bizi geçmişte barbar diye bilinirken bizi de öğrenmiş oluyorlar. Demek ki bu insanlar uyumlu insanlar misafirperver diye öğreniyorlar. Bizi barbar zannedip sürekli savaş yaptığımızı zannedenler iç yüzümüzü öğrenmiş oluyorlar, mecburiyetten savaştığımız.” (K2)

4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların turizm ile ilişkili yaşantıları nasıldır?)

4.5.1. Katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anıları

Tablo 4.11. Katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anıları hakkında anlattıkları

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Turizm ya da turistle ilgili bir anım var	K1, K2, K3, K4, K7, K9, K12, K13, K16	9
Turizm ya da turistle ilgili anlatacak bir anım yok	K6, K8, K10, K11, K15, K17	6
Hatırlamıyorum	K5, K14	2

Tablo 4.11. incelendiğinde katılımcıların “Turizm ya da turistle ilgili bir anınız var mı?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun turizm ya da turistle ilgili bir anısı olduğu, ikinci sırada ise katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anlatacak bir anısının olmadığı görülmektedir. İki katılımcı ise hatırlamadığını beyan ettiği görülmektedir.

Turizm ya da turistle ilgili bazı katılımcıların anıları aşağıda yer almaktadır.

“2018 yaz sezonunda burada çok zengin Hintli bir ailenin düğünü oldu. O düğüne şahit oldum. İnanın ben ömrümde böyle bir gösteriş görmedim. Kadınların üzerindeki takılar inanın bana mücevher satan hiçbir mağazada bulamazsınız. Erikten daha büyük zümrütler yakutlar vardı. O düğünde harcanan parayla abartmıyorum küçük bir şehir baştan kurulur bütün ihtiyaçları da eksiksiz karşılanırdı.” (K1)

“Hanutçuluğu duymuşsunuzdur. Hanutçuluk özellikle turist kabilelerini alışveriş etmeleri için belirli dükkânlara götürme işinden yüzde alma işidir. Benim Bulgaristan göçmeni bir garsonum vardı ısrarla ben bırakacağım bu işi derdi. Hanutçuluk yapmalıyım onlar benden çok kazanıyorlar ben kazanmıyorum derdi. Bende hiç böyle hanutçuluk falan yapmış bir insan değilim bu çocuğu işte tutmak için oğlum bak ben sana izin gününü ayarlarım o gün gider hanutçuluk yaparsın derdim. O zamanlar Rus turistler yeni gelmeye başlamıştı. Dedim ki sen bir gün önceden söyle ben izin gününü ayalarım sende böylece farkını kapatırsın daha fazla para kazanırsın. Bir gün misafirler gelecek deri vs. alacaklar

izinleri ayarladım kendimde ayarladım. Sabah 8:00 de buluşup turist kafilesini alışverişe götüreceğiz. Saat 9:00 oldu adam yok sonra geldi adam sarhoştı. Benim arabam yolda kaldı herif sarhoş. O zamanlar Ruslar kredi kartı kullanmıyordu nakit kullanıyorlardı. Tomarla dolarla gelirlerdi. Adam sarhoş olduğu için satış yapamadık. Düşünsene biz o gün 50.000 dolarlık satış yaptırsak 12-13 bin doları cebimize koyabilirdik.” (K7)

“Yani şöyle anlatayım. Vaktinde Hollandalı bir turistle birbirimize aşık olduk evlenmek istedik ama benim ailem bu durumu kabul etmedi. Evlenmemem için çok baskı yaptılar. Gençtim, toydum karşı duramadım. Ayrıldık. Şimdiki aklım olsa evlenirdim.” (K12)

4.5.2. Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ve katıldığı etkinlikler

Tablo 4.12. Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ya da katıldığı etkinlikler hakkındaki görüşleri

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Turizmle ilgili bir etkinliğe katılmadım	K2, K3, K4, K5, K6, K9, K10, K14, K15, K16, K17	11
Turizmle ilgili bir etkinliğe katıldım	K1, K7, K8, K11, K12, K13	6

Tablo 4.12. incelendiğinde katılımcıların “Turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiğiniz ya da katıldığınız bir etkinlik oldu mu?” sorusuna verdikleri cevaplar 2 kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğunun turizmle ilgili bir etkinliğe katılmadığı görülmektedir.

Turizmle ilgili yapılan etkinliklere katılan bazı katılımcıların doğrudan beyanları aşağıda yer almaktadır.

“Bizim her sene rutin eğitimlerimiz olur ISO gibi, zaten planlamak durumundasınız. Hem otel hem otel dışı ya da ya da üç dört tane otelin yapmış olduğu eğitimler ya da senin ayrı aldığın eğitimler var. Teferruatlı bir eğitim içindeydik.” (K7)

“Tabi işimiz turizm. Bu sebeple sektörle ilgili her türlü etkinliklere katılıyoruz. En son 26 Ekim 2020’de Antalya Turizm Fuarı’na katıldım. 25 ülkeden katılımcı vardı. Fuarın

ana başlığı “Nasıl Turizmleşiyoruz” diğer konular ise “Turizm ve Mimarlık, Turizm ve Sanat, Turizm ve İş, Turizm ve Gastronomi” ele alınıp görüşüldü.” (K13)

“İşimiz gereği tabi turizmle ilgili etkinliklere çok katılıyoruz ya da biz organize ediyoruz. Genellikle bir önceki senenin turizm raporlarına göre bu sene turizmde neler yapılmalı ya da yapılmamalı, turistlerin ağırlıklı tercihleri neler onlar konuşulur.” (K12)

Turizmle ilgili yapılan etkinliklere katılmayan bazı katılımcıların doğrudan beyanları aşağıda yer almaktadır.

