

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**Şeyla DEMİRCAN**

**TURİZMİN SOSYO KÜLTÜREL ETKİLERİ: ANTALYA/MURATPAŞA İLÇESİ**  
**ÖRNEĞİ**

**Danışman**

**Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ**

**Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**  
**Yüksek Lisans Tezi**

**Antalya, 2010**

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Şeyla DEMİRCAN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Sevinç Gürşeli S. G.  
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Ahmet Aktaş A. A.  
Üye : Yrd. Doç. Dr. Ayşın Gevrişen A. G.

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi 28/05/2010

Mezuniyet Tarihi :.../...../200

Prof.Dr. Burhan VARKIVANÇ  
Müdür

.....

## İÇİNDEKİLER

<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>xi</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ANTALYA’NIN İDARİ YAPILANMASI, NÜFUS GELİŞİMİ, NÜFUS YOĞUNLUĞU VE DAĞILIŞI, SOSYAL ÖZELLİKLERİ, YERLEŞME ÖZELLİKLERİ VE KENTSEL ALTYAPISI

<b>1.1. Antalya’nın İdari Yapılanması</b> .....	<b>3</b>
1.1.1. Antalya’nın İlçeleri .....	7
<b>1.2. Antalya’da Nüfus Gelişimi</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3. Antalya’da Nüfus Yoğunluğu ve Nüfus Dağılışı</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4. Antalya Nüfusunun Sosyal Özellikleri</b> .....	<b>20</b>
1.4.1. Antalya’da Nüfusun Cinsiyeti ve Öğrenim Düzeyi .....	20
1.4.2. Antalya’da Nüfusun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı .....	24
1.4.3. Antalya’da Aktif Nüfus Oranı ve Hane Halkı Büyüklüğü .....	26
1.4.4. Antalya’da Nüfusun Sektörel Dağılımı .....	29
<b>1.5. Antalya Kentinin Kuruluşundan Günümüze Yerleşme Özellikleri</b> .....	<b>31</b>
1.5.1. Kaleiçi Civarının Yakın Dönemdeki Gelişimi .....	39
1.5.2. Kent Antalya’nın Günümüzdeki Gelişimi .....	40
<b>1.6. Antalya’nın Kentsel Altyapısı</b> .....	<b>44</b>
1.6.1. Antalya’da Atıksu ve Kanalizasyon .....	45

1.6.2. Antalya’da Çevre ve Yeşil Alan .....	46
1.6.3. Antalya’da Kent İçi İçme Suyu Dağıtımı .....	47
1.6.4. Antalya’da Enerji ve Doğal Gaz .....	49
1.6.5. Antalya’da Ulaşım .....	51
1.6.6. Antalya'da Eğitim ve Öğretim .....	55
1.6.7. Antalya'da Haberleşme ve Kent Güvenlik Yönetim Sistemi Altyapısı .....	57

## İKİNCİ BÖLÜM

### ANTALYA’DA TURİZM

<b>2.1. Antalya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi ve Rol Oynayan Faktörler.....</b>	<b>59</b>
<b>2.2. Antalya’da Turizm Endüstrisi .....</b>	<b>73</b>
2.2.1. Antalya’da Yer Alan Turistik Tesisler .....	73
2.2.2. Antalya’daki Seyahat Acentaları .....	79
2.2.3. Bazı Turistik Göstergelere Göre Antalya İl Geneli Turizmde Antalya Kent Merkezinin Yeri .....	80
2.2.3.1. Müze ve Örenyeri Ziyaretçi Sayılarına Göre Antalya Kent Merkezinin Antalya İl Genelindeki Yeri .....	80
2.2.3.2. Konaklayan Kişi ve Geceleme Sayılarına Göre Antalya İl Geneli Turizmde Antalya Kent Merkezinin Yeri .....	83
2.2.4. Antalya’ya Gelen Turist Profili .....	87
2.2.4.1. Antalya’ya Gelen Yabancı Turist Profili .....	88
2.2.4.2. Antalya’ya Gelen İç (Yerli) Turist Profili .....	92
<b>2.3. Antalya’da Turizmin Gelişmesi İçin Yürütülen Çalışmalar .....</b>	<b>93</b>
<b>2.4. Antalya’da Turizm Alanları ve Turizm Türleri .....</b>	<b>102</b>
2.4.1. Kültür Turizmi .....	103
2.4.2. Kırsal Turizm .....	107
2.4.3. Yayla Turizmi .....	108
2.4.4. Kış Turizmi .....	109
2.4.5. Golf Turizmi .....	110
2.4.6. Kongre Turizmi .....	110

2.4.7. Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler .....	112
2.4.8. Dağ ve Doğa Yürüyüşü Turizmi .....	112
2.4.9. Mağara Turizmi .....	114
2.4.10. Kamp ve Karavan Turizmi .....	114
2.4.11. Macera Turizmi .....	115
2.4.12. Bitki İnceleme Turizmi .....	116
2.4.13. Yaban Hayatı (Av Turizmi) .....	116
2.4.14. Deniz Turizmi .....	116
2.4.15. İnanç Turizmi .....	117

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL YÖNÜ VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

<b>3.1. Turizm Kavramı .....</b>	<b>119</b>
<b>3.2. Turizmin Etkileri .....</b>	<b>120</b>
3.2.1. Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri .....	120
3.2.2. Turizmin Sosyal Etkileri .....	123
3.2.2.1. Turizmin Birey Üzerindeki Etkileri .....	124
3.2.2.2. Turizmin Aile Üzerindeki Etkileri .....	124
3.2.2.3. Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri .....	125
3.2.2.4. Turizmin Eğitim Üzerindeki Etkileri .....	126
3.2.2.5. Turizmin Hayat Standardı Üzerindeki Etkileri .....	128
3.2.2.6. Turizmin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkileri .....	128
3.2.3. Turizmin Kültürel Etkileri .....	128
3.2.3.1. Kültür Yayılması .....	130
3.2.3.2. Kültürel Kirlenme .....	131
3.2.3.3. Kültür Şoku .....	131
3.2.3.4. Kültürel Yozlaşma .....	132
3.2.3.5. Kültürel Değişim .....	133
3.2.4. Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri .....	134

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ: ANTALYA/MURATPAŞA İLÇESİ ÖRNEĞİ

<b>4.1.</b>	<b>Araştırmanın Amacı ve Önemi .....</b>	<b>135</b>
<b>4.2.</b>	<b>Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Yöntemi .....</b>	<b>136</b>
4.2.1.	Veri Toplama Yöntemi .....	136
4.2.2.	Evren ve Örneklem .....	137
4.2.3.	Veri Çözümleme Yöntemi .....	138
<b>4.3.</b>	<b>Bulgular ve Değerlendirme .....</b>	<b>139</b>
4.3.1.	Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular .....	139
4.3.2.	Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığı, Turistlerle İletişim Durumu ve İletişim Yabancı Dili, İletişim Sebebi ve Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Elde Edilen Bulgular .....	143
4.3.3.	Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine İlişkin Bulgular .....	145
4.3.4.	Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular .....	155
4.3.5.	Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığı, Turistlerle İletişim Durumu ve İletişim Yabancı Dili, İletişim Sebebi Ve Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Özelliklerin Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular .....	159
4.3.6.	Araştırma Bulgularının Yorumu .....	161
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>		<b>186</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>		<b>192</b>
<b>EKLER .....</b>		<b>211</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>		<b>213</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1.1</b> Muratpaşa İlçesine Bağlı Mahalleler ve Nüfus .....	9
<b>Tablo 1.2.1</b> Antalya ve Yöresine Yerleşen İlk Türk Grupları .....	11
<b>Tablo 1.2.2</b> Teke Sancağının Tahmini Nüfusu ve Zümrelerin Oranı .....	11
<b>Tablo 1.2.3</b> Tahrir ve Avarız Defterlerine Göre XV-XVIII Asırda Antalya Şehrinin Tahmini Nüfusu .....	12
<b>Tablo 1.2.4</b> Antalya'ya Yönelik Göçler (Anadolu Dışı) .....	13
<b>Tablo 1.2.5</b> Antalya'ya Göç Veren Şehirler, Göç Gelen Sayısı ve Yerleşme Oranı ...	15
<b>Tablo 1.3.1</b> Türkiye Geneli İl Nüfus Sıralamasında En Kalabalık On İl.....	16
<b>Tablo 1.3.2</b> Antalya ve Merkez İlçeleri ile Akdeniz Bölgesi ve Türkiye Nüfusunun Km <sup>2</sup> 'ye Göre Dağılımı .....	17
<b>Tablo 1.4.1</b> Antalya'da 15 Yaş ve Üzeri Nüfusun Eğitim Öğretim Düzeyi .....	21
<b>Tablo 1.4.2</b> Antalya'da Düzenlenen Kurslarda Kurs Bitiren Kursiyerlerin Eğitim Durumu .....	23
<b>Tablo 1.4.3</b> Yaş Gruplarına Göre Antalya Nüfusu .....	24
<b>Tablo 1.4.4</b> (15+) Yaş Grubunda Antalya ve Merkez İlçeleri 15-29 Yaş Arası Kent Nüfusu .....	25
<b>Tablo 1.4.5</b> Antalya İli ve Akdeniz Bölgesi ile Türkiye Hane Büyüklüğü Karşılaştırması.	26
<b>Tablo 1.4.6</b> İşyeri Sayısına Göre Antalya'daki İlk On Faaliyet Grubu ve İstihdam .....	27
<b>Tablo 1.4.7</b> İstihdam Edilenlerin Sayısına Göre Antalya'daki İlk On Faaliyet Grubu ...	28
<b>Tablo 1.4.8</b> Antalya İlinde İşgücünün Sektörel Dağılımı .....	30
<b>Tablo 1.4.9</b> İşyeri ve Zorunlu Sigortalı Sayıları İle Prime Esas Ortalama Günlük Kazancın İşin Mahiyeti, Kamu - Özel Sektör ve Cinsiyete Göre Dağılımı .....	31
<b>Tablo 1.5.1</b> Muratpaşa İlçesinde Bulunan Antik Çağ ve Roma (+Bizans) Dönemi Kültürel Varlıkları .....	33
<b>Tablo 1.5.2</b> Muratpaşa İlçesi Kent Alanında Selçuklu ve Beylikler Dönemine Ait Kültür Varlıkları .....	34
<b>Tablo 1.5.3</b> 1754 yılı Avarız Tespiti Sayım Sonucu Antalya Mahalle Sayısı .....	35
<b>Tablo 1.5.4</b> Muratpaşa İlçesi Kent Alanında Osmanlı Dönemine Ait Kültür Varlıkları .	35
<b>Tablo 1.6.1</b> İçme Suyu Projeleri .....	48
<b>Tablo 1.6.2</b> Antalya Kent İçi İçme Suyunun Sağlandığı Ana Pompa İstasyonları .....	49
<b>Tablo 1.6.3</b> Antalya İli Elektrik Tüketimi Sektörel Dağılımı .....	50
<b>Tablo 1.6.4</b> Antalya İli Yollarının Satış Cinslerine Göre Uzunlukları (Km.) .....	51

<b>Tablo 1.6.5</b> Antalya İli Motorlu Kara Taşıtları Sayısı .....	52
<b>Tablo 1.6.6</b> Antalya Limanının Özellikleri .....	54
<b>Tablo 1.6.7</b> Antalya Hava Meydanı .....	55
<b>Tablo 1.6.8</b> Örgün Eğitim 2007/' 08 Öğretim Yılı Başı Eğitim Seviyesine Göre Okullaşma Oranı .....	56
<b>Tablo 2.1</b> 1960'lı Yıllarda Antalya'da Kurulan STK'lar (Turizm ve Kültür Amaçlı) ...	62
<b>Tablo 2.2</b> 1970-80'li Yıllarda Antalya'da Kurulan STK'lar (Turizm ve Kültür).....	66
<b>Tablo 2.3</b> 1990'lı Yıllarda Antalya'da STK'lar (İnanç, Turizm, Kültür, Sanat) .....	68
<b>Tablo 2.4</b> 2000'li Yıllarda Antalya'da STK'lar (İnanç, Turizm, Kültür, Sanat) .....	71
<b>Tablo 2.5</b> Antalya'daki Turizm Bölge Alan ve Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri Listesi .....	72
<b>Tablo 2.6</b> Antalya Merkezinde Tesis Türlerine Göre Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri, Oda ve Yatak Sayı .....	75
<b>Tablo 2.7</b> Antalya İl Genelinde Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayı ve Yatak Kapasitesine Göre Dağılımı .....	76
<b>Tablo 2.8</b> Antalya İl Genelindeki Turizm Seyahat Acentaları (2008 yılı) .....	79
<b>Tablo 2.9</b> Antalya İl Geneli Müze Ziyaret İstatistiği (2008 Yılı) .....	81
<b>Tablo 2.10</b> Antalya İl Geneli Ören Yerleri Ziyaretçi İstatistiği (2008 yılı) .....	82
<b>Tablo 2.11</b> Antalya Kent Merkezindeki Bakanlık Belgeli Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Süresi .....	84
<b>Tablo 2.12</b> Antalya Kent Merkezindeki Belediye Belgeli Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Süresi .....	85
<b>Tablo 2.13</b> Antalya İlindeki Belediye Belgeli Tesislere Gelen Sayısı ve Tesislere Dağılım Oranı .....	85
<b>Tablo 2.14</b> Antalya İlindeki Bakanlık Belgeli Tesislere Gelen Sayısı ve Tesislere Dağılım Oranı .....	86
<b>Tablo 2.15</b> Antalya'ya Havayolu İle Gelen Ziyaretçilerin Sayısı ve Milliyetlerine Göre Dağılımı (2005 - 2008 Yılları) .....	91
<b>Tablo 2.16</b> Antalya İl Geneli Merkez ve İlçe Belediyeleri İle Kardeş Şehir Protokolü Yapan Yabancı Şehirler .....	96
<b>Tablo 2.17</b> Antalya İlinde Yayınlanan Kültür Sanat Ve Turizm İle İlgili Yayınlar .....	98
<b>Tablo 2.18</b> Antalya İl Genelinde Fuar, Festival, Anma ve Spor Etkinlikleri .....	100
<b>Tablo 2.19</b> Antalya İl Genelinde (Tarihi) Kültürel Zenginlikler .....	104
<b>Tablo 2.20</b> Antalya İl Genelinde Kamp ve Karavan Alanı .....	115



<b>Tablo 3.1</b> Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri .....	122
<b>Tablo 4.1</b> Katılımcıların Cinsiyeti .....	140
<b>Tablo 4.2</b> Katılımcıların Yaş Dağılımı .....	140
<b>Tablo 4.3</b> Katılımcıların Eğitim Durumu .....	140
<b>Tablo 4.4</b> Katılımcıların Meslek Durumu .....	141
<b>Tablo 4.5</b> Katılımcıların Aylık Gelir Düzeyi .....	142
<b>Tablo 4.6</b> Katılımcıların Antalya'da Yaşama Süresi .....	142
<b>Tablo 4.7</b> Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığının Frekans ve Yüzdesi....	143
<b>Tablo 4.8</b> Katılımcıların Turistlerle İletişim Durumu Frekans ve Yüzdesi .....	143
<b>Tablo 4.9</b> Katılımcıların Turistlerle İletişimde Kullandıkları Yabancı Dile İlişkin Frekans ve Yüzdesi .....	144
<b>Tablo 4.10</b> Katılımcıların Turistlerle İletişim Sebebine İlişkin Frekans ve Yüzdesi.....	144
<b>Tablo 4.11</b> Katılımcıların Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Frekans ve Yüzdesi .....	145
<b>Tablo 4.12</b> Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Algılara İlişkin Bulgular .....	145
<b>Tablo 4.13</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin (t) Testi Sonuçları) .....	155
<b>Tablo 4.14</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Yaşlarına Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	156
<b>Tablo 4.15</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Eğitim Düzeylerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	156
<b>Tablo 4.16</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Mesleklerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	157
<b>Tablo 4.17</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Aylık Gelir Düzeyine (TL) Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	157
<b>Tablo 4.18</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'da Yaşama Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	158

<b>Tablo 4.19</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya Doğumlu Olup Olmaması Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları) .....	159
<b>Tablo 4.20</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle İletişim Kurması Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları) .....	159
<b>Tablo 4.21</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle Hangi Yabancı Dilde İletişim Kurduğu Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	160
<b>Tablo 4.22</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle Ne Tür Bir İletişim Kurduğu Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları) .....	160
<b>Tablo 4.23</b> Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir İşletmede Çalışıp Çalışmama Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları) .....	161

## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ASAT	: Antalya Su ve Atık Su İdaresi Genel Müdürlüğü
AVM	: Alışveriş Merkezi
B	: Katlanabilir hata oranı
BDT	: Bağımsız Devletler Topluluğu
BKK	: Bakanlar Kurulu Kararı
Bkz.	: Bakınız
ÇED	: Antalya İl Çevre Durum Raporu
DHMİ	: Devlet Hava Meydanları İşletmesi
DMK	: Bir günden az süreli Demre, Myra ve Kekova adası turu
DMK PAM	: İki gün süreli DMK + Pamukkale ören yerleri turu
DSİ	: Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü
f	: Frekans
GPRS	: El bilgisayarı
GPS	: Araç Takip Sistemi
Ha	: Hektar
HES	: Hidroelektrik santrali
İBBS	: İstatistik Bölge Birim Sınıflandırması
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
KGYS	: Kent Güvenlik Yönetim Sistemi
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KM	: Katı madde
km	: kilometre
KOBİ	: Küçük ve orta büyüklükte işletme
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
kW	: Kilowatt
kWh	: Kilowatt-saat
MOBESE	: Mobil Elektronik Sistem Entegrasyonu
M.Ö.	: Milattan önce
M.S.	: Milattan sonra
mwh	: Megawatt-saat

n	: Örneklem sayısı
N	: Araştırmaya konu olan topluluk
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
P	: Topluluk oranı veya tahmini
PAM1	: Bir günden az süreli Pamukkale turu
PAM Afro	: İki gün süreli Pamukkale ve Afrodiasias ören yerleri turu
PAM – Efes	: İki gün süreli Pamukkale Efes ören yerleri turu
PAS	: Perge Aspendos Side ören yerleri turu
PolNet	: Emniyet teşkilatı elektronik veri tabanı
PTT	: Posta Telefon Telgraf
q	: 1-P
Ro -Ro	: Roll on ve Rolloff
s.s.	: Standart sapma
SCADA	: Supervisory Control And Data Acquisition (Merkezi Denetim ve Bilgi Toplama Sistemi)
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
SPSS 13	: Statistical Programme for Social Sciences
SSK	: Sosyal Sigorta Kurumu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
t	: Bağımsız Örneklem İçin (t) Testi
T.A.Ş	: Ticaret Anonim Şirketi
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TEDAŞ	: Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi.
TMO	: Toprak Mahsulleri Ofisi
TL	: Türk Lirası
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
YÖTEM	: Yetişkinler Otelcilik ve Turizm Eğitim Merkezi
YSE	: Yol Su Elektrik Genel Müdürlüğü
$\bar{X}$	: Ortalama
Z	: İstenilen güven aralığı

## ÖZET

Günümüzde turizm en fazla gelişme gösteren sektörlerden biridir. Birçok ülkede, turizm endüstrisi temel bir ekonomik faktör haline gelmiştir ve destinasyon toplum ve kültürleri üzerinde yaygın etkileri vardır. Sosyal yapı, kültür ve gelenekler turizmden dolayı etkilenebilir, farklılaşabilir veya kökten bir değişim gösterebilir. Turizmin sosyo kültürel etkileri, turizmin yerel halkın kültür, gelenek, görenek ve sosyal yaşam tarzı üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerini işaret etmektedir. Turizmin sosyo kültürel etkileri dünya çapında aynı olmayabilir. Yere bağlı olarak çeşitli faktörler etkilerin türünü değiştirebilir ve sosyo kültürel etkilerin olumlu veya olumsuz olmasına sebep olabilir. Yerel halk ve ziyaretçilerin sosyo ekonomik gelişim düzeylerinin benzer olması halinde, sosyo kültürel farklılıklar daha az belirgindir ve turizmin toplum ve kültür üzerindeki etkileri azalmaya meyillidir.

Bu tezin amacı, Antalya/Muratpaşa ilçesinde yerel halkın turizmin sosyo kültürel etkilerini algılamasını incelemek için beşli Likert ölçekli bir anket ile katılımcıların gözlemlerinden yararlanılarak yürütülen araştırmanın bulgularını sunmaktır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Antalya'nın idari yapılanması, nüfus gelişimi, nüfus yoğunluğu ve dağılışı, sosyal özellikleri ve kentsel altyapısı ele alınmıştır. İkinci bölüm Antalya'da turizmin gelişiminin ele alınmasından oluşmaktadır. Üçüncü bölümde turizmin sosyo kültürel etkileri ile ilgili açıklama yapılmıştır. Dördüncü bölümde ise Antalya/Muratpaşa ilçesinde turizmin sosyo kültürel etkileri incelenmiştir.

Turizm etki faktörlerinin ve etki mekanizmalarının sistematik bir analizi turizmin gelişiminde çoğu olumsuz etkilerin önlenmesi ve uygun politika ve önlemlerin belirlenmesinde faydalı olabilir.

**Anahtar sözcükler:** Turizm, Sosyo Kültürel, Antalya, Muratpaşa

## SUMMARY

### THE SOCIO-CULTURAL IMPACTS OF TOURISM: A CASE STUDY OF ANTALYA/MURATPAŞA DISTRICT

Today, tourism is one of the largest developing sectors. Tourism industry has evolved to a leading economic factor for many countries and it has a general impact on the destination societies and cultures. Social structures, the culture and traditions can be influenced, changed or even completely substituted due to tourism. The socio-cultural impacts of tourism refer to positive and negative effects or impacts of tourism on culture, traditions, customs and social lifestyle of the host community. The socio-cultural impacts of tourism are not the same across the world. Various factors that differ from location to location may influence the type of impact and also whether the impacts are negative or positive. When host and visitors have similar levels of socio-economic development, socio-cultural differences tend to be less pronounced and tourism impacts upon society and culture are reduced.

The purpose of this thesis is to present the findings of the research conducted using a five point Likert scale and participant observation as means for investigating host perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Antalya/Muratpaşa district.

This study includes four parts. In the first part, the administrative structure of Antalya, demographic development, population density and distribution, social characteristics and urban infrastructure are included. The second part deals with the development of tourism in Antalya. The third part reveals the socio-cultural impacts of tourism. In the fourth part of the study the socio-cultural impacts of tourism in Antalya/Muratpaşa district are analysed.

A systematic analysis of tourism impact factors and the impact mechanisms may help developers to avoid the most negative impacts of tourism development and to introduce appropriate policies and actions to be introduced.

**Key words:** Tourism, Socio-Cultural, Antalya, Muratpaşa.

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın amacı, turizm hareketlerinin yoğun bir şekilde yaşandığı Antalya ilindeki turizmin yerel toplum üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmaktır.

Çalışmamız daha ziyade araştırmaya dayalı olarak sürdürülmüş ve örnek çalışma alanı olarak seçilen Muratpaşa ilçesinde yapılan anket ve görüşmelerden elde edilen bulgular derlenerek nihayetinde bu eser ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın başlığını bana yüksek lisans tezi olarak öneren ve araştırmanın anlamlı bir bütün haline gelmesinde düşünce, tavsiye ve sözleriyle beni motive eden, cesaretlendiren ve desteğini esirgemeyen değerli hocam ve tez danışmanım Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ'a özellikle teşekkür ederim. Ayrıca çalışmamdaki sosyo kültürel ayrımlarda beni yönlendiren Prof. Dr. Sevinç GÜÇLÜ'ye, anketin hazırlanmasında istatistik ve analiz konularında beni aydınlatan ve yol gösteren Prof.Dr. Ayşe KURUÜZÜM'e ve tezimin anlatı dilinin şekillenmesinde görüşlerini esirgemeyen Yrd. Doç.Dr. Aydın ÇEVİRGEN'e teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Çalışmamda konuya daha geniş bir açıdan bakmamı sağlayan, yönlendiren ve araştırmanın tamamlanmasında katkılarını esirgemeyen isimlerini burada zikredemediğim kişilere de özellikle teşekkür etmek isterim.

Şüphesiz ki bu çalışmada ailemin büyük desteği oldu. Çalışmamın tamamlanmasında bana gösterdikleri anlayış, sabır ve ilgi için eşim, oğlum ve kızıma ayrıca teşekkür ederim.

Şeyla DEMİRCAN

## GİRİŞ

Turizm insanlarla yapılan bir etkinliktir. İnsanın insanla olan iletişim ve etkileşim süreci toplumbilimsel bir çalışma alanıdır ve turizm araştırma ve yaklaşımlarının toplumsal araştırma ve yaklaşımlardan ayrı düşünülmemesi gerekir. Araştırmamız toplumbilimsel bir çalışmadır.

Antalya kenti 955.596 (TUİK, 2008, s.48) nüfusuyla büyük bir şehirdir ve bu şehir ile ilgili veriler tarihsel ve toplumsal güçler tarafından belirlenmiştir. Antalya'daki turizm endüstrisinin gelişip yerleşmesinde farklı kimse ve kurumların birbirleriyle bağlantıları belirli olayları gerçekleştirmiş olabilir. Günümüzde bölgenin tek kalkınma aracı olarak görülen turizm endüstrisinin üretim koşulları ile Antalya il genelinde görülen mevsimsel işsizlik, eğitimsizlik, gelişememe ve yoğun göç gibi sosyo kültürel sorunlar turizmin etkilerinden kaynaklanabilir. Aynı zamanda turizm endüstrisinin üretim koşulları yöredeki nüfusun sosyo kültürel değerlerinde değişmeler de meydana getirmiş olabilir. Bu değişmelerin incelenmesi ile toplumsal hareketler anlaşılabilir. Toplumsal yaşamda değişen değer ve anlayış arasındaki ilişki genelleştirilerek gelecekte oluşabilecek sosyal sorunlarla ilgili sonuçlar ortaya çıkarılabilir.

Şehir toplumu yığın olmuş bireylerden oluşan bir topluluk değildir. Geçmişten bugüne gelenlerin biçimlendirdiği günümüz Antalya'sının kent sistemi kendine özgü özellikleri olan mevcut hemşerilerinden bağımsız bir sistem olduğundan Antalya toplumu sadece bugün içinde bulunulan duruma göre yorumlanamaz. Çalışmamızda yerel tarih araştırmalarından yararlanılması yoluna gidilmiştir. Antalya bölgesi Antikçağ'dan itibaren seçkin bir site kültürüne sahip olup kent iskele ve çevresinde kurulmuş, oradan beslenmiştir. Oral'a (2007, s.9) göre Antalyalı demek, biraz Kaleiçi'nden olmak demektir. Bu nedenle araştırmamızın birinci bölümünde öncelikle Kaleiçi yerleşim alanı ve civarındaki kent toplumunun nasıl oluştuğu izah edilmiş ve Antalya kentinin binlerce yıllık tarihsel gelişimi incelenmiştir. Antalya'nın gelişimi sürecinde ilin idari yapılanması, nüfusun gelişimi, nüfus yoğunluğu ve dağılışı, nüfusun sosyal özellikleri, yerleşme özellikleri, altyapısı ele alınmıştır. Araştırmamız ile Antalya'nın toplum yapısı ve tarihsel süreç içinde gelişen olay ve olgular birbirleriyle ilişkilendirilmiş ve bunların arasında bir bağ oluşturulmaya çalışılmıştır. Araştırmamızın ikinci bölümde Antalya'daki turizm ve bölgedeki turizm etkinlikleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde turizmin sosyo kültürel yönü ve toplum üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur.



Dördüncü bölümde Antalya/Muratpaşa ilçesinde yapılan anket çalışması ile ilgili bulgu ve yorumlara yer verilmiştir. Sonuç bölümünde anket neticesinde elde edilen bulgulara dayanarak araştırmamızda varılan netice ile ilgili açıklamalar bulunmaktadır.

Çalışmada seçilen örneklerin ve yapılan açıklamaların bu alanda çalışma yapacak araştırmacılara ve Antalya ile ilgilenenlere yararlı olacağını umarız.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ANTALYA’NIN İDARİ YAPILANMASI, NÜFUS GELİŞİMİ, NÜFUS YOĞUNLUĞU VE DAĞILIŞI, SOSYAL ÖZELLİKLERİ, YERLEŞME ÖZELLİKLERİ VE KENTSEL ALTYAPISI

#### 1.1 Antalya’nın İdari Yapılanması

Antalya’nın kurulmuş olduğu mevkii daha önceden Korykos adını taşıyordu ve belki de bir balıkçı köyü idi (Bosch, 1947, s.41). Ancak genel olarak bilinen şekliye Antalya’nın ilk adı Attaleia’dır. Bu isim, M.Ö.158 yılında kenti kuran Bergama kralı II. Attalos’tan gelmektedir (Bayrak, 2005, s.51). Makedon asıllı II. Attalos’tan (Işık, 2010) sonra ardılı III. Attalos Bergama kralı olmuş ve M.Ö.133’te vefat ettiğinde vasiyetinde Roma halkını tüm mülküne varis atadığı anlaşılmıştır (Magie, 2001, s.68).

Roma çağında Antalya’nın da içinde bulunduğu Pamphylia bölgesi sırasıyla Kilikya, Asia, Galatia eyaletleri ile Lycia ve Pamphylia çift eyaletine bağlanmıştır. Pamphylia şehirleri iç idarelerinde özerk ancak dış siyasette Roma’ya bağlı kalmıştır (Pekman, 1989, s.30). İmparatorluk eyaleti döneminde bölge legatus propraetore unvanı taşıyan valiler tarafından yönetilmiştir. İmparatorluk eyaleti olan Lycia ve Pamphylia eyaleti Hadrianus döneminde (M.S.117-135) Senato’ya verilmiştir. Marcus Aurelius döneminden (M.S.161-180) itibaren, senato eyaleti valileri proconsul unvanı ile bölgeyi yönetmiştir. IV. yüzyılın sonunda Roma egemenliği iyice sarsılmış ve 476 yılında Batı Roma imparatorluğu çökmüştür.

Doğu Roma (Bizans) döneminde 640-660 yılları arasında Anadolu beş ana thema’ya bölünmüştür. Thema askeri bölgeleri ve sivil yöresel idari birimleri tanımlamaktadır. Antalya Karavesiyanon Theması (Θέμα Καραβησιάνων, Thema Karavēsianōn)’nın merkezi olmuştur. Bu bir donanma teması idi (karavis κάραβις “gemi” demektir) ve strategosu (yani eyalet valisi) bir donanma rütbesi olan droungarios unvanını taşımaktaydı (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Thema#Tarih> (20.01.10)). Thema’nın idari alanı Batı Anadolu’da Milas’tan (Mylasa) başlayarak bütün güneybatı Anadolu bölgesini, Ege Adaları’nı ve Torosların güneyindeki

Silifke'yi (Seleukeia) de kapsayan topraklar idi. Bizans döneminde Antalya Akdeniz'in ticaret merkezi haline gelmiştir. VII. nci yüzyıldan itibaren bölgede Müslüman Arapların etkili olduğu anlaşılmaktadır (Kıvrın ve Uysal, 1988, s.28).

Selçuklular 1064 yılında Kilikya ve 1078 yılında Antalya bölgesine hâkim olmuştur. Wilermus Tyrensis'e göre II. Haçlı Seferleri esnasında Selçuklu Sultanı I.Mesud Antalya şehrinden vergi almaktadır. Selçuklular 5 Mart 1207 tarihinde Antalya'yı ele geçirmişler ve Türklere Akdeniz yolu açılmıştır. Keyhüsrev şehrin idaresinde emir Mübarizüddin Ertokuş'u görevlendirmiş, bir kadı, bir imam ve bir müezzin tayin ederek Antalya'daki ilk Türk idaresini oluşturmuştur. Ticaretin gelişmesi için Selçuklular Antalya limanında Venediklilere çeşitli ticari imtiyazlar tanımıştır. Şehir Avrupa ve Mısır ile yapılan ticaretin merkezi, Selçuklu donanmasının da üssü haline getirilmiştir. Selçuklular Antalya'ya "Dârü's - sugur "(Serhad şehri) ve "Dârü'l-İzz" (Onurlu belde) lakaplarını vermişler, kendileri de "El Bahreyn" unvanını kullanmışlardır (Kesik, 2006, s.1-8). Selçuklu devrinde Antalya donanma merkezi olup "Melik'üs-sevahil" veya "Amir'üs-sevahil" adıyla anılan sahil beyi (vali) idaresindedir (Çimrin, 2006, s.55).

1212 yılında Antalya Gayrimüslimleri isyan ederek kentteki Müslüman halkı katlettiğinden, Selçuklular güvenlik amacıyla iç surları inşa etmiş ve Hıristiyanlar şehrin doğusuna, Müslümanlar da batısına yerleştirilmiştir (Çimrin, 2005, s.15-17). Ancak Selçuklu devleti İlhanlı (Moğol) baskınlarına dayanamayıp parçalanmış ve bölgeye Hamidoğulları (1300-1422) beyliği hâkim olmuştur. Hamidoğulları döneminde Antalya ve dolaylarına Teke Türkmenleri yerleştirilmiş ve yöre Teke İli olarak anılmaya başlamıştır. Porzig'e göre (1986, s.104) Anadolu'da Türkçe konuşulmaya başlanalı bin yıl olmamıştır.

I.Beyazıt (1360-1403) Pamphylia Türklerine karşı Bizans veliahdı Manuel'in de katıldığı bir sefer yapmıştır. Kuvvetli bir ihtimalle bu sefer ile birlikte Antalya 1392 yılında Osmanlı yönetimine geçmiştir (Pekman, 1989, s.48). Osmanlı hâkimiyeti döneminde Antalya Teke-ili veya Teke adlı sancağın merkezi olmuştur. Osmanlı coğrafyasında bulunan sancaklar içerisinde şehzade sancağı olmayı hak eden yirmidört sancaktan biri Antalya olup sancaklarda görev yapan şehzade sayısına bakıldığında da dört şehzadenin sancakbeyliği ile Antalya dördüncü sırada yer alır. Osmanlı klasik döneminde Antalya bölgesi önemli bir yerleşim yeri olmuştur (Eroğlu, 2006, s.15-25).

XV ve XVI. ncı yüzyıllarda Teke sancağının idarecisi doğrudan doğruya sancakbeyidir (Karaca, 1997, s.61-69). Teke Sancağı 1455 yılında, Antalya merkez, İstanos (Korkuteli), Karahisar-ı Teke (Sillyon), Kürt, Mükerrerem Kömi, Muslu, Bağovası, Elmalu, Kalkanlu, Kaş ve İğdir isimli 11 nahiye ve bunlara bağlı 217 köyden oluşmuştur. Teke Sancağının 1568 yılındaki köy sayısı 302'dir. Günümüzdeki belediye başkanının ifa ettiği fonksiyon ve görevin bir kısmını şehir kethüdası yürütmekteydi (Karaca,1997, s.57). 1517 yılında Mısır'ın fethinden sonra Antalya limanının önemi azalmıştır. Osmanlı döneminde bölgede yerleşen Türkmen gruplarının çıkardığı isyanlar ve Yeni Dünya'nın keşfinden sonraki dönemde Akdeniz'in ikinci plana düşmesi gibi etkenler nedeniyle Antalya XVII. yüzyıldan itibaren eski önemini kaybetmiş, ancak XIX. yüzyılda Doğu Akdeniz'in Avrupa politikasında ön plana geçmesiyle yeniden canlılık kazanmıştır (Oral, 2007, s.10).

XIX. uncu yüzyılın başlarında Teke Sancağına bağlı nahiyeler Antalya merkez, Serik, Beşkonak, Bucak, Kızılkaya, Elmalı, Kaş, Kalkanlı, Finike ve İğdir'dir. Tanzimat dönemindeki idari düzenlemeler sonucunda sancağın idaresinde mutasarrıf yetkilendirilmiş (Sarıhan, 2003,s.9-34) ve Teke Sancağı Karaman Vilayetine bağlanmıştır. Ancak 1864 tarihli Vilayet Nizamnamesi'ne göre de Teke Sancağı Konya Vilayeti'ne bağlanmıştır. Teke Sancağı'nda Antalya merkez, Elmalu, Akseki, Alaiye ve Kızılkaya kazaları oluşturulmuştur. XIX. uncu yüzyılın sonlarında Teke Sancağının 5 kazası, 11 nahiyesi ve 549 köyü bulunmaktaydı. Baykara'ya (2007, s.12) göre 1.I.1900 miladi tarihinde Antalya Konya Vilâyetine tabi Teke Sancağının merkezidir. Antalya'nın bu dönem içindeki gelişmesi, Konya'dan ayrılıp doğrudan Dâhiliye Nezareti'ne bağlı müstakil bir mutasarrıflık olmasıdır. Böylece Antalya eski büyük vilayetlerin etkisinden kaybolup, "vilayet" kavramının daralıp liva=sancak veya mutasarrıflık derecesine inmesinin de erken bir örneğini teşkil etmektedir. Teke Sancağı, 10 Temmuz 1914 tarihinde Konya'dan ayrılarak bağımsız bir mutasarrıflık olmuştur (Antalya Büyükşehir Belediyesi, 2006, s.22).

Mondros Mütarekesi'ne istinaden İtalya 28 Mart 1919'da Antalya'yı işgal etmiştir. İşgal döneminde Antalya'da Müdafaa-i Heyet-i Milliye Cemiyeti kurulmuştur. Sivas Kongresi kararları uyarınca bu cemiyet Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'ne bağlanmış ve Antalya halkı bu çatı altında bölgenin kurtuluşu için çalışmıştır. İtalyanlar 5 Temmuz 1921 tarihinde şehri ve bölgeyi boşaltmıştır (Çelebi, s.169-186)

Cumhuriyetin ilanından sonra 20 Nisan 1924 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ndeki idari taksimatta yapılan düzenlemeler ile Vilayetler kurulmuştur (491 Numaralı Teşkilat-ı Esasiye Kanunu). Yeni düzenlemeler ile Müstakil Teke Mutasarrıflığı Antalya Vilayeti haline getirilmiştir.

Günümüzde Antalya ili merkezi idarenin atadığı vali tarafından yönetilmektedir. Vali, Osmanlı eyaletlerinden ve sonradan oluşan vilayetlerinden beri taşra yönetimimizde beylerbeyi, eyalet beyi gibi adlarla var olmuş, idare-i umumiye-i vilayet Nizamnamesinden sonra tümüyle Vali adıyla görevlerini sürdürmüştür. 5442 sayılı İl İdaresi Kanunu (1949) ile il yönetiminde valinin görevleri nitelikleri ve atanma yöntemi belirlenmiştir. Vali, merkezi yönetimin yetki genişliği esasları çerçevesinde taşrada kurulmuş bulunan il genel yönetimlerinin başına, merkez tarafından atanan, yürütmenin taşradaki en büyük ve yetkili görevlisidir. Bir yerel yönetim biriminin başı olan vali merkezi yönetim ile yerel yönetim arasında da her türlü iletişimi ve dengeyi sağlamak gibi Türk mevzuatına özgü bir işlevi de yerine getirmektedir ([www.mulkiyederji.org/index.php?...file...il...olarak-vali](http://www.mulkiyederji.org/index.php?...file...il...olarak-vali) (29.01.10)). Şehirdeki hizmetlerin yerine getirilmesinde il özel idaresi ile belediye teşkilatı önemli rol üstlenmiştir. Antalya'da çeşitli Bakanlıklara bağlı Bölge Müdürlükleri bulunmaktadır.

Antalya Belediye örgütü 1866 yılında kurulmuştur (<http://www.muratpasabld.gov.tr/antalya/tr/d01.htm> (10.01.10)). Antalya'da Cumhuriyetle birlikte hızlı nüfus artışının yanında ekonomik faaliyetler de gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Bu durum kentsel yapıda da önemli değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. Bu süreç içinde kırsal yerleşmelerden Antalya'nın mahallesine dönüşenler olduğu gibi, belediye statüsüne geçerek büyümelerini sürdürenler de olmuştur. 1993 yılında Antalya Büyükşehir statüsünde kabul edilmiş ve Büyükşehir Belediyesi ile Muratpaşa, Konyaaltı ve Kepez ilk kademe belediyeleri oluşturulmuştur (504 Numaralı KHK). 2008 yılında yapılan idari düzenlemeler ile Antalya merkezdeki alt belediyeler kaldırılmış ve yeni kurulan merkez ilçelerle aynı adı taşıyan beş adet belediye oluşturulmuştur. Günümüzde Antalya kent merkezinde Büyükşehir Belediyesi ile merkez ilçelere bağlı Aksu, Döşemealtı, Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa belediyeleri bulunmaktadır (5747 Numaralı Kanun).

Belediyeler beldenin müşterek hizmet ihtiyacını organları vasıtasıyla yerine getirmektedir. Belediyenin organları belediye meclisi, belediye encümeni ve belediye

başkanıdır. Organlara seçilecek kimseler yerel seçim sonucunda göreve gelmektedir (5393 Numaralı Kanun).

### 1.1.1 Antalya'nın İlçeleri

Türkiye Cumhuriyetinin ilanından sonra Müstakil Teke Mutasarrıflığı Antalya Vilayeti haline getirilmiştir. Antalya vilayeti Antalya Merkez, Akseki, Alanya, Elmalı, Finike, Kaş, Korkuteli ve Manavgat ilçelerinden teşekkül etmiştir (Merkez+7 ilçe).

1926 yılında Serik ilçesi, 1936 yılında Gündoğmuş ilçesi, 1947 yılında Gazipaşa ilçesi (5071 Numaralı TBMM kararı), 1958 yılında Kumluca ilçesi (7033 Numaralı Kanun), 1987 yılında Demre (3392 Numaralı Kanun) ilçesi ve 1990 yılında İbradı ve Kemer ilçeleri (3644 Numaralı Kanun) kurulmuştur.

2008 yılında 5747 Numaralı Kanun ile yapılan yeni düzenlemeler neticesinde Antalya kent merkezinde Aksu, Döşemealtı, Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa ilçeleri kurulmuştur. Halen Antalya'ya bağlı 19 ilçe, 17 bucak ve 562 adet köy bulunmaktadır (Antalya Valiliği, <http://www.antalya.gov.tr/download.asp?process=1 &procid =37> (10.01. 10)).

Antalya ilindeki resmi kurumlar ile bunlara ait tesislerin birçoğu Muratpaşa ilçesinin mülki sınırları içinde yer almaktadır. Örneğin, Antalya Valiliği, Antalya Adliyesi, Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya Gelir İdaresi Başkanlığı, Antalya Havalimanı, Askeriyeye ait Havaalanı, Antalya Müzesi, Akdeniz Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Antalya Atatürk Devlet Hastanesi, Antalya Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Lara Atıksu Arıtma Tesisi, Maliye, Muratpaşa Belediyesi, Muratpaşa Kaymakamlığı, Tapu ve Kadastro VI.Bölge Müdürlüğü, TRT, PTT gibi idareler ile bunlara bağlı müdürlükler, Antalya Kültür Merkezi, Haşim İşcan Kültür Merkezi, Cam Piramit Kongre Merkezi vb.

Muratpaşa İlçesinin Genel Özellikleri; Muratpaşa ilçesi Antalya kent merkezinde yer alan Magydus ve Attaleia antik yerleşmeleri üzerine kurulmuştur. İlçedeki bu iki antik kentin Antalya'nın yazılı tarihi için önemi büyüktür. Magydus antik kenti bugünkü Karpuzkaldıran tesislerinin bulunduğu alanda M.Ö.4 yüzyılda, Kaleiçi semti olarak bilinen Antalya Kalesi (antik Attaleia) ise M.Ö.158'de kurulmuş idi. Her iki antik kent M.S.7 yüzyıla kadar Batı Avrupa ile Ortadoğu ülkeleri arasında önemli birer liman kenti olarak varlığını sürdürmüştür.

Ancak ortaçağdan itibaren Ortadoğu ile Batı arasında değişen kuvvet dengeleri neticesinde bu kentlerden sadece Antalya Kalesinin bulunduğu alanda günümüze kadar kesintisiz bir kent yaşamı sürmüştür. Antik Antalya kentinden Kaleiçi Yat Limanı olarak bilinen eski liman mendireğinin bir kısmı ve limanı çevreleyen sur günümüze kadar ulaşabilmiştir. Bölge uzun dönem Selçuklu ve Osmanlıların hâkimiyetinde kaldığından ilçe bu dönemlere ait kültürel varlıklar açısından oldukça zengindir. Muratpaşa ilçesi geçmiş yüzyıllardaki stratejik önemini bugün bir turizm merkezi olarak korumaktadır.

Muratpaşa ilçesi 5747 Sayılı Kanun gereği 2008 yılında kurulmuş olup ilçenin doğusunda Aksu, kuzeyinde Kepez, batısında Konyaaltı ilçeleri ve güneyinde de Akdeniz yer almaktadır.

Muratpaşa Adı Nereden Gelmektedir; Muratpaşa adı Hırvat asıllı Osmanlı Sadrazamı Kuyucu Murat Paşa adından gelmektedir (Ana Britannica, 1989, s.302). Bugünkü Antalya'nın merkezinde Muratpaşa adını taşıyan çeşitli kurumlar bulunmaktadır. Örneğin; Muratpaşa Vakıf Çiftliği (Vakıf Zeytinliği), Muratpaşa Mahallesi, Muratpaşa Camii, Muratpaşa İlköğretim Okulu ve Muratpaşa İlçesi. Yavuz'a göre Mazı Dağı olarak bilinen Kepez sırtlarındaki bölgeden, Doğu ve Batı yönüne, denizin kentle buluştuğu Falezlere kadar olan geniş düzlük yani bu günkü Antalya'nın kurulu bulunduğu alanın tamamı Kuyucu Muratpaşa tarafından vakfedilmiştir (<http://www.medyantalya.com/manset/bu-vakfi-bozan-ve-degistirenlerin-denetcisi-zebani-nasibicehennem-olsun.html> (22.03.10)).

Muratpaşa İlçesinin Kentsel Yerleşim Alanının Özellikleri; Antalya'nın merkeze bağlı beş ilçesinden birisi olan Muratpaşa, Türkiye'nin güneybatı Akdeniz bölgesinde 30-31° derece boylamlar ve 36-37° derece enlemler arasında bulunmaktadır ([www.muratpasa.gov.tr/cografiyapi.htm](http://www.muratpasa.gov.tr/cografiyapi.htm) (10.04.10)). Akdeniz kıyısında 8.804 hektarlık alana yerleşmiş olan ilçenin mülki alanı 92 km<sup>2</sup> olup yüzölçümü bakımından Antalya merkezindeki en küçük ilçedir. Akdeniz kıyısında toplam 20 km sahil şeridine sahip olan ilçede Akdeniz iklimi hüküm sürmekte, yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlıdır. İklimle bağlı olarak ovadaki bitkiler yazları genellikle kurur.

Muratpaşa ilçe merkezi ve bağlı mahallelerinde çalışma hayatı mevsime göre çeşitlilik ve hareketlilik gösterir. İlçenin 14 mahallesinde tarım ile uğraşılmaktadır. Tarıma elverişli olan

yaklaşık 5.436 dekar arazisinin 4.666 dekarında sera, 371 dekarında tarla sebze yetiştiriciliği, 142 dekarında meyve bahçesi ve 257 dekarında da süs bitkisi yetiştiriciliği yapılmaktadır.

Turizm sezonunun açılmasıyla yaz aylarında ilçe nüfusu artmakta ve ekonomisi hareketlenmektedir. TÜİK 2008 yılı verilerine göre Muratpaşa ilçesinin nüfusu 377.857 kişidir. İlçede km<sup>2</sup>'ye 4.107,1 kişi düşmekte olup Muratpaşa Antalya'nın en yoğun nüfuslu ilçesidir. (Bkz. Bölüm 1.3 Antalya'da Nüfus Yoğunluğu ve Nüfus Dağılışı). 56 mahalleden oluşan ilçeye bağlı köy yerleşkesi bulunmamaktadır ([http://www. antalya.gov.tr/download.asp ?process=1&procid=37](http://www.antalya.gov.tr/download.asp?process=1&procid=37) (10.04.10)).

**Tablo 1.1.1 Muratpaşa İlçesine Bağlı Mahalleler ve Nüfus**

Muratpaşa İlçesine Bağlı Mahalleler Ve Nüfus					
Mahalle Adı		Nüfus	Mahalle Adı		Nüfus
1	Şirinyalı	16.274	29	Ermenek	6.124
2	Yeşilbahçe	15.134	30	Çaybaşı	5.870
3	Güvenlik	14.235	31	Kızılark	5.832
4	Fener	13.703	32	Dutlubahçe	5.449
5	Güzeloba	13.693	33	Demircikara	4.972
6	Çağlayan	13.305	34	Kızılsaray	4.849
7	Meydankavağı	13.259	35	Güzeloluk	4.524
8	Meltem	13.105	36	Yeşildere	4.418
9	Konuksever	11.767	37	Gebizli	4.118
10	Yenigün	11.625	38	Yeşilova	3.470
11	Kızıltoprak	11.392	39	Kışla	3.233
12	Varlık	10.196	40	Güzelbağ	2.992
13	Etiler	10.193	41	Altınova-Yenigöl	2.093
14	Üçgen	10.157	42	Kırcami	2.092
15	Yıldız	10.101	43	Doğuyaka	1.984
16	Soğuksu	9.857	44	Tarım	1.901
17	Cumhuriyet	9.109	45	Tahılpazarı	1.838
18	Sedir	9.036	46	Zümrütova	1.678
19	Muratpaşa	8.776	47	Haşimişcan	1.634
20	Zerdalilik	8.322	48	Mehmetçik	1.504
21	Altındağ	8.252	49	Balbey	888
22	Bayındır	8.106	50	Topçular	804
23	Memurevleri	7.795	51	Elmalı	663
24	Deniz	7.530	52	Yeşilköy	508
25	Yüksekan	7.444	53	Kılınçarslan	435
26	Sinan	7.237	54	Barbaros	346
27	Gençlik	6.627	55	Selçuk	96
28	Bahçelievler	6.451	56	Tuzcular	33

**Kaynak:** Antalya Valiliği (2007 yılı). (<http://www.antalya.gov.tr/>)



Muratpaşa ilçesi Antalya'nın önemli turizm merkezlerinden birisidir. İlçenin turizm faaliyetlerinin geçmişi Antalya'nın turizm geçmişine dayanmaktadır. İlçe sınırları içinde Kaleiçi turizm merkezi ile Lara Turizm Merkezi ve Kundu Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi yer almaktadır. Muratpaşa'daki turizm hareketleri incelendiğinde, ilçede yaşanan turistik hareketlerin yaz aylarında yoğunlaştığı ve ilçeye gelen turistlerin büyük çoğunluğunun yabancı turistlerin oluşturduğu anlaşılmaktadır. (Bkz. Bölüm 2.2.3.2 Konaklayan kişi ve geceleme sayılarına göre Antalya il geneli turizmde Antalya kent merkezinin yeri) Muratpaşa ilçesi sahip olduğu turizm alt yapı imkânlarının yanı sıra ilçe tarihi, kültürel ve doğal turistik çekicilikleri ile de bilinmektedir.

## 1.2. Antalya'da Nüfus Gelişimi

Antalya ve çevresi ilk çağdan bu yana önemli bir yerleşim yeridir. Aka kolonizasyonundan önce, 3.ncü veya en geç 2.nci binde bölgeye yerleşimin varlığı muhtemeldir (Pekman, 1989, s.7). O devirde bölge halkı kökenleri tam olarak bilinmeyen çeşitli Anadolu kavimleri ve Frigler denen Trakya kavimlerinden oluşmaktaydı. Herodot ve Strabona göre "Solim"ler bölgede yaşayan en eski kavim idi (Kıvrın ve Uysal, 1988, s.26). Antalya şehri kurulmadan önce M.Ö. III. yüzyılda burada bir yerleşme yerinin olması muhtemeldir (Demirel, 2010, s.4). Antalya'nın ilk yerel halkının Kilikyalı özelliği ön plana çıkmaktadır (Tosun, 2009).

M.Ö.158 yılında II. Attalos mevcut yerleşim alanına yeni limanı kurmakla Antalya'ya yeteri kadar Bergamalıyı da iskân etmiş olsa gerekir. M.Ö. I. ve M.S. I. yüzyıl arasında Pamphylia tamamen Roma hâkimiyetine girmiş, bölgeye İtalikler ve diğer Roma vatandaşları yerleşmiştir (Çimrin, 2005, s.9).

VII. yüzyılda Antalya bölgesi Bizans idaresindedir. Bu dönemde bölgede güçlü bir Arap (Müslümanlar) etkisi olduğundan, Müslümanların da yöreye yerleşmiş olması gerekir. XI. inci yüzyıldan itibaren Batı Akdeniz kıyılarında askeri bir güç olarak yer alan Selçuklular 1207 yılında Antalya'ya kesin olarak yerleşmiştir. Kaynaklarda 1212 yılında Antalya'da ayaklanan Gayrimüslimin yaptığı katliamdan ve daha sonradan Kaleiçi'nde iç surların inşa edilerek kent halkının dinine göre ayrı mahallerde yaşadığından bahsedilmiştir (Kesik, 2006, s.8). Selçuklu ve Beylikler döneminde Antalya kalesine ve yöreye çok sayıda Türk grubu

yerleşmiştir. (Tablo 1.2.1) Yerleşenlerin kesin sayısı bilinmese de XII. nci ve XIII. ncü yüzyıllar Antalya ve civarında Türk nüfusunun yoğunlaştığı dönemdir.

**Tablo 1.2.1. Antalya ve Yöresine Yerleşen İlk Türk Grupları**

Yerleşim Yeri	Grup Adı
Antalya	Çakırlar, Çandır, Eydir, İlyas, Karaman, Solak
Finike ve Kaş	Avşar, Bayındır, Çavdar, Dodurga, Kayı, Kınık
Korkuteli	Avdan, Bayat, Belendi, Dat, Kargın, Köseler, Mamatlar, Yazır, Yuva
Manavgat	Aklar, Avsallar, Cebeci, Demirciler, Işıklar, Sarılar
Serik	Çakallı, İsalu, Hisarçandır, Macar, Teke

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir

Teke Sancağı'nın 1455 yılı nüfusunun 62.972 kişi olduğu tahmin edilmiştir. Bu tahmini nüfustan 2.945 kişi (yüzde 4,67) şehirli; 48.861 kişi (yüzde 77,58) konar-göçer ve köylü (çiftçi), 11.166 kişi (yüzde 17,72) re'aya ve askeri zümre sipahi ve zaimdir (Karaca, 1997, s.104). (Tablo 1.2.2)

**Tablo 1.2.2. Teke Sancağının Tahmini Nüfusu ve Zümrelerin Oranı**

Zümreler	Yıllar					
	1455		1530		1568	
	Nüfus	%	Nüfus	%	Nüfus	%
Şehirli	2.945	4.67	6.069	5.26	7.010	6.70
Konar-Göçerler	12.725	20.20	39.334	34.09	30.837	29.51
Çiftçi-Köylü	36.136	57.38	44.796	38.83	48.539	46.45
Müsellem Çiftliklerindeki re'aya ve askeri zümreler	10.331	16.40	24.001	20.80	16.936	16.30
Sipahi ve Zaim	835	1.32	1.155	1	1.160	1.11
Toplam	62.972	-	115.355	-	104.482	-

**Kaynak:** Karaca, 1997, s.203

XV. ve XVI. inci yüzyılın Antalya kalesinde Müslim ve Gayrimüslim nüfus farklı kültürel kimlikler olarak bir arada yaşamıştır. Antalya'nın 1455 yılı kent nüfusu 1.020 Müslim, 1530 yılı kent nüfusu 3.284 Müslim, 582 Gayrimüslim; 1568 yılı kent nüfusu 4.205 Müslim, 685 Gayrimüslim; 1754 yılı kent nüfusu 8.005 Müslim ve 1.220 Gayrimüslim olarak tahmin edilmiştir (Karaca, 1997, s.104). (Tablo 1.2.3)

**Tablo 1.2.3. Tahrir ve Avarız Defterlerine Göre XV-XVIII Asırda Antalya Şehrinin Tahmini Nüfusu**

Tarih	1455	1530		1568		1754	
Zümre	Müslim	Müslim	Gayri-Müslim	Müslim	Gayri-müslim	Müslim	Gayri-müslim
Neferen	104	-	-	1.019	208	1.601	244
Hane	-	474	114	536	137	-	-
Mücerred	-	34	12	-	-	-	-
Kale muhafızı	98	123	-	133	-	-	-
Muaflar	2	53	-	172	-	-	-
Nefer x 3 formülüne göre tahmini nüfus	-	-	-	3.057	624	-	-
Hane x 5 formülüne göre tahmini nüfus	1.020	3.284	582	4.205	685	8.005	1.220

**Kaynak:** Karaca, 1997, s.104

Osmanlı Devleti zamanında yapılan köle ticaretinde Antalya önemli bir merkezdi. Antalya aracılığıyla yapılan köle ticaretinde güneye beyaz köle ihraç edilir, buna karşılık güneyden siyah köle getirilirdi (Engin, 1998, s.142). Osmanlılar XVII yüzyıldan itibaren kölelerini Kafkasya (Gürcü ve Çerkez gibi beyaz köleler) yerine başka yerlerden elde etmek zorunda kalmış ve Afrika kökenli insanları köle olarak Anadolu'ya getirmeye başlamıştır. Kesin sayısı bilinmese de; XVII yüzyılda bazı siyahî köleler Antalya ve civarına yerleşmiştir (Durugönül, 2007, s.1-14., [www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/edurugonul.pdf](http://www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/edurugonul.pdf), (24.01.10)). Çimrin'e (2005, s.27) göre 1770 yılında Mısır'dan gelen çok sayıda Arap Antalya'ya yerleşmiştir. XV Numaralı Antalya Şer'iyeye Sicili Defteri'nden anlaşıldığına göre Antalya'da varlıklı bazı kişilerin köleleri vardı. Bu kölelerin hepsi zenci idi ve varlıkları ya dava konusu olmaları ya da terekelerde geçmeleri ile anlaşılmaktadır (Taşbaş, 2007, 112).

1811 yılında Antalya'yı ziyaret eden Beaufort şehrin nüfusunun 8.000 kişi civarında olduğunu ve bu nüfusun üçte birinin Rum geri kalanın da Müslümanlardan oluştuğunu tahmin etmiştir (Beaufort, 2002, s.129).

Antalya'daki ilk resmi nüfus sayımı 1831 yılında Silahşorandan Hidayet Ağa tarafından yapılmıştır. Bu sayıma göre kentte 2.879 kişi, kentin 26 köyünde 1.963 kişi ve bağlı diğer kazalardaki nüfus ile birlikte Teke sancağında toplam 35.839 kişi yaşıyordu. Ayrıca diğer kazalardan 439 kişi, Mora adasından da 522 muhacir gelip Antalya'ya yerleşmiştir (Karal, 1943, s.122). (Tablo 1.2.4)

1885 yılında Antalya'ya gelen ve bölgede arkeolojik araştırmalar yapan Avusturyalı Karl Graf von Lanckronski'ye göre, Antalya nüfusu 25-26.000 kişidir. Bu nüfusun 7.000 kişisi Rum, 50 kişisi Ermeni, 250 kişisi Yahudi ve geri kalanların çoğu Türk olmak üzere az sayıda Arap ve diğer milletlerden olan Müslümanlardan oluşmaktadır (Çimrin, 2005, s.39).

XIX. yüzyılın Antalya sancağında yaşayan Müslim ve Gayrimüslim halkın kesin sayısı mevcut sicil kayıtlarından tespit edilememektedir (Sarıhan, 2003, s.77). XIX. uncu yüzyıl sürecinde bölünen Osmanlı İmparatorluğu'nda yeni oluşan ülkelerde yaşamak istemeyen Müslüman halk Anadolu'ya göç etmiştir. Bu dönemde Antalya'ya iskân edilen göçmenlerin bir kısmı kent merkezine bir bölümü de Elmalı, Korkuteli, Serik ve Alanya gibi ilçe veya köylere yerleşmiştir. XIX. yüzyıldan itibaren Suriye, Fizan, Mora, Teselya, Girit, Kıbrıs, Balkanlar, Kırım ve Kafkasya'dan (Çimrin, 2006, s.459-465) muhacirler gelmiştir. (Tablo 1.2.4)

**Tablo 1.2.4. Antalya'ya Yönelik Göçler (Anadolu Dışı)**

Yıl	Geldiği Yer	Dini	İl/İlçe	Mahalle/Köy/Mevkii	Hane Sayısı	Nüfus
17 yy.	Afrika	Bilinmiyor	Merkez ve bölgeye	Kundu, Manavgat Sarılar köyü	-	-
1770	Mısır	Müslüman	Bölgeye		-	-
1789/99	Mısır	Müslüman	Merkez ve bölgeye	Kaleiçi, Balbey, Arapsuyu	-	-
1806/12	Balkanlar	Müslüman	Bölgeye		-	-
1821	Mora	Müslüman	Merkez	Moralılar, Saçlıkuyu	600	1.000
1835	Mısır	Müslüman	Bölgeye		-	5.000
1888	Suriye	Müslüman	Merkez ve bölgeye	Orhaniye	-	110
1890	Kafkasya	Müslüman	Serik	Boğazak	138	550
1890	Kafkasya	Müslüman	Korkuteli	Mamure	150	547
1891	Kafkasya	Müslüman	Korkuteli	Yeleme	140	-
1898	Girit	Müslüman	Merkez	Şarampol (Osmaniye)	-	300
1898	Girit	Müslüman	Merkez	Şarampol (Osmaniye)	84	-
1898	Girit	Müslüman	Alanya,Belek,Kadriye		294	-
1901	Balkan	Müslüman		Süleymaniye	-	-
1905	Kırım	Müslüman	Merkez	Yüksekalan,(Ali Çetinkaya cd)	10	-
1908	Girit	Müslüman	Merkez	Şarampol (Osmaniye)	192	-
1912	Balkanlar	Müslüman	Bölgeye		-	-
1913	Balkanlar	Müslüman	Bölgeye		-	4.000
1913	Balkanlar	Müslüman	Serik	Boğazak	-	-
25 Eylül 1923	Fizan	Müslüman	Merkez		70	190
4 Mart 1924	Balkanlar	Müslüman	Merkez		1.426	5.246
4 Mart 1924	Balkanlar	Müslüman	Elmalı		12	46
19 Mart 1924	Balkanlar	Müslüman	Merkez	Yenikapı	-	-
5 Haziran 1924	Balkanlar	Müslüman	Merkez		-	-

1927	Balkanlar	Müslüman	Merkez		-	-
Nisan 1927	Kıbrıs	Müslüman	Merkez	Yeniköy, Adrasan Çavuş Köy, Serik/Çakallık, Kadriye, Ahmediye	54	144

**Kaynak:** (Çimrin, 2005; Çimrin, 2006; Durugönül, 2007). Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Osmanlı döneminde halk genel olarak Müslim ve Gayrimüslim olarak tanımlanmıştır. Çimrin, Karaca ve Taşbaş'a göre XIX. yüzyıl Antalya'sında Müslümanlar ile birlikte Musevi ve Hristiyanlar da yaşıyordu. Bu kaynakların incelenmesinden Antalya'da Arap, Arnavut, Bulgar, Boşnak, Çerkez, Çingene, Ermeni, Karaim, Musevi, Rum, Tatar ve Türkmen (Yörük) asıllı kimseler ile siyahîlerin de yaşadığı anlaşılmaktadır. 1905/06 Osmanlı son nüfus sayımında göre Antalya Sancağı'nda 225.279 Müslüman, 10.255 Rum, 524 Ermeni, 5 Bulgar, 258 Yahudi, 403 Çingene, 30 yabancı olmak üzere toplam 236.754 kişi yaşamakta idi (Dinç, 2007, s.349-373).

Türkiye Cumhuriyet'inin kurulmasından sonra Anadolu'ya yönelik dış göçler günümüze kadar devam etmiştir. 1924-1992 yılları arasında Bulgaristan, Kıbrıs, Yugoslavya, Yunanistan, Romanya ve dağılan SSCB'den Türkiye'ye göçler olmuş ve muhacirlerin bir kısmının Antalya iline yerleştiği bilinmektedir.

1960'lı yıllardan itibaren Antalya'da turizm hareketleri canlılık kazanmıştır. Bu tarihten itibaren ilin toplam nüfusundaki artış hızını daha çok turizm sektöründeki hareketler belirlemiştir. 1985 yılı itibariyle bölgedeki turizm yatırımları hızla çoğalmış ve bunun neticesinde Antalya'ya yönelik iç göç de artmıştır. 2000 yılından itibaren kentin demografik hareketleri irdelendiğinde; salt sosyal, ekonomik veya siyasal nedenlerden dolayı göç olgusunun oluşmadığı ayrıca yurt içi kaynaklı ve yurt dışı kaynaklı özellikle 3. yaş grubun (emekli kesimin ) yaşama amaçlı ve diğer grupların spekülatif amaçlı olarak Antalya'ya göç ettiği anlaşılmaktadır (Antalya Büyükşehir Belediyesi (a); s.79, ([www.sp.gov.tr/.../planlar/AntalyaBuyuksehirSP20072011.pdf](http://www.sp.gov.tr/.../planlar/AntalyaBuyuksehirSP20072011.pdf)) (20.10.09)).

Kentteki yaşamın sakinliği, kış mevsiminin kısa sürmesi ve iklimin ılıman olması gibi etkenler yerel ve yabancı emekli ailelerin Antalya'ya göç etme nedenleri arasındadır. İstanbul, Konya ve Ankara gibi illerden de Antalya'ya yönelik yoğun bir göç yaşanmaktadır. Bu durum Antalya'ya yönelik göç hareketinin salt iş amaçlı olmadığını göstermektedir. Antalya'ya yönelik dış göçler de gerçekleşmektedir. Antalya Bölgesi'ni her yıl en az bir defa ziyaret eden

bazı yabancılar bölgeden ev sahibi olmakta ve Antalya'ya göç gelip yerleşmektedir (Aydilek, 2005, s.1).

İllerin 1975-2000 dönemi net göç hızına göre sıralanışında Antalya 3.ncü sırada yer almıştır. 1975-1980 döneminde binde 26,5; 1980-1985 döneminde binde 32,8; 1985-1990 döneminde binde 89,7; 1995-2000 döneminde binde 64,3 olarak gerçekleşmiştir (TUIK, 2008, s.55) TUIK'e (2008, s.44) göre 2008 yılında diğer illerden Antalya'ya 92.031 kişi göç gelmiş, Antalya'dan diğer illere 55.806 kişi göç gitmiş ve Antalya iline net 36.225 kişi yerleşmiştir. Diğer illerden Antalya'ya net göç oranı yüzde 19,68'dir. Antalya ilinin nüfusu hızla artmakta olup Antalya iç ve dış göçün baskısı altındadır. Türkiye'de en çok göç alan şehir Antalya'dır. Antalya ili 2007-2008 dönemi yıllık nüfus artış hızı binde 38,36'dır.

Antalya'ya yönelik göçte ilk üç sırayı İstanbul, Konya ve Ankara gibi büyükşehirler almaktadır. Antalya'ya Isparta, Burdur ve Afyon gibi komşu illerden de göç gerçekleşmektedir. Antalya ayrıca İzmir, Mersin ve Hatay gibi kıyı şehirleri ile Diyarbakır ve Şanlıurfa gibi güneydoğu illerinden de göç almaktadır. (Tablo 1.2.5)

**Tablo 1.2.5 Antalya'ya Göç Veren Şehirler, Göç Gelen Sayısı ve Yerleşme Oranı**

S.No	Göç Veren İller	Göç Eden Toplamı	Antalya'ya Gelen Göç	Antalya'ya Yerleşme Oranı
1	İstanbul	348.193	9.457	10,28
2	Konya	56.760	7.417	8,06
3	Ankara	126.198	5.682	6,17
4	Isparta	16.800	4.472	4,86
5	İzmir	89.819	3.290	3,57
6	Hatay	32.624	3.153	3,43
7	Burdur	10.019	3.126	3,40
8	Mersin	50.110	3.124	3,39
9	Afyonkarahisar	24.861	2.454	2,67
10	Diyarbakır	47.777	2.440	2,65
11	Adana	58.316	2.885	3,13
12	Şanlıurfa	37.282	2.246	2,44
İlk 12 İlin Ara Toplamı		898.759	49.746	54,05
Diğer İller Toplamı		1.318.927	42.285	45,95
Antalya'nın Verdiği Göç		55.806	0	0
Göç Eden Genel Toplamı		2.273.492	92.031	100

**Kaynak:** TÜİK, 2008. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Göç olgusu, yalnız insanların değil, aynı zamanda onlarla birlikte çeşitli yeteneklerin, sermayenin ve kültürlerin de fiziki mekân üzerindeki hareketliliğin anlamını taşımaktadır. Bu nedenle genel olarak göç, göç veren yerleri etkilediği gibi göç alan yerleri de etkilemektedir. Özellikle farklı, sosyal-kültürel gruplara ait bireylerin göç yoluyla aynı kent merkezlerinde yaşamaya başlamaları, toplumsal bütünleşme ya da bütünleşmeme gibi sosyal olguların ve sorunların ortaya çıkmasında etkin rol oynamaktadır (Erol, 1997, s.390).

### 1.3.Antalya'da Nüfus Yoğunluğu ve Nüfus Dağılışı

Antalya ilinin toplam yüzölçümü 20.909 km<sup>2</sup> (TÜİK, 2008, s.4) olup Türkiye alanının yüzde 2,6'sını kapsamaktadır. Bu alanın yüzde 20,16'sı (4.150.160 dekar) tarım alanı, yüzde 4,98'zi (1.024.650 dekar) çayır-mera, yüzde 55,12'si (11.350.600 dekar) orman ve fundalıklar, yüzde 0,025'i (52.080 dekar) su yüzeyi ve yüzde 19,49'u (4.013.520 dekar) da tarım dışı alanlar ve yerleşim alanıdır (Özyiğit ve Bilgen, [www.akdeniz.edu.tr/ziraat/yayinlar/017\\_004.pdf](http://www.akdeniz.edu.tr/ziraat/yayinlar/017_004.pdf) (14.01.10)).

Antalya 1927'de nüfus büyüklüğü açısından 63 il arasında 29.üncü sırada yer alıyordu ve ilde km<sup>2</sup>'ye düşen kişi sayısı 11 kişi idi. Bu sayı 2000 yılında 83 kişiye, 2008 yılında da 90 kişiye yükselmiştir (TÜİK, 2008, s.48). Antalya genelindeki erkek ve kadın nüfusun yarısı 28 yaşından gençtir (Antalya Büyükşehir Belediyesi (b); s.25; [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)). İstatistikî verilere göre Antalya'nın 2007 yılı nüfusu 1.789.295 kişi; 2008 yılı nüfusu 1.859.275 kişi olup nüfus bakımından Türkiye'nin yedinci ilidir (Tablo 1.3.1).

**Tablo 1.3.1. Türkiye Geneli İl Nüfus Sıralamasında En Kalabalık On İl**

Sıra No	Türkiye ve İlk On İl	Yıllar İtibariyle Nüfus	
		2007	2008
	Türkiye	70.586.256	71.517.100
1	İstanbul	12.573.836	12.697.164
2	Ankara	4.466.756	4.548.939

3	İzmir	3.739.353	3.795.978
4	Bursa	2.439.876	2.507.963
5	Adana	2.006.650	2.026.319
6	Konya	1.959.082	1.969.868
7	Antalya	1.789.295	1.859.275
8	Gaziantep	1.560.023	1.612.223
9	Mersin	1.595.938	1.602.908
10	Kocaeli	1.437.926	1.490.358

**Kaynak:** TÜİK, 2007 ve 2008 yılı verileri. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya kent merkezinin nüfusu 955.596 kişidir. Kepez ilçesi 387.904 nüfusla Antalya'daki en fazla nüfusa sahip merkez ilçedir. İkinci sırada yer alan Muratpaşa ilçesinin nüfusu 377.857 kişidir. Kepez ilçesinde km<sup>2</sup>'ye 960,7 kişi düşerken, Muratpaşa ilçesinde km<sup>2</sup>'ye 4.107 kişi düşmektedir. Antalya ilinde km<sup>2</sup>'de en fazla nüfus Muratpaşa ilçesindedir. (Tablo 1.3.2)

**Tablo 1.3.2. Antalya ve Merkez İlçeleri ile Akdeniz Bölgesi ve Türkiye Nüfusunun Km<sup>2</sup>'ye Göre Dağılımı**

İlçeler	Yüzölçümü Km <sup>2</sup>	Nüfus			Km <sup>2</sup> 'ye Düşen Kişi
		Toplam	Erkek	Kadın	
Kepez	403,76	387.904	196.199	191.705	960,7
Muratpaşa	92,00	377.857	187.184	190.673	4107,1
Konyaaltı	562,40	92.126	46.421	45.705	163,8
Aksu	440,00	57.072	29.136	27.936	129,7
Döşemealtı	673,10	40.637	20.461	20.176	60,4
Merkez Toplam	2.171,26	955.596	479.401	476.195	440,1
Diğer İlçe ve Beldeler Toplamı	18.643,74	903.679	462.861	440.818	48,5
Antalya Genel Toplam	20.815,00	1.859.275	942.262	917.013	89,3
Akdeniz Bölgesi Toplamı	122.927,00	9.050.691	4.536.659	4.514.032	73,6
Türkiye Genel Toplamı	814.578,00	71.517.100	35.901.154	35.615.946	87,8

**Kaynak:** TÜİK 2008. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'nın kent nüfus dağılımında eski ticaret ve iş merkezleri ya da geleneksel merkez önemli rol oynamaktadır. Antalya halen tek merkezli bir kenttir. Ulaşım şeması genel olarak



Muratpaşa ilçesinde bulunan Kalekapısı'na yönelmiştir. Kent merkezi yaşama alanlarındaki dağınık ve organik gelişimin aksını iş alanları, çalışma alanlarına yönelik ekstansif kullanımlar, depolama alanları gibi Merkezi İş Alanı içerisinde yer alması gerekmeyen kullanımları da kapsayarak içe dönük bir yığılma ve yoğunlaşmaya sahiptir. Kent merkezinden doğu-kuzey ve güney batı yönlerinde yoğun bir mal-hizmet ve insan akımı ağırlıklı transit olarak geçmektedir. Çevre yolu hızlı kentleşme ve gelişmenin sonucu olarak bugün kent içi bulvar niteliği almıştır. Motorlu kara vasıtaları ile Serik tarafından gelenler için Aspendos Bulvarı, Döşemealtı tarafından gelenler için Namık Kemal Bulvarı bağlantılı iki güzergâh olan Güllük ve Şarampol, Kemer tarafından gelenler için de Yüzüncü Yıl Bulvarı yoğun bir trafiğe sahiptir (Tak, 2009, s.6).