“Hayır katılmadım. Biz küçük esnafız, bizi o tarz etkinliklere çağırılmazlar, çağırırsalar da bize bir faydası olmaz. O tarz etkinlikler genelde tur acentelerinin gelişimi üzerine olur. Yani onları geliştirmeye yönelik olur. Ben böyle düşünüyorum.” (K4)

“Hayır katılmadım. Fakat yaptığım taş oymacılığı ile kendi ülkemi tanıtıyorum tarihi eserlerin benzerlerini yapıyorum. Benim kadar belki bir milletvekili bile katkı yapmamıştır Türkiye'nin tanıtımı hakkında. Satış için koyduğum taşı sattığım zaman hem ülkemi tanıtmış hem de para kazanmış oluyorum onu alan kişinin ülkesinde bizim reklamımız oluyor.” (K16)

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde öncelikle, araştırma konusu bağlamında incelenen literatür değerlendirilmiştir. Ardından araştırma yöntemi olarak kullanılan, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular tartışılmıştır. Son olarak ise önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Katılımcıların turizm algılarına ilişkin bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlara göre beş farklı tanımlama kategorisi elde edilmiştir: (1) Döviz kaynağı, (2) tatil amacıyla bir yerden başka bir yere yapılan seyahat, (3) ülkenin tanıtımına yönelik reklam aracı olması, (4) geçim sağlamak için yapılan meslek ve (5) yaşam tarzı.

Katılımcıların geçmişten günümüze Antalya’da turizmin gelişimine ilişkin görüşleri incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Geçmişten günümüze kadar turizmde büyük gelişmeler oldu, (2) turizmde istenilen düzeyde gelişme yaşanmadı, (3) turizmde çeşitlilik arttı, (4) geçmişte 6 ay yapılan turizm son yıllarda 12 ay yapılıyor ve (5) daha önce Antalya merkezde yapılan turizm taşrada da yapılmaya başlandı. Ortaya çıkan bu sonuç Güneş (2014)’in Antalya’da yerel halkın turizm algısı ve turizme katılımı konusunda hazırladığı yüksek lisans tezinde ulaşılan sonuçlar ile örtüşmektedir.

Katılımcıların geçmişte ve günümüzde turiste yönelik bakış açısındaki değişime ilişkin görüşleri incelendiğinde yedi farklı tanımlama kategorisi belirlenmiştir: (1) Hızlı ve pozitif yönde gelişmeler yaşandı, (2) turizm geçmişte amatör bir şekilde yapılıyordu günümüzde daha bilinçli yapılıyor, (3) geçmişte bireysel olarak yapılan turizm son yıllarda paket turizm olarak turlar vasıtasıyla yapılmaya başlandı, (4) geçmişte Antalya’da turizmde konaklama hizmeti sınırlıydı, sadece merkezde vardı, artık taşrada da konaklama hizmeti sunuluyor, (5) turizmde çeşitlilik arttı, (6) gelen turist sayısında çok artış var ve (7) turizmde modernleşme söz konusu.

Katılımcıların geçmişte turizme ve turiste bakış açısıyla günümüzdeki bakış açısı arasındaki değişim incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Turizm ve turist ekonomik gelir kaynağıdır, (2) turizm ve turist konusunda şimdi daha dikkatliyiz, (3) turizm ve turist farklı bir kültür, farklı bir dünya, (4) turizm karşılıklı saygı çerçevesinde olmalı ve (5) Turizm ve turistler Türkiye’nin dünyadaki sesi. Bu sonuç Güneş

ve Alagöz (2018)'ün Erzincan'da yerel halkın turizm algısı üzerine yaptığı araştırmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların turizm nedeniyle Antalya'da meydana gelen değişimlere ilişkin görüşleri incelendiğinde sekiz farklı tanımlama kategorisine ulaşılmıştır: (1) Turizm ve turistler Türkiye'nin dünyadaki sesi, (2) göç ve nüfus arttı, (3) yeşil alan ve ormanlar azaldı, (4) tabiatı bozuldu, (5) çarpık kentleşme arttı, (6) turizm için alternatif yerler yapıldı, (7) turizm sayesinde işsizlik ortadan kalktı ve (8) şehrin karakteri kalmadı.

Katılımcıların turizmin Antalya kent silüeti ve mimarisine yansımalarına ilişkin görüşleri incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Şehir mimari olarak gelişip güzelleşti, (2) şehrin eski güzelliği, karakteri kalmadı ve (3) çarpık kentleşme oluştu.

Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisi tespit edilmiştir: (1) olumlu yönde etkisi olduğunu düşünüyorum, (2) olumsuz yönde etkisi olduğunu düşünüyorum ve (3) hem olumlu hem de olumsuz etkisi olduğunu düşünüyorum. Elde edilen bu sonuç Kodaş, Öztürk ve Deniz (2021)'in Mardin'de turizmin etkilerine ilişkin yerel halkın görüşlerini inceledikleri çalışmadan elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların geçmişten bu yana Antalya'ya gelen turist profilinde ortaya çıkan değişimlere ilişkin görüşleri incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Daha fazla ülkeden turist geliyor, (2) daha genç nüfus geliyor, (3) yabancı turist kadar yerli turist de geliyor, (4) yabancı turistlerde orta tabaka kesimden gelen turist daha fazla, (5) ultra zengin turistler geliyor.

Katılımcıların turizmin Antalya'da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisine ulaşılmıştır: (1) Çok yoğun çalışma saatlerinden dolayı sosyal yaşamı olumsuz etkiliyor, (2) günlük hayata yön veriyor ve (3) günlük hayattaki iş sektörünü ve ekonomiyi fazlasıyla etkiliyor.

Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri incelendiğinde altı farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Çalışma koşullarından dolayı çevreme ve kendime çok vakit ayıramıyorum, (2) turizm hayatıma renk katıyor, (3) ekonomik olarak etkisi var, (4) dolaylı olarak etkisi var, (5) turizm sayesinde kendimi geliştirdim ve (6) yaşam tarzı olarak etkisi var.

Katılımcıların turizm ya da turiste ilişkin anıları incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisine ulaşılmıştır: (1) Turizm ya da turistle ilgili bir anım var, (2) turizm ya da turistle ilgili anlatacak bir anım yok ve (3) hatırlamıyorum.

Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ve katıldığı etkinliklere ilişkin iki farklı tanımlama kategorisi elde edilmiştir: (1) Turizmle ilgili bir etkinliğe katıldım ve (2) turizmle ilgili bir etkinliğe katılmadım.

Ülkemizde turizmin başkenti olarak bilinen Antalya’da 1950 yılından itibaren turizmde yavaş da olsa birtakım gelişmeler yaşanmaya başlamış, 1980 yılında biraz daha hız kazanmış 2000 yılından sonra ise turizm konusunda Antalya büyük bir atağa geçmiştir. Turizm alanında alınan teşviklerle birlikte yatak kapasitesi fazla dünya standartlarında olan konaklama tesislerinin sayısında buna bağlı olarak da gelen turist sayısında artış yaşanmıştır. Turizm alanında yaşanan tüm bu gelişmeler bir turizm destinasyonu olan Antalya’yı kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel alanda etkilemiştir.

Araştırmanın bulgular kısmında elde edilen verilere göre turizmin, Antalya’nın nüfus yapısı, sosyo-kültürel yapısı, ekonomik yapısı, mimari yapılanması ve kentin genel görünüşü üzerinde etkilerinin olduğu görülmektedir. Yapılan görüşmelerde Antalya’nın sürekli göç alan bir yerleşim yeri olduğundan bahsedilmiştir. Nüfusun artmasındaki en önemli etken kentteki turizm faaliyetidir. Antalya’ya sonradan yerleşen yerli ve yabancı insanlar, şehrin karmaşık bir demografik yapısının olduğunu göstermektedir. Bu durum Antalya’yı kültürel açıdan çok etkilemiştir.

Turizmle birlikte Antalya’ya birbirinden farklı kültürel özelliklere sahip insanların gelmesiyle birlikte doğrudan ya da dolaylı olarak kültürel bir etkileşimden söz etmek mümkündür. Bu kültürel değişimi konuşulan dil, örf-adet, gelenek-görenek, insan ilişkileri, sosyal yaşantılar, aile yapısı ve evlilikler gibi kültürel özellikler üzerinde görmek mümkündür. Dışarıdan sürekli göç almasıyla ve gelen turistler nedeniyle karşılaşılan yeni farklı kültürler yerel kültür üzerinde baskın hale gelmekte ve neticesinde kültür yozlaşmasına neden olmaktadır. Turistler ve dışarıdan gelip yerleşenler ile yerli halk arasında yaşanan bu etkileşim eskiden beri varlığını sürdüren yöresel kültürel özelliklerin zamanla değişmesine, hatta tamamen yok olmasına neden olmaktadır. Bu sonuç Baykan (2007), Doğan ve Üngüren (2010) turizmin yerli halkın geleneksel kültüründe deformasyona neden olduğuna ilişkin bulgularıyla örtüşmektedir.

Gelişen turizmle birlikte sürekli göç alan Antalya’da alt yapı ve üst yapının yetersiz kalmasından doğan sorunlar yaşanabilmektedir. Alt yapı ve üst yapının yetersiz kalması hizmet aksamalarına, görüntü ve çevre kirliliğine neden olmakta bu durum turistte tatminsizliğe neden olmaktadır. Bu sonuç Baykan (2007) turizm gelişiminin olduğu bölgede planlı bir alt yapı gelişimi sağlanamazsa hem çevresel değerlerin tahribine neden olmakta hem de turist tatminsizliğine yol açtığına ilişkin bulgularıyla örtüşmektedir.

Antalya’da turizm başlamadan önce eski zamanlardan beri varlığını koruyan, doğal görünümüne sahip deniz, plajlar, bahçeler, ormanlık alanlar ve yaylalar turizmin başlamasından sonra eski doğal yapısını kaybetmeye başlamışlardır. Antalya’da eskiden avlulu yani bir bakıma bahçeli olan genelde 2 katlı evler yapıldı. Şehrin içinde portakal ve yeni dünya meyvesi bahçeleri çok fazlaca yer tutardı. Ormanlık alanlar çok fazlaydı. Plajlar temiz ve halka açıktı. Yaylalarda oba dediğimiz tek gözlü evler vardı. Turizmin gelişmesiyle birlikte avlulu evler yıkılıp yerine çok katlı binalar inşa edilmeye, yaylara yayla kültürüne hiç uymayan betonarme evler yapılmaya başlandı. Şehrin mimari yapısına, karakteristik özelliklerine ve genel görünümüne uymayan çarpık bir kentleşmeden söz etmek mümkündür. Günümüze kadar gelebilmiş geleneksel Antalya evlerinin de orijinaline uygun bir şekilde restore edilmediği için ya da yanına inşa edilen yapıların bu tarihi dokuya uygun olmadığı için bu tarihi değerler yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Demirkaya’nın (2012) Antalya’da kültürel miras üzerine ilişkin yaptığı çalışmada elde edilen geleneksel Antalya evlerinin orijinaline uygun restore edilmediği bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Halka açık olan plajlar ise oteller tarafından parsellenerek sadece otel müşterilerine tahsis edilmekte halk kendisi için ayrılan birkaç küçük alan dışında denize girememektedir. Ormanlık alanlar imara açılarak buralara çok büyük oteller yapılmakta doğa tahrip edilmekte, ormanlık alanlar her geçen gün azalmaktadır. Betonlaşma ve çarpık kentleşme sonucunda Antalya kendine has dokusunu kaybetmekte, kentin doğal güzelliği ortadan kaybolmak üzeredir. Hal böyle olunca kendi ülkesindeki beton yığınlarından kaçan turistlerin Antalya’yı tatil ve dinlenme yeri olarak seçeceği konusunda ciddi kaygılar oluşmaktadır.

Hızlı kentleşmenin sonucunda şehir içindeki yeşil alanlar ve bahçeler zamanla yok olmuşlardır. Deniz ise kentin lağım atıkları ve insanların attıkları plastik vb. çöpler nedeniyle kirlenmekte bu durum temiz deniz algısını ve denizlerdeki ekolojik dengeyi olumsuz yönde etkilemektedir.