Şarampol Caddesi, Cumhuriyet Caddesi ve Cumhuriyet meydanı, Atatürk Caddesi, Işıklar Caddesi, Ali Çetinkaya Caddesi, Güllük Caddesi, İsmet Paşa Caddesi de nüfusun yoğunlaştığı alanlardır. Kepez-Fatih mahallesinden Meydan mevkiine uzanan raylı sistem hattı Antalya kent içi toplu taşımada Kalekapısı'na yönelmiştir. ANTRAY ile İsmet Paşa, Cumhuriyet, Atatürk, Ali Çetinkaya, Cebesoy Caddeleri ve civarlarındaki alana yönelik taşıma yapılmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=8172](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=8172) (14.01. 10)). Cumhuriyet Caddesinden Yat limanına, Kaleiçi ve Kalekapısı'na, Atatürk Caddesindeki Hadrian (Üçkapılar) kapısına yönelik kültür turları da Kaleiçi çevresi alanındaki ziyaretçi sayısını arttırmaktadır. Kent merkezindeki resmi kurum ve kuruluşlar ile alışveriş işletmeleri, finans (banka/döviz) kurumları, özel dersaneler ve yabancı dil kurslarının çoğu Muratpaşa ilçesindedir. Bu durum Muratpaşa ilçesinin merkezîyet gücünü artırarak belirtilen alandaki nüfusun artmasına neden olmaktadır. Nüfus hareketinin yoğun olduğu caddeler Deniz, Kışla, Elmalı, Balbey, Tahılpazarı, Sinan, Haşim İşcan mahallelerinde yer almaktadır. Bu mahalleler şehrin ilk kurulduğu Kaleiçi semtinin hemen çevresinde toplanmıştır. Nüfusun yoğun olduğu bu cadde ve mahalleler Muratpaşa ilçesindedir. Halkın anlatisına göre; nüfus yoğun mahallelerin hemen yanındaki Kaleiçi semtinde herhangi bir yoğunluk yaşanmamaktadır. Çünkü 1960'lı yıllardan itibaren Kaleiçi semtinin sakinleri bu alanı terk etmiştir. Günümüzde dört mahallesi bulunan Kaleiçi semtindeki yerleşik nüfus toplam 910 kişidir (Antalya Valiliği, <http://www.antalya.gov.tr/download.asp?process=1&procid=37> (10.01.10)).

Muratpaşa ilçesi eski Antalya'dır. Yoğun mal-hizmet ve insan akımına bağlı olan kent merkezindeki yığılma ve yoğunlaşmanın azaltılması için alınan idari kararlar doğrultusunda

diğer ilçelerde işlevlendirilmiş alt merkezler oluşturulmaktadır (Antalya Büyükşehir Belediyesi (b), s.120; [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)). Hükümet Binası (Nüfus Müdürlüğü, Milli Eğitim Müdürlüğü vb), Muratpaşa Belediyesi ve bağlı kurumları ile Antalya Ticaret ve Sanayi Odası hizmet binasının, şehir merkezinden yeni hizmet yerlerine taşınmasıyla kentin merkeziyet gücü biraz azalmış ve bu kurumlara yönelik nüfus yoğunluğu şehir merkezinden yeni bölgelere çekilmiştir.

Antalya ilinin coğrafi koşulları yerleşmeye çok uygundur. Arazi yapısı bakımından engebesiz, tarım ve yapılaşmaya uygun olan Antalya'da (Alçitepe, [www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/17.pdf](http://www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/17.pdf) (14.01.10)) 1990'lı yıllara kadar tarım ön planda idi. Ancak 1960'lı yıllardan itibaren turizm gelişmeye başlamış ve yeni konut alanlarına ihtiyaç doğmuştur. Buna bağlı olarak kentteki tarım arazileri imara açılmıştır. Günümüzde Antalya'da konut ve sanayi ile turizm amaçlı olarak oluşan alanların tarım alanlarının aleyhine gösterdiği gelişim, hızlı boyuttadır. Bu gelişme; mera ve orman alanlarının önce tarım alanlarına ve sonra yerleşmeye ya da doğrudan yerleşmeye açılması şeklindedir (Antalya Büyükşehir Belediyesi (b), s.104; [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)).

Antalya bölgesinde tarımsal üretim ve gelişme mekânsal olarak farklılık göstermektedir. Bölgede kırsal nüfus başına tarımsal üretim değeri 1.040.-TL olup tarımsal üretimin Türkiye içindeki payı yüzde 3,05'tir. (T.C.Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007, s.52) Antalya kent merkezinde kalan Muratpaşa ilçesinin 14 mahallesinde halen tarım yapılmaktadır. Halkın anlatısına göre; 1924-1926 yıllarındaki mübadelede Yunanistan'dan gelen göçmenler Değirmenönü semtindeki Rumlardan boşalan evlere yerleştirilmiş ve kendilerine Düden Çayı sahasında tarlalar verilmiştir. 2000 yılından evvel merkeze bağlı Demircikara, Zümrütova, Kırçami, Yeşilbahçe, Şirinyalı, Güzeloba, Gebizli gibi mahallerde tarımla uğraşan aile çok idi. Tarıma elverişli alanların imara açılması ile arazi sahibi bazı çiftçiler zirai faaliyette bulunmaktan vazgeçmiştir. Metropolitenleşme sürecindeki Antalya'da kentsel rant önem kazanmış, kent merkezi çevresinde bulunan verimli tarım topraklarının konutlarla dolması söz konusu olmuştur (Güçlü, 2007, s.374-386).

Müller'e (1992, s.63) göre turizm alanındaki iş imkânları ve bununla birlikte sağlanan gelir, çiftçinin refahını artırır. Böylece turizm dağ tarımını destekleyip, değişik zengin bir arazi manzarasını sağlayan küçük yapıyı ve böylece kullanım çeşitliliğini korumaya yardımcı olur. Ancak tarım mekanizmasının farklı sonuçları da var: Turizm inşaat sektöründen, toprak

ve iş gibi üretim faktörlerine artan bir talep mevcut → Tarımda artan personel sorunu → Rasyonel ve mekanizasyona giden bir baskı → Yüksek sermaye giderleri → Turizmden olan bir yan gelirin cazibesi → Çalışma koşullarının ağırlığı → Rasyonelleşmeye yönelik artan baskı → vs. Sermaye giderleri ayrıca toprak fiyatlarının artmasıyla da yükselmekte, bunların tümü ise toprak satma isteğini artırmaktadır.

Antalya merkezde tarımsal üretime uygun toprak potansiyeli açısından kuzey bölgesindeki Döşemealtı ilçesi ile doğu bölgesindeki Aksu ilçesi daha fazla alana sahiptir. Ancak Aksu ilçesinin tarım arazi yapısı Döşemealtı ilçesi tarım arazilerine nazaran daha verimlidir. Kepez, Muratpaşa ve Konyaaltı ilçeleri ise daha az tarımsal alana sahiptir.

#### **1.4. Antalya Nüfusunun Sosyal Özellikleri**

Turizm hizmetinin gereği gibi yerine getirilmesinde cinsiyet, eğitim ve öğretim ile yaş gibi sosyal özellikler turizm hizmetinin kalitesini etkilemektedir. Araştırmalara göre Antalya kentine göç eden nüfus büyük oranda çalışma yaşındaki nüfustur (Arıbaş, 2007, s.302-321) Turizm açısından genç yaş önemli olup nüfusun sosyal yapısının bilinmesi gerekir.

##### **1.4.1. Antalya'da Nüfusun Cinsiyeti ve Öğrenim Düzeyi**

Araştırmalara göre dünyada her onbeş kişiden biri turizm sektöründe çalışmaktadır. Turizm sektöründe çalışanların yarısını da kadın çalışanlar oluşturmaktadır (Oktik, [www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4\\_10.pdf](http://www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4_10.pdf) (19.01.10)). Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin yüzde 32,5'i Antalya'dan giriş yapmakta ve genel olarak giriş yaptıkları bölgedeki tesislerde konaklamaktadır (Bkz. Bölüm 2.2 Antalya'da Turizm Endüstrisi). Ziyaretçilere sunulacak hizmetin gereği gibi yerine getirilmesinde nüfusun cinsiyeti ve öğrenim düzeyi önem taşımaktadır.

Nüfusun cinsiyet yönünde bileşiminin ölçülmesinde kullanılan yöntem, her 100 kadına düşen erkek sayısının hesaplanmasına dayanır. Cinsiyet oranı yaş gruplarına göre hesap edilirse bazı önemli yorumlara gidilebilir. Örneğin küçük yaşlarda erkek oranının yüksek olması erkek çocuğu doğumunun fazlalığından kaynaklanır. İleri yaşlarda erkek nüfus

oranının düşük olması kadının ortalama ömrünün daha uzun olmasıyla açıklanır. 2008 yılı verilerine göre Antalya ili nüfusunun cinsiyet oranı 102,75'dir.

Antalya kent nüfusunun yüzde 50,17'ni erkekler, yüzde 49,83'nü de kadınlar oluşturmaktadır. Erkek ve kadın nüfus oranı arasındaki fark çok azdır. Antalya'daki erkek nüfusun kadın nüfusundan fazla olması, kente diğer illerden daha fazla erkek nüfusun gelmiş olmasıyla ilişkilidir. Antalya kent merkezi nüfusu ile ilçe merkezi ve belde ve köy nüfusu cinsiyet oranları farklılık göstermektedir. Örneğin, Muratpaşa ilçesinde kadın nüfusu erkek nüfusa göre daha fazladır. Muratpaşa ilçesinde kentli nüfusun yüzde 49,54'nü erkekler, yüzde 50,46'nı kadınlar oluşturmaktadır. Ancak Antalya ili genelinde erkek nüfusu kadın nüfusuna göre öndedir. İldeki toplam nüfusun yüzde 50,68 erkekler, yüzde 49,32'ni de kadınlar oluşturmaktadır. Antalya kent merkezi nüfusu ile Antalya toplam nüfusunun cinsiyete göre yapılan karşılaştırmasında, kadın ve erkek nüfusu arasındaki fark çok azdır.

Öğrenim düzeyi gelişmişlik olgusunu açıklayan ölçütlerden biridir (Erari, aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/ Ferhat\_Erari.doc (15.01.10)). Ekonomik kalkınma sürecinde nitelikli iş gücü en önemli üretim faktörü olduğundan ekonomi ve eğitim birbirine bağlıdır. Ekonomik kalkınma aracı olan turizmin gelişmesi için turist kabul eden bölgedeki yerel halkın turistlerle daha kolay iletişim kurabilmesi gerekir. Öğrenim ile insanın özgüveni arttığından, insan daha kolay iletişim kurabilmektedir. Öğrenim düzeyi arttıkça halkın turiste ve turizme olan ilgisi de artacaktır. Turistlerle olan iletişimde eğitim düzeyi yüksek yerliler arasında zamanla kültürel bir kaynaşma olabileceği gibi (Doğan, 1987, s.104) ülke ekonomisine katkı sağlayacak iktisadi oluşumlar da kurulabilmektedir.

Doğal ve kültürel zenginliklere sahip bölgelerde halkın ilgisini turizme çekebilmenin yolu eğitimidir. 4857 numaralı İş Kanununun 71.nci maddesinde çalışma yaşı 15 ve üstü olarak tespit edilmiştir. Yasanın bu hükmü esas alındığında, Antalya ilinde ( 15 + yaş ) bitirilen eğitim düzeyi ve cinsiyete göre nüfus 957.716 kişidir. (Tablo 1.4.1)

**Tablo 1.4.1 Antalya'da 15 Yaş ve Üzeri Nüfusun Eğitim Öğretim Düzeyi**

Bitirilen eğitim düzeyi	Nüfus			Cinsiyet		Nüfusun eğitim düzeyi		
	Toplam	Erkek	Kadın	Erkek %	Kadın %	Toplam %	Erkek %	Kadın %
Okuma yazma bilmeyen	41.654	6.810	34.844	16,35	83,65	4,35	0,71	3,64
Okuma yazma bilen, okul bitirmeyen	32.975	12.179	20.796	36,93	63,07	3,44	1,27	2,17
İlkokul mezunu	322.899	151.358	171.541	46,87	53,13	33,72	15,80	17,91

İlköğretim mezunu	98.069	51.013	47.056	52,02	47,98	10,24	5,33	4,91
Ortaokul veya dengi okul mezunu	59.025	35.825	23.200	60,69	39,31	6,16	3,74	2,42
Lise veya dengi okul mezunu	223.257	118.807	104.450	53,22	46,78	23,31	12,41	10,91
Yüksekokul veya fakülte mezunu	100.636	58.679	41.957	58,31	41,69	10,51	6,13	4,38
Yüksek lisans mezunu	4.345	2.571	1.774	59,17	40,83	0,45	0,27	0,19
Doktora mezunu	1.053	678	375	64,39	35,61	0,11	0,07	0,04
Bilinmeyen	73.803	42.159	31.644	57,12	42,88	7,71	4,40	3,30
TOPLAM	957.716	480.079	477.637	50,13	49,87	100,00	50,13	49,87

Antalya'da Net Eğitim Öğretim Düzeyi			
Eğitim öğretim düzeyi bilinen kişi	842.259	431.110	411.149
Eğitim öğretim düzeyi bilinen oranı	87,94	89,80	86,08

**Kaynak:** TÜİK, 2008. ([http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=14&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=14&ust_id=5) (13.02.10))  
+15 yaş bitirilen eğitim düzeyi ve cinsiyete göre nüfus verilerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'daki okuma yazma bilmeyenler ile eğitim öğretim durumu bilinmeyenlerin toplamı 115.457 kişi olup okuma yazma durumu bilinen toplam nüfus 842.259 kişidir. İldeki 15 yaş ve üzerindeki nüfusun okuryazarlık durumunu cinsiyete göre dikkate aldığımızda okuryazar nüfusun yüzde 50,13'nü erkekler, yüzde 49,87'si kadınlar oluşturmaktadır. Antalya'daki 15 yaş ve üzeri nüfusun okuryazarlık durumuyla ilgili veriler sıralandığında:

- İlk sırada yüzde 50,12 oranı ile ilköğretim mezunları, (ilkokul mezunu oranı yüzde 33,72; ilköğretim mezunu oranı yüzde 10,24; ortaokul mezunu oranı yüzde 6,16)
- İkinci sırada yüzde 23,31 oranı ile lise ve dengi okul mezunları,
- Üçüncü sırada yüzde 12,06 oranı ile okuryazar olmayanlar, (okuma yazma bilmeyen oranı yüzde 4,35 ve yüzde 7,71 oranı ile eğitim öğretim durumu bilinmeyenler)
- Dördüncü sırada yüzde 10,66 oranı ile yüksek öğrenim mezunları (yüzde 10,51 oranı ile yüksekokul-fakülte, yüzde 0,45 oranı ile yüksek lisans ve yüzde 0,11 oranı ile doktora) yer almaktadır.

Antalya ilinde 15 yaş üzerindeki grubun bitirilen eğitim düzeyine göre okuryazarlık oranı yüzde 87,94'tür. Türkiye'deki okuryazarlık oranı yüzde 83,22'dir. Antalya'nın okuryazar oranı Türkiye ortalamasının üstündedir. Antalya nüfusunun yüksekokul ve fakülte mezunu oranı (yüzde 10,66) Türkiye ortalamasının (yüzde 7,28) üstündedir. Öğrenim düzeyinin artması, çeşitli eğitim ve öğretim kurumlarının yaygınlaşması ile yerel halk turizmin önemini daha iyi anlayabilir.

Yapılan araştırmalarda günümüz bilgi toplumunda “toplam kalite” anlayışındaki “sürekli eğitim ilkesi” gereği; çalışanların yarıdan fazlasının (yüzde 52) yüksek öğretim görmüş olması gerektiği hesaplanmıştır (Erari, aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/ Ferhat\_Erari.doc (15.01.10)). Antalya’da turizmin sürdürülebilirliği için eğitim ve öğretim önemlidir. Eğitim öğretim sürekliliği esas alınarak Antalya’da resmi ve özel kuruluşlar sektörlerin ihtiyacına yönelik çeşitli eğitim kursları düzenlemektedir. 2008 yılında düzenlenen kurslarda 191.060 kişi çeşitli kurs bitirmiştir. (Tablo 1.4.2) Herhangi bir kursu bitiren kişiler okuryazarlık ve mezun oldukları okul dikkate alınarak sıralamaya tabi tutulduğunda;

- İlk sırada yüzde 49,92 oranı ile ilköğretim mezunları (ilkokul mezunu oranı yüzde 16,05’ni, ilköğretim mezunu oranı yüzde 33,87),
- İkinci sırada yüzde 33,09 oranı ile lise ve dengi okul mezunları (lise mezunu oranı yüzde 28,90’nı, meslek lisesi mezunu oranı yüzde 4,19),
- Üçüncü sırada yüzde 9,03 ile yüksekokul mezunları,
- Dördüncü sırada yüzde 7,98 ile okula gidememiş kişiler (okuryazar oranı yüzde 6,81, okuma yazma bilmeyen oranı yüzde 1,17) yer almaktadır.

**Tablo 1.4.2 Antalya’da Düzenlenen Kurslarda Kurs Bitiren Kursiyerlerin Eğitim Durumu**

Eğitim Kurumu	Eğitim Durumu							
	Okumaz	Okur	İlkokul	İlk- öğretim	Lise	Meslek Lisesi	Yüksek- okul	TOPLAM
TR611 Antalya	2.226	13.006	30.657	64.703	55.216	8.004	17.248	191.060
Halk Eğitim Merkezi	2.226	13.004	12.916	16.310	16.749	1.842	9.857	72.904
Mesleki Eğitim Merkezi	-	-	-	12 048	1.206	881	1.442	3.529
(3308 S.K) Meslek Kursları	-	-	230	1 439	281	48	59	618
Pratik Kız Sanat Okulu	-	2	159	229	390	23	41	844
Olgunlaşma Enstitüsü	-	-	-	-	-	29	-	29
Turizm Eğitim Merkezi	-	-	-	110	84	5	2	201
Özel Dershane	-	-	-	21.162	18.788	753	142	40.845
Motorlu Taşıt Sürücü Kursu	-	-	13.964	12.245	14.541	4.037	4.796	49.583
Özel Muhtelif Kurslar	-	-	516	581	3.161	386	909	5.553
Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Mrk.	-	-	2.618	462	16	-	-	3.096
Özel Etüt Eğitim Merkezi	-	-	254	117	-	-	-	371
Kurs Bitirenlerin Oranı (%)	1,17	6,81	16,05	33,87	28,90	4,19	9,03	100,00

**Kaynak:** TUIK, 2008 yılı. İBBS 3 ve Eğitim Kurumlarına Göre Bitiren Kursiyerlerin Eğitim Durumu ([http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=14&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=14&ust_id=5) (13.02.10))

### 1.4.2. Antalya’da Nüfusun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sosyo kültürel araştırmalarda nüfusun yaş yapısını tanımak önem taşımaktadır. Az gelişmiş ülkelerde nüfusun büyük çoğunluğu gençlerden oluşmakta iken ekonomik bakımdan üretken olmadığı kabul edilen nüfusun (yaşlı nüfus) payı daha düşüktür. Gelişmiş ülkelerde ise tersine bir durum gözlenir. Doğurganlığın düşüklüğü nedeniyle çalışma çağındaki nüfusun payı (genç nüfus) düşük, buna karşılık yaşlı nüfusun payı çok yüksektir (Kocaman T, 2002, s.11., e-kitap: <http://ekutup.dpt.gov.tr/nufus/kocaman/projeksi.pdf> , (14.01.10)).

Antalya nüfusunu 0-14 yaş grubu, 15-29 yaş grubu, 30-64 yaş grubu ve 65-90 + yaş grubu olmak üzere dört ana yaş grubuna ayırarak incelediğimizde; (Tablo 1.4.3) Antalya ile Muratpaşa’nın 0-14 yaş grubu ortalamaları Türkiye ortalamasının gerisindedir. Bunun en önemli nedeni doğurganlık oranının Türkiye ortalamasının altında olmasıdır.

**Tablo 1.4.3 Yaş Gruplarına Göre Antalya Nüfusu**

Yaş Grubu	Yaş Aralığı	Nüfus			Genel Toplamdaki Oranı		
		Toplam	Erkek	Kadın	Toplam %	Erkek %	Kadın %
1.Grup 0-14 Yaş Grubu	0-4	146.803	75.311	71.492	7,90	4,05	3,85
	5 ve 9	150.273	77.269	73.004	8,08	4,16	3,93
	10 ve 14	155.478	80.031	75.447	8,36	4,30	4,06
	1.Grup Toplamı	452.554	232.611	219.943	24,34	12,51	11,83
2.Grup 15-29 Yaş Grubu	15-19	145.954	75.393	70.561	7,85	4,05	3,80
	20-24	139.248	67.112	72.136	7,49	3,61	3,88
	25-29	175.264	89.279	85.985	9,43	4,80	4,62
	2.Grup Toplamı	460.466	231.784	228.682	24,77	12,47	12,30
3.Grup 30-64 Yaş Grubu	30-34	170.706	87.256	83.450	9,18	4,69	4,49
	35-39	163.270	83.433	79.837	8,78	4,49	4,29
	40-44	141.455	73.263	68.192	7,61	3,94	3,67
	45-49	124.601	63.914	60.687	6,70	3,44	3,26
	50-54	100.505	51.185	49.320	5,41	2,75	2,65
	55-59	75.739	38.398	37.341	4,07	2,07	2,01
	60-64	54.951	27.125	27.826	2,96	1,46	1,50
	3.Grup Toplamı	831.227	424.574	406.653	44,71	22,84	21,87
4.Grup 65-90+ Yaş Grubu	65-69	42.955	21.002	21.953	2,31	1,13	1,18
	70-74	29.199	13.919	15.280	1,57	0,75	0,82
	75-79	25.548	11.787	13.761	1,37	0,63	0,74
	80-84	12.571	4.948	7.623	0,68	0,27	0,41
	85-89	3.392	1.238	2.154	0,18	0,07	0,12
	90+	1.363	399	964	0,07	0,02	0,05
	4.Grup Toplamı	115.028	53.293	61.735	6,19	2,87	3,32

Genel Toplam	1.859.275	942.262	917.013	100,00	50,68	49,32
--------------	-----------	---------	---------	--------	-------	-------

**Kaynak:** TÜİK 2008, (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Araştırmalara göre genç yaş grubundaki insanların turiste ilgi ve merakı daha fazla olup genç nüfus turizme daha yatkındır. Turizme ilgisiz olduğu kabul edilen yaşlı nüfusa göre genç nüfus turizm hareketlerine katılmakta daha isteklidir. Yerli gençler, turistlere hayranlık duyabilmekte veya onlarla sürekli ilişkiler kurabilmektedir (Doğan, 1987, s.117). Turizm ile yaş grupları arasında ilişki kurulduğunda genel olarak 15-29 yaş arasındaki genç nüfus dikkate alınmaktadır. Antalya ilindeki 15-29 yaş grubu; 231.784 erkek (yüzde 12,47), 228.682 kadın (yüzde 12,30) olmak üzere 460.466 kişidir (yüzde 24,77). İkinci gruptaki 20-24 yaş arası nüfusun 67.112 kişi erkek (yüzde 3,61) iken 72.136 kişisi kadın (yüzde 3,88) olmak üzere toplam 139.248 kişidir (yüzde 7,49). İkinci gruptaki 20-24 yaş arası kadın nüfusu erkek nüfusundan daha fazladır.

Antalya’da turizm ön planda olduğundan 15-29 yaş grubundaki gençlerin turizme, turiste ilgisi ve davranış şekli kent ekonomisi için önemlidir. 15 yaş üzerindeki Antalya kent nüfusu 728.296 kişi olup, 15-29 yaş grubundaki Antalya kent nüfusu ise 242.275 kişidir. Antalya (merkez) kent nüfusunun yüzde 33,27’si 15-29 yaş grubundaki gençlerden oluşmaktadır. Kent nüfusunun yüzde 16,70’i 15-29 yaş grubundaki kadınlardan, yüzde 16,57’si de aynı yaş grubundaki erkeklerden oluşmaktadır. Antalya kent merkezindeki 15-29 yaş grubundaki kadınlar bu yaş grubundaki erkeklerden daha fazladır. Antalya yüzde 33,27 orandaki genç nüfusuyla turizm açısından avantajlıdır. (Tablo 1.4.4)

**Tablo 1.4.4 (+15) Yaş Grubunda Antalya ve Merkez İlçeleri 15-29 Yaş Arası Kent Nüfusu**

Kent merkezi	+15 Yaş Grubu Kent Nüfusu	15-29 Yaş Arası Cinsiyete Göre Nüfus			Kent Nüfusuna Oranı		
		Toplam	Erkek	Kadın	Toplam %	Erkek %	Kadın %
Aksu	41.346	14.662	7.375	7.287	35,46	17,84	17,62
Döşemealtı	30.618	10.008	5.111	4.897	32,69	16,69	15,99
Konyaaltı	73.173	22.941	11.633	11.308	31,35	15,90	15,45
Kepez	283.524	103.333	50.862	52.471	36,45	17,94	18,51
Muratpaşa	299.635	91.331	45.643	45.688	30,48	15,23	15,25
Antalya	728.296	242.275	120.624	121.651	33,27	16,56	16,70
Antalya İl	1.406.721	460.466	231.784	228.682	32,73	16,48	16,26



Türkiye	52.728.513	18.960.499	9.659.833	9.300.666	35,96	18,32	17,64
---------	------------	------------	-----------	-----------	-------	-------	-------

**Kaynak:** TÜİK, 2008. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)). Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'daki genç nüfusun fazlalığı gelecekte genç nüfusun istihdam, eğitim, sağlık, dinlenme ve eğlence yeri gibi birçok sorunun karşılanması gerektiğini göstermektedir (Arıbaş, 2007, s.314).

John Shepard'a göre gelişmekte olan ülkelerde nüfusun yüzde 42'sini yaşları 15'in altında olan genç nüfus oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise bu oran yüzde 26'dır. Gelişmekte olan ülkelerde, aileye bağımlı olan genç nüfus sayısı arttıkça, ekonomik kalkınmada ve yatırımlarda kullanılacak kaynaklar, ev, okul, eğitim ve yiyecek gibi ihtiyaçları gidermek için kullanılmakta bu da gelişmekte olan ülkelerin zaten bozuk olan ekonomik dengelerini biraz daha kötüleştirilmektedir (Özkalp, 1987, s.45). Antalya il nüfusunun genç bağımlılık oranı (0-14 yaş grubu) yüzde 35,04'tür (TÜİK, 2008, s.52).

Antalya kent merkezi nüfusu 955.596 kişi olup 15 yaş ve üstü çalışabilir nüfus 678.935 kişidir. Bu nüfusun 340.175'ni erkekler, 338.760'nı kadınlar oluşturmaktadır. Antalya'da 15-64 yaş grubundaki nüfusun kent toplam nüfusuna oranı yüzde 71,05'tir.

### 1.4.3. Antalya'da Aktif Nüfus Oranı ve Hane Halkı Büyüklüğü

1927 yılında Antalya, Türkiye nüfusu içinde yüzde 1,5'lik bir paya sahipken, 2000 yılında bu oran yüzde 2,5'e, 2007 yılında yüzde 2,53'e yükselmiştir. 1927'de Antalya'da yüzde 17,2 olan şehirde yaşayan nüfus payı, 2000 yılında yüzde 54,5'e yükselmiş ve 2008 yılında yüzde 51,40 olarak gerçekleşmiştir. Antalya hızla kentleşirken ortalama hane halkı büyüklüğü yavaş bir şekilde azalmaktadır. 1955'te Antalya'nın ortalama hane halkı büyüklüğü 5,3 iken, 2000 yılında 4 kişiye düşmüştür (TÜİK, 2008, s.39). Günümüzde Antalya'nın ortalama hane halkı büyüklüğü 3.98 olup Türkiye için bu oran 4,5'tir (Tablo 1.4.5)

**Tablo 1.4.5 Antalya İli ve Akdeniz Bölgesi ile Türkiye Hane Büyüklüğü Karşılaştırması**

	Antalya	Akdeniz	Türkiye
Toplam hane halkı sayısı	383.339	1.870.351	15.070.093

Toplam yerleşik nüfus	1.524.142	8.602.188	67.809.048		
Ortalama hane büyüklüğü	3.98	4.60	4.50		
Hane büyüklüğü					
Hanedeki kişi sayısı	1	2	3	4	5+
Antalya	22.007	58.104	78.989	108.348	115.921
Akdeniz	81.529	224.865	296.546	439.561	827.850
Türkiye	803.120	2.097.823	2.578.281	3.534.911	6.055.958

**Kaynak:** TÜİK, 2000. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Son 73 yılda Türkiye'nin nüfusu yaklaşık beş kat artarken Antalya nüfusu yaklaşık 8,3 kat artmıştır. Antalya'nın en düşük yıllık nüfus artışı binde 11 ile 1935-40 döneminde, en yüksek yıllık nüfus artışı ise binde 47,9 ile 1985-90 döneminde görülmüştür (Antalya Büyükşehir Belediyesi, [http://www.antalya.com.tr/tr/kent\\_profil/nufus.cfm?tanitimId=762](http://www.antalya.com.tr/tr/kent_profil/nufus.cfm?tanitimId=762) (31.03.10)). 1990-2000 döneminde Antalya'da yıllık nüfus artış hızı binde 41,79 (TÜİK, 2008, s.34) iken 2007-2008 döneminde binde 38,36 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2008, s.44).

Antalya ilinde toplam 41.979 işyerinde istihdam yaratılmaktadır. 15-64 yaş arasındaki çalışabilir nüfusun 282.857 kişisi (zorunlu sigortalı olarak) bağımlı (işçi) statüde çalışmaktadır (SGK, 2008, s.8). İşçi nüfusun 215.887'si erkeklerden, 66.970'i de kadınlardan oluşmaktadır. Aktif olarak çalışan işçi nüfusun yüzde 76,32'ni erkekler, yüzde 23,68'ini kadınlar oluşturmaktadır. SGK kayıtları dikkate alınarak, Antalya'da en fazla işyeri sayısı olan faaliyet grupları sıralamaya tabi tutulmuş ve en çok işyeri sayısı olan on adet faaliyet grubunun listesi oluşturulmuştur (Tablo 1.4.6).

**Tablo 1.4.6 İşyeri Sayısına Göre Antalya'daki İlk On Faaliyet Grubu ve İstihdam (2008)**

S.No	Kod No	Faaliyet Grupları (*)	Antalya	
			İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı
1	47	Perakende Tic.(Mot. Taşıt Onar. Har)	7.322	27.332
2	41	Bina İnşaatı	4.279	35.122
3	70	İdari Danışmanlık Faaliyetleri	3.524	19.237
4	46	Toptan Tic.(Mot. Taşıt Onar. Hariç)	2.846	12.525
5	81	Bina ve Çevre Düzenleme Faaliyet.	2.748	22.496
6	49	Kara Taşıma ve Boru Hattı Taşıma.	2.034	10.818

7	92	Kumar ve Müşterek Bahis Faal	1.900	7.244
8	43	Özel İnşaat Faaliyetleri	1.224	8.852
9	96	Diğer Hizmet Faaliyetleri	1.114	8.017
10	77	Kiralama ve Leasing Faaliyetleri	923	2.243

**Kaynak:** SGK, 2008. (<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/Anasayfa/Istatistikler> (25.02. 10))  
Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'daki işyeri sayısı sıralamasında 7.322 adet işyeri ile perakende ticaret sektöründeki faaliyet grubu başta gelmektedir. Ancak istihdam ettiği kişi sayısı bakımından faaliyet grupları arasında yapılan kıyaslamada, perakende ticaret sektöründe bina inşaat sektörüne göre daha az istihdam yaratıldığı anlaşılmaktadır. Perakende ticaret grubunda 27.332 işçi çalışmaktadır. İstihdam edilen kişi sayısı açısından perakende ticaret grubu bina inşaat grubundan sonra gelmektedir. Bina inşaatı faaliyet grubunda 4.279 adet işyeri bulunmaktadır. İşyeri sayısı bakımından ikinci sırada yer alan inşaat grubu 35.122 kişiyi istihdam etmekle Antalya'da en fazla istihdam yaratan faaliyet grubudur. (Tablo 1.4.7)

**Tablo 1.4.7 İstihdam Edilenlerin Sayısına Göre Antalya'daki İlk On Faaliyet Grubu (2008)**

S.No	Kod No	Faaliyet Grupları	Antalya	
			İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı
1	41	Bina İnşaatı	4.279	35.122
2	47	Perakende Tic.(Mot.Taşıt.Onar.Har)	7.322	27.332
3	55	Konaklama	514	25.477
4	81	Bina ve Çevre Düzenleme Faaliyet.	2.748	22.496
5	70	İdari Danışmanlık Faaliyetleri	3.524	19.237
6	46	Toptan Tic.(Mot.Taşıt.Onar.Hariç)	2.846	12.525
7	49	Kara Taşıma.Ve Boru Hattı Taşıma.	2.034	10.818
8	43	Özel İnşaat Faaliyetleri	1.224	8.852
9	85	Eğitim	510	8.094
10	96	Diğer Hizmet Faaliyetleri	1.114	8.017

**Kaynak:** SGK ististikleri (<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/Anasayfa/Istatistikler> (25.02. 10))

Konaklama faaliyet grubunda 514 adet işyeri bulunmakta olup işyeri sayısı bakımından yapılan sıralamada ilk on faaliyet grubu arasında yer almamaktadır. Ancak 514 adet konaklama işyerinde 25.477 kişilik istihdam yaratılmaktadır. Konaklama faaliyet grubu yarattığı istihdam adedi bakımından üçüncü sırada yer almaktadır. Antalya'da 15-64 yaş

grubundaki nüfusun yüzde 21,9'u işçi olarak istihdam edilmiştir. İŞKUR kayıtlarına göre 14.578 erkek ve 6.419 kadın olmak üzere 20.997 kişi iş aramaktadır (<http://www.iskur.gov.tr/LoadExternalPage.aspx?uicode=statikistatistikindex> (31.03.10)).

Antalya Kenti; il genelinde işgücünün yığılma gösterdiği bir alandır. 1970-2000 yılları arasında nüfus artışı ile birlikte işgücünün payı da artmıştır. İşgücünün 1970 yılı nüfusu içindeki payı yüzde 11 iken 2000 yılında yüzde 23'e yükselmiştir. 2000 yılı itibariyle çalışma oranı yüzde 28,66 olarak gerçekleşmiştir (Antalya Büyükşehir Belediyesi (b), s.93; [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)). TÜİK istatistik verilerine göre 2008 yılı sonu itibariyle Antalya'daki çalışma oranı yüzde 38,03 olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılı sonu itibariyle Antalya il genelinde 15-64 yaş grubundaki toplam nüfus 1.291.693 kişidir. Bu nüfusun 282.857 kişisi işçi, 7.170 kişisi emekli işçi, 7.537 kişisi çırak, 52.752 kişisi memur (kamu çalışanı), 140.942 kişisi esnaf-tüccar (bağımsız çalışan) olmak üzere toplam 491.258 kişi çalışma hayatına aktif olarak katılmıştır. Bu sonuca göre Antalya'da çalışabilir yaştaki nüfusun yüzde 38,03'ü bağımlı veya bağımsız olarak herhangi bir işte çalışmaktadır.

Çalışabilir yaştaki nüfusun işsiz kalması boşanmalara, intihara, alkolizme, hırsızlığa, silahlı soygunlara, cinayetlere, kişilik sisteminde ve sosyal sistemde çözümlenmelere neden olabilmektedir. İşsiz kimse üyesi olduğu ailenin ve toplumun varlığını, refah ve mutluluğunu tehdit eden bir problemdir (Erdoğan, 1985, s. 162).

#### **1.4.4. Antalya'da Nüfusun Sektörel Dağılımı**

Verimliliği nedeniyle tarım Antalya ekonomisinin temel sektörüdür. Ancak ilin ekonomisinde son 30 yılda işgücünde önemli sektörel kaymalar olmuştur. Antalya'da, Kent Merkezi Kültür ve Turizm ve Gelişim Bölgesi, Kemerağızı-Kundu Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, Konyaaltı Turizm Merkezi, Perge Fuar ve Kongre Merkezi, Belek Turizm Merkezi, Güneybatı Antalya Turizm Bölgesi gibi alanların faaliyete geçmesi ile tarıma olan ilgi azalmıştır. Her ne kadar tarım sektörü büyüklüğünü korumakta ve işgücü artış göstermekte ise de, sektörler içinde tarımın oransal payı azalmaktadır. Buna karşılık, özellikle turizm ve buna dayalı faaliyetler ile kentsel sektörlerin işgücü büyüklüğü sıralamasında yerleri değişmekte ve önemli sıçramalar yapmaktadır. (Tablo 1.4.8)

**Tablo 1.4.8 Antalya İlinde İşgücünün Sektörel Dağılımı**

Sektör	1970		1980		1990		2000	
	İşgücü	%	İşgücü	%	İşgücü	%	İşgücü	%
Tarım, ormancılık, balıkçılık	217347	79.43	248913	70.80	316658	56.97	377654	49.85
Madencilik	291	0.11	420	0.12	572	0.10	596	0.08
İmalat Sanayi	13923	5.09	19657	5.59	33099	5.95	39518	5.22
Elektrik, gaz, su	133	0.05	501	0.14	1558	0.28	1685	0.22
İnşaat	6583	2.41	14584	4.15	39122	7.04	40151	5.30
Ticaret ve turizm	9000	3.29	16207	4.61	65405	11.77	137276	18.12
Ulaştırma, haberleşme, depolama	5252	1.92	8411	2.39	18217	3.28	27806	3.67
Mali kurumlar, sigorta, banka	1580	0.58	4764	1.35	12377	2.23	24651	3.25
Toplumsal, sosyal ve kişisel hizmetler	16967	6.20	36343	10.34	64811	11.66	106519	14.06
İyi tanımlanmamış faaliyetler	2570	0.94	1796	0.51	4040	0.73	1658	0.22
TOPLAM	273646	100.00	351596	100.00	555859	100.00	757514	100.00

**Kaynak:** TÜİK, 2000. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)). Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

İldeki turizm ve buna bağlı ticaret, eğlence, kültürel faaliyetlerin gelişmesi nedeniyle Antalya'nın turizm, ticaret ve hizmet kenti kimliği öne çıkmaktadır. Sektörlere göre Antalya'daki işgücü oranları dikkate alındığında; tarım sektöründe çalışan oranı yüzde 49,85, ticaret ve turizm sektöründe çalışan oranı yüzde 18,12, toplumsal sosyal ve kişisel hizmetler oranı yüzde 14,06, inşaat sektörü yüzde 5,30, sanayi sektöründe çalışan oranı yüzde 5,22'dir. Türkiye genelinde sanayi sektöründe çalışan oranı yüzde 12'dir. Türkiye sanayinde katma değerinin yüzde 1'ini Akdeniz Bölgesi, yüzde 0,3'ünü Antalya ili oluşturmaktadır ([http://www.antalyakentkonseyi.org.tr/old/gorusler\\_30.htm](http://www.antalyakentkonseyi.org.tr/old/gorusler_30.htm) (06.04.10)).

Antalya turizm sektöründe ağırlıklı olarak üç alt hizmet sektörü yer almaktadır. Bunlar, konaklama, seyahat acentalığı ve havayolu taşımacılığı sektörleridir. 2008 yılı itibariyle havayolu taşımacılığı faaliyet grubundaki 8 işyerinde 886 kişi; seyahat acentası turizm operasyonu ve rezervasyonu hizmetleri faaliyet grubundaki 556 adet işyerinde 2.780 kişi; konaklama faaliyet grubundaki 514 işyerinde 25.477 kişi istihdam edilmiştir. 1970-1990 yılları arasında inşaat sektöründe çalışanların payı artmış ancak 1990 sonrasında düşme eğilimine girmiştir. 2008 yılı itibariyle Antalya'daki inşaat sektöründe toplam 8.628 işyeri faaliyet göstermekte ve 74.197 kişi istihdam edilmektedir. Gerek işyeri sayısı ve gerekse çalışan sayısı bakımından inşaat sektörü Antalya'nın en önemli sektördür. Turizmin gelişmesi ile birlikte Antalya Limanı ve uluslararası Antalya Havaalanı da genişletilmiş, ildeki taşıma, depolama ve haberleşme hizmeti faaliyetleri artmıştır. Antalya'da 2.034 işyeri kara

taşımacılığı faaliyetiyle uğraşmakta olup, 10.818 kişiye istihdam sağlanmıştır. 415 işyerinde depolama faaliyeti ile iştilgal edilmekte ve 5.171 kişi istihdam edilmiştir. Kiralama ve leasing faaliyetinde bulunan 923 işyerinde 2.243 kişi çalışmaktadır. Yaratıcı sanatlar ve eğlence sektöründeki 26 işyerinde 264 kişi çalışmaktadır. Antalya’da birçok uluslararası örgüt temsilcilikler açmış ve bunlara ait 45 işyerinde 121 kişi istihdam edilmiştir. Antalya’daki 41.979 işyerinin 36.544’nde 222.882 kişi daimi olarak; 5.435 işyerinde de 59.975 kişi mevsimlik olarak çalışmaktadır. Bu işyerlerinin 519 adedi kamu işyeri, 41.460 adedi de özel teşebbüse ait işyerleridir (SGK, 2008, s.8). (Tablo 1.4.9)

**Tablo 1.4.9 İşyeri ve Zorunlu Sigortalı Sayıları İle Prime Esas Ortalama Günlük Kazancın İşin Mahiyeti, Kamu - Özel Sektör ve Cinsiyete Göre Dağılımı**

Çalışma Şekli ve Cinsiyet	Kayıtlı İşyeri Sayısı	Zorunlu Sigortalı Sayısı	Ortalama Günlük Kazanç ( TL. )	
07-Antalya	Daimi	36.544	222.882	36,17
	Mevsimlik	5.435	59.975	28,66
	Kamu	519	16.432	66,02
	Özel	41.460	266.425	32,63
	Erkek	-	215.887	34,89
	Kadın	-	66.970	34,30
	Toplam	41.979	282.857	34,75

**Kaynak:** SGK, 2008. (<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/Anasayfa/Istatistikler> (25.02. 10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Akdeniz ülkelerinde yapılan araştırmalarda turizm sektöründeki büyümeyle birlikte kadınların (özellikle kırsal kesimdeki kadınlar) geçici ve mevsimlik statüdeki kat ve geri hizmetlerde çalıştığı gözlenmiştir (Oktik, [www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4\\_10.pdf](http://www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4_10.pdf) (19. 01.10)).

### 1.5.Antalya Kentinin Kuruluşundan Günümüze Yerleşme Özellikleri

Antalya kent merkezi, güneyde Akdeniz, kuzey, batı ve kuzeybatıda ise yüzde 25 eğime sahip dağlarla çevrilidir. Konyaaltı’ndan itibaren Lara plajlarının başladığı kısma kadar olan alan yüksekliği 25 ile 40 metre arasında değişen ve denize dik inen falezdir. Falezlerden itibaren eğim yüzde 5’in altında olup kuzeye doğru 100 metre yüksekliğe kadar devam eder. Antalya kenti, Kaleiçi yerleşim alanının ve isminin değişime uğraması sonucu oluşmuştur.

Kaleiçi, Antalya ili Muratpaşa ilçesi sınırları içerisinde ve bugünkü ticaret merkezinin ortasında yer almaktadır. Kaleiçi'ndeki yat limanına, Selçuk mahallesinden yüzde 10'dan fazla bir eğimle deniz seviyesine yakın bir meydana inilmektedir. Kaleiçi arazisinin eğimli olması buradaki yapıların meltem rüzgârı almasına imkân sağladığından evlerde soğuk ve sıcağa karşı kolayca önlem alınabilmektedir. Kaleiçi'ndeki sokaklar topografyaya, yere ve kale duvarına uygun bir şekilde biçimlenmiştir. Sokaklar arasındaki adalar yerin durumuna bağlı olarak düzenli biçimde olmayıp Roma döneminin ızgara biçimli yol örgüsüne göre düzenlenmiştir. Yerleşimde az sayıda çıkmaz sokak vardır ve adaların uzunlukları sırt sırta iki evi alacak şekilde planlanmıştır (Kocaboyun, 2009, s.8-12).

Antalya yat limanı (Antik Liman) çevresinde yer alan Kaleiçi yerleşimi, iç ve dış surlar arasında yer alan bir iç kale olup limanı ve kenti çeviren iç içe iki sur şeklinde kurulmuştur. Antalya kalesinin surlarına çeşitli eklemelerin yapıldığı ve XIX. uncu yüzyılda şehrin kale duvarlarının 4.400 m uzunluğa eriştiği kaynaklardan bilinmektedir. Halkın anlatısına göre, surların denize ulaştığı yerde liman uçlarında birer kule bulunmaktaymış ve surların etrafı içinden su akan geniş bir hendekle çevriliymiş. Kaleye giriş ve çıkışlar Hasbahçe, Tophane, Kapuağzı (Kalekapısı), İmaret, Üçkapılar (Hadrianus), Ortakapı (Kuyuönü Kapısı) ve Yenikapı adıyla bilinen yedi kapıdan yapılmış. Kalenin kuzey tarafındaki Kapuağzı kalenin ana giriş-çıkış kapısıymış ve bu kapı aynı zamanda iner kalkar köprü vazifesi görmekteymiş (Çimrin, 2006, s.380).

M.S. II. inci ve III. üncü yüzyıllar kent Antalya'nın gelişme dönemidir. Şehirdeki ilk önemli değişim Hadrianus döneminde (M.S.117-138) gerçekleşmiştir. Roma'nın bütün eyalet kentlerinde olduğu gibi Antalya'da da bayındırlık işlerine ağırlık verilmiş ve Üçkapılar (Hadrianus) kapısı bu dönemde yapılmıştır (Çimrin, 2005, s.11).

IV. üncü veya V.inci yüzyılda Bizanslılar kentin surlarını esaslı bir tamirden geçirmiştir. Bu dönemde Perge istikametindeki kent yolunda büyük Roma mezarları bulunmakta idi. Bu mezar yapılarının sökülerek kale duvarlarının yapımında kullanıldığını surların üzerindeki Yunanca mezar kitabelerinden anlamaktayız. Kentin görünüşü, erken Bizans döneminde özellikle yeni özel yapılarla değişirken kent planı kentin kurucusu II. Attalos dönemindeki şeklini korumuştur. Bizans döneminde Antalya Doğu Akdeniz'in en işlek limanı olmuştur. Doğu'nun lüks mallarının ticareti için Müslüman, Venedikli, Cenovalı İtalyan ve İspanyol tüccarlar Antalya limanını kullanmıştır. VII. inci yüzyıl itibariyle Arap akınları ve İslâm

etkisiyle bölge ekonomik açıdan gerilemiştir. İmparator Leon III (717-741) Müslüman Arapların saldırılarına karşı koyabilmek için Antalya'yı amiralliğin kurmay karargâhı ve eyalet merkezi haline getirmiştir. 909/910 yıllarında kentin batısından itibaren (bugünkü Cumhuriyet meydanı) mevcut kent surlarının dışına ikinci bir duvar inşa edilmiştir. (Çimrin, 2005, 11-12). Antik çağ ve Bizans döneminde şehrin gelişimine ilişkin olarak bugün Antalya'nın muhtelif yerlerinde görülebilen eserleri örnek gösterebiliriz. (Tablo 1.5.1)

**Tablo 1.5.1. Muratpaşa İlçesinde Bulunan Antik Çağ ve Roma (+Bizans) Dönemi Kültürel Varlıkları**

S.No	Mimari Çağı	Yapım Tarihi	Arkeolojik Kültür Varlığı ve Bilinen Adı	Mahal
1	Helen	M.Ö.4 - M.S.7 yy	Magydus Antik Kenti	Güzeloba Mah.
2	Helen	M.Ö.5 - M.Ö.4 yy	Mezar Odası	Fener Mah.
3	Helen-Roma	M.Ö.3 - M.S.4 yy	Doğu Garajı Nekropolü	Çaybaşı Mah.
4	Roma	M.Ö.158	Antalya Antik Liman ve Kalesi	Kaleiçi
5	Roma	M.S.117-138	Hadrianus Kapısı	Barbaros Mah.
6	Roma	M.S.2 yy	Hıdırlık Kulesi	Kılınçarslan Mah.
7	Bizans	-	Kilise (Alâeddin Camii)	Kılınçarslan Mah.
8	Bizans	-	Kesik Minare (Korkut/Cumain Camii)	Kılınçarslan Mah.
9	Bizans	9 yy	Beş köşeli burç (19 yy üzerine saat kulesi yapıldı)	Selçuk Mah.
10	Venedik	11 yy	Kırkmerdivenler	Yat limanı

**Kaynak:** Antalya Valiliği, 2003, s.27-57. Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Selçukluların Antalya'yı fethinden sonra (1207) kentin surları onarılmış, mahalleler arasında duvarlar inşa edilmiş ve farklı dinden topluluklar için ayrı mahalleler oluşturulmuştur. Selçuklu döneminde kültürel tesisler, camiler inşa edilmiş ve tersane kurulmuştur (Çimrin, 2006, s.52-53). Kentin batısında Müslüman nüfus artınca 1225 yılında daha doğuda denize doğru ikinci bir sur yapılmıştır (Baykara, 1980, s.191-196). Kentin gelişimi eski yerleşim odağı olan kale ve çevresindeki kent merkezinden başlamış ve kentin genel biçimi, merkez çevresinde yoğunlaşan bir ana yerleşme kitlesi ve bu kitleden bağımsız ana yollar üzerinde gelişen irili ufaklı yerleşmelerden oluşmuştur. Beylikler döneminde de Antalya surları ile ibadethanelerin onarıldığı ve kentte yeni dini yapıların inşa edildiği anlaşılmaktadır. (Tablo 1.5.2) Batuta'ya göre Antalya'daki Müslüman halk Al-madina, Al-azami, Arab Madrasa semtlerinde, Hıristiyanlar El-Mina semtinde (liman bölgesi) yaşamakta idi. Yunanlılar ve Yahudiler de duvarla ayrılmış ayrı semtlerde yaşıyordu. Kalenin yöneticisi için ayrı bir iç kale inşa edildiği anlaşılmaktadır (Çimrin, 2005, s.17).



**Tablo 1.5.2. Muratpaşa İlçesi Kent Alanında Selçuklu ve Beylikler Dönemine Ait Kültür Varlıkları**

S. No	Mimari Çağı	Yapım Tarihi	Arkeolojik Kültür Varlığı ve Bilinen Adı	Mahalle/Köy
1	Selçuklu	1219-1238	Yivli Minare	Selçuk Mah.
2	Selçuklu	1225	Mevlevihane	Selçuk Mah.
3	Selçuklu	1238	Şeyh Şüca Türbesi	Çaybaşı Mah.
4	Selçuklu	1239	Gıyasettin Keyhüsrev Medresesi Portalı	Selçuk Mah.
5	Selçuklu	1249	Ahi Yusuf Türbesi	Selçuk Mah.
6	Selçuklu	1250	Karatay Medresesi	Selçuk Mah.
7	Selçuklu	13 yy	Selçuklu Medresesi	Selçuk Mah.
8	Selçuklu	1372	Alâeddin Camii	Selçuk Mah.
9	Beylikler devri	1377	Zincirkıran Mehmet Bey Türbesi	Selçuk Mah.

**Kaynak:** Antalya Valiliği, 2003, s.27-57. Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

XV. yüzyıla ait Teke Sancağı Evkaf Defterlerinden şehrin ilk kuruluş ve gelişme yerinin bugün Kaleiçi olarak tabir edilen yerdir. Daha sonra ise fiziki, dini ve sosyal yapılanmanın kalenin dışına taşarak Bali Bey mahallesiyle Murat Paşa Camii ve çevresine doğru geliştiği belirtilmektedir (Karaca, 1997, s.83). 1562 yılında Balbey mahallesinde on iki hane olduğu bilinmektedir (Çimrin, 2006, s.391).

Evliya Çelebi'ye (1671) göre kentin üç yönü bahçe, bir yönü denizle çevrili bir kale ve kentin içi gölgeli sokaklardan oluşmaktadır. Seksen burçlu kale duvarlarının çevrelediği alanda dört mahalle bulunmaktadır. Birbirinden surlarla ayrılmış bu mahallelere geçiş yirmi iki küçük kapıdan sağlanmaktadır. Kaleiçi'nde yetmiş sokak, büyük bir cami, yedi medrese, hanlar, hamamlar ve üçbin ev bulunmaktadır. Evlerin yönü güney, batı ve limana nazır olup her birinin dört direk üstüne bir çardağı vardır. Kale dışındaki mahalde içinde altı yüz dükkânı olan bir han, bedesten ve kalenin kuzey yönünde yirmi Müslüman ve dört Urum mahallesi bulunmaktadır. Urum keferesi bağ ve bahçeli yüz doksan evde ikamet etmektedir (Çimrin, 2006, s.66).

1754 yılı Avarız tespiti sayım sonucuna göre Kaleiçi'nde on altı ve Kale dışında yirmi iki mahalle olmak üzere Antalya'nın toplam mahalle sayısı otuz sekize ulaşmıştır (Çimrin, 2005, s.27). (Tablo 1.5.3).

**Tablo 1.5.3. 1754 yılı Avarız Tespiti Sayım Sonucu Antalya Mahalle Sayısı**

Mevkii	Mahalle	
	Adedi	Adı
Kaleiçi	16	Cam-i Atik, Karadayı, Ahi Kızı, Tuzcular, İskender Çelebi, Seftavi, Liman (Limon), Manya, Has Balaban, Cüllah Kara, Ahi Yusuf, Hatip Süleyman, Cami-i Cedit, Baba Doğan, Makbul Ağa, Müceddin
Kale dışı	22	Elmalu, Kızılsaray, Kirişçiler, Divane Piri, Bali Bey, Sığırcı Ali (Sağır Bey), Tahin Pazarı, Timurcu Süleyman, Takyacı Mustafa, Arab Mescidi, İğdürlü Hasan, Sofular, Şeyh Suca, Araban, Kızıl Harım, Âşık Doğan, Kici Batı, Yüksek, Çavuş Bahçesi, Şeyh Sinan, Timur en Kara, Meydan

**Kaynak:** (Çimrin, 2005) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Charles Fellows (1838) Antalya'yı o dönemin en derli toplu Türk kasabası olarak göstermekte ve her evin bir bahçesinin olduğunu, narenciye, hurma ve asma yetiştirildiğini aktarmaktadır (Çimrin, 2006, s.77). Graf von Lanckronski'ye (1885) göre Güney Anadolu sahilinde Mersin dışında, Antalya yegâne büyük limandır. Şehirde aşağı yukarı dört bin beş yüz ev ile on cami (her cami aynı zamanda bir ilkokuldur), sekiz Rum ve bir Ermeni kilisesi, bin dört yüz on dört dükkân, on üç kahve ve lokanta, on üç Türk hamamı bulunmaktadır. Pazar ve hükümet konağı kent duvarlarının dışındadır. Hükmet konağı ahşap ve yıkıntı halinde bir yapıdır. Kuzeyde ve doğuda kent duvarları önünde ucu bucağı gelmeyecek sanılan bahçeler ve kenar mahalleler bulunmaktadır. Birçok değirmen işletilmekte, genişçe sokakların ortasından taş oyuklardan su akmaktadır (Çimrin, 2006, s.78). Gezginlerin anlatılarından ve Osmanlı dönemine ait kültür varlıklarının daha önceki dönemlere ait yapılara nazaran daha fazla olmasından (Tablo 1.5.4) XIV-XIX yüzyıllar Antalya'sında şehrin imarına önem verildiği anlaşılmaktadır. 1869 yılında Osmanlı Bankası (Bank Ottomane, bugünkü Turban Adalya Otel Binası) Antalya'da bir şube açmıştır (Çimrin, 2005, s.38).

**Tablo 1.5.4. Muratpaşa İlçesi Kent Alanında Osmanlı Dönemine Ait Kültür Varlıkları**

S. No	Yapım Tarihi	Arkeolojik Kültür Varlığı ve Bilinen Adı	Mahalle/Köy
1	13 yy	Karamolla Mescidi (Makbule Mescidi)	Barbaros Mah.
2	1439	Ahi Kızı Mescidi	Selçuk Mah.

3	1450	Nazır Hamamı	Selçuk Mah.
4	1502	Nigar Hatun Türbesi (Şehzade Korkut'un annesi)	Selçuk Mah.
5	1570	Muratpaşa Camii	Muratpaşa Mah.
6	1590	Şeyh Sinan Camii ve Türbesi	Sinan Mah.
7	16 yy	Balbey Camii	Balbey Mah.
8	16 yy	Pazar Hamamı	Balbey Mah.
9	16 yy sonu	Tekeli Mehmet Paşa Camii	Selçuk Mah.
10	1738	Demirci Kara Ali Camii	Çaybaşı Mah.
11	1796	Müsellim Camii	Elmalı Mah.
12	1891	Antalya Lisesi	Haşim İşcan Mah.
13	19 yy (9 yy)	Saat Kulesi (9 yy ait beş köşeli burç üzerine ekleme)	Selçuk Mah.
14	19 yy	İki adet Konut	Selçuk Mah.
15	19 yy	Gâvur Hamamı	Kılınçarslan Mah.
16	19 yy	Üç adet Konut	Kılınçarslan Mah.
17	19 yy	Yenikapı Rum Kilisesi	Kılınçarslan Mah.
18	19 yy	Konut	Barbaros Mah.
19	19 yy	İki adet Konut	Tuzcular Mah.
20	19 yy	İki Kapılı Han	Balbey Mah.
21	05.09.1903	İskele Camii/Mescidi	Selçuk Mah.
22	1906	Şarampol Camii	Muratpaşa Mah.
23	1910-1915	Eski Vali Konağı	Haşim İşcan Mah.
24	1916	Antalya Hükümet Konağı	Kışla Mah.
25	20 yy başı	Tek Kapılı Han	Balbey Mah.
26	20 yy başı	Konut	Tahıl Pazarı Mah.
27	20 yy	Konut	Kılınçarslan Mah.

**Kaynak:** Antalya Valiliği, 2003, s.27-79. Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

1899 yılında Giritli göçmenler Kaleiçi yerleşim alanı dışına Şarampol mntikasına iskân edilmiş ve bu yerde Hamidiye-Osmaniye Mahallesi adıyla bugünkü Muratpaşa Mahallesi kurulmuştur. Bu mahalleye “Giritli Mahallesi” de denirdi. Genelde kasaplık, hayvancılıkla meşgul olurlar, yaşlıları Rumca bilirdi. Cesur, atak, çalışkan insanlar olan Giritliler halk tarafından çok sevilen kişiler idi. Zamanla bu insanlar Antalya’da asimile olup eridiler (Erten, 2007, s.26). Balbey mahallesindeki Darülmualim binasında 1899 yılında Muhacirin Mektebi açılmıştır. Bir dönem Meşrutiyet Mektebi de denen okul günümüzde Cumhuriyet İlköğretim Okulu olarak hizmet vermektedir (Emgili, 2006, s.147-158).

Birinci Dünya Savaşı öncesi Kadınıyarı kenarında İngiliz Konsolosluğu (eski Özel İdare Binası) bulunmaktaydı. Bu savaşın neticesinde İtalya Antalya’yı işgal hazırlıklarına başlamış ve şehre tercüman kavas, vapur acentaları, ithalatçı, ihracatçı, ticaret temsilcileri gibi birçok İtalyan yerleşmiş, sağlık, eğitim ve finans alanında yatırım yapmışlardır. İlk İtalyan hastanesi bugünkü Mermerli mevkiinde (Yanık Hastane denilen yerde), ikincisi ise bugünkü Dumlupınar İlköğretim okulunun olduğu binada 1913 yılında açılmıştır. Bugünkü (Işıklar

Caddesi üzerindeki) Öğretmenler Evi'nin arka tarafındaki sokakta bir dispanser açılmış ve hemen yakınına da bir anaokulu kurulmuştur. Bilahare bir İtalyan Okulu da açılmıştır. (Çimrin, 2006, s.144). Kaleiçi'nde Osmanlı Bankası'nın karşısındaki küçük dar sokak içinde İtalyan Bankası (Banca Commerciale Italiana)'nın Antalya şubesi açılmıştır. İşgal döneminde İtalyanlar bugünkü Cumhuriyet Meydanı'nın batısında Antalya Posta Binasını ve Kadınyarı olarak bilinen yerde (bugün dahi kalıntıları görülebilen köprüyü) Kadın Yarığı Köprüsünü inşa etmişlerdir. Antalya'nın ilk imar planı işgal döneminde İtalyanlar tarafından çizilmiştir (Fırat, 2007, s.394).

İtalyan işgalinden sonra 1922 yılında Rumlar Antalya'dan göç etmiştir. 1935'li yıllara kadar kentte yetişmiş Türk inşaat ustası bulunmadığından Antalya'da yeni ev inşa edilememiştir. Süleyman Fikri Bey 1922 yılında Aziz Panaya Kilisesi'nde (bugünkü Yenikapı'da Sultan Alâeddin Camisi) Antalya yöresindeki ilk müzeyi kurmuş ve 1930'lu yıllarda Tekeli Halk Kütüphanesi kurulmuştur (Çimrin, 2006, s.227). 1930'lu yıllarda bugünkü Yavuz Özcan Parkı'nın yerinde Gureba Hastanesi (eski Devlet Hastanesi) bulunmaktaydı. Antalya buradan başlayarak Antalya Atatürk Devlet (SSK) Hastanesinin bulunduğu alanda biterdi. Bugün Antalya Valiliği'nce Hükümet Konağı olarak kullanılan bina 1916 yılında İttihat ve Terakki Mektebi olarak inşa edilmiştir. Antalya Belediyesi'nin aldığı bir kararla 1930'lu yıllarda kent surları yıktırılmış ve Kalekapısı kuzey doğu tarafına ticarethaneler inşa edilmiştir. Bugün Atatürk Caddesi üzerindeki Dönerciler Çarşısı olan yerden itibaren Hıdırlık Kulesine kadar olan yol kenarı 1930'lu yılların sonuna kadar pis suların aktığı bir hendek idi. Üçkapılar'ın kuzeydeki kulesinin girintisinde su ile çalışan bir demirhane bulunuyordu ki hendeğin kenarında bir metre kadar yükseklikte duvar yükseliyordu ve çevresinde Rum evleri bulunuyordu. Vali Haşim İşcan 1940'lı yılların başında hendek kenarını temizleterek yerine bugünkü palmiyeli caddeyi yaptırmıştır (Çimrin, 2006, s.418). Antalya'da 1930'lu yılların sonlarına doğru inşa edilen okul, kütüphane dışında oturmak için ilk evler ancak 1944 yılında Vali Haşim İşcan'ın gayretleri ile yapılmıştır. Haşim İşcan 1940'lı yılların başında Bahçelievler Yapı Kooperatifini kurmuş ve kent halkından varlıklı kişileri Konyaaltı Caddesinin sağında kalan kayalık, makilik arazide bahçeli bir ev sahibi olmaya ve kooperatife üye olmaya adeta zorlamıştır. Bu girişim ile Antalya'da Bahçelievler adıyla yeni bir semt oluşmuş ve bir kısım yerel halk ilk kez konforlu bir yaşama alışmıştır. Antalya'da Cumhuriyetin ilk yıllarında inşa edilen yapılar, günümüzde Muratpaşa ilçesinin kültürel varlıkları arasındaki yerini almıştır. 1951-52 yıllarında Memur Yapı Kooperatifi kurulmuş ve Antalya'daki ikinci toplu inşaat girişimi gerçekleşmiştir. Bu evlerin

inşa edildiği bölgeye Memurevleri adı verilmiştir. Antalya Gümrük Müdürü önderliğinde kurulan bir kooperatif vasıtasıyla 1956 yılında Lara yolu üzerinde basit planlı yazlık evler inşa edilerek bu alanda Barınaklar semti kurulmuştur. 1960'lı yıllarda Antalya kenti Alan, Balibey, Barbaros, Demircikara, Elmalı, Haşimişcan, Kılınçarslan, Kışla, Kızılsaray, Kızıltoprak, Muratpaşa, Selçuk, Sinan, Tahılpaazarı, Tuzcular, Yüksekalan ve Zeytinköy mahallelerinden oluşmaktadır (Çimrin, 2006, 391).

1950'li yıllardan itibaren Antalya'ya yönelik göç zamanla kentteki nüfusu arttırmıştır. Kent merkezinin yanı sıra Konyaaltı sahil bandının kuzeyi, Arapsuyu mevki ve Lara-Güzeloba arasında kalan alanlar yerleşim açısından cazip bölgeler haline gelmiştir (Bağcı, 2007, s.56). Günümüzde Kaleiçi, Muratpaşa ilçesi kent merkezinde 42 hektarlık alana yayılan bir sit alanıdır. Kaleiçi eskiden kent merkezi iken 1960'lı yıllardan itibaren kentin turizm odak noktası olmuş ve yerleşimde eğlence ve yeme-içme faaliyetlerine ağırlık verilmiştir. Geleneksel mimarisini korumuş merkezi ve turizm yatırımları ile Kaleiçi, Türkiye'nin önemli turistik çekim merkezlerindedir. Kaleiçindeki sokak ve evlerin orijinalliği korunarak alandaki birçok tarihi konak ve bina işlevsel olarak otel, pansiyon, dükkân veya eğlence merkezine dönüştürülmüştür. Kaleiçi günümüzde Yat Limanı, Cumhuriyet Caddesi ve Atatürk Bulvarı ile sınırlanmakta olup bölgede birçok restoran, kafe, bar, konaklama tesisi, dükkân ve çarşı ile balıkçı barınağı bulunmaktadır.

1960'a kadar Antalyalılar ya Kaleiçi'nde ya da Balbey mahallesinde yarı ahşap, yarı taş binalarda oturuyorlardı ki bu binaların çoğu eski Antalyalı Rum ustalar tarafından yapılmış idi. Balbey Mahallesi ve Kaleiçi Antalya'nın eski kent dokusu hakkında bir fikir verebilir. Balbey yerleşme dokusu, 19. asrın sonuna kadar Anadolu'nun gelişmiş kent ve kasabalarındaki dokularla büyük benzerlik göstermektedir. Kaleiçi yapıları orta ve yüksek yol duvarlarıyla bütünleşmekte ve bahçeler aile ihtiyaçlarına dönük üretime olanak verecek büyüklüktedir. Sokaklarda ev duvarlarına paralel bulunan su arıkları bahçe sulamasında kullanılacak suyun teminini sağlamıştır. Evlerin bulunduğu sokaklar zemin katlar parsel sınırındaki düzensizlik ile biçimlenirken, üst katlarda cumbalar ve çıkmalarla yapılan düzenlemeler hem evin parseldeki düzensizliğini gidererek düzgün bir mekân oluşturmuş hem de sokaklara ayrı bir görüntü kazandırmıştır. Kaleiçi'nde sokaklar diğer tüm eski kent dokularında gözlendiği gibi taşta değil insan ve atlı trafiğine yetecek genişlikte biçimlenmiştir. Dar bir yol görkemli bir binayı kullanarak çatal yola dönüşebilir (ÇED

Raporu, 2008, s.263-264). Mahallelerin sucusu, bakkalı, kahvehanesi, çeşmecisi, ekmekçisi, sütçüsü, bekçisi, kabadayısı bulunmaktaydı (Çimrin, 2006, s.389).

Antalya Belediyesi 1962 yılına kadar önu dört sütunlu bir binada hizmet vermekteydi (bugünkü Büyükşehir İş Merkezi'nin olduğu yerde). Şehirdeki işlerini takip etmek için civardan gelen köylüler binanın yanındaki alana hayvanlarını ve arabalarını park ederdi. Develer için ayrı bir park yeri bulunmaktaydı. İlk develik bugünkü Valilik ile Orduevi arasında kalan alanda idi. Daha sonraları bugünkü Plaza 2000 binasının batısındaki otoparkın bulunduğu yer develik olmuş ise de 1950'li yılların ortasında develik alanına Toptancı Hali inşa edilmiştir. Daha sonradan bu alan Halk pazarına dönüşmüş ve günümüzde bu alan otopark olarak kullanılmaktadır. Antalya'daki ilk apartman (Talya Oteli Kongre Merkezi'nin bulunduğu yerin tam karşısındaki alanda) 1964 yılının Mayıs ayında Kırk Daireler adıyla inşa edilmiştir. 1970'ten itibaren apartman yapımı hızla ilerlemiş ve Antalya'daki eski mahalle yaşayışı ortadan kalkmıştır (Çimrin, 2006, s.393).

### **1.5.1. Kaleiçi Civarının Yakın Dönemdeki Gelişimi**

1960-1965 yılları arasında Kalekapısı çarşısı oluşmuş, Kalekapısı'ndan batıda vilayet konağına, doğudan ve güneyden Yenikapı'ya kadar Atatürk Caddesi, kuzeyde Şarampol Caddesini takiben bugünkü Kışlahan Oteline kadar gelmiştir. 1965-1970 yılları arasında Kalekapısı ile Belediye İşhanı arasında caddenin güneyinde şekerçiler çoğunlukta olmak üzere fırıncı, turşucu, tandırcı, caddenin kuzeyinde ise çerçici, düğmeciler ve kuyumcular yer almış idi. 1970 yıllarında Vakıf İşhanının yapılmasıyla merkezin saygın alışveriş mekânları bu binaya taşınmıştır. (Kentsel dönüşüm projesi kapsamında Vakıf İşhanı 2008 yılı itibariyle yıkılmış ve alanın üzeri mermer ile kaplanmıştır.) Vakıf İşhanının arkasındaki ayakkabıcılar çarşısı, İki Kapılı Han içindeki işyerleri o günden bugüne halen kullanım özelliklerini korumaktadır. Yine 1965-1970 yılları arasında Şarampol Caddesinde bakkaliye-gıda, lokanta gibi işyerleri ve ticarethaneler bulunmaktaydı. Kalekapısı ile Vilayet Konağı arasındaki alanda serbest meslek ve turizm büroları gibi kullanımlar bulunmaktaydı. 1970'li yıllarda kent nüfusunun hızlı artışına paralel olarak kent merkezi de hızla gelişmiş ve yayılmıştır. Özellikle Ali Çetinkaya Caddesi boyunca zirai ilaç, alet ve edevatı firmaları ile kuyumcular, bankalar bu aks üzerine yerleşmiştir. Halkın anlatisına göre Kaleiçi ve civarı günümüzde bir varoluş mücadelesi vermektedir. Antalya'ya yönelik iç ve dış göçler yerel halkı kendi kentine

yabancılaştırmıştır. Antalya'nın yerel halkından olanlar şehrin geçmişine ve yerel kimliğine sahip çıkmak ve korumak için dernek ve vakıflar vasıtasıyla çalışmalarını sürdürmektedir.

### 1.5.2. Kent Antalya'nın Günümüzdeki Gelişimi

Kent Antalya'nın kuzey aksındaki gelişimi; 1950'li yıllara kadar Antalya'nın kuzeyinde Şarampol, Sigortalar Hastanesi ve batısında Burdur'dan gelen yolun ayrılış yeri (o tarihlerde buraya "Beyaz Bina" denirdi) bulunurdu. Bu hattın kuzeyi taşlık, kayalık, tamamıyla boş idi (Erten, 2007, s.23). Günümüzde Kalekapısı kuzeyi ile Sigorta Hastanesi arasında uzanan Şarampol Caddesi üzerinde ağırlıklı olarak kentin orta ve alt gelirli kesimine hitap eden alışveriş ve ticaret yerleri ile gıda ve eğlence türü hizmet işletmelerine yönelik işyerleri bulunmaktadır. Muratpaşa mahallesi 1970'lerden sonra gecekondular mahallesi olarak gelişmeye başlamış 1973-76 yılları arasında hızla büyümüştür. 1980'den sonra gecekondular Çevreyolu üzerinde yapılmıştır. Kentin kuzeyindeki gecekondulaşma sanayi kuruluşları ile ilgilidir (Güçlü, 2007, s.383). Özellikle iç göç yoluyla Antalya'ya gelip Çevre Yolu'nun kuzeyinde kalan Mazı Dağı civarına yerleşenler şehrin bu bölümünde gecekondular bölgeleri oluşturmuştur. Kepez Elektrik Santralinin kuzeyinde ve organize sanayi bölgesine yakın olan geniş arazideki doğal eğimin 0 ile yüzde 5 arasında olması Antalya'daki yoğun konut talebini bu alana yönlendirmiş ve Kuzeykent diye bir uydu kent oluşmuştur. Kentin gelecekte bu uydu kent aksında merkez Döşemealtı ilçesi sınırlarına doğru gelişmesi beklenmektedir.