Artan nüfus ile birlikte kullanılan motorlu araç sayısında da aynı oranda artış yaşanmaktadır. Artan araç sayısı ile birlikte havaya çok fazla egzoz dumanı salınmakta bu da hava kirliliğine, yine araçlardan çıkan sesler ise gürültü kirliliğine neden olmaktadır.

Verimli tarım arazisi ve elverişli iklimi nedeniyle tarım kenti olan Antalya 2000’li yıllardan sonra artan turizm faaliyetleriyle beraber turistik tesis yapımı ve hızlı kentleşme ile birlikte tarım alanlarını hızla kaybetmektedir. Bu durum tarımsal üretimi sekteye uğratmakta her geçen gün kaybedilen tarım arazileri ekili dikili alanların oranını azaltmaktadır. Bunun neticesinde gelecekte hızla artan nüfusla birlikte gıda sıkıntısı yaşanması kaçınılmaz hale gelmesi muhtemel olmaktadır. Devletin bu durumun önüne geçebilmek için hızlı ve acil bir şekilde tarım arazileri ile ilgili net ve bozulması zor kanunlar yapması gerekmektedir.

Alternatif turizm kaynaklarından biri olan yayla turizmin gelişmesiyle birlikte Antalya’nın yaylalarına olan ilgi artmış bunun neticesinde yayla kültürüne uygun olmayan iki üç katlı beton evler inşa edilmeye başlanmıştır. Sarı (2007) “Antalya’nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması” adlı doktora tezinde yöredeki tarımsal hayat tarzının karakteristik bir uygulaması olan yaylaya çıkma geleneğinin günümüzde yeni anlamlar yüklenerek sürdürüldüğünü, geleneksel yaylacılık faaliyetlerinin günümüzde fonksiyonel değişime uğrayarak insanların tatillerini geçirdiği sahalar niteliği kazanarak turizm sektöründe değerlendirilmeye başlandığını öne sürmüştür.

Antalya’da turizm sektöründen en büyük payı alan turizm işletmelerinin çoğunun genel merkezleri Antalya dışındadır. Bu durum Antalya belediyelerinin turizm yükünü çekmelerine rağmen turizm vergilerinden hakkı olan vergi payını alamamalarına neden olmaktadır. Bu da belediyelerin Antalya’ya yönelik gerekli yatırımları yapamamasına sebebiyet vermektedir. Belediyelerin artan nüfus ve turist sayısının getirmiş olduğu alt yapı ve üst yapı ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için bu vergi gelirlerine ihtiyacı vardır.

Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre alınan teşvikler sonucu artan yatak kapasitesine karşın pazarlama ve tanıtım politikasının yetersizliği sebebiyle yabancı ve güçlü tur operatörlerine bağımlılık artmaktadır. Bu da turizm gelirlerinin çoğunun yurt dışına gitmesine neden olmaktadır. Turizm pastasından en büyük payı yabancı şirketlerin alması gelen turist ile elde edilen gelir arasında ters bir orantı oluşturmaktadır. Ayrıca son yıllarda yaygınlaşan paket turizm yatak fiyatlarını aşağıya çekmekte kent merkezlerinin turlara dahil edilmemesi ise kent merkezlerindeki ticareti olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu durumdan en çok zarar gören ise küçük ve orta ölçekli esnaflar olmaktadır. Paket turların daha ekonomik ve ucuz olması nedeniyle düşük ve orta gelir grubundaki turistler daha çok tercih etmekte doğal olarak da gelen turistlerin para harcama kapasitesi düşük olmaktadır. Harcama yapmayan turistin ülke ekonomisine getirisi olamamaktadır. Gelir seviyesi orta ve düşük olan turistlerin turizm algısı genel olarak eğlenmek, yemek-içmek olduğundan geldiği yerin kültürünü ya da farklılıklarını göz ardı ederek itici davranabilmekte bunun neticesinde yerli halk ile turist arasında çatışma yaşanabilmektedir.

Son yıllarda ülkemizde yaşanan döviz kurundaki artış nedeniyle yurt dışındaki düşük gelir seviyesindeki kesim bile burada yüksek standartlarda tatil yapabilmekte bu da ülkemiz için ucuz turizm algısının yaygınlaşmasına neden olduğu gibi turizm kalitesini de düşürmektedir. Elit kesim dediğimiz yüksek gelirli turistler düşük gelirli turistlerin tercih ettiği yerleri tercih etmek istemedikleri için asıl döviz bırakacak turistik kesimi maalesef kaybetmekteyiz.

Antalya'nın tüm dünyada tanıtılması için yapılan faaliyetlerin çok da yeterli olmadığı görülmektedir. Dünyadaki birçok turizm merkezinin sadece birine sahip olduğu turizm alanlarının hemen hemen hepsine (deniz-kum-güneş, yat, sağlık, tarih, kültür, kış, golf, doğa, yayla, mağara, av, inanç turizmi vb.) sahip olan Antalya için reklam ve tanıtımın çok zayıf kaldığı görülmektedir. Bir malın reklamı ne kadar iyi yapılsa albeniliği ve popülaritesi o ölçüde arttığı bilinen bir gerçektir. Çetinel'in (2001) "günümüzde uluslararası turizm alanında yaşanan yoğun rekabet ortamında Türkiye'nin dış aktif turizmden beklediği verimi alabilmesi ve sahip olduğu büyük potansiyeli değerlendirerek ülkeye olan talebi artırabilmesi için öncelikle tanıtım ve imaj oluşturma konularına önem vermesi gerekmektedir" bulgusu bu durumu destekler niteliktedir.

Araştırmanın bulgular kısmından elde edilen verilere göre turizmin Antalya'nın ekonomik olarak gelişmesinde çok büyük etkisi vardır. Turizmden önce Antalya'da ekonomik faaliyet olarak tarım ön planda yer almaktayken gelişen turizmle birlikte turizm en önemli ekonomik faaliyet olarak ön plana çıkmıştır. Turizmin en önemli katkısı istihdam üzerinde olmuştur. Turizmle birlikte farklı iş kolları gelişmiş ve bu iş kollarında çalışacak insana ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Turizm ulaşım, inşaat, sağlık, yiyecek-içecek, konaklama vb. sektörleri olumlu yönde etkilemiş ve bölgedeki istihdamın artmasına neden olmuştur. Artan iş kolu ile birlikte gelir seviyesinde de yaşanan artışla birlikte refah oranı ve alım gücü oranı da artmış ve buna bağlı olarak ekonomi de canlanmıştır. Bu sonuç Türkün (2007) kentlerin kapsadığı potansiyel değerler turizm

sektörüne kaynak oluştururken diğer taraftan turizm sektörü de bulunduğu kente istihdam sağlamakta ve kentin ekonomik gücünü artırmaktadır yönündeki bulgusuyla örtüşmektedir. Gelen her ülkeye döviz girdisi sağlamaktadır ki bu da ülke ekonomisi için büyük önem arz etmektedir.

Gelişen turizm ve Antalya'ya artan talep doğrultusunda ulaşım büyük yatırımlar yapılmış hem kara yolu hem de hava yolu ile Antalya'ya ulaşım sağlanmıştır. Antalya'nın hava alanı Avrupa'nın sayılı büyük hava alanları arasında yer almaktadır. Kara yolu ile ülkenin diğer kesimleri ile bağlantı sağlanmış bu da iç turizmin canlanmasına neden olmuştur. Yatırım yapıp gelişmesi gereken diğer ulaşım yolları ise demir yolu ulaşımı ile deniz yolu ulaşımıdır. Özellikle bir liman şehri olan Antalya için deniz yolunda yaşanacak olumlu gelişmeler büyük önem arz etmektedir.

Yaşanan tüm bu gelişmeler hızlı kentleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu sonuç Türkün (2007) kentlerin kapsadığı potansiyel değerler turizm sektörüne kaynak oluştururken diğer taraftan turizm sektörü de bulunduğu kente istihdam sağlamakta ve kentin ekonomik gücünü artırmaktadır. Bu nedenlerle ekonomik, kültürel ve sosyal gelişime ek olarak nüfus artışına sebep olan turizm sektörü bulunduğu çevrenin kentleşmesinde çok önemli bir role sahip olduğu bulgusuyla örtüşmektedir. Işık ve Zoğal'ın "Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği" isimli çalışmalarından elde edilen kentin turistik merkez olarak tanınırlığının artması ile birlikte kentleşme hız ve biçiminin mutlak suretle değiştiği değerlendirmeye alınan tüm turizm kentleşmesi göstergelerine göre Antalya'nın tüm turistik şehir kavramına uyum sağladığı bulgusuyla da paralellik göstermektedir.

Turizm sayesinde Antalya'da yok olmaya yüz tutmuş bazı kültürel değerlerimiz yeniden canlandırılmaya ve yaşatılmaya başlanmıştır. Kültür turizmine meraklı turistler sayesinde dünyaca ünlü Ormana dokumaları, Döşemealtı halıları, Serik bıçakları gibi kültürel unsurlar hala yaşatılmaktadır.

İnsanlar turistlerle girdiği diyaloglar sayesinde zamanla yabancı dillerini geliştirme imkanları bularak kendilerini geliştirmişlerdir.

5.2. Öneriler

Bu çalışmada Antalya’da turizmin mimari, kültürel, ekonomik faaliyetler üzerindeki etkilerine yönelik tutumları ortaya koyabilmek için turizmin Antalya’da kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel anlamda etkilerinin genişliği araştırılmıştır. Araştırma konusu kapsamında incelenen literatürden ve yapılan görüşmelerden elde edilen veri ve bulgulardan hareketle birtakım önerilerde bulunulmuştur. Bunlar:

- Antalya’ya özgü yerel kültürel öğelerin korunması ve yaşatılması için bu yöreye özgü kültürel yapıyı canlı tutacak etkinlikler yapılmalı,
- Şehir içine Antalya’nın iklimine ve karakterine uygun bitkiler dikilmeli (turuç, zeytin, palmye, kermes meşesi vb.), yeşil alanlar oluşturulmalı,
- Turizmden elde edilen gelirlerin artırılması için reklam ve tanıtım faaliyetlerine gereken önem verilmeli, bu alandaki faaliyetler artırılmalı,
- Gelir seviyesi yüksek grupların turist olarak gelmesi için paket turizmi yerine bireysel turizme öncelik verilmeli,
- Tarifeli uçak seferleri artırılmalı, deniz yolu ulaşımı geliştirilmeli, Anadolu ile Antalya arasındaki hızlı tren yolu projesine hız verilip hayata geçirilmeli,
- Farklı hedef kitlelere yönelik çalışmalar yapılmalı, tanıtım ve reklam faaliyetlerine gereken önem verilmeli ve bu konu üzerinde uluslararası arenada yoğun olarak çalışılmalı,
- Alternatif turizm kaynakları etkin bir şekilde kullanılarak ön plana çıkarılmalı,
- Antalya’da bulunan tarihi binalar aslına uygun olarak restore edilmeli, bu binalar şahıs malı ise bu kişilere restorasyon için olanaklar sağlanmalı,
- Turizmde belediyelerin hak ettikleri payı alabilmesi için gerekli kanuni düzenlemeler yapılmalı,
- Tarihi ören yerlerin çevresine yapılan yapıların bu ören yerlerin dokusunu ve görüntüsünü bozmayacak şekilde yapılmasına dikkat edilmeli ve uygun olmayan yapılaşmaya kesinlikle izin verilmemeli,
- Doğal ve tarihi zenginlikler ciddi biçimde koruma altına alınmalı, talan edilmeleri ve tahrip olmaları önlenmeli,