Kent Antalya'nın batı aksındaki gelişimi; 1950'li yıllara kadar Kalekapısı'nın batısı Beyaz Bina, güneye uzanan Burdur yolu ve deniz idi. Bu hattın batısında Konyaaltı'na doğru taşlık, kayalıklarla kaplıydı (Erten, 2007, s.23). Güçlü'ye (2007, s.383) göre 1970'lerde Bahçelievler mahallesinin kent merkezine yakın olan güney ve doğu kesimleri ile Yüksekalan mahallesinin güneyinde arsa fiyatları büyük oranda yükselmiş, buralardaki gecekondular yıkılıp yerine çok katlı binalar yapılmaya başlanmıştır. 1980'lerin başında Antalya'da 10.000'in üzerinde gecekondular var iken 1996 yılında bu sayı 50.000 civarındadır. 1990'lı yılların başında kentin batısında beş yıldızlı Falez ve Sheraton otelleri kurulmuş ve buraya altyapı hizmetlerinin yoğun olarak gitmesi ve ayrıca Akdeniz Üniversitesi Kampüsü'nün bu alana yakın bulunması nedeniyle buralara yakın alanlara doğru bir gelişme ortaya çıkmıştır. Antalya'nın en büyük plajı olan Konyaaltı plajına yakınlığından dolayı liman ile Konyaaltı varyantı arasındaki bantta hızlı bir gelişme eğilimi olmuştur. Kalekapısı ile Konyaaltı varyantı arasında uzanan (Kenan Evren Bulvarı) aks üst gelirli konut alanı olarak gelişmiştir. Bu

aks boyunca hazır giyim, boya maddesi, butik, şarküteri, ev eşyası, lüks inşaat malzemeleri, dekorasyon ve mobilya türü ticaret ve alışveriş yerleri ile turizm ve seyahat acenteleri yerleşmiş idi. Atatürk Parkı'ndan itibaren Konyaaltı sahili civarı ve Beldibi beldesi turizm bölgesi olarak belirlendiğinden bu alanda yüzlerce konaklama tesisi açılmıştır. Buna bağlı olarak bölgede büfe, kafe, restoran, gece kulübü, diskotek gibi işletmeler de yoğun olarak bulunmaktadır.

Kent Antalya'nın güney aksındaki gelişimi; 1950'li yıllara kadar Kalekapısı'nın güneyi Deniz, Kadınyarı köprüsü, Şehir yat Limanı, Karaalioğlu Parkı yanındaki Hıdırlık tarihi kule, Karaalioğlu park kuzeyi, şimdiki şehir stadi kuzeyi idi (Erten, 2007, s.23) Günümüzde Akdeniz kıyı bandının doğu aksında (Atatürk Caddesi, Işıklar Caddesi, Burhanettin Onat Caddesi, İsmet Gökşen Caddesi, Özgürlük Bulvarı, Tekelioğlu Caddesi, Lara Caddesi vb) bulunan caddeler ve bunların civarında; hazır giyim, butik, lüks ev eşyası, lüks mobilya türü ticaret ve alışveriş yerleri ile gece kulüpleri, kafeler, restoranlar, diskolar, oteller, turizm ve seyahat acentaları yerleşmiştir. Seyahat acentaları ve turizm firmaları Barınaklar ve Çağlayan bölgesini mekân edinmiştir.

Kent Antalya'nın doğu aksındaki gelişimi; 1950'li yıllara kadar şehrin doğusunda şehir stadi, halen yıkılmış olan Değirmenönü un fabrikaları, Doğu garajı mevki, şimdiki (yıkılan) Vakıf Hastanesi, terk edilen şehirlerarası garaj ve şarmpol evleri bulunmakta idi (Erten, 2007, s.23). Günümüzde Lara ve Kundu kıyı bandı turizm bölgesi olarak belirlenmiştir. Lara kumsalının başında Özel İdare ve Belediye'ye, diğer resmi kurumlara ve halkın kullanımına ayrılan kamping alanı gibi alanlardaki obalar yıkılarak buralar sahil yürüyüş yolu, plaj ve piknik alanı olarak düzenlenmiştir (<http://arsiv.zaman.com.tr/2002/05/12/akdeniz/butun.htm> 08.02.10)). Antalya'nın ikinci büyük plajı olan Lara plajına yakınlığından dolayı Lara bandında beş yıldızlı oteller ve tatil siteleri yoğunlaşmıştır. Özellikle Lara turizm bölgesinde yoğun olarak konaklama tesisleri inşa edilmiş ve bunlara yakın alanda konut inşası ve yerleşim artarak devam etmektedir (Bağcı, 2007, s.3). 2000 yılından itibaren Antalya'daki üst gelir grubunun Lara-Falezler ve Lara plajı aksına yerleştiği gözlenmektedir. Kundu bölgesinde konaklama tesislerin kuzeyine kalan alanda yerel halk ve yabancılara yönelik ultra lüks villalar ve apartmanlar inşa edilmiş ve özellikle üst gelir grubuna yönelik yeni bir yerleşim alanı oluşmuştur. Ilıcak'a (2009) göre Lara bölgesindeki yüksek ve dip dibe inşa edilmiş binalar, Kundu tatil yöresinin doğal dokusuna uygun olmaktan ziyade, bir toplu konut manzarası yansıtmakta ve bir tatil yöresi olan bölge katledilmektedir (<http://www.arkitera.com>).



com/h45440-antalya-kunduyu-da-katlediyorlar.html 08.02.2010)). Lara ve Kundu kıyı bandı aksının kuzeyindeki Çevre Yolu'na kadar olan bölge ile Çevre Yolu'nun kuzeyinde Aksu ilçesi bölgesindeki alanın tarımsal arazi özeliği korunmaktadır.

Erten'e (2007, s.29) göre 1950'li yıllara kadar şehrin nüfusu 12-15.000 kadardı. Halk memur, esnaf, tüccar ve çiftçilikle iştiğal ederd. Halkın bir kısmı ve bilhassa yaşlıları sıcak yaz aylarında Korkuteli ve Toros yaylalarının serinliklerine göç ederler sonbaharda tekrar Antalya'ya gelirdi. Antalya'da kalanlar ise sıcak yaz günlerinde serinlemek için Liman güneyindeki Mermerli sahilinde deniz içine mevsimlik inşa edilen etrafı perdeler ve hasırlarla çevrili deniz banyosunda sabahları hanımlar, öğleden sonra erkekler olmak üzere münavebe ile serinlemeye çalışırdı.

Kent Antalya'nın gelecekteki gelişimi; Antalya'nın bazı kentsel kesimlerinde belirli özelliklerden söz edilebilmektedir. Örneğin, kentin imarlı kesimlerinde yoğunluklar ortalamanın çok üstündedir. Bu durum imar planlarında ve imar yönetmeliğinde yapılan değişiklikler sonucu ortaya çıkmıştır. İmarsız kesimde yoğunluklar düşük veya kent ortalaması düzeyindedir. İmar uygulaması yapılmış alanların bir kesiminin henüz yapılaşmamış olduğu bilinmektedir. Merkezi iş alanlarının kuzeyinde ve kuzey doğusunda yer alan alanlarda da yapılaşmamış alanlar bulunmaktadır (ÇED Raporu,2008,s.324-325). Antalya'da Meltem Mahallesi diye adlandırılan bölge, Konyaaltı varyantı ile liman arasındaki bölge ve Lara bandı üzerinde kurulan Örnekköy tatil siteleri planlı olarak gelişmiş alanlardır. Ancak inşaat sektörü yerel arazi sahiplerinin ilgisini apartman ve daire sahibi olmaya yönlentmekle rant beklentisindeki arazi sahiplerinin bu yöndeki eğilimi halen devam etmektedir. Antalya düz bir kayaç platform üzerinde kurulu olup doğu ve batı istikametlerinde inşaat yapımına müsait sınırlı alana sahiptir. Bu sınırlı alanda yapılaşma devam etmektedir. Ancak kentin kuzeyinde merkez Döşemealtı ilçesinde topografik açıdan yapılaşmaya uygun geniş arazinin mevcudiyetinden, şehrin gelecekte kuzey istikametinde gelişeceği söylenebilir. Şehrin doğusunda bulunan Aksu ilçesinin de kuzey aksında gelişme göstermesi mümkündür.

Antalya sanayisinin gelişimi; 1950'li yılların ikinci yarısına kadar Antalya'da sadece kentin ve hinterlandının tüketimine dönük ve tarımsal ürünlerin birinci kademe değerlendirmesini yapan küçük ölçekli kuruluşlar bulunuyordu. Antalya'da üç büyük ölçekli kuruluşun faaliyete geçmesi ile şehrin gelişiminde önemli bir adım atılmıştır. Bu kuruluşların faaliyete geçmesi ile Antalya sosyal hayatında değişiklikler yaşanmış işçiler yeni bir kültür ve

yeni bir yaşam tarzı ile tanışmıştır. İlk olarak 1957 yılında Etibank ve bir Fransız firmasının işbirliği ile ilk karpit ve Ferrokrom fabrikası kurulmuştur (Uzun, 2007, s.243-258). İkinci olarak 1961 yılında Sermayesinin çoğunluğu Sümerbank'a ait olan Antalya Pamuklu Dokuma Fabrikası kurulmuştur. Üçüncü olarak özel teşebbüse ait Antalya ve Havalisi Elektrik Santralleri T.A.Ş.'ti Kepez Elektrik Santralini 1961 yılında işletmeye açmıştır. Bu üç büyük ölçekli kuruluşun faaliyete geçmesinden sonra 1970'li yıllarda Antalya sanayisi gelişme kaydetmiştir. 1977 yılında Antalya'da otuz dört büyük işletme bulunuyordu ve bu işletmelerin on adedi; un, konserve, yağ, süt, konsantre meyve suyu fabrikası gibi kuruluşlardı ve gıda sanayi dalında faaliyet gösteriyordu. Aynı yılların Antalya'sında genellikle mobilya işleri ile ilgili hizmet veren çok sayıda küçük işletme yer alıyordu. Madeni eşya ve taşıt yapım-onarımı alanındaki işletme sayısı da yoğun idi. Küçük ölçekli kuruluşlar kent merkezinin kuzeyinde Sanayi Mahallesi ve Topçular Senti ile havaalanı arasındaki bölgede toplanmıştı. 1980 sonrası dönemde bu bölgelerdeki sanayi yerleşimi durdurulmuştur. Antalya-Burdur karayolu üzerinde 197 ha'lık alanda Akdeniz Organize Sanayi Bölgesi ve Burdur yolunun batısında Ferrokrom Fabrikasının güneyinde 924 işyeri bulunan Akdeniz Küçük Sanayi Sitesi kurulmuştur. Bu yeni sanayi alanlarının faaliyete geçmesiyle sanayi sektöründe faaliyet gösteren işyerleri şehir dışına çıkarılmıştır. Antalya'daki küçük sanayi genel olarak taşıt aracı onarımı, orman ürünleri ve madeni eşya imalinde yoğunlaşmıştır. Organize sanayi bölgesinin kurulmasıyla sanayi yerleşmesinin gelecekte oluşturabileceği problemler büyük ölçüde çözümlenmiştir (ÇED Raporu, 2008, s.289).

Antalya'da alışveriş merkezleri (AVM); 1950'li yıllara kadar şehrin tüccar, sarraf, kuyumcu ve sanat erbabının yerleştiği yer, Kalekapısı'ndan kuzeye Şarampol'e doğru uzanan yolun iki tarafıydı. Bunlardan ayrı, şimdiki Tekel binasının güneyinde kasap ve sebzedeciler, Tekel binası kuzeyinde demirci, sobacı, kalaycılar. Saat kulesi karşısındaki Vakıf İşhanının olduğu yerde (Loncaaltı mevkiinde) zahireciler, onların da kuzeyinde Tek Kapılı ve İki Kapılı hanlar, civarında da çerçiler, ayakkabıcılar, yemenici, saraç ve semerciler bulunurdu. Bunlar dışındaki berber, tahinci, tatlıcı, fırıncı, aşçı, köfteci ve kahveciler de çarşının değişik mahallelerinde serpilmiş durumdaydı. Aşçı, köfteci, çorbacı ve börekçiler Ramazan aylarında dükkânlarını kapayıp yıllık tatillerini yapar, sair on bir ay çalışırlardı (Erten, 2007, s.26). Geçmişin bu geleneksel ticari yaşamı günümüzde tamamen değişmiştir. 1990'lı yılların başından itibaren Havaalanı yolu çevresinde ve Konyaaltı Limanı civarında turistlere yönelik dev alışveriş merkezleri oluşturulmuştur. İlerleyen yıllarda şehirde yaşayan yerel nüfusun artışına bağlı olarak kent Antalya'nın çeşitli mevkilerinde yerel halka yönelik büyük alışveriş

merkezleri kurulmuştur. Antalya'daki büro ve dükkânların dağılımı batıda Konyaaltı, güneyde Lara, doğuda Demokrasi Kavşağı, kuzeyde ise Fabrikalar mahallesine kadar gelişmiştir. Yoğunluk denizden uzaklaştıkça azalmaktadır. Antalya'nın nüfus yoğun alanlarında 101, 1e1, Aypo, Bim, Carrefoursa, Deepo, Genpa, Gülgen, Kipa, Komaş, Koçtaş, Laura, Metro, Migros, Özdilek, Real Market, Shemall, Şok Market, Tansaş, Tespo gibi büyük ölçekli alışveriş merkezleri kurulmuştur. Daha önceleri yerel adıyla bilinen bir mevki artık burada açılmış olan AVM'nin adıyla anılmaktadır. Çağan'a (2002) göre tüketim maddeleri ve ihtiyaç malzemelerinin satışıyla iştilal eden büyük mağazaların kurulması izne bağlı değildir. Türkiye'nin hemen her ilinde açılan AVM'ler küçük esnaf ve sanatkâr ile KOBİ'leri olumsuz yönde etkilemiştir. AVM'ler Antalya'daki geleneksel alış-veriş ve ticaret alanlarını ortadan kaldırmıştır ([www.tbmm.gov.tr/tutanak/donem21/yil4/bas/b096m.htm](http://www.tbmm.gov.tr/tutanak/donem21/yil4/bas/b096m.htm) (08.0.10)).

### **1.6.Antalya'nın Kentsel Altyapısı**

Alt ve üst yapı arz kaynakları su şebekesi, kanalizasyon, havagazı, elektrik ve drenaj sistemleri, haberleşme ve iletişim ağı, karayolları, deniz yolları ve limanlar, otogarlar ve tren istasyonları, park imkânları, terminal binaları, alış veriş merkezleri, moteller, restoranlar, oteller, dinlenme yerleri, eğlence yerleri gibi yer altı ve yerüstü gelişme faktörleridir (Bukart ve Medlik, 1981,s. 232).

Antalya kenti sosyo ekonomik gelişmişlik derecesi, nüfus büyüklüğü ve artışı, ekonomik faaliyetler, bölgesel hizmetler, altyapı ve ulaşım açısından Akdeniz bölgesinde ilk sırada Türkiye içinde ise 7. sırada yer almaktadır (Antalya Büyükşehir Belediyesi (b), s.13; [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)). Ancak Antalya'yı ziyaret eden bazı turist grupları kentin altyapısını yetersiz bulmaktadır. Örneğin Orel ve Memmedov'a göre Antalya'yı ziyaret eden Rus turistler bölgedeki altyapı yetersizliğini Türk turizminin kötü yönleri arasında belirtmektedir ([www.fatmaorel.net/makaleler/rusturist\\_profilu\\_tur.pdf](http://www.fatmaorel.net/makaleler/rusturist_profilu_tur.pdf) (10. 02.10)). Altyapı yetersizliğine ilişkin olarak Lara-Kundu turizm bölgesi örnek olarak verilebilir. 2008 yılına kadar Antalya'nın doğusunda Lara-Kundu bölgesinde altyapı çalışmaları tamamlanmadığından dolayı, her tesis kendi içme ve kullanma suyu kuyusunu açmış, arıtma tesisleri ve deniz deşarjı sistemlerini oluşturmuş idi (<http://www.e-kutuphane.imo.org.tr/pdf/11094.pdf> (10.02.10)). Kâhya'ya (2002) göre Antalya'nın en büyük sorunu altyapı, daha doğrusu kanalizasyon sorunudur. Antalya 2002 yılına kadar Türkiye'nin

kanalizasyonu olmayan üç-beş ilinden birisidir. Kanalizasyonu olmayan ve her türlü atığı denize döken bir kente, turistlerin tatile gelmeyeceği gerçeğinden hareket eden Antalya Büyükşehir Belediyesi, 1993 yılında Avrupa Yatırım Fonu ve Dünya Bankası'ndan sağladığı proje finansman kaynağı ile kanalizasyon sorununu büyük ölçüde çözmüştür. Bu projeye Antalya'daki otellerin katkısı bulunmamaktadır (<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber-Arsiv.asp?İd=63029> (11.02.10)).

### **1.6.1. Antalya'da Atıksu ve Kanalizasyon**

Antalya atıksu projesi kapsamında kanalizasyon inşaatı devam etmektedir. Mevcut kanalizasyon sistemine yağmur sularının girmemesi gerekir. Kanalizasyon inşaatı yaklaşık olarak 400 km'dir. Bu sistemin çalışması için muhtelif yerlerde 5 adet pompa istasyonu mevcuttur (ÇED, 2008, s.301). Antalya şehrinin evlerden ve endüstrilerden kaynaklanan kanalizasyon sularının artıldığı atıksu arıtma tesisi biyolojik arıtma ve çamur arıtma ünitelerinden oluşmaktadır.

Antalya Hurma Atıksu Arıtma Tesisi; 1996 yılında Antalya Büyükşehir Belediyesi'nce temeli atılan Hurma Biyolojik arıtma tesisinin (ön arıtma) yapımı 1999 yılında tamamlamıştır. Tesis Antalya-Kemer karayolunun 16.ncı km'sinde Tünektepe yolu üzerinde kıyıda 2600 m uzaklıkta kurulmuştur. Ön arıtma sisteminde organik madde arıtımı yapılmadığı için denize verilen çıkış suyunun kirlilik yaratma tehlikesine karşın biyolojik atıksu arıtma ünitesi yapılması kararlaştırılmıştır. Hurma biyolojik atıksu arıtma tesisi 1 milyon nüfusa göre projelendirilmiş olup, her hat 250 bin nüfusa göre tasarlanmıştır. Tesisin 250 bin nüfusluk bölümünün temeli 2001 yılında atılmış ve 1. Kademe olarak inşa edilen bu kısım aynı yıl içinde tamamlanıp hizmete açılmıştır. II. Kademe ünitesi 2005 yılında devreye alınmıştır. Böylece şu anda 75.000 m<sup>3</sup> atıksu arıtma kapasiteli tesis 500 bin nüfusa hizmet vermektedir (ASAT, <http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=301> (11.02.10)).

Antalya Lara Atıksu Arıtma Tesisi; Antalya Büyükşehir Belediyesi'nce yapılan Lara Atıksu Tesisinin ön arıtma ve biyolojik arıtma üniteleri 2006 yılında devreye alınmıştır. Lara Atıksu Arıtma Tesisi, Güzeloba Köyü hudutlarında, Lara Turizm Yolu güneyinde TRT tesisleri bitişiğinde, kent merkezine 17 km mesafede, Lara Plajının 250 m kuzeyindedir. Doğu Bölgesi projesi Lara Atıksu Arıtma Tesisi ve derin deniz deşarjı projesi ile Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde Batı Bölgesinin dışında kalan nüfus ile bölgede bulunan turistik

tesislerin atık sularının arıtılması amaçlanmıştır. Bölgedeki atık sular kanalizasyon şebekesi ile toplanıp arıtma sonrasında Derin Deniz Deşarjı ile bertaraf edilecek şekilde 4 etap olarak tasarlanmıştır. 1.nci etap yatırım programı kapsamında ön arıtmanın tamamı (1.000.000 eşdeğer nüfusa), biyolojik arıtmanın ise deşarj standartlarında tanımlı deşarj kıstaslarına uygun kalitede arıtılmış suyu sağlayabilecek 350.000 eşdeğer nüfus kapasitesine sahip olarak yatırımı gerçekleşmiş ve işletmeye alınmıştır (ASAT, <http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=302> (11.02.10)).

Antalya Arıtma Çamuru Termal Kurutma ve Konjenerasyon Tesisi; Antalya Büyükşehir Belediyesi tarafından 2007-2008 yıllarında işletmeye alınan, tamamen beton muhafazalı Arıtma Çamuru Termal Kurutma ve Konjenerasyon Tesisi Türkiye’de bir ilktir. Antalya şehri kanalizasyon şebekesi ile toplanan atıksular Avrupa Birliği Deşarj limitlerini garanti kılan merkezi iki N/P giderimi içeren biyolojik atıksu arıtma tesislerinde arıtılır ve nihai olarak derin deniz deşarj hatları ile alıcı ortama deşarj edilir. Hurma ve Lara arıtma tesislerinin her ikisi de, kapsamına fosfat giderme, nitrifikasyon (amonyum ve nitrit bileşiklerinin bakterilerle nitrata dönüştürülmesi) ve denitrifikasyon (nitratların bakterilerle azota dönüştürülmesi) işlemleri dâhil, geniş aralıkta bir biyolojik arıtma ile donatılmıştır. Mevcut durumda Hurma ve Lara Biyolojik Atıksu Arıtma Tesislerinden ortalama 110 ton/gün yüzde 18 KM içerikli arıtma çamuru kurutulmakta olup kurutma tesisinde kapasite fazlası diğer idarelerin talebi doğrultusunda kurutma hizmeti verilebilecektir. Türkiye’de ilk kez Antalya’da, su ve atıksu sektöründe çevre kalitesi halkası tamamlanmıştır. Gelecekte oluşabilecek şartlar dikkate alınarak, söz konusu sahada çamur yakma ve enerji elde etme için saha ayrılmıştır (ASAT, <http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=303> (11.02.10)).

### **1.6.2. Antalya’da Çevre ve Yeşil Alan**

Antalya’da Çevre; Fizibilite raporlarına göre, kentte katı atık üretimi 0,8 kg/N/gün’dür. Kişi başına düşen katı atık üretim miktarı her yıl yüzde 1 oranında artmaktadır. Antalya Büyükşehir Belediyesi mücavir alan sınırları dâhilinde oluşan evsel nitelikli katı atıklar, Kızıllı katı atık düzenli depolama sahasında nihai olarak bertaraf edilmektedir. Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği’nin uygulanmasına yönelik olarak, ambalaj atıkları kaynağında toplanması çalışması Büyükşehir Belediyesi koordinasyonunda ilk kademe belediyeleri tarafından gerçekleştirilmektedir (<http://www.tbmm.gov.tr/tutanak/donem23/yil2/bas/b055m.htm> (12. 02.10)). Kızıllı Köyü sınırları içerisinde Havuzkepir Tepe, Yuvaalan

mevkiindeki Orman Bakanlığı'ndan tahsis edilen 100 hektarlık alan Antalya Büyükşehir Belediyesi'ne ait Kızıllı Katı Atık Düzenli Depolama Sahası 2003 yılında faaliyete geçmiş ve Kepezüstü çöplüğü kapatılmıştır. Kızıllı Katı Atık Düzenli Depolama Sahası, Antalya şehir merkezine yaklaşık 27 km mesafede, kentin kuzeydoğu yönünde yer almaktadır. Alanda sızıntı suyu arıtma tesisi tamamlanmış olup, fosseptiklerden çekilen atık sular burada arıtılmaktadır. Katı atık düzenli depolama alanının çevreye muhtemel olumsuzlukları; sızıntı suyu ve dolayısıyla su kaynaklarının kirlenme olasılığı ve gaz hareketlerinin olacağı ihtimal olup katı atık düzenli depolama alanı mevzuata uygun olarak 3. etap (İşletme Aşamaları) inşaatına yönelik olarak hazırlanmıştır. Düzenli depolama alanında oluşacak sızıntı sularının çevreye olumsuz etkilerini önlemek amacıyla katı atık sahasında geçirimsizliğin temini için yalıtım tabakası oluşturulmuştur. Taban yalıtımı için alttan üste doğru geçirimsizlik tabakası (Jeosentetik Kil Örtü), Plastik Örtü (Yüksek Yoğunluklu Polietilen Örtü) (Jeomembran), Koruyucu Amaçlı Örtü (Jeotekstil), drenaj tabakası (Lot tabanında 32-64 mm) ve dere çakılı kullanılmaktadır (Antalya İli ÇED, 2009).

Antalya'da Yeşil Alan; Yeşil alanlar kentlerin doğallıktan uzaklaşan iklimini bir dereceye kadar normale getiren araçlardan biridir. Diğer önemli bir nokta yeşilliklerin tozu önleme ve miktarını azaltma etkisidir. Yeşil örtüler kirliliği için filtre görevi yapar. Ortaçesme, Yıldırım ve Manavoğlu'nun yaptığı bir çalışmada elde edilen sonuca göre Antalya'da kişi başına düşen yeşil alan miktarı 4,4 m<sup>2</sup>'dir. Mevzuata göre bu miktarın en az 10 m<sup>2</sup> olması gerekmektedir. Ankara, İstanbul ve İzmir gibi kentlerde kişi başına düşen yeşil alan miktarı 2 ile 3 m<sup>2</sup> arasındadır. Türkiye'deki diğer kentlere göre yeşil alan bakımından Antalya'nın durumu daha iyi imiş gibi gözükmektedir. Ancak Avrupa şehirlerinden Brüksel'de kişi başına 29 m<sup>2</sup>, Viyana'da 25 m<sup>2</sup>, Lahey'de 20 m<sup>2</sup>, Münih'te 16 m<sup>2</sup> aktif yeşil alan düştüğü dikkate alındığında, Antalya'da kişi başına yeşil alan miktarının artırılması gerekir (Ortaçesme, Yıldırım ve Manavoğlu, <http://www.e-kutuphane.imo.org.tr/pdf/11171.pdf> (11.02.10)).

### **1.6.3. Antalya'da Kent İçi İçme Suyu Dağıtımı**

Antalya'da 1950 yılının sonuna kadar bugünkü anlamda içme suyu tesisi bulunmamaktaydı. İçme suyu 1940'lı yıllara kadar her mahallede varlıklı ailelerin bahçelerinde açtırdıkları ve bol kış yağmurlarında doldurdukları sarnıçlardan, kuyu veya limandaki tatlı su kaynaklarından alınıp sakalarca merkep sırtında satışa çıkartılan sular ile

karşılanırdı (Erten, 2007, s.24). Şehre su getirme çalışmaları 1940'lı yıllarda başlamıştır. İlk önce Hurma Pınarından ve daha sonra 1956 yılında da Gürkavak Membasından su getirilmiştir. Zamanla su şehre yeterli gelmemiş ve 1975 yılında değişik kotlarda toplam 12.500 m<sup>3</sup>'lük yeni depolar yapılmıştır. Eski depolarla birlikte toplam depo hacmi 17.150 m<sup>3</sup> olmuştur. Bu esnada yeni tesisler hemen yapılıp devreye girmediğinden Meydan ve Topçular derin kuyuları ile Mağara kaynağı devreye sokulmuştur. Günümüzde Antalya şehrine Mağara Kaynağı, Gürkavak Membası, Meydan Derin Kuyuları ve Boğa Çay keson kuyuları olmak üzere dört ayrı yerden su verilmektedir. Bu su depolarının haricinde Arapsuyu, Çakırlar, Altınova ve Güzelyalı semtlerinde de daha evvel YSE tarafından yaptırılmış pompa ve depolar mevcuttur. Her iki grubun şehre verdiği toplam su miktarı 1.300-1.400 lt/sn arasındadır. Antalya kentinin nüfusunun tahminlerin çok üzerinde artması, yeni yerleşim bölgelerinin açılması, gecekonduların oluşması, çevre belediyelerin Antalya'ya bağlanması, şehrin iç ve dış turizmin merkezi olması, mevcut şebekenin eski olması ve su kaçaklarının yüzde 40'ın üzerine çıkması gibi sebepler Antalya için yeni içme suyu kaynaklarının bulunmasını ve yeni şebeke yapılmasını zorunlu kılmıştır. 2020 yılına kadar yetecek olan Antalya kenti içme ve kullanma suyu temini-depolaması ve dağıtımı ile ilgili olarak DSİ Genel Müdürlüğü yetkilidir (ÇED, 2008, s.299). (Tablo 1.6.1)

**Tablo 1.6.1 İçme Suyu Projeleri**

No	Proje Adı	İçme Suyu (hm <sup>3</sup> /yıl)
1	Antalya İçme Suyu 1.Aşama Projesi	27,40
2	Manavgat Çayı Su Temin Projesi	183,00
TOPLAM		210,40

**Kaynak:** DSİ XIII. Bölge Müdürlüğü,2004. (www.dsi.gov.tr)

Günümüzde Antalya ilinin içme suyu 45 derin kuyu, 9 pompa istasyonu,13 depo ve 2000 km'lik iletim hattı ve su şebekesinden ASAT Genel Müdürlüğü'nce karşılanmaktadır (Tablo 1.6.2). 2006 yılı Haziran ayı sonunda devreye alınan SCADA projesiyle işletmeye yönelik tüm problemlerin ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Bu projeye üretim ve iletim kayıplarının minimum seviyeye çekilmesi, enerji tüketiminin, 0,8 kw/m<sup>3</sup> ten 0,6 kw/m<sup>3</sup> çekilmesi, personelden en etkin bir şekilde verim alınabilmesi, yüzde 60 oranında olan kayıp suyun yüzde 20'lere çekilmesi hedeflenmiştir (<http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=501> (11.02.10)).

### 1.6.2. Antalya Kent İçi İçme Suyunun Sağlandığı Ana Pompa İstasyonları

Pompa İstasyonu	Mevkii	Sahibi	Kira süresi (Yıl)	Kuyu Adedi	Lt/sn
Duraliler	Duraliler	Orman	49	37	2700
Boğaçay	Gürsu	-	-	5	420
Termessos	-	Orman	49	13	320
Gürkaynak	Güver uçurumu	-	-	-	120
Yemişpınar	Hacısekiler	-	-	-	60

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir (<http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=502> (11.02.10)).

### 1.6.4. Antalya'da Enerji ve Doğal Gaz

Antalya'da Enerji; Çimrin'e (2005, s.52) göre Giritli Remzi Bey Antalya'da Hıdırlık Kulesi yanındaki alanda 1918 yılında kurduğu Buz Fabrikası'nda su kuvveti ile ürettiği elektriği kullanan ilk kişidir. Günümüzde Antalya elektrik tüketicisi ve elektrik üreticisi konumunda olup ilde elektrik alamayan köy bulunmamaktadır (ÇED, 2008, s.302). Nüfusun hızlı artışı, sanayinin gelişimi ve tüketici taleplerindeki farklılıklar, gelecekte elektrik enerjisi talebinin bugünkü seviyenin çok üzerinde olacağını göstermektedir. Şehir şebekesindeki trafo sayısı 2.589'dur. Şehir şebekesi trafoları doluluk oranı yüzde 60-90, kırsal kesim trafoları doluluk oranı ise yüzde 60-80'dir ([http://www.antalya.bel.tr/tr/kent\\_profilu/altyapi/enerji.cfm?tanitimId=748](http://www.antalya.bel.tr/tr/kent_profilu/altyapi/enerji.cfm?tanitimId=748) (12.02.10)). Türkiye toplamının yüzde 5,3'üne karşılık gelen 2.643 mwh düzeyinde hidrolik enerji potansiyeline sahip olan Antalya'da, hidroelektrik güç 666,80 mwh'dir. İldeki hidroelektrik güç Oymapınar, Kepez I, Kepez II, Manavgat ve Karacaören hidroelektrik santrallerinden sağlanmaktadır. İnşaatı devam eden Alanya Dim Barajı ve HES 38,2 mwh. kurulu güce sahip bir projedir. Antalya'da kişi başına elektrik tüketimi 2.606 kWh/kişi'dir (TEDAŞ, 2008, [http://www.tedas.gov.tr/29,Istatistiki\\_Bilgiler.html](http://www.tedas.gov.tr/29,Istatistiki_Bilgiler.html) (11.02.10)). Antalya'da sektörler açısından elektrik tüketimine bakıldığında yüzde 38,6 elektrik kullanımı ile ticarethaneler ilk sırada yer almakta olup, bu oran Türkiye ve Akdeniz ortalamasının üzerindedir. İkinci sırayı yüzde 28,4 ile meskenler alırken üçüncü sırada yüzde 10,4 ile sanayi sektörü yer almaktadır (Tablo 1.6.3) Antalya, turizm potansiyeli nedeniyle Türkiye geneline göre en çok; cadde, park, bahçe ve sokak aydınlatması yapılan illerin başındadır. Bu ışıklandırma türlerinde ülke ortalamasının iki katı harcama yapılmaktadır. İlin elektriği



Akdeniz Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi'nce sağlanmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/kent\\_profil/altyapi/enerji.cfm? TanitimId=748](http://www.antalya.bel.tr/tr/kent_profil/altyapi/enerji.cfm?TanitimId=748) (12.02.10)).

**Tablo 1.6.3 Antalya İli Elektrik Tüketimi Sektörel Dağılımı**

Sektör	Tüketim (MWh)	Oran %
Mesken	1 374 926	28,4
Ticarethane	1 869 962	38,6
Resmi daire	458 326	9,5
Sanayi	503 085	10,4
Tarımsal Sulama	133 597	2,8
Aydınlatma	156 430	3,2
Diğer	348 424	7,2
Toplam	4 844 751	100

**Kaynak:** TEDAŞ, 2008-Türkiye Elektrik Dağıtım ve Tüketim İstatistikleri. (<http://www.oib.gov.tr/tedas/tedas.htm> (12.02.10))

Antalya güneşlenme süresinin en yüksek olduğu illerden biridir. Yıllık ortalama güneşlenme süresi Antalya'da 8 saat 30 dakika olup, bu süre yaz aylarında 12 saat 41 dakikaya çıkmaktadır. Güneş enerjisinden su ısıtmasında ve seracılıkta faydalanılmaktadır. Erten'e (2007, s.27-28) göre Antalya'da soba ile ısınma 1930'lu yıllardan sonra başlamıştır. Soba kullanılmadan önce oturlan yerin büyüklüğüne göre çeşitli ayaklı mangallarda köylerden gelen kömür yakılırdı. Sabahları erken kalkan ana babalar önce mangalı yakar, onunla oturma birimini ısıtır, sonra çocukları kahvaltı için mangal başına toplardı yatak odalarında ısıtma yapılmazdı. Evlerin yakacak kömürü ve odunu, sonbahar ve kışa yetecek kadar alınırdı. Bunlar civar köylerden ve bilhassa Varsak Köyü'nden kömürcü ve oduncular merkep veya deve sırtında şehir sokaklarına getirir kömürcü", "oduncu" bağrıışları ile dolaştırırken müşterilerini bulurdu. Günümüzde Bölgede Orman Genel Müdürlüğü tarafından işletilmekte olan devlet ormanlarından hasat edilip kullanıma sunulan sanayi odunu 74.363 m<sup>3</sup>, yakacak odun ise 352.374 m<sup>3</sup> olup, Türkiye üretiminin yüzde 1,5'ini oluşturmaktadır (<http://www.antalya.bel.tr/tr/kentprofil/altyapi/enerji.cfm?tanitimId=748> (12.02.10)).

Antalya'da Doğal Gaz; Antalya'da 2005 yılı itibariyle Organize Sanayi Bölgesine doğal gaz hattı gelmiş ancak Antalya il sınırları içerisinde doğal gaz boru hattı altyapı çalışmaları sonuçlanmadığından şehirde doğal gaz kullanımına henüz başlanmamıştır. Antalya doğal gaz

dağıtım projesinin 5 yıl içinde tamamlanması öngörülmüştür. Antalya doğal gaz dağıtım projesi ile Antalya Büyükşehir Belediyesi, Tekirova, Çamyuva, Kemer, Göynük, Belek, Kadriye ve Serik ilçe sınırları içinde kalan bölgelere 30 yıl süre ile doğalgaz dağıtımını yapılması hedeflenmiştir (<http://www.betonarme.com/haberler/938-antalyada-sehiricine-dogal-gazdagitimi-icin-calismalar-basladi.html> (11.02. 10)).

### 1.6.5. Antalya'da Ulaşım

Antalya'da Kara Ulaşımı; Antalya, Türkiye'nin temel trafik akslarının dışında olmasına rağmen turizm, sera ve narenciye alanlarındaki konumu nedeniyle önemli trafik çekim merkezlerinden biridir. Şehirde ulaşım, ağırlıklı olarak kara ve hava yolu ile sağlanmaktadır. Antalya'da 716 km'lik yol asfalt ile kaplı olup ilde karayolları önemli ölçüde gelişmiştir. (Tablo 1.6.4)

**Tablo 1.6.4 Antalya İli Yollarının Sath Cinslerine Göre Uzunlukları (Km.)**

İl Plaka No	İl Yolları								
	Asfalt Yollar			Parke	Stabilize	Toprak	Geçit Vermez	Toplam Uzunluk	Bölünmüş Yol
	Asfalt Betonlu	Sathi Kaplama	Toplam						
07	14	702	716	2	0	0	19	737	13,268

**Kaynak:** Karayolları Genel Müdürlüğü, 2009 (<http://www.kgm.gov.tr/> (12.02.10)).

Yük taşımacılığında en önemli pay karayollarına aittir. Burdur-Afyon-Ankara karayolu (E-24) kenti İç Anadolu'ya bağlayan en önemli karayoludur. Önem bakımından ikinci sırada Isparta yolu gelmektedir. Bunların yanı sıra, ilin Doğu ve Batı ile bağlantısını sağlayan Antalya-Mersin ve Antalya-Kaş-Muğla karayolları bulunmaktadır. Antalya'nın diğer illeriyle bağlantısı hava, kara ve deniz yolları ile sağlanmaktadır. Ankara, İzmir ve Adana gibi kentlerin Antalya'ya uzaklığı, hemen hemen aynıdır (550 km). İstanbul'un ise Antalya'ya uzaklığı 724 km'yi bulmaktadır.

Antalya, motorlu kara taşıtı sayısı büyüklüğü bakımından Türkiye'nin dördüncü ilidir. Motorlu araç sayısı bakımından Antalya'da ilk sırayı alan araç otomobil olup ikinci sırayı mobilet ve üçüncü sırayı da kamyonet almıştır (Tablo 1.6.5). Yoğun turizm sezonunda, turistlerin havaalanı-konaklama tesisleri arasındaki transferlerinde veya tur

organizasyonlarında daha fazla sayıda otobüs veya minibüs gibi araca ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyaç duyulan bu tür araçlar şehirdeki taşıma firmaları tarafından diğer illerden karşılanmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/gunluk\\_yasam/ulasim.cfm?tanitimId=747](http://www.antalya.bel.tr/tr/gunluk_yasam/ulasim.cfm?tanitimId=747) (12.02.10)).

**Tablo 1.6.5 Antalya İli Motorlu Kara Taşıtları Sayısı**

S.No	Motorlu Araç Nev'i	Adet
1	Otomobil	262.836
2	Motosiklet	203.360
3	Kamyonet	98.854
4	Traktör	36.962
5	Kamyon	20.025
6	Minibüs	12.068
7	Otobüs	7.973
8	Özel amaçlı taşıtlar	943
9	Yol ve İş Makineleri	0
Toplam		643.021

**Kaynak:** TÜİK, İBBS-Düzey3 e göre motorlu kara taşıtları sayısı (Motorsuz (römork ve yarı römork) kara taşıtları hariç Aralık 2008. (<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir

Antalya Otogarı; Daha önceden Tahıl Pazarı ile Muratpaşa Mahallesi arasında yer alan Antalya Otogarı 1996 yılında Burdur istikameti karayolu üzerindeki bugünkü yerine taşınmıştır. Yaklaşık 235.000 m<sup>2</sup> yeşil alan içinde yer alan ve kullanım alanı 20.000 m<sup>2</sup> olan otogar, Büyükşehir Belediyesi'nce yönetilmektedir. Otogar içerisinde kırsal ve şehirlerarası terminal binaları ile idare binası, benzinlik ve bakım atölyesi, trafo ve su deposu (1.500 m<sup>3</sup>) yer almaktadır. Kırsal terminal binası içinde bilet satış gişeleri ve bürolar ile lokanta, kafeterya, büfeler, bay-bayan ve bedensel engelli wc birimleri yer almaktadır. Şehirlerarası terminal binasında da bilet satış gişeleri, şirket büroları, kafeterya, lokanta, büfeler, mağaza, bay-bayan ve bedensel engelli wc birimleri, mescit, jandarma ve polis kontrol noktaları, banka, PTT, döviz büroları, doktor muayenehanesi ve eczane, lostra, terzi, kiralık oto, turizm danışma birimleri bulunmaktadır. Otogarda binek araç ve otobüs girişleri bilgisayarla kontrol edilmektedir. Otogar çevresi ve alanı 65 adet kamera ile denetlenmektedir. Alanda 300 araçlık binek otoparkı ve 200 araçlık otobüs parkı bulunmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/belkurumsal/mekanlar/otobus\\_terminali.cfm](http://www.antalya.bel.tr/tr/belkurumsal/mekanlar/otobus_terminali.cfm) 12.02.10)).

Antalya’da Demiryolu ve Raylı Sistem (ANTRAY); Antalya-Burdur demiryolu hattını imtiyaz suretiyle yapabilmek için İtalyan’lar 1913 yılında resmen Osmanlı Devletine başvurmuş ise de gerekli izin alınamamıştır. Cumhuriyet dönemi ile birlikte 1923 yılından bu yana demir yolu ağının devreye sokulması için çaba harcanmakta ise de bu çabalar halen sonuçlanmamıştır (Önal, 2006, 275-296). Antalya’da kent içi ulaşımında raylı sistem mevcuttur. Antalya Kent içi Tramvay Projesinin ilk etabı olan 5 km uzunluğundaki Zerdalilik-Müze hattında 1999 yılından itibaren tramvay çalışmaktadır. 1.Aşama Hafif Raylı Sistem Projesi ise 2009 yılında tamamlanmıştır. Raylı sistem güzergâhı Kepezaltı mevkiinden, şehir merkezi-Meydan olmak üzere yaklaşık 11,1 km’dir. Kepezaltı Mevkiinde araçların bakım onarım ve hizmet destek ünitelerinin yer aldığı depo sahası bulunmaktadır. Hat boyunca 16 adet durak yer almaktadır. Otogar ve Çallı durakları yeraltı istasyonu niteliğinde aç/kapa inşaat tekniği ile yapılmıştır (ÇED,2009, <http://cmoeski.org/dosyalar/cdr2009/antalya.pdf> (12.02.10)).

Antalya’da Deniz Ulaşımı; İl sınırlarında deniz taşımacılığı konusunda hizmet veren üç liman mevcuttur. Bu limanlar Antalya Merkez ile Alanya ve Finike ilçelerinde bulunmaktadır. Ancak Antalya’da deniz ulaşımı gelişmemiştir. Kent merkezinde Kaleiçi’ndeki küçük deniz motoru ve yatların barınabileceği limandan başka kentin 12 km batısında Antalya (Büyük) Limanı bulunmaktadır. Kaleiçi Yat limanı 65 bağlama kapasitesiyle balıkçı barınağı, yat limanı ve çekek yeri olarak hizmet vermekte olup Antalya Büyükşehir Belediyesi’ne bağlıdır.

Antalya Limanı; 2.974 gemi/yıl gemi kabul kapasiteli olan limanın geri alanı ile birlikte 500.000 m<sup>2</sup> kara ve 1.250.000 m<sup>2</sup> su alanı vardır. Antalya Serbest Bölge Müdürlüğü ve TMO rıhtımları dâhil, toplam uzunluğu 2.040 m olan 12 adet rıhtımdan, üç adedi Ro-Ro rıhtımıdır. Rıhtımların ortalama draftı 10 metredir (Tablo 1.6.6). Bu kapasite ile kurumsal olarak Türkiye’de gemi kabul kapasitesi bakımından 4.ncü ve elleçleme kapasitesi bakımından 5.nci sıradadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/kent\\_profil/alt\\_yapi/ulasim.cfm?tanitimId=860](http://www.antalya.bel.tr/tr/kent_profil/alt_yapi/ulasim.cfm?tanitimId=860) (12.02.10)). Antalya Limanı 1992 yılından itibaren Antalya Liman Başkanlığı’na yönetilmektedir (Denizcilik Müsteşarlığı, Antalya Bölge Müdürlüğü, <http://antalya.denizcilik.gov.tr/defaultn.aspx?&stid=0&sid=55> 12.02.10)). Liman alanında Ortadoğu Antalya Limanı, ADOPORT (Serbest Bölge), POAŞ Antalya Şamandıra Terminali, ÇEKİSAN Şamandıra Terminali, MOIL Şamandıra Tesisleri, NATO Deniz Şamandıra Tesisleri, SETUR Marina bulunmaktadır. Alandaki marinada 120 çekek yeri bulunmaktadır (Denizcilik Müsteşarlığı

Antalya Bölge Müdürlüğü, <http://antalya.denizcilik.gov.tr/defaultn.aspx?&stid=0&sid=118> (12.02.10)).

**Tablo: 1.6.6 Antalya Limanının Özellikleri**

Derinlik	10 m
Rıhtım Boyu	2,040 m
Açık Stok Sahası	200,000 m <sup>2</sup>
Gemi Kabul Kapasitesi	2,974 gemi/yıl
Elleçleme Kapasitesi	3.000.000 ton/yıl
Depolama Kapasitesi	5.000.000 ton/yıl

**Kaynak:** <http://www.ant-free-zone.org.tr/> (13.02.10)

Antalya Serbest Bölgesi; 1987 tarihinde hizmete açılan Antalya Serbest Bölgesi, şehir merkezine 12 km, havalimanına 25 km mesafede ve Antalya liman sahasının hemen bitişiğinde 607.130 m<sup>2</sup>'lik bir alana kuruludur. Arazi ve altyapı finansmanı devletçe karşılanan, üstyapısı ise yatırımcı firmalar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bölgede elektrik, su, telekomünikasyon hizmetleri, yeşil alanları, yolları ve arıtma tesisi ile tüm gelişmiş serbest bölgelerle rekabet edebilecek düzeydedir. Antalya Serbest Bölge rıhtımından 1998 yılı itibariyle her türlü yükleme boşaltma hizmetleri yapılmaktadır. Bölgenin yatırım için ayrılan alanlarının toplamı 433.985 m<sup>2</sup> olup, bu sahanın yüzde 99'u aşan bir bölümü yatırımcılar tarafından kiralanarak işletmeye alınmıştır. Antalya Serbest Bölgesinde aktif olarak 100 firma ticari faaliyette bulunmakta ve yaklaşık 3.150 kişi istihdam edilmektedir (<http://www.ant-free-zone.org.tr/> (13.02.10)).

Antalya Havaalanı; Antalya'nın doğusunda Antalya-Alanya karayolu üzerinde hava limanı yer alır. 1960 yılında hizmete vermeye başlayan havalimanı, 1985 yılında Antalya Uluslararası Hava Limanı olarak devreye girmiş ve 1989 yılından itibaren günün 24 saati yurt dışı tarifeli ve tarifersiz sivil hava ulaşımına hizmet veren havalimanı niteliği kazanmıştır. Toplam 13.000.000 m<sup>2</sup>'lik alana kurulu bulunan Havalimanında iç hatlar terminali ile I.nci Dış hatlar terminali ve II.nci Dış hatlar terminali mevcuttur. Antalya Havalimanında 1 adet 2990x45 m boyutlarında kompozit ve 2 adet 3400x45 ebadında beton kaplamalı olmak üzere toplam 3 adet pist bulunmaktadır. Şehir merkezine uzaklığı 13 km olan havaalanına otobüs, servis veya taksi ile ulaşılabilir. Alanda 1849 araçlık otoparkın yanı sıra banka ve

sağlık hizmetleri de bulunmaktadır (DHMİ, <http://www.dhmi.gov.tr/havaalanlari.aspx?hv=4> (12.02.10)). (Tablo 1.6.7)

**Tablo 1.6.7 Antalya Hava Meydanı**

Açıklama		Hatlar			
		I.Dış Hatlar	II. Dış Hatlar	Dış Hat-CIP	İç Hatlar
Terminal					
Açılış Tarihi		01.04.1998	17.04.2005	-	1960
Yüzölçümü (m <sup>2</sup> )		54.300 m <sup>2</sup>	77.000 m <sup>2</sup>	1750 m <sup>2</sup>	20.480 m <sup>2</sup>
Uçak park adedi		-	54 adet	-	-
Bagaj kapasitesi		-	5000/saat	-	-
Bagaj alım konveyörü		6 Adet	-	-	-
Yolcu/yıl kapasite		5.000.000	5.000.000	-	1.500.000
Gate		10 adet	-	-	-
Check-in kontuarı		59 adet	65 adet	6 adet	25
Pasaport kontuarı		60 adet	60 adet	4 adet	-
Vize bankosu		14 adet	10 adet	-	-
Yolcu Köprüsü		4 ad. 2 şer olmak üzere 12 ad. uçak park kapasiteli 8 ad.	4 ad. 2 şer olmak üzere 12 ad. uçak park kapasiteli 8 ad.	-	-
Otopark	Açık otopark (m <sup>2</sup> )	33.391 m <sup>2</sup>	110.000 m <sup>2</sup>	-	-
	Binek oto	476	451	20	324
	Midibüs	-	59	-	-
	Otobüs	265	240	-	14

**Kaynak:** DHMİ, araştırmacı tarafından derlenmiştir (<http://www.dhmi.gov.tr/havaalanlari.aspx?hv=4> (12.02.10))

### 1.6.6 Antalya'da Eğitim ve Öğretim

Antalya'da toplam 1.392 okulda, temel ve orta öğretim düzeyinde eğitim verilmektedir. Antalya'daki okulların yüzde 86,85'inde temel eğitim verilmekte olup, öğrencilerin yüzde 77,15'i temel eğitim seviyesindedir. Temel ve orta eğitim seviyesinde bulunan yaklaşık 363.200 öğrenciye, 16.407 öğretmen tarafından eğitim verilmektedir. Türkiye'de temel eğitimde öğretmen başına düşen öğrenci sayısı ortalaması 23.74 olup, Antalya'da bu sayı 23.89'dur (TÜİK, 2007/08 öğretim yılı istatistikleri)

İlköğrenim okullaşma oranı Türkiye genelinde yüzde 97,37 iken Antalya'da 99,82'dir. (Tablo 1.6.8) Ortaöğretim okullaşma oranı Türkiye genelinde yüzde 58,56 olup Antalya'da bu oran yüzde 65,19'dur. Antalya'daki okullaşma oranı Türkiye oranının üzerindedir. Antalya'da ilköğrenim ve orta öğretim çağındaki nüfusun okullaşma oranı Türkiye geneline göre yüksektir.

**Tablo 1.6.8 Örgün Eğitim 2007/' 08 Öğretim Yılı Başlı Eğitim Seviyesine Göre Okullaşma Oranı**

İBBS - 3. Düzey	Okullaşma Oranı	İlköğretim (%)			Ortaöğretim (%)		
		Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
TR Türkiye	Brüt	104,54	106,41	102,57	87,55	94,04	80,70
	Net	97,37	98,53	96,14	58,56	61,17	55,81
TR611 Antalya	Brüt	107,75	108,60	106,85	96,90	98,10	95,63
	Net	99,82	100,00	99,44	65,19	65,57	64,79

**Kaynak:** TÜİK, 2008. Millî Eğitim İstatistikleri, İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması 3. düzey ve eğitim seviyesine göre okullaşma oranı. ([http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=14&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=14&ust_id=5) (13.02.10)) Araştırmacı tarafından derlenmiştir

Antalya'daki Eğitim Merkezleri; Antalya merkezde Merkez Azize Kahraman Halk Eğitimi Merkezi ve Akşam Sanat Okulu ile ilçelerde toplam 14 adet halk eğitim merkezi bulunmaktadır. Kaleiçi'nde Rehberlik ve Araştırma Merkezi, Ahatlı mevkiinde bir adet Öğretmenevi ve Öğretmenevi binasında bir adet Sağlık Eğitim Merkezi bulunmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/kent\\_profil/altyapi/egitim.cfm?tanitimId=751](http://www.antalya.bel.tr/tr/kent_profil/altyapi/egitim.cfm?tanitimId=751) (13.02.10)).

Antalya'da Özel Yabancı Dil Eğitim Kurumları; Antalya ilinde çeşitli konularda eğitim veren 81 adet özel kurs işletmesi aktif olarak faaliyet göstermektedir. Özel kurs işletmeleri genel olarak Muratpaşa ilçesinde yoğunlaşmıştır. Muratpaşa ilçesi sınırları içinde 24 adet özel kurs işletmesinde yabancı dil kursu düzenlenmektedir. Bu kurs işletmelerinin 24'de de İngilizce dil kursu verilmekte olup 17 kurs işletmesinde Almanca, 9 kurs işletmesinde Rusça, 4 kurs işletmesinde Türkçe, 3 kurs işletmesinde Fransızca, 2 kurs işletmesinde Arapça ve 1 kurs işletmesinde de İspanyolca dili kursu verilmektedir (Millî Eğitim Bakanlığı istatistikleri, 2008 yılı).

Akdeniz Üniversitesi; 1982 yılında Antalya'da kurulan Üniversite'de 163 profesör, 94 doçent, 163 yardımcı doçent olmak üzere 420 öğretim üyesi; 212 öğretim görevlisi, 59 okutman, 629

araştırma görevlisi, 61 uzman olmak üzere toplam 1.381 öğretim elemanı ve 1.317 idari personel ile eğitim-öğretim sürdürülmektedir (<http://www1.akdeniz.edu.tr/web/tanitim/genel/tarihce.htm> (10.02.10). Akdeniz Üniversitesi bünyesinde;

- 12 adet fakülte (Tıp Fakültesi, Ziraat Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İletişim Fakültesi, Hukuk Fakültesi, Su Ürünleri Fakültesi, Alanya İşletme Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi),
- 4 adet enstitüsü (Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Güzel Sanatlar Enstitüsü),
- 4 adet lisans düzeyinde eğitim veren yüksekokul (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Antalya Sağlık Yüksekokulu ve Antalya Devlet Konservatuarı),
- 12 adet önlisans düzeyinde eğitim öğretim veren meslek yüksekokulu (Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Elmalı Meslek Yüksekokulu, Kumluca Meslek Yüksekokulu, Korkuteli Meslek Yüksekokulu, Akseki Meslek Yüksekokulu, Serik Meslek Yüksekokulu, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Alanya Meslek Yüksekokulu, Finike Meslek Yüksekokulu, Gazipaşa Mustafa Rahmi Büyükbali Meslek Yüksekokul) bulunmaktadır.

#### **1.6.7. Antalya’da Haberleşme ve Kent Güvenlik Yönetim Sistemi Altyapısı**

Antalya’da Haberleşme; Antalya İl Telekom Müdürlüğü sahasında 1’i merkez olmak üzere 15 ilçe, 85 belediye köy (Belde) ve 543 köy bulunmaktadır. Türkiye genelinde, iletişim alanında 1980 sonrası yaratılan yatırımlarla önemli bir gelişme yaşanmış ve 1990’larda Antalya iline iletişim yatırımları yapılmıştır.

1995 yılında santral kapasitesi 351.000 iken 2000 yılında 590.000’ne çıkarılmıştır. Akdeniz sahili boyunca uzanan alanda 347 adet otomatik santral kurulmuştur. Grup oluşturan santral alanları da dikkate alındığında Antalya’da 637 yerleşim yerinde telefon hizmeti verilmektedir. 585.529 olan kapasitenin yüzde 88’i (517.504) çalışan abone olup 247.868 abone metropoliten sahadadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/kent\\_profil/altyapi/haberlesme.cfm?tanitimId=750](http://www.antalya.bel.tr/tr/kent_profil/altyapi/haberlesme.cfm?tanitimId=750) (12.02.10)).



Antalya Kent Güvenlik Yönetim Sistemi; Türkiye'deki asayiş suçları ile ilgili olarak Yılmaz ve Güneş'in 2003 yılında yaptığı bir araştırmaya göre suç oranının en yüksek olduğu on şehrin içinde Antalya ilk sırayı almaktadır. Suç oranı, literatürde 100.000 kişiye düşen suç sayısı olarak belirlenmektedir. Asayiş suçlarının dağılımı dikkate alındığında illerin suç oranları 134 (Erzincan) ile 1.372 (Antalya) arasında değişmektedir. Türkiye genelinde bu oran 674'tür. Öncü ve Weyland'a göre 1960'larda Avrupa'nın ve Kuzey Amerika'nın büyük şehirlerinin çöküntü mntıklarında yaşayan etnik grupları, şehir dışına aktarmak için sosyal yardım fonlarıyla inşa edilen blok apartman mahalleleri, çok kısa sürede, her tür suçun kol gezdiği, insanların kapılarını açmaktan korktuğu mekânlara dönüşmüştür (Öncü ve Weyland, 2005, s.100). Yöneticiler turizmin gelişmeye müsait olduğu yerlerde yerel halkın turistleri tehdit etmeleri ile ilgilenmektedir (Hernandez ve diğerleri, 1993, s.755). Atalay'a göre (2009) Antalya dünyadaki en güvenli, en huzurlu turizm kentlerinden biri. Antalya 5-6 yıl önce, geceleri rahat gezilen bir şehir bile belki değilken, insanların endişe ettiği şeyler varken, şu anda 24 saat turistlerin, yabancıların, yerlinin, herkesin rahat ettiği, gezdiği bir kent. Antalya'da güvenlikte en küçük bir zaaf ya da olumsuz bir imaj (turistler açısından) çok caydırıcı olur (<http://www.antalya.gov.tr/gundem.asp?procid=174> (26.03.10)). Antalya Valiliği gerekli önlemlerin alınarak suç oranlarının düşürülmesi ve daha güvenli bir ortamın tesis edilmesi için 2008 yılında Kent Güvenlik Yönetim Sistemi'ni kurmuştur. KGYS, Antalya'da asayiş sağlamaya, iç güvenliğe yönelik tehditleri bertaraf etmek ve denetim görevini daha etkin gerçekleştirmek üzere; mevzuata uygun olarak elde edilen görüntü ve konum verilerinin işlenerek anlamlı sonuçlar üretilmesini ve sonuçların PolNet Uygulamaları ile desteklenmesini sağlayan, modüler olarak geliştirilmiş olan bir bilişim sistemidir. Antalya KGYS merkezinde 120 adet hareketli ve 264 adet sabit kamera olmak üzere toplam 384 adet kamera kurulmuştur. Sistem içerisinde Kırmızı Işık ve Hız İhlal sistemi, GPRS, GPS, Çağrı Yönetim Sistemi ve Plaka Tanıma Sistemi yer almaktadır. Sistem alt yapısı fiber-optik kablo ve WI-MAX kablosuz ağ sistemleri üzerine kurulmuştur. Sistem Antalya il merkezinde 119 kamera noktasını 17 tali izleme merkezini ve 1 ana izleme merkezi bu sistem aracılığı ile birbirine bağlamaktadır ([http://www.antalya.pol.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=509:kgys-nedir&catid=96:kgys-genelbilgiler&Itemid=276](http://www.antalya.pol.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=509:kgys-nedir&catid=96:kgys-genelbilgiler&Itemid=276) (12.02. 10)).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ANTALYA'DA TURİZM

Antalya'daki turizm hareketlerini incelerken, öncelikle yöredeki turizmin tarihsel gelişimi ve bu gelişimde rol oynayan faktörler ele alınacak ve ardından yöreye gelen turist profili, konaklama tesisleri ve diğer turistik tesislerin özellikleri ile tesis türü, yatak kapasitesi, doluluk oranı, geceleme sayısı ve ortalama kalış süresi gibi konular ele alınacaktır.

#### 2.1 Antalya'da Turizmin Tarihsel Gelişimi ve Rol Oynayan Faktörler

Erten'e (2007, s.26) göre Antalya'da otel sektörü ancak 1930'lardan sonra Cumhuriyet Oteli, Safa Oteli, Burdur Oteli gibi isimlerle gelişmeye başlamıştı. Bunlarda helâ ve lavabolar müşterek kullanılırdı.

Bugünkü anlamda Cumhuriyet sonrasında ilk oteli 1936 yılında Tophane Meydanında Trak Otel adıyla açılmıştır (Çimrin, 2005, s.133). Ancak 1940'lı yıllara kadar Antalya'ya arkeolog veya tarih meraklıları ile otostopla gelen birkaç yabancı turist dışında çok az sayıda yerel turist de gelmekte idi. Antalya'da bu dönemde henüz turizm kelimesi telaffuz edilmemekteydi. Güçlü'ye ((a) 2007, s.325-338) göre 1946 yılında Antalya Belediye Başkanı olarak seçilen Dr.Burhanettin Onat, belediye başkanlığı döneminde Antalya turizmine ilk hız, ilk ivme veren kişi olmuştur. Çünkü bu dönemde Antalya'yı Tanıtma ve Turizm Derneği'ni faaliyete geçirmiştir. Bu dernek tarafından hazırlanan ve Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü tarafından 1952 yılında basılan "Turistik Antalya" adlı eserin yarısından fazlasını Dr.Burhanettin Onat yazmıştır. Burhanettin Onat mebus olduğu (1954-1960) dönemde Antalya'nın sanat ve turizm çalışmalarına her zaman büyük destek vermiştir. Çimrin'e (2006,s.338) göre Antalya halkında ve özellikle genç nesilde turizm bilincinin oluşması için Dr.Burhanettin Onat sürekli çaba sarf etmiştir. Antalya'yı Tanıtma ve Turizm Derneği'nce düzenlenen toplantılarda Onat, Antalya'nın geleceğinin turizmde olduğunu bu nedenle

yabancı dilin önemini ve turistlere nasıl davranılması gerektiği konusunda gençlere sürekli öğüt vermiştir.

1950’li yıllara kadar şehir dışından gelen misafir ve iş takipçileri şehirde tanıdıkları yoksa değişik yerlerdeki; İki Kapılı Han, Tek Kapılı Han, Kışla Hanı, Zincirli Han, Sipahioğlu Hanı gibi hem kendilerini, hem araba ve atlarını barındırabilen mekânlardan yararlanırlardı. Bu hanlar genelde iki katlı idi. Alt katlar hayvanlara ve eşyalara tahsis edilirken, ahşap ve sıra ile dizli yatak odalarının bulunduğu verandalı üst ikinci katta yolcular yatardı. Buralarda helâ ve lavabo müşterek kullanılırdı. Oldukça ucuz kalınan bu mekânlarda hem kendileri barınır, hem hayvanları, arabaları barınırdı (Erten, 2007, s.26). 1950’li yıllarda Antalya’ya ulaşım ve ulaşım araçları ile ilgili imkânlar kısıtlıdır. Şehirde konaklama tesislerinin bulunmayışı nedeniyle sadece otobüs ve özel vasıtalarla gelen turistleri misafir olarak kabul ediyordu Antalyalılar (Ulusoy,1986,s.28). Turistler kent sakinlerine ait ev pansiyonlarda konaklamakta, Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği üyesi olup yabancı dil bilen Antalya Lisesi öğretmenleri de seyyahlara ücretsiz olarak tercümanlık veya rehberlik yapmaktadır. 1953 yılında Antalya’nın tarihinde iki önemli etkinlik gerçekleşir. Bu etkinliklerden en önemlisi Ankara Devlet Tiyatroları ekibinin kente gelmesi ve Aspendos’ta tiyatro gösterileri düzenlemiş olmasıdır. Çimrin’e (2006, s.617) göre Ankara Devlet Tiyatroları ekibinin Antalya’ya gelmesinde o yıllarda TBMM’de Antalya Milletvekili olan Dr. Burhanettin Onat ile dönemin Antalya Valisi İhsan Sabri Çağlayangil büyük çaba sarf etmiştir. Diğer önemli etkinlik ise Konyaaltı Plajı, Yivli Minare, Paşa Camili Kalekapısı, Aspendos Tiyatrosu ve Side’nin ilk posterlerinin bastırılmış olmasıdır. Bölgedeki kültürel mirası tanıtan bu posterlerin basımı için İhsan Sabri Çağlayangil, Mehmet Konuk, İleri Gazetesi sahibi Suphi Türel ile Atina’da yaşayan Antalyalı mübadil Yorgo Pehlivanidis büyük gayret ve çaba göstermiştir. 1954 yılında Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği, Antalya Tiyatro ve Müzik Festivali’nin gerçekleşmesini sağlar ve etkinliklere Antalya Belkıs Tiyatro ve Müzik Festivali adı verilir. Milletvekili Dr.Burhanettin Onat’ın büyük destek verdiği Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği, Antalya Valiliği ile Antalya Belediyesi’nin maddi desteğini arkasına alarak 1956 yılından itibaren her yıl Mayıs ayının son haftasında “Antalya Belkıs Tiyatro ve Müzik Festivali” kutlanmaya başlamıştır. Festivalin adı 1963 yılında Antalya Belediye Başkanlığına seçilen eski Hükümet Tabibi Dr.Avni Tolunay tarafından – yönetmen ve filmci Behlül Dal’ın önerisiyle- “Antalya Altın Portakal Müzik, Tiyatro ve Film Festivali” şekline dönüştürülmüştür (Güçlü (a), 2006, s.335).

01 Aralık 1955 tarihinde Noel Baba hatıra pulları PTT Merkezlerinde satışa sunulmuştur. Antalya’da çekilen “Noel Baba Türkiye’de” isimli film 06 Aralık 1955 tarihinde Amerika’da televizyonda gösterilmiş ve radyoda “Noel Haftası” programlarında Demre’deki Noel Baba Kilisesi’ni tanıtıcı programlar yayınlanmıştır. Noel Baba (Saint Nikolas) Kilisesi ve dolayısıyla Antalya’nın tanıtımı Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü’nce yapılan bir dizi çalışmanın neticesi olarak gerçekleşmiştir (Çimrin, 2005, s.167).

1956’da Yayla Palas Oteli hizmete girmiş ve aynı yıl Alanya-Antalya Sahil Turistik Yolu inşasına başlanmıştır. 1957 yılında Park Otel ve Ege oteli hizmete geçmiştir (Çimrin, 2005, s.167-170).

15 Haziran 1957 tarihinde NATO ülkeleri gazetecilerinden oluşan bir heyet Antalya’ya gelir ve mülki erkânla birlikte Aspendos, Side, Perge harabeleri ve turistik mahaller gezilir. Kıbrıs’ta görev yapan İngiliz subay ve askerinin aileleriyle birlikte izinlerini Antalya’da geçirmeleri için THY ve Kıbrıs Hava Yolları 01 Ağustos 1957 tarihi itibariyle Antalya’ya yönelik sefer başlatır (Çimrin, 2005, s.170).

Antalya’daki ilk turizm hareketleri 1958 yılına kadar hep kişisel idi ve turizmin başladığı bu ilk yıllarda Antalya’ya genellikle Almanlar gelmektedir. Karayolu ile gelen Almanlar önce Burdur’a kadar tren ile geliyor ve buradan otobüslerle Antalya’ya ulaşıyordu. Antalya’ya turist gemileri de geliyordu. Ancak gemiler iskeleden uzak durduğundan turistler kayak veya motorlu tekneler ile iskeleye taşınıyor, otobüslerle Perge, Aspendos, Side gibi tarihi ören yerler gezdirilip tekrar gemiye dönüyordu.

1958 yılına kadar Antalya’daki turizm amatör bir şekilde yapılmıştır. Antalya’daki ilk seyahat acentası Ali Rıza Öndemir tarafından 1958 yılında kurulmuştur (Çimrin, 2005, s.171). Express Tourist Office olarak kurulan bu acenta İngiltere’deki R.K.Swann seyahat acentasının Antalya ve Türkiye organizatörlüğünü üstlenmiştir. Antalya, Kuşadası, Dikili ve Alanya’ya yolcu gemileriyle gelen turistleri Perge-Aspendos-Manavgat şelalesi ve Side turlarına çıkaran Express seyahat acentası günümüzde de faal olup 1959 yılından buyana Ali Rıza beyin kardeşi Kayhan Öndemir tarafından işletilmektedir. 1958 yılı itibariyle Antalya’ya yönelik iç turizm de canlanmaya başlamış bayram ve festival günlerinde Antalya’ya gelen turistlere kalacak yer bulunamıyordu. Antalya’da konaklanacak otel sayısı yetersiz kalmış idi. Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği aracılığıyla vilayetin ve belediyenin tahsis ettiği

araçlar vasıtasıyla turistler ev pansiyonlara dağıtılıyordu. 06 Kasım 1958 tarihinde yat limanı üzerindeki Tophane Parkında Vakıflar İdaresince Antalya'nın ilk lüks konaklama tesisi olan üç yıldızlı Teras Oteli açılmıştır (Çimrin, 2006, s.619).

1959 yılında dönemin Antalya Valisi Niyazi Akı, Alman Bunte dergisi muhabirine Konyaaltı plajındaki obaların Almanlar bedava tatil yapabilsin diye kurulduğu şeklinde bir demeç vermiştir. Akı'nın bu ifadesi dergide "Türk Rivierası'nda bu obalar Almanları bekliyor" manşeti ile yayınlanmış ve Alman aileler arabalarıyla Antalya'ya akın etmişlerdir. 1950'lerin başında başlayan gelişmeler neticesinde, Antalya bölgesindeki ilk önemli turizm hareketi 1959 yılına rastlamaktadır (Ulusoy, 1986, s.28).

1960'lı yıllarda Antalya'da turizm etkinlikleri canlanmıştır. Bu dönemde turizmdeki hareketliliğe istinaden yerel seyahat acentaları, yerel halk ile yabancıların kaynaşmasında rol oynayabilecek dostluk dernekleri, yerel ve milli kültürün korunmasına yönelik dernekler ile turizm sektörüne yönelik işçi sendikası vb gibi STK'lar kurulmuş ve çeşitli radyo, gazete ve dergiler yayın hayatına başlamıştır. (Tablo 2.1)

**Tablo 2.1 1960'lı Yıllarda Antalya'da Kurulan STK'lar (Turizm ve Kültür Amaçlı)**

S.No	Yıl	Dernek/Vakıf Adı
1	1960	Türk-Alman Dostluk Derneği
2	1962	Antalya İl Radyosu
3	1962	Türk-Fransız Kültür Derneği
4	1963	Antalya'yı Sevenler Derneği
5	1964	Akdeniz Turizm Derneği
6	1965	Antalya Balık Adamlar Kulübü
7	1965	Antalya Folkloru Yayıma ve Yaşatma Derneği
8	1966	Antalya Deniz Avcıları Derneği
9	1966	Antalya Spor Kulübü
10	1967	Otel, Lokanta, Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
11	1967	Barınak Sitesi Cami Yaptırma ve Yaşatma Derneği
12	1967	Kuzey Kafkasya Kültür Derneği
13	1967	Antalya Tiyatro Kurma ve Yaşatma Derneği
14	1967	Antalya'yı Sevenler Kulübü -Kulüp Fuaye
15	1967	Antalya Akdeniz Su Sporları Kulübü

16	1967	Antalya Tıp Hukuk Derneği
17	1967	Antalya Turizmini ve Sporunu Sevenler Derneği
18	1967	Çocuk Esirgeme Kurumu Antalya Şubesi
19	1968	Su Sporları Sevenler Kulübü
20	1968	Antalya Belediye Zabıta memur ve Hizmetlileri Sendikası
21	1969	Türk Haberler Ajansı (THA) Bürosu

**Kaynak:** (Çimrin, 2005, s.177-200 ve Üstün, 2006, s.367-433). Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

1960'ların başında Alanya'da 60 yataklı Motel Riviera açılmıştır. Teras Otel ve Motel Riviera'nın bölgede faaliyete geçmiş olması ile ilk defa turistler bir konaklama tesisinde barınmışlardır. Bu ilk tesislerde, tesisi işletenler ve çalışanların turizm bilgi ve görgüleri boyutunda hizmet verilmiştir (Ulusoy, 1986, s.28). 1961 yılında Cavit Köken tarafından Yeşil Antalya adıyla Antalya'nın ikinci seyahat acentası kurulmuştur. 1962 yılında ise Türk-Fransız Kültür Derneği kurulmuştur.

Bölgeye yönelik turizm hareketleri neticesinde 1964 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlı olarak Antalya Turizm Bölge Müdürlüğü kurulur ve Antalya Lisesi Almanca öğretmeni Atalay Tüzün bölge müdürü olarak atanır. Turizm Müdürlüğü'nün kurulması ile Antalya'nın turizm değerleri araştırılmaya başlanır. Bu kurum vasıtasıyla pansiyonculuğu geliştirme, turizm personeli yetiştirme, işbaşı eğitim kursları açılmaya, turizme elverişli kıyı yerleşim yerlerinde halka turizm bilgisi verilmeye başlanmıştır (Ulusoy, 1986, s.28).

1965 yılında Ahmet Çiloğlu tarafından Teras Otel vakıflardan kiralanır ve otelin adı daha sonra Büyük Otel olarak değiştirilir (Çimrin, 2005, s.187). 1965 yılının Mayıs ayında Zafer Toker tarafından Aspendos seyahat acentası kurulmuştur. Antalya'ya yönelik yoğun turist ilgisi bölgede rehber ihtiyacını da ortaya çıkardığından, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı 14 Ekim 1965 tarihinde Antalya'da ilk kez Tercüman-Rehber kursu açar. 1966 yılında Akay Okutur tarafından Akay Turizm ve Seyahat Acentası kurulur ve aynı yıl Karaalioğlu Parkında Villa Park Oteli açılır.

1967 yılı itibariyle Alman tur firmaları İzmir üzerinden Antalya'ya haftada bir gün charter seferi düzenlenmeye başlamıştır. Ancak kentte sivil havaalanı bulunmadığından turist kabilelerini getiren uçaklar askeri havalimanına iniş yapmıştır.

Antalya Kaleiçi bölgesi Anıtlar Yüksek Kurulu tarafından 1967 yılında koruma altına alınmıştır. 1967 yılında Antalya Bölgesindeki otellerde 193, motellerde 1218, pansiyonlarda 162 yatak bulunmakta olup toplam yatak kapasitesi 1365'tir. Bu yıllarda Alanya ilçesinde de turizm canlanmıştır.

01 Mart 1969 tarihinde Alanya'da Yaşar Sobutay tarafından "Pamfilya Seyahat Acentası" adıyla ilçedeki ilk seyahat acentası kurulmuştur (ertesini yıl acente merkezi Antalya'ya nakledilmiştir). Almanların Antalya bölgesine yönelik artan ilgisi nedeniyle 28 Mart 1969 tarihi itibariyle Almanya-Antalya arasında ilk defa turizm amaçlı charter uçak seferleri başlatılmıştır. Boeing 727 tipi uçakla gelen turistler, folklor gösterisi ile karşılanmıştır. Bu dönemde Antalya'ya gelen turistler Antalya, Side ve Alanya'daki otellere yerleştirilmiştir (Çimrin, 2005, s.192). Ancak 1969-70 yıllarına kadar Antalya Bölgesi'nde önemli otel inşaatı bulunmamaktadır (Ulusoy, 1986, s.28).

1971 yılının Ocak ayında Antalya'da turistik belgeli tesis olarak üç ve dördüncü sınıf 4 otel, ikinci sınıf 3 motel ve 8 pansiyon bulunmaktadır. En büyük konaklama tesisi Vakıflara ait olan Büyük Otel'dir ve bu otelin 56 odası bulunmaktadır. Gelişmekte olan şehirde ihtiyaç duyulan modern müze binasının inşası tamamlanır ve 25 Kasım 1972 tarihinde Antalya Müzesi törenle açılır. İlk önemli turizm yatırımlarından biri sayılan Kemer'deki VALTUR (günümüzde Fransızlara ait olan Club Med) tatil köyü 1973 yılında İtalyanlarca işletmeye açılmıştır.

1970'li yıllarda bölgedeki tarihi dokunun korunması ile ilgili çalışmalar da başlatılmıştır. 9 Haziran 1973 tarihinde Kültür ve Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunun 7176 sayılı kararı ile Antalya Kaleiçi Bölgesi sit alanı olarak ilan edilmiştir (Çimrin, 2005, s.196).

Antalya'nın ilk modern 5 yıldızlı oteli olan Antalya Otel (Talya Otel) 17 Kasım 1975 tarihinde açılmıştır. Ancak şehirde Antalya Motel adıyla bir konaklama işletmesi öteden beri

var idi. Motel sahibi Ercan Evren, mahkemeye başvurarak yeni açılan otelin adına itiraz etmiş ve otelin adı Talya Otel olarak değişmiştir (Çimrin, 2005, s.199).

1976 yılında Antalya'nın Güneybatı sahillerinde, Olimpos-Beydağları Milli Parkı sınırları içinde, 3-10 km eninde, 80 km uzunluğunda bir alanı kapsayan Güneybatı Antalya Turizm Gelişim Projesi Dünya Bankasınca onaylanmış ve dönemin hükümeti ile kredi protokolü imzalanmıştır. Bu proje Avrupa kitle turizmi pazarına yönelik yatırım, pazarlama, işletme, eğitim ve tarımsal üretimin arttırılması konularını ele alan ilk entegre turizm gelişim projesidir (Antalya Belediyesi, 1985, s.31). Proje kapsamında bölgede kurulacak tesislerin gelecekte ihtiyaç duyacağı eğitilmiş personelin yetiştirilmesi amacıyla, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olarak 1976 yılında Antalya'da bir Meslek Yüksekokulu kurulmuştur.

17 Ekim 1977 tarihinde ünlü Fransız denizci Kaptan Jacques Cousteau Calypso adlı gemisiyle, bölgede araştırmalarda bulunmak üzere Antalya'ya gelmiştir. Bu dönemde Antalyalılar yaşadıkları kente ve çevresine sahip çıkma çabasıdır. 4 Mart 1977 tarihinde Antalya'yı Sevenler Derneği kurulmuştur.

12 Nisan 1978 tarihinde Dünya Bankası Başkanı McNamara yöredeki tarihi ve turistik yerleri gezer ve bu yerler hakkında ayrıntılı bilgi almıştır. Dünya Bankası daha önceden sunulan projelerle ilgili olumlu görüş bildirmiş ve Güney Antalya Turizm Gelişimi Projesinin alt yapı tesislerinin yapımı için kredi verilmiştir (Çimrin, 2005, s.203). Side ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projeleri altyapı inşaatları bölgede yeni ve büyük boyutta turizm merkezlerinin inşaaata açılmasına vesile olmuştur (Ulusoy, 1986, s.28). 23 Kasım 1978 tarihinde Monako Prensi Rainer ile eşi Grace Kelly ve Kaptan Cousteau "Akdeniz Bilimsel Deniz Araştırmaları Kongresi"ne katılmak üzere Antalya'ya gelmiştir. Bu kongreye 400'ün üzerinde gazeteci de katılmış ve bu kongre vesilesiyle Antalya dört hafta süreyle dünya basınında yer almıştır (Çimrin, 2005, s.204).

31 Temmuz 1979 tarihinde Turizm Bankası tarafından yaptırılan Kızıltepe Mocampı hizmete açılmıştır. 22 Eylül 1979 tarihinde Turizm Bakanlığı'nca ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Araştırma Grubu'na hazırlattırılan Kaleiçi İmar Planı Yüksek Kurulu'nun A-1850 sayılı kararı kabul edilmiştir (Çimrin, 2005, s.206).



1980’li yıllarda Antalya’da kitle turizmine yönelik adım atılmış bölgede uluslararası toplantılar düzenlenmeye başlamıştır. Yabancı Türk kültür araştırmacıları, devlet başkanları ve finans kuruluşu yetkilileri Antalya’ya gelmiştir. Kaleiçi’nin korunması ile ilgili geliştirilen proje uluslararası bir ödüle layık görülmüştür. Bu dönemde yerel halk Kaleiçi ve Antalya’ya, doğasına ve spor etkinliklerine sahip çıkma çabasında olup bu amaçla dernekler kurmuştur. (Tablo 2.2)

**Tablo 2.2 1970-80’li Yıllarda Antalya’da Kurulan STK’lar (Turizm ve Kültür)**

S.No	Tarih	Adı
1	4 Mart 1977	Antalya’yı Sevenler Derneği
2	Nisan 1986	Antalya Fotoğraf Sanatçıları Derneği ANFAD
3	1986	Türkiye Tabiatını Koruma Derneği Antalya Şubesi
4	10 Ekim 1988	Antalya Rehberler Derneği (Rehberant)
5	22 Mart 1989	Akdeniz Spor Vakfı (Antalyaspor ve Turizm Vakfı)

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

06 Aralık 1981 tarihinde Uluslararası Birinci Noel Baba Festivali Demre’de törenlerle kutlanmış (Çimrin, 2005, s.211) ve böylece inanç turizmine yönelik etkinlikler başlatılmıştır. 19 Nisan 1982 tarihinde Güney Antalya Projesi kapsamında yer alan Çamyuva Tatil Köyü’nün temeli atılmıştır. 25.08.1982 tarihli BKK ile Antalya Kaleiçi ve Konyaaltı bölgeleri turizm merkezi olarak belirlenmiştir.

1982 yılında Antalya’da kurulan Akdeniz Üniversitesi bünyesinde Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu açılmıştır. Günümüzde Konaklama İşletmeciliği ve Seyahat İşletmeciliği olmak üzere iki farklı bölümde eğitimini sürdüren bu yüksekokuldaki eğitim ve öğretim, fiziksel alan yokluğu ve eğitici kadrosunun olmayışı nedeniyle ancak 1986-1987 yılında öğretime başlayabilmiştir (<http://www.akdeniz.edu.tr/turizm/> (18.02.10)).

1983 yılında Antalya’yı ziyaret eden kişiler arasında (21 Mayıs 1983) Romanya Devlet Başkanı Nikolai Çavuşesku, (29 Ağustos 1983) Kerim Ağa Han ve Kanada Başbakanı Pierre Trudeau’dur. Chicago Üniversitesi Türkoloji kürsüsü Başkanı Prof.Chambers Türk Kültürü’nü incelemek üzere 12 Eylül 1983 tarihinde Antalya’ya gelmiştir (Çimrin, 2005, s. 214-215).

04 Aralık 1984 tarihinde merkezi Paris'te bulunan Uluslararası Turizm Gazetecileri ve Yazarları federasyonu (FİJET) tarafından düzenlenen Altın Elma Yarışmasını Antalya Kaleiçi ve Eski Liman Projesi kazanmıştır (Çimrin, 2005, s.217).

1984-85 yıllarında bölgede 4 büyük tatil köyü açılmış ve Antalya Bölgesinde kitle turizmine adım atılmıştır. 1985 yılında devreye giren Antalya Uluslararası Hava Limanı turizmin belli boyutlara varmasında en büyük etken olmuştur (Ulusoy, 1986, s.28) 30 Mayıs 1985 tarihinde 11 ülke parlamenterlerinin katıldığı Avrupa Konseyi Danışma Meclisi Milli Parlamenterler ve Halkla İlişkiler Komisyonu toplantısı Antalya'da gerçekleşmiştir. 28 Temmuz 1985 tarihinde Antalya Belek sahilindeki 100 obanın açılışı yapılmıştır. Antalya Kaleiçi'nde yapılmakta olan restorasyon 10 Ekim 1985 tarihinde tamamlanmış ve yat limanı civarındaki çeşitli işleve sahip dükkânlar hizmete girmiştir (Çimrin, 2005, s.218). 07.11.1985 tarihli BKK gereğince Serik Çolaklı bölgesi Antalya'daki turizm merkezleri arasına katılmıştır.

04.07.1986 tarihli BKK ile de Antalya Serik-Manavgat Kıyı Kesimi turizm merkezi olarak belirlenmiştir. Türkiye'nin turizmine yönelik girişimlere katkı sağlayacağı düşünülen Uluslararası Tur Operatörleri Toplantısı 6 Ekim 1987 tarihinde Antalya'da yapılmıştır.

25 Ağustos 1988 tarihinde on bir ülkenin katılımıyla Antalya'da ilk kez Uluslararası Antalya Halk Dansları ve Şarkları Festivali düzenlenmiştir. 30.08.1989 tarihli BKK ile Alanya'nın Batı bölgesi ile Gazipaşa bölgesi turizm merkezi olarak belirlenir ve Antalya'daki turizm merkezi sayısı 6'ya ulaşmıştır.

18.01.1990 tarihli BKK ile Kaş Kalkan kıyı bandı turizm alanı olarak belirlenmiş, Antalya (Güney) turizm alanında sınır tadilatı yapılmıştır. 07.02.1991 tarihli BKK ile Antalya Arapsuyu turizm merkezi oluşturulmuş ve 13.08.1991 tarihli BKK ile de Antalya Side turizm alanı tevsii edilmiştir.

1990'lı yıllarda Antalya'ya yönelik iç göç nedeniyle şehrin nüfusu hızla artmıştır. Bu dönemde yabancı uyruklu kişiler de yoğun olarak Antalya'ya yerleşmeye başlamıştır. Turizmin hızlı gelişimine bağlı olarak nüfus da hızlı arttığından, Antalyalılar kendi kentlerine yabancılaşmakta ve Antalya'nın yerel halkı bir kimlik mücadelesine girmiştir. Çimrin'e (2008) göre Antalya'da oturanların ancak yüzde 10'u Antalyalıdır. Son otuz yılda,

Türkiye'nin diğer kentlerinden ve kırsal kesimden Antalya'ya gelerek yerleşen 700 bin kişilik bir insan mozaïği içinde yerel halk kaybolmuştur. Antalyalılık ve Akdenizlilik ruhunu yaşatmak için, yerel Antalyalılar 27 Mart 1992 tarihinde Antalyalılar Derneği'ni kurmuştur. Çünkü Antalya'da doğup büyümüş kişiler 1990'lı yıllardan itibaren birden bire kendi ortamlarına yabancı olmuştur. Yerel kültür araştırmacısı ve yazarlar Antalya'yı tanıtmak yerine bu kez, eski yaşanmışlıkları, kaybolmakta olan kent kültürünü, yakılıp yıkılan binalarını, konak evlerini ve insanlarını, gelecek kuşaklara aktarma telaşına düşmüştür (Çimrin, antalyakentmuzesi.org. tr/download /hcimrin.pdf (16.02.10)). 1992 yılı itibariyle gerek kent sakinlerinin ve gerekse turizm sektörünün ihtiyacına binaen şehirdeki sanatsal faaliyetlerde artış olmuş ve dini hoşgörü zemini de oluşmuştur. Şehre sonradan yerleşen Gayrimüslimler 1992 yılında Antalya'da bir kilise kurmuştur. (Tablo 2.3)

**Tablo 2.3 1990'lı Yıllarda Antalya'da STK'lar (İnanç, Turizm, Kültür, Sanat)**

S.No	Tarih	Adı
1	16 Ocak 1992	Antalya İncil Kilisesi (Paul'un Yeri)
2	24 Şubat 1992	Antalya Sanatçılar Birliği (ANSAN)
3	27 Mart 1992	Antalyalılar Derneği
4	15 Kasım 1995	Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı
5	Mart 1996	Antalya Tanıtım Vakfı-ATAV
6	18 Mayıs 1996	Suna-İnan Kıraç Müzesi/Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü (AKMED)
7	06 Nisan 1999	Antalya Devlet Opera ve Balesi
8	12 Kasım 1999	Antalya Profesyonel Turist Rehberleri Birliği (TUREB)

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

ABD'nin 1991 yılında Irak Körfezine yaptığı askeri müdahale nedeniyle Körfez krizi oluşmuş ve Antalya da bu krizden etkilenmiştir. Bu kriz Batı Avrupa turizm sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir. 1992 yılının turizm sezonu başında Antalya'da bazı terör olayları gerçekleşmiştir. 27 Haziran 1992 tarihinde başta Dönerciler çarşısı olmak üzere Antalya kent merkezinde 3 ayrı yerde bombalı saldırı düzenlenmiş, 12'si yabancı olmak üzere 23 kişi yaralanmıştır. 17 Temmuz 1992 tarihinde kimliği belirsiz kişilerce Antalya'daki üç otele patlayıcı madde atılmış ve patlama sonucu bir kişi ölmüş ve 10 kişi yaralanmıştır. Bu olaylar neticesinde Batı Avrupalı tur operatörleri Antalya rezervasyonlarını iptal etmiştir. Bu olumsuz gelişmeler karşısında turizm yatırımcıları yeni bir Pazar arayışına girmiştir. Yeni

pazar arayışı turizmcileri eski Sovyet ülkeleri (Doğu Bloğu) pazarına yöneltmiştir. 26 Eylül 1992 tarihinde Türk-Rus İş Konseyi'nin Birinci Ortak Toplantısı, 10 Aralık 1992 tarihinde de Karadeniz Ekonomik İşbirliği Dışişleri Bakanları toplantısı Antalya'da yapılmıştır.

21 Mart 1993 tarihinde Türk Devlet ve Toplulukları Dostluk, Kardeşlik ve İşbirliği Kurultayı Antalya'da gerçekleşmiş ve 2 Haziran 1993 tarihinde Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel Antalya'dan turizmin petrol kadar önemli olduğunu, bu nedenle konuya devletin sahip çıkması gerektiğini açıklamıştır. Bölgenin tanıtımında etkili olacağı düşüncesiyle Kasım 1993 tarihinden itibaren Antalya Magazin dergisi Almanca-İngilizce olarak yayın hayatına başlamıştır.

14 Nisan 1994 tarihinde Antalya kentinin doğusunda daha ziyade turistlerin alışveriş yapmasına yönelik olan Festival Çarşısı Antalya Belediyesi'nce hizmete açılmıştır. Festival çarşısının açılması ile Kalekapısı civarındaki ticaret merkezine alternatif ikinci bir alışveriş merkezi oluşmuştur. 11 Haziran 1994 tarihinde Türkiye'nin ilk ve tek Opera Bale Festivali, Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü'nün organizasyonu ile I.Aspendos Uluslararası Opera ve Bale Festivali düzenlenmiştir. 18 Aralık 1994 tarihinde Antalya'da Turizm Bakanlığı ve Turizm Dayanışma Vakfı tarafından Turizm Pazarlama İlişkileri ve Sorunları konulu seminer düzenlenmiştir. 15.12.1994 tarihli BKK ile Alanya Akdağ kış sporları turizm merkezi olarak kabul edilmiştir.

Ocak 1995 tarihinde Mosaik Türki Dergisi yayın hayatına başlamıştır. 23 Ocak 1995 tarihinde 48 ülkeden 130 temsilcinin katıldığı Avrupa'da Ormanların Korunması Bakanlar Konferansı İkinci İzleme Toplantısı Cam Piramit Sabancı Kongre Merkezi'nde gerçekleşmiştir. Temmuz 1995 tarihinde ANSAN tarafından Morca Dergisi yayınlanmaya başlamıştır.

1995 yılından itibaren Türkçe konuşan ülkelerin Cumhurbaşkanı Antalya'da tatile gelmiş ve Cumhurbaşkanı düzeyinde istişare toplantıları yapılmaya başlamıştır. Örneğin, 14 Eylül 1995 tarihinde Tataristan Cumhurbaşkanı Mintimer Şamiev, 2 Ağustos 1997 tarihinde Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev, 26 Mayıs 1999 tarihinde Azerbaycan Cumhurbaşkanı Haydar Aliev Antalya'ya tatile gelmiş ve Antalya'da bulunan Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ile görüşmüşlerdir.

07.08.1996 tarihli BKK ile Antalya'da Perge Kongre ve Fuar Turizm Merkezi kurulması kabul edilmiştir. Türkiye'de 1996 yılına kadar faaliyette bulunan kumarhanelere Türk vatandaşları serbestçe girebiliyordu. Ancak Antalya bölgesindeki kumarhanelerde gerçekleşen bazı olaylar halkın geleneksel yaşam tarzına ters düşmüştür. İdarenin gördüğü lüzum üzerine 15 Ağustos 1996 tarihinde yayınlanan bir genelge ile kumarhaneler kapatılmıştır.

Antalya tarihine sahip çıkma çalışmaları kapsamında Antalya Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu, Antalya Kalekapısı semtinde yer alan Tek Kapılı Han ve İki Kapılı Han ile Pazar Hamamını 1997 yılında koruma altına almıştır.

06.01.1998 tarihli BKK ile Antalya İbradı Maşata yaylası turizm merkezi olarak kabul edilmiştir. 1998 yılı Antalya'da önemli uluslararası toplantıların yapıldığı bir yıldır. 16 Nisan 1998 tarihinde Türkiye, Romanya ve Bulgaristan Devlet Başkanlarının katıldığı zirve toplantısı, 12 Ekim 1998 tarihinde Güneydoğu Avrupa ülkeleri hükümet başkanları toplantısı, 22 Ekim 1998 tarihinde de Türkiye-Avrupa Birliği Gazeteciler Konferansı Antalya'da gerçekleşmiştir. 16 Ekim 1999 tarihinde Turizm, Ekonomi, Bilimsel Araştırma ve Tanıtma Merkezi (TEBİAD), Ekonomi Zirvesi konferansını Antalya'da düzenlemiştir. Müdafaa-i Hukuk Dergisi adlı siyasi dergi 30 Ağustos 1998'den itibaren Antalya'da yayınlanmaya başlamıştır (Çimrin, 2005, s.227-250).

Ocak 2001 tarihi itibarıyla bir magazin dergisi olan Antalya Life Dergisi yayın hayatına başlamış ve Antalyalıların eğlence&gece hayatından magazin haberlerini okurlarına yansıtmıştır. 29 Nisan 2002 tarihinde güney sahillerindeki bazı oteller iyi işletilemediğinden dolayı el değiştirmiştir ([http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir\\_otelle\\_re\\_amerikal%C4%B1lar\\_talip.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir_otelle_re_amerikal%C4%B1lar_talip.htm) (17.02.10)).

Antalya Serik/Belek Bölgesinde ihtiyaç duyulan nitelikli ara eleman gücünü yetiştirmek amacıyla 26.03.2001 tarihinde Serik Meslek Yüksekokulu kurulmuş ve 2002 yılı itibarıyla Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı açılmıştır (<http://www.akdeniz.edu.tr/serik/okulumuz.htm> 18.02.10)).

Aktaş'a (2002) göre Akdeniz çanağında bulunan ülkeler bütün dünyadaki yatak ve turist sayısının yarısına sahiptir. Ancak, bu ülkeler toplam turizm gelirlerinin dörtte birini elde edebilmektedir. Bu nedenle Akdeniz çanağındaki ülkeler, tanıtım ve pazarlama stratejilerini

yeniden gözden geçirmezlerse, ellerindeki pasta daha da küçülecektir ([http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay~haberNo~2588~haber~antalya110\\_turizmciyi\\_a%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1yor.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~2588~haber~antalya110_turizmciyi_a%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1yor.htm)) (17.02.10)). Bu düşünceden hareketle 17 Nisan 2002 tarihinde Akdeniz Ülkeleri 1.Turizm Kongresi, Antalya Falez Otelde yapılmıştır.

Antalya’da yerleşik Rusça konuşanlara ve Rusça konuşan turistlere hitap etmek üzere Türkiye ve Antalya’yı Rusça dilinde tanıtan Sever Yug (Kuzey-Güney) adlı haftalık gazete 2002 yılı Temmuz ayından itibaren yayın hayatına başlamıştır. Kasım ayından itibaren de Tourism Today adlı dergi yayınlanmaya başlamıştır. 2002 yılının Temmuz ayında Antalya Havaalanı karşısında International Comfort Airport Hotel hizmete açılmış ve böylece Antalya ilk havaalanı oteline sahip olmuştur. 2000’li yıllarda Antalya’da yaşayan Gayrimüslimler Aziz Nikolas Kilisesini kurmuştur. Türkiye’de inanç turizmi ile ilgili çalışmaların yapıldığı bu dönemde Belek bölgesine gelen Gayrimüslimlerin dini inançlarını yerine getirebilmeleri için; bölgede içinde cami, sinagog ve kilisenin bulunduğu Dinler Bahçesi Belek Hoşgörü Merkezi olarak hizmete açılmıştır. Antalyalıların STK oluşturma çabaları bu dönemde de devam etmiştir. (Tablo 2.4) 2003 yılında yayın hayatına başlayan bazı dergiler; Altın Portakal Dergisi, Antalyalılar Dergisi (Ocak ayında), Tourism World Dergisi (Mayıs ayında), Akdeniz Scoop Dergisi (Ağustos ayında).

**Tablo 2.4 2000’li Yıllarda Antalya’da STK’lar (İnanç, Turizm, Kültür, Sanat)**

S.No	Tarih	Adı
1	20 Temmuz 2000	Antalya Kent Müzesi Girişimcileri Derneği
2	24 Mart 2002	Akdeniz Basın Vakfı
3	10 Temmuz 2002	Antalya Kaleiçi Vakfı
4	Haziran 2004	Kalekapısı Esnafı Güçlendirme ve Kalkındırma Derneği
4	01 Ağustos 2004	Aziz Nikolas Kilisesi
5	08 Aralık 2004	Belek Hoşgörü Merkezi (100’er kişilik camii, sinagog ve kilise)

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

03.08.2004 tarihli BKK ile Antalya Kemeragzı-Kundu bölgesi, Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak kabul edilmiştir. 22.10.2004 tarihli BKK ile Antalya’nın kuzeyinde Kuzey Antalya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, Side’de II Nolu Turizm Merkezi ve Alanya’daki Alara Çayı Güneyi Turizm Merkezi kurulması kabul edilmiş ve İncekum Turizm Merkezi’nde sınır değişikliği yapılması kararlaştırılmıştır. 27.12.2004

tarihli BKK ile de Antalya Merkez Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi oluşturulurken, Alanya Çenger Turizm Merkezinde Sınır Değişikliği yapılmıştır. (Tablo 2.5)

**Tablo 2.5 Antalya'daki Turizm Bölge Alan ve Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri Listesi**

S.No	Adı
1	Antalya Kaleiçi Turizm Merkezi
2	Antalya Konyaaltı Turizm Merkezi
3	Antalya Serik Çolaklı Turizm Merkezi
4	Antalya Serik Manavgat Kıyı Kesimi Turizm Merkezi
5	Antalya Alanya Batısı Turizm Merkezi
6	Antalya Gazipaşa Turizm Merkezi
7	Antalya (Güney)Turizm Alanı Sınır Tadilatı
8	Antalya Kaş Kalkan Kıyı Bandı Turizm Alanı
9	Antalya Arapsuyu Turizm Merkezi
10	Antalya Side Turizm Alanı Tevsii
11	Antalya Alanya Akdağ Kış Sporları Turizm Merkezi
12	Antalya Perge Kongre ve Fuar Turizm Merkezi
13	Antalya İbradı Maşata Yaylası Turizm Merkezi
14	Antalya Kemerağzı-Kundu Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi
15	Antalya (Kuzey) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi
16	Antalya Alanya Alara Çayı Güneyi T.M. Sınır Değişikliği
17	Antalya Alanya İncekum Turizm Merkezi. Sınır Değişikliği
18	Antalya Side II Nolu Turizm Merkezi
19	Antalya Alanya Çenger Turizm Merkezi Sınır Değişikliği
20	Antalya Merkez Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi
21	Antalya Alanya Akseki Turizm Merkezi
22	Antalya Demre (Kale) Kıyı Bandı Turizm Merkezi Sınır Daraltılması
23	Antalya Belek Turizm Merkezi Sınır Değişimi
24	Antalya Boğaçay Çandır Çayı ve Göksu Çayı Turizm Merkezi

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF7EFAE9849F61D80EB1359B75AFE2401D> (28.02.10))

Turizm sektöründe yaşanan hızlı değişim ve gelişimler ve kalifiye eleman ihtiyacına olan talep nedeniyle; 2004 yılında Manavgat Meslek Yüksekokulu'nda Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programı açılmıştır (<http://www.akdeniz.edu.tr/manavgat/seyahat/index.html> (18.02.10)). 2008 yılında da Finike Meslek Yüksekokulu bünyesinde Turizm ve Otel İşletmeciliği programı açılmıştır (<http://www.akdeniz.edu.tr/finike/program.htm> (18.02.10)). Günümüzde Antalya il ve ilçelerindeki turizm merkezlerinde birçok kongre, konferans, seminer, fuar ve

festival etkinlikleri ile spor müsabakaları düzenlenmektedir. 2006 yılı Mart ayı itibariyle Antalya’da Uluslararası Öger-Antalya Maratonu (Runtalya) organize edilmektedir. Öger Tour tarafından düzenlenen bu koşunun güzergâhı Dünya Maraton Birliği (AIMS) tarafından onaylanmıştır. Yarışmacılara Antalya’da 3 gün ila 1 hafta arası konaklama imkânı sağlanmakta olup konaklama paketleri turistik programlar ile birleştirilmiştir (<http://www.porttakal.com/haber-turizme-spor-destegi-103097.html> (18.02 .10)).

## **2.2 Antalya’da Turizm Endüstrisi**

Doğal alanların, arkeolojik sitelerin ve tarihi anıtların korunması turizmin yararlarındanndır. Turizm gelişimi endüstriyel gelişmenin kirletici özelliğinin ortadan kalkması için, doğal kaynakların kontrol edilen kullanımını şart koşmak gerekir (WTO, 1983, s.18).

### **2.2.1 Antalya’da Yer Alan Turistik Tesisler**

İnsanların kendi konutları dışında çeşitli nedenlerle yaptıkları seyahatler sırasında geçici olarak konaklama, yeme-içme, dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin başında oteller gelmektedir. Ayrıca motel, tatil köyü, kamping, pansiyon gibi tesisler de konaklama kurumları arasında bulunmaktadır (Usta, 2006, s.35). Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmelerin, turizmi teşvik kanunu ve diğer mevzuatta yer alan teşvik tedbirleri ile istisna, muafiyet ve haklardan yararlanabilmesi için, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu uyarınca “Turizm İşletmesi Belgesi” veya “Turizm Yatırım Belgesi” alması zorunludur. Turizm Yatırımı Belgesi almadan da Turizm İşletmesi Belgesi alınabilmektedir (Alpak, 2005, [http://www.alomaliye.com/talha\\_apak\\_enerji\\_destegi.htm](http://www.alomaliye.com/talha_apak_enerji_destegi.htm) (01.04.10)). Turizm Yatırım Belgeli tesisler ilgili Belediyeden İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı aldıktan sonra Kültür ve Turizm Bakanlığı’na müracaat ederek Turizm İşletme Belgesi almaktadır. Turizm yatırım belgeli tesisler işletmeye geçmeden önce de işletme faaliyeti gösterebilmektedir. Yatırım belgeli hangi tesislerin işletmede hangilerininin yatırımında olduğunu bilme imkânı bulunmamaktadır. Bazı işletmeler İşyeri Açma Çalışma Ruhsatı almadan da önceden açık olabilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama tesisleri ile ilgili istatistiklerin hazırlanmasında sadece işletme belgeli tesisleri esas almaktadır.



1970 yılında Türkiye’de 292 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi varken bu sayı 2008 yılı sonunda 2.566’ya ulaşmıştır (TUIK (a), 2008, s.414). Türk turizminin başarılı bir şekilde gelişmesinde devlet ve özel sektörün büyük çabaları olmuştur. Merkezi idare turizme önem vermiş ve Marmara, Ege, Akdeniz bölgeleri ile özellikle Antalya öncelikli kesimler olarak beş yıllık kalkınma planlarında yer almıştır. Turizm ile ilgili yapılan çalışmalar neticesinde Türkiye’ye yılda 26.336.677 yabancı turist ziyaret etmektedir (TUIK, 2008, s.123). 2008 yılı sonu itibariyle Antalya’ya havayolu ile gelen ziyaretçilerin sayısı 8.564.513’tür. Ertin’e göre Türkiye’deki konaklama tesisleri türlerine göre sıraladığında en üst sınırı oluşturan 5 ve 4 yıldızlı oteller İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirler ile Antalya, Side, Kemer gibi turizm merkezlerinde toplanmıştır (<http://www.aof.anadolu.edu.tr/kitap/IOLTP/2291/unite12.pdf> (10.04.10)).

Antalya’daki turizm tesislerinin tarihsel gelişimi; 1955 yılında Türkiye Turizm Bankasının turizme teşvik ve kredi sağlaması ile konaklama tesisleri gelişmeye başlamış ve bir kamu girişimi olan Turban Turizm A.Ş.’ti ve buna ait oteller zinciri kurulmuştur. Türkiye’nin birçok yerinde olduğu gibi Turban Turizm A.Ş.’ti Antalya’da da turizm yatırımlarında bulunmuştur. Ancak TBMM inceleme komisyonunun 1995 yılında verdiği bir kararla (<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/1999/08/28/139424.asp> (19.02.10)) yasama, yürütme ve adli sürecin sonucunda Turban’ın ticari faaliyetine son verilmiştir. Turban; 1997 yılında Belek ve Beldibi Sosyal Turizm İşletmeleri, 1998 yılında Antalya-Adalya Oteli, Antalya Kaleiçi Dükkânları ve Antalya Kaleiçi Yat Limanı işletmeciliğinden çekilmiş ve şirketin elinde bulunan turizm tesislerinin büyük çoğunluğu Özelleştirme İdaresi Başkanlığınca satılmak veya devredilmek suretiyle özelleştirilmiştir. Örneğin Kemer Marina Oteli satılırken, Kemer Marina’nın kullanım hakkı devredilmiştir. Turban Turizm AŞ.’ti 01.03.2002 tarihinde Sümer Holding A.Ş.’ye devredilerek ticari faaliyetine son verilmiştir (<http://www.oib.gov.tr/portfoy/turban.htm> (19.02.10)).

1958 yılına kadar Antalya’da yıldızlı konaklama tesisi bulunmamaktadır. 1958’de Antalya’da ilk defa yıldızlı (üç yıldız) bir otel açılmış ve bu konaklama tesisi 1992 yılına kadar hizmete açık olmuştur. Teras Oteli adıyla açılan bu otel daha sonradan Büyük Otel olarak adlandırılmıştır. 1959 yılında Konyaaltı plajında genel olarak yerel halkın istifadesi için obalar kurulmuş ve buradan yerel halk ve yabancı turistler de istifade edebilmiştir.

1982 yılından sonra Turizm Teşvik Kanunu ile yabancı sermaye ve özel sektörün özendirilmesinde kalkınma planlarında turizme öncelik verilmesi ile Türkiye’de ve Antalya’daki konaklama tesisleri artmıştır. Uygulanan turizm politikaları ve teşviklerle büyük projeler Akdeniz Bölgesine kaydırılmış ve Türkiye’deki Turizm İşletme Belgeli konaklama tesislerinin bölgesel dağılışı en büyük payı Akdeniz Bölgesi ve özellikle Antalya ili almıştır. 1997 yılı itibariyle Türkiye’de gerçekleşen turizm yatırımları sıralamasında Akdeniz Bölgesi (yüzde 35,0) pay ile ilk sırayı alırken, Ege Bölgesi (yüzde 30,9) ile ikinci, Marmara Bölgesi (yüzde 21,1) ile üçüncü sırayı almıştır. Yerli ve yabancı turist gecelemlerinde de bu sıra değişmemiştir (Emekli, 1998, s.151-152).

Antalya Havaalanının 24 saat süreyle uluslararası uçuşlara açık tutulması neticesinde turizm organizasyonları ve tur bağlantıları ile Antalya’ya daha fazla turist getirilmiştir. Turist getiren bazı şirketlerde, turisti kendi otellerinde konaklatma eğilimi gelişmiş ve böylece konaklama tesisi sayısı artmıştır. Bölgede faaliyet gösteren seyahat acentalarından Öger Group/Majesty Hotels & Resorts otel zinciri (<http://www.ogerturktur.com/> (20.02.10)); GTI Kayı Tur/Riva otel zinciri (<http://www.yapi.com.tr/Haberler/gti-kayi-turun-oteller-zincirigenisliyor1670.html> (20.02.10)); Vasco Turizm/Magic Life otel zinciri ([http://www.ekoayrinti.com/news\\_detail.php?id=5629kurucusu](http://www.ekoayrinti.com/news_detail.php?id=5629kurucusu) (20.02.10)); Tez Tour/Amara otel zinciri (<http://www.teztour.com.tr/popup/news13.htm> (20.02.10)); Odeon Şirketler Grubu (OTI)/Otium Hotels International otel zinciri (<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haberArsiv.asp?id=200761> (20.02.10)) turisti kendi otellerinde konaklatan seyahat acentalarına örnek olarak gösterilebilir.

Antalya’daki turizm işletme belgeli tesis sayısı 641 olup yatırım belgeli tesis sayısı 169’dur (KTB, 2008). Mahalli idarelerden işyeri açma ruhsatı almak suretiyle faaliyet gösteren tesis sayısı 991’dir (KTB, 2006 Yılı İstatistikleri, Tablo 4).

Antalya il genelindeki belediye belgeli tesislerin 659 adedi otel işletmesidir. 2006 yılı verilerine göre Antalya merkezinde belediye belgeli toplam 45 otel ve 43 pansiyon bulunmaktadır (Tablo 2.6).

**Tablo 2.6 Antalya Merkezinde Tesis Türlerine Göre Belediye Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayı (2006 yılı)**

Tesis Türü ve Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Otel	45	1.141	2.525
Pansiyon	43	746	1.672

Toplam	88	1.887	4.197
--------	----	-------	-------

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya il genelinde işletme belgeli toplam 641 tesisin toplam oda sayısı 122.108 olup, toplam yatak kapasitesi 262.232'dir. Antalya kent merkezinde (Kundu dâhil) bakanlık işletme belgeli tesis sayısı 88 adettir. Antalya merkezde yer alan konaklama tesislerinin 19 adedi beş yıldızlı otel, 10 adedi dört yıldızlı otel, 21 adedi üç yıldızlı otel, 17 adedi iki yıldızlı otel, 3 adedi bir yıldızlı otel, 5 adedi pansiyon, 1 adedi apart otel, 1 adedi müstakil apart otel, 2 adedi özel konaklama tesisi ve 9 adedi özel tesisdir. (Tablo 2.7)

**Tablo 2.7 Antalya İl Genelinde Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayı Ve Yatak Kapasitesine Göre Dağılımı**

Faaliyet Bölgesi	Tesis Türü Ve Sınıfı	İşletme Belgeli		
		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Antalya (Merkez)	5 Yıldızlı Tatil Köyü	0	0	0
	5 Yıldızlı Otel	16	5 978	12 872
	4 Yıldızlı Otel	9	2 173	4 502
	3 Yıldızlı Otel	21	1 655	3 361
	2 Yıldızlı Otel	17	489	983
	1 Yıldızlı Otel	3	89	182
	Pansiyon	5	71	140
	Apartment Otel	1	64	196
	Müstakil Apart Otel	1	24	48
	Özel Konaklama Tesisi	2	26	55
	Özel Tesis	9	115	241
	<b>Toplam</b>	<b>84</b>	<b>10 684</b>	<b>22 580</b>
Kundu	4 Yıldızlı Tatil Köyü	0	0	0
	5 Yıldızlı Otel	3	2 288	4 831
	4 Yıldızlı Otel	1	473	1 096
	Golf Tesisi	0	0	0
	<b>Toplam</b>	<b>4</b>	<b>2 761</b>	<b>5 927</b>
Serik / Belek	1. Sınıf Tatil Köyü	2	485	1 091
	5 Yıldızlı Tatil Köyü	9	3 140	6 496
	5 Yıldızlı Otel	30	12 128	26 180
	4 Yıldızlı Otel	5	1 578	3 304
	3 Yıldızlı Otel	2	170	355
	Kamping	1	19	47

	Golf Tesisi	5	199	485
	Turizm Kompleksi	1	798	1 745
	<b>Toplam</b>	<b>55</b>	<b>18 517</b>	<b>39 703</b>
Manavgat	1. Sınıf Tatil Köyü	3	999	2 314
	5 Yıldızlı Tatil Köyü	7	2 652	5 789
	4 Yıldızlı Tatil Köyü	2	793	1 940
	5 Yıldızlı Otel	37	13 422	29 016
	4 Yıldızlı Otel	38	10 464	22 203
	3 Yıldızlı Otel	16	2 106	4 501
	2 Yıldızlı Otel	4	158	316
	1 Yıldızlı Otel	0	0	0
	Müstakil Apart Otel	3	234	492
	Özel Tesis	1	31	62
	Pansiyon	0	0	0
	Personel Eğitim Tesisi	1	0	0
	<b>Toplam</b>	<b>112</b>	<b>30 859</b>	<b>66 633</b>
	Alanya	5 Yıldızlı Tatil Köyü	4	1 019
4 Yıldızlı Tatil Köyü		1	212	470
5 Yıldızlı Otel		29	8 874	18 722
4 Yıldızlı Otel		56	10 079	21 438
3 Yıldızlı Otel		66	6 586	13 628
2 Yıldızlı Otel		30	1 457	2 924
1 Yıldızlı Otel		4	149	292
Butik Otel		0	0	0
Apart Otel		4	100	258
Müstakil Apart Otel		32	1 991	5 024
<b>Toplam</b>		<b>226</b>	<b>30 467</b>	<b>65 328</b>
Beldibi	1. Sınıf Tatil Köyü	2	671	1 633
	5 Yıldızlı Tatil Köyü	3	1 239	2 910
	4 Yıldızlı Tatil Köyü	1	394	1 124
	5 Yıldızlı Otel	4	2 271	5 033
	4 Yıldızlı Otel	1	205	420
	3 Yıldızlı Otel	1	140	298
	2 Yıldızlı Otel	1	82	174
	1 Yıldızlı Otel	10	1 123	2 359
	Pansiyon	2	36	79
	<b>Toplam</b>	<b>25</b>	<b>6 161</b>	<b>14 030</b>
Kemer	1. Sınıf Tatil Köyü	5	1 840	3 748
	5 Yıldızlı Tatil Köyü	7	2 701	5 980
	4 Yıldızlı Tatil Köyü	1	145	299
	5 Yıldızlı Otel	30	9 635	20 595
	4 Yıldızlı Otel	20	3 444	7 008
	3 Yıldızlı Otel	17	2 180	4 503

	2 Yıldızlı Otel	10	365	732
	1 Yıldızlı Otel	0	0	0
	Pansiyon	17	262	518
	Müstakil Apart Otel	2	58	116
	Özel Tesis	2	530	1 260
	Kamping	0	0	0
	Turizm Kompleksi	0	0	0
	<b>Toplam</b>	<b>111</b>	<b>21 160</b>	<b>44 759</b>
Kumluca	5 Yıldızlı Tatil Köyü	1	404	1 016
	4 Yıldızlı Otel	0	0	0
	3 Yıldızlı Otel		0	0
	2 Yıldızlı Otel	1	33	69
	1 Yıldızlı Otel	0	0	0
	Özel Tesis	1	27	54
	<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>464</b>	<b>1 139</b>
Finike	5 Yıldızlı Otel	1	297	598
	3 Yıldızlı Otel	1	74	152
	<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>371</b>	<b>750</b>
Kaş	5 Yıldızlı Tatil Köyü	0	0	0
	4 Yıldızlı Otel	3	159	346
	3 Yıldızlı Otel	3	212	432
	2 Yıldızlı Otel	8	170	353
	1 Yıldızlı Otel	2	37	76
	Butik Otel	1	38	80
	Pansiyon	1	18	36
	Müstakil Apart Otel	1	30	60
	<b>Toplam</b>	<b>19</b>	<b>664</b>	<b>1 383</b>
<b>GENEL TOPLAM</b>		<b>641</b>	<b>122 108</b>	<b>262 232</b>

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>)

Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya kent merkezindeki konaklama tesislerinin hepsi on iki ay boyunca hizmet vermekte, bu nedenle yöre halkına tüm yıl istihdam olanağı sağlamakta, ancak konaklama ve gecelermelerin azlığına bağlı olarak çalışan personelin sayısı da düşük tutulmaktadır. Ersoy'a (2009) göre Antalya turizminin en büyük sorunlarından birisi personelin 12 ay kullanılmamasıdır. Antalya'da turizm sezonu 7 ay sürdüğünden turizm personeli zorunlu olarak 5 ay boş kalmaktadır. Bu duruma en fazla 3-4 yıl dayanan bir personel 12 ay çalışabileceği bir işi farklı bir sektörde bulmakta ve buraya yönelmektedir. Böylece turizm sektörü yetişmiş elemanlarını kaybetmektedir. Sektörün istihdam yaratıcı çalışmalarının desteklenmesi halinde kışın bir otelde 250-300 kişi çalışabilir. Bu da ortalama bin otelde



1	Antalya (Merkez)	355	45	1	8	26	435	42,11
2	Alanya	197	26	5	6	7	241	23,33
3	Manavgat	127	11	2	3	8	151	14,62
4	Kemer	101	5	1	0	20	127	12,29
5	Kaş	32	3	4	0	6	45	4,36
6	Serik/Belek	24	0	1	0	2	27	2,61
7	Kumluca	2	2	0	0	1	5	0,48
8	Finike	2	0	0	0	0	2	0,19
Toplam		840	92	14	17	70	1.033	100,00

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Seyahat sektörü öncelikle bir hizmet sektörüdür. Bu sektöre giriş yapmak isteyenlerle ilgili ilk akla gelen konu, bu kişilerin yeterli donanımına (eğitim, tecrübe, yabancı dil bilgisi, vb) sahip olmaları gerektiğidir. 1618 sayılı yasa ve buna ilişkin olarak çıkarılan yönetmeliklerde seyahat acentalarında çalışanların sahip olması gereken nitelikler kısmen belirlenmiştir. Ancak sektör çalışanları mevzuatta şart koşulan niteliklerin günümüz ihtiyaçlarına cevap vermediğini ifade etmektedir. Bu durum bir yandan sektörde hizmet kalitesinin düşmesine neden olurken, öte yandan sektörde faaliyet gösteren teşebbüs sayısındaki artışın plansız ve sağlıksız olmasına yol açmaktadır.

### 2.2.3 Bazı Turistik Göstergelere Göre Antalya İl Geneli Turizmde Antalya Kent Merkezinin Yeri

Bu bölümde turistlerin, milliyet özellikleri, müze ziyaretleri, konaklama ve geceleme sayıları dikkate alınarak Antalya il geneli turizmde Antalya kent merkezinin önemi ve yeri saptanmaya çalışılmıştır.

#### 2.2.3.1 Müze ve Örenyeri Ziyaretçi Sayılarına Göre Antalya Kent Merkezinin Antalya İl Genelindeki Yeri

Antalya Müzesinin kurucusu olan Süleyman Fikri Erten, ilk olarak Tekeli Mehmet Paşa Camii'nin karşısında yer alan küçük bir mescitte eski eserleri toplayarak Müzenin kuruluşunda ilk adımı atmıştır (<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF0D262A49C727F232D8239D8509A1CEE4> (22.02.10)). Müzede ilk önce Antalya ve çevresinden derlenen arkeolojik eserler depo edilmiştir.

Antalya Müzesi ilk olarak 1922 yılında Kaleiçi'ndeki Alaaddin Camii'ne, 1937 yılında da Yivli Minare Camii'ne taşınmıştır. Perge ve Side'de yapılan kazıların buluntuları ve toplanan eserlerle müze daha da zenginleştirilmiş, 1965 yılında yeni müze binası inşaatına başlanmış ve müze 1972 yılında bugünkü modern hizmet binasına taşınarak ziyarete açılmıştır (Önder, 1985, s.36).

1988 yılında Avrupa Konseyi Özel Ödülü'ne layık görülen Antalya Müzesi 13 sergi salonu ile bahçe sergilemesinden oluşmaktadır. Koleksiyonundaki eserlerin çoğu arkeolojik zenginliğe sahiptir. Antalya bölgesinde yapılan periyodik kazılardan elde edilmiş eserler ilk insandan başlayarak günümüze dek gelen kronolojik bir sıralama ile sergilenmektedir. Müze ek binası ile daha geniş bir teşhir alanına ve modern eser depolarına kavuşmuştur. Antalya Müzesinin kapladığı alan 7.000 m<sup>2</sup> olup müzede sergilenen eser sayısı 5.000 kadardır. Antalya merkez Müzedeki envanterlik arkeolojik eser sayısı 14.216; sikke sayısı 31.408; etnografya eser sayısı 6.792'dir. Müzedeki kayıtlı etütlük arkeolojik eser sayısı 1.127; sikke sayısı 17.909; etnografya eser sayısı ise 81'dir.

2008 yılı verilerine göre Antalya il genelinde en çok ziyaret edilen müze Demre ilçesindeki Noel Baba Müzesidir. Bu alanı 484.447 kişi ziyaret etmiştir. Ziyaretçi sayısı bakımından ikinci sırada yer alan Antalya müzesini ise 122.223 kişi ziyaret etmiştir. Antalya'daki müzeler içinde en büyük paya Noel Baba Müzesi sahiptir (yüzde 74,35), bu müzeyi (yüzde 18,76) Antalya Müzesi izlemektedir. (Tablo 2.9)

**Tablo 2.9 Antalya İl Geneli Müze Ziyaret İstatistiği (2008 Yılı)**

S.No	Müzeler	Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler		İndirimli Grup Girişi	Ziyaretçiler Toplamı	Payı (%)
		Ücretli	Ücretsiz			
1	Noel Baba Müzesi	67.280	37.362	379.805	484.447	74,35
2	Antalya Müzesi	29.542	38.403	54.278	122.223	18,76
3	Side Müzesi	23.695	7.070	900	31.665	4,86
4	Alanya Müzesi	6.558	6.723	0	13.281	2,04
Müzeler Toplamı		127.075	89.558	434.983	651.616	100

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>)

Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Avrupa başkentlerinde örneğin Paris'te en çok ziyaret edilen yerler arasında Louvre Müzesi (yılda 8 milyon) ve Eyfel Kulesi, Londra'da British Museum, Mısır da ise Piramitler



ve Kahire Müzesi gelmektedir. Antalya'daki profesyonel turist rehberlerine göre Antalya müzesinin ziyaretçi sayısı ile bu diğer ülkelerin müze ziyaretçi sayısı karşılaştırıldığında Antalya Müzesi'nin tanıtımı ile ilgili çalışmalar yetersizdir (<http://www.turizmhaberleri.com/HaberAyrinti.asp?ID=8533> (22.02.10)). Antalya Müzesini ziyaret eden yabancıların sayısını tespit etmek mümkün değildir çünkü Türkiye'de müze ve ören yerlerine giriş için matbu olarak basılan biletler, niteliği itibariyle ücretli veya ücretsiz olarak yapılan girişleri tespit etmeye yönelik bir düzenlemedir. Müze ve ören yerlerini ziyaret edenlerle ilgili istatistikî veriler giriş biletinin ücretli, ücretsiz veya indirimli grup bileti olması durumuna göre şekillenmiştir. Antalya müzesine ücret ödeyerek giriş yapan kişi sayısı 29.542, ücretsiz giriş yapan kişi 38.403, sadece seyahat acentalarının turist gruplarına uygulanan indirimli grup bileti ile giriş yapan kişi sayısı ise 54.278'dir. Mevcut veriler sadece ziyaretçi sayısı ile ilgili sonuç verdiğinden, Antalya bölgesindeki müzelerin giriş (bilet) kayıtlarına bakarak ziyaretçi profilini (yerli veya yabancı veya yabancı ise milliyeti) tespit etmek mümkün değildir.

2008 yılı verilerine göre Antalya il genelinde en çok ziyaret edilen ören yeri Demre ilçesindeki Likya kaya mezarları ile Roma tiyatrosunun bulunduğu Myra ören yeri olup bu alanı 490.606 kişi ziyaret etmiştir. Ziyaretçi sayısı bakımından ikinci sırada yer alan Aspendos ören yerini ise 373.604 kişi ziyaret etmiştir. Antalya'daki ören yerleri içinde en büyük paya Myra ören yeri sahiptir (yüzde 23,11), bu ören yerini (yüzde 17,60) Aspendos ören yeri izlemektedir (Tablo 2.10). Antik Pamphylia'nın başşehri Perge, Antalya kent merkezine 18 km uzaklıktadır ve Antalya'nın merkez ilçesi olan Aksu ilçesinin sınırları içinde yer almaktadır. Perge kayıtlarda ören yeri olarak yer almakta ise de, alan aslında bir antik kenttir ve açık alan müzesi olarak dikkate alınması gerekir. Bu büyüklükte bir açık müze ender yerde bulunmaktadır. Günümüz Antalya'sının kent merkezindeki birçok zenginliğinden biri olarak kabul edilen Perge, ziyaretçi sayısı bakımından ören yerleri sıralamasında ilk üç içinde yer almaz. Örneğin, Perge bölgedeki ören yerleri sıralamasında yüzde 11,08 ile dördüncü sırada olup, bu alanı 235.145 kişi ziyaret etmiştir.

## 2.10 Antalya İl Geneli Ören Yerleri Ziyaretçi İstatistiği (2008 yılı)

S.No	Ören Yerleri	Yerli ve Yabancı Ziyaretçiler		İndirimli Grup Girişi	Ziyaretçiler Toplamı	Payı (%)
		Ücretli	Ücretsiz			
1	Myra	68.378	34.187	388.041	490.606	23,11
2	Aspendos	96.555	56.642	220.407	373.604	17,6
3	Alanya Kalesi	189.755	36.798	99.432	325.985	15,35

4	Perge	36.362	25.179	173.604	235.145	11,08
5	Olympos	148.090	81.750	472	230.312	10,85
6	Phaselis	93.184	21.580	39.893	154.657	7,28
7	Patara	73.880	7.680	1.863	83.423	3,93
8	Side Tiyatrosu	58.620	21.354	1.677	81.651	3,85
9	Alanya Kızıl Kule	34.215	2.722	0	36.937	1,74
10	Simena	20.128	3.938	5.242	29.308	1,38
11	Termessos	18.622	2.041	2.188	22.851	1,08
12	Xanthos	11.782	5.312	2.444	19.538	0,92
13	Ehmedek Kalesi	11.748	5.456	0	17.204	0,81
14	Karain	4.262	8.667	282	13.211	0,62
15	Selge	4.144	0	51	4.195	0,2
16	Arykanda	2.992	1.045	0	4.037	0,19
17	Limyra	289	174	0	463	0,02
Ören Yerleri Toplamı		873.006	314.525	935.596	2.123.127	100

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Perge ören yerine ücret ödeyerek giriş yapan kişi sayısı 36.362, ücretsiz giriş yapan kişi 25.179, sadece seyahat acentalarının turist gruplarına uygulanan indirimli grup bileti ile giriş yapan kişi sayısı ise 173.604'tür. Mevcut veriler sadece ziyaretçi sayısı ile ilgili sonuç verdiğinden, bölgedeki ören yerlerinin giriş (bilet) kayıtlarına bakarak ziyaretçi profilini (yerli veya yabancı veya yabancı ise milliyeti) tespit etmek mümkün değildir.

### 2.2.3.2 Konaklayan Kişi Ve Geceleme Sayılarına Göre Antalya İl Geneli Turizmde Antalya Kent Merkezinin Yeri

Konaklayan kişi ve geceleme sayıları sadece turizmin gelişme düzeyini belirlemekle kalmaz, turizmin türü ve turizmin geleceği hakkında da bilgi verir (Emekli, 1998, s.196). 2001 yılında Antalya ilindeki Turizm İşletme Belgeli tesislerde ortalama kalış süresi 5.5 iken, Türkiye ortalaması 2.9 dur (Algur, Ozaner, Aydoğan ve Türkez, 2006, s.136). TUIK 2008 yılı verilerine göre Antalya kent merkezinde bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı sayısı 795.729 olup 3.360.022 geceleme gerçekleşmiştir. Bu sayısal değerlere göre Antalya kent merkezindeki geceleme sayısı ortalama 4.2 gece ile sınırlıdır. (Tablo 2.11) Antalya il genelinde bakanlık belgeli tesislerde yabancı geceleme sayısının ortalaması ise 5.8'dir. Antalya kent merkezi dışındaki bakanlık belgeli tesislerde konaklayan yabancılar o bölgede 1,6 gece daha fazla gecelemetedir.

Antalya il genelinde yer alan bakanlık belgeli ve belediye belgeli tesisler dikkate alındığında, bu tesislerde geceleleyen kişi sayısı bakımından Antalya kent merkezindeki tesislere gelen yabancı ziyaretçi payı daha düşüktür.

**Tablo 2.11 Antalya Kent Merkezindeki Bakanlık Belgeli Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Süresi (2008 yılı)**

Kent Merkezi	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Merkez	154	190	344	238	327	565	1,5	1,7	1,6
Muratpaşa	658.544	339.972	998.516	3.105.362	743.597	3.848.959	4,7	2,2	3,5
Konyaaltı	135.070	106.818	241.888	249.765	167.277	417.042	1,8	1,6	1,7
Kepez	1.961	9.947	11.908	4.657	25.476	30.133	2,4	2,6	2,5
Merkez Toplamı	795.729	456.927	1.252.656	3.360.022	936.677	4.296.699	4,2	2	3,1
<b>Diğer İlçeler</b>									
Alanya	1.182.971	194.175	1.377.146	7.817.765	584.875	8.402.640	6,6	3	4,8
Finike	13.461	3.729	17.190	61.819	5.012	66.831	4,6	1,3	3
Kaş	2.576	5.088	7.664	12.428	12.046	24.474	4,8	2,4	3,6
Kemer	1.438.108	338.065	1.776.173	7.964.318	1.145.083	9.109.401	5,5	3,4	4,5
Kumluca	24.253	4.858	29.111	149.999	14.736	164.735	6,2	3	4,6
Manavgat	1.161.441	190.401	1.351.842	7.117.465	608.359	7.725.824	6,1	3,2	4,7
Serik	1.078.421	147.548	1.225.969	6.398.850	529.656	6.928.506	5,9	3,6	4,8
Side	444.778	25.614	470.392	2.906.318	101.623	3.007.941	6,5	4	5,3
Kalkan	32.423	5.054	37.477	68.947	11.213	80.160	2,1	2,2	2,2
Diğer İlçeler Toplamı	5.378.432	914.532	6.292.964	32.497.909	3.012.603	35.510.512	6	3,3	4,7
<b>Genel Toplam</b>	<b>6.174.161</b>	<b>1.371.459</b>	<b>7.545.620</b>	<b>35.857.931</b>	<b>3.949.280</b>	<b>39.807.211</b>	<b>5,8</b>	<b>2,9</b>	<b>4,3</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (<http://www.kultur.gov.tr>) istatistiklerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya kent merkezindeki belediye belgeli tesislere gelen yabancı sayısı ise 21.837 olup 100.447 geceleme gerçekleşmiştir. Bu durum Antalya kent merkezindeki geceleme sayısının ortalama 4,6 gece ile sınırlı kaldığını göstermektedir. Antalya il genelinde belediye belgeli tesislerde yabancı geceleme sayısının ortalaması ise 6,8'dir. (Tablo 2.12) Bu oransal değerlere göre Antalya kent merkezinden uzaktaki belediye belgeli tesislerde yabancılar 2,2 gece daha fazla kalmaktadır.

**Tablo 2.12 Antalya Kent Merkezindeki Belediye Belgeli Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Süresi (2008 yılı)**

Kent Merkezi	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Merkez	18.165	77.410	95.575	75.877	208.970	284.847	4,2	2,7	3,4
Muratpaşa	3.672	6.017	9.689	24.570	13.649	38.219	6,7	2,3	4,5
Merkez Toplamı	21.837	83.427	105.264	100.447	222.619	323.066	4,6	2,7	3,1
Diğer İlçeler									
Akseki	875	1726	2.601	875	1.726	2.601	1	1	1
Alanya	842.907	526033	1.368.940	5.963.648	801.164	6.764.812	7,1	1,5	4,3
Elmalı	203	9.906	10.109	429	9.906	10.335	2,1	1	1,6
Finike	7.558	28.694	36.252	18.232	40.751	58.983	2,4	1,4	1,9
Gazipaşa	476	4.277	4.753	3.870	8.448	12.318	8,1	2	5,1
Demre	4.266	5.315	9.581	21.421	14.097	35.518	5	2,7	3,8
Kaş	35.286	119.981	155.267	175.682	313.882	489.564	5	2,6	3,8
Kemer	82.119	73.067	155.186	463.752	126.326	590.078	5,6	1,7	3,7
Korkuteli	0	4.210	4.210	0	8.079	8.079	0	1,9	1
Manavgat	6.341	3.719	10.060	31.933	7.408	39.341	5	2	3,5
Serik	15.065	3.697	18.762	125.090	17.573	142.663	8,3	4,8	6,5
Diğer İlçeler Toplamı	995.096	780.625	1.775.721	6.804.932	1.349.360	8.154.292	6,8	1,7	4,6
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.016.933</b>	<b>864.052</b>	<b>1.880.985</b>	<b>6.905.379</b>	<b>1.571.979</b>	<b>8.477.358</b>	<b>6,8</b>	<b>1,8</b>	<b>4,5</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (<http://www.kultur.gov.tr>) istatistiklerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'ya gelen ziyaretçilerden belediye belgeli tesislerde konaklayanların, ne kadarının Antalya il merkezinde veya ilçelerde geceledikleri ile ilgili yapılan incelemede, Antalya iline gelen ziyaretçilerin yüzde 2,15'i Antalya kent merkezindeki belediye belgeli tesislerde konakladığı anlaşılmıştır. Belediye belgeli tesislere gelen sayısı bakımından yapılan sıralamada ziyaretçilerin yüzde 82,89'u Alanya'daki belediye belgeli tesislerde konaklamaktadır. Bunu sırasıyla Kemer (yüzde 8,08), Kaş (yüzde 3,47) ilçelerindeki belediye belgeli tesisler izlemiştir (Tablo 2.13).

**Tablo 2.13 Antalya İlindeki Belediye Belgeli Tesislere Gelen Sayısı ve Tesislere Dağılım Oranı (2006 yılı)**

S.No.	Tesisin Bölgesi, Belge Nev'i ve Gelen Sayısı		Dağılımı
	Bölge	Belediye Belgeli Tesis Gelen Sayısı	%
	Kent Merkezi		
1	Muratpaşa	3.672	0,36
2	Konyaaltı		0,00

3	Merkez	18.165	1,79
4	Kepez		0,00
Merkez Toplamı		21.837	2,15
1	Alanya	842.907	82,89
2	Kemer	82.119	8,08
3	Manavgat	6.341	0,62
4	Serik	15.065	1,48
5	Side		0,00
6	Kaş	35.286	3,47
7	Kalkan		0,00
8	Kumluca		0,00
9	Elmalı	203	0,02
10	Finike	7.558	0,74
11	Demre	4.266	0,42
12	Akseki	875	0,09
13	Gazipaşa	476	0,05
14	Korkuteli		0,00
Diğer İlçeler Toplamı		995.096	97,85
<b>Genel Toplam</b>		<b>1.016.933</b>	<b>100,00</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (<http://www.kultur.gov.tr>) istatistiklerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya'ya gelen ziyaretçilerden bakanlık belgeli tesislerde konaklayanların, ne kadarının Antalya il merkezinde veya ilçelerde geceledikleri ile ilgili yapılan incelemede, Antalya iline gelen ziyaretçilerin yüzde 13,10'nun Antalya kent merkezindeki bakanlık belgeli tesislerde konakladığı anlaşılmıştır. Bakanlık belgeli tesislere gelen sayısı bakımından yapılan sıralamada ziyaretçilerin yüzde 26,01'i Manavgat ilçesindeki (Manavgat yüzde 18,81, Side yüzde 7,20) bakanlık belgeli tesislerde konaklamaktadır. Bunu sırasıyla yüzde 23,29'u Kemer, Alanya (yüzde 19,16) ve Serik (yüzde 17,47) ilçelerindeki bakanlık belgeli tesisler izlemiştir (Tablo 2.14).

**Tablo 2.14 Antalya İlindeki Bakanlık Belgeli Tesislere Gelen Sayısı ve Tesislere Dağılım Oranı (2008 yılı)**

S.No	Tesisin Bölgesi, Belge Nev'i ve Gelen Sayısı		Dağılımı
	Bölge	Bakanlık Belgeli Tesise Gelen Sayısı	%
	Kent Merkezi		

1	Muratpaşa	658.544	10,67
2	Konyaaltı	135.070	2,19
3	Merkez	154	0,00
4	Kepez	1.961	0,25
Merkez Toplamı		795.729	13,10
Diğer İlçeler			
1	Alanya	1.182.971	19,16
2	Kemer	1.438.108	23,29
3	Manavgat	1.161.441	18,81
4	Serik	1.078.421	17,47
5	Side	444.778	7,20
6	Kaş	2.576	0,04
7	Kalkan	32.423	0,53
8	Kumluca	24.253	0,39
9	Elmalı	13.461	0,22
10	Finike		0,00
11	Demre		0,00
12	Akseki		0,00
13	Gazipaşa		0,00
14	Korkuteli		0,00
Diğer İlçeler Toplamı		5.378.432	87,11
<b>Genel Toplam</b>		<b>6.174.161</b>	<b>100,00</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (<http://www.kultur.gov.tr>) istatistiklerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

## 2.2.4 Antalya'ya Gelen Turist Profili

Antalya'ya kara yolu ile gelen turistlerin sayısını kesin olarak tespit etmek mümkün değil ise de, hava veya deniz yolu ile gelenlerin sayısı bellidir. Bölgeye gelen turist sayısı ile ilgili en sağlıklı veri Antalya havaalanı ve deniz limanlarından giriş yapan ziyaretçilere ait istatistik verileridir. 2008 yılında Antalya'yı toplam 9.093.071 kişi ziyaret etmiştir. Giderek artan sayıdaki ziyaretçilerin beklentilerine cevap verebilmek ve turizm yatırımlarını doğru alana yönlendirebilmek için bölgeye gelen ziyaretçilerin profilinin bilinmesi gerekir.

### 2.2.4.1 Antalya'ya Gelen Yabancı Turist Profili

Antalya bölgesinde gelen ziyaretçi profili, beklentileri ve memnuniyeti ölçütlerinin belirlenmesi ve Antalya'ya özgü durumu tespit etmek için Aksu ve diğerlerinin 2008 yılında yaptıkları “Antalya yöresi turist profili” araştırması sonucuna göre:

Antalya bölgesine gelen turistlerin çoğunluğunu kadınlar oluşturmakta ve büyük bölümü 15 ve 44 yaş arasında, yarısından fazlası evli, yarısı lisans mezunu ve ağırlıklı olarak işçi veya memur olarak çalışmakta ve yıllık 12.000 Euro'dan az gelir elde etmektedir. Katılımcılardan en kalabalık grubu Ruslar oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla Alman, Hollanda, İsveçli, Fransız ve İngiliz turistler izlemektedir. Katılımcılar yılda en az bir defa turistik amaçlı gezi için yurt dışına çıkmaktadır. Çoğu turist Antalya tatilini bir ay ya da daha kısa bir süre öncesinde planlamaktadır. Turistlerin yarısından fazlası tatil kararını kendisi vermekte ancak tatil kararının verilmesinde kadınların ağırlıklı rolü bulunmaktadır. Destinasyonla ilgili bilgi tur operatörü veya seyahat acentasından alınmakta, paket tur satın alınarak eş ya da arkadaş ile seyahat edilmekte ve çoğunlukla her şey dâhil sisteminin olduğu oteller tercih edilmekte ve turistler bu sistemden memnundur. Antalya yöresinde bir veya iki hafta süre ile kalınmaktadır. Turistlerde Antalya ismi üç şeyi çağrıştırmaktadır; deniz-kum-tatil. Antalya yöresinin ziyaret edilme nedeni tatil ve eğlencedir.

Turistlerin yörede en fazla katıldıkları aktivite alışverişlerdir. Ancak alışverişler Antalya şehir merkezi dışındaki yerde yapılmaktadır. Turistler konaklama tesisleri dışına çıkmakta ise de Antalya şehir merkezini az sayıda turist ziyaret ettiği, turistlerde şehir merkezine turlar düzenlenmesi ile ilgili istek olduğu anlaşılmaktadır.

Türk mutfağı ve alışveriş olanakları konusunda yüksek beklenti içerisinde olan turistlerin bu konudaki tatmin düzeyleri düşüktür.

Turistlerin yerel taşımacılık hizmetleri, kültürel sanatsal etkinlikler, yerel halkla iletişim, sportif faaliyetler, hijyen, temizlik, turistik enformasyona erişim ve erişilebilirlik konularındaki beklentileri düşüktür. Antalya havaalanı her yönü ile güzel bulunmakta, ancak satışa sunulan ürün ve hizmetlerin fiyatları birçok turist tarafından olumsuz değerlendirilmektedir.

Turistler yöreye gelmeden önce kişisel güvenlik konusunda düşük beklenti içinde ise de ziyaret sonrasında bu nitelikten tatmin olduklarını belirtmiştir.

Turistler, Antalya ve çevresinin iyileştirilmesi ile ilgili olarak fiyatların düşürülmesini, şehir yollarının iyileştirilmesini, şehir merkezinin temizliğinin iyileştirilmesi ve trafik güvenliğinin artırılmasını ön plana çıkarmaktadır. Turistlere göre çevreye daha duyarlı olunmalı, hizmet kalitesi yükseltilmeli, alışveriş esnasında rahatsızlık verilmemeli, alışveriş esnasında (satış olsun olmasın) güler yüzlü davranılmalı, yabancı dil bilgisi ve kullanımı iyileştirilmelidir.

Bekâr turistler evli turistlere göre daha yüksek beklenti ve tatmine sahip olup Antalya yöresine daha sadıktır.

Turistler açısından Antalya tarihi yerleri, kültürel değerleri, doğası, yerel halkının konukseverliği, yiyecek içecek hizmetleri ve konaklama hizmetleriyle ön plan çıkmakta olup aile ile tatile uygun bir yerdir.

Turistlerin beklenti, tatmin ve sadakatleri milliyetlerine göre farklılık göstermektedir. BDT ülkelerinden gelen turistler Alman-Avusturyalı turistlere göre hem daha yüksek beklenti ve tatmine sahiptir hem de Antalya yöresine daha sadık görünmektedir.

Yukarıda aktarılan sonuçlar yorumlandığında Pazar farkı gözetmeksizin Antalya yöresini ziyaret eden bir turist profilini ağırlıklı olarak “eğitim düzeyi yüksek, nispeten düşük gelirli, memur ya da işçi olarak çalışan, nispeten genç yaşta, evli kadın ya da erkek” şeklinde tanımlanabilir.

Antalya yöresini ziyaret eden turistlerin seyahat ve tatil davranışı ise ağırlıklı olarak “yılda bir kez yurt dışında tatile giden, tatilini kısa süre öncesinde planlayan, eşi, çocukları ya da arkadaşı ile seyahat eden, tatil amacıyla Antalya yöresine gelen, paket turu tercih eden, otelde konaklamayı seçen, her şey dâhil pansiyon türünü tercih eden, bir ya da iki hafta süre ile Antalya yöresinde kalan, Antalya yöresinde kaldığı sürede şehir merkezini ziyaret etmeyen ancak alışveriş turlarına katılan kişiler” şeklinde nitelendirilebilir (Aksu ve diğerleri, 2008, 92-96).



2008 yılı sonu itibariyle Antalya'ya havayolu ile gelen toplam turist sayısı 8.993.137 kişidir. Bu ziyaretçilerin 8.564.513 kişisi yabancı turist, 428 624 kişisi de yerli turisttir. Antalya'ya deniz limanlarından da ziyaretçi gelmektedir. Deniz limanlarından gelen ziyaretçi turist sayısı ise 99.934 kişidir. Antalya'yı 2008 yılında toplam 9.093.071 kişi ziyaret etmiştir.

Antalya'yı ziyaret eden turistler milliyetine göre sıralandığında, ilk altı sıradaki ziyaretçiler toplam turist sayısının yüze 70,04'nü oluşturmaktadır. Bölgeye gelen ziyaretçi sayısı bakımından ilk sırayı yüzde 26,97'si Alman ziyaretçiler almaktadır. İkinci sırada yüzde 25,49 ile Ruslar, üçüncü sırada yüzde 5,29 ile Ukraynalılar, dördüncü sırada yüzde 5,18 ile Hollandalılar, beşinci sırada yüzde 3,85 ile İsraililer, altıncı sırada yüzde 3,26 ile İngilizler yer almaktadır. (Tablo 2.15)

2008 yılında Antalya'ya gelen turist sayısındaki artış oranları dikkate alındığında, bir önceki yıla göre en fazla artış yüzde 104,24 ile İran'dan gelen ziyaretçi sayısında gerçekleşmiştir. İkinci sırada yüzde 80,69 ile İspanyol, üçüncü sırada yüzde 56,69 ile Beyaz Rusya, dördüncü sırada yüzde 54,99 ile Norveç, beşinci sırada yüzde 53,50 ile Romanya, altıncı sırada yüzde 49,70 ile Moldova'dan gelen ziyaretçi sayısında olmuştur. Antalya'ya Japonya ve Letonya'dan gelen turist sayısında azalma olurken, Slovenya'dan gelen turist sayısında kayda değer bir değişiklik olmamıştır (Tablo 2.15).