- Kentleşme ve sanayileşme ekolojik dengeyi bozacak şekilde olmasına müsaade edilmemeli, denize ve tatlı sulara atık akıtılmasının önüne geçilmeli,
- Kıyılardaki çarpık yapılaşma ve betonlaşmanın önüne geçilmeli, uygun olmayan yapılar yıkılmalı,
- Kente ve bölgede kalmış tüm yeşil alanlar, tarım alanları, arkeolojik alanlar ve ormanlar yaptırımı daha kuvvetli delinmesi zor olan kanunlarla koruma altına alınmalı,
- Turizm firmalarının ve turizme yönelik ticaret yapan tüm işletmelerin rekabet kaygısı güderek haddi aşp turistleri rahatsız edici tutumlarının önüne geçmek için gerekli düzenlemeleri yapılmalı,
- Aynı şekilde gelen turistlere yöre hakkında daha önceden bilgilendirmeler yapılmalı ki turistlerin de bulundukları bölgedeki insanları rahatsız edici davranışların önüne geçilmeli,
- Yatırımcıları Antalya'ya çekebilmek için turizm teşvik programlarını ve pazarlama çalışmalarını geliştirilmeli,
- Antalya'daki düzensiz göç kontrol altında tutmak için yapılan göçleri belli bir düzene koyulmalı ve buna bağlı olarak demografik yapının bozulmasının önüne geçilmeli,
- Antalya'ya özgü mimari yapının ve görüntünün bozulmaması için çarpık ve düzensiz mimarilere izin verilmemeli ve yeni yapılacak mimari yapılara Antalya'ya özgü belirli kriterler getirilmeli,
- Antalya'nın endemik bitki türü bakımından zenginliğini için bu bitkilerin yaşam alanlarını korumak için daha fazla kısıtlama ve yasaklama getirilerek, yok olan bitki örtüsünü yeniden oluşturulup yeşil alan çalışmalarına hız kazandırılmalı ve doğal dengenin bozulmasını önleyecek çalışmalarda bulunulmalı.

Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için öneriler:

- Yerli ve yabancı turistlerle görüşme yapılabilir,
- Görüşme yapılacak kişi sayısı artırılabilir,

- Antalya'nın turizmdeki yerinin diğer ülkelerde nasıl olduğuyla ilgili yurt dışında şubesi olan tur şirketleri vasıtasıyla uluslararası anketler yapılabilir,

Antalya, kültürel, fiziki ve tarihi sahip olduğu tüm zenginlikleriyle Türkiye ve dünya turizminde önemli bir pazar payına sahiptir. Bu durumun kalıcı ve sürdürülebilir olması için turizm değerlerini yaşatacak, koruyacak ve geliştirecek tüm önlemler yerel yönetimler ve devlet tarafından alınmalı ve toplumda da bu bilinç oluşturulmalıdır.



KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, K. O. (1991). *Türkiye’de turizm eğitimi ve etkinliği*. Ankara: MPM Yayıncılık.
- Akıncı, Z., ve Kasalak, M. A. (2019). Sürdürülebilir turizm yöntemi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 161-182.
- Arıkan, H. A., Aydın, A., Bozdağ, Ç., ve Acar, F. (2000). *Deniz turizmi ve yatçılık çalışma grubu görüşler, öneriler ve değerlendirmeler*. İstanbul: T.C. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı.
- Arınç, P. C. (2002). *Selçuk’ta kültür turizmi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Arpacı, Ö., Zengin, B., ve Batman, O. (2012). Karaman’ın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.
- Arslan, K. (2008). *Türkiye’de kongre turizmini geliştirme imkanları*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Arslan, E. & Çetiner, T. (2020). Turizm geliri döviz kuru ilişkisi: Türkiye örneği (2008-2019). *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 1-17.
- Atabaş, A. (2008). *Kongre turizmi bağlamında şehir markalaşması: Trabzon incelemesi*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını anlamak: Yerel halkın bölge imajı ve turizme desteği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2538-2547.
- Aydın, B. (2016). *Van ve Bitlis illerinde kış turizmi potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Aykut, A. S. (2004). *İbn Battûta seyahatnâmesi* (Cilt I). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.

- Baykan, E. (2007). *Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin yöre halkı tarafından algılanması (Ürgüp yöresine yönelik bir uygulama)*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bertan, S. (2010). Pamukkale'deki yöre halkının turizmi desteklemesi ile turizmin sosyo-kültürel etkileri arasındaki ilişki. *International Journal of Economic & Administrative Studies*, 2(4), 83-91.
- Bıçkılı, D., Ak, D., & Özgökçeler, S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de sosyal turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 49-73.
- Boz, M. (2019). Turizmin gelişmesinde alternatif turizm pazarlamasının önemi: antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 977-994.
- Çal, Ü. T., & Demirkaya, H. (2017). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kültürel mirasın korunmasına yönelik görüşleri*. XI. International Turkic Culture, Art and Protection of Cultural Heritage Symposium/Art Activity "Turkey-Belarus Relations", (s. 61-67). Baranovich/Belarus.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda turist yerli halk etkileşimi ve turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Çetinel, F. G. (2001). Turizmde tanıtım ve reklam faaliyetlerinin önemi: (Türkiye'nin tanıtımında Turizm Bakanlığı'nın yurtdışında faaliyet gösteren medya araçlarında yaptığı reklam harcamaları ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 151-161.
- Çimrin, H. (2007). *Bir zamanlar Antalya: Tarih, gözlem ve anılar*. Antalya: Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.
- Demirkaya, H. (2012). *Antalya'da kültürel miras turizmine yönelik nitel bir çalışma*. VI. Uluslararası Türk Kültürü, Sanatı ve Kültürel Mirası Sempozyumu/Sanat Etkinlikleri (Arkeoloji, Sanat Tarihi, Mimari, Bilim, Tarih, Edebiyat, Sanat ve Folklor). Milano, İtalya.
- Demirkaya, H., & Çetin, T. (2010). Residents' perceptions on the social and cultural impacts of tourism in Alanya (Antalya-Turkey). *Erzurum Kültür ve Eğitim Vakfı (EKEV) Akademi Dergisi*, 14(42), 383-392.