Antalya'ya gelen ziyaretçilerin milliyet itibariyle bir önceki yıla göre sayısal artışı dikkate alındığında, bir önceki yıla göre Antalya'ya 365.328 daha fazla Rus turist gelmiş olup bu sayısal artışta Rus ziyaretçiler ilk sıradadır. Sayısal artışta ikinci sırayı 127.695 kişi ile Ukraynalı, üçüncü sırayı 100.793 kişi ile Alman, dördüncü sırayı 69.933 kişi ile Polonyalı, beşinci sırayı 61.958 kişi ile Norveçli, altıncı sırada 61.061 kişi ile İngiliz ziyaretçiler almıştır. (Tablo 2.15)

Son dört yılda Antalya'ya gelen turist sayısı ve milliyet payı dikkate alındığında; gelen turist sayısı bakımından Almanya Antalya'nın turizm pazarındaki önceliğini korumaktadır. 2005 yılında pazardaki Alman payı yüzde 38,34 iken, 2006 yılında Alman turist sayısında önemli bir düşüş gerçekleşmiş ve Alman turistin Antalya turizm pazarındaki payı da yüzde 34,73'e gerilemiştir. 2007 yılında turist sayısı artmış ise de Alman turistin toplam ziyaretçi içindeki payı yüzde 30,30'a düşmüştür. Alman turist sayısındaki artış 2008 yılında da devam etmiş ancak toplam turist sayısı içindeki Alman turist payı önceki yıllara göre daha düşük

(yüzde 26,97) olarak gerçekleşmiştir. Milliyet payı dikkate alındığında Antalya'daki Alman turizm pazarında Alman turist sayısı artmakta ise de oranı azalmaya devam etmektedir (Tablo 2.15)

Son dört yıldaki Rus ziyaretçi sayısı ve oranları dikkate alındığında; 2005 yılında Rus turist payı yüzde 18,59 iken, 2006 yılında yüzde 21,52'ye yükselmiştir. 2007 yılında Rus turist sayısı önemli ölçüde düşüş göstermiş ancak toplam turist sayısı içinde Rus ziyaretçi payı yükselerek yüzde 24,93 olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılında da Rus turist sayısı ve toplam turist sayısı içindeki payı yükselerek yüzde 25,49 olarak gerçekleşmiştir. Rus turistin Antalya turizm pazarındaki payı istikrarlı bir gelişme sergilemektedir.

Son dört yıllık dönemde Ukrayna, İsrail, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Romanya, Kazakistan, Beyaz Rusya, Litvanya, Macaristan, Slovakya, Moldova ve Sırbistan & Karadağ'dan gelen turist sayısı ve oranı artarak devam etmekte ve Antalya turizm pazarında istikrarlı bir gelişme sergilemektedir (Tablo 2.15).

**Tablo 2.15 Antalya'ya Havayolu İle Gelen Ziyaretçilerin Sayısı ve Milliyetlerine Göre Dağılımı (2005 - 2008 Yılları)**

Milliyetler	2005 Yılı		2006 Yılı		2007 Yılı		2008 Yılı		2007 / 2008 Yılı Karşılaştırması	
	Ziyaretçi Sayısı	Milliyet Payı (%)	Ziyaretçi Sayısı	Milliyet Payı (%)	Ziyaretçi Sayısı	Milliyet Payı (%)	Ziyaretçi Sayısı	Milliyet Payı (%)	Sayısal Değişim	Oransal Değişim (%)
Almanya	2 639 182	38,34	2 087 430	34,73	2 208 969	30,3	2 309 762	26,97	100 793	4,56
Rusya Federasyonu	1 279 949	18,59	1 293 336	21,52	1 817 974	24,93	2 183 302	25,49	365 328	20,1
Ukrayna	173 141	2,52	244 824	4,07	325 283	4,46	452 978	5,29	127 695	39,26
Hollanda	502 376	7,3	374 163	6,22	388 250	5,32	443 316	5,18	55 066	14,18
İsrail	186 077	2,7	189 344	3,15	299 169	4,1	330 153	3,85	30 984	10,36
İngiltere	207 832	3,02	182 758	3,04	218 032	2,99	279 093	3,26	61 061	28,01
İsveç	229 197	3,33	182 467	3,04	181 349	2,49	233 048	2,72	51 699	28,51
Avusturya	254 237	3,69	194 594	3,24	206 336	2,83	230 955	2,7	24 619	11,93
Polonya	90 631	1,32	99 360	1,65	151 538	2,08	221 471	2,59	69 933	46,15
Belçika	187 187	2,72	173 045	2,88	196 601	2,7	217 129	2,54	20 528	10,44
Fransa	159 172	2,31	149 175	2,48	179 015	2,46	214 274	2,5	35 259	19,7
Norveç	104 810	1,52	101 694	1,69	112 663	1,55	174 621	2,04	61 958	54,99
Danimarka	148 447	2,16	126 158	2,1	135 331	1,86	137 604	1,61	2 273	1,68
İsviçre	185 643	2,7	89 883	1,5	93 293	1,28	103 285	1,21	9 992	10,71
Çek Cumhuriyeti	44 676	0,65	47 247	0,79	75 397	1,03	101 292	1,18	25 895	34,34
Romanya	18 912	0,27	27 594	0,46	63 127	0,87	96 902	1,13	33 775	53,5
Kazakistan	29 271	0,43	40 726	0,68	78 467	1,08	95 649	1,12	17 182	21,9

Belarus (Beyaz Rusya)	40 536	0,59	47 056	0,78	58 650	0,8	91 899	1,07	33 249	56,69
Litvanya	27 410	0,4	29 657	0,49	48 085	0,66	65 554	0,77	17 469	36,33
Finlandiya	52 949	0,77	37 643	0,63	40 177	0,55	54 512	0,64	14 335	35,68
Macaristan	32 957	0,48	35 659	0,59	40 113	0,55	47 603	0,56	7 490	18,67
Slovakya	17 408	0,25	18 245	0,3	34 072	0,47	43 734	0,51	9 662	28,36
Moldova	13 294	0,19	16 060	0,27	27 945	0,38	41 835	0,49	13 890	49,7
İtalya	43 288	0,63	27 995	0,47	31 420	0,43	38 356	0,45	6 936	22,08
Letonya	18 728	0,27	19 868	0,33	36 417	0,5	35 377	0,41	- 1 040	-2,86
Sırbistan & Karadağ	17 498	0,25	17 034	0,28	24 957	0,34	31 085	0,36	6 128	24,55
İran	25 141	0,37	7 808	0,13	13 791	0,19	28 167	0,33	14 376	104,24
İspanya	5 382	0,08	3 070	0,05	9 622	0,13	17 386	0,2	7 764	80,69
Slovenya	11 967	0,17	9 934	0,17	16 425	0,23	16 436	0,19	11	0,07
Bosna - Hersek	7 970	0,12	7 717	0,13	10 394	0,14	12 607	0,15	2 213	21,29
Amerika Birleşik Devletleri	8 122	0,12	7 360	0,12	8 034	0,11	8 460	0,1	426	5,3
Portekiz	2 554	0,04	1 658	0,03	3 604	0,05	4 058	0,05	454	12,6
Kanada	1 929	0,03	1 901	0,03	2 028	0,03	2 437	0,03	409	20,17
Yunanistan	2 526	0,04	2 245	0,04	1 680	0,02	2 365	0,03	685	40,77
Japonya	990	0,01	878	0,01	873	0,01	783	0,01	-90	-10,31
Endonezya	375	0,01	180	0	128	0	166	0	38	29,69
Diğer Milliyetler Toplamı	112 260	1,63	115 417	1,92	152 147	2,09	196 859	2,3	44 712	29,39
Yabancı Ziyaretçiler Toplamı	6 884 024	100	6 011 183	100	7 291 356	100	8 564 513	100	1 273 157	17,46
Yerli Ziyaretçiler	397 875	5,46	409 453	6,38	397 705	5,17	428 624	4,77	30 919	7,77
GENEL TOPLAM	7 281 899		6 420 636		7 689 061		8 993 137		1 304 076	16,96

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>)

Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

#### 2.2.4.2 Antalya'ya Gelen İç (Yerli) Turist Profili

İç turizm pazarı, okulların tatile girmesiyle, Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında tatile çıkan T.C.vatandaşları ile iç pazardaki şirketler ve büyük kurumların seminer, konferans ve gezi gibi organizasyonlarından oluşmaktadır. Turizmdeki iç pazara yönelik talebin düşük veya yüksek olmasında döviz kuru ve şirketlerin mali yapıları önemli rol oynamaktadır. Her ne kadar iç turizm gazete ilanlarındaki paket programlar olarak görülmekte ise de iç turizm pazarının belirlenmesinde büyük şirketlerin toplantı organizasyonları daha etkilidir.

Türk insanının tüketim alışkanlıkları özellikle Körfez Krizi'nden (1991 yılı) sonra değişmiştir. 1999 yılındaki kriz döneminde Türk insanı tatil köylerine giden, seyahat eden, tatilini ön plana çıkararak ve seçici olan bir grup haline gelmiştir. Avrupa'da çalışan Türk işçilerinde de aynı eğilim gözlenmektedir. Yurtdışında çalışan işçiler daha önceleri yıllık izinlerini köylerinde veya akrabalarının yanında geçirmekte iken günümüzde tatil köylerinde

eğlenerek tatil yapmayı tercih etmektedir. Ancak Türk insanı duygusal davranmaktadır. Bir kişinin kendi işi iyi olsa bile, eşinin ya da bir yakınının işinin kötü olması hali o kişinin tatilden vazgeçmesine sebep olabilmektedir. Bayrak'a göre (2002) Türk insanı artık tatilini tatil olarak yapma arzusundadır. Uygun fiyat, uygun ödeme koşullarının sunulması ile iç pazardaki tatil kavramı gittikçe büyümektedir ([http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR\\_KOD=2172](http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=2172) (20.02.10)).

Ersoy'a göre (2009) iç turist artık daha üst kategorilerde tatil yapmayı istemektedir. Dolayısıyla üst sınıf otellerin rezervasyonunda artış yaşanmaktadır. Son yıllarda konaklama tesislerinin fiyatlarında TL bazında artış yapılmamış olması rezervasyonlara olumlu yansımıştır. Geçmiş yıllara nazaran günümüzde erken rezervasyon kampanyaları daha erken başlatılmaktadır. Bankaların tatilciye sağladığı kredi kolaylığı dolaylı olarak turizm sektörünü de desteklemiştir ([http://www.potkal.com/forum/forum\\_posts.asp?TID=3232&PID=4546](http://www.potkal.com/forum/forum_posts.asp?TID=3232&PID=4546) (20.02.10)).

İç turistin tatil meylini dikkate alan bazı seyahat acentaları yurt dışı ağırlıklı tatil paketlerine ilaveten günümüzde iç turiste yönelik 7 günlük tatil paketleri hazırlamaktadır. Ersoy'a (2009) göre Odeon Tur yaz boyunca her hafta iç turizme yönelik paket tatil programları düzenlemekte ve iç pazara, dış pazardan daha cazip tatil imkânı sunmaktadır. Paketler, beş yıldızlı otelde bir hafta her şey dâhil konaklama, uçakla ulaşım, transferler ve şehir turu dâhil tatil programlardan oluşmaktadır. Ayrıca anlaşmalı bankaların kredi kartıyla tüketiciye taksit olanağı sunulmaktadır (<http://www1.haberler.com/yerli-turist-bu-yaz-yabancidan-200-euro-daha-ucuza-haberi/> (20.02.10)).

### **2.3 Antalya'da Turizmin Gelişmesi İçin Yürütülen Çalışmalar**

Turizmin gelişmesi, turizmin gelişmesine sağlanacak olanak ve hizmetler ölçüsünde hız kazanabilir. Hizmet grupları dört grupta toplanmaktadır. Bunlar, çekicilikler, ulaşım, konaklama ve tamamlayıcı hizmetler ile alt yapıdır. Çekicilikler turistin bir alanı ziyaret etme isteğini doğurur, ulaşım bu ziyaretin gerçekleşmesini sağlar, konaklama ve tamamlayıcı olanaklar turistin istek ve ihtiyaçlarını sağlarken, alt yapı da bunların temel işlevlerini yerine getirir (Emekli, 1998, s.183).

Antalya'daki konaklama tesisleri ile bazı restoranların doğrudan turizme yönelik olarak yapıldığını söylemek mümkündür. Ancak kentte yerel halka sağlanan bazı kolaylıklar ve tamamlayıcı hizmetlerden turistler de faydalanabilmektedir. Örneğin, hediyelik eşya satan mağazalar, eczaneler, bakkallar, tuhafiyeciler, züccaciyeciler, berberler, finansal kuruluşlar, PTT gibi kuruluşlar hem yerel halkın hem de yabancı ziyaretçilerin hizmetindedir. Halkın anlatısına göre 1990'lı yılların başından itibaren Antalya'da daha çok lüks tüketime yönelik kuyumcu, derici, halıcı mağazaları ile uluslararası marka olmuş yerel ve yabancı giyim eşyalarının satıldığı işletmeler açılmıştır. Daha önceleri kentte ve bölgede bulunmayan fast food türü hazır yiyecek yerleri de açılmış ve yaklaşık 20 yıllık bir sürecin sonunda artık şehirde yaşayanların yeme içme alışkanlığı bu değişikliklerden etkilenmiştir.

Turizm bölgelerindeki altyapı, turistik gelişmenin türü ve hızı ile turistlerin ihtiyaçları göz önüne alınarak oluşturulmaktadır. Antalya'da elektrik, su, gaz, evsel atık, atık su ve yağmur suyu kanalizasyonu gibi alt yapı hizmetleri (örneğin, Kundu-Lara ve Konyaaltı atık su tesisleri) turizmin olduğu kadar kent halkının da işine yaramaktadır.

Turizmin başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için öncelikle gelişmiş bir alt yapı gerektiği gibi, sektörler arasında uyum da olmalıdır. Turizm merkezlerinde konaklama olanakları, gece kulübü, diskotek, kafe, bar gibi eğlence yerleri ve bu alanlara ulaşım imkânı gibi üstyapı hizmetleri de tamamlanmış olmalıdır. Antalya'da 1990'lı yıllar itibariyle eski kentin kale duvarlarının ortaya çıkarılması için yapılan yıkım ve çevre düzenlemesi, Konyaaltı plajının düzenlenmesi ve Beach Park'ın hizmete girmesi ([http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay~haberNo~6876.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~6876.htm) (24.02.10)), 2000'li yıllarda Yeşilbahçe, Şirinyalı ve Fener kıyı bandındaki park ve yeşil alan düzenlemesi ve Lara istikametine Falezlerde yapılan düzenlemeler (<http://muratpasa-bld.gov.tr/projeler/uygula.htm> (24.02.10)), 2005 yılı itibariyle Lara plajı ve yürüyüş yolunun yapılması ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=6572](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=6572) (24.02.10)). 2006 yılı itibariyle revize edilen Atatürk Parkının açılması ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=3843](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=3843) (24.02.10)). Kaleiçi yolları, kanalizasyonu ve kameralı güvenlik sisteminin yapılması ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=5774](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=5774) (24.02.10)), 2008 yılında Kalekapısı çevresinde Vakıf İşhanı ve Demirciler çarşısının yıkılması ve yapılan çevre düzenlemesi ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haberdetay.cfm?sayfa=6738](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haberdetay.cfm?sayfa=6738) (24.02.10)), 2009 yılında Valilik ve Hükümet binalarının yıkılarak yeraltına turist otobüsleri otoparkı yapılması, otoparkın üzerine modern park yapılması, Cumhuriyet meydanında kurulan

fiskiyelerin müziğin ritmiyle suya hareket verirken ilginç görüntüler oluşması ve oluşturulan su perdesi üzerine yansıtılan üç boyutlu hareketli görüntülü düzenin kurulması ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haberdetay.cfm?sayfa=5621](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haberdetay.cfm?sayfa=5621) (24.02.10), Düden şelalesi çevresindeki yeşil alan ve otopark alanı düzenlemesi (<http://www.muratpasa-bld.gov.tr/projeler/02.htm> (24.02.10)), 2009 yılı itibariyle KGYS (MOBESE) sisteminin devreye girmesi ([http://bilgiedinme.antalya.pol.tr/basin-aciklamalari /en-guvenli-il.html](http://bilgiedinme.antalya.pol.tr/basin-aciklamalari/en-guvenli-il.html) (24.02.10)) gibi uygulamalar neticesinde kent daha kolay yaşanabilir güvenli bir şehir olmuştur. Antalya kent içinde yapılan tüm bu çalışmaları turizm adına yapılan işler arasında değerlendirmek gerekmektedir.

Antalya kent merkezinde bulunan ve turizme hizmet veren başlıca kuruluşları şu şekilde sıralayabiliriz. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Antalya Müze Müdürlüğü, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, Antalya Tanıtım Vakfı, Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği, TÜRSAB-Antalya Bölge Yürütme Kurulu, Antalya Rehberler Odası, Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği, Seyahat Acentaları Yöneticileri Derneği.

Ayrıca Suna - İnan Kıraç Kaleiçi Müzesi ve Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü öncelikle Antalya Kaleiçi ve Antalya ve çevresinin tarihi, arkeolojik, etnografik ve kültürel değerlerinin araştırılması, belgelenmesi, korunması, onarılması ve tüm Akdeniz kıyılarındaki ilişkilerinin yorumlanmasına yönelik bilimsel çalışma ve araştırmaları destekleyerek bölgenin turizm potansiyelinin belirlenmesine katkı sağlamaktadır.

Antalya merkezde Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya Sanat ve Meslek Edindirme Kursu, Muratpaşa Belediyesi, Azize Kahraman Halk Eğitim Merkezi, Teomanpaşa Halk Eğitim Merkezi gibi kurumlar kendi bünyelerinde çeşitli yabancı dil kursları açmakta ve turizme yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Diğer ilçe belediyeleri ve ilçe halk eğitim merkezleri de benzer kursları düzenlemektedir.

Antalya Valisi Alaaddin Yüksel'in Antalya'nın kültürel mirasının korunması için hazırlattığı çalışma 2005 yılında tamamlanmıştır. Bu çalışma ile Antalya kent merkezi ve ilçelerinde bulunan antik kent ve kalıntılar tespit edilerek kültür envanteri çıkarılmıştır. Antalya İli Kültür Envanteri bölge kültürüne sahip çıkma ve turizmde sürekliliğinin sağlanması açısından bugüne kadar yapılan en kapsamlı çalışmaların başında gelmektedir.

Antalya merkeze çok yakın bir konumda bulunan Perge antik kentinin bölge turizmine marka katkısı sağlayacağını dikkate alan Kültür ve Turizm Bakanlığı, antik kenti bakan düzeyinde ziyaret ederek çalışmalar yapmaktadır. Yapılacak çalışmalar neticesinde Perge de Efes antik kenti gibi dünya çapında tanınan bir yer olacak ve turizmin ziyaret noktalarından biri haline gelecektir ( [http://www.turkiyeturizm.com/news\\_detail.php?id=25185&uniq\\_id=1267387101](http://www.turkiyeturizm.com/news_detail.php?id=25185&uniq_id=1267387101) (25.02.10)).

Antalya’da turizmi canlandıracak ve tanıtımında etkili olacak bir diğer önemli etkinlik çeşitli ülkelerden ayrı şehirler ile kardeş şehir anlaşmalarının yapılmasıdır. Antalya il geneli merkez ve ilçe belediyeleri ile çeşitli ülkelerden 64 ayrı belediye arasında kardeş şehir protokolü düzenlemiş ve kültürel, ticari ve turizm konularında karşılıklı çalışmalar devam etmektedir. Antalya bölgesindeki belediyeler ile kardeş şehir protokolü düzenleyen yabancı belediyelerin ülkelere göre yapılan sıralamasında, Polonya 18 belediye ile ilk sırayı almaktadır. İkinci sırayı 10 belediye ile Almanya, üçüncü sırayı 8 belediye ile Rusya, dördüncü sırayı 4 belediye ile Beyaz Rusya, beşinci sırayı 3 belediye ile KKTC almaktadır. Ukrayna, Yunanistan, ABD, Litvanya ve Macaristan’dan 2’şer belediye, Avusturya, Bosna Hersek, Çek Cumhuriyeti, Çin, Finlandiya, İsrail, İsveç, Kazakistan, Kosova, Letonya ve Makedonya’dan 1’er belediye ile kardeş şehir protokolü bulunmaktadır. (Tablo 2.16)

**Tablo 2.16 Antalya İl Geneli Merkez ve İlçe Belediyeleri İle Kardeş Şehir Protokolü Yapan Yabancı Şehirler**

Kardeş Şehir				
S.No	İl/İlçe	Belediyeleri		Ülkesi
1	Merkez	Büyükşehir	Austin/Teksa	ABD
2			Bat Yam	İsrail
3			Cheboksary/Çuvaşistan	Rusya
4			Gazimağusa	KKTC
5			Kazan/Tataristan	Rusya
6			Nürnberg	Almanya
7			Rostov-Na-Donu	Rusya
8			Taldykorgan	Kazakistan
9			Aksu Belediyesi	Srem
10		Kepez Belediyesi	Plock	Polonya
11			Stari Grad/Saraybosna	Bosna Hersek
12			Michogen	ABD
13		Döşemealtı Belediyesi	Ksiaz Wlkp	Polonya
14			Mamuşa	Kosova
15		Konyaaltı Belediyesi	Baranoviçi	Beyaz Rusya

16		Muratpaşa Belediyesi	Girne	KKTC	
17	Kemer	Kemer Belediyesi	Schwabach	Almanya	
18			Yuzhny	Ukrayna	
19			Krasnowardsevsky	Rusya	
20			Siktivkar	Rusya	
21			Yoşkar-Ola/Mari-El	Rusya	
22		Göynük Belediyesi	Kozmin	Polonya	
23		Tekirova Belediyesi	Padol	Ukrayna	
24	Alanya	Alanya Belediyesi	Wodzislaw	Polonya	
25			Rovaniemi	Finlandiya	
26			Keszthely	Macaristan	
27			Nea Ionia	Yunanistan	
28			Moscow	Rusya	
29			Wodzislaw	Polonya	
30			Trakai	Litvanya	
31			Talsi - Latvia	Letonya	
32			Boras	İsveç	
33			Fushun	Çin	
34			Spindleruv Mlyn	Çek Cumhuriyeti	
35			Schwechat	Avusturya	
36			Gladbeck	Almanya	
37			Lefkoşa	KKTC	
38			Mahmutlar Belediyesi	Zhodino	Beyaz Rusya
39			Avsallar Belediyesi	Nowy Sacz	Polonya
40			Oba Belediyesi	Oer-Erkenschwick	Almanya
41			Sarıveliler Belediyesi	Pniewy	Polonya
42		Konaklı Belediyesi	Wronki	Polonya	
43			Situle	Litvanya	
44	Helmstedt		Almanya		
45		İncekum Belediyesinin	Scheau	Almanya	
46		Demirtaş Belediyesi	Logoysk	Beyaz Rusya	
47	Türkler Belediyesi	Zelenegors	Rusya		
48		Turek	Polonya		
49	Manavgat	Manavgat Belediyesi	Herford/Kuzey Ren Westfalya	Almanya	
50		Ilıca Belediyesi	Strumica	Makedonya	
51		Çolaklı Belediyesi	Kordus Rozyrazew	Polonya	
52		Evrenseki Belediyesi	Halinow/Varşova	Polonya	
53	Serik	Kadriye Belediyesi	Brodniça	Polonya	
54		Belek Belediyesi	Reçista	Beyaz Rusya	
55	Kumluca	Hasyut Belediyesi	Karczew	Polonya	
56		Mavikent Belediyesi	Zielonka	Polonya	
57		Kumluca Belediyesi	Zabki	Polonya	
58	Elmalı	Elmalı Belediyesi	Kobylka	Polonya	
59	Korkuteli	Korkuteli Belediyesi	Jarocin	Polonya	
60	Kaş	Kaş Belediyesi	Meis Adası	Yunanistan	
61			Brühl	Almanya	



62	Finike	Finike Belediyesi	Mosbach	Almanya
63			Budapeşte 2. Bölge	Macaristan
64	Demre	Demre Belediyesi	Elzach/Baden Wütenberg	Almanya

**Kaynak:** Yerel basında yer alan haberlerden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Antalya bölgesinin tanıtımı amacıyla resmi ve özel kuruluşlar ile STK'lar çeşitli dillerde tanıtım kitapçıkları bastırmakta ve bunları turistlere ücretsiz olarak dağıtmaktadır. Side-(TUDER) Side Manavgat Turizm İşletmecileri Derneği'nin "Dünyanın Cenneti Side Manavgat" ([http://www.side.gen.tr/News\\_Detail.aspx?newsId=5713](http://www.side.gen.tr/News_Detail.aspx?newsId=5713) (25.02.10)) isimli kitapçığı ve Gazipaşa Kaymakamlığı'nın "Sessiz Cennet Gazipaşa" ([http://www.ajansbir.com/haber-9078---Gazipasa\\_da\\_tanitim\\_atagi\\_.html](http://www.ajansbir.com/haber-9078---Gazipasa_da_tanitim_atagi_.html) (25.02.10)) isimli kitapçığı yapılan tanıtım çalışmalarına örnek olarak verilebilir. Antalya'da turizm, kültürel ve sanat ile ilgili konularda sürekli yayınlar ile ilgili liste Tablo 2.17'de verilmiştir.

**Tablo 2.17 Antalya İlinde Yayınlanan Kültür Sanat ve Turizm İle İlgili Yayınlar**

S.No	Yayın Adı	Yayın Türü	Niteliği	Periyodu	İlk Çıkış Tarihi	Kapanış Tarihi
1	Çağlayan	Dergi	Edebi Kültürel	Aylık	1935	1944
2	Türk Akdeniz	Dergi	Kültürel-Siyasi	Aylık	1937	1944
3	Kültür Sanatta Antalya	Bülten	Kültür		1979	
4	Alanya Folkloru		Kültür		1982	
5	Antalya Kültür Bülteni	Bülten	Kültür-Sanat		1983	
6	AKTİD (AKTOB)	Dergi	Turizm		1986	
7	Tatil	Dergi	Tur. Eko.	2 aylık	1990	
8	POYD Magazin	Bülten	Turizm		1991	
9	Akdeniz Sanat	Dergi	Kültür Sanat	Aylık	1991	Kapandı
10	Grün Magazine (Alm.)	Dergi	Çevre Turizm	Aylık	1991	
11	Triathlon	Dergi	Spor Turizm	Yıllık	1992	
12	Karganın Sesi	Dergi	Doğa	Aylık	1992	
13	Gölge	Dergi	Kültür Edebiyat	Aylık	1992	Kapandı
14	Antalya Magazin (İng-Alm)	Dergi	Turizm Kültür		1993	
15	Ant. Kültür Sanat Bülteni	Bülten	Kültür Sanat		1993	
16	Antalya Sanat	Bülten	Kültür Sanat		1994	
17	CaricaTurist	Dergi	Turizm Mizah	Aylık	1994	
18	Antalya Kültür Sanat	Bülten	Kültür Sanat	3 Aylık	1995	
19	Mosaik Türkai (Alm)	Dergi	Turizm		1995	
20	Morca	Dergi	Kültür Sanat		1995	
21	Paylaşım	Dergi	Kültür Sanat		1995	
22	Scobe	Dergi	Kültür Turizm	Aylık	1996	
23	Bahçe	Dergi	Kültür Sanat	2 aylık	1998	2003
24	Flight-Light (İng-Alm)	Dergi	Turizm	2 aylık	1998	
25	Ant. Kültür Sanat Rehberi	Bülten	Kültür Sanat	Aylık	2000	

26	Türk Akdeniz	Dergi	Kültür Sanat	Yıllık	2000	Kapandı
27	Sunny Times	Dergi	Turizm	3 aylık	1991	
28	Akdeniz News (Türk-İng)	Gazete	Turizm	Haftalık	2001	
29	Ant. Kültür Sanat Rehberi	Rehber	Kültür Sanat	Aylık	2002	
30	Sky Magazin	Dergi	Turizm		2002	
31	Resort	Dergi	Turizm	2 aylık	2002	
32	Tourism Today	Dergi	Turizm	Aylık	2002	
33	Portakal	Dergi	Kültür Sanat	Aylık	2003	
34	Tourism World	Dergi	Turizm	Aylık	2003	
35	Etkin Sanat	Dergi	Kültür Sanat	2 aylık	2003	
36	Tatbeach	Bülten	Turizm			

**Kaynak:** (Üstün, 2006, s.410-433)'ten araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Türel'e (2005) göre Antalya bir marka olmalı ve kent merkezinde cazibe alanları yaratılarak turistlerin şehrin içine inmesi sağlanmalıdır. Ancak her markanın bir logosu olduğu gibi Antalya'nın da bir logosu olmalıdır. Günümüzde Antalya'nın tanıtımında üç farklı logo ile karşılaşmaktayız. Antalya'nın ilk amblemi "Yivli Minare"dir. Günümüzde Antalyaspor, Antalya Lisesi, Antalya Barosu, Minibüsçüler Odası gibi Antalya'daki çeşitli kurumların logosunda kullanılmaktadır. Antalya Büyükşehir Belediyesi tarafından kullanılmakta olan ikinci amblem ise 1975 yılındaki Antalya Altın Portakal Film Festivali, Resim ve Plastik Sanatlar Sempozyumu etkinlikleri sırasında Mengü Ertel tarafından yapılaş ve belediyeye hediye edilmiştir. Üçüncü amblem ise Antalya Valiliği, turizm kuruluşları ve Antalya içerikli turistik yayın ve tanıtımlarda kullanılan, Antalya'nın deniz, doğal güzellikleri ile güneşin stilize edildiği portakal logosudur ve ATAV-Antalya Tanıtım Vakfı öncülüğünde hazırlanmıştır. Çimrin'e (2007) göre yerel halk "Yivli Minare"yi Antalya'nın sembolü, amblemi, simgesi olarak görmekte ve bu düşüncede birleşmektedir (<http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=14234&start=10> (25.02.10)).

Yerel yönetimin turizme hizmet sağlamak amacıyla 1992 yılında temelini attığı Antalya Kültür Merkezi 1996 yılında hizmete açılmıştır. Türkiye'nin en modern kültür merkezleri arasında yer alan bu tesis 9.000 m<sup>2</sup> kapalı alanda kurulu olup iki ana salondan oluşmaktadır. 348 kişilik Perge Salonunda konferans, simültane, çeviri, seminer, panel, oda orkestrası gibi etkinlikler, 817 kişilik Aspendos salonunda ise her türlü tiyatro, çok sesli müzik, bale, konser, sinema ve konferans aktiviteleri yapılmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_kurumsal/mekanlar/akm.cfm](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_kurumsal/mekanlar/akm.cfm) (25.02.10)). Antalya'da bilimsel amaçlı kongre ve seminerler yanında, uluslararası firmaların yönetici ve personelin eğitimine yönelik toplantılar ile bölgedeki

turizm ve ticaretin gelişmesine yönelik sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlikler ile fuar ve festivaller düzenlenmektedir.

Araştırmamız esnasında 2009 yılında Antalya il genelinde fuar, festival, anma ve spor etkinlikleri kategorisinde düzenlenen toplam 82 adet etkinlik belirlenmiştir. (Tablo 2.18) Bu etkinlikler kategorisine göre sıraladığında 19 etkinlik ile fuar organizasyonu ilk sırayı almaktadır. İkinci sırada 17 etkinlik ile kültür sanat organizasyonu, üçüncü sırada 14 etkinlik ile spor organizasyonu, dördüncü sırada 12 etkinlik ile yöresel organizasyonlar, beşinci sırada 9 etkinlik ile hasat organizasyonu, altıncı sırada 4 etkinlik ile kutlama organizasyonu, yedinci sırada 3 etkinlik ile anma organizasyonu yer almaktadır. Bölgede çocuk ve gençlik, film, müzik, turizm etkinlikleri ile ilgili birer organizasyon düzenlenmektedir. Yıl içinde en çok etkinlik 29 adet organizasyon ile Antalya kent merkezinde düzenlenmektedir. Antalya kent merkezinde düzenlenen 29 adet etkinlikten 18 adedi fuar, 6 adedi kültür sanat, 1'er adedi de müzik, yöre, hasat, film festivali ve 1 adedi de spor organizasyonudur. Antalya kent merkezi etkinlik düzenlemede ilk sırada yer almaktadır ki bu etkinliklerin 14 adedi Muratpaşa, 11 adedi Aksu, 2'şer adedi Döşemealtı ve Konyaaltı ilçelerinde düzenlenmektedir.

Antalya kent merkezi dışındaki ilçeler dikkate alındığında 9 adet etkinlik ile Alanya ilçesi ikinci sırayı alırken, 7'şer adet etkinlik ile Akseki, Kemer ve Manavgat ilçeleri üçüncü sırayı, 4 adet etkinlik ile Finike ilçesi dördüncü sırayı, 5 adet etkinlik ile İbradı ilçesi beşinci sırayı, 3'er adet etkinlik ile Gazipaşa, Korkuteli ve Elmalı altıncı sırayı almaktadır. Demre'de 2 adet, Kaş, Kumluca ve Serik'te birer adet etkinlik düzenlenmektedir.

**Tablo 2.18 Antalya İl Genelinde Fuar, Festival, Anma ve Spor Etkinlikleri**

S.No	Fuar/Festival/Anma/Spor Etkinliğinin		Düzenlendiği Yer		Kategori
	Tarih	İsim	Mevkii/Yer/Köy/Belde	İlçe	
1	15-18 Ocak	Anfaş Hotel Equipment Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
2	04-07 Şubat	Anfaş Food Product Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
3	26 Şub.-01 Mart	Anfaş Hetex Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
4	04.Mar	Atatürk Koşusu ve Yarış Maratonu		Alanya	Spor
5	05-07 Mart	Runtalya Uluslar arası Maraton		Muratpaşa	Spor
6	15-16 Mart	Uluslararası Dağ Bisikleti Maratonu		Manavgat	Spor
7	19-21 Mart	Anfaş Fresh Meyva Sebze Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
8	19-21 Mart	Yüksek Öğretim Tanıtım Günleri Fuarı	Cam Piramit	Muratpaşa	Fuar
9	Nisan 1. Haftası	Kardelen Festivali		İbradı	Kültür ve Sanat
10	03-05 Nisan	Animation&Showbiz Fuarı	Cam Piramit	Muratpaşa	Fuar
11	16-19 Nisan	Gold Antalya Fuar	Cam Piramit	Muratpaşa	Fuar

12	23.Nis	Akare Yurtdışı Eğitim Fuarı	Divan Talya Oteli	Muratpaşa	Fuar
13	23 - 27 Nisan	Hasyurt Tarım Fuarı	Hasyurt	Finike	Yöre
14	23.Nis	Urbanball Spor Turnuvası		Alanya	Spor
15	23-29 Nisan	Geleneksel Tarım ve Seracılık Fuarı		Kumluca	Fuar
16	Nisan Sonu/Mayıs başı	Gazipaşa Tarım Fuarı		Gazipaşa	Hasat
17	30 Nis.-03 Mayıs	Akdeniz Emlak Arenası Fuar	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
18	30 Nis.-03 Mayıs	Akdeniz Eğitim Fuarı	Cam Piramit	Muratpaşa	Fuar
19	05-06 Mayıs	Hidrellez Şenlikleri		Demre	Kutlama
20	11-14 Mayıs	Uluslararası Hasyurt Tarım Fuarı	Hasyurt	Finike	Yöre
21	15 Mayıs - 15 Kasım	Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali	Lara	Muratpaşa	Kültür ve Sanat
22	21-24 Mayıs	Teknoloji Fuarı	Cam Piramit	Muratpaşa	Fuar
23	26-29 Mayıs	Turizm ve Sanat Şenliği		Alanya	Turizm
24	Mayıs - Son Haftası	Kemer Altın Nar Yağlı Pehlivan Güreşleri		Kemer	Spor
25	01-05 Haziran	Side Uluslararası Çocuk Şenliği	Side	Manavgat	Çocuk ve Gençlik
26	05.Haz	Kafı Baba Anma Törenleri	Yuvalı Köyü	Finike	Anma
27	Haziran	Kemer Karnavali		Kemer	Kültür ve Sanat
28	Haziran	Bozova Keşkek Festivali, Bozova Belediyesi		Korkuteli	Yöre
29	Haziran	Aspendos Opera & Bale Festivali		Serik	Kültür ve Sanat
30	Haziran Ayı 2. Haftası	Belenobası Karpuz Festivali	Belenobası	Manavgat	Hasat
31	24-26 Haziran	Abdal Musa Sultan' ı Anma Törenleri	Tekke Köyü	Elmalı	Anma
32	28.Haz	Alanya Halk Triatlonu		Alanya	Spor
33	26 Haziran - 01 Temmuz	Finike Festivali		Finike	Yöre
34	Haziran - Son haftası	Kemer Uluslararası Altın Nar Festivali		Kemer	Hasat
35	Haziran - Son haftası	Kemer Plaj Voleybolu		Kemer	Spor
36	01.Tem	Kabotaj Bayramı	Side	Manavgat	Kutlama
37	02-05 Temmuz	Plaj Hentbolu Şampiyonası		Alanya	Spor
38	09-12 Temmuz	Alanya Uluslararası Sokak Hentbolu		Alanya	Spor
39	Temmuz	Offshore Tekne Yarışları		Kemer	Spor
40	Temmuz 4. Haftası	Dayanışma Şenliği	Emiraşıklar	Akseki	Yöre
41	Temmuz 4. Haftası	Yayla Şenliği		Gazipaşa	Yöre
42	Temmuz - Son haftası	Manavgat Festivali		Manavgat	Kültür ve Sanat
43	Ağustos	Resim Sempozyumu		Kemer	Kültür ve Sanat
44	Ağustos	Kervan Festivali	Ceceler	Akseki	Yöre
45	Ağustos 1. Haftası	Kardelen Festivali	Çimi	Akseki	Yöre
46	Ağustos 1. Haftası	Ayran Festivali	Cevizli	Akseki	Yöre
47	Ağustos 1. Haftası	Konyaaltı Karnavali ve Yaz Şenlikleri	Merkez-Konyaaltı	Konyaaltı	Kültür ve Sanat
48	Ağustos 2. Haftası	Yaz Festivali		Akseki	Kültür ve Sanat
49	Ağustos 2. Haftası	Başak Festivali	Salihler	Akseki	Hasat
50	Ağustos 2. Haftası	Üzüm ve Balık Festivali	Üzümdere Köyü	İbradı	Hasat
51	Ağustos 2. Haftası	Kutlama ( Pilav) Günü	Yarpuz	Akseki	Kutlama
52	Ağustos 4. Haftası	Altınbeşik Mağarası Kültür ve Turizm Festivali	Ürünlü	İbradı	Kültür ve Sanat
53	Ağustos 4.Hafta	Dağbeli Festivali	Dağbeli Beldesi	Döşemealtı	Yöre
54	Ağustos 4. Haftası	Uluslararası Barışsuyu Kültür ve Turizm Festivali		Manavgat	Kültür ve Sanat
55	Ağustos 4. Hafta	Geleneksel Elma ve Sünnet Şöleni	Akçay Belediyesi	Elmalı	Hasat
56	Ağustos 4.Haftası	Şehzade Korkut Şenlikleri ve Mantar Festivali		Korkuteli	Yöre
57	Ağustos sonu/Eylül başı	Deniz Kızı Halk Konseri- Sünnet Şöleni	Göynük	Kemer	Kutlama

58	01-03 Eylül	Üzüm Festivali	Ormana Belediyesi	İbradı	Hasat
59	01-04 Eylül	Likya Kültür ve Sanat Festivali		Kaş	Kültür ve Sanat
60	01-05 Eylül	Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali	Side	Manavgat	Kültür ve Sanat
61	01-07 Eylül	Elmalı Yeşil Yayla Yağlı Pehlivan Güreşleri	Yeşil yayla	Elmalı	Spor
62	05 -06 Eylül	İbradizm Bayramı		İbradı	Yöre
63	Eylül - İlk Hafta sonu	Korkuteli Altın Kiraz Yağlı Pehlivan Güreşi		Korkuteli	Spor
64	20.Eyl	Çığlık Nar Festivali	Çığlık Beldesi	Döşemealtı	Hasat
65	Ekim	Alanya Uluslararası Kültür Sanat Festivali		Alanya	Kültür ve Sanat
66	Ekim	Avrasya Film Market	Antalya-Merkez	Muratpaşa	Film
67	Ekim	Antalya Altın Portakal Film Festivali	Antalya-Merkez	Muratpaşa	Kültür ve Sanat
68	Ekim	Antalya Uluslararası Kısa Film/Video Festivali		Muratpaşa	Kültür ve Sanat
69	Ekim	Antalya Resim Festivali		Muratpaşa	Kültür ve Sanat
70	Ekim	Beachpark Rock Festivali		Konyaaltı	Müzik
71	21.Eki	Atatürk'ü Anma ve Çekirdeksiz Nar Festivali		Gazipaşa	Hasat
72	22-25 Ekim	Yapex Windoor Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
73	22-25 Ekim	Yapex Tadilat Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
74	22-25 Ekim	Yapex Seramik & Banyo Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
75	22-25 Ekim	Uluslararası Yapex -Yapı Malzemeleri Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
76	23.Eki	Alanya Uluslararası Triatlonu		Alanya	Spor
77	Kasım	Antalya Piyano Festivali	Antalya-Merkez	Muratpaşa	Kültür ve Sanat
78	07.Kas	Sokak Hentbolu Turnuvası		Alanya	Spor
79	14.Kas	Akare Yurtdışı Eğitim Fuarları	Divan Talya Oteli	Muratpaşa	Fuar
80	18-22 Kasım	Antalya Auto Show Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
81	03-06 Aralık	Growtech Eurasia Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Aksu	Fuar
82	04-07 Aralık	Demre Noel Baba Anma Törenleri		Demre	Anma

**Kaynak:** Yerel basın haberlerinden araştırmacı tarafından derlenmiştir.

## 2.4 Antalya'da Turizm Alanları ve Turizm Türleri

Günümüzde gelişen teknoloji, artan iletişim ve ulaşım olanakları insanların ilgi ve merakını arttırmış ve bunların neticesinde yeni turizm türleri doğmuştur. Kıyı ve kültür turizmine ek olarak, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi, kırsal turizm, kongre turizmi, termal turizm, inanç turizmi, sosyal turizm, yayla turizmi, kış sporları turizmi ve yat turizmi gibi yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır.

1985'li yıllardan itibaren kıyı turizmine yönelik yatırımların artmasıyla kitlesel turizm gelişmiş ve bölgedeki turizm kıyı alanında yoğunlaşmıştır. Aksu ve diğerlerine (2008, s.93) göre günümüzde Antalya tatil deniz, kum, güneş ve eğlence faktörü ile ön plana çıkmaktadır. Neyişçi'ye (2010) göre; "Hem Antalya ve hem turizm sektörü neden olduğu ya da yakıştırılan duygusal çağrışımlar üzerinden değil, sahip olduğu ve ortaya koyduğu gerçek değerler

üzerinden tanımlanmak ve nitelendirilmek durumundadır. Antalya'nın turizm pazarına sunduğu doğal ve kültürel ürünler, gerek ülke içi ve gerekse ülke dışı pazarlarda benzerleri kolaylıkla bulunabilecek ürünlerdir. Güneş-deniz-kum başta olmak üzere bitkisel zenginlik, mağara, dağ, dört mevsim, gibi doğal değerler ile Roma ve Yunan ağırlıklı kültürel değerler bu bölgeye gelenlerin ya da bu bölgeyi tercih edenlerin daha önce rakip ülkelerde benzerlerini tükettikleri değerlerdir. Örneğin Antalya'ya gelen yada gelmeyi planlayan bir turistın Aspendos benzeri bir tiyatro yada Perge benzeri bir antik kenti defalarca görmüş ve yaşamış olma olasılığı oldukça yüksektir. Türkiye yada Antalya turizm olayına soyunmadan önce "Türk Hamamı", "Türk Kahvesi", "Türk Mutfağı", "Oryantal dans" vb bu coğrafyadan beklenen, talep edilen birer marka idi. Genelde Türk özelde Antalya turizmi bunlara Türk mutfağı, Abdal Musa, Yağlı güreş, deve güreşi, anıtsal sedir ağaçları, doğulu yaşam tarzı, ramazan gelenekleri, yerel halk vb farklılıklarını eklemek yerine bunları "SPA" "Nescafe", "Capucino", "Pizza", "Rus Revüsü"ne dönüştürme kolaycılığını yeğlemiştir. Genelde Türkiye ve özelde Antalya turizm sektörü içi boş nitelendirmelerle avunmayı ve zaman kaybetmeyi bırakıp bir an önce çok zengin farklılıklarını ve özgünlüğünü ön plana çıkaran yapısal değişimleri gerçekleştirebilmenin yollarını aramalıdır (<http://www.turizmhaberleri.com/HaberAyrinti.asp?ID=15388> (25.02.10)).

Turizm bir ağırlama endüstrisi olduğu ve turizm faaliyetine katılanlar belli bir konfor ve hizmet kalitesi aradığı için, turiste gösterilecek konukseverlik, arkadaşlık gösterisi, iyi niyet, hoşgörü gibi değerler turistik yörenin çekim gücünü arttıracaktır (Sarkım, 2007, s.222).

#### **2.4.1 Kültür Turizmi**

Güneş-deniz-kum pazarına yönelik tatil turizminin doyuma ulaşması ile ilk kez 1980'li yılların başında Avrupa Komisyonu'nun AB'nin kültürel kimliğini ve kültürel mirasını ortaya çıkarmak için yapılan çalışmalar sırasında kültür turizmi kavramı ortaya atılmıştır (<http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011605/8567> (25.02.10)). Eski sanat eserleri, tarihi yapılar ve onlara ait kalıntıların görülmesi, araştırma, keşif ve dini amaçlı seyahatler, yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema, müzik ve dans, lisans ve edebî çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacı ile yapılan seyahatler kültür turizmi olarak değerlendirilmektedir.

Bir bölgeye olan turist akımını en fazla yönlendiren çekiciliklerden biri de bölgenin kültürel ve tarihsel değerleridir. Dünyanın her tarafında tarihsel alanlar ve yapılar, bazı tarihsel olaylar veya kişilerle ilgili oldukları için özel önem taşır. Çünkü insanlar her zaman kendilerinin ve diğer insanların geçmişlerine özel ilgi duymuşlardır (Olalı ve Timur, 1988, s.173).

Kültür turizmine yönelik olarak Antalya il genelindeki seyahat acentaları inanç turizmi kapsamında Efes-Meryemana, Konya-Mevlana, Kapadokya Kiliseleri ve Demre'deki (Noel Baba) Aziz Nikolas kilisesine günübirlik veya birkaç günden oluşan turlar düzenlemektedir. Antalya bölgesinde düzenlenen kültür turları arasında PAM1, PAM-Efes, PAM-Afro, DMK, DMK-PAM, PAS gibi klasik ekspres turlar sayılabilir. Bu turlar esnasında yol güzergâhında yer alan ören yerleri de gezilebilmektedir. Antalya bölgesindeki antik kentlerin bir kısmı ziyarete açık olup, bu alanlarda bulunan arkeolojik eserlerden uygun görülenler bölgedeki çeşitli müzelerde sergilenmektedir (Tablo 2.19).

**Tablo 2.19 Antalya İl Genelinde (Tarihi) Kültürel Zenginlikler**

Bulunduğu Yer	Adı
Merkez	Antalya Müzesi
	Kaleiçi ve Yat Limanı
	Suna ve İnan Kırış-Kaleiçi Müzesi (Özel Müze)
	Antalya Atatürk Evi Müzesi
	Ahi Yusuf Mescidi ve Türbesi
	Yivli Minare
	İskele Camii
	Kesik Minareli Camii (Korkut / Cuma-i Kebir)
	Bali Bey Camii
	Muratpaşa Camii
	Karatay Medresesi
	Perge (Aksu)
	Termessos (Güllük Dağı)
	Evdır Han
Kırkgöz Han	
Kemer	Olympos (Çıralı – Yanartaş)
	Phaselis (Tekirova )
Manavgat	Side Müzesi
	Side Tiyatrosu ve Tapınak
	Seleukia
Alanya	Alanya Müzesi
	Alanya Atatürk Evi ve Müzesi

	Alanya Kalesi
	Kızıl Kule
	Alara Han
	Şarapsa Han
	Kale Camii
	Emir Bedrüddin Camii (Andızlı)
	Akşebe Sultan Mescidi
	Aya Yorgi Kilisesi
Demre	Kekova Adası (Batık Şehir)
	Andriake (Çayağzı)
	Simena (Kaleköy)
	Theimiussa (Üçağz)
	Myra (Demre, Kale)
	Aziz Nikolas Kilisesi
Kaş	Patara (Ovagelemiş)
	Xanthos (Kınık)
	Phellos (Felen Yayla)
	Antiphellos (Kaş)
	Apollonia (Kılınçlar)
	Aperlai (Sıcak İskelesi)
	İsinda (Belenli)
	Nisa (Sütleğen)
Finike	Arycanda (Arif Köyü)
	Limyra (Turunçova, Zengerler)
Serik	Sillion/Sillyon/Syllion (Asarköy, Yanköy)
	Aspendos Tiyatrosu, su kemerleri ve antik şehir
	Selge / Altınkaya
Gazipaşa	Antiocheia Ad Cragum (Gazipaşa–Güneyköy)
	Adanda (Gazipaşa)
	Nephelis
	Selinus

**Kaynak:** Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>) Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Tarihi ve arkeolojik değerler yönünden zengin olan Antalya bölgesi bütününde turizmin gelişmesi için kıyıda yoğunlaşmış olan turizmin bölge bütününe yayılması gerekir. Bunun sağlanabilmesi için bölgedeki festival ve şenlikler, fuarlar, panayırılar, özel kutlama günleri, yerel halkın örf âdeti, inanışı, geleneksel yaşam biçimi, el sanatları, mutfağı, müziği, halk dansları gibi özelliklerin tanıtımına yönelik konaklama imkânları sağlanmalıdır.

Seçer'e (2010) göre Antalya'daki turizm sadece otellerle sınırlı tutulmamalıdır. Turizmden asıl beklenti içinde olanlar esnaflardır. Hava alanından alınıp otele yerleştirilen



turistler dönünceye kadar otel dışına çıkmadığı gibi, kişisel harcamalarda bulunarak turizme para bırakmamaktadır (<http://www.antalyagunlugu.com/turizm/turkiyede-yansitilmayan-turizm-gercegi/> (25.02.10)). Antalya'daki kıyı turizmi alışveriş turizmi ile sınırlı kalmaktadır. Altınışik'a (2008) göre birçok tur operatörü veya seyahat acentası Antalya Müzesi veya Aspendos Tiyatrosu yerine, Antalya ve çevresindeki turistik deri ve kuyum mağazalarını turistlere tanıtmakta ve tüm çabaları bu yönde yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle turistler Antalya'nın sadece deri veya kuyum satın alınabilen bir yerden ibaret olduğunu düşünmekte, Antalya'da bir müze olduğunu öğrenmeden ülkesine geri dönmektedir. Antalya'daki alışveriş turları çok ucuz fiyata veya ücretsiz olarak düzenlenmekte olup turistler otellerinden alınarak alışveriş mağazalarına götürülmekte ve turun bir bölümünde Antalya şehir merkezinde kısa bir mola verilmektedir (<http://www.turizmhaberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=672> (25.02.10)). Sınırlı bir süre için araçlar ile Cumhuriyet Meydanı ve Kalekapısı civarına getirilen turistler kent Antalya'nın kültürel değerlerini ve yerel halkın yaşamından kesitleri görememektedir. Tolunay'a göre esnaf yıllardır şehir merkezine turist gelmemesinden yakınmaktadır. Bu nedenle Doğu Garajı, Yener Ulusoy Bulvarı, Güllük ve Üç Kapılar arasında kalan bölüm 1. Etap Turizm Ticaret Bölgesi olarak ele alınmalı ve gerekli düzenlemeler yapılmalıdır ([http://www.ajansbir.com/haber-28454--Tolunay\\_Isiklar\\_ve\\_Ataturk\\_Caddesi\\_esnafıyla\\_bu\\_lustu.html](http://www.ajansbir.com/haber-28454--Tolunay_Isiklar_ve_Ataturk_Caddesi_esnafıyla_bu_lustu.html) (25.02.10)).

Kent tarihine sahip çıkma babında Doğu Garajı Nekropolü kent Antalya'nın sorunu olarak güncelliğini korumaktadır. Batı toplumlarında bir kentin hemşerileri, yaşadıkları kentin çok uzun olmayan tarihi geçmişi ile övünmektedir. Antalya'nın geçmişine ışık tutacak arkeolojik varlıklar rant sebebiyle göz ardı edilmektedir. Kentteki STK'lar kentin tarihini 2.300 yıl öncesine götüren Doğu Garajı Nekropolü kazı alanının arkeolojik müze olmasını isterken, yerel idare bu alan ile ilgili geliştirilen AVM projesini hayata geçirmeye çalışmaktadır. Doğu Garajı Nekropolü'ne sahip çıkılması ile şehir içinde alternatif kültür turizminin gelişmesi yönünde adım atılabilir. Alanda kurulacak Arkeolojik Park vesilesiyle nüfusu hızla artan günümüz Antalya'sının hemşerileri yöreye sahip çıkma bilincine ulaşırken, ilk Antalyalılar ile aralarında bir bağ oluşabilecektir. Arkeolojik parkın oluşumu ile Antalya kent merkezi emsallerine nazaran tarihi bir üstünlük kazanacak ve turistler açısından da bir cazibe merkezi olacaktır (<http://bianet.org/bianet/diger/114121-antalya-nekropolu-is-merkezi-degil-arkeoloji-k-park-ve-muze-olmalidir> (25.02.10)).

Halkın anlatisına göre yöreye gelen turistler Antalya'nın gelenek ve göreneklerini tanımak istediklerini belirtmektedir. Bu nedenle Kaleiçi ile birlikte Antalya çevresindeki yakın köylere yönelik kırsal turizm etkinlikleri, kültür turizmi geliştirilmeli ve turistlerin bugünkü Antalya'yı daha iyi tanması sağlanmalıdır. Bölgedeki turizm merkezlerine yakın kırsal alanda her yıl geleneksel olarak düzenlenen yayla şenlikleri, yağlı güreş şenlikleri, deve güreşi festivali gibi etkinlikler turistik ürün olarak tanıtılmalıdır. Açıköz'e (2009) göre Türkiye kum ve güneşten ibaret değildir. Kültürel değerlerimizi turistler ile paylaşmalıyız. Düzenlenen yağlı güreş etkinliklerine çok sayıda turist davet edilmesi gerekir (<http://www.nethaber.com/Yasam/108604/Kispet-bulamayan-turistlerin-mayoyla-ermeydani-na-cikmasi> (26.02.10)). Bu etkinlikleri izlemeye gelen turistlere göçebe yaşamı, yağlı güreşin önemi ve Türk kültüründeki yeri anlatılarak oyunlara davet edilebilir.

Antalya bölgesindeki bazı ilçe örgütleri her yıl geleneksel deve güreşleri tertip etmektedir. Deve güreşleri daha önceleri genelde hayır, okul yaptırma amacıyla o beldenin eksiklerini tamamlanmak üzere tertip edilmekte iken, son yıllarda "Deve Güreşleri" av turizmi kapsamındaki etkinliklere alınmıştır. Antalya'nın Serik, Kemer, Kumluca, Demre ve Kaş ilçelerinde her yıl geleneksel olarak "Deve Güreşleri" düzenlenmektedir. Günümüzde deve güreşleri bazı festivaller kapsamına da alınmış olup güreşler daha çok kış aylarında tertiplenmektedir. Organize bir şekilde yapılan bu deve güreşlerine yabancı turistler de ilgi duymaktadır.

#### **2.4.2 Kırsal Turizm**

Kırsal turizmde önemli olan yöre halkının bir turizm hareketine katılmış olmasıdır. Ulusal ya da uluslar arası turizm firmalarının kırsal kesimde yaptığı yatırımlar bu kategoriye girmez. Kırsal alanlar yalnızca kırsal turizmin geliştiği ya da ona olanak tanıyan yerler değildir. Kırsal alanlarda kamp-karavan turizmi, dağ turizmi, yayla turizmi, eko turizm, yeşil turizm, akarsu turizmi, trekking gibi etkinlikler yapılabilir (Emekli, 1998, s.196).

Antalya bölgesinde kırsal alanı turizmle buluşturma projesinin birinci basamağında Sapadere Köyü yer almıştır. Alanya ilçesine bağlı olan Sapadere Köyü için geliştirilen "Kültür ve Köy Turizmi" projesi kırsal alandaki ilk uygulamadır. Kıyı turizmine alternatif olması beklenen bu proje ile Alanya'ya 40 kilometre uzaklıkta bulunan Sapadere Köyü'nde bulunan kanyon, su değirmeni, ipek böceği yetiştiriciliği ve Toros Dağları'nın eteğinden

denize uzanan Sapadere Çayı turizme kazandırılmıştır. Kanyon girişinde kamp çadır alanları yapılarak köyün merkezinde bulunan su değirmeni ve ipek dokuma tesisi yeniden düzenlenmiş, köyde bulunan kahve, 150 kişilik gösteri alanı, Yörük çadırı ve köy evi restore edilmiştir. Köylülere yabancı dil kursu verilerek turizmin önemi vurgulanmış, köyde şark köşelerinin yanı sıra nehir kenarlarına çok sayıda çardaklar yapılarak mini tesisler oluşturulmuştur. Proje kapsamında köyde kalacak turistlere folklorik gösteriler, Türk örf ve adetlerine uygun köy düğünleri gibi etkinlikler yapılmaktadır (<http://arkitera.com/h26372-koyler-turizme-kazandirilacak.html> (25.02.10)). 2008 turizm sezonu itibariyle Sapadere Köyü turizm firmalarının tur organizasyonunda yer almış ve seyahat acentaları köye turist götürmeye başlamıştır (<http://www.kanalalanya.com/kanalalanya/?ID=807&MenuID=165&QeryParentID=0&ContentID=79&Content=ok&lang=2&MenuType=131&exec=detail/detail.asp> (26.02.10)).

### 2.4.3 Yayla Turizmi

Antalya ilinin yüzde 77,8'ini dağlık alan kaplamaktadır. Antalya Körfezi'nin iki yanında yer alan Batı Toroslar kuzeyde Göller Yöresinde birbirine yaklaşmış sığıştır. Bu sarp dağların ortalama yüksekliği 2.000-2.005 m arasındadır. Batı Torosların en yüksek noktası Bey Dağlarındaki 3.096 m'lik Kızlar Sivrisi Tepesidir. Teke Yarımadası'nın batısında beliren Batı Toros'lar Taşeli Platosu'na kadar uzanır. Genellikle kalker ve ofiyolitli kayalarından oluşan bu dağlar kırıklı ve kıvrımlı bir yapı gösterir. Dağlarda sayısız düden, polye, dolin yeraltı nehri ve mağaralarla tipik bir karst topografyası bulunmaktadır.

Günümüzde değişen anlayış içinde yaylaya dinlenmek serinlemek, tatil yapmak amacıyla gidenler ve orada konaklayarak tüm ihtiyaçlarını oradan sağlayanlar yeni bir hareketi başlatmış ve yayla turizminin temeli atılmıştır. Coğrafik açıdan Toros dağlarında yer alan Antalya bölgesi yaylalar bakımından oldukça avantajlıdır. Gündoğdu ve Monari'ye göre, Antalya'nın 3 ilçesi ile Konya'nın Beyşehir ilçe sınırlarında turistlerin özgürce gezebileceği 57 yayla mevcuttur. Antalya bölgesinde yayla turizmine en elverişli yaylalar Gündoğmuş, Akseki, İbradı, Korkuteli ve Kaş'ın Gömbe beldesidir. En fazla yayla Gündoğmuş ilçesinde bulunmaktadır. Gündoğmuş, bölge yaylalarının Avrupa ülkelerinde tanıtımı için (TOYÖKÜD) Toros Yörükleri Kültür ve Diyalog Derneği, Gündoğmuş Belediyesi ve Alman eko turizm firması Monari Turizm Seyahat Acentesi birlikte üstlenmiş olup farklı aktiviteleri seven turistler rezervasyonlarını internet üzerinden kendileri yapmaktadır. Çadırda kalacak

olan turistler inek ve keçi gibi hayvanlardan süt sağmayı, yufka ekmek açmayı ve yayık ayran yapmayı Yörük kızlarından öğrenecektir. Antalya ve turistik ilçelerine deniz, kum ve güneş turizmi için gelen turistlere bölgedeki yaylalar turistik ürün olarak sunulacak ve bu hizmet vesilesiyle turistler Yörük kültürünü yakından tanımış olacaktır (<http://www.turizm gazetes i. com/news /news.aspx?id=52752> (26. 02.10)).

Turizmin özellikle doğa ve manzara üzerinde doğrudan ve olumsuz etkileri vardır. Çünkü turizm aynı zamanda sonsuz bir doğa tüketimidir. Arazi, öte yandan altyapı oluşumları, taşımacılık tesisleri, tatil evleri ve ikinci daireler, oteller vs tarafından da tüketiliyor. Turizm aynı zamanda hayvanlar, bitkiler, su ve hava için de zararlı olabiliyor. Bu zararlar yüksek bir seviyeye ulaştığında arazi, dinlenme ve yaşantı değerini yitiriyor. Turistler yeni hedeflere yöneliyor (Müller, 1992, s.64).

Antalya batısındaki Beydağlarında yer alan yaylalar; Üçoluk Yaylası, Belen Yaylası, Beydağı Yaylası, Emzik Çeşme Yaylası, Karagöl Yaylası, Göllü Yaylası, Altınyaka (Göden e) Yaylası, Söğütçuma Yaylası (Sarı ve Tepeli, 2003, 487-498). Antalya bölgesinde yer alan diğer yaylalar ise şunlardır: Finike - Ördübek Yaylası, Gömbe Yaylası; Saklıkent (Saklı) Yaylası; Serik - Ovacık Yaylası; Serik Beşkonak, Altınkaya (Zerk-Selge), Ballıbuca k Köyleri, Gödre ve İkiz Yaylaları; Akseki - Piser Yaylası; İbradı Maşad, Kocaoluk, Sütleğ en, Elmalı, Gebesin, Söğütbeli, Sülek Yaylaları; Alanya - Dereköy Yaylası; Alanya - Demirtaş Nahiyesi Kaş - Sapadere - Tokar ve Söğüt Yaylaları (<http://www. antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/ BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5EFF57EDA7516DB771> (10.04. 10)).

#### **2.4.4 Kış Turizmi**

Antalya bölgesinde kışın Aralık-Mart ayları arasındaki dönemde zirvesi kar ile kaplı dağlar yer almaktadır. Bu dağların bir kısmı kayak sporu için uygun zemine sahiptir. Örneğin Alanya'ya yakın mesafedeki Akdağ Kış Sporları Turizm Merkezi, Tekirova turizm merkezinin hemen yanındaki Tahtalı Dağı Zirvesi ve Teleferiği; Antalya kent merkezinden uzak olmayan Bey Dağları üzerindeki Saklıkent kayak merkezi kış turizminin yapılabileceği alanlardır. Saklıkent'in hemen arkasındaki Bakırlı Tepe'de kurulu bulunan Antalya Ulusal Uzay Gözlem Evi'nden yılın belirli aylarında meteor yağmur ve yıldız kaymaları

izlenebilmektedir (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5EA03CD76EB828AAF7> (10.04.10)).

#### **2.4.5 Golf Turizmi**

Türkiye'de golf turizmine yönelik olmak üzere turizm alan ve merkezlerinde 11 adet golf alanı planlanmıştır. Bu golf alanlarının bir kısmı işletme faaliyetine geçirilmiş, diğer bir kısmı ise halen yatırım aşamasındadır.

Akdeniz ve Ege kıyılarının yıl boyunca golf oynamaya elverişli ılıman iklimi ve geniş alanların varlığı Antalya-Serik-Belek bölgesinde golf turizmi için büyük potansiyel yaratmıştır. Golf sporunun kalbi konumundaki bölgede en iyi bakılan ve tasarlanan golf parkurları bulunmaktadır. Golf tesisleri çoğunlukla sahile yakın yüksek kapasiteli zengin yeme-içme, alışveriş, eğlence olanaklarının sunulduğu konaklama tesislerinin yakınında kurulmuştur. Bu tesislerde doğa ile iç içe düzenlenen golf sahaları ziyaretçilerine doğaya dönük bir ortamda tatil geçirebilme imkânı sunmaktadır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5EE1CA64059EFD40D2> (10.04.10)).

#### **2.4.6 Kongre Turizmi**

Kongre turizmi yüksek teknolojinin kullanıldığı çok kaliteli alt ve üst yapı olanaklarının bulunduğu yerlerde gelişmektedir. Bu tür turizme yönelecek olan oteller ve tesislerin öncelikle iyi bir altyapıya, gelişmiş ulaşım imkânlarına sahip olması gerekir. Otelin içyapısındaki teknik detaylar önemlidir. Ayrıca iyi bir teknik ekip ve güvenlik sistemi de bu tip turizmde aranan öğelerdir. Toplantı merkezlerinin yanı sıra, toplantının düzenlendiği kent de katılımcıların beklentilerine cevap verebilecek yeterlilikte alt ve üst yapıya sahip olmalıdır. Örneğin konaklama merkezlerinin, yemek yenilecek restoranların kalitesi, ulaşımın kolay ve güvenilir biçimde gerçekleştirilebileceği yolların olması, şehrin otantik değerlerini koruyucu oluşu, alışveriş-eğlence merkezlerinin varlığı ya da kalitesi de bir kentin seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Kongre turizminde tanıtım ve imaj çok önemli bir pazarlama unsurudur. Kongre turizmi çok kaliteli alt ve üstyapı gereksinimlerine gerek duyduğundan planlama diğer turizm türlerine göre çok daha önemlidir (<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/CESIT/04kasKongazeteye.pdf> (06.04.10)).

Antalya sunduğu turizm çeşitliliği, alt yapıya yönelik kolaylıklar, uluslararası hava alanları, diğer ulaşım imkânları, konaklama standardı ve servis hizmetlerinin kalitesi, geniş yelpazeye yayılan eğlence imkânları, kongre öncesi ve sonrasındaki faaliyet çeşitliliği açısından Türk turizmde kongre turizmi için en uygun konumda yer almaktadır. Bölgenin arkeolojik zenginliği, kültürel mirası, efsaneler ve tarih hepsi birlikte ele alınınca Antalya ili benzersiz bir kongre şehri destinasyonuna dönüşmektedir. İlin kapasitesi 106.000 koltuğu aşmaktadır. Antalya'daki turizm işletme belgeli tesislerin hemen tamamında kongre ve toplantı salonu bulunmakta ise de bunların önemli bir kısmı küçük kapasitelidir. Bu tesislerde kongre turizmi yerine katılımın daha az olduğu ulusal veya uluslararası toplantı ve seminerler organize edilmektedir.

Antalya'daki ilk fuar ve kongre merkezi Cam Piramit Sabancı Kongre ve Fuar Merkezidir. 4.500 m<sup>2</sup> bir alan üzerine bodrum ve zemin kat olmak üzere iki katlı inşa edilmiş olan tesisin üzeri renkli ısıcamlı piramit uzay çatı ile örtülüdür. Cam Piramit Sabancı Kongre ve Fuar Merkezi 1 Ekim 1997 tarihinde Altın Portakal Film Festivali etkinlikleri sırasında açılmış ve XI. Dünya Ormancılık Kongresi bu merkezde düzenlenmiştir. Merkezin 4000 m<sup>2</sup>'lik Toros Salonu, 386 m<sup>2</sup>'lik Meltem Salonu, 281 m<sup>2</sup>'lik Düden Salonu, 150 m<sup>2</sup>'lik işletme binası ve toplam 1500 m<sup>2</sup>'lik 3 adet malzeme deposu ile 13.000 m<sup>2</sup>'lik açık otopark alanı bulunmaktadır ([http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_kurumsal/mekanlar/cam\\_piramit.cfm](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_kurumsal/mekanlar/cam_piramit.cfm) (25.02.10)).

Günümüzde Antalya'nın kongre ve kültür merkezlerine olan ihtiyacı daha da artmıştır. Akaydın'a (2010) göre Antalya Kültür Merkezi civarındaki Cam Piramit Sabancı Kongre ve Fuar Merkezi yıkılmalı ve yerine yeni bir kongre ve kültür merkezi yapılmalıdır (Çınar, 2010, s.6). Bayındır'a göre, bir kongre turisti, normal turiste oranla üç kat daha fazla döviz bırakmaktadır (<http://www.porttakal.com/haber-kongre-turizmi-3-kat-daha-k-rli-13214.html> (25.02.10)). Antalya bölgesinde düzenlenen kongreler sayesinde sayısız bilim adamı ağırlandırmaktadır. Ancak halkın anlatisına göre katılımcıların gezisi kongrenin yapıldığı konaklama tesisi ile sınırlı kalmakta yerel halk ve esnaf bu etkinliklerin iktisadi ediminden yararlanamamaktadır. 2000'li yılların başından itibaren Antalya dünyanın her tarafından gelecek konuklar için önemli toplantıların yapılabileceği imkâna sahip olup Antalya Türkiye'nin kongre merkezi olmuştur.

#### 2.4.7 Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler

Antalya iklim ve doğal çevre şartları açısından her türlü spor etkinliğinin yapılması için ideal bir coğrafyada yer almaktadır. Bölgedeki Köprüçay, Manavgat, Dragon, Göksu, Dimçay gibi akarsular rafting sporunun yapılması için uygun debiye sahiptir.

Akçay, Karaçay, Köprüçayı, Manavgat Irmağı, Kargı, Alara ve Dim çaylarında bol miktarda alabalık üremekte ve ayrıca kefal, levrek, sazan ve yılan balıkları da görülmektedir. Bu akarsular sportif olta balıkçılığı için uygun yerlerdir.

Antalya ilinde turistik amaçlı su altı dalışı yapılan birçok turistik bölge bulunmaktadır. Kaş, Kalkan, Patara, Tekirova, Kemer ve Side gibi turistik yörelerde turizm amaçlı sualtı dalışı yapılmaktadır. Kaş Uçak Batığı, Kaş'ın 8,5 km. güneydoğusundaki Uluburun Antik Batığı; Antalya körfezinin batı ucunda bulunan Gelidonya batığı; Kemer'deki Paris Savaş Gemisi Batığı, Antalya yat limanının 1 km. açığında "San Didier" adlı Fransız (Sosyete) Savaş Gemisi Batığı; Tekirova açıklarında bulunan küçük adalardan oluşmuş Üç Adalar; Antalya'nın iki büyük plajı olan Lara ve Konyaaltı arasında kalan bölgede yer alan Falezler; Antalya limanına birkaç km. uzaklıkta olan Sıçan Adası; Manavgat ilçesi yakınlarındaki B-24 Amerikan Savaş Uçağı Batığı dalıcıların ilgisini çeken bölgelerdir. Ayrıca Finike Kırkgöz mevkiindeki esrarengiz görünümlü Suluin Mağarası da dalış için ilginç yerlerden biridir. Antalya ilinde kıyı kesimi boyunca rüzgâr sörfü yapmaya uygun alanlar bulunmaktadır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5E66FA6A1CE407B291> (10.04.10)).

Antalya bölgesinde son yıllarda Antalya maraton koşusu, Antalya yarı maraton koşusu, Alanya triathlonu, Manavgat dağ bisikleti maratonu, Alanya, Lara ve Konyaaltı plajlarında plaj voleybolu ve plaj hentbolu, Belek'te futbol sporlarının yapılmasına yönelik turizm organizasyonları düzenlenmektedir.

#### 2.4.8 Dağ ve Doğa Yürüyüşü Turizmi

Toros Dağları'nın batı uzantılarından Bey Dağları, Antalya sınırları içindedir. Bey Dağları grubu, Antalya Körfezi'nin batısında, kuzey-güney doğrultusunda körfeze paralel olarak uzanır. 600-3.086 m. rakımlar arasında yer alan dağlar jeolog ve coğrafya bilimcileri

için çok değişik olanaklar sunar. Teke Doruğu, Bakırlı Dağı, Tahtalı Dağı ve Kızlar Sivrisi önemli doruklarıdır. Beydağlarının en yüksek doruğu 3086 m. ile Kızlar Sivrisi olup dağcılar bu doruğa sedir ormanlarıyla kaplı Çamçukuru Vadisi'nden ulaşır. Bey Dağları'nda bulunan arkeolojik kalıntıların keşfi 1997'den beri Akdeniz Üniversitesi'nin organize ettiği uluslararası bir ekiple yapılmaktadır. Alanda Trebenna, Neapolis, Kelbessos, Onobara, Typallia, Kithanaura gibi pek çok antik kent ve yüzlerce antik çiftlik ve garnizon tespit edilmiştir. Bey Dağları kalıntıları doğu Likya ve Güney Batı Pisidia kültür bölgelerini kapsamaktadır. Antalya'nın kuzey ve batı kesiminde şu dağlar da yer almaktadır: Kohu Dağı (2.400 m); Alaca Dağ (Toylak Karlığı Tepesi) 2.336 m; Tahtalı Dağı (Sarıçınar Dağı) 1.811 m; Akdağ (At Kuyruk Sallamaz Tepesi) 3.024 m.

Alanya yöresindeki Geyik Dağları da turistik çekiciliğe sahiptir. Buradaki en yüksek tepeler Geyik tepesi (2.877 m) ve Sarıtaş tepesi (2.339 m)'dir. Geyik Dağı yükseltisinin hakim olduğu bölgeye Yedikaza Yaylaları da denmektedir. Bu yaylalara Manavgat, Alanya, Gazipaşa, Anamur, Hadim ve Gündoğmuş Yörükleri çıkmaktadır. Bölgenin esas çatısını Geyik, Barcın, Karayılan, Çürükdağ, Delikdağ, Papazbaşı, Gümüşsay, Sıcak ve Delidağ sıradağları ile bu dağların arasına yerleşmiş olan Söbüçimen, Topataş, Avsallar, Payallar, Tosmur, Namaras, Çakallar, Göktepe, Merdiven ve Çenger yaylaları oluşturmaktadır. Bölgedeki tüm dağlara yağın kar eriyerek Göksu Çayı ve Alara Çayı'nın kaynaklarını oluşturmaktadır (<http://www.trekking.com.tr/content.asp?ContentID=648&CategoryID=201> (28.02.10)). Alanya son zamanlarda, dağ turizmi, trekking ve amatör dağcılığa elverişli gelişme göstermektedir. Başta Akdağ (2.451 m kuzey-doğu) ve Cebelireis Dağı (1.649 m Dim yöresi)'na yönelik geziler yapılmaktadır. Alanya Akdağ Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca "Kış Sporları Turizm Merkezi" ilan edilmiştir.

Antik Lykia şehirlerinin birbirine yakın olması bu kentleri yürüyerek görmek isteyenlere yürüyüş imkânını sunmaktadır. Ayrıca Limanağzı, Gedife Tepesi, Fpellos, Gökçeören, Asaz Dağı, Gömbe Yaylası da alternatif yürüyüş parkurlarıdır. Antalya ilinde özellikle Kaş ilçesinden turizmi canlı tutmak amacıyla kış aylarında yaklaşık 200 kilometre yol kat edilen 14 günlük Likya yolu yürüyüşleri düzenlenmektedir.

Antalya bölgesinde Kemer, Belek ve Side Titreyengöl'de bulunan seyahat acentaları rekreasyon kurumlarının organize ettiği atlı doğa yürüyüşü ile ilgili turistik ürünlere



tüketicileri yönlendirmektedir (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5E043BA18AB8121FAD> (10.04.10)).

#### **2.4.9 Mağara Turizmi**

Antalya, mağara oluşumu bakımından oldukça zengin bir ilimiz olup, Toros dağ kuşağının eteklerinde kurulmuştur. Toros Dağları ana iskelet bakımından genellikle kireçtaşlarından (kalkerlerden) oluşmuştur. İldeki mağaraların büyük bir çoğunluğu da bu kireçtaşı formasyonları içinde gelişmiştir. Antalya’da yaklaşık 500 kadar mağara tespit edilmiştir. Bunlardan yalnızca birkaç tanesi uluslararası öneme sahiptir. Antalya merkez ilçeye bağlı Yağca köyü sınırları içinde bulunan Karain Mağarası, Alanya’da bulunan Damlataş ve Dim mağaraları bölgede turizme açık mağaralardır.

Antalya’da turizme açılmayı bekleyen pek çok mağara bulunmaktadır. Yalan Dünya Mağarası, Altınbeşik Mağarası, Kocain Mağarası, Beldibi Mağarası, Sırtlanini Mağarası, Geyikbayırı Mağarası, Konakaltı Mağarası ve Zeytintası Mağarası bunların başında gelmektedir. Bunlardan başka Küçükdipsiz Mağarası, Yerköprü Mağarası, Gürleyik Mağarası, Derya Mağarası, Karataş Semahöyük Mağarası, Çimeniçi Mağarası, Mahrumçalı Mağarası, Peynirdeliği Mağarası, Tilkiler Mağarası, Mavi Mağara, Düdensuyu Mağarası, Aslanlı (Yaren) Mağarası, Hasbahçe Mağarası, Kadıini Mağarası, Korsanlar Mağarası, Âşıklar Mağarası, Kekova Adası Deniz Mağarası, Asırlı Adası Deniz Mağarası, Güvercinlik Deniz Mağarası, Güvercinini Deniz Mağarası, İncirli Deniz Mağarası, Hıdrellez Mağarası ve İnbaş Mağarası gibi mağaralar tespit edilmiştir. Bölgede ön araştırması yapılmış pek çok mağara mevcuttur. Bunların bazıları yerel imkânlarla turizme açılmış mağaralardır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5E3F719885B09FDCCBF> (10.04.10)).

#### **2.4.10 Kamp ve Karavan Turizmi**

Antalya’da ve özellikle Patara-Alanya arası kıyı kesiminde önemli bir kamping potansiyeli bulunmaktadır. Kampinglerin bir kısmı Antalya doğusunda yoğunlaşmıştır. Diğer bir yığılma ilin batı kesimindedir. Kemer kıyıları genelde ormanlık ve kumsal olduğundan hemen hemen her yerde kamp kurulabilmektedir. Manavgat çevresinde de kamp olanakları oldukça fazladır. Merkezde ve çevrede elektriği, suyu, mutfağı, telefonu ve lokantası bulunan

birçok kamp yeri vardır (<http://www.ukkf.org/KampAlani.aspx?ID=2> (10.04.10)). (Tablo 2.20)

**Tablo 2.20 Antalya İl Genelinde Kamp ve Karavan Alanı**

S.No	Bulunduğu Mahal	Kamp Bölgesi	Kamp Adı
1	Merkez	Lara	Bambus Motel Kamping
2		Konyaaltı	Denizer Kamping
3	Alanya	Alanya	Perle Kamping
4		Alanya	Sedre Kamping
5		Alanya	İncekum Orman Kampı
6	Manavgat	Manavgat	Osay Kamping
7		Manavgat	Boğaz Kamping
8		Side	Gürdal Kamping
9	Kemer	Kemer	Orkinos Kamping
10		Kemer	Kındılçeşme Orman Kampı
11		Tekirova	Pınara Kamping
12	Kaş	Kaş	Kaş Kamping
13		Kaş	Olympos Kamping

**Kaynak:** Ulusal Kamp ve Karavan Federasyonu, (<http://www.ukkf.org/KampAlani.aspx?ID=2> (10.04.10)9. Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

#### 2.4.11 Macera Turizmi

Son dönemlerde yapılan araştırmalar Kaş'ın yamaç paraşütü için yeryüzü şekilleri ve iklim açısından Türkiye'nin en uygun yerlerinden bir tanesi olduğunu göstermiştir. Uçuşlar donanımlı malzemelerle uzman kişilerin kontrollerinde gerçekleştirilmektedir. Tekirova ilçesinin arkasında bulunan Tahtalı dağında yamaç paraşütü faaliyetleri sürdürülmektedir. Bunun yanı sıra Alanya'da da yamaç paraşütüne yönelik faaliyetler yoğun şekilde yürütülmektedir. Alanya ilçenin arkasında yükselen dağ silsilesi 350 m. yükseklikte ve güney rüzgârlarına açık bir konumdadır. Atlayıştan sonra şehrin üzerinde uçuş yapılması, atlayıştan sonra plaja veya şehir içindeki uygun açıklık alanlara iniş yapılması nedeniyle tecrübeli atlayıcıların tercih ettiği bir parkurdur.

Antalya bölgesinde Side, Kemer, Alanya ve Belek'te seyahat acentaları tarafından cip safari turları düzenlenmektedir. Günübürlük gerçekleştirilen turlar Toros Dağları'nda çeşitli rotalarda yapılmaktadır. Cip safari turları ile tur güzergâhındaki yerel halk ve köylerin tanınması ve doğal güzelliklerin gözlemlenmesi amaçlanmaktadır.

### 2.4.12 Bitki İnceleme Turizmi

Türkiye’de endemik bitki türleri açısından en zengin bölge Akdeniz Bölgesidir. Antalya bitki gözlemi için oldukça zengin bir potansiyele sahip olup bölgedeki korunan alanlarda (Olympos, Köprülü Kanyon, Termessos, Altınbeşik Mağarası Milli Parkı, Bey Dağları Sahil Milli Parkı, Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı, Alacadağ Tabiatı Koruma Alanı, Dibek ve Çıgllıkara Tabiatı Koruma Alanı) bitki inceleme faaliyetleri gerçekleştirilebilir (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5ED11328CEA7025551> (10.04.10)).

### 2.4.13 Yaban Hayatı (Av Turizmi)

Antalya bölgesi, sahip olduğu iklim özellikleri ve zengin bitki örtüsü nedeniyle yaban hayatı bakımından da zengindir. Geyik, tilki, sansar, sincap, alageyik, yabankeçisi, çakal, sırtlan, kurt, ayı, keklik, bıldırcın, üveyik, yaban güvercini, çulluk, turaç, karatavuk, sarıasma ve turna gibi canlılar bölgenin başlıca yaban hayatını oluşturur. Antalya bölgesinde Antalya-Düzlerçamı Yaban Hayatı Koruma Sahası, Manavgat-Taşağıl ve Sağrı Yaban Hayatı Koruma Sahası, Kaş-Kıbrıs Çayı Yaban Hayatı Koruma Sahası, Sivridağ Yaban Hayatı Koruma Sahası, Akseki-Üzümdere Yaban Hayatı Koruma Sahası, Akseki-Gidengelmez Dağları Yaban Hayatı Koruma Sahası, Alanya-Dimçayı Yaban Hayatı Koruma Sahası, Gündoğmuş Yaban Hayatı Koruma Sahası yer almaktadır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5E8075770BBA7873E8> (10.04.10)).

#### 2.4.1.4 Deniz Turizmi

Kıyı turizmi; Antalya kıyılarının uzunluğu, girinti, çıkıntı dâhil 640, düz hat 500 km’dir. Antalya’nın batı kıyılarında dağların denize dik inmesi nedeniyle deniz derindir ve plajlar süreklilik göstermez. Ancak Kemer, Tekirova, Kumluca, Finike, Demre ve Kaş kıyılarında iyi olanaklı tabii plajlar vardır. Ayrıca Beldibi Plajları, Göynük Sahilleri ile Kemer, Tekirova, Olympos ve Kolindonya burnundan Xanthos'a kadar olan sahillerde turizm için gerekli bütün tabii unsurlar bulunmaktadır. Konyaaltı ve Reşat Adası Plajları da Antalya’nın batısında yer alır. İlin doğu kesiminde ise dağların denize paralel uzanması, dağlarla deniz arasında bir ova oluşumunu sağlamış, böylece Antalya’dan başlayıp Side ve Gazipaşa yakınlarına kadar ince

kumdan meydana gelen muhteşem plajlar oluşmuştur. Lara, Karpuzkaldıran, Belek, Kundu plajları Antalya'nın doğusunda yer alan plajlardandır.

Antalya bölgesi Yat Turizmi için de ideal limanlara sahiptir. Bölgedeki belli başlı marinalar şunlardır. Antalya Kaleiçi'nde Antik Liman, Antalya Büyük Liman mevkiinde şehre 12 km mesafede Çelebi Marina, Antalya'ya 42 km mesafede Kemer Türkiz Marina, Antalya'nın doğusunda kente 135 km mesafede yer alan Alanya Marina yer almaktadır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF32CB65736F5E0D5EEB63B1F6541B1AB6> (10.04.10)).

#### **2.4.1.5 İnanç Turizmi**

Çimrin'e (2005, s.10-13) göre Havari Paulus Pisidia Antiochiası'ndaki misyonunu tamamlaması sonrası M.S.49'da Attaleia'da konaklar. Aziz Paulus ikinci gelişinde Perge'de kilise kurmuş ve Piskopos yerleştirdikten sonra gemi ile Antakya'ya gitmiştir. M.S.4 yüzyıldan itibaren Antalya'daki Hıristiyan cemaati büyümüş ve Antalya bir Hıristiyan kentine dönüşmüştür. Antalyalı olup ismi bilinen ilk Piskopos 342/343 yıllarında Antalya'yı temsilen Serdica Synodu'na (Sofya kilise konferansı) katılan Pantagatos'tur. Antalya bu dönemde Perge Metropolitine bağlıydı. 431 yılındaki "Efes'teki Konsilium'da" Antalya kilisesi de temsil edildi. Antalya kent piskoposluğu 1083/84 yılında İmparator Alexius Commenos tarafından metropolitlik merkezi yapılmıştır. Selçuklular 1207 yılında Antalya'yı ele geçirmişler ve bu tarihten itibaren Müslümanlar ile Gayrimüslimler Antalya'da birlikte yaşama tecrübesini kazanmıştır. Kaynaklarda Antalya kentinde birçok kilise ve caminin yanı sıra sinagog da bulunduğu aktarılmaktadır.

Demre'de (Myra) Aziz Nikolas'ın yaşadığına ve ölümünden sonra onun adına Myra'da bir kilise yapısının inşa edildiğine inanılmaktadır. Bugün Demre'de restorasyonu devam eden Aziz Nikolas Kilisesi yapısı Noel Baba Müzesi olarak ziyarete açık olup Anadolu'da Bizans mimarisinin en ilgi çekici eserlerindedir (Bkz. Bölüm 2.2.3.1 Müze ve Örenyeri Ziyaretçi Sayılarına Göre Antalya Kent Merkezinin Antalya İl Genelindeki Yeri). Demre'deki yapının Aziz Nikolas adına inşa edilen ilk kilise binası olduğu kabul edilmektedir. Aziz Nikolas Kilisesi Likya'nın başkilisesi konumundadır. Mimari açıdan Aziz Nikolas Kilisesi erken devirlerin bazilika tipiyle Ortaçağ Bizans mimarisinin kapalı "Yunan Ortodoks Haçı" tipi arasında geçiş dönemini yansıtır. U.Peschlow'ın görüşüne göre Aziz Nikolas Kilisesi

mimarisi eski Attaleia'daki Tanrı Anası Katedrali (bugünkü Antalya Korkut Camii-Cumanin Camii-Kesik Minare), İznik Ayasofya'sı ve Selanik Ayasofya'sı gibi diğer büyük yapıların mimarisi ile ilintilendirebilir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL YÖNÜ VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

#### 3.1 Turizm Kavramı

Latinedeki dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğünden türeyen turizm kavramı İngilizcedeki “touring” ile “tour” deyimlerinin karşılığıdır. Bu nedenle turizm bir harekettir ve bir yer değiştirme olayıdır. Bunlar turizmin temel olgusal nitelikleri olarak bugünde vardır. Turizm olayını ve kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olayın değişik boyutlarına önem veren uzmanlar, bugüne kadar birbirinden oldukça farklı tanımlar yapmışlardır (Usta, 2008,s.7).

Turizm kişilerin transit geçidi olarak bir sefer ya da işyolculuğu gibi değil de daha çok kişiler arası ilişkiler ve insancıl iletişime bağlı toplumsal olgudur (Lanquar, 1991, s.8). Uluslararası ilişkilerde de turizm önemli bir yer alır. Günümüzde ulusal ve uluslararası alanda en çok bahsedilen konuların başında yabancı turizmi ve turizmle kalkınma konusu gelmektedir. Erdoğan’a (2005, s.468-470) göre turizm, ulus içi ve uluslararası ilişkiler ve iletişimde belli ölçüde örgütlü bir biçimde yürütülen, fakat büyük ölçüde örgütlenmemiş insanların ülke içi ve ülkeler arasında kısa dönemli gidiş gelişleridir. Turizm, uluslararası ilişkiler ve bu ilişkilerin iletişimiyle belli bir dünyayı ve bu dünyanın çıkar koşulunu anlatır.

Turizm hareketleri sonucunda gerçekleşen turist ve yerel halk ilişkisi, turistlerle yerel halk arasındaki kişisel ilişkileri veya etkileşimi içerir. Turist gittiği destinasyonda en az 24 saat kalan ve boş zamanını değerlendirmek ve tatil yapmak amacıyla seyahat eden kişidir (McIntosh ve Goeldner, 1986, s.6). Yerel halk ise turistlerin ziyaret ettiği bölgede yaşayan ve ziyaretçilere direkt veya dolaylı olarak hizmet sunan kişilerden oluşmaktadır (Reisenger, 1994, s.743).

### 3.2 Turizmin Etkileri

Antalya kentinin nüfus özellikleri belirli zaafaların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Her şeyden önce milyonlarca turist ve yerel nüfus yaz mevsimi süresince yaklaşık 6 ay boyunca birlikte kentte yaşamaktadır. Bu etkileşimin ekonomik, kültürel, eğitim, güvenlik, sağlık ve sosyal etkilerinin ne olduğu henüz bilinmemektedir (Arıbaş, 2007, s.319-320). Turizmin bilinen bu etkilerinin tamamı araştırmamız konusuna dâhil edilmemiştir. Bu nedenle çalışmamızın bu bölümünde turizmin sadece sosyo kültürel etkileri ele alınıp incelenmiştir.

#### 3.2.1 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

İnançlar, kurumlar, değerler ve sosyal ilişkiler arasındaki sıkı bağlar, sosyal ve kültürel kavramların da iç içe geçmesine neden olmaktadır. Turizmin ne tür sosyo kültürel etkilerinin olduğunu belirleyebilmek için öncelikle sosyal ve kültürel yapının ne olduğunun açıklanması gerekir. Bazı yazarlar yapı hususunda sosyal yapı ve kültürel yapı olarak iki yapıdan söz etmektense sosyo kültürel yapı şeklinde sosyo kültür birlikteliğini savunmaktadır. Sorokin'ne göre, sosyo kültür birlikteliği iki yönünün yani mana ve kabuğun birlikte ifade edilmesi zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Bu görüşe göre sosyo kültürel yapı, kültür unsurlarının ve sosyal kurumların zaman içinde tekrarlanarak meydana getirdikleri ve onların karşılıklı etkileşimleri sonucu oluşan sosyal dengenin adı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda kültür unsurları sosyo kültürel yapı içerisinde genel geçerlik kazandığı zaman kültürel normlar olarak düzenleme rollerini ortaya koymaya başlar. Sosyo kültürel yapı içerisindeki etkileşimin düzenliliği temel normlar tarafından sağlanır. Temel normlar, insanlar arası etkileşimin yönelimini belirler. Böylece bir sosyo kültürel yapıda yer alan sosyal ilişki ve etkileşimler tahmin edilebilir bir hal alır. Sonuç olarak bir örgü meydana gelir ve bu örgü aile, inanç, iktisat, eğitim, siyaset gibi sosyal kurumları olan ve bunların karşılıklı etkileşimi/bütünleşmesi sonucunda da sosyo kültürel yapı karşımıza çıkar (Yazıcı, 1988, s. 1834).

Sosyo kültürel yapıdaki değişim mevcut bir sosyo kültürel yapı üzerine başka bir etken veya gücün tesiri ile gerçekleşir. “Sosyal değişim” sosyal ilişkiler sistemindeki değişimleri, kültürel değişim de değerler ve normlar gibi kültürel öğelerde meydana gelen değişimleri ifade etmektedir (Arslantürk ve Amman, 2000, s. 410). Bu nedenle sosyal değişim ve kültürel değişim kavramları da çok açık bir şekilde izah edilememekte ve birbirinden kesin çizgiler ile

ayrılmamaktadır. Çoğu zaman sosyal değişme kavramı sosyo kültürel değişmeyi veya kültürel değişmeyi de içerecek şekilde kullanılmaktadır.

Malinowski'ye göre kültür değişmesi, “bir cemiyetin mevcut nizamını, yani içtimai, maddi ve manevi medeniyetini bir tipten başka bir tipe kalbeden bir süreçtir. Böylece kültür değişmesi, bir cemiyetin siyasi yapısında, idari müesseselerinde ve toprağa yerleşme ve iskân tarzında, iman ve kanaatlerinde, bilgi sisteminde, terbiye cihazında, kanunlarında, maddi alet ve vasıtalarında, bunların kullanılmasında, içtimai iktisadın dayandığı istihlak maddelerinin sarfında az çok meydana gelen değişmelerdir (Turhan, 1994, s. 46).

Turistik ürünün sosyo kültürel faktörlere bağlı oluşu, yerel halkın yaşantısı ile yakından ilgilidir. Yerel halk genel olarak doğa ile bütünleşmiş çevrede yaşar. Büyük şehir merkezlerinden uzak olan bu insanların kültürü, öğrenilenden çok yaşanan kültürdür. Üstelik bu kültür, şehir halkından farklı olarak daha çok, gelenek ve göreneklere bağlıdır. Düzenledikleri yerel, ulusal, dini, folklorik şenlikler bazen mevsime göre tatilci turistleri geniş ölçüde çekebilmektedir (Usta, 2008, s.113-114)

Turizm, ekonomik etkilerinin yansıra bir bütün olarak toplumların yaşam biçimleri ve gelenekleri açısından büyük öneme sahiptir. Turizm bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve başka dünya insanları hakkındaki görüşlerini etkileyen sosyal ve kültürel bir olaydır. (Tayfun, 2002, [www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf](http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf) (23.03.10))

Turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle doğan sosyal etkileşimi, turizm olayını yaratan sosyolojik faktörleri ve turizmin yol açtığı sosyal etkileri inceleyen bilimsel çalışmalar turizm sosyolojisi olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2008,s.6). Sosyal yapıyı inceleyebilmenin yolu, fiziki çevre şartlarını, kültürel çevrenin özelliklerini, fertlerin sosyal mevki ve rollerini, ilişkilerin organize ediliş şeklini tayin eden teşkilatlanma tarzlarını ele almaktan geçer (Bilgiseven, 1986, s. 99).

Ratz'a göre (2000, s.6-7) turizmin sosyo kültürel etkileri, temel olarak turizm endüstrisinin gelişimi veya turistlerin varlığının (ve turist yerli ilişkisinin niteliği) bir neticesidir. Tablo 3.1 turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin kapsamlı bir listesini içermektedir.



**Tablo 3.1 Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri**

<b>Olumlu</b>	<b>Olumsuz</b>
<b>Nüfus üzerindeki etkileri</b>	
Nüfus artışı ( <i>göç, göç olmadan</i> )	
İşgücünün mevsimlik göçü ( <i>çalışması halinde olumlu - işsiz kalması halinde olumsuz</i> )	
Yazlık konut sahiplerinin varlığı <i>Toplumsal hayatta yer almaları halinde olumlu – yer almamaları halinde olumsuz</i>	
Nüfus dağılımında değişiklikler (yaş, cinsiyet, ırk, etnik)	
Nüfusun şehirleşmesi	
<b>İşgücü piyasasında değişiklikler</b>	
Yeni işler	Mevsimlik işler
Turizmde yeni iş türleri	Vasıfsız işler
Bilgi, dil becerisi değerinin artması	Geleneksel alanlarda emek eksikliği
İktisadi çeşitlenme	İktisadi eşitsizlik artışı
Az gelişmiş bölgelerin teşviki	
<b>Toplumsal yapı, özelliklerinde değişiklik</b>	
Turizmden gelir	Geçici oturanların sayısında artış ( <i>fazla bağlılık olmaksızın</i> )
Hizmet sektörünün öneminin artması	Yazlık konut sahipleri ile çatışma
Sosyal, kültürel hayatın teşviki	Gayrimenkul edinmede güçlükler
Arsa değerlerinin artışı	Gayrimenkul fiyatlarının artışı
Altyapının gelişmesi	Fiyat artışı, enflasyon
Daha geniş alışveriş fırsatı	Kültürel kimlik kaybı
Destinasyon imajında düzelme	Değer sistemlerin dönüşümü
Yerli halkın gururunda artış	Dini çatışma ( <i>yazlık ev sahipleri, turistler ile</i> )
Önyargıların azalması, kalıplaşmanın yok olması, hoşgörünün artışı	Turizme aşırı bağlılık
	Kalabalıklaşma
	Trafik sorunları
Sosyal katmanlaşmanın değişimi ( <i>turistik kaynak sahiplerinin yükselmesi, geleneksel kaynak sahiplerinin çökmesi</i> )	
<b>Birey ve aile üzerindeki etkileri</b>	
Sosyal hareketlilik artışı ( <i>özellikle gençler ve kadınlar arasında</i> )	Sosyal ağların bozulması
Eğlence imkânlarının gelişmesi	Yaşam düzeninde değişiklik
Yeni kişilerle tanışma, daha geniş sosyal ilişkiler	Arkadaşlığın önemini yitirmesi
Yaşam kalitesinde artış	Tehlike algısında artış ( <i>artan suç oranından dolayı</i> )
Dil becerileri	Yabancı düşmanlığı
Turizmden gelir	Ticarileşmiş konukseverlik

Çalışma, nezaket, görgüde tutum gelişimi	Sapkın davranışlar (alkolizm, fuhuş, kumar, uyuşturucu kullanımı, vandalizm)
	Yerel dilin baskılanması
	Cinsel hareket serbestliğinde artış
Aile yapısında değişiklik	
Tüketici alışkanlıklarında değişiklik	
Barınma koşullarında değişiklik	
Davranış değişikliği (özendirme etkisi)	
<b>Kültürel ve doğal kaynaklar üzerinde etki</b>	
Seçkin güzellikteki ender kaynakların korunması	Yerel gelenek ve göreneklerin yok olması
Yerel sanat, el işi ve kültürel olayların canlanması	Kültürün ticarileşmesi
Mimari geleneklerin canlanması	Çöp sorunu, kirlenme

**Kaynak:** (Ratz, 2000, s.6-7 (<http://e-lib.ree.cz> (10.09.09)))

### 3.2.2 Turizmin Sosyal Etkileri

Reisenger'e (1994, s. 743-754) göre sosyal ilişki en az iki kişi arasında pozitif, negatif veya yüzeysel bir şekilde olabilir. Sosyal ilişki çok farklı durumlarda ve çok farklı tecrübelerle gerçekleşir. Sosyal ilişki çocuk, öğrenci, işçi veya turist arasında gerçekleşebilir. Sosyal ilişkiler bir seyahat esnasındaki gibi kısa süreli ilişkiler veya komşuluk gibi uzun süreli ilişkiler şeklinde gelişebilir. Merton'a (1968, s. 216-217) göre insanlar arasında çeşitli düzeylerde organize olmuş olan sosyal ilişkiler bir toplumdaki sosyal yapıyı oluşturmaktadır. Usta'ya (2008, s.6) göre turizm birbirinden farklı yapılara sahip toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında etkileşmeye yol açan sosyal olaydır.

Turizm bir sosyal olay olarak insandan insana, toplumdaki topluma doğru hareket eden bir olaydır. Turistler sürekli oturdukları yeri geçici bir süre için terk ederek başka bölgelere, yerlere veya başka ülkelere gitmekte, buralarda yeni insanlarla, toplumlarla iletişim kurmakta, yepyeni sosyal ilişkilere girmektedir. Turizmin sosyal bakımdan önemi, iki yönlü bir nitelik taşımaktadır. Bir yandan turistler gittikleri yerleri her açıdan etkilemekte, diğer yandan bu yerlerden kendileri de etkilenmektedir. Turizmin gidilen ülkedeki sosyal etkileri genel olarak şöyle sıralanmaktadır:

- Turizm sosyal yapı değişikliklerine neden olmaktadır.
- Turizm toplumun değer yargılarını değiştirmektedir.

- Turizm kültürel çevrede değişimlere neden olmaktadır.
- Turizm halkın gelenek ve göreneklerini etkilemektedir. Turistler de benzeri etkileri ve değişimleri yaşamaktadır (Usta, 2008, s.70).

Turizmin bireysel davranış, aile ilişkileri, toplu yaşam tarzları, ahlaki tutumlar, değer sistemleri, yaratıcı güçler, örf ve adetler, geleneksel törenler ve toplum örgütlenmesindeki değişikliklere katkıları, onun sosyal ve kültürel etkileri yoluyla olmaktadır (Özdemir, 1992, s. 58). Birey, aile, toplum, eğitim, hayat standardı ve toplumdaki sosyal sınıflar dikkate alındığında turizmin bunlar üzerindeki sosyal etkileri farklı farklıdır.

### **3.2.2.1 Turizmin Birey Üzerindeki Etkileri**

Yabancı bir yere seyahat eden bir kimse, sadece coğrafi olarak değil, kişisel, toplumsal ve kültürel olarak da yabancı bir ortamla karşı karşıya gelir. Seyahat tecrübeleri genellikle seyahat edenlerin yaşamlarındaki en önemli anılar arasında olduğu için bunların seyahat edenler üzerinde derin etkisi bulunmaktadır. Bireyler çok değişik amaçlarla turizm olayına katılmakta ve aynı zamanda çok değişik arzu ve ilgilerle turizm olayına yönelmektedir. Seyahat eden bireyler bir taraftan seyahat tecrübesi kazanırken diğer taraftan da seyahat ettikleri yöre veya ülke insanlarından etkilenmekte ve gittiği yerin insanlarını da etkilemektedir. Yerli halk-turist etkileşimi hangi yönde olursa olsun turizmin birey üzerindeki etkisini görmeye yeterlidir (Gürkan,1995, s.128).

### **3.2.2.2 Turizmin Aile Üzerindeki Etkileri**

Türkiye’de yapılan çalışmalarda aileler taşıdıkları benzerlik ve farklıklar açısından incelenmiş ve aile biçimleri genel olarak hane halkı esas ve yerleşim yeri esasına göre gruplandırılmıştır. Hane halkı esasına göre aile, büyük aile ve küçük aile olmak üzere iki tipe ayrılır. Yerleşim yeri ölçütüne göre ise dört farklı aile tipi görülmektedir. Kent, gecekodu, kasaba ve köy ailesi tipindeki bu aileler birbirinden farklı yapı ve fonksiyonlara sahiptir (Merter, 1990, s.27). Araştırmalara göre Türk ailesi sosyal ilişki bakımından da farklılıklar göstermektedir. Aksoy’un (1996) yaptığı sosyal aile tipolojisine göre Türk ailesi, sosyal ilişki açısından bağımsız aile; sosyal ilişki açısından bağımlı aile; sosyal ilişki açısından içeride bağımsız, dışarıda bağımlı aile; sosyal ilişki ve ekonomik açıdan bağımlı ya da bağımsız aile olmak üzere dört aile tipine ayrılmaktadır (Aksoy, 1996, s. 80).

Turizm olayının gerekleŖtiđi bölgelerde yaŖayan köy veya kent aileleri turizmin etkilerini farklı farklı hissedecektir. Doğan'a (1987, s.178) göre turizm az geliŖmiŖ ülkelerde geleneksel temellere dayanan karŖılıklı yardım ve iŖbirliđini azaltmakta, kuŖaklar arasındaki atıŖmayı arttırmakta, daha geç evlenilmesine ve daha çok boŖanmalara neden olmaktadır. KiŖisel yakın, iten iliŖkiler ortadan kalkabilmektedir.

Turizmin aile yapısı üzerindeki etkisi ile ilgili olarak üzerinde en çok durulan konu, kadınların rollerindeki deđiŖme ve daha zgr bir duruma gelmeleridir. Turizmin İslam lkelerindeki etkilerinin incelendiği bir alıŖmada; kadınların kat hizmetlerinde alıŖmaya baŖlaması ile alıŖan kadınların geleneksel rollerinin deđiŖtiđi, kadınların da ailenin geçimini üstlendiği belirlenmiŖtir (Doğan, 1987, 167).

Turistik tesislerde alıŖan kadın nüfusun artması onları ekonomik yönden bağımsız kılmakta ve bu durum erkek eŖe olan bağımlılığı ve bağlılığı azaltmaktadır. Kadının ekonomik yönden bağımsızlığını kazanması durumu boŖanmaya varan geimsizliklere neden olmuŖtur (rger, 1993, s.284). Turizmin aile yapısı üzerindeki bu etkileri doğru olsa bile, bu etkilerin kentleŖme ve endstrileŖme etkileriyle bir arada ortaya çıktığı ve bu etkilerin birbirinden ayrılmasının g olduğu unutulmamalıdır (Doğan,1987, s.168).

Turizm ailece yapılan gezileri de etkilemektedir. Aile bydk ve çocuklar olgunlaŖtıkk, aile olarak yapılan geziler yılın en önemli dönemini oluŖturmaktadır. Heyecan, hazırlık, beklenti ve seyahat tecrübesi aile yaŖamının unutulmaz fırsatlarıdır. Belli lde servenli geçen seyahatler muhtemelen daha da unutulmaz olacaktır. Ailece seyahatin deđiŖik ölülerde eğitici yönleri de bulunmaktadır. Bir seyahat ne kadar amaçlı ve eğitici olursa onun yararı da o kadar fazla olacaktır.

### **3.2.2.3 Turizmin Toplum zerindeki Etkileri**

Turizmin toplum üzerindeki etkileri öncelikle turizm kurumlarında alıŖanlar ile bu kurumlara ara hizmet veren sunucular üzerinde gözlenmektedir. Turizm kurumları turistik hizmetin yerine getirilebilmesi için oluŖturulmaktadır. Turizm olayının olmadığı bir yerde turizm kurumlarının varlığından da bahsedilemez. Bir bölgede turizmin geliŖebilmesi ve yerleŖebilmesi için o bölgedeki bazı toplumsal kurumların da deđiŖime uğraması gerekir. Toplumsal kurumların deđiŖimi dnŖm Ŗeklinde gerekleŖmektedir.

Kurumların dönüşümü geleneksel ve modern toplumlarda farklılıklar göstermektedir. Kurumların belirleyiciliğinin daha ön planda olduğu geleneksel toplumlarda, kurumların değişmeye karşı olan mukavemeti daha fazladır. Çünkü bu toplumlarda kurumsal normlar, değişmediğine inanılan değerler tarafından belirlenmektedir. İdeal olanı ifade eden bu kurallara fert uymak durumundadır ve uymada fireler bir sapma olarak değerlendirilir. Buna karşılık modern toplumlarda belirleyici değerler daha içkindir ve buna paralel olarak birey ön plandadır ve dolayısıyla değişim daha hızlıdır. Ancak kurumların yapı taşları olan değerler salt biçimleriyle değişmezler. Değişen onların toplumsal şartlar içinde gerçekleştirmeleridir. Örneğin salt biçimiyle özgürlük değişmeyen bir değerdir. Hemen bütün toplumlar özgürlüğe büyük bir önem vermiştir. Fakat yargı, norm ya da kurum olarak gerçekleşmesi toplumların imkân ve algılayış biçimlerine göre değişik olmuştur. Yani kurumsal değişim, kendini toplumsal oluşumlarda göstermektedir (Aydın, 2000, s. 28-29).

Turizm olayında farklı toplumların insanların karşılaşması ve etkileşimi söz konusudur. Ziyaret edilen ülkede yaşayan yerel halkın hayat tarzı, ziyaretçinin kendi toplumundan farklıdır. Genel olarak yabancı ziyaretçilerin varlığı ziyaretin gerçekleştiği bölgedeki yerel halkın hayat tarzını etkilemektedir. Yapılan araştırmalar ziyaretçilerin ev sahibi ülkenin yurttaşlarıyla kurdukları kişisel ilişkiler neticesinde; ziyaretçilerin kendilerine ilişkin davranışları yerel halkın hayat tarzı ve tutumları üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Yerel insan gruplarının yaşam tarzındaki bu farklılık bazen ziyaretçinin kendi ülkesinde iken günlük yaşamında ilişki kurduğu grupların yaşam tarzından daha cazip hale gelebilir. Bazen de ziyaret edilen ülke insanların hayat tarzı turistin gelecekteki yaşam tarzına dönüşebilir. Ancak bu tür durumlar enderdir.

### **3.2.2.4 Turizmin Eğitim Üzerindeki Etkileri**

Eğitimin sosyal bütünleşmeyi sağlamada büyük bir rolü vardır. Eğitimin sosyal bütünleşmedeki birinci rolü, kültür birikimi ve devamının sağlanmasıdır. Eğitim aracılığıyla her kuşak kendinden önceki kültür birikimini devralır, katkıda bulunur, devam ettirir ve bir sonraki kuşağa devreder. Ayrıca eğitim vardığı en yüksek aşamasında yenilikler ve icatlar yoluyla teknolojik imkânları da kullanarak hem yeni hem de tam çözülememiş eski problemleri yeni ve yeterli çözümler teklif ederek kültürel mirasa katkıda bulunarak sosyal değişme sürecinde önemli bir rol oynar. Eğitimin ikinci rolü, insanlara içinde yaşadıkları toplumun değerlerini ve normlarını öğretmek, yani fertler açısından bakıldığında sosyalleşme,

toplum açısından bakıldığında sosyalleştirme sürecine katkıda bulunmaktadır. Eğitimin üçüncü önemli rolü, toplumun birlik ve beraberliğini sağlamasıdır (Güngör, 1991, s. 57-59).

Kişi hayatının idamesi için tüm hayatı boyunca hep bir şeyler öğrenmeye devam eder. Ancak bir insan hayatının ilk beş-altı senesi zarfında bir takım şeyleri şartlanma, deneme-yanılma ve ebeveyni tarafından verilen eğitim ile öğrenir. İnsanın ilk çocukluk yıllarında aldığı eğitim ve ilk tecrübeler en büyük öneme haizdir ve bunlar müteakip tecrübelerin fert tarafından yorumlanış tarzını etkiler. Ferdin edindiği bütün tecrübelerin temelinde, ferdin mensup olduğu toplum ve bu toplumun yarattığı kültürün, hayat tarzının izleri mevcuttur. (Brown, 2000, 37-39).

Turizmden yararlanılabilmesi bu konuda eğitim almış insanların çoğalmasına bağlıdır. İnsanlara turizm olayının ve turizm ekonomisinin öğretilmesine, turizmle ilgili bilgi, beceri ve anlayış kazandırılmasına turizm eğitimi denir. Türkiye’deki okullarda turizm eğitimi örgün ve yaygın eğitim olmak üzere iki grupta turizm eğitimi verilmektedir. Örgün eğitimde öğrencilere çocuk yaşlardan itibaren ilköğretim okullarında (3.ncü sınıf) genel turizm eğitimi verilmektedir. Örneğin, Hayat Bilgisi, Sosyal Bilgiler, İş Eğitimi ve Ticaret, Turizm (seçmeli) derslerinde turizm eğitimi konuları işlenmektedir. Lise ve meslek okullarında da turizm eğitimi verilmektedir. Ayrıca mesleki turizm okulları da bulunmaktadır. Bu okulların amacı turistik kuruluşların gereksinimi olan nitelikli elemanları yetiştirmektir. Anadolu otelcilik ve turizm meslek liseleri, Anadolu aşçılık meslek liseleri, Anadolu meslek liselerinde öğrencilere meslek eğitimi verilmekte ve öğrenciler aynı zamanda üniversitelere hazırlanmaktadır. Ön lisans düzeyinde eğitim veren meslek yüksekokulları ile lisans düzeyinde eğitim veren yüksekokul ile fakültelerde de Yüksek Öğrenim Kurumuna bağlı olarak mesleki turizm eğitimi verilmektedir. Yaygın eğitim çalışmaları kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Turizm Eğitim Merkezlerinde (TUREM) turizm eğitimi verilmektedir. Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri ile Anadolu Aşçılık Meslek Liseleri bünyesinde ayrıca yaygın eğitim kursları açılmaktadır. Yetişkinler Otelcilik ve Turizm Eğitim Merkezi (YÖTEM) buna örnek gösterilebilir. Mesleki eğitim merkezlerinde ve halk eğitim merkezlerinde yaygın turizm eğitimi verilmektedir. Profesyonel turist rehberliği kursları yaygın turizm eğitimi kapsamındaki bir uygulamadır ([egitek.meb.gov.tr/aok/Aok\\_Kitaplar/Aio\\_Kitaplar/Turizm\\_7/3.pdf](http://egitek.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/Aio_Kitaplar/Turizm_7/3.pdf) (25.03. 10)).

### 3.2.2.5 Turizmin Hayat Standardının Yükselmesi Üzerindeki Etkileri

Turizmin toplum üzerindeki etkilerinden en önemlisi ekonomik etkileridir. Turizm ekonomisinin büyümesi bölgesel ve yerel olarak yeni işyerleri ve bunun sonucu olarak bir gelir sağlar. Ekonomik yapısal değişim – özellikle turistik ve ticari işyerlerinin artması – yerleşik halk arasında çok geniş çaplı bir göçe ve bununla beraber sosyal katmanların değişimine neden olur (Müller, 1992, s.62). Turizm yerel halkın yaşam seviyesini yükseltir ve yeni iş olanakları yaratır. Ekonomik gelişme, sosyal kültürel gelişmeyi de beraberinde getirir. Yerel halkın toplum bilincinin yükselmesi, korumaya yönelik yatırımların da artmasını sağlar. (Akgün, 2003, s.63). Ancak, turizmin üretim ilişkisiyle sadece oteller, moteller, pansiyonlar, restoranlar, sayfiye yerleri, barlar, pavyonlar, eğlence yerleri, turizm taşımacılığı ve seyahat acentaları yaratılmaz, aynı zamanda yerel kültür yok edilerek onun yerine asalak mevsimlik ekonomiyle birlikte asalak bir kültür de yaratılır. Turizm hizmetleri sunan ekonomik örgütlenmelerin sahipleri yerel halk veya köylü değildir. Turizm sanayisinin yerel olduğu sahtedir; çünkü bu sanayinin yerelle ilişkisi yereli hammadde ve ucuz işgücü olarak sömürmesi biçimindedir (Erdoğan, 2005, s.468-470).

### 3.2.2.6 Turizmin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkileri

Turizm içinde sosyal gerilimleri saklar ve sosyal sınıflar arasındaki dengesizlikleri arttırır. Erdoğan'a göre (2005 s.468-470) turizm endüstrisinin üretim koşullarına göre, yerel halk kışın yatıp yazın sömürüye ve kendi sömürüsüne katılma zorunda bırakılan ücretli/maaşlı köleler veya satıcılar durumuna sokulur. Turizmle yerelde değiştirilen doğal, çevresel ve ekonomik peyzaj, yerelin dışından gelen güçlerin, uluslararası sermaye dâhil faaliyet ve çıkar yapısını ve biçimlendirmesini yansıtır. Bu peyzajda yerel, gelişen değil, gerçekte gelişmesi tek bir alana hapsedilerek durdurulandır. Yerel halkın elinden toprakları alınmakta, bu alanlardan dışarı sürülmektedir. Schiller'in belirttiği gibi (1976), turizm genellikle uluslararası şirketler olan tekelci sermaye (ve onların iç ortakları) için gelir kaynağıdır.

### 3.2.3 Turizmin Kültürel Etkileri

Turizmin kültürel önemini açıklayabilmek için kültür ve turizm arasındaki ilişkinin ortaya konması gereklidir. Bu ilişki iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlki kültürün turizme yol açması, diğeri de turizmin kültürü etkilemesidir (Usta, 2008, s.83).

Kültür kelimesi Latince'deki 'Cultura' ediminden kaynaklanmakta ve işleme, ekip biçme, çiftçilik, tarım; ya da (zihin, ruh) terbiye, yetiştirme veya (şahıs) hürmet gösterme anlamına gelmektedir (Kabağaç ve Alova, 1995, s.143). Gustav Klemn'e göre kültür bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olmak üzere topyekûn yaşama tarzıdır (Usal ve Kuşluvan, 2002, s.105-106). Bodley kültürü, konusal, tarihsel, davranışsal, normatif, fonksiyonel, mental, yapısal, sembolik olmak üzere gruplandırmıştır. Ancak bu gruplandırmalar sınırları kesin olarak belirlenmiş birbirleriyle geçişsiz gruplandırmalar olarak düşünülmemelidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005, 215).

Müller'e (1992, s.64) göre turizm bir makineye benzer şekilde herhangi bir yerde küçük devirle çalışır ve başka parçaları da hareket haline geçirir ve bunlarda yine diğerlerini hareket ettirir. Bu hareketler neticesinde turizmin kültürel etkileri de gerçekleşir. Buna göre; turistlerin beklenti ve davranış biçimleri, satılmış toprak, arazi fiyatının artması, dış kaynaklı sermaye yatırımları, tatil evlerinin ve ikinci dairelerin kepenkli pencereleri, dışarıdan gelip yerleşen ve çalışmaya gelenlerin sayısındaki artış, tarımın daha güçsüz duruma düşmesi gibi sonuçlar turizmin kültürel etkileri olarak gözlenir. Bunların tümü dışarıdan gelen etkilerdir ki yerel halk bunu böyle görür. Turizmin kültürel etkilerinde en fazla sorun yaratan durum, insanların kendi kendilerine karar verme ve bağımsız davranabilme yetkilerini kaybetmesidir.

Erdoğan'a (2005, s.136-154) göre kültürün zamanla uygarlık ve beyin ile ilişkilendirilmesi doğal olarak kültürü yüksek ve alçak kültür ayrımına götürdü. Yüksek kültür aristokrasinin ve yönetici sınıfların kitapları, müzikleri, sanatı, estetiği ve tinsel gelişmişliğini ifade ederken, bunun karşılığında alçak kültür yüksek kültürün karakterinden yoksun "halk kültürünü" anlattı. Günümüzde kültür iyiyi, rafine olmuştur, sanatı, inceyi, yontuluştur, davranmasını iyi bilen, eğitilmiş, sınıfsal bağlamda üst seviyede olanı anlatmak için kullanılır. Akademik anlamda kültür sanat ve eğlenceyi (müzik, sinema, tiyatro, bale, şiir, resim, edebiyatı) içine yerleştirir. Antropolojik yaklaşımlar buna toplumdaki doğum, çocuk yetiştirme, aile ve arkadaşlık, iş, boş vakit, yaşlanma, gençlik, siyaset, din, ekonomi ile ilgili inançlar, değerler ve pratikleri ekler. Kültür yaşayan ve bir şeyler yapan, iletişimde bulunan bir varlık değildir.

Kozak ve diğerlerine (1997, s.51) göre insanların yapısında farklı kültürleri tanıma isteği vardır. Turizm talebini etkileyen faktörlere baktığımız zaman bunu daha net görebiliriz.



Turistin geldiği bölgedeki kültür ile ev sahibi bölgenin kültür yapısı arasındaki farklılıklar arttıkça turist kabul eden bölgeye yönelik turizm talebinde artış görülür.

### 3.2.3.1.Kültür Yayılması

Turizm, olayının insan yaşamındaki önemi kadar, toplum açısından da büyük önemi vardır. Turizm bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve başka ülke insanları hakkındaki düşüncelerini etkileyen bir olaydır. Turizm etkinliklerine katılarak başka ülkelere seyahat eden insanlar, o ülke insanlarını çeşitli açılardan etkileyebilecekleri gibi onlardan da önemli ölçüde etkilenebilecektir (Akat, 1997, s.40).

Kültür, milleti oluşturan en önemli unsurlardan biridir. Her milletin, hatta her insan topluluğunun başkalarından farklı, kendine özgü bir kültür yapısı vardır. Her kültür, tipik bir bireysel kişilik, özel psikolojik yapı, özel fikirler, özel davranış ve özel bir düşünce biçimi geliştirir. Milletler ve toplumlar, asırların birikimiyle kazandıkları kültürel kimlik ve kişilikleriyle tanınırlar ve birbirlerinden ayrılırlar. Örneğin, bir Alman kültürünü, bir İngiliz kültürünü, bir Fransız kültürünü, bir Türk kültürünü tanımadan, bu ülkeleri ve bu ülkelerin insanlarını tanımak ve tanımlamak, onlara Alman, İngiliz, Fransız veya Türk diyebilmek mümkün değildir (KTB, 2008, s.3, [www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf](http://www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf) (23.03.10)).

Her milletin ve her insan topluluğunun kendine özgü bir kültür yapısı olduğu gibi, tüm insanlığın da ortak bir kültür mirası vardır. Üretilen her kültürel ve sanatsal değer, aynı zamanda bu ortak mirasa bir katkıdır. Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen bir kültürel ve sanat eseri, dünyanın her yerindeki estetik duyguları gelişmiş insanlar tarafından ilgi, saygı ve itibar görür. Bu nedenle kültür ve sanatın evrenselliği de söz konusudur. Kültürün evrensel özelliği nedeniyle, tüm dünya ülkeleri kendilerini başka ülkeler ve milletler nezdinde en iyi şekilde tanıtabilmek, ilgi, sempati, saygınlık kazanabilmek, ülkelerine daha fazla turist çekebilmek için, kültürel etkinlikleri en önemli etkileşim, iletişim ve tanıtım aracı olarak kullanmaktadır (KTB, 2008, s.3, [www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf](http://www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf) (23.03.10)).

Erdoğan'a (2005, s.153) göre evrensel olanı belirleyen nicel çokluk değil, nitel karakterdir. İnsanların susadığı ve su içtiği evrensel bir gerçektir. Suyun ne tür olduğu, nasıl içildiği ve suyun içilmesinden ne tür doyumlar elde edildiği kültürel bir gerçektir. Herkesin Coca Cola içmesi, Coca Cola kültürünün evrenselliğini anlatmaz, bir tüketim kültürünün diğer kültürler

üzerindeki egemenliğini anlatır. Dönerin her yerde yenmesi döner kültürünü evrensel kültür yapmaz.

### 3.2.3.2 Kültürel Kirlenme

Turizm faaliyetleri, toplumun geleneklerini bozabilir. Çünkü her insan turist olduğu andan itibaren, moral ve fiziksel açıdan değişiklik göstererek kendi geçek kişiliğinden daha rahat, özgür ve bağımsız bir imaja bürünür. Bu durum kişiyi çocukluğunda olduğu veya olmayı arzu ettiği bir davranışa itmekte, adeta arkaik devrin ilkel yaşantısına dönmeyi arzu etmesinin bir görüntüsü olmaktadır. Hiç kuskusuz turistin moral ve fiziksel baskı ile girdiği bu yeni zihniyet ve davranış, ziyaret ettiği ülke ve bölgenin gelenekleri üzerinde etki göstermektedir. Yabancıya atfedilen saygınlık, yerel halkta hızla turiste benzeme arzusunun kamçılanmaktadır. Bu kültürel kirlenmedir. Kültürel kirlenme; giyim, kuşamdan, yemek biçimine kadar gözlenmektedir (Olalı, 1990, s.386).

### 3.2.3.3 Kültür Şoku

Kültür şoku, yeni bir kültüre ya da topluma uyum sağlanamadığında, ya da uyum sağlayana kadar geçen süre içerisinde verilen tepkilerdir. Adaptasyon, değişim, düşmanlık ve çevrede olan biteni daha iyi algılama gibi durumları içeren bir olaydır. Bu kavramların tümü birbirleriyle etkileşim halindedir ve sonuçta ortaya kültür şoku çıkar (Hottola,2004, s.448).

Bu durum, seyahatçilerin alışık olmadıkları davranış, töre ve adetlerin olduğu yörelerde ve özellikle turist ve oradaki halk arasında konuşulan dilin farklı olduğu durumlarda yaşadıkları duygusal tepkidir (bu durum genellikle yabancı yerler için geçerlidir, ancak kişinin kendi ülkesinde olup ta çok farklı bir kültürel yapının bulunduğu bir kente gitmesiyle da söz konusu duygular yaşanabilmektedir). Bu etkileşim bir gerilime ve huzursuzluğa yol açabilir ve bunun sonucuna da yerel halkın ziyaretçilerden, ziyaretçilerinde yerel halktan hoşlanmamasına, olumsuz tutum içine girmelerine neden olabilir (Avcıkurt, 2000, s.7).

Fiziksel ve psikolojik bir takım unsurları farklı bir ortama geldiğinde bırakmak durumunda kalan turistler üzerinde ve onları misafir eden yerel toplumda görülen kültür şoku, turizmin sosyo kültürel etkilerinden biridir. Turistlerin gittikleri bazı yörelerde, yeni kıyafet kurallarına, yaşam tarzına ve konuşma kurallarına uyum sağlama gibi bir zorunlulukları

olduğundan, karşılaştığı kültürün kendi kültüründen farklı olmasıyla birlikte bir etkilenme yaşaması söz konusu olmaktadır (Gartner, 1996, s.169-170).

### 3.2.3.4 Kültürel Yozlaşma

Günümüzde ulaşım ve iletişim imkânlarının olağanüstü geliştiği, gittikçe küçülen ve küreselleşen dünyada, insan ilişkileri de çok yoğunlaşmış, buna paralel olarak kültürler arası iletişim, etkileşim ve diyalog her zamankinden çok artmıştır. Bunun sonucu olarak bütün insanlığın benimsediği ortak değerler ve ortak kültür mirası her zamankinden daha anlamlı hale gelmiştir.

Kültürler arası etkileşim ve diyalog, hem kaçınılmaz, hem de insanların barış, huzur, anlayış ve işbirliği içerisinde yaşayabilmeleri, bireylerin ve toplumların gelişip ilerleyebilmesi için bir zorunluluktur. Ama kendi kültürünü tanıyıp özümsemeden, başka kültürleri körü körüne taklit edip, bilinçsizce onlara öykünmek, kendi kültüründen habersiz yığınlara yabancı kültür unsurlarını (örneğin yabancıların dilini, sanatını, müziğini vs) benimsetmeye çalışmak, kültürel gelişmeye değil, yozlaşmaya ve bozulmaya neden olur (KTB, 2008, s.4, [www.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf](http://www.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf) (23.03.10)). Turizm yerel kültürün özelliğini bastırabildiğinden neticesi itibariyle kültürel yozlaşmaya sebep olabilmektedir.

Ozankaya'ya göre kültür yozlaşmasının ya da bozulmasının baş nedeni sömürgeciliktir. Sömürgeciliğin ürünü olan kültür yozlaşması, sömürülen insan topluluğu kendi ortak yaşamını özgürce düzenleme olanağını bulamadığı için ortaya çıkmaktadır. Sömürülen toplum gerçek bir gelişmeden alıkonulmakta, asıl olarak hammadde üreticisi ve satıcısı, yapılmış mal alıcısı, kısacası çoban, rençper ve amele düzeyinde kalmaktadır. Ekonomik yaşamı bu olan bir toplumun manevi kültürünün düzeyi kuşkusuz folklor düzeyini aşamaz. İlkel düşünce yapısı, ilkel uygulamı, boş inançlar ve gecekondu kentler gibi olgular kültür yozlaşmasının gerçek belirtisidir (Ozankaya, s. 221-225, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/813/10326.pdf> (23.03.10)).

Erdoğan'a (2005, s.468-470) göre zengin tarihiyle Anadolu, güzel kıyıları ve mavi denizi, turizm vesilesiyle yerel halkın elinden alınır, sermaye tarafından para karşılığı "kullanılmaya" sunulur. Böylece ülkenin hem materyal varlıkları hem de tarihi ticari mal olarak kullanıma arz edilir. Yerel olan her şey (seks turizmiyle kızlar ve çocuklar dâhil)

kullanılmak, tüketilmek, seyredilmek, denenmek, tecrübelenmek ve akla gelen her tür hizmet için vardır.

### 3.2.3.5 Kültürel Değişim

Hall'a (1959, s.217) göre kültür iletişimidir, iletişim kültürüdür. Kültürlerarası iletişim ile kültürel değişim gerçekleşir. Bu değişim sürecinde kültürlerarası iletişim ortak anlayış, birlikte barış içinde yaşama, demokratik bir toplum olma, karşılıklı bağımlılık, demokratikleşme, modernleşme, çağdaşlaşma süreçlerinin bir parçası olarak sunulur. Aslında kültürlerarası iletişim konusunun temel amacı; diğer kültürü anlama ve böylece o kültürün insanları, değerleri ve yaşam biçimi üzerinde kontrol mekanizmaları geliştirmektir. Turizm nedeniyle gerçekleşen kültürel değişim, tarih süreci içerisinde normal kabul edilebilecek bir değişimin dışında değerlendirilmelidir. Turizmin beraberinde getirdiği değişiklikler, normal toplumsal değişimin çok üzerinde bir farklılaşmadır. Normal toplumsal değişim, bir toplumun uzun bir dönemde, yani birkaç neslin yaşamını aşan bir süreçte yaşadığı değişikliklerin tümü olarak kabul edilir. Oysaki toplumsal değişimin daha kısa bir zaman sürecinde gözlenebiliyor olması, başka faktörlerin varlığının ispatıdır. Kendi kültürel mirasının bilincinde olarak, başka kültürlerle işbirliği ve diyalog içinde olmak ve yabancı kültürlerle karşı önyargısız bir yaklaşım sergilemek, uluslararası kültürel ilişkilerde başarılı olmanın temel şartlarından biridir. Ancak gerçek diyalog, kendi öz değerlerini, karakteristiklerini ve menfaatlerini tanımlamış taraflar arasında gerçekleşebilir. Öbür türlü kendi kimliğinden, kişiliğinden sıyrılıp, taklitten başka bir şey bilmeyenlerin yabancılarla olan edilgen ilişkilerine diyalog değil, teslimiyetçilik demek daha doğru olur (KTB, 2008, s.4, [www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf](http://www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf) (23.03.10)).

Erdoğan'a (2005, s.468-470) göre turizmle kültürel alışveriş olduğu iddiası da temelsiz bir bilinç yönetimi oyunudur. Turizmde gidenleri ve gelenleri ele aldığımızda, Türkiye'ye gelen kendi kültürünü ve dünya görüşünü getiriyor ve geri dönerken, en iyi şekliyle, güzel ve egzotik duygularla dolu bir biçimde gidiyor. Türkiye gibi ülkelerden gidenler "içlerindeki Batı" ile giderler ve içleri ve bavulları Batı'yla dolu olarak gelirler. Önder'e (2002, s.213) göre ise Batı çıkarları uğruna Türkiye'yi istikrarsızlığa, güçsüzlüğe sürükleyebilecek her gelişmenin hem arkasında hem yanındadır. Batı çıkarlarının söz konusu olduğu istisnasız her durumda ve özellikle Türkiye konusunda bütün ideal değerler çifte standarda dönüşür.

Turizmdeki büyüme süreçleri, değerlendirilmesi gereken birçok (özellikle sosyo ekonomik) fırsat içeriyor ise de olası tehlikelerin de (özellikle kültürel ve ekolojik alanda) göz ardı edilmemesi gerekir (Müller, 1992, 64). Turizmdeki artı ve eksi gelişmeler devamlı olarak izlenebilmelidir.

### **3.2.4 Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri**

Turizmin plansız ve kontrolsüz gelişimi, kültürel varlıkların kullanım düzeylerini, yani taşıma kapasiteleri üzerinde kullanımlarını artırmaktadır. Turistler, kültürel varlıkların potansiyel birer kullanıcılarıdır. Turizm ve kültürel miras arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle, kültür turizmi, kültür miraslarının korunması ve yönetilmesi süreçlerinde etkili bir rol oynayabilmektedir. Turistlerin de kültürel varlıkları kullanan gruplar olduğu göz önüne alınırsa, turizmin etkin bir şekilde kontrolünün sağlanması gerekmektedir (Uygur ve Baykan, 2007, s.41-42).

Kimi yazarlara göre kültür turizmiyle elde edilen ekonomik kazanç, kültürel mirasın korunması için gerekli finansal desteği de sağlayacaktır. Çevreyi ve kültürel mirası koruma adına yapılan harcamalar, uzun dönemde ekonomik açıdan olumlu bir gelişmeye neden olmaktadır. Bu nedenle kültür turizmi ve kültürel miras, sürdürülebilirlik ve ekonomik gelişme açısından birbirlerine gereksinim duyan iki olgudur (Akgül, 2003, s.63).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ: ANTALYA/MURATPAŞA İLÇESİ ÖRNEĞİ

Birçok gözlemci turizm yoluyla geleneksel değerlerin yozlaşabileceği, bozulabileceği, unutulabileceği veya geleneklere bağlılıkların azalabileceğini, toplumdaki akrabalık ilişkilerinin zayıflayabileceğini belirtmektedir. Ayrıca günlük veya geleneksel hayat kalıpları değiştiğinden geleneksel yaşam kaybedilebileceğinden yerel halkın davranışlarında bayağılaşma, adileşme olabileceği gibi yerel halkta turistlere karşı aşağılık duygusu gelişebilir, suç işleme ve suçluluk artabilir.

Turizm pratikte hizmet ekonomisine geçiş, sanayileşme ve kentleşme sürecinin sonucudur. Turizmin etkileri karmaşık sosyal sistemin bütün yapısına yayılmaktadır. Bu nedenle turizmin sosyo kültürel etkilerinin ne olduğunu açıklamak zordur. Turistler ziyaret ettikleri yerlerdeki toplulukların sosyal yapısında, demografik yapısında, mesleklerinde ve diğer her alanda değişikliğe yol açmaktadır. Ev sahibi toplumun genç nüfusu iş bulma ihtimalinin daha yüksek olduğu turistik yerlerde yaşamaya eğilim göstermektedir. Bu ve buna benzer durumlar yerel halkın daha da zor duruma düşmesine neden olmaktadır (Lanquar, 1991, s.43-60).

#### 4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizmin sosyo kültürel etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada, Antalya yerel halkının bakışı açısından konuya yaklaşılmış, turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik yargıların ölçülmesinde halkın anlatısı ve görüşüne başvurulmuştur. Bu yöntemle bölgede uzun yıllardır uygulanan turizm faaliyetlerinin olumlu veya olumsuz etkilerinin yörede nasıl algılandığı ve gözlemlendiğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırmacı yörenin hemşerisi olup turizm sektörü çalışanıdır. Yöredeki turizm hareketleri ve yatırımlarını, alana yönelik iç ve dış göçü, alandaki idari yapılanmayı, alt yapı

çalışmalarını, inşaat sektöründeki gelişmeyi, ticari gelişmeyi, geleneksel çiftçiliğin ve tarım alanlarının terk edilmesi gibi olayları uzun yıllardır yaşayarak gözlemleyebilmiştir. Konu ile ilgili bilgilerin toplanmasında zaman ve maliyet avantajı sağlaması gibi sebeplerle çalışma alanı olarak Muratpaşa ilçesi seçilmiş ve araştırma alanı sadece bu ilçe ile sınırlandırılmıştır.

## **4.2 Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Yöntemi**

### **4.2.1 Veri Toplama Yöntemi**

Sosyal içerikli araştırmalarda veri toplama yöntemi olarak genellikle anket kullanılmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.51). Sosyo kültürel bir çalışma olan araştırmamızda anket hazırlanırken konu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Emekli'nin (1998) Bergama'da, Özkul'un (2001) Marmaris'te, Özmen'in (2007) Akçakoca'da, Baykan'ın (2007) Ürgüp'te, Akman'ın (2007) Kaş'ta, Çalışkan ve Tütüncü'nün (2008) Kuşadası'nda yaptıkları çalışmaların konumuz ile benzerlikler gösterdiği anlaşılmıştır. Araştırmamızın kuramsal çerçevesi oluşturulurken bu çalışmalardan da yararlanılmıştır. Literatür taraması ve kuramsal çalışmanın yapılmasına müteakiben anket formu hazırlanmıştır. Muratpaşa ilçesinde turist ile yerel halkın sıkça karşılaştığı alanlarda tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen kişilere bu formla anket uygulanmıştır. Araştırmada sosyal ve kültürel yapı ve elemanlar dikkate alınarak katılımcılardan turizmin bu konular üzerindeki etkileri hakkında fikirleri alınmaya çalışılmıştır.

Hazırlanan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere; cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, gelir düzeyi ve Antalya'daki yaşama süreleri ile ilgili kapalı uçlu altı adet soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde katılımcıların, Antalya doğumlu olup olmadıkları, turistler ile iletişim kurup kurmadıkları, hangi yabancı dilde iletişim kurdukları, hangi amaçla iletişim kurdukları ve turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede çalışıp çalışmadıklarının tespiti için beş adet kapalı uçlu soru yöneltilmiştir. Anketin üçüncü bölümünde turizmin yöre halkı üzerindeki sosyo kültürel etkilerini belirlemek amacıyla otuz adet kapalı uçlu yargı cümlesi oluşturulmuştur.

#### 4.2.2 Evren ve Örneklem

Çalışmamızın ilk bölümünde Antalya'nın tarihi, idari yapısı, eski halkları ve günümüzdeki demografik yapısı incelenmiş mevcut durum tespit edilmiş idi (Bkz. Bölüm 1.1 Antalya'nın İdari Yapılanması). Bu ilk bölümdeki anlatıdan da anlaşılacağı üzere Attaleia'dan günümüze Antalya'nın geliştiği alan Kaleiçi yerleşmesidir. Kaleiçi yerleşmesi günümüzde Muratpaşa ilçesi mülki sınırları içinde yer almaktadır. (Bkz. Bölüm 1.1.1.1 Muratpaşa İlçesinin Genel Özellikleri). Antalya'nın sosyo kültürel yapısındaki değişimlerin daha iyi gözlenebildiği bir alan olması nedeniyle anket çalışmasının yapılacağı alan olarak Muratpaşa ilçesi seçilmiştir.

Araştırma sonuçlarının genellendiği, araştırma kapsamı içerisinde yer alan ortak özelliklere sahip birimler bütünü evren olarak tanımlanabilir. Bilimsel araştırmalarda çalışma evreninin tamamına ulaşılabileceği gibi çalışma evreni içerisinde belirli bir yöntem ile seçilebilecek örneklem aracılığı ile de temsil edilebilir (Ural ve Kılıç, 2006, s.33) Araştırmamızda örneklem alma yoluna gidilmiştir. Evren içerisinde örneklemi belirlemek için tesadüfî örnekleme yöntemi seçilmiştir. Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde Ryan'ın geliştirdiği model uygulanmıştır. Ryan'ın geliştirdiği model şu şekildedir (Ryan, 1995, s.24);

$$n = \frac{NPq}{\frac{(N-1) B^2 + Pq}{Z^2}}$$

Formülde yer alan sembollerin anlamları:

**n**= Örneklem sayısını

**N**= Araştırmaya konu olan topluluğu

**P**= Topluluk oranını veya tahminini

**q**= 1-P'yi

**B**= Katlanılabilir hata oranını

**Z**= İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

Buna göre;

N= 377.857

P= 0,5



$$q= 0,5$$

$$B= 0,05$$

$$Z= 1,96$$

$$n = \frac{377.857 (0,5) (0,5)}{\frac{(377.857 -1) (0,05)^2+ (0,5) (0,5)}{(1,96)^2}}$$

n= 384 kişi olarak belirlenmiştir.

Bu hesaplama göre araştırmanın örneklemini en az 384 kişiden oluşması gerekmektedir. Araştırmamızda tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilen 388 kişiyle görüşme yapılarak anket uygulanmıştır. Araştırmanın amacına uygun olması için anket uygulaması, Muratpaşa ilçesinde turiste yönelik hizmet sunan turizm ve ticaret işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu alanlarda gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması 2009 yılının Ekim-Kasım ve Aralık ayları içerisinde yapılmıştır. Yapılan anket sayısı (388) araştırma evrenini temsil edecek güçtedir.

Muratpaşa'ya gelen turistlerden ve turizm hareketlerinden yerel halk olumlu etkilenebileceği gibi olumsuz bazı etkilenmeler de gözlenebilir. Bu nedenle Muratpaşa ilçesinde turizmin olumlu veya olumsuz sosyo kültürel etkilerinin boyutunu belirleyebilmek için farklı değişkenlerle karşılaştırma yapılmış ve bulgular aşağıda aktarılmıştır.

#### 4.2.3 Veri Çözümleme Yöntemi

Araştırmamızda elde edilen veriler SPSS 13 for Windows programında değerlendirilmiştir. Verilerin güvenilirliği test edilmiş ve veri toplama aracı olarak kullanılan anketin güvenilirliği Cronbach Alpha=0.77 olarak gerçekleşmiştir. Güvenirlilik analizi, herhangi bir konuda örneklemini oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (yargı, önerme soru vb.), kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Ölçme aracını oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlılık gösterip göstermediği, aralarındaki ilişkinin (korelasyonun) ölçülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Güvenirlilik katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (Ural ve Kılıç, 2006, s.286).

Çalışmada ilk önce katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde dağılımları alınarak verilmiştir. İkinci olarak katılımcıların yörenin yerlisi olup olmadıklarının tespiti için Antalya doğumlu olup olmadıkları turistlerle iletişim kurup kurmadıkları, hangi dilde iletişim kurdukları, ne amaçla iletişim kurdukları ve turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları ile ilgili değişkenler frekans ve yüzde dağılımları ile çözümlenmiştir. Yörede yaşayan kişiler üzerinde turizmin sosyo kültürel etkilerinin incelendiği üçüncü bölümde yargılar beşli Likert ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Değerlendirmede her bir ifadenin frekans ve yüzde dağılımı alınmış, aynı zamanda aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları da hesaplanmıştır.

Ankette yer alan ve turizmin sosyo kültürel etkilerini belirlemek amacıyla oluşturulan yargıların cevapları olumlu yaklaşımdan olumsuz yaklaşıma doğru puanlanmıştır. Buna göre 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde puanlandırılarak değerlendirmeye alınmıştır. Katılımcıların anketteki yargılara verdikleri “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” cevapları onların, bu ifadeleri tercih etmedikleri, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” cevapları onların bu ifadeleri tercih ettikleri şeklinde yorumlanmış olup “Kararsızım” cevabını işaretleyenlerin söz konusu ifadede kararsız kaldıkları yönünde değerlendirilerek yorum bu yönde yapılmıştır. Anket uygulamasının tamamlanmasının neticesinde yukarıdaki puanlama ile değerlendirme yapılmıştır. Ankette yer alan katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemek amacıyla yüzde ve frekans yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir.

Katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik tüm görüşlerinin demografik özelliklerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık gösterip göstermediği parametrik testler kullanılarak analiz edilmiştir. Bu analizlerde iki grup için “Bağımsız Örneklemeler İçin (t) Testi” daha fazla grup için “Bağımsız Örneklemeler İçin Tek-Faktörlü Varyans Analizi” kullanılmıştır.

### **4.3 Bulgular ve Değerlendirme**

#### **4.3.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular**

Araştırmada ölçülmesi hedeflenen ana değişkenlerden bir tanesi Antalya halkının profilidir. Araştırmaya katılan yerel halkın cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, mesleği, aylık gelir

düzeyi, kaç yıldır Antalya’da yaşadığı şeklindeki demografik değişkenlerle ilgili bulgular tablo haline dönüştürülmüş ve katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulguların frekans ve dağılımları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 4.1 Katılımcıların Cinsiyeti**

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Bay	240	61,9
	Bayan	148	38,1
	<i>Toplam</i>	388	100,0

Yerel halkın turiste veya turizme bakış açısının belirlenmesinde cinsiyet önemli bir faktör olabilmektedir. Araştırmanın örneklemini içerisinde ağırlığın erkek katılımcılarda olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların yüzde 38,1’ni (148 kişi) bayanlar, yüzde 61,9’nu (240 kişisi) baylar oluşturmaktadır.

**Tablo 4.2 Katılımcıların Yaş Dağılımı**

Demografik Özellikler		f	%
Yaş	20-30	109	28,1
	31-40	119	30,7
	41-50	77	19,8
	51-60	57	14,7
	61 ve üzeri	26	6,7
	<i>Toplam</i>	388	100,0

Yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranı ve yaş grupları arasındaki görüş farklılığı önem taşımaktadır. Örneğin yaş ilerledikçe dini kaygılar, gelenek ve göreneklerin bozulması ile ilgili endişeler artmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı yüzde 30,7’si (119 kişi) 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Yaş değişkeni açısından araştırmaya katılan yerel halkın içerisinde ikinci büyük grubu yüzde 28,1 (109 kişi) oranla 20-30 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır. 41-50 yaş aralığında yer alan katılımcıların yüzde 19,8 (77 kişi) düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. 51-60 yaş aralığındaki katılımcıların oranı yüzde 14,7 (57 kişi) ve 61 yaş ve üzerindeki katılımcıların oranı ise yüzde 6,7 (26 kişi) seviyesindedir.

**Tablo 4.3 Katılımcıların Eğitim Durumu**

Demografik Özellikler		f	%
Eğitim	İlköğretim	36	9,3
	Lise	160	41,2

	Önlisans	46	11,9
	Lisans	130	33,5
	Lisansüstü	16	4,1
	<i>Toplam</i>	388	100,0

Öğrenim düzeyi arttıkça turizmin bu konudaki teşvik edici katkısı daha iyi anlaşılmaktadır. Dolayısıyla turizmin uzun vadede halkın öğrenim ve sosyo kültürel düzeyinin artmasında etkili olacağını veya hiçbir katkısı olmayacağını en iyi özümseyenler üniversite mezunları olabilecektir. (Bkz. Bölüm 1.6.6 Antalya'da Eğitim ve Öğretim). Katılımcıların yüzde 41,2'si (160 kişi) lise mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların yüzde 33,5'i (130 kişi) lisans mezunudur. Önlisans eğitimi alanların oranı yüzde 11,9 (46 kişi) düzeyindedir. Örneklem içerisinde ilköğretim mezunlarının oranı yüzde 9,3 (36 kişi) iken lisansüstü mezunlarının oranı yüzde 4,1'dir (16 kişi).

**Tablo 4.4 Katılımcıların Meslek Durumu**

Demografik Özellikler		f	%
Meslek	Çiftçi	5	1,2
	Tüccar	15	3,9
	Esnaf	106	27,3
	Serbest Meslek Erbabı	62	16,0
	İşçi	100	25,8
	Devlet memuru	19	4,9
	Emekli	45	11,6
	Ev hanımı	21	5,4
	Diğer	15	3,9
	<i>Toplam</i>	388	100,0

Turizm geleneksel bazı mesleklerin yok olmasına ve turizmin ihtiyaç duyduğu yeni mesleklerin ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Turizmin gelişebilmesi için turizmin ihtiyaç duyacağı eğitilmiş ve kalifiye işgücü ve mesleklerin de o yörede yeteri kadar bulunması gerekir. Bu nedenle yöredeki halkın icra ettiği meslek araştırmamızdaki yargılar açısından önemlidir. Araştırmamızdaki katılımcıların meslekleri ile ilgili verdikleri yanıtların dağılımı incelendiğinde esnaf ve işçilerin değerleri birbirine yakın ise de esnaf oranı yüzde 27,3 (106 kişi) ve işçi oranı da yüzde 25,8 (100 kişi) düzeyindedir. Bu iki grubu yüzde 16'lık (62 kişi) oranla serbest meslek erbabından oluşan grup izlemektedir. Araştırmaya katılanlar arasında emeklilerin oranı yüzde 11,6'dır (45 kişi). Katılımcıların yüzde 5,4'ü ev hanımı, yüzde 4,9'u (19 kişi) ise devlet memurudur. Araştırmamızdaki tüccar ve diğer meslek

sahipleri eşit oran (yüzde 3,9) ve sayıdaki (15'er kişi) katılımcılardır. Araştırmamızdaki katılımcılar arasında çiftçilerin oranı yüzde 1,2'dir (5 kişi).