- Demirkaya, H., Sarı, C., & Ertürk, M. (2012). Burdur halkının kültürel miras turizmine yönelik düşünceleri. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, (s. 1051-1067). Kemer/Antalya.
- Dinç, G. (2007). Cumhuriyetin ilk nüfus sayımına göre Antalya'nın demografik yapısı. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 12, 64-87.
- Doğan, H., & Üngören, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Erdoğan, H. (1996). *Ekonomik sosyal kültürel, çevresel yönleriyle uluslararası turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınevi.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (eko) turizm*. Ankara: Genel Yayın ve Dağıtım.
- Ertuğrul, Y. (2000). *Antalya tarihi ve kültürü*. K.K.T.C. Yakın Doğu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Mezuniyet Çalışması, Lefkoşa.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel turizm bilgileri*. Ankara: Ofset Repramat.
- Foster, J. (1964). The sociological consequences of tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 217-227.
- Girgin, E. (2019). *Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Güneş, E., & Alagöz, G. (2018). Yerel halkın turizm algısı: Erzincan'da bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 409-442.
- Güneş, N. (2014). *Yerel halkın turizm algısı ve turizme katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez ilçesi örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Hacıoğlu, N., & Avcıkurt, C. (2008). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Işık, Ş., & Zoğal, V., (2017). *Turizmin kentleşmesi kavramı: Antalya örneği*. Araştırma Makalesi, *Aegean Geographical Journal*, 26(2), 71-94.

- İdrisoğlu, C. (2016). *Turizm sektöründe istihdam yapısı, çalışan sorunları ve çözüm önerileri; Alanya örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kahraman, S. A., & Dağlı, Y. (2016). *Günümüz Türkçesiyle evliya çelebi seyahatnamesi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin turizm potansiyeli: Çekim modeli yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 149-156.
- Kapan, K., & Timor, A. N. (2018). Turizm gelişme modellemeleri açısından antalya şehri. *Türk Coğrafya Dergisi* 71, 53-61.
- Kaya, H. (1998). *Yat turizminin turizmin içindeki yeri; türkiye'de yat turizmi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- Kızılırmak, İ., & Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kodaş, D., Öztürk, E., & Deniz, S. (2021). Turizmin etkilerine yönelik yerel halkın algıları, turizm gelişim desteği ve yaşam tatmini ilişkisi: Mardin odaklı bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613–2629. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.889>
- Kozak, N., Kozak M. A., & Kozak M. (2014). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2000). Türkiye'de akademik turizm literatürünün gelişim süreci üzerine bir inceleme. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 15-55.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2010). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozan, Y. G., Özdemir, S. S., & Günlü, E. (2014). Turizm yazında deniz turizminin olgusal gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), 115-129.

- Kuyumcu, A., & Erdoğan, T. (2008). Yükseköğretimin toplumsal değişmeye etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(2), 240-250.
- Manavoğlu, E., & Kutlu, N. Ö. (2007). Antalya kenti'nin 1950'den günümüze kentleşme sürecinin değerlendirilmesi. *20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 2, 425-445.
- Mutluer, M., & Südaş, İ. (2005). Yabancıların Türkiye'de mülk edinimi: Coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2), 45-55
- Oğuzbalaban, G. (2017). Türkiye'de yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarına ilişkin yazın taraması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1321-1329.
- Özaltın Türker, G. (2020). Turizmin yerel halk üzerine etkileri: Seyahat acentaları perpektifinden bir inceleme. *Journal of Travel and Tourism Research*, 16, 65-84.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik yapısına etkileri*. Ankara: Turizm Bankası A.Ş. Yayınevi.
- Özer, Ö., & Ataman, D. (2020). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Mardin örneği. *Journal of New Tourism Trends-JOINNTT*, 1(1), 55-63.
- Özmen, M. (2007). *Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Akçakoca örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özsoy, O. (1999). *Dünü, bugünü, yarınıyla Türkiye'yi dünyaya açmak*. İstanbul: TÜRDAV A.Ş. Yayın.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm ekonomisi genel turizm bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın.
- Pizam, A., & Milman, A. (1986). The social impacts of tourism. *Tourism Recreation Research*, 11(1), 29-33.
- Sarı, C. (2007). *Antalya'nın alternatif turizm kaynakları ve planlaması*. [Yayınlanmamış Doktora Lisans Tezi] Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sarı, C., & Demirkaya, H. (2012). Mağara turizmi ve antalya mağaralarının turizm potansiyeli. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*. 12-15 Nisan. Antalya.

- Sezgin, M. O. (2001). *Genel turizm ve turizm mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sezgin, M. O., & Acar, Y. (1991). *Turizm*. Ankara: Baştem Yayınları.
- Sezgin, M. O., & Acar, Y. (1983). *Turizm tanıtım-pazarlama-ekonomi*. Ankara: Baştem Yayınları.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş., & Uzut, İ. (2020). Turizmde sosyal mesafe mümkün mü? kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(4), 1429-1441. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44177>
- Tosun, C., & Şahin, Z. S. (2006). *Gelişen ve değişen eğilim: ekoturizm*. II. Balıkesir Kongresi”, Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Balıkesir, 20-22 Nisan, 2006.
- Türkün, A., (2007), *kentsel turizmin gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerdeki yansımaları*. İstanbul Kent Sempozyumu Bildirisi, MSGSÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İstanbul.
- T.C. Antalya Valiliği (2012). *Dünden bugüne Antalya*. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları.
- T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü (T.C.B.D.E.İ), 1963.
- T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, 2008.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2018). *Konaklama ve seyahat hizmetleri turizm hareketleri*. Ankara.
- Tunç, A., & Saç, F. (1998). *Genel turizm, gelişimi-geleceği*. Ankara: Detay Yayınları.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-549.
- Usta, Ö. (2002). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Usta, Ö. (2009). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (1982). *Sosyal turizm*. İzmir: İstiklal Matbaası.