**Tablo 4.5 Katılımcıların Aylık Gelir Düzeyi**

Demografik Özellikler		f	%
Aylık gelir düzeyi (TL)	550'den az	21	5.4
	551-1000 arası	116	29.9
	1001-1500 arası	100	25.8
	1501-2000 arası	69	17.8
	2001-3000 arası	49	12.6
	3001-4000 arası	15	3.9
	4001 ve üzeri	10	2.6
	<i>Toplam</i>	380	98.0

Araştırmada aylık gelir kavramı kullanılmıştır. Bazı katılımcılar aylık gelirleri ile ilgili bilgi vermekten kaçınmıştır. Katılımcılardan Tablo 4.6'da gösterilen aylık gelir gruplarından kendilerine uygun olanını işaretlemeleri istenmiştir. Antalya bölgesindeki turizm gelirinden kişiler mesleklerine göre farklı oranlarda pay almaktadır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların yüzde 29,9'luk (116 kişi) bölümü aylık 551-1000.-TL arasında bir gelire sahiptir. Ayda 1000-1500.-TL arası gelir elde edenlerin oranının yüzde 25,8 (100 kişi) olduğu görülmektedir. Aylık gelir açısından araştırmaya katılanların yüzde 17,8'i (69 kişi) 1501-2000.-TL arasında gelir elde etmektedir. Aylık 2001-3000.-TL arası gelir elde edenler yüzde 12,6 (49 kişi), 550.-TL'den az gelir elde edenler yüzde 5,4 (21 kişi), 3001-4000.-TL arası gelir elde edenler yüzde 3,9 (15 kişi), 4001.-TL ve üzerinde gelir edenler yüzde 2,6 (10 kişi) oranla örneklemede temsil edilmektedir. Bu bulgulara göre katılımcıların yarısından fazlası (yüzde 61,1'lik kısmı) 1.500.-TL'den daha az aylık kazanç elde etmektedir.

**Tablo 4.6 Katılımcıların Antalya'da Yaşama Süresi**

Demografik Özellikler		f	%
Antalya'da yaşama süresi	1 yıldan az	10	2.6
	1-5 yıl	45	11.6
	6-10 yıl	61	15.7
	11-15 yıl	54	13.9
	16-20 yıl	48	12.4
	21 yıl ve üzeri	170	43.8
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Antalya kent merkezine yakın alanlarda özellikle Kundu, Lara ve Konyaaltı gibi turizm bölgelerinde 1990'lı yılların başından itibaren birçok beş yıldızlı konaklama tesisi açılmış ve kentte konaklayan turist sayısı hızla artmıştır. 1990 yılından itibaren Antalya'da yaşayan katılımcıların Antalya'daki yaşam süresinin tespit edilmesi yerel halkın son 20 yıldır turizm sektöründe gözlemine ortaya koyabilecektir. Katılımcıların kentte yaşadıkları süre ile ilgili verdikleri cevabın yüzdesel dağılımına bakıldığında; yüzde 43,8'lik (170 kişi) bir oran 21 yıldan daha uzun bir süredir Antalya'da yaşamaktadır. 6-10 yıl arası Antalya'da yaşayan katılımcıların yüzdesi 15,7 (61 kişi)'dir. Katılımcıların yüzde 13,19'u (54 kişi) da 11-15 yıldır Antalya'da yaşamaktadır. Katılımcıların yüzde 12,4'ü (48 kişi) 16-20 yıldır Antalya'da yaşamakta iken. Yüzde 11,6'sı (45 kişi) 1-5 yıldır ve yüzde 2,6'sı (10 kişi) 1 yıldan daha az bir süredir Antalya'da yaşamaktadır. Mevcut verilere göre katılımcıların yüzde 70,1'i son 10 yıldır Antalya'da yaşamaktadır.

#### 4.3.2. Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığı, Turistlerle İletişim Durumu ve İletişim Yabancı Dili, İletişim Sebebi ve Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Elde Edilen Bulgular

**Tablo 4.7 Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığının Frekans ve Yüzdesi**

	Cevap	f	%
Antalya doğumlu musunuz?	Evet	130	33.5
	Hayır	258	66.5
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Araştırmamıza katılan yerel halkın yüzde 66,5'i (258 kişi) Antalya doğumlu olmadığını belirtirken yüzde 33,5'i de Antalya doğumlu olduğunu ifade etmiştir. Turizmin sosyo kültürel etkilerini belirlemede o bölgedeki yerel halkın görüşleri önemlidir.

**Tablo 4.8 Katılımcıların Turistlerle İletişim Durumu Frekans ve Yüzdesi**

	Cevap	f	%
Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kuruyor musunuz?	Evet	309	79.6
	Hayır	79	20.4
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Ekonomik kalkınma aracı olan turizmin gelişmesi için turist kabul eden bölgedeki yerel halkın turistle daha kolay iletişim kurabilmesi gerekir. Yerel halkın Antalya'ya gelen turistlerle iletişim kurup kurmadığının tespiti amacıyla yöneltilen soruya katılımcıların yüzde

79,6'sı (309 kişi) turistlerle iletişimde bulunduğunu belirtmiştir. Turistlerle hiç iletişimde bulunmadığını belirten katılımcıların oranı ise yüzde 20,4'tür (79 kişi).

**Tablo 4.9 Katılımcıların Turistlerle İletişimde Kullandıkları Yabancı Dile İlişkin Frekans ve Yüzdesi**

Antalya'yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kuruyorsunuz?	Yabancı Dili	f	%
	Yabancı dil bilmiyor		91
İngilizce		192	49.5
Almanca		64	16.5
Rusça		26	6.7
Diğer		15	3.9
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Katılımcıların turistlerle iletişimde kullandıkları yabancı dillerin oransal dağılımı dikkate alındığında katılımcıların en çok kullandığı yabancı dil yüzde 49.5 (192 kişi) ile İngilizcedir. Katılımcıların yüzde 16,5 (61 kişi) Almanca dilini iletişim dili olarak kullanmaktadır ki bu durumu bölgedeki özel kurslarda Almanca dilinin ikinci sırada yer alması da desteklemektedir. İlçedeki yerel halkın en çok kullandığı üçüncü yabancı dil yüzde 6,7 (26 kişi) ile Rusça gelmektedir ki bu durum özel kurslarda düzenlenen yabancı dil kurs sıralamasında Rusçanın da üçüncü sırada yer alması ile doğrulanmaktadır (Bkz. Bölüm 1.6.6. Antalya'da Eğitim ve Öğretim). Katılımcılar bu üç dilin dışında diğer ülke dillerini de belirtmişlerdir ancak bu yabancı diller yüzde 3,9 (15 kişi) oranında olduğundan çalışmamızda ayrıca belirtilmemiştir. Katılımcıların yüzde 23.4 (91 kişi) herhangi bir yabancı dil bilmediğini ifade etmiştir.

**Tablo 4.10 Katılımcıların Turistlerle İletişim Sebebine İlişkin Frekans ve Yüzdesi**

Antalya'yı ziyaret eden turistlerle ne tür bir iletişim kuruyorsunuz?	İletişimdeki Amaç	f	%
	Hiç iletişim kurmuyor		66
Yabancı dil geliştirme		31	8.0
Arkadaşlık etme		31	8.0
Ekonomik		185	47.7
Yabancı bir kültürü tanıma		17	4.4
Diğer		58	14.9
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Katılımcıların turistlerle hangi sebeplerle iletişimde bulduklarını belirlemeye yönelik soruya verdikleri cevaba göre, katılımcıların yüzde 47,7'si (185 kişi) ekonomik nedenlerle iletişim kurmaktadır. Buradaki ekonomik amaçlı iletişim, mal veya hizmet alışverişini sağlamak gayesiyle kurulan iletişim türüdür. Mal veya hizmet alışverişine yönelik sektörde iletişim için yabancı dil zorunlu bir gerekliliktir. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 17'si (66 kişi) turistlerle herhangi bir iletişimde bulunmamaktadır. Katılımcıların yüzde 14,9'u (58 kişi) turistlerle çeşitli sebeplerle iletişim kurduklarını belirtmiştir. Katılımcılardan 31 kişilik bir grup (yüzde 8) yabancı dilini geliştirmek için turistlerle iletişimde bulunduğunu belirtirken, diğer yüzde 8'lik bir grup katılımcı ise arkadaşlık etmek için turistlerle iletişimde bulunmaktadır. Yabancı bir kültürü tanımak için turistlerle iletişimde bulunanların oranı yüzde 4,4'tür (17 kişi).

**Tablo 4.11 Katılımcıların Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Frekans ve Yüzdesi**

Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede mi çalışıyorsunuz?	Cevap	f	%
	Evet		164
Hayır		224	57.7
	<i>Toplam</i>	388	100.0

Katılımcıların yüzde 57,7'si (224 kişi) turizm sektörü dışındaki bir alanda çalışmaktadır. Turizm sektöründe çalıştığını belirten katılımcıların oranı yüzde 43,3'tür (164 kişi).

#### 4.3.3 Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine İlişkin Bulgular

**Tablo 4.12 Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Algılara İlişkin Bulgular**

İfadeler	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Toplam		$\bar{X}$	s.s.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1. Antalya'da turizm sayesinde yeni dostluklar kurulmaktadır.	122	31,44	202	52,06	27	6,96	22	5,67	15	3,87	388	100,00	4,02	0,98
2. Antalya halkı turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turistin gelmesini istemektedir.	138	35,57	159	40,98	50	12,89	32	8,25	9	2,32	388	100,00	3,99	1,01



3. Antalya'ya gelen turistler yaşam biçimimize ayak uydurmaktadır.	33	8,51	114	29,38	84	21,65	130	33,51	27	6,96	388	100,00	2,99	1,12
4.Yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir.	36	9,28	103	26,55	53	13,66	156	40,21	40	10,31	388	100,00	2,84	1,20
5.Turistler yerel halk ile iletişim kurmaktan çekinmektedir.	30	7,73	92	23,71	74	19,07	148	38,14	44	11,34	388	100,00	2,78	1,16
6. Antalya'daki insanlar turistlerin davranışlarını taklit etmektedir.	43	11,08	103	26,55	70	18,04	134	34,54	37	9,54	387	99,74	2,94	1,21
7.Turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlar.	89	22,94	188	48,45	38	9,79	49	12,63	24	6,19	388	100,00	3,69	1,14
8. Antalya'da turizmin daha fazla gelişmesini istemiyorum.	41	10,57	36	9,28	22	5,67	112	28,87	176	45,36	387	99,74	2,10	1,36
9.Turizm Antalya'da halkın günlük konuşma dilinin (şivenin) değişmesine sebep olmaktadır.	30	7,73	101	26,03	44	11,34	129	33,25	83	21,39	387	99,74	2,65	1,29
10.Turizm Antalya hakkında yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yaratmaktadır.	164	42,27	187	48,20	14	3,61	16	4,12	5	1,29	386	99,48	4,24	0,87
11.Turizm Antalya'da değişik eğlence anlayışlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.	129	33,25	205	52,84	21	5,41	29	7,47	4	1,03	388	100,00	4,10	0,88
12.Turizm değişik dini inançların Antalya halkı tarafından kabul görmesine imkân vermektedir.	66	17,01	180	46,39	65	16,75	49	12,63	27	6,96	387	99,74	3,53	1,14
13.Turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır.	86	22,16	179	46,13	37	9,54	68	17,53	17	4,38	387	99,74	3,63	1,15
14.Turizm Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olmaktadır.	78	20,10	168	43,30	57	14,69	67	17,27	18	4,64	388	100,00	3,57	1,13
15. Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.	77	19,85	173	44,59	83	21,39	42	10,82	13	3,35	388	100,00	3,67	1,02
16. Turistler Antalya halkına karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.	84	21,65	217	55,93	54	13,92	22	5,67	11	2,84	388	100,00	3,88	0,91
17.Turizm sezonunda Antalya'da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır.	99	25,52	187	48,20	46	11,86	44	11,34	12	3,09	388	100,00	3,82	1,04
18.Turizm sayesinde Antalya'da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır.	94	24,23	178	45,88	47	12,11	53	13,66	16	4,12	388	100,00	3,72	1,10
19.Turistler Antalya kültürüne, folkloruna, sanata, yöre mutfağına ve yöre insanının	104	26,80	206	53,09	37	9,54	29	7,47	12	3,09	388	100,00	3,93	0,97

yaşam biçimine ilgi duymaktadır.														
20.Turistler Antalya'daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilemektedir.	22	5,67	54	13,92	88	22,68	167	43,04	57	14,69	388	100,00	2,53	1,08
21.Antalya'da turizm faaliyetleri gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	53	13,66	87	22,42	74	19,07	134	34,54	39	10,05	387	99,74	2,94	1,24
22.Turizm Antalya'da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır.	59	15,21	90	23,20	68	17,53	126	32,47	44	11,34	387	99,74	2,98	1,28
23.Turizm sezonunda Antalya'da kavga ve darp olayları artmaktadır.	40	10,31	85	21,91	82	21,13	144	37,11	37	9,54	388	100,00	2,86	1,17
24.Turizm Antalya'da fuhuşun artmasına sebep olmaktadır.	67	17,27	105	27,06	76	19,59	99	25,52	41	10,57	388	100,00	3,15	1,27
25.Antalya insanının aile yaşantısı turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir.	43	11,08	91	23,45	57	14,69	141	36,34	56	14,43	388	100,00	2,80	1,26
26.Antalya gelenek, örf ve adetleri turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir.	35	9,02	86	22,16	52	13,40	152	39,18	63	16,24	388	100,00	2,69	1,24
27.Turizm Antalya'nın yerel kültürünü olumsuz yönde etkilemektedir.	27	6,96	72	18,56	51	13,14	170	43,81	68	17,53	388	100,00	2,54	1,18
28.Antalya'da turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır.	103	26,55	175	45,10	54	13,92	39	10,05	17	4,38	388	100,00	3,79	1,08
29.Bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır.	63	16,24	146	37,63	80	20,62	74	19,07	22	5,67	385	99,23	3,37	1,17
30.Turizm sayesinde farklı kültürler hakkında yeni şeyler öğrenmek beni mutlu etmektedir.	172	44,33	164	42,27	24	6,19	21	5,41	7	1,80	388	100,00	4,22	0,92

“Antalya'da turizm sayesinde yeni dostluklar kurulmaktadır” yargısı için alınan katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=4,02$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu oransal verinin ortaya koyduğu tabloya göre katılımcıların büyük bir bölümü (yüzde 83,5) turizm sayesinde yeni dostluklar kurulduğuna inanmaktadır. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; ankete katılanların toplam olarak yüzde 83,5'i bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yönde görüş bildirmiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum”

diyenler toplam olarak yüzde 9,54'lük bir dilimi oluşturmaktadır. Söz konusu yargı için “Kararsızım” diyenlerin oranı ise yüzde 6,96’dır.

“Antalya halkı turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turist gelmesini istemektedir” yargısı için alınan katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=3,99$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu oransal verinin ortaya koyduğu tabloya göre yerel halkın çoğu turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turist gelmesini istemektedir. Bu yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların çoğu yüzde 76,55’i bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yönde görüş bildirmiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenler toplam olarak 10,57’lik bir dilimi oluşturmaktadır. Söz konusu yargı için “Kararsızım” diyenlerin oranı ise yüzde 12,89’dur.

“Antalya’ya gelen turistler yaşam biçimimize ayak uydurmaktadır” yargısına olumlu görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=2,99$ )’dur. Bu oransal verinin ortaya koyduğu tabloya göre yerel halkın yarısına yakını Antalya’ya gelen turistlerin yerel halkın yaşam biçimine ayak uydurmadığı yönündedir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların yüzde 40,47’si bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz yönde görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 21,65’i ise bu yargıda kararsız kalmıştır. Katılımcıların yüzde 37,89’u bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yönde görüş bildirmiş ise de halkın anlatısı da dikkate alındığında ilçedeki genel kanı turistlerin yerel halkın yaşam biçimine ayak uydurmadığı yönündedir.

“Yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir” yargısına cevap veren katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,84$ ) olup bu oransal verinin ortaya koyduğu tabloya göre katılımcıların yarısı bu yargıya katılmamaktadır. Katılımcılar turistlere alışmış ve turistlerle iletişim kurmaktan çekinmemektedir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların yüzde 50,52’si bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek bu yargının tersi yönde görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 13,66’ı bu yargıya katılmakta kararsız iken, katılımcıların yüzde 35,83’ü “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek bu yargı ile aynı görüşü paylaşmaktadır. Katılımcıların yarısı turistlerle iletişim kurmaktan çekinmediğini ifade etmiş ise de azımsanmayacak bir kesim turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir.

“Turistler yerel halk ile iletişim kurmaktan çekinmektedir” yargısına cevap veren katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,78$ ) olup bu oransal verinin ortaya koyduğu tabloya göre katılımcılar bu yargıya katılmamaktadır. Turistlerin yerel halk ile çeşitli amaçlarla iletişim kurması lüzumuna binaen bir zorunluluktur. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların yüzde 49,48’si bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek bu turistlerin yerel halk ile kolayca iletişim kurabildiği yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 19,07’i ise bu yargıda kararsızdır. Katılımcıların yüzde 31,44’ü “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek bu yargı ile aynı görüşü paylaşmaktadır.

“Antalya’daki insanlar turistlerin davranışlarını taklit etmektedir” yargısına cevap veren katılımcıların görüşleri alındığında, ortalama ( $\bar{X}=2,94$ ) olarak ortaya çıkmıştır. Bu oransal veriye göre katılımcıların çoğu bu yargıya katılmamaktadır. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına bakıldığında katılımcıların yüzde 44,08’i bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 37,63’ü “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek bu yargı ile aynı görüştedir. Katılımcıların yüzde 18,04’ü ise bu yargıda kararsızdır.

“Turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlar” yargısına cevap veren katılımcıların görüşleri dikkate alındığında, ortalama ( $\bar{X}=3,69$ ) olarak ortaya çıkmıştır. Bu oransal veriye göre katılımcıların çoğu bu yargıya olumlu yönde katılmaktadır. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına baktığımızda katılımcıların büyük çoğunluğu yüzde 71,39’u bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek yargıya katılmaktadır. Bu yargıya katılmayanların yüzde 18,82’si “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 9,79’u ise bu yargıda kararsızdır.

“Antalya’da turizmin daha fazla gelişmesini istemiyorum” yargısı katılımcıların görüşüne sunulmuş ve ortaya ( $\bar{X}=2,10$ )’luk bir ortalama çıkmıştır. Bu oransal veriye göre katılımcıların büyük çoğunluğu bu yargıya katılmamaktadır. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına baktığımızda katılımcıların büyük çoğunluğu yüzde 74,23’ü bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmiştir. “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildirenlerin oranı yüzde 19,85’tir. Katılımcıların yüzde 5,67’si bu yargıda kararsızdır. Katılımcıların büyük çoğunluğu Antalya’da turizmin daha fazla gelişmesini istemektedir.

“Turizm Antalya’da halkın günlük konuşma dilinin (şivenin) değişmesine sebep olmaktadır” yargısı için katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,65$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu ortalamadan ve yüzde dağılımlarından anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük çoğunluğu bu yargıya katılmamaktadır. Katılımcılar yerel halkın dilinin (şivesinin) değişmediğini ifade etmektedir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına baktığımızda katılımcıların yarısından fazlası (yüzde 54,64’ü) bu yargı için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” demiştir. “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek görüş bildiren katılımcıların yüzdesi 33,76 olması günlük konuşma dilinde bir değişimin gözlemlendiği yönünde sinyal vermektedir. Katılımcıların yüzde 11,34’ü bu yargıda kararsızdır.

“Turizm Antalya halkında yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yaratmaktadır” yargısı için katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=4,24$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu ortalamadan ve yüzde dağılımlarından anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük çoğunluğu bu yargıya katılmaktadır. Katılımcıların bu görüşünden hareket edildiğinde turizmin yerel halk üzerinde yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yarattığı söylenebilir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların neredeyse tamamı (yüzde 90,47’i) bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” demiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı yüzde 5,41 gibi çok düşük bir orandır. Katılımcıların yüzde 3,61’i bu yargıda kararsızdır.

“Turizm Antalya’da değişik eğlence anlayışlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır” yargısı için katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=4,10$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu ortalamaya göre katılımcıların büyük çoğunluğu bu yargıya katılmaktadır. Bu görüşe göre turizm Antalya’da değişik eğlence anlayışı ortaya çıkarmıştır. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına göre katılımcıların yüzde 86,09’u bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu katılım göstermiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı ise yüzde 8,5 gibi düşük bir orandır. Katılımcıların yüzde 5,41’i bu yargıya katılmakta kararsızdır.

“Turizm değişik dini inançların Antalya halkı tarafından kabul görmesine imkân vermektedir” yargısı dikkate alındığında katılımcıların görüşleri ortalaması ( $\bar{X}=3,53$ )’tür. Katılımcılara göre Antalya’da değişik dini inançlar halk tarafından kabul görmekte ve halkın anlatısına göre yörede dini hoşgörü anlayışı ortaya çıkarmıştır. Bu yargının yüzdesel değerlerine baktığımızda katılımcıların yüzde 63,4’ü bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve

“Katılıyorum” diyerek olumlu yanıt vermiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı yüzde 19,59’luk bir orandır. Bu yargıdaki kararsızların oranı ise yüzde 16,75’tir.

“Turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır” yargısında katılımcıların görüşleri ortalaması ( $\bar{X}=3,63$ )’tür. Bu katılımcıların çoğuna göre turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmuştur. Bu yargının yüzdesel değerlerine göre katılımcıların yüzde 68,29’u “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yanıt vermiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı yüzde 21,97’lik bir orandır. Bu yargıdaki kararsızların oranı yüzde 9,54’tür.

“Turizm Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olmaktadır” yargısında katılımcıların görüşleri ortalaması ( $\bar{X}=3,57$ ) olarak gerçekleşmiştir. Turizmin Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olduğu yönündeki katılımcı görüşü daha ağır basmaktadır ki bu yargıyı yüzdesel değerler ile ifade ettiğimizde katılımcıların yüzde 63,4’ü “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yanıt vermiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı ise yüzde 21,91 olarak gerçekleşirken, kararsızların oranı yüzde 14,69’dur.

“Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır” yargısı katılımcıların görüşlerine sunulmuş ve ortalaması ( $\bar{X}=3,67$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu yargıda belirtilen görüşe göre Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır. Yargıyı yüzdesel değerler ile ifade ettiğimizde katılımcıların yüzde 64,44’ü “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yanıt vermiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenler yüzde 14,17’lik bir oran ile olumsuz görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı bu yargıda oldukça yüksek çıkmıştır. Kararsız oranı yüzde 21,39’dur.

“Turistler Antalya halkına karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır” yargısı katılımcıların görüşlerine sunulmuş ve ortalaması ( $\bar{X}=3,88$ ) olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların bu yargıya belirttikleri görüş Antalya halkının turistlerden yeteri kadar saygılı ve arkadaşça davranış gördükleri yönündedir. Yargıyı yüzdesel değerler ile ifade ettiğimizde katılımcıların yüzde 77,58’i (ki yüksek bir orandır) bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek olumlu yanıt vermiştir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum”

diyenler yüzde 8,51 gibi düşük bir orandır. Kararsız katılımcı oranı bu yargıda yüzde 13,92 gibi sonuç çıkmıştır.

“Turizm sezonunda Antalya’da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır” yargısında görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=3,82$ ) olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların bu yargıya belirttikleri olumlu görüşün yüzdesel değeri 73,72 gibi yüksek bir orandır. Halkın görüşüne göre geçmiş yıllara nazaran turizm sezonunda daha fazla kültürel ve sanatsal etkinlik yapılmaktadır. Mevcut etkinliklerin bir neticesi olarak bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin olumlu yanıtı yüksek çıkmıştır. Bu yargıya olumsuz görüş bildiren ve “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenlerin oranı 14,43’tür. Kararsız katılımcı oranı bu yargıda yüzde 11,86’dır.

“Turizm sayesinde Antalya’da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır” yargısında görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=3,72$ ) olarak gerçekleşmiştir ki bu oran bu yargıya olumlu yönde görüş bildiren katılımcı yüzdesinin yüksek olduğunu da gösterir. Yargıya olumlu görüş bildiren ve “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 70,11’dir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diye olumsuz görüş bildirenlerin oranı yüzde 17,78’dir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 12,11’dir.

“Turistler Antalya kültürüne, folkloruna, sanata, yöre mutfağına ve yöre insanının yaşam biçimine ilgi duymaktadır” yargısında görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=3,93$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu yargıya olumlu yönde görüş bildiren katılımcı yüzdesi oldukça yüksektir. Yargıya olumlu görüş bildiren ve “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 79,89 gibi yüksek bir orandır. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyen katılımcıların oranı yüzde 10,56’dır. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 9,54’tür.

“Turistler Antalya’daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilemektedir” yargısında katılımcıların görüşleri ortalaması ( $\bar{X}=2,53$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu yargıya olumlu görüş bildiren ve “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 19,59 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların yarısından çoğu (yüzde 57,73) bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 22,68’dir. Halkın anlattısına

göre bazı milletten ziyaretçilerin otel veya restoranlardaki olayına münferit olumsuz davranışları halk arasında duyularak yayılmaktadır. Bu yargıdaki kararsız katılımcı oranının daha yüksek çıkmasına halk arasındaki duyuların vesile olduğunu söyleyebiliriz.

“Antalya’da turizm faaliyetleri gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir” yargısında katılımcıların görüşleri ortalaması ( $\bar{X}=2,94$ )’tür. Katılımcıların önemli bir kısmı bu yargıya olumlu görüş bildirmiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 36,08’dir. Halkın anlatısı ve gözlemine göre son yıllarda gençler turistlerde görülen bazı tutum ve davranışları benimsemekte ise de bu değişimin sadece turizm kaynaklı olmadığı TV, sinema vb yazılı-görsel medyanın da gençlerin tutum ve davranışlarının değişmesinde etkisi bulunmaktadır. Katılımcıların yarısına yakını (yüzde 44,59) bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 19,07’dir.

“Turizm Antalya’da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır” yargısına görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=2,98$ ) olarak tespit edilmiştir. Halkın anlatısına göre son yıllarda alkol ve uyuşturucu gibi zararlı maddeler kullananların arttığı gözlemekte ise de bu sorun turizm kaynaklı olmaktan ziyade artan kent nüfusunun sosyal sorunudur. Bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 38,41’dir. Katılımcıların önemli bir kısmı bu yargıya olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcıların yarısına yakını (yüzde 43,81) “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek bu yargıya olumsuz yönde görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 17,53’tür.

“Turizm sezonunda Antalya’da kavga ve darp olayları artmaktadır” yargısına görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=2,86$ ) olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların yarısına yakını (yüzde 46,65) “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek bu yargıya olumsuz yönde görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 21,13’tür. Bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı ise yüzde 32,22’dir.

“Turizm Antalya’da fuhuşun artmasına sebep olmaktadır” yargısına görüş bildiren katılımcıların ortalaması ( $\bar{X}=3,15$ ) olarak ölçülmüştür. Halkın anlatısına göre turizm sezonunda bazı ziyaretçilerin turist kisvesi altında fuhuş amacıyla yöreye geldiği ve bu vesileyle fuhuşun arttığının gözlemlendiği, ancak özellikle kararsız olan katılımcı grubun yerleşik



görüşüne göre; her ne kadar turizm sezonunda fuhuş artıyor ise de bu olayın turizmle doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır. Bu yargıya “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı ise yüzde 44,33’tür. Katılımcıların yüzde 36,09’u “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek bu yargıya olumsuz yönde görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcı oranı ise yüzde 19,59’dur.

“Antalya insanının aile yaşantısı turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir” yargısı için katılımcıların görüşleri alınmış ve katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,80$ ) olarak gerçekleşmiştir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımı şu şekildedir; katılımcıların toplam olarak yüzde 34,53’ü bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini belirtmiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildiren katılımcıların oranı ise yüzde 50,77’dir. Bu olumsuz görüşün ortalaması dikkate alındığında katılımcıların yarısı aile yaşantılarının turizmden etkilenmediğini düşünmektedir. Kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 14,69’dur.

“Antalya gelenek, örf ve adetleri turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir” yargısı için katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,69$ ) olarak belirlenmiştir. Yargıya ilişkin yüzde dağılımına bakıldığında katılımcıların toplam olarak yüzde 31,18’i bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini işaretlemiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildiren katılımcıların toplam oranı yüzde 55,42’dir. Bu olumsuz görüşe göre katılımcıların yarısından çoğu gelenek, örf ve adetlerin turizmden olumsuz yönde etkilenmediğini düşünmektedir. Kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 13,40’tır.

“Turizm Antalya’nın yerel kültürünü olumsuz yönde etkilemektedir” yargısına cevap veren katılımcıların görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=2,54$ ) olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların toplam olarak yüzde 25,52’i bu yargı için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini işaretlemiştir. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildiren katılımcıların toplam oranı yüzde 61,34’tür. Katılımcıların yarısından çoğu bu yargı için olumsuz görüş belirtmiş olup katılımcılara göre turizmin yerel kültürü olumsuz yönde etkilemediği sonucu daha ağır basmaktadır. Kararsız katılımcıların oranı yüzde 13,14’tür.

“Antalya’da turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır” yargısında katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=3,79$ ) olarak gerçekleşmiştir. Bu yargı için katılımcıların yüzde 71,65’i “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini işaretlemiştir. Bu olumlu yaklaşıma göre katılımcılar turizmin olumlu etkilerini daha fazla gözlemlemiştir diyebiliriz. Bu yargıya “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildiren katılımcıların toplam oranı yüzde 14,43’tür. Kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 13,92’dir.

“Bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır” yargısına yanıt veren katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=3,37$ ) olarak ölçülmüştür. Bu yargı için katılımcıların yarısından çoğu (yüzde 53,87’si) “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini işaretlemiştir. Yargıya olumsuz olarak “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyen katılımcıların toplam oranı ise yüzde 24,74’tür. Kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 20,62 gibi yüksek bir oran olup katılımcıların turizmin yerel kültürün gelişimine yaptığı katkıda tereddütlerinin olduğu şeklinde değerlendirilmiştir.

“Turizm sayesinde farklı kültürler hakkında yeni şeyler öğrenmek beni mutlu etmektedir” yargısına yanıt veren katılımcı görüşlerinin ortalaması ( $\bar{X}=4,22$ ) gibi yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Bu yargı için katılımcıların büyük çoğunluğu (yüzde 86,6’sı) “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçeneklerini işaretleyerek olumlu görüş bildirmiştir. Yargıya olumsuz görüş bildiren ve “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyen katılımcıların toplam oranı ise yüzde 7,21 olup kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 6,19’dur.

#### **4.3.4 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular**

Aşağıdaki tablolarda Muratpaşa ilçesindeki katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin bulgular yer almaktadır.

**Tablo 4.13 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin (t) Testi Sonuçları)**

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	ss	t	p
Bay	240	3,36	0,41	2,219	0,027*
Bayan	148	3,27	0,39		

\*p<0,05

Tablo 4.14'te belirtilen sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşleri cinsiyete göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir (t=2,22; p<0,05). Bu duruma göre bayan katılımcıların sosyo kültürel etkilere yönelik görüşleri ( $\bar{X}$ =3,27), bay katılımcıların görüşleriyle benzerlik göstermemektedir ( $\bar{X}$ =3,36).

**Tablo 4.14 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Yaşlarına Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Yaş	N	$\bar{X}$	ss	F	p
20-30	109	3,32	0,41	0,982	0,417
31-40	119	3,30	0,41		
41-50	77	3,32	0,40		
51-60	57	3,42	0,39		
61 ve üzeri	26	3,30	0,42		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

Tablo 4.14'de Muratpaşa'daki katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin yaş gruplarına göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklemeler için tek faktörlü varyans analizi sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri yaş gruplarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir (F=0,982; p>0,05).

**Tablo 4.15 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Eğitim Düzeylerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Eğitim	N	$\bar{X}$	ss	F	p
İlköğretim	36	3,51	0,51	2,801	0,026
Lise	160	3,34	0,41		
Ön Lisans	46	3,36	0,35		
Lisans	130	3,26	0,37		
Yüksek Lisans	16	3,32	0,41		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

\*p<0,05

Tablo 4.15’de Muratpaşa halkından katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin eğitim düzeylerine göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklem için tek faktörlü varyans analizi sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri eğitim düzeylerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir ( $F=2,801$ ;  $p<0,05$ ). Bu sonuca göre ilköğretim mezunlarının turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik ortalama ( $\bar{X}=3,51$ ) olup lisans mezunlarının ortalaması ( $\bar{X}=3,26$ )’dır. Bu sonuca göre ilköğretim mezunları turizmin sosyo kültürel etkileri ile ilgili daha olumlu görüşe sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 4.16 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Mesleklerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Meslek	N	$\bar{X}$	ss	F	p
Çiftçi	5	3,13	0,52	0,671	0,717
Tüccar	15	3,41	0,40		
Esnaf	106	3,34	0,42		
Serbest Meslek Erbabı	62	3,27	0,42		
İşçi	100	3,31	0,37		
Devlet Memuru	19	3,28	0,25		
Emekli	45	3,38	0,45		
Ev Hanımı	21	3,42	0,46		
Diğer	15	3,34	0,36		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

Tablo 4.16’da yerel halktan katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin mesleklerine göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklem için tek faktörlü varyans analizi sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri mesleklere göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir ( $F=0,671$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.17 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Aylık Gelir Düzeyine (TL) Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Aylık Gelir Düzeyi	N	$\bar{X}$	ss	F	p
550'den az	21	3,39	0,42	0,951	0,459
551-1000 arası	116	3,30	0,42		
1001-1500 arası	100	3,35	0,38		
1501-2000 arası	69	3,27	0,40		
2001-3000 arası	49	3,31	0,34		
3001-4000 arası	15	3,51	0,49		
4001 ve üzeri	10	3,27	0,55		
TOPLAM	380	3,32	0,40		

Tablo 4.17’de katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin aylık gelir düzeyine (TL) göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklem için tek faktörlü varyans analizi sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri aylık gelir düzeyine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir (F=0,951; p>0,05).

**Tablo 4.18 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya’da Yaşama Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Antalya’da Yaşama Süresi	N	$\bar{X}$	ss	F	p
1 yıldan az	10	3,36	0,50	2,233	0,05
1-5 yıl	45	3,17	0,35		
6-10 yıl	61	3,31	0,36		
11-15 yıl	54	3,33	0,39		
16-20 yıl	48	3,28	0,43		
21 yıl üzeri	170	3,39	0,41		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

p=0,05

Tablo 4.18’de katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin Antalya’da yaşama sürelerine göre karşılaştırıldığı bağımsız örneklem için tek faktörlü varyans analizi sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri Antalya’da yaşama sürelerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık göstermemektedir (F=2,233; p=0,05). Antalya’da 21 yıl ve üzeri ( $\bar{X}=3,39$ ) bir

süredir yaşayanların görüşleri diğer grupların görüşlerine göre biraz farklılık göstermekte olup bu gruptakilerin turizmin sosyo kültürel etkilerini gözleyebildikleri daha belirgindir.

#### 4.3.5 Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığı, Turistlerle İletişim Durumu ve İletişim Yabancı Dili, İletişim Sebebi ve Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Özelliklerin Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

**Tablo 4.19 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya Doğumlu Olup Olmaması Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları)**

Antalya doğumlu musunuz?	N	$\bar{X}$	ss	t	p
Evet	130	3,40	0,42	2,432	0,015
Hayır	258	3,29	0,39		

\*p<0,05

Tablo 4.19'da katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşlerinin Antalya doğumlu olup olmamasına göre karşılaştırılmış ve analiz sonucuna göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri Antalya doğumlu olması veya olmaması durumuna göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermektedir (t=2,432; p<0,05). Bu sonuca göre Antalya doğumluların ( $\bar{X}$ =3,40) görüşleri ile Antalya doğumlu olmayanların ( $\bar{X}$ =3,29) görüşleri arasında fark bulunmaktadır. Antalya doğumlu katılımcılar turizmin sosyo kültürel etkilerine daha olumlu bakmaktadır.

**Tablo 4.20 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle İletişim Kurması Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları)**

Turistlerle İletişim Kuruyor musunuz?	N	$\bar{X}$	ss	t	p
Evet	309	3,34	0,41	1,301	0,194
Hayır	79	3,27	0,38		

Tablo 4.20'de katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşleri Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kurması durumuna göre karşılaştırılmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kurması durumuna göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir (t=1,301; p>0,05).

**Tablo 4.21 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle Hangi Yabancı Dilde İletişim Kurduğu Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

İletişimde Kullanılan Yabancı Dil	N	$\bar{X}$	ss	F	p
Yabancı dil bilmiyor	91	3,30	0,37	0,407	0,804
İngilizce	192	3,34	0,40		
Almanca	64	3,34	0,49		
Rusça	26	3,25	0,29		
Diğer	15	3,34	0,45		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

Tablo 4.21’de katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşleri Antalya’yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kurduğu durumuna göre karşılaştırılmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri turistlerle iletişimde kullanılan yabancı dil durumuna göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir ( $F=0,407$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.22 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Antalya'yı Ziyaret Eden Turistlerle Ne Tür Bir İletişim Kurduğu Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler İçin Tek Faktörlü Varyans Analizi Sonuçları)**

Turistlerle Ne Tür İletişim Kuruluyor	N	$\bar{X}$	ss	F	p
Hiç iletişim kurmuyor	66	3,28	0,39	1,511	0,185
Yabancı dil geliştirme	31	3,49	0,44		
Arkadaşlık etme	31	3,32	0,34		
Ekonomik (alış-veriş)	185	3,34	0,41		
Yabancı bir kültürü tanıma	17	3,28	0,34		
Diğer	58	3,27	0,40		
TOPLAM	388	3,33	0,40		

Tablo 4.22’te katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşleri Antalya’yı ziyaret eden turistlerle ne tür bir iletişim kurduğu durumuna göre karşılaştırılmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine

ilişkin görüşleri katılımcıların turistlerle kurdukları iletişim durumuna göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir ( $F=1,511$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.23 Katılımcıların Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Görüşlerinin Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir İşletmede Çalışıp Çalışmama Durumuna Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem (t) Testi Sonuçları)**

Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede mi çalışıyorsunuz?	N	$\bar{X}$	ss	t	p
Evet	164	3,36	0,44	1,478	0,140
Hayır	224	3,30	0,38		

Tablo 4.23'te katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine yönelik görüşleri turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede çalışıp çalışmama durumuna göre karşılaştırılmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerine ilişkin görüşleri katılımcıların turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede çalışıp çalışmaması durumuna göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir ( $F=1,478$ ;  $p>0,05$ ).

#### 4.3.6 Araştırma Bulgularının Yorumu

Turizmin etkileri, sistemin değerlerinde ve davranışlarda bazı değişimleri ortaya çıkardığı zaman, yerel halkın kimliğinin varlığını tehdit etmeye başlamaktadır. Dahası bu değişimler çoğunlukla, toplumun yapısında, aile ilişkilerinde, ortak yaşam tarzında, kutlama biçimlerinde ve ahlak kurallarında ortaya çıkmaktadır (<http://www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/coastlearn-r/tourism/why-socioimpacts.htm> (14.10.09)).

Bu bölümde Antalya ile ilgili demografik verilerden ve literatürdeki çalışmalardan yararlanılmak suretiyle araştırmamızdaki bulgular yorumlanmıştır.

#### Demografik Özelliklere İlişkin Bulguların Yorumu;

1.Katılımcıların cinsiyeti; TÜİK, 2008 yılı verilerine göre Muratpaşa ilçesinin nüfusu 377.857 kişidir. Antalya il nüfusunun yüzde 20,33'ü Muratpaşa ilçesinin nüfusundan oluşmaktadır. Muratpaşa ilçe nüfusunun yüzde 50,46 (190.673 kişi) kadınlar ve yüzde 49,54'ü (187.184 kişi) erkeklerden oluşmaktadır. Muratpaşa ilçesi nüfusunun cinsiyet oranı 98'dir



yani 100 kadına düşen erkek sayısı 98'dir. Araştırmanın örneklemini içerisinde ağırlık erkek katılımcılardadır. Kadın katılımcı oranının erkek katılımcı oranından daha düşük olmasının nedeni, ankete katılması için öneride bulunulan bazı bayanların sebep belirtmeksizin anket çalışmasına katılmaktan özellikle kaçınmış olmasıdır. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 38,1 (148 kişi) bayanlar, yüzde 61,9 (240 kişi) baylardan oluşmaktadır.

2. Katılımcıların Yaş Dağılımı; Turizm ile yaş grupları arasında ilişki kurulduğunda genel olarak 15-29 yaş arasındaki genç nüfus dikkate alınmaktadır. Antalya'daki 15-29 yaş grubu; 231.784 erkek (yüzde 12,47) ve 228.682 kadın (yüzde 12,30) olmak üzere 460.466 kişiden (yüzde 24,77) oluşmaktadır. Antalya ilinde 20-24 yaşları arasındaki nüfusun toplamı 139.248 kişidir (yüzde 7,49). Bu nüfusun 67.112 kişisi (yüzde 3,61) erkeklerden, 72.136 kişisi (yüzde 3,88) de kadınlardan oluşmaktadır. Antalya'da 20-24 yaş arasındaki kadın sayısı erkek nüfusundan daha fazladır. Antalya'daki nüfusun merkez ilçelere göre yaş dağılımına bakıldığında; Kepez ve Muratpaşa ilçelerinin erkek nüfusu bu ilçelerdeki kadın nüfusundan daha azdır. Örneğin, Muratpaşa ilçesinde yaşayan ve turizmde aktif olarak çalışabilecek olan 15-29 yaş grubundaki kadın ve erkek nüfusun toplamı 91.331 kişi olup bu sayı ilçe nüfusunun yüzde 30,48'na tekabül etmektedir. Muratpaşa ilçesinde 15-29 yaş grubundaki nüfusun 45.643'ü genç erkek (yüzde 15,23) ve 45.688 kişisi de genç kadındır (yüzde 15,25). Antalya'da turizm özellikle 1990'lı yıllarda hızla gelişmiştir. Son 20 yıllık dönemde Antalya'da yaşanan değişiklikleri, bu süreçte bölgede yaşamış olan kişiler daha iyi gözlemleyebilir. Bu nedenle çalışmamızda görüşme yapılan kimselerin özellikle 20 yaş ve üzerindeki yaş grubundan kimselerden olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmamızdaki katılımcıların yaş durumuna bakıldığında, katılımcıların önemli bir kısmı yüzde 30,7'sinin (119 kişi) 31-40 yaş aralığında olduğu anlaşılmıştır. Yaş değişkeni açısından araştırmaya katılan yerel halkın içerisinde ikinci büyük grubu yüzde 28,1 (109 kişi) oranla 20-30 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır. 41-50 yaş aralığında yer alan katılımcıların yüzde 19,8 (77 kişi) olduğu anlaşılmıştır. 51-60 yaş aralığındaki katılımcıların oranı yüzde 14,7 (57 kişi) ve 61 yaş ve üzerindeki katılımcıların oranı ise yüzde 6,7 (26 kişi) seviyesindedir.

3.Katılımcıların Eğitim Durumu; Öğrenim düzeyi arttıkça turizmin bu konudaki teşvik edici katkısı daha iyi anlaşılmaktadır. Dolayısıyla turizmin uzun vadede halkın öğrenim ve sosyo kültürel düzeyinin artmasında etkili olacağını veya hiçbir katkısı olmayacağını en iyi özümseyenler üniversite mezunları olabilecektir (Bkz. Bölüm 1.4.1 Antalya'da Nüfusun Cinsiyeti ve Eğitim Öğretim Düzeyi). Ancak Antalya nüfusunun eğitim ve öğretim durumuna

baktığımızda; nüfusun eğitim öğretim düzeyinin düşük olduğu söylenebilir. Şöyle ki; Antalya nüfusunu eğitim öğretim durumuna göre sıralamaya tabi tuttuğumuzda; 5 ile 8 yıl arasında (temel) eğitim ve öğretim görenler yüzde 50,12'lik oranla (ilkokul mezunu oranı yüzde 33,72; ilköğretim mezunu oranı yüzde 10,24; ortaokul mezunu oranı yüzde 6,16) ilk sırayı almaktadır. İkinci sırada yüzde 23,31 oranı ile lise ve dengi okul mezunları, üçüncü sırada yüzde 12,06 oranı ile okuryazar olmayanlar (okuma yazma bilmeyen oranı yüzde 4,35 ve yüzde 7,71 oranı ile eğitim öğretim durumu bilinmeyenler) yer almaktadır. Dördüncü sırada yüzde 10,66 oranı ile yüksek öğrenim mezunları (yüzde 10,51 oranı ile yüksekokul-fakülte, yüzde 0,45 oranı ile yüksek lisans ve yüzde 0,11 oranı ile doktora) yer almaktadır. Araştırmamızdaki katılımcıların eğitim ve öğretim durumu şu şekildedir; yüzde 41,2'si (160 kişi) lise mezunu, yüzde 33,5'i (130 kişi) lisans mezunu, yüzde 11,9'u (46 kişi) önlisans, yüzde 9,3'ü (36 kişi) ilköğretim mezunu ve yüzde 4,1'i (16 kişi) de lisansüstü mezunudur.

4. Katılımcıların Meslek Durumu; Turizm büyük ölçüde emek-yoğun üretime dayalı bir sektördür. Turizm doğrudan istihdam olanakları sunduğundan önemi daha da artmaktadır (Usta, 2008, s.90). Antalya bölgesinde turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte yörede birçok yeni iş dalı ortaya çıkmış, konaklama, seyahat, yeme-içme, eğlence vb alanlarda meydana gelen bu yeni iş olanakları ve meslek dalları bölgedeki istihdamı arttırmış, istihdam edilenler arasında da kalifiye elemana olan ihtiyaç artmıştır. Ancak Antalya'daki turizm sezonu 6-7 ay ile sınırlıdır. Bu nedenle Antalya'daki çalışabilir nüfusun önemli bir bölümü için iş olanakları sınırlıdır. Bölgede hızla artan nüfusun şehir merkezinde yoğunlaşması, sorunu daha da ağırlaştırmaktadır. Özellikle turizmin yapılamadığı kış dönemindeki ortam, çalışabilecek durumdaki insanlara iş alanları yaratma konusunda zorluklar yaşatmaktadır. 2008 yılı ile ilgili olarak elde edilen verilerden Antalya'da çalışabilir yaştaki nüfusun yüzde 38,03'ünün herhangi bir işte çalışıyor olması şehirdeki iş alanları yaratılması ile ilgili yaşanan zorluğun neticesini yansıtmaktadır (Bkz. Bölüm 1.4.3 Antalya'da aktif nüfus oranı ve hane halkı büyüklüğü). 2008 yılı itibariyle; Antalya'da 15-64 yaş grubundaki toplam nüfus 1.291.693 kişi olup toplam 491.258 kişi çalışma hayatına aktif olarak katılmıştır. (Bkz. Bölüm 1.4.3 Antalya'da Aktif Nüfus Oranı ve Hane Halkı Büyüklüğü). Araştırmamızdaki katılımcıların meslekleri ile ilgili verdikleri yanıtların dağılımı incelendiğinde ilk sırada yüzde 27,3 (106 kişi ) ile esnaf yer almaktadır. İkinci sırada yer alan işçi oranı da yüzde 25,8'dir (100 kişi). Bu iki grubu yüzde 16'lık (62 kişi) oranla serbest meslek erbabından oluşan grup izlemiştir. Araştırmamıza emekliler (yüzde 11,6); ev hanımları (yüzde 5,4); devlet memurları

(yüzde 4,9); tüccar ve diğer meslek sahipleri (eşit oranda yüzde 3,9) ve çiftçilerden de (yüzde 1,2) katılanlar olmuştur.

5. Katılımcıların Aylık Gelir Düzeyi; Turistler gittikleri bölgedeki yerel halkın kültürünü, düşünüş ve davranışlarını, giyimlerini, hayat tarzlarını, kişisel ilişkilerini ve tüm tüketim davranışlarını etkileyebilmektedir. Bu durum özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan, ekonomik açıdan düşük hayat standartlarına sahip ülkelerde daha belirgin olarak kendini göstermektedir. SGK 2008 yılı verilerine göre Antalya’da daimi işyerlerinde çalışanların aylık gelir ortalaması (36,17.-TL x 30 gün) 1.085.-TL, mevsimlik işyerlerinde çalışanların aylık gelir ortalaması (28,66.-TL x 30 gün) 859,8.-TL’dir. (Bkz. Bölüm 1.4.4 Antalya’da Nüfusun Sektörel Dağılımı, Tablo 1.4.9 İşyeri ve Zorunlu Sigortalı Sayıları İle Prime Esas Ortalama Günlük Kazancın İşin Mahiyeti, Kamu - Özel Sektör ve Cinsiyete Göre Dağılımı) Araştırmamızdaki katılımcıların hayat standardını belirlemede aylık gelir düzeyi esas alınmıştır. Araştırmamızdaki katılımcıların bir kısmı (yüzde 5,4) aylık 550.-TL’den daha az bir kazanç elde etmekte iken, diğer bir kısım (yüzde 29,9) katılımcı da aylık 551-1.000.-TL arasında gelir elde etmektedir. Bu duruma göre katılımcıların yüzde 35,3’ünün aylık gelir ortalaması SGK’nın daimi işyerleri için hesapladığı aylık gelir ortalamasının altında kalmaktadır. Araştırmamızdaki katılımcıların bir kısmı (yüzde 25,8) aylık 1.001-1.500.-TL arasında gelir elde etmektedir. Katılımcıların yüzde 34,3’ünün aylık geliri 1.501-4.000.-TL arasında olup 4001.-TL’den daha fazla aylık gelir elde edenlerin oranı ise yüzde 2,6’dır. Katılımcıların anlatısına göre gelirin daha az veya daha çok elde edilmesinde meslek önemli bir faktördür.

6. Katılımcıların Antalya’da yaşama süresi; TÜİK 2008 verilerine göre Antalya kentinin nüfusu toplam 955.596 kişidir. Antalya’ya göç hareketlerine baktığımızda Türkiye’nin tüm illerinden Antalya kent merkezine yönelik göç olduğu anlaşılmaktadır. Antalya’ya yönelik göç daha çok yakın çevrede illerden gerçekleşmektedir. 2008 yılı TÜİK Nüfus ve Göç istatistiklerine göre Antalya il nüfusunun yüzde 6,44’nün Konya ilinden gelip yerleştiği anlaşılmıştır. Antalya’ya yönelik göçte ikinci sırayı yüzde 6,16 ile Burdur, üçüncü sırayı yüzde 4,29 ile Isparta, dördüncü sırayı yüzde 2,64 ile Afyon illeri almaktadır (Bkz. Bölüm 1.2. Antalya’da Nüfus Gelişimi, Tablo 1.2.5 Antalya’ya Göç Veren Şehirler, Göç Gelen Sayısı ve Yerleşme Oranı). Herhangi bir şeyin etkileri uzun dönemde daha iyi gözlenebilmektedir. Turizmin sosyo kültürel yapıdaki olumlu veya olumsuz etkilerini tespit edebilmek için katılımcıların ne zamandır Muratpaşa ilçesinde yaşadıklarının tespiti bir zorunluluktur.

Katılımcıların ilçedeki yaşam süresinin tespit edilmesi ile yerel halkın turizm sektörüne yönelik gözlemi daha iyi yorumlanabilecektir. Katılımcıların kentte yaşadıkları süre ile ilgili verdikleri cevabın yüzdesel dağılımına bakıldığında; yüzde 43,8'i 21 yıldan daha uzun bir süre; yüzde 25,59'u ise 11-20 yıldır Antalya'da yaşamaktadır (yüzdesi 13,19'u 11-15 yıl; yüzdesi 12,4'ü 16-20 yıl). Katılımcıların yüzde 15,7'si 6-10 yıldır; yüzde 11,6'sı 1-5 yıldır ve yüzde 2,6'sı da 1 yıldan daha az bir zamandır Antalya'da yaşadığı anlaşılmıştır.

### **Katılımcıların Antalya'nın Yerlisi Olup Olmadığı, Turistlerle İletişim Durumu ve İletişim Yabancı Dili, İletişim Sebebi ve Turizm Sektörü Çalışanı Olup Olmadığına İlişkin Elde Edilen Bulguların Yorumu;**

1. Antalya doğumlu musunuz? Doğum yeri, insanların yaşam koşullarını, davranışlarını, hayatı algılama ve değerlendirme biçimlerini etkilemektedir (Kaya, 2003, s.68). Bireyin halen yaşadığı yerin dışında başka bir il, ilçe veya köyde doğmuş olması o kişide sonradan yerleştiği kentin hemşerisi olma ve bu yeni kente ayak uydurmasında etkili olmaktadır. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 33,5'i Antalya doğumlu olup, yüzde 66,5'i Antalya'da doğmadığını ifade etmiştir. Çoğunluğun Antalya doğumlu olmaması bu kimselerin iç veya dış göç yolu ile Antalya'ya sonradan yerleştiklerine işaret eder.

2. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kuruyor musunuz? İletişimdeki amaç bir ilişkinin gerçekleştirilmesidir. Turizmde turistler ile yerliler çeşitli sebeplerle karşılaşmakta ve kaçınılmaz olarak taraflar arasında bir iletişim ve bunun neticesinde bir ilişki gerçekleşmektedir. Ancak yerli ve yabancıların ilişkisindeki amaç birbirinden farklıdır. Bir ilişkideki amaç enformasyon vermek veya almak, bir etkinlik için tasvip (veya aksi) vermek veya almak; bir imaj veya kimliği tasdik etmek veya reddetmek; bir emre uymayı (veya uymamayı) açıklamak veya kazanmak; birlikte bir şey yapmak; herhangi bir psikolojik veya materyal kazanç sağlamak; paylaşmak; baskı kurmak; tanımak; tanıtmak; bir şeyler almak veya vermek; herhangi bir nedenle birliktelik kurmak olabilir (Erdoğan, 2005, s.65). Bu nedenle turist ile yerlinin karşılaşması durumunda, bu ilişkiye verdikleri anlam ve bu ilişkiden beklentileri birbirine benzediği oranda, aralarında uyumlu bir ilişkinin ortaya çıkması kolaylaşır. Ancak, durumsal anlamlar ve beklentiler birbirinden düşük olduğu ölçüde, rahatsızlık ve çatışmaların ortaya çıkması olasılığını arttırır (Doğan, 1987, s.97). Yüksek konumdaki yerliler, turistlerle en kolay ilişki kurabilen kimselerdir. Gerek yaşam biçimlerinin turistlerinkine benzer olması, gerek eğitim ve kültür düzeylerinin yüksek olması ve çok kez

turistlerin dilini konuşabilmeleri, onların turistlerle ilişki kurmasını kolaylaştırmaktadır. Yoksul konumdaki yerel halkın turistlerle ilişki kurması çok güçtür. Bunun nedenleri, yoksul yerel halkın yaşam biçimlerinin turistlerinkinden çok değişik olması, yabancı dil bilmemeleri nedeniyle turistlerle anlaşamamaları, turistlerin ülkeleri ve kültürleri hakkında bilgilerinin olamaması; zengin turistler karşısında korku, ürkeklik, küçümsenme, kıskançlık duyguları duymaları sayılabilir (Doğan, 1987, s.105). Yerel halkın Antalya'ya gelen turistlerle iletişim kurup kurmadığının tespiti amacıyla "Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kuruyor musunuz" sorusuna evet diyen katılımcıların oranı yüzde 79,6'dır. Bu oransal değere bakılarak Antalya'daki yerel halkın herhangi bir sebeple turistler ile ilişkisinin olabileceği ve turist ile yerli arasındaki iletişimin gerçekleşme olasılığının yüksek olduğu söylenebilir.

3. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kuruyorsunuz? Turistler yabancı bir bölgeyi ziyaret ettiklerinde yerel halktan kendi dillerini konuşmalarını bekler. Böylece bölge halkı (daha çok turistlerle iş yapanlar) turistlerin dilini öğrenmeye ve konuşmaya başlar (Coltman, 1989, s.253). Yabancı turistlerin yerlilerin dilini ve yerlilerin turistlerin dilini bilmemeleri aralarındaki ilişkilerin azalmasına neden olan en önemli etmenlerden biridir. İletişim engeli turist-yerli ilişkilerinde temel bir yer tutar. Bu nedenle turizmde iletişim zorunludur. İletişimin engellenmesi insanların birbirinden ayrılmasına ve anlamadıkları kimselerden yanıtlanmalarına yol açmaktadır. Yerlilerin turistlerin dilini öğrenme düzeyi ya da turistlerin yerlilerin diline uyum yapma düzeyi ortamdaki büyük ölçüde değişmektedir. Örgütlenmiş kitle turistleriyle ilişkide bulunan yerlilerin turistlerin dilini oldukça iyi konuşması gerekmekte; ancak, turistler yerlilerin diline uyum yapma konusunda hiç istek duymamaktadır. Yerli toplumla çok yakın ilişkiler kuran araştırmacı ve başıboş turistler ise dil bakımından büyük ölçüde yerlilere bağımlı olmakta ve onların dilini öğrenmeye çalışmaktadır (Doğan, 1987, s.122). Araştırmamızda "Antalya'yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kuruyorsunuz" sorusuna katılımcıların yüzde 49,5'i İngilizce, yüzde 16,5'i Almanca, yüzde 6,7'si Rusça, yüzde 3,9'u diğer dillerde iletişimde bulduklarını belirtirmiş ancak katılımcıların önemli bir çoğunluğu (yüzde 23,4) Türkçe haricinde başkaca dil bilmediklerini aktarmıştır. TÜİK 2008 yılı verilerine göre bölgeye gelen ziyaretçi sayısına bakıldığında Antalya'ya en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında Almanya yüzde 26,97 (2.309.762) ile birinci, Rusya Federasyonu yüzde 25,49 (2.183.302) ile ikinci, Ukrayna yüzde 5,29 (452.978) ile üçüncü sıradadır. Ukrayna'yı Hollanda (yüzde 5,18), İsrail (yüzde 3,85), İngiltere (yüzde 3,26), İsveç (yüzde 2,72), Avusturya (yüzde 2,70), Polonya (yüzde 2,59), Belçika (yüzde 2,54), Fransa (yüzde 2,50), Danimarka (yüzde 2,04) ve

diğer ülkeler izlemektedir (Bkz. Bölüm 2.2.4.1 Antalya'ya gelen yabancı turist profili). Gelen turistlerin çok farklı dilleri konuştukları dikkate alındığında; turistler ile yerel halk arasında iletişim engelinin varlığı açık olarak anlaşılmaktadır.

4.Antalya'yı ziyaret eden turistlerle ne tür bir iletişim kuruyorsunuz? Yerliler çeşitli amaçlarla turistlerle iletişim kurmaktadır. Yüksek konumdaki yerliler ile yoksul yerlilerin veya genç yerlilerin turistlerle iletişim kurmaktaki amaçları farklıdır. Doğan'a (1987, s.97) göre yerlilerin turistlerin çevresinde toplanarak onları seyretmesi, turistlerin yerlilerden adres sorması ve bilgi istemesi, yerlilerin turistlerle arkadaş olmaya çalışması, yerlilerin turistlere saldırması ve onlara zarar vermesi, bir yerlinin bir turisti gezdirmesi, turistlerle yerliler arasındaki kadın-erkek ilişkileri gibi durumlar; turistlerle yerlileri bir araya getiren durumlar arasında sayılabilir. Turist ve yerli, içinde buldukları duruma benzer bir anlam verebilir ve bu durumdan karşılıklı yararlar umabilir. Bir yerli, bir turiste yardım ettiğinde, bu kendisine bir doyum duygusu verebilir. Turist de kendisine ilgi gösterilmesi ve yardım edilmesinden hoşlanabilir. Turist bir kadın, yerli bir erkeğin kendisine ilgi göstermesini bekliyorsa ve yerli erkeğin, turist kadınların cinsel macera peşinde oldukları biçimindeki beklentisine uyuyorsa; her ikisi için uyumlu bir ilişki ortaya çıkabilir. Ancak turist kadın, yerli erkeğe adres sormak ya da yardım istemek amacıyla yaklaşmışsa; burada yanlış bir durum tanımı yapılmıştır; bunun sonucunda da çatışma ve düş kırıklığı kaçınılmaz olacaktır. Araştırmamızdaki "Antalya'yı ziyaret eden turistlerle ne tür bir iletişim kuruyorsunuz" sorusuna katılımcıların yarısına yakını (yüzde 47,7) ekonomik (alış-veriş) nedenlerle iletişim kurduklarını belirtmiştir. Bir kısım katılımcı (yüzde 17) turistlerle hiç iletişim kurmadığını, bir kısım katılımcı da (yüzde 14,9'u iletişim sebebi belirtmemiştir) diğer nedenlerle iletişimde bulduklarını belirtmiştir. Katılımcıların yabancı dil geliştirmek (yüzde 8) ve arkadaşlık etmek (yüzde 8) ve yabancı bir kültürü tanımak (yüzde 4,4) amacıyla da turistlerle iletişimde buldukları anlaşılmaktadır.

5.Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede mi çalışıyorsunuz? Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede çalışanlar turist görevli ilişkisi içinde ele alınabilir. Turistlerin en sık ilişkide buldukları yerliler, kendilerine çeşitli hizmetleri sağlayan turizm görevlileridir. Bu nedenle turistler daha ziyade yerel turizm görevlileriyle iletişim içindedir. Turistler birbirileriyle ilişki dışında en çok otel görevlileri, garsonlar, satıcılar, turist rehberleri gibi turizm hizmeti sunan yerlilerle ilişkide bulunmaktadır. Bu ilişkinin niteliği yakın kişisel bir ilişkiden çok ekonomik gereksinimlerin karşılanmasına ve karşılıklı yarara yönelmiştir

(Doğan, 1987, s.107). Turistin direkt olarak ilişki halinde olduğu görevliler arasında, hostes, pasaport kontrol memuru, seyahat acentası görevlisi, transfer elemanı, rehber, resepsiyonist, garson, kat hizmetlisi, animatör, dansöz, taksi şoförü, hediyelik eşya satıcısı, polis vb gibi kimseler yer almaktadır. Araştırmamızdaki “turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede mi çalışıyorsunuz” sorusuna katılımcıların yüzde 42,3’ü evet, yüzde 57,7’si hayır cevabını vermiştir. Turistlerle ekonomik amaçlı ilişkide bulunan esnaf veya satış elemanı (bağımlı çalışanlar-işçi) konumundaki katılımcılar anlatılarında, kendilerini turizm sektörü çalışanı olarak görmediklerini aktarmıştır.

### **Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine İlişkin Bulguların Yorumu;**

1. Antalya’da turizm sayesinde yeni dostluklar kurulmaktadır; Aslında turistler ile yerel toplum arasında ekonomik ve kültürel bazı temel farklar vardır. Çünkü gelenler ele alındığında, turistler kendi Batı kültürü ve dünya görüşünü o bölgeye getirmektedir. Bu kimseler bölgeden geri dönerken de en iyi şekliyle, güzel ve egzotik duygularla dolu bir biçimde gitmektedir (Erdoğan, 2005, s.470). Turistler ile yerel halk arasında kültürel ve iktisadi olmak üzere iki temel fark bulunmaktadır. Bu temel farklar dikkate alındığında turizm sayesinde yeni dostluklar kurulabileceği yargısı bir bilinç yönetimidir. Doğan’a (1987, s.113) göre Londralılar turistlere karşı oldukça dostça tepkiler göstermekte, ABD’nin doğu kıyısındaki kentlerde ise turistler uzun süreli dostluklar için bir kaynak olarak algılanmaktadır. Çok seyrek olarak, küçük kırsal topluluklarda turistlere karşı dostça davranışlara rastlanmaktadır. Örneğin, Akdeniz’de küçük bir ada olan Gozo’da gençlerin yaşam ufuklarını genişletmek için turistlerle arkadaş olmak istedikleri, Bodrum’da yerlilerin turistleri kolayca benimsedikleri gözlenmiştir. Bodrumlu halkın bu durumu kasabaya gelen turistlerin oldukça benzer olması ve kasabada çok eskiden beri köklü bir yabancılarla ilişki geleneğinin bulunmasıyla açıklanmıştır. Kimi Eskimo topluluklarında, turistlere karşı dostça davranışların bulunması ise, turist yerli ilişkisinin oldukça kısa ve seyrek olmasına bağlanmıştır. Ancak bu seyrek örneklerin dışında küçük ve geleneksel topluluklarda genellikle turistlere karşı yüksünme ve düşmanlık duygularının yaygın olduğu gözlenmiştir. Özbey’e göre (2002) günümüzde turizm küreselleşmeyi hızlandırırken, bu sektörün yaşadığı sorunlarda ulusal veya bölgesel olmaktan çıkmış, küresel bir niteliğe bürünmüştür. Kendi kültürlerinde yerlerinden edilenler ve küresel süreçlerin beraberinde getirdiği hızla çoğalan arzular karşısında çözüm bulamayan insanlar, küresel olanı kendi kültürel kimlikleri ve imajlarına bir saldırı olarak görüyorlarsa, küresel söylemleri ve onun temsilcilerini (yabancı

turistler gibi) hoş karşılamamalarında bir gariplik yoktur (Öncü ve Weyland, 2005, s.114). Turistlerle yerlilerin ekonomik düzeyleri ve kültürel yapıları benzer olduğu oranda aralarındaki ilişkiler uyumlu olabilir. Çalışmamıza katılan yerel halkın yüzde 83,5'i turizm sayesinde yeni dostluklar kurulduğuna inandığını belirtmiştir.

2. Antalya halkı turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turist gelmesini istemektedir; İnsan toplumda yaşar ve kendi dışıyla ilişki halindedir. Kişinin fiziksel ve sosyal dışı, onun fiziksel ve toplumsal çevresidir (Erdoğan, 2005, s.177). Turizmdeki örgütlü yer ve zamanda yerel halk ile turistler arasındaki ilişki ve bu ilişkinin olmasını sağlayan iletişim aslında yerel olmayan kişilerin arasında gerçekleşen bir iletişimdir. Yerli bir kişinin yabancı bir turistle iletişimi onun kapasitesi ve becerisine bağlıdır. Yerli insanın kapasitesi ve becerisi eğitim, öğretim ve yabancı dil bilgisi ile sınırlıdır. Yerlinin turistle sağlayacağı iletişimde yerli kimse turist ile bir ilişkiyi gerçekleştirmesi gerekir. Yerli insan ile turist arasındaki ilişki herhangi bir sosyal, psikolojik, kültürel ve ekonomik sebebe bağlı zorunluluk, gereksinim, istek veya amacın giderilmesi şeklinde olabilmektedir. Yerli insan ile turist arasındaki ilişkide en önemli faktör tarafların ilişkide tuttukları pozisyon, statü, yer ve güçtür. Bu sayılanlar bir ilişkide her an değişebilir. Örneğin oteldeki bir hizmeti, ulaşımdaki bir aksaklığı veya esnafın veya satış elemanının davranışını beğenmeyen bir turist duruma öfkelenip olayı ülkesindeki gazetede şikâyet konusu yaparak bölge turizminin olumsuz etkilenmesine sebep olabilir. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 76,55'nin ortaya koyduğu görüşe göre, katılımcıların çoğu turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğindedir ve daha fazla turist gelmesini istemektedir.

3. Antalya'ya gelen turistler yaşam biçimimize ayak uydurmaktadır; Turistin gittiği ülkenin toplumsal yapısı ve kültürü, kendisine nasıl davranılacağını belirleyen temel etmenlerden biridir. Kentleşme, endüstrileşme ve ekonomik gelişmenin yüksek düzeylere ulaştığı Batı toplumlarında, turist alıştığı yaşam biçimini bulur. Bu ülkelerde daha rahat davranır ve daha rahat ilişki kurabilir (Öncü ve Weyland, 2005, s.113). Antalya'ya havayolu ile gelen ziyaretçi istatistiklerine bakıldığında, 2008 yılında Antalya'ya çeşitli ülkelere gelen toplam 8.564.513 yabancı turist Batı kültürüne göre yetişmiş kişilerden olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim kültürü uygarlık ve beyin ile ilişkilendirenler, kültürü doğal olarak yüksek ve alçak kültür olarak ayırmışlardır. Yüksek kültür aristokrasinin ve yönetici sınıfların gelişmişliği ile ifade edilirken, alçak kültür yüksek kültürün karakterinden yoksun "halk kültürünü" anlatmaktadır (Erdoğan, 2005, 135-136). Geleneksel olarak yüksek kültür, üst



sınıf veya iyi eğitilmiş toplumsal elit batı ülkelerinde yer etmiştir. Bu nedenle de Batı kültürü ile yetişmiş ziyaretçilerin Antalya'daki yerel halkın "halk kültürünü" benimseyip yaşam biçimine ayak uydurduğundan bahsedilemez. Araştırmamıza katılanların yüzde 40,47'si Antalya'ya gelen turistlerin yaşam biçimimize ayak uydurmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 21,65'i bu yargıya katılmakta kararsız kalmıştır.

4. Yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir; Kişilerarasındaki iletişim herhangi bir nedenle ilişkiyi başlatmayı ve kurmayı gerektirir. İlişki başlatma, arkadaşlık kurmada olduğu gibi insanın kendi elinde olabileceği gibi; aile, iş çevresi veya yabancı dil bilmeme gibi kişinin seçimi ötesinde kaçınılmaz zorunluluklar nedeniyle de olabilir. Sosyolojinin hemen hemen bütün alanında önemli bir etkisi olan sosyal alışveriş kuramı (Kazanç=Ödül-Maliyet) insanların bir çıkar sağlama umuduyla birbirleriyle iletişim kurduklarını varsayar (Erdoğan, 2005, s.185-188). Turizm vesilesiyle bölgeye gelen turistlerin yöreden yaptıkları mal veya hizmet alışverişleri, alışverişe taraf olanlara karşılıklı olarak fayda sağlamaktadır. Doğan'a (1987, s.178) göre kitle turizminin bir sonucu olarak insan ilişkileri ticarileşmekte ve maddileşmektedir. Ancak turist-yerli ilişkisinin yoğunluğu ve biçimi yerden yere, kişiden kişiye değişebilir ve çok çeşitli biçimler alabilir. Her durumda da turist-yerli ilişkisinin yapısını biçimlendiren bir ilişki ortamından söz edilebilir. Araştırmamızdaki katılımcıların 50,2'ne göre yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmemektedir. Yüzde 35,83'nün görüşüne göre ise yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir. Bu yargıya katılmakta kararsız kalanların oranı ise yüzde 13,66'dır. Türkiye'de en çok turist Antalya iline gelmektedir. Antalya'nın turizm kenti olduğu dikkate alındığında turistlerle iletişimde bulunmaktan çekindiğini belirten katılımcı oranının yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Bu durum yerel halkın çekingenliğinden veya daha önceki ilişkilerde ortaya çıkmış uyuşmazlıklar, yaşanmış güven sorunu veya iletişimdeki yabancı dil eksikliği gibi sebeplerden kaynaklanabilir. Bununla birlikte turistlerin ürkeklikleri, önyargıları, ilgisizlikleri ve yerlileri küçümsemeleri gibi sebepler de yerel halkın iletişimden kaçınmasına sebep olabilir. Antalya'daki yerel halk ile turistler arasında hiçbir ilişki olmadığı da söylenemez. Doğan'a (1987, s.96) göre yerlilerin turistlerin çevresinde toplanıp onları seyretmesi de bir ilişki biçimidir.

5. Turistler yerel halk ile iletişim kurmaktan çekinmektedir; Turist ve yerli başka ilişki durumlarından daha değişik özellikler taşıyan bir ortamda karşı karşıya gelir. Turistlerin bir yabancı kimliğinde olduğu ve çok kez merak çekingenlik, kuşku ve rahatsızlık duyduğu bu

ortam, zorunluluklar dışında, turist-yerli ilişkisinin en düşük düzeyde kalmasına neden olmaktadır. Turistlerin ürkeklikleri, önyargıları, ilgisizlikleri, kendilerini yüksek kültürden görmeleri nedeniyle yerlileri küçümsemeleri gibi sebepler ilişki olasılığını daha da azaltır (Doğan, 1987, s.95-96). Araştırmamıza katılanların yüzde 49,48'nin görüşüne göre turistler yerel halk ile iletişimden çekinmemektedir çünkü turistlerin yerel halk ile iletişim kurması çeşitli zorunluluklardan kaynaklanmaktadır. Katılımcıların yüzde 19,07'i ise bu yargıya katılıp katılmamakta kararsızdır.