- Uygur, S., M. & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve kültür turizmi ve turizminin kültürel zenginliğe etkisi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-48.
- Yağcı,  . (2003). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yalçın, B. (2013). *Antalya ili sağlık turizmi potansiyeli araştırması*. [Yayınlanmamış Yüksek Doktora Tezi] Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yarmacı, N.,  akır Keleş, M., & Ergil, B. (2017). Su altı dalış turizminin mevcut durumu, sorunları ve geliştirilmesine yönelik  neriler: Kaş  rneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 66-87.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-70.
- Yıldırım, A., & şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüzbaşı, E. (2020). 1927-1950 yılları arasında Antalya'nın nüfusu ve demografik yapısı. *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 123-150.
- Zayım, M. (2018). Demre'nin kültür turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *İnsan Bilimleri Dergisi*, 1, 21-44.

İnternet Kaynakları

- <https://antalya.ktb.gov.tr/Eklenti/8701,dundenbuguneantalya-2cilt-8kultursanatedhayatpdf>
- <https://www.antalya.bel.tr/>
- <https://antalya.ktb.gov.tr/> (Antalya Tanıtım Broşürleri)
- <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68440/golf-turizmi.html>
- <http://www.gezitalya.com/2019/12/06>
- <http://www.gezitalya.com/bitkiturizmi2019/12/06>
- <http://www.gezitalya.com/2019/12/06/antalyanın-endemik-bitkileri/>
- http://www.geziantalya.net/bilgi/yat_turizmi
- <https://cografyahocasi.com/cografya-12/turizmin-ekonomik-etkileri.html>

<https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68440/golf-turizmi.html>
<https://likyayolu.ktb.gov.tr>
<https://www.nufusu.com/il/antalya-nufusu>
<https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar>
<https://www.dunya.com/gundem/egitim-turizmi-haberi-132396>
<https://www.turizmebakis.com/termal-turizm-nedir/>
<https://www.turizmebakis.com/botanik-turizmi/>
<http://trdergisi.com/turkiyede-kus-gozlemi>
<https://www.turizmguncel.com/haber/antalya'da-ornito-turizmi>
<https://www.turizmebakis.com/akarsu-turizmi/>
<http://www.tursab.org.tr/>
<http://www.kultur.gov.tr/>, 19.10.2008
<http://rapor.tuik.gov.tr>

EKLER

EK-1

Bu görüşme formunda; “Yerel Halkın Bakış Açısından Antalya'da Turizmin Kentsel Doku ve Yaşam Üzerine Etkileri” isimli araştırma kapsamında, Antalya’da yaşamını sürdüren yetişkin bireylerin Antalya’da turizmin gelişimi üzerine düşüncelerini ifade etmeleri istenecektir.

Emine TORUN

Akdeniz Üniversitesi

Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Sosyal Bilgiler Eğitimi

Yüksek Lisans Öğrencisi

GÖRÜŞME FORMU

Araştırma Konusu:

Yerel Halkın Bakış Açısından Antalya'da Turizmin Kentsel Doku ve Yaşam Üzerine Etkileri

Görüşme Soruları

1. Cinsiyet
Kadın () Erkek ()
2. Yaşınız?
3. Kaç yıldır Antalya’da ikamet ediyorsunuz?
4. Mesleğiniz nedir?
5. Turizm ile ilgili bir işte çalıştınız mı?
6. Size göre turizm nedir?
7. Antalya’da geçmişten bugüne turizmin gelişimi hakkında neler söylersiniz?
8. Geçmişte Antalya’da turizm nasıldı? Günümüzde nasıl? Lütfen karşılaştırabilir misiniz?
9. Geçmişte turizme ve turiste bakış açınızla bugünkü arasında farklar var mı? Lütfen açıklayınız?
10. Turizm nedeniyle Antalya’da ne gibi değişiklikler oldu? Lütfen açıklayınız.
11. Turizm ya da turistle ilgili bir anınızı paylaşabilir misiniz?

12. Turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiğiniz ya da katıldığınız bir etkinlik oldu mu? Lütfen anlatınız?
13. Geçmişten bu yana Antalya'ya gelen turist profilinde ne gibi değişimler yaşandı lütfen anlatınız.
14. Turizmin Antalya kent silüetine, mimarisine yansıması konusunda neler düşünüyorsunuz? Lütfen anlatınız.
15. Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz? lütfen anlatınız.
16. Turizmin Antalya'da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkileri nasıl oldu? Lütfen anlatınız.
17. Kendi yaşamınızda turizmin etkileri var mıdır? Lütfen anlatınız.



EK-2

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : **Emine TORUN**

Doğum Yeri ve Tarihi :

Eğitim Durumu : İlköğrenimini Bulancak'ta, orta ve lise öğrenimini Çorum'da tamamladı. Çorum Uğurludağ Lisesi'nden mezun olduktan sonra Gazi Üniversitesi Kastamonu Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bölümü'nü kazandı. 2006 yılında Selçuk Üniversitesi Meram Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bölümü'ne yatay geçiş yaptı. 2008 yılında iyi derece ile bu bölümden mezun oldu. 2019 Eylül döneminde Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü'ne Bağlı Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programına Başladı. 02.08.2022 tarihinde Tez Savunmasını yaptı.

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar : **Antalya TÜRK SAT UYDU HABERLEŞME**

İletişim

E-Posta Adresi :

YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINDAN ANTALYA'DA TURİZMİN KENTSEL DOKU VE YAŞAM ÜZERİNE ETKİLERİ

ORJİNALLİK RAPORU

%9 %9

BENZERLİK ENDEKSİ

İNTERNET KAYNAKLARI

%1

YAYINLAR

%4

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

hdl.handle.net

1 internet Kaynağı

%1

antalya.ktb.gov.tr

2 internet Kaynağı

%1

hbogm.meb.gov.tr

3 internet Kaynağı

%1

eogrenme.anadolu.edu.tr

4 internet Kaynağı

%1

Submitted to Selçuk Üniversitesi

5 Öğrenci Ödevi

%1

Submitted to Akdeniz University

6 Öğrenci Ödevi

%1

www.researchgate.net

7 internet Kaynağı

%1

dspace.ankara.edu.tr

8 internet Kaynağı

<%1

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporum sadece Akdeniz Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

06.09.2022

Emine TORUN