6. Antalya'daki insanlar turistlerin davranışlarını taklit etmektedir; Haulot, turistlerin davranışlarında ortaya çıkan kaba, toplumsal kurallarla bağdaşmayan bayağılıklara (çıplak dolaşmak, zevksiz giyim gibi) işaret etmekte ve turizmin etkisiyle yerel toplumun özgün değerlerini yitirmesi ve turistleri taklit etmeye çalışmasını çok daha tehlikeli görmektedir. Üstün bir uygarlığın saygınlıkla bağlanan etkisiyle yerliler turistlere benzemeye çalıştığında, yerel kültürün özgünlüğü ve kişiliği yok olacaktır (Haulot, s.144-149'ten aktaran Doğan, 1987, s.178). Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 44,08'i yöredeki insanların turistlerin davranışlarını taklit etmediği yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcıların yüzde 37,63'ü insanların turistlerin davranışlarını taklit ettiklerini ifade etmiş olup kararsız kalan katılımcıların oranı ise yüzde 18,04'tür. Ancak turistler her ne kadar yerlilerin uygun görmediği ya da ahlak dışı saydıkları bir biçimde giyinerek bazı tepkilere yol açmakta ise de; aslında turistlerin giyiniş biçimi, bir ölçüde, gittiği ülkede giysilerini satın aldığı satıcılarca da belirlenmektedir. Bu giysiler, bir kimsenin turist olarak damgalanmasına yol açmakta ve turistler ile yerliler arasındaki uzaklığın artmasına neden olmaktadır (Farrell, s.126'dan aktaran Doğan, 1987,s.120).

7. Turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlar; Gürsoy'a (2008, s.66) göre medeniyet, farklılıklara, ötekilere bir ve beraber olmak için çağrı demektir. Yerlilerin turistlere karşı olumlu tutumlar geliştirmeleri için yapılacak bir eğitimde, geleneksel inançlara aykırı davranan, ülkenin töre ve alışkanlıklarına uymayan turistlerin garipsenmemesi, turistlere karşı hoşgörülü davranılması, onlara sıcak bir ilgi gösterilmesi üzerinde durulmalıdır (Doğan, 1987, 127). Türklerin dini farklılıklara karşı takındıkları tavır, onların dini inançları tartışılırken öne çıkan bir konudur. Yusuf Akçura'ya göre Türklerin Avrasya boyunca göç ederken yanlarında taşıdıkları özelliklerden birisi aşırı din hoşgörüsüdür. Akçura'nın bu gözlemini sayısız kanıt desteklemektedir (Findley, 2006, s.274). Araştırmamızdaki

katılımcıların büyük çoğunluğuna göre (yüzde 71,39) turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlamıştır. Katılımcıların yüzde 9,79'u ise bu yargıda kararsızdır.

8. Antalya'da turizmin daha fazla gelişmesini istemiyorum; Katılımcıların büyük çoğunluğu (yüzde 74,23) Antalya'da turizmin daha fazla gelişmesini istemiyorum yargısına katılmamıştır. Katılımcıların yüzde 5,67'si bu yargıda kararsız görüş bildirmiştir. Katılımcıların anlatısına göre bölgede turizmin dışında uğraşılabilir alternatif bir iktisadi kaynak bulunmamaktadır. Bu nedenle turizm 12 aya yayılmalıdır. Akaydın'a (2010, s.13) göre de Antalya'da turizm 12 aya yayılmalıdır ki işsizlik sorununa çözüm üretilebilsin. Bu sorunun çözümünde turizm sektörü ile işbirliği yapılması şarttır.

9. Turizm Antalya'da halkın günlük konuşma dilinin (şivenin) değişmesine sebep olmaktadır; Araştırmadaki yargının oluşmasına ilişkin husus, yabancı dili günlük konuşmalarında sıkça kullanan yerel halkın, bir süre sonra kendi aralarındaki konuşmalarda yabancı kelimeleri sürekli olarak kullanmaya başlayabileceğidir. Bir kültürün oluşmasında temel yapı taşı olan dil zamanla bu asli özelliğini kaybedebilmekte ve bununla birlikte yabancılaşma kültürel yozlaşma hızlanmaktadır. Türkçe son yıllarda bünyesine aldığı yabancı sözcüklerle, oluşan mevcut yabancılaşma durumu göz önüne alındığında, bazı görüşlere göre kaybolması muhtemel dillerden biridir (Akgündüz, 2002, s.306-307). Dilin kendisi bir halkın tarihteki bütün değişik durumlar boyunca geleneğidir ve insan topluluklarını halk halinde kenetleyen en büyük güçlerden biridir. William D. Whitney'e göre (1875) dil değişimleri, konuşan bireyin kendi dil topluluğu ile birlikte etkisinden ortaya çıkmıştır. Yabancılar bir dili ancak büyük çabalarla ve başlangıçta ancak kusurlu biçimde öğrenir ve konuşabilirler. Çok sayıda yabancıların aynı anda bir dil öğrenme zorunda kalacakları bir duruma geldikleri ve bu dili sonradan kendi aralarındaki ilişkide de kullandıkları düşünüldüğünde, bundan o dilin önemli ölçüde değişik bir şeklinin ortaya çıkacağı sonucuna varılabilir. Böylece dilin değişmelerinde başlıca sebeplerden biri olarak, dilin yabancı bir halka aktarılması görüldü. Böyle bir olaya sıkça rastlanır. Örneğin tarihi süreç içerisinde Keltçe'nin yerine Latincenin, Latincenin yerine Germanca'nın, Yunancanın yerine Arapçanın konuşulması. Dilde değişme her zaman olur (Porzig, 1986, s.102-103). Bugün için yaşayan dünya dilleri birbirilerinden farklılaşmış ise de, aslında tüm dillerin en erken dönemde tek bir kök dilden türemiş oldukları kuvvetle muhtemeldir. Türk dili de tarih boyunca çeşitli milletlerin dilleri ve kültürleri ile karşılaşmıştır. Her medeniyet ve kültür dili gibi Türkçe de başka dillerden kelime almış, vermiştir. Tanpınar'a göre Türk dili "değişerek devam etmiş, devam ederek değişmiştir".

Değişerek ve gelişerek buna devam edecektir (<http://w3.balikesir.edu.tr/~iacar/makale.htm#ddt> (16.10.09)). Turistlerle ilişki sonucunda, yabancı sözcüklerin yerli dildeki oranı artmakta ve böylece yerli dil turizmden etkilenmektedir (Doğan, 1987, s.159). Turistik bölgede yaşayan ve her gün onlarca yabancı turist ile konuşan yerel halk ister istemez yüzlerce yabancı kelime kullanmakta ve bu da dilin belirli oranda erozyona uğramasına yol açmaktadır (Ryan, 1991, s. 138). Araştırmamızdaki katılımcıların yarısından çoğu (yüzde 54,64'ü) yerel halkın dilinin (şivesinin) değişmediğini ifade etmiştir. Katılımcıların yüzde 33,76'sı günlük konuşma dilinde bir değişimin gözlemlendiği yönünde görüş bildirmiş, yüzde 11,34'ü bu yargıda kararsız kalmıştır. Çalışmamız esnasında bazı katılımcıların kendi aralarında yaptıkları günlük konuşmalarda yerel olmayan şive ve çeşitli yabancı dillerde konuştukları gözlenmiştir.

10. Turizm Antalya hakkında yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yaratmaktadır; İletişimi gerçekleştirmek için dilin insan içi ve insanlar arası düşünsel ve ilişkisel faaliyetleri gerçekleştirebilmesi gerekir. Bu da dilin bilinmesini zorunlu kılar. Turizmin geliştiği bir bölgede yerel halk farklı kültürleri tanımak yeni arkadaşlıklar oluşturmak ve bölgeye gelen turistlere yardımcı olabilmek amacıyla daha fazla yabancı dil öğrenmektedir. Bu da yöre halkının dünyayı daha iyi tanıyıp anlamasına ve ufkunun genişlemesine yol açabilmektedir (Kozak ve diğerleri, 1997, s.76). Araştırmamız esnasında elde edilen verilerden katılımcıların çeşitli yabancı dilleri bildikleri gözlenmiştir. Araştırmamızdaki anket formunun II. Bölümünde yer alan “Antalya’yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kuruyorsunuz” sorusuna cevap veren katılımcıların dağılımına bakıldığında, katılımcıların bildiğini belirttiği yabancı diller sıralamasında yüzde 49,5 ile İngilizce ilk sırada yer almıştır. İkinci sırada yüzde 16,5 ile Almanca ve üçüncü sırada yüzde 6,7 ile Rusça dili yer almıştır. Bu oransal değerlere göre katılımcıların çoğu İngilizce bilmektedir. Turizmin Antalya hakkında yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yaratmaktadır yargısında katılımcıların neredeyse tamamı (yüzde 90,47) olumlu görüş bildirmiştir. Araştırmamız esnasında Antalya kent merkezinde çeşitli yabancı dil kurslarının düzenlendiği anlaşılmıştır. Antalya’da düzenlenen özel yabancı dil kurslarında en çok İngilizce dilinde kurs verilmektedir. Bu dili sırasıyla Almanca ve Rusça dilleri takip etmektedir (Bkz. Bölüm 1.6.6 Antalya’da Eğitim ve Öğretim).

11. Turizm Antalya’da değişik eğlence anlayışlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır; Eskiden Antalya’da yerleşik bir eğlence geleneği var idi. Esnaf haftada bir veya iki akşam başka birinin evinde olmak üzere, sıra ile toplanır, kendi aralarında eğlenceler düzenlerdi. Bu

tür eğlencelere kadınlar aktif olarak katılmasa da odanın veya salonun bir köşesinde tül gibi delikli bir perdenin arkasında oturarak eğlenceleri seyrederdi. Hiçbir erkek başını evirip, kadınların bulunduğu tarafa bakmazdı. 1974 yılından itibaren televizyonun her eve girmesi ve Antalya'nın birden bire büyümesi ile bu tür eğlenceler ortadan kalkmıştır. Sıra adı verilen bu eğlenceler arasında sazlar ile oyun havaları çalınır, zeybek ve köçekçe gibi oyunlar oynanır, sesi güzel olanlar türkü söyler, hikâyeler anlatılır, bilmeceler sorulur, atasözleri ve maniler söylenir, taklitler yapılır, çay içilir, sigaralar tütürülürdü. Çerezler dağıtılıp, keten helva çekildikten sonra aşır (Kuran'da 10 ayet) okunur ve gece 23 civarı eğlence sona ererdi (Çimrin, 2008, s.196-196). Hal böyle iken yaklaşık 40 yıllık bir süreçte Antalya'nın gece eğlence hayatı çok hızlı bir şekilde değişmiş ve günümüzde Batı kentlerinin eğlence kültürü geleneksel olanın yerine geçmiştir. Antalya kent merkezinde başta Kaleiçi olmak üzere Konyaaltı (Beach Park), Yeşilbahçe, Şirinyalı, Fener ve Örnekköy gibi kıyıya yakın bölgelerde sayısız gece kulübü, disko, bar gibi eğlence yerleri açılmıştır. Örneğin, 1212 yılında dini sebeplerle Gayrimüslimlerin Selçuklu Müslüman kent halkını katlettiği Kaleiçi'ndeki iç kale civarını veya Beauford'un 1811 yılında Antalya'yı ziyaretinde bahsettiği evleri ele alacak olur isek. İç kale civarındaki evler günümüzde bar veya pansiyona dönüşmüş, Teke beyinin konakları gece kulübü olmuştur. Bir zamanlar bu konaklarda yöresel müzik çalmakta iken, şimdi buralarda rock and roll, bluz, caz vb müzik çalmaktadır. Geleneksel halk oyunlarının oynandığı bu alanlarda artık modern ve klasik dans yapılmakta veya Rus veya Brezilya revü grupları dans etmektedir. Geleneksel çay ve kahvenin yerine capuccino, nescafe, viski, votka vb gibi içecekler tercih edilir olmuştur. Araştırmamızdaki katılımcıların büyük çoğunun görüşüne göre (yüzde 86,09) turizm Antalya'da değişik eğlence anlayışını ortaya çıkarmıştır.

12. Turizm değişik dini inançların Antalya halkı tarafından kabul görmesine imkân vermektedir; Turist çeken birçok geleneksel toplumda gerek endüstrileşme ve kentleşme, gerekse Hıristiyanlık ve Müslümanlık yayılmaktadır (Schödler'den aktaran Doğan, 1987, s.161). Kalın'a (2008, s.350-357) göre İslam medeniyetinin en üretken, en verimli, en güçlü olduğu yerler, aynı zamanda kozmopolit kültürler üretebildiği yerlerdir. Bağdat, İsfahan, Delhi, İstanbul, Saraybosna, Semerkant, Kurtuba, Endülüs gibi şehirlerin çok kültürlü, çok dinli, çok dilli yapısı müthiş bir enerjiye dönüşmüş ve çok güçlü bir kimlik üretmiştir. Gündüz'e (2008, s.187-197) göre İslami gelenek farklı sosyal ve kültürel yaklaşımların özgünlüklerini korumalarını sağlamıştır. İslami gelenek sosyal ve kültürel anlamda birçok farklılıkları kapsamaktadır. Günümüzde Antalya'da çeşitli uluslardan kimseler barınmaktadır.

Daha önceden Antalya iline turist olarak gelen yabancı Gayrimüslimlerin bazısı bilahare bölgedeki belde ve ilçelere yerleşmiştir. Katılımcıların anlattısına göre yerel halk bu kimseler ile iyi geçinmekte ve bu Gayrimüslimlerin dini inançlarına da hoşgörü göstermektedir. Araştırmamızdaki katılımcıların çoğuna göre (yüzde 63,4) Antalya’da değişik dini inançlar halk tarafından kabul görmektedir. Bu yargıda kararsız görüş bildirenlerin oranı ise yüzde 16,75’tir. Son yirmi yıllık süreçte Antalya ilinde (Muratpaşa, Alanya ve Serik (Belek) ilçelerinde) Gayrimüslimlere yönelik ibadethaneler açılmıştır.

13. Turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır; Doğan’a (1987) göre turizmin başta gelen sorunlarından biri ticarileşmedir. Ticarileşme daha önce parasız yapılan hizmetlerin para karşılığı, kâr için yapılmasına neden olmaktadır. Bu ekonomik değişimin bir sonucu, daha önce değer verilen ve turistler için çekim kaynağı olan yerel özelliklerin gözden düşmesidir. Böylece, yerel toplumun özgün çekiciliklerinin yerine turistlerin “insanlar her yerde aynıdır” düşüncesi egemen olmaktadır. Boş alanlar ve plajlar insan kalabalıklarıyla dolmakta; ucuz yaşam pahalı olmaktadır. Yerliler, kendi özgün giysilerinin yerine Batı giysilerinin ucuz taklitlerini giymekte; turistler ise yerli giysilerinin pahalı taklitlerini satın almaktadır. Bu sürecin sonunda, sahte bir kültürü olan sahte bir yerli topluluğu ortaya çıkmaktadır. Turistlerin akın akın gelmelerinden kısa bir süre sonra, yerliler, giyimlerinde, konuşmalarında, alışkanlık ve tutumlarında yerli olmaktan çıkmaktadır. Bir turist bu yerlileri tanıyınca onların ne denli çok yer gördüklerini, ne denli iyi İngilizce konuştuklarını, ne denli kültürlü olduklarını, daha doğrusu bir yerli olmadıklarını görünce şaşırmakta ve gücenmektedir (Forster’den aktaran Doğan, 1987, s.124-125). Erten’e (2007, s.29) göre 1950’li yıllara kadar toplumda lüks yoktu. Yamalı elbise veya ayakkabı ile dolaşmayı kimse yadırgamazdı. Ancak yırtık elbise görülmezdi. Delinen çoraplar yamanır veya yırtık yer örülürdü. Çocukların yılda bir takım elbise ve bir çift ayakkabı istihkakı olurdu. Gerçekte de o birtakım elbise, bir çift ayakkabı yılı geçirecek sağlamlıktaydı. Bu malzeme sene sonunda dar gelmeye başlarsa küçük kardeşe hizmet ederdi. Yeni elbise, ayakkabı alımları dahi dini bayram arifelerinde yapılırdı. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 68,29’na göre turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır. Araştırmamızdaki bu sonuca bakıldığında Wahab ve Boissevain ile Doğan’ın belirttiği sebeplerin benzeri nedenlerle turizm yerel halkın kılık kıyafetinde değişikliğe sebep olmuştur.

14. Turizm Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olmaktadır; Gelişmekte olan yoksulluğun yaygın olduğu bir toplumda lüks turist bölgeleri oluşturulması zengin

turistlere karşı olumsuz duyguların oluşmasına yol açabilir. Bu durum, zengin turistlerle yoksul yerlilerin karşılaşması sonucunda ortaya çıkmakta; yoksullara kendi ekonomik sorunlarının acı bir anımsatıcısı olmaktadır (Wahab, s.34'den aktaran Doğan, 1987, s.124). Turizmin iş dışı zaman alışkanlıklarını da etkilediği savunulmuştur. Örneğin; Malta'da gençler eskiden akşamları sessizce köylerinde geçirirken; şimdi, turizmin etkisi altında barlarda, sinemalarda, gece kulüplerinde buluşmaktadır (Doğan, 1987, s.158). Erten'e (2007, s.26-29) göre bidayette Cumartesi günü hafta başı olup Perşembe öğleden sonra ve Cuma günü tatil vardı. Cumartesi sabahı babadan haftalığını (beş kuruş) alan çocuk o güne mahsus sabah çorbasını içmeden çıkar, haftalığının iki buçuk kuruşuyla ( o devirde yüz para denirdi) simitçiden az peynir, simit alarak sabah kahvaltısını okula giderken yolda yapardı. Varlıklı evlerde hizmetçi veya evlatlık bulunurdu. Hizmetçi aylık alır, çok küçük yaşta iken fakir köylülerden para karşılığı satın alınan o evin manevi evladı olarak terbiye edilir, yetiştirilir, evlendirilirdi. Turizmin Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olduğu yönünde olumlu görüş bildiren katılımcıların oranı yüzde 63,4'tür.

15. Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır; Turistlerin ve yerlilerin yaşam düzeylerindeki ayrılıklar, yerlilerin turistlere karşı kıskançlık ve gocunma duygularını harekete geçirebilir. Farrell, turizmin yüksek bir yaşam düzeyi içerdiğini; turiste hizmet edenlerin ömürleri boyunca böyle bir yaşam için gerekli gelirleri olmayacağını belirtmektedir. Bu durum, çatışmalara ve yabancılaşmaya yol açmaktadır (Farrell, s.130'dan aktaran Doğan, 1987, s.125). Araştırmamıza katılanların belirttiği görüşe göre Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır. Katılımcıların yüzde 64,44'ü bu yargıya olumlu yanıt vermiştir. Araştırmamızdaki katılımcıların önemli bir bölümü bu yargıya (yüzde 21,39) kararsız kalmıştır. Bu yargıyla kararsız görüş bildiren katılımcıların anlatısına göre turizm sezonu süresince yörede olayına münhasır münferit olaylar gerçekleşmektedir.

16. Turistler Antalya halkına karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır; Turistler ile yerliler arasındaki destekleyici ilişkilerin en doyum vericisi ve kültürlerarası anlayışın gelişmesi bakımından en yararlısı, turistlerle yerliler arasında kurulan yakın ve sürekli arkadaşlıklardır. Bir yabancı ülkeye giden turist, oradaki bir yerliyle böyle yakın bir arkadaşlık geliştirmişse, ülkesine döndükten sonra da, mektuplarla aralarındaki ilişki sürdürülmekte; birçok kez, turistler yerli arkadaşlarını kendi ülkelerine çağırılmaktadır. Öte yandan turistin başka bir ülkede bir arkadaşının olması, kendisinin bu ülkeye yinelenen geziler yapması eğilimini arttırmaktadır. Yakın ve sürekli arkadaşlıkların kurulması turizmin

uluslararası anlayışı geliştirme işlevine en uygun düşen bir ilişki biçimidir (Doğan, 1987, s.112). Araştırmamızdaki katılımcıların büyük çoğuna göre (yüzde 77,58) Antalya halkı turistlerden yeteri kadar saygı ve arkadaşça davranış görmektedir.

17. Turizm sezonunda Antalya’da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır; Mathieson ve Wall, turizmin etkisi altında, yerli sanatların stil, biçim ve üretilme amaçlarının değiştiğini, daha önce dinsel törenlerde kullanılmak üzere üretilen sanat ürünlerinin, artık ticari amaçlarla üretildiklerini belirtmektedir (Doğan, 1987, s.160). Turizmin kültür üzerindeki en belirgin etkisi belki de turizmin kendisinin kültürün bir parçası olmasıdır. Bu nedenle turizm, bir çağdaşlaşma simgesi ve seçkinlerin uluslararası düzeyde bütünleşmesi işlevini yerine getirir. Turizmin çağdaş yaşamı simgelediğini, en açık şekliyle lüks turistik otellerde görmekteyiz. (Wood’dan aktaran Doğan, 1987, s.162). 2009 yılında Antalya il genelinde fuar, festival, anma ve spor etkinlikleri kategorisinde toplam 82 adet etkinlik düzenlenmiştir (Bkz. Bölüm 2.3 Antalya’da turizmin gelişmesi için yürütülen çalışmalar). 2009 yılı içinde en çok etkinlik 29 adet organizasyon ile Antalya kent merkezinde düzenlenmiştir. Antalya kent merkezinde düzenlenen 29 adet etkinlikten 18 adedi fuar, 6 adedi kültür sanat, 1’er adedi de müzik, yöre, hasat, film festivali ve 1 adedi de spor organizasyonudur. Antalya kent merkezindeki etkinliklerin 14 adedi Muratpaşa, 11 adedi Aksu, 2’şer adedi Döşemealtı ve Konyaaltı ilçelerinde düzenlenmiştir. Araştırmamızdaki “turizm sezonunda Antalya’da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır” yargısına katılımcıların yüzde 73,72’si olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcıların anlatısına göre geçmiş yıllara nazaran, turizm sezonunda Antalya’da daha fazla kültürel ve sanatsal etkinlik yapılmaktadır.

18. Turizm sayesinde Antalya’da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır; Turist çeken birçok geleneksel toplumda yerli kültür konusundaki bilinçlenmenin artmasıyla, yeni oluşan uluslar, yerli sanatlarını korumaya ve sürdürmeye çalışmakta; yerli sanat ürünlerini müzelerde sergilemekte, sanatçılar kendi öz sanatlarına dönmeye çalışmaktadır. Yerli sanatın geliştirilmeye çalışılması ister ulusal bilinci yükseltmeye, ister turizmi geliştirmeye yönelik olsun; yerli sanatı sürdürme çabası bir yerde başarısız kalmaya mahkûmdur. Bu sanatın temelinde yatan geleneksel inançlar ortadan kalktıkça, yerli sanat da zorunlu olarak anlamını yitirecektir. Ancak bu durum, turizmin etkisinden çok, endüstrileşmenin ve Batılılaşmanın etkisi altında ortaya çıkmaktadır (Schödler’den aktaran, 1987, s.161). Turizmin yerli toplumun değerleri üzerindeki etkisi, turizmin gelişme düzeyine de bağlıdır. Melghy ve arkadaşları, Avusturya’nın Tyrol



bölgesindeki iki turistik yerleşim biriminde turizmin etkileri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma sonucuna göre; turizmin daha az geliştiği aile işletmesi düzeyinde örgütlendiği, kapitalist bir ekonomik yapıyı gerektirmediği Vent'de, geleneksel sanatların canlılığını koruduğunu, kapitalizm öncesi geleneksel yapıya dayanan kişisel niteliklerle ilgili duygusal değerlerin yaygın olduğu tespit edilmiştir. Turizmin bir endüstri niteliğini aldığı ve kapitalist bir işletme örgütlenmesinin geliştiği Obergurgl'de ise, duygusal bakımdan etkisiz, başarı ve mülkiyetle ilgili bir değer yapısının yaygınlık kazandığı saptanmıştır. Bu araştırma turizmin, zorunlu olarak, modern kapitalist yapı ve değerleri gerektirmediğini, geleneksel kapitalizm öncesi yapı ve değerlerle kolayca uyuşabileceğini; ancak bunun için turizmin gelişmesinin yavaş ve gelen turist sayısının az olması gerektiğini, böyle bir durumda, turizmin geleneksel yapıyı yok etmek yerine, onunla bütünleştiğini ve geleneksel sanatlarla değer yapısının sürdürülmesine yardım ettiğini göstermiştir (Meleghy, Preglau, Tafertshofer'den aktaran Doğan, 1987, s.157-158). Antalya'da 1985 yılı itibariyle kitle turizmi hızla gelişmiş buna bağlı olarak şehre yönelik göç hareketiyle kent nüfusu artmış ve yeni oluşan nüfus içinde yerel halkın oranı azalmıştır (Bkz Bölüm 4.3.6.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulguların Yorumu, 6.Katılımcıların Antalya'da Yaşam Süresi). Bu nedenle yerel olanın yöresel sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürü şehrin yeni sakinlerinin özelliklerini yansıtacaktır. İç-dış göç nedeniyle kente yerleşmiş olan yeni hemşerilerin sanat ve kültür anlayışı günümüz Antalya'sının karma sanat ve kültürünü oluşturmaktadır. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 70,11'i, "turizm sayesinde Antalya'da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır" yargısına olumlu yönde görüş bildirmiştir. Bu görüşü bölgedeki yerel kuruluşların başlattığı bazı çalışmalar da desteklemektedir. 2009 yılı itibariyle Antalya Gönüllüleri Derneği'nce başlatılan bir çalışmada, Kibele adı taşıyan el yapımı bez bebekler üretilmeye başlanmıştır. Ayrıca 2010 yılı itibariyle Muratpaşa Belediyesi öncülüğünde ev hanımlarına yönelik organize edilen "El İzi Pazarı" Antalya'daki karma sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarının canlandırılması ile ilgili çalışmalara örnek gösterilebilir.

19. Turistler Antalya kültürüne, folkloruna, sanata, yöre mutfağına ve yöre insanının yaşam biçimine ilgi duymaktadır; 1950 yılı öncesi Antalya yerel nüfusunun çoğunluğunu Mısır ve Girit kökenliler ile Yörükler oluşturduğundan, Antalya ve ilçelerinin mutfağı da bu üç farklı kültürden beslenmiştir. Ancak Antalya'nın tanıtımında şehrin yöresel mutfağından hiç söz edilmemektedir (Aras, 2008, s.46). Turizm sektörü ülkeleri birbirlerine yaklaştıran bir olaydır. Ancak yoğun turizm hareketleri neticesinde yerli toplumun özellikleri bozulmakta,

herkes birbirine benzemeye çalışmaktadır. Yemekler, folklor oyunları, gece kulüpleri, otel odaları, kitle turistinin gereksinimlerine yanıt verecek biçimde özgünlüklerini yitirmekte, her yerde benzer kültür oluşmaktadır (Göksan, s.55-57'ten aktaran Doğan, 1987, s.178). 1976 yılından itibaren Antalya'da kitle turizmine yönelik projeler uygulamaya konmuş ve sonucu itibariyle bölgede kitlesel turizm gerçekleşmiştir. Bu esnada bölgeye yönelik hızlı bir iç göç olayı da gerçekleşmiş ve günümüzde Antalya'nın geçmişindeki özgün yaşam biçimi ortadan kalkmıştır. Araştırmalara göre turist yerel halkın yaşamını ve kültürünü de merak etmektedir. Bu nedenle turistik çekim özelliği olan bölgelerin kültür, folklor, sanat, yöre mutfağı ve yöre insanı göz ardı edilmemesi gerekir. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 79,89'u turistlerin Antalya kültürüne, folkloruna, sanatına, yöre mutfağına ve yöre insanının yaşam biçimine ilgi duyduğu yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcıların çoğunun yabancı ziyaretçilerle iletişim halinde olduğu dikkate alınırsa turistlerin bu ilgisinin üzerinde durulması gerekir.

20. Turistler Antalya'daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilemektedir; Turistlerin gittikleri ülkelerin değerlerine, törelerine ve kurallarına aykırı davranışları, yerlilerin tepkisine yol açmakta böylece, turistlerle yerliler arasında çatışmalar ortaya çıkabilmektedir. Turist kendi toplumunun kısıtlamaları dışında kalınca, en aşırı davranışları yapabilmekte ve bu davranışlar yerli toplumun geleneklerine aykırı düştüğünde turistler yadırganmaktadır (Göksan, s.55-57'ten aktaran Doğan, 1987, s.178). Güler'e göre turist kendi toplumsal çevresinden ayıklanmakla birlikte, geldiği ülkenin toplumsal yaşamından yalıtılmış değildir. Eğer turistin davranışı, yerlilerin değer ve kurallarına aykırı olursa; sürtüşmeler, olumsuz tepkiler, dahası saldırılar ortaya çıkabilir (Güler, s.22, www.kompedan.info (26.10.09)). Böttjer'e göre turistlerin alkol etkisindeki davranışları, turist yerli ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilir. Turistler, alkolün etkisinde davranışlarını denetleyememekte, üstünlük taslama, sömürgecilikten kalma yaklaşımlar davranışlar ortaya koymaktadır. Alkol özellikle otellerde tüketildiğinden; bu durumdan kaynaklanan olumsuz ilişkilerde en çok otel görevlileri karşılaşmaktadır. Otel görevlileri, bu gibi durumlarda, turistlerle aralarında belirli bir uzaklık bulundurabilmektedir. Ancak, yerliler de bu duruma tepki göstermekte, yerlilerle turistler arasında çatışmalar ortaya çıkabilmektedir (Böttjer, s.101'den aktaran Doğan, 1987, 120-121). Araştırmamızdaki katılımcıların yarısından çoğuna göre (yüzde 57,73) turistler Antalya'daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilememektedir.

21. Antalya’da turizm faaliyetleri gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir; Turistlerle özdeşleşme ve onların yaşam biçimine hayranlık duyma, özellikle yoksul ülke gençlerinde sık görülen bir tutumdur. Turistler; geldikleri ülkeler, yaşam biçimleri ve zenginlikleri nedeniyle, yoksul ülke gençlerinin elde etmek istedikleri bir yaşamı simgelemektedir. Kırsal kesimde yaşayan gençler, kent yaşamını düşlerken, kentlerdeki gençler Batı yaşamını düşlemektedir. Bunların gelişmiş ülkelerdeki yaşam biçimi konusundaki düşünceleri, gerçekçi olmamakla birlikte tümüyle yanlış değildir. Bu gençler, ülkelere gelen turistlerin yaşamında Batı’nın çekiciliğini görmekte, ancak böyle bir yaşamı elde etmenin güçlüğünü değerlendirememektedir. Yerli gençler, turistlere hayranlık duymakta, onlarla sürekli ilişkiler kurmakta, daha sonra mektup, kart, fotoğraf gönderme biçiminde ilişkilerini sürdürmektedir. Bu onlara, arkadaşları arasında saygınlık kazandırdığı gibi, günlük yaşamın güçlüklerinden bir süre kaçmalarını sağlamaktadır (Hoivik ve Heiberg’den aktaran Doğan, 1987, s.117). Araştırmamızdaki katılımcıların önemli bir kısmı (yüzde 36,08) Antalya’da turizm faaliyetleri gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir yargısına olumlu görüş bildirmiş ancak katılımcıların çoğunluğunu teşkil eden yüzde 44,59’u ise bu yargıya katılmamıştır. Bu yargıya katılmayanların gözlemine göre son yıllarda gençler turistlerde görülen bazı tutum ve davranışları benimsemekte ise de bu değişim sadece turizmden kaynaklanmamaktadır. TV, sinema vb yazılı-görsel medya da gençlerin tutum ve davranışlarının değişmesinde etkilidir.

22. Turizm Antalya’da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır; Halkın anlatısına göre 1984 dönemi sonrası oluşan serbest ekonomi düşüncesi yeni bir zihniyeti ve buna bağlı davranışları geliştirmiştir. Bu yeni dönemde yerli sigaralara yabancı sigaralar, yerli alkollü içkilere yabancı alkollü içkiler, yerli televizyonlara yabancı televizyonlar, radyolara yeni radyolar, eklenmiştir. Halkın Batı medeniyeti ile gündelik teması artmış, Batı medeniyeti zihin ve davranış özelliklerini temsil edenlerin etki ve sayısı Antalya’daki Türkmen (Yörük) özelliklerini temsil edenlerin önüne geçmiştir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaştığı her yerde bu durumun yaşanması kaçınılmazdır. Araştırmamızdaki bazı katılımcıların anlatısına göre Antalya’da son yıllarda alkol ve uyuşturucu gibi zararlı maddeler kullananların sayısında artış gözlenmektedir. Bir kısım katılımcının anlatısına göre bu sorun turizm kaynaklı olmaktan ziyade artan kent nüfusunun sosyal bir sorunudur. Turizm Antalya’da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır yargısına olumsuz yönde katılanların oranı yüzde 43,81’dir. Bu yargıya olumlu katılanların oranı yüzde 38,41 olup kararsız görüş bildirenlerin

oranı yüzde 17,53'tür. Devlet gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır (T.C.Anayasası, md.58).

23. Turizm sezonunda Antalya'da kavga ve darp olayları artmaktadır; Katılımcıların anlatısı ve gözlemine göre turizm sezonunda sebebine münhasır münferit kavga ve darp olayları gerçekleşmektedir. Katılımcıların bu gözlemine dayalı olarak katılımcıların yaklaşık 1/3'ü turizm sezonunda Antalya'da kavga ve darp olayları artmaktadır yargısına olumlu yönde görüş bildirmiştir. Ancak katılımcıların yarısına yakını (yüzde 46,65) turizm sezonunda gerçekleşen bazı kavga ve darp olaylarından haberdar olduklarını fakat bu olayların sebebinin turizmle ilişkilendirilemeyeceğini ifade etmiş ve bu yargıya olumsuz yönde görüş bildirmiştir. Kararsız katılımcıların oranı yüzde 21,13'tür.

24. Turizm Antalya'da fuhuşun artmasına sebep olmaktadır; Birçok gözlemci, turizmin ahlaki değer ve davranışları etkilediğini düşünmektedir. Özellikle cinsel ahlakın turizmden etkilendiği öne sürülmektedir. Bazı ülkelerde özellikle fuhuş ve hayat kadınlarının sayısında anormal artışlar meydana gelmiş ve sonuç olarak zührevi hastalıkların sayısı da artmıştır (Kaya, 1997, s.42). Araştırmalara göre özellikle genç yerli erkeklerle turist kadınlar arasında cinsel amaçlara yönelik iletişim kurulmaktadır (Doğan, 1987, s.105). İspanya'da turistler arasında yapılan bir araştırmada, araştırmaya katılanların yüzde 66'sının turizmin cinsel ahlakı ve kadın-erkek ilişkilerini etkilediğini düşündükleri saptanmıştır (Sociological Abstracts, 1973, s.249'den aktaran Doğan, 1987,s.157). Salustiano da, İspanya'da turizmin etkisi altında, yerli toplumun cinsel davranışlarının, bu konuda daha esnek davranan Kuzey-batı Avrupa ülkelerine benzemeye başladığını ileri sürmüştür. Boissevain, turizmin Malta'da geleneksel Katolik ahlak kurallarının zayıflamasına yol açtığını, özellikle cinsler arasındaki ayrılığın, cinsel namusun ve ahlaklı giyinenin bundan etkilendiğini; ancak, bu etkilenmenin artan eğitim düzeyinin etkileriyle birlikte ortaya çıktığını bildirmiştir (Boissevain, 1977, s.249'den aktaran Doğan, 1987,s.157). Andronicou, Kıbrıslı gençlerin turistlerle yakın ilişkileri sonucunda cinsiyet, ahlak ve giyim konusunda, geleneksel değerlerden değişik davranışlar benimsediklerini; yaşlıların da gittikçe böyle bir yaşam biçimine karşı daha hoşgörülü ve açık fikirli olmaya başladıklarını bildirmiştir (Andronicou,s.248-249'den aktaran Doğan, 1987,s.157). Akıncılar'a göre zenginlik ve onun getirdiği sefahat artıkça başta fuhuş sektöründe faaliyet gösteren yabancılar olmak üzere, kendi fahişelerimiz ile fuhuş ve diğer cinsel sapkınlıklara talep çoğalmakta ve turizm kentleri bu konuda ilk tercih edilen

yerleşim yerlerinden olmaktadır (Akıncılar, 2008, <http://www.antalyabugun.com/index.php?page=makale&yid=&MID=918> (29.10.09)). TBMM Kadın Sorunlarını Araştırma Komisyonu'na sunulan fuhuş raporunda, 1998'de Türkiye genelinde fuhuş olaylarına karışan 1.880 yabancı bayanın yakalandığı belirtilmiştir. Yabancıların karıştığı fuhuş olayları en fazla İstanbul'da olurken, bunu 224 ile İçel, 206 ile Giresun ve 194 ile Antalya izlemektedir (<http://www.fuhus.org/fuhus.htm> (28.10.09)). Antalya ilinde fuhuş ile ilgili olaylar zaman zaman basına yansımaktadır. Örneğin; Kaleiçi mevkiinde faaliyet gösteren bir pansiyonda fuhuş yapıldığının tespit edilmesi üzerine, gerçekleştirilen operasyon neticesinde, 3 mağdur bayan yakalanmış, olayla ilgili 3 şüpheli şahıs sevk edildikleri Adli Makamlarca tevkif edilmiştir (<http://bilgiedinme.antalya.pol.tr/basin-aciklamalari/fuhus-magdurlari-kurtarildi.html> (29.10.09)). Konyaaltı ve Lara sahil bandındaki lüks otel ve evlerde yabancı uyruklu kadınlara fuhuş yaptıran 17 kişi ile birlikte para karşılığında erkeklerle fuhuş yapan yabancı uyruklu 27 kadın yakalandı ([http://www.polis.web.tr/article\\_view.php?aid=5098](http://www.polis.web.tr/article_view.php?aid=5098) (28.10.09)). Akdölek'e göre (2006) yaz aylarında turizm patlaması yaşayan Antalya'da özellikle bu dönemde fuhuş sektörü de canlanıyor ve çoğunluğu yabancı uyruklu olmak üzere kadınlara zorla fuhuş yaptırılmaktadır. İl merkezindeki Lara ve Konyaaltı semtlerinde, 20 otel ve pansiyon ile 25 eve, fuhuş yapıldığı gerekçesiyle Asayiş Şubesinde yapılan baskınlarda fuhuşa aracılık yaptıkları iddia edilen 155 kişi yakalanmış ve adliyeye sevk edilen zanlıların 111'i tutuklanmıştır (Akdölek, 2006, [http://www.ucansupurge.org/arsiv/www.ucansupurge.org/indexf7b4.html?option=com\\_content&task=blogcategory&id=67&Itemid=91](http://www.ucansupurge.org/arsiv/www.ucansupurge.org/indexf7b4.html?option=com_content&task=blogcategory&id=67&Itemid=91) (26.03.10)). Araştırmamızdaki katılımcıların çoğuna göre (yüzde 44,33) "turizm Antalya'da fuhuşun artmasına sebep olmaktadır". Katılımcıların (yüzde 36,09) yerleşik görüşüne göre her ne kadar turizm sezonunda fuhuş artıyor ise de bu olayın turizmle doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır. Araştırmamızdaki bu yargıya kararsız katılımcı oranı yüzde 19,59'dur.

25. Antalya insanının aile yaşantısı turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir; Turizmin turist kabul eden ülkelerde aile yapısını etkilediğini düşünen yazarlar bulunmaktadır. Bu yazarlar turizmin aile içindeki ilişkileri, kadınların toplum içindeki rollerini ve kadınların özgürleşmesini etkilediği kanısındadır (Doğan, 1987, s.167). Uluslararası turizmin İspanyol toplumu üzerindeki etkilerinin incelediği bir çalışmada, turizmin aile içindeki disiplini etkilediği, katı ve hoşgörüsüz disiplin anlayışını azalttığı belirlenmiştir. Malta'da yapılan bir çalışmaya göre diskoteklerin ve başka eğlence yerlerinin açılması, çocukları aileden uzaklaştırmaktadır. Bekâr kızların yeni ortaya çıkan turizm alanında çalışmaya başlamaları da, onları geleneksel eve bağlı yaşamdan uzaklaştırmaktadır. Bu durum, çocukların babanın

sıkı denetiminde olduğu geleneksel aile yapısını ve bu yapıya dayanan aile bağlarını zayıflatmaktadır. Gittikçe artan sayıda gencin yabancılarla evlenmesi de, akrabalık bağlarını zayıflatmaktadır (Boissevain ve Inlott, s.275'ten aktaran Doğan, 1987, s. 167). Erten'e (2007, s.29) göre 1950'li yıllara kadar Antalya'da kadınlar öğretmenlik dışındaki hizmetlerde görülmezdi. Onlar ancak ev işleri ile uğraşır, bütün gün evinde iş kıyafetini giymiş, başını bağlamış olarak temizlik, yemek, çamaşır hizmetlerini yapar ve akşamüzeri güzel elbiselerini giymiş, tuvaletini yapmış, güzel kokular sürünmüş ve çok defa başına bir gül veya karanfil takmış olarak kocasını karşılardı. Araştırmamızdaki katılımcıların yarısından biraz fazlası (yüzde 50,77) Antalya insanının aile yaşantısının turizmden olumsuz yönde etkilenmediğini belirtmektedir. Katılımcıların yüzde 34,53'ü aile yaşantılarının turizmden olumsuz yönde etkilendiğini belirtmiştir. Kararsız katılımcıların oranı ise yüzde 14,69'dur.

26. Antalya gelenek, örf ve adetleri turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir; Doğan'a göre (1987) turizmin gerek turistler arasında, gerek gittikleri ülkede geleneksel değerlerin zayıflamasına yol açabilmektedir. Turist kendi toplumunun kısıtlamaları dışında kalınca, en aşırı davranışları yapabilmektedir. Bu davranışlar yerli toplumun geleneklerine aykırı düştüğünden yadırganmaktadır (Göksan, s.55-57'ten aktaran Doğan, 1987, s.178). Turizm yerli kültürün değer yapısına daha maddeci ve ticari bir nitelik kazandırabilir. Katılımcıların yüzde 55,42'ne göre Antalya gelenek, örf ve adetleri turizmden olumsuz yönde etkilenmemektedir. Bu yargı ile ilgili olumlu görüş bildiren katılımcıların oranı ise yüzde 31,18'dir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus bölgede daha turizm hareketleri başlamadan önce Antalya gelenek, örf ve adetleri başka sebeplerden etkilenerek unutulmuştur. Şehir cereyanının olmadığı 1928 öncesi yolların birleşim yerlerinde ancak yakın etrafını aydınlatmaya muktedir gaz lambaları olurdu. Aileler akşamları ellerinde gaz veya mum fenerleriyle birbirlerini ziyarete gider, orada çeşitli eğlenceler yapılır, çerezler yenir hatta orada yatıya kalınırdı. Elektriğin, şehrin her tarafını aydınlatmaya başlaması, evlere radyonun girişiyle bu eski adetler de yavaş yavaş unutulup gitti (Erten (2007, s.30).

27. Turizm Antalya'nın yerel kültürünü olumsuz yönde etkilemektedir; Birçok ülkede turistlerin gelmesiyle değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların terk edildiği, dilde yabancı sözcüklerin arttığı, sanatın gerçek anlam ve özelliklerini yitirdiği gözlenmiştir. Ancak bu değişikliklerin ne ölçüde turizmin ne ölçüde endüstrileşme, kentleşme ve radyo televizyon gibi kitle iletişim araçlarının sonucu olduğunu kestirmek güçtür. Güçlü ve sağlam bir kültürel yapı, turizme gerekli uyumu yaparak, kendi varlığını

sürdürebilir. Ancak zaten çözümlenme durumunda olan, uzun süre sömürge durumunda kalmış toplumsal değişimler karşısında geleneksel değerlerini büyük ölçüde yitirmiş olan kültür, büyük olasılıkla turizmden daha çok etkilenecektir (Doğan, 198, s.156). Turistlerin doğrudan bir biçimde kendi yaşam biçimlerini yerlilere aktarmaları, turistlerle yerliler arasındaki ilişkilerin azlığı nedeniyle pek önemli değildir. Günümüzde turizm seçkin toplum kesimleri için yeni bir iş dışı zamanı değerlendirme yolu olmuştur. Turistik gezi ve tatiller, birçok ülkede seçkin kümelerin paylaştığı bir iş dışı yaşam biçimi olmaktadır. Bu benzerlik geliştirmekte olan ülkelerin seçkin sınıflarıyla gelişmiş ülkelerin seçkinlerini birleştirmekte ve bütünleştirmektedir (Wood'dan aktaran Doğan, 1987, s.162). Başlangıçta turizm oldukça kurumsallaşmış durumdadır, bu kurumlar büyük ölçüde yabancılarca işletilmektedir. Turizmin kendi kendine geliştiği ülkelerde zamanla kurumlaşmanın kısmen azaldığı görülmektedir. (Cohen (1979)'den aktaran Doğan, 1987, s.162). Turizmin bir ülkede gerekli ve yoğun bir etkinlik olarak benimsenmesi ve turizm etkinliklerinin örgütlenmesi için hükümet düzeyinde girişimlerin yapılması gerekir. Ancak bu tür girişimler neticesinde turizm bir toplumun yaşamının ayrılmaz bir parçası durumuna gelmektedir. Böylece turizm kültürel bir kurum olmaktadır (Doğan, 1987, s.162). (Bkz.Bölüm 2.1 Antalya'da Turizmin Tarihsel Gelişimi ve Rol Oynayan Faktörler). Antalya bölgesinde birçok alan BKK ile turizm merkezi olarak kabul edilmiş olup alandaki birçok turizm yatırımına teşvik ve yardımlar yapılmıştır. Günümüzde turizm Antalya bölgesinin kültürel bir kurumudur. Başbuğ'a (2007, s.232-237) göre kültürel anlamda Türk kültürüne önemli ölçüde katkılar sağlayan şenlikler, şöenler gibi etkinlikler Antalya'da düzenli olarak her yıl yapılmakta, geleneksel adetler yaşatılmaktadır. Antalya Altın Portakal Festivalleri, şehrin ve Türkiye'nin tanıtımına uluslararası arenada büyük katkı sağlamaktadır. Katılımcıların yüzde 61,34'ne göre turizm Antalya'nın yerel kültürünü olumsuz yönde etkilememektedir.

28. Antalya'da turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır; Turizmin toplumsal sonuçları bakımından, bu sonuçlardan etkilenen yerliler ile araştırmacı ve bilim adamları arasında önemli ayrılıklar bulunmaktadır. Bununla birlikte, geleneksel değerlerin zayıflaması, maddileşme, suçların artması, çatışmaların artması, kalabalıklaşma, çevre kirlenmesi, başka ülkelere bağımlılığın artması gibi sorunlar, doğrudan ya da dolaylı olarak turizmden etkilenebilmektedir (Doğan, 1987, s.177-178). Turizm bu olumlu ve olumsuz yönleriyle, çağdaş yaşamın ayrılmaz parçasıdır ve ortadan kaldırılması düşünülemez. Yapılması gereken, turizmin olumsuz etkilerini azaltmaya çalışmak, olumlu sonuçlarını ise arttırmaktır. Turizmin en yararlı biçimde nasıl kullanılabileceği, her ülkenin özel konularına

göre değişecektir. Ancak, turizmin dünya düzeyinde yol açtığı kimi sorunların czm ülkeler arasında etkili bir işbirliği olmadan gerçekleşmeyecektir (Doğan, 1987, s.186). “Antalya’da turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır” yargısına katılımcıların yüzde 71,65’i olumlu görüş bildirmiştir. Bu olumlu yaklaşıma göre katılımcılar turizmin olumlu etkilerini daha fazla gözlemlemiştir diyebiliriz.

29. Bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır; Araştırmalara göre birçok toplumda, kendi başına bırakıldığında endüstrileşme ve kentleşmenin etkisi altında yok olmakta olan gelenek, tre ve kurum, turizmin etkisi altında canlanmış, yeni bir ruh ve anlam kazanmıştır. Türkiye’de Mehter takımının turizmin etkisiyle canlanması bu duruma örnek olarak gösterilir. Turizm geleneksel kültür öğelerinin canlı tutulmasına, dolayısıyla ulusal zdeşleşmenin güçlenmesine yaramaktadır. Örneğin, Teke yöresi folklor oyunları, Antalya ve Akseki’deki geleneksel ev ve köşkler ile yaylalardaki Yörük çadırları büyük lde turizmin etkisiyle varlıklarını sürdürmektedir. Bölgedeki Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait kültürel varlıklar bugünkü turistik işlevlerinin dışında, Türk kültürünün canlı tutulmasına da katkıda bulunmaktadır. Antalya, Kemer, Demre ve Serik ilçelerindeki yöresel festival ve kutlamalar canlanmakta ve turizm endüstrisinde kullanılmaktadır (Bkz. Bölüm 2.3 Antalya’da Turizmin Gelişmesi İçin Yürütülen alışmalar). Araştırmamızdaki, “bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır” yargısı için katılımcıların yarısından cğ (yüzde 53,87’si) olumlu görüş bildirmiştir.

30. Turizm sayesinde farklı kültürler hakkında yeni şeyler öğrenmek beni mutlu etmektedir; Bu yargı için katılımcıların büyük cğunluğu (yüzde 86,6’sı) olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcıların büyük cğ yabancı ziyaretçilerin kültüründen bir şeyler öğrenmekte ve bundan mutluluk duymaktadır. Türk Dil Kurumuna (1988, s.1048) göre mutluluk, bütün özlemlere eksiksiz ve sürekli olarak ulaşılmaktan duyulan kıvanç durumu, ongunluk, kut, saadettir.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

### SONUÇ

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda turizmin Antalya'daki sosyo kültürel etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede 388 anket uygulanmıştır. Anket çalışması 2009 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarında gerçekleşmiştir. Anket çalışması katılımcıların mesken veya işyerlerine gidilerek yapılmıştır. Anket formları aracılığıyla toplanan veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Aşağıda araştırma ile ulaşılan başlıca sonuçlar özetlenmiştir. Araştırma kapsamını Muratpaşa ilçesindeki yerel halk oluşturmuştur.

#### **Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sonuç;**

Araştırmamızdaki ankete katılan katılımcıların yüzde 61,9'u baylardan oluşmaktadır. Katılımcıların yarısından çoğu (yüzde 58,8) 20 ile 40 yaş aralığındaki nüfustan olup yüzde 41,2 lise mezunu iken 1/3'nün lisans mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcıların belirttikleri meslekler içindeki sıralamaya göre yüzde 27,3'nün esnaf, yüzde 25,8'nin işçi ve yüzde 16'nın da serbest meslek erbabı olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların yüzde 61,1'i aylık 1.500.-TL'den daha az kazandığını beyan etmiştir (aylık 1.000.-TL'nin altında gelir elde edenlerin oranı yüzde 35,3'tür). Katılımcıların yüzde 43,8'i 21 yıldan daha uzun bir süredir Antalya'da yaşamaktadır. Yüzde 25,59 ise 11-20 yıldır Antalya'da yaşamaktadır.

#### **Katılımcıların doğum yeri, turistlerle iletişim durumu, iletişim yabancı dili, iletişim amacı, çalıştığı sektöre ilişkin sonuç;**

Elde edilen verilere göre katılımcıların yüzde 66,5'i Antalya doğumlu değildir. Araştırmamıza katılanlardan Antalya doğumlu olduğunu belirtenlerin oranı yüzde 33,5'tir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (yüzde 79,6) Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kurmaktadır. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişimde katılımcıların yarısı İngilizce (yüzde 49,5) dilinde iletişim kurmaktadır. Katılımcıların yüzde 23,4'nün ise ziyaretçiler ile iletişimde yabancı dil kullanmamaktadır. Katılımcılar ziyaretçiler ile Almanca (yüzde 16,5), Rusça (yüzde 6,7) ve diğer yabancı dillerde (yüzde 3,9) de iletişim kurmaktadır. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kurmadaki amaç dikkate alındığında katılımcılar turistlerle

çoğunlukla (yüzde 47,7) ekonomik amaçlı iletişim kurmaktadır. Ancak turistler ile hiç iletişim kurmayan (yüzde 17) bir grup da bulunmaktadır. Araştırmamızdaki katılımcıların yüzde 57,7'si turizm sektörü dışındaki bir alanda çalışmaktadır. Turizm sektöründe çalıştığını beyan edenlerin oranı yüzde 42,3'tür.

### **Katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkileri ile ilgili ifadelerine ilişkin sonuç;**

*Katılımcıların yarısından çoğunun görüşleri doğrultusunda Muratpaşa ilçesinde turizmin sosyo kültürel etkilerini algılamalarına ilişkin sonuç;*

- Turizm sayesinde Antalya'da yeni dostluklar kurulmaktadır.
- Turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlamaktadır.
- Turizmin Antalya'da daha fazla gelişmesi istenmektedir.
- Turizm yerel halkın dilinin (şivesinin) değişmesine sebep olmamaktadır.
- Turizm Antalya'da yabancı dil isteği veya gereği yaratmaktadır.
- Turizm Antalya'da değişik eğlence anlayışlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.
- Turizm değişik dini inançların Antalya halkı tarafından kabul görmesine imkân vermektedir.
- Turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır.
- Turizm Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olmaktadır.
- Turizm sezonunda Antalya'da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır.
- Turizm sayesinde Antalya'da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır.
- Turizm Antalya insanının aile yaşantısını olumsuz yönde etkilememektedir.
- Turizm Antalya gelenek, örf ve adetlerini olumsuz yönde etkilememektedir.
- Turizm Antalya yerel kültürünü olumsuz yönde etkilememektedir.
- Turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır.
- Antalyalılar turizm sayesinde farklı kültürler hakkında yeni şeyler öğrenmekten mutludur.

*Muratpaşa ilçesinde turizmin sosyo kültürel etkilerinin algılanmasında katılımcıların turizmin sosyo kültürel etkilerini algılamalarındaki görüş ayrılıklarına ilişkin sonuç;*

- Turistlerin yerel halk ile iletişim kurmakta çekinmedikleri yönündeki algının yüzdesel oranı daha yüksek ise de turistlerin yerel halk ile iletişim kurmada çeşitli çekincelerinin olduğu yönünde bir görüş de mevcuttur.

- Antalya insanının turistlerin davranışlarını taklit etmediği yönünde güçlüce bir görüş yer almaktadır ancak insanların turistlerin davranışlarını taklit ettikleri yönündeki algının da dikkate alınması gerekir.
- Turizm faaliyetlerinin Antalya’da gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemediği yönündeki algı yüzdesel oran olarak daha yüksek ise de son yıllarda gençlerin turistlerde görülen bazı tutum ve davranışları benimsedikleri yönünde kuvvetli bir görüş de bulunmaktadır.
- Turizm sezonunda bazı kavga ve darp olayları arttığı yönünde bir algı mevcut ise de kavga ve darp olaylarını başka sebeplere bağlayanlar daha ağırlıklı bir görüşe sahiptir.
- Turizmin Antalya’da fuhuşun artmasına sebep olduğu yönündeki algı daha kuvvetlidir ancak turizm sezonundaki fuhuş artışını turizmle ilişkilendirmeyenlerin oranı da azımsanmayacak düzeydedir.
- Turizmin Antalya’da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olduğu yönündeki görüş daha güçsüzdür. Antalya’daki bu tür zararlı alışkanlıkların edinilmesinin turizm kaynaklı olmayacağı yönündeki algının dikkate alınması gerekir.
- Antalya’ya gelen turistlerin yaşam biçimimize ayak uydurmadığı yönünde hâkim görüş daha güçlüdür. Ancak turistlerin yaşam biçimimize ayak uydurduğu yönündeki görüşün de göz önünde bulundurulması gerekir.

*Muratpaşa ilçesinde turizmin sosyo kültürel etkilerinin algılanmasında katılımcıların bölgeyi ziyaret eden turistler hakkındaki görüşlere ilişkin sonuç;*

- Turistler Antalya halkına karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.
- Turistler Antalya kültürüne, folkloruna, sanatına, yöre mutfağına ve yöre insanının yaşam biçimine ilgi duymaktadır.
- Turistler Antalya’daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilememektedir.
- Bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır.

*Muratpaşa ilçesinde turizmin sosyo kültürel etkilerinin algılanmasında yerel halkın turistler hakkındaki görüşlerinin katılımcılar tarafından algılanmasına ilişkin sonuç;*

- Antalya halkı turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turist gelmesini istemektedir.
- Yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmemektedir.
- Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.

## ÖNERİLER

Antalya'nın tarihini, kimliğini bilmek ve anlamak için öncelikle Hitit, Frig, Lidya, Pers, Likya, Pamphylia, Makedon, Roma, Bizans, Arap, Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti tarihini tanımamız ve incelememiz gerekmektedir. Çalışmamızda Antalya'nın sosyal durumu ile ilgili belgelerin verdiği bilgilerden şehrin tarihi ile ilgili kaynak olarak yararlanılmıştır. Kentin hemşerileri Antalya ve çevresini tanıdıkça kenti daha çok sevecek ve tarihini özümseyecektir.

Antalya antik dönemde Akdeniz Bölgesi'nde küçük bir köy limanı olarak doğmuş ve gelişmiştir. 1960'lı yıllardan itibaren devletin bölgeye yaptığı turizm yatırım teşvik ve yardımları neticesinde günümüzde Antalya Türk turizminin başkenti olarak anılır olmuştur. Ancak bölgedeki aşırı inşaatlaşma Antalya ve ilçelerinin eski havasını ortadan kaldırmıştır. Turizmin gelişmeye başladığı yıllardan itibaren Antalya, Kemer, Side ve Alanya'da doğan veya bölgeye sonradan yerleşenler için bu değişim büyük bir üzüntüdür. Elbette ki değişim kaçınılmazdır; ancak tarihi ve doğayı tahrip eden değişime de izin verilmemesi gerekmektedir. Turizme bağlı değişim özellikle sosyo kültürel yapıyı da etkileyebildiğinden çalışmamız bu yönde sürdürülmüştür.

Antalya ili 18.yüzyıldan itibaren yoğun olarak Anadolu dışından göç almış ve göçmenlerin sosyal ve kültürel hayatında önemli rol oynamıştır. 1960'lı yıllar itibariyle turizm hareketleri canlılık kazanmış ve ilin nüfusundaki artış hızını daha çok turizm sektöründeki hareketler belirlemiştir. 1950 yılı öncesi Antalya yerel nüfusunun çoğunluğunu Mısır ve Girit kökenliler ile Yörükler oluşturmakta imiş. Günümüzde Antalya başta İstanbul, Ankara, Konya, Isparta, Burdur ve Afyon gibi iller olmak üzere Anadolu'nun her yanından, kırsalından ve çeşitli illerinden göç almaktadır.

Şüphesiz ki Antalya'ya çok sayıda Avrupalı da yerleşmektedir. Başta Balkanlar olmak üzere, Almanya'dan ve İskandinav ülkelerinden, Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinden ve daha birçok ülkeden Antalya'ya göç gelinmiş ve halen de göçler gerçekleşmektedir. Artık Antalya'da yüz on dokuz ülkeden on binlerce yabancı ikametli olarak yaşamaktadır. Bunun sonucunda Antalya, farklı dillerde konuşan birçok farklı gruptan oluşan insanların kendi kültürlerini, geleneklerini ve dinsel inançlarını ortak olarak paylaştıkları bu alana ekleyerek oluşturdukları bir kaleidoskopla karşı karşıyadır.

Antalya'daki tüm bu gelişmeler turizmin etkisi altında gelişmiştir. Çalışmamızda oluşturulan yargılara ilişkin olarak yerel halkın görüşlerine başvurulmuş ve bu yargılar ile ilgili bulgular yukarıda sonuç bölümünde aktarılmıştır. Araştırmamızdaki yargıların haricinde kente yeni yerleşen gruplar ile ilgili olarak önümüze yeni bir takım soruların çıkması muhtemeldir. Örneğin: önümüzdeki yıllarda Antalya'da yaşayan birbirinden farklı gruplar birbirilerini nasıl etkileyecektir, ne tür komşuluk ilişkileri sağlayacaktır, diğer topluluklar üzerinde herhangi bir kültürel etki bırakacak mıdır, günlük yaşamlarını nasıl sürdürecekler, dini vecibelerini nasıl yerine getirecekler vb.

Antalya hızlı bir metropolitenleşme sürecindedir. İl ekonomisine turizm endüstrisi hâkim olmakla kentin geleceğinde turizm belirleyici bir rol oynamaktadır. Antalya'nın yerel halkı gelirini turizm ve turizme bağlı tali faaliyetlerden elde etmektedir. Ancak bölge turizmi tüm yıla yayılamadığından sektör çalışanları yılın büyük bir bölümünde aktif çalışma hayatından uzak kalmaktadır. Aktif çalışma yaşındaki nüfusun çalışamaması ve buna bağlı olarak gelir elde edememesi sosyal sorunların da habercisidir.

Antalya kentinin kurulduğu günden itibaren günümüze kadar olan süreci sosyo kültürel açıdan değerlendirmeye tabi tuttuğumuzda kente sonradan yerleşenlerin Antalya'nın sosyal ve kültürel kimliğinin oluşumunda doğrudan etkili oldukları anlaşılmaktadır. Bu tarihsel tespite dayanarak geleceğin Antalya'sında Batılı yaşam tarzına bağlı bir sosyo kültürel yapı ve bu yapıya ayak uyduramayan gettoların etkili olabileceği söylenebilir. Bu bağlamda Sayda, Yafa, Kudüs, Kahire ve Beyrut gibi Akdeniz şehirlerinin sosyo kültürel yapısındaki sürecin Antalya özelinde değerlendirilmesi gerekir.

Antalya'da turizm kurumsallaşmıştır. Bu kurumsal yapı daha müreffeh bir toplumdan gelenlerin giyim kuşam, yeme içme ve eğlence kültürünün Antalya yerel halkı tarafından benimsenmesinde belirleyici olabilecektir. Rus eğlence kültürünün on yıllık bir süreçte Antalya'nın gece eğlence hayatının belirleyicisi olduğu dikkate alındığında bu tür bir yaşam tarzının Antalyalılar ve yakın çevre iller üzerinde bırakacağı etki ile ilgili olarak araştırmacılar çalışmalarda bulunabilir.

Kent Antalya ve bölgenin turistik çekicilikleri hakkında turistlere ve ilde yaşayan yabancı hemşerilere yönelik çeşitli yabancı dillerde yayımlanan gazete ve dergiler ile bilgi aktarılması doğru bir yaklaşımdır. Ancak Antalya'ya gelen turistlerin ve ilde yaşayan yabancıların

geldikleri ülkedeki sosyal yaşam ve kültürleri hakkında yerel halkın da bilgilendirilmesine yönelik çalışmaların yapılması daha yararlı olabilir.

Antalya nüfusunun yarısından çoğu sekiz yıl veya daha az bir eğitim görmüştür. Eğitimsiz nüfus turizm endüstrisine ucuz emek girdisi sağlamakta ise de uluslararası kuruluşlar ve bunların temsilcileri vasıtasıyla yönlendirilen turizm hareketlerinde mevsimsel işsizlik de diğer bir olumsuzluktur. Antalya yakın dönemde işsizliğe bağlı sosyal sorunlar ile karşılaşması muhtemeldir. Antalya iline ilişkin TÜİK istihdam rakamları ile il bazında çalışanlar ayıklanmalı ve SGK verileri ile karşılaştırılabilir. Bu ayıklama olmadan yapılan karşılaştırmalar yanlış ve taraflı değerlendirmelere sebebiyet verebileceğinden Antalya'nın aktif nüfusu ve istihdam ile ilgili hesaplamalarında hata yapılabilir. Çalışabilir yaştaki nüfusun işsiz kalması nedeniyle işsizlerin Antalya'da sebep olabileceği sorunların araştırılması ve bu sorunlara yeni çözümler üretilmesi gerekir. Antalya'daki boşanma, intihar veya intihara teşebbüs, alkol bağımlılığı, hırsızlık, silahlı soygun ve cinayet gibi olaylar ile işsizlik arasındaki ilişki araştırılmalı ve Antalya toplumunun varlığı, refah ve mutluluğu için yapılacak bilimsel çalışmalardan faydalanılma yoluna gidilmelidir.

Antalya'nın gelişmişlik düzeyi Türkiye'nin diğer illeri ile karşılaştırılmamalıdır. Bir yılda il nüfusunun yaklaşık beş katı tutarında Batılı turist Antalya havaalanından bölgeye giriş yaptığı dikkate alınmalıdır. Bir turizm merkezi olan Antalya'nın üstün ve zayıf yönleri daha ziyade örneğin, Paris, Roma ve Londra gibi daha çok turist ziyaret ettiği Batı şehirleri ile karşılaştırılmalıdır. Bilindiği üzere Batılı turistler gittikleri yerde kendi memleketlerinde alıştıkları kalite ve konfor ile kendi dillerinde konuşulmasını beklemektedir. Turizmin sürekliliği için sürekli bir mesleki eğitim sağlanmalı ve turizmin ihtiyaç duyduğu kalifiye işgücü yetiştirilmelidir.

## KAYNAKÇA

Alpak, T., “Turizm Yatırım Veya Turizm İşletmesi Belgeli İşletmelere Ait Elektrik Enerjisi Desteği Esasları Yeniden Belirlendi”, Alo Maliye, ([http://www.alomaliye.com/talha\\_apak\\_enerji\\_destegi.htm](http://www.alomaliye.com/talha_apak_enerji_destegi.htm) (01.04.10)).

Akat, Ö., Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitapevi, Bursa, (1997)

Akaydın, M., “Turizm 12 Aya Yayılmalı”. Büyükşehir Antalya Gazetesi. (Şubat 2010), s.13.

Akdölek, E., “Fuhuş sektörü kadınları yutuyor” Pazartesi, 17 Temmuz 2006. [http://www.ucansupurge.org/arsiv/www.ucansupurge.org/indexf7b4.html?option=com\\_content&task=blogcategory&id=67&Itemid=91](http://www.ucansupurge.org/arsiv/www.ucansupurge.org/indexf7b4.html?option=com_content&task=blogcategory&id=67&Itemid=91) (26.03.10))

Akıncılar, Ş., “Sosyal bir yara:Fuhuş!” 11.02.2008. [http://www.antalyabugun.com/index.php?page=makale&y\\_id=&MID=918](http://www.antalyabugun.com/index.php?page=makale&y_id=&MID=918) (29.10.09)

Aksu A.A., Özdemir B., Çizel B., İçigen E.T., Çizel B(1) ve Ehtiyar R., Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, AKTOB, Antalya, (2008)

Akgül, O., Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, SBE Aydın, (2003)

Akgündüz, A., “21 yy’da Türkiye’nin Hedefleri”, Türkçe’nin Dünü, Bugünü, Yarını Uluslararası Bilgi Şöleni Bildirileri, T.C.Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, (2002).

Akman, A.D., Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal ve Kültürel Değişmeler: Kaş Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE, Ankara, (2007)

Aksoy, M., Kültür Sosyolojisi Açısından Doğu Anadolu, T.İ.S.A.V. Yay., İstanbul, (1996)

Alçıtepe, A.G., “Antalya'da Tarımsal Kurumların Tarihçesi”, Antalya Kent Müzesi Projesi Yayını. [www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/17.pdf](http://www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/17.pdf) (14.01.10)

Altınışık, A., “Antalya ve Şehir Turizmi” [http://www.turizmhaberleri.com/ KoseYazisi.asp?ID=672](http://www.turizmhaberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=672) (25.02.10)

Algur, Ö.F. ve diğerleri., “Palandöken Dağları (Erzurum) ve Sarıkamış (Kars) Çevrelerinin Bilimsel Eğitim Amaçlı Kullanımı-II Proje No: 106Y110”, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu, Erzurum, (Haziran 2006), [uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&vtadi...ano...](http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&vtadi...ano...) (18.02.10)

Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi (C:16)., Ana Yayıncılık A.Ő., İstanbul, (1989)

Antalya Belediyesi., Antalya Şehir Rehberi. ABC Ajansı, Pres Ofset Matbaacılık, Antalya, (1985)

Antalya Büyükşehir Belediyesi (a)., Stratejik Plan (2007-2011). Antalya, s.22. [www.sp.gov.tr/.../planlar/AntalyaBuyuksehirSP20072011.pdf](http://www.sp.gov.tr/.../planlar/AntalyaBuyuksehirSP20072011.pdf) (20.10.09).

Antalya Büyükşehir Belediyesi (b), Antalya Büyükşehir Bütünü 1/50.000 Ölçekli Stratejik Fiziki Planı Planlama Raporu. Nazım Planlama Daire Başkanlığı, s.79 [www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000\\_plan\\_raporu.pdf](http://www.antalya.bel.tr/varliklar/turkce/.../50000_plan_raporu.pdf) (20.10.09)

Antalya İl Emniyet Müdürlüğü, 08.09.2009 Basın Açıklaması, “Fuhuş mağdurları kurtarıldı” <http://bilgiedinme.antalya.pol.tr/basin-aciklamalari/fuhus-magdurlari-kurtarildi.html> (29.10.09)

Antalya İl Çevre Durum Raporu., (2008)

Antalya Kent Konseyi, “Antalya Ticaret ve Sanayi Odasının Kent Vizyonu Konusundaki Bilgilendirmesi” [http://www.antalyakentkonseyi.org.tr/old/gorusler\\_30.htm](http://www.antalyakentkonseyi.org.tr/old/gorusler_30.htm) (06.04.10)

Antalya Su ve Atık Su İdaresi Genel Müdürlüğü, <http://www.asat.gov.tr/?page=pages&PID=301> (11.02.10)

Antalya Valiliği., Antalya İli Merkez Kültür Envanteri, İl Özel İdaresi Kültür Yayınları, Siyah Grafik&Matbaacılık, Antalya, 2003.



Aras, A.N., “Editorial”, Gastro, Metro Kültür Yayınları, Apa Uniprint Basım A.Ş. İstanbul Sayı:46 (Temmuz-Ağustos 2008), s.3.

Arıbaş, K., “Antalya Kentinin Nüfus Coğrafyası”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.302-321.

Arslantürk, Z. ve Amman, T., Sosyoloji (Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler), Kaknüs Yay., İstanbul, (2000)

Arüv, C., Yıldırım, M., ve Topkaya B., “Antalya Kentindeki Turizm Faaliyetlerinin Kıyı Alanlarına Etkilerinin Belirlenmesi”, <http://www.e-kutuphane.imo.org.tr/pdf/11094.pdf> (10.92.10)

Atalay, B., (2009) <http://www.antalya.gov.tr/gundem.asp?procid=174> (26.03.10)

Avcıkurt, C., Yerel Halkın Turizm ve Turizmin Etkilerini Algılaması ve Değerlendirmesi, Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Balıkesir, (2000)

Aydın, M., Kurumlar Sosyolojisi: Kurumlara Başlangıç Çevresinde Bir Çalışma, Vadi Yay., İkinci Baskı, Ankara, (2000)

Aydilek, H., Fethiye Bölgesinde Yabancı Yerleşim Profili. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi SBE, Muğla, (2005)

Bağcı, A., Antalya-Lara Entegre Kıyı Alanları Yönetim Modeli. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, İstanbul, (2007)

Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, “Turban Turizm A.Ş.”, <http://www.oib.gov.tr/portfoy/turban.htm> (19.02.10)

Başbuğ, F., Başbuğ, F., “19.Yüzyıl Sonu, 20.Yüzyıl Başlarında Antalya’da Eğitim ve Kültür Faaliyetleri”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi,

Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.232-237.

Bayındır, T., (TUROB) “Kongre Turizmi 3 Kat Daha Kârlı”, <http://www.porttakal.com/haber-kongre-turizmi-3-kat-daha-k-rli-13214.html> (25.02.10)

Baykan, E., Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması: Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, (2007)

Baykara, T., “Selçuklu Devri Antalya’sı Üzerine Bazı Düşünceler”, I.Milli Türkoloji Kongresi (İstanbul 6-9 Şubat 1978), Tebliğler, İstanbul, (1980), s.191-196.

Baykara, T., “XX.Yüzyıl Başlarında Antalya”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007, C:1, s.12)

Bayrak, M.O., İlk ve Orta Çağda Anadolu Tarihi Sözlüğü. Bir Harf Yayınları. İstanbul, (2005)

Bayrak, V., “Turizmde Neler Oluyor”. [http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR\\_KOD=2172](http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=2172) (20.02.10)

Beaufort, F., Karamania. (Çev: Neyzi, A. ve Türker D.) Suna-İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü, Antalya, (2002)

Bektaş, C., Antalya. Antalya Belediyesi Yayınları, 1. İstanbul, (1980)

Bilgiseven, K. A., Genel Sosyoloji, Filiz Kitapevi Yay., Dördüncü Baskı, İstanbul, (1986)

Bosch, E., Antalya Kitabeleri, (Çev. Altan, S.) Belleten, Ankara, (1947)

Brown, J.A.C., Beyin Yıkama, (Çev: Tanç, B.) Boğaziçi Yay., Yedinci Baskı, İstanbul, (2000)

Burkart, A. J., Medlik, S., Tourism: Past, Present and Future, 2.edit. Butterworth-Heinemann, Londra, (1981)

Coltman, M.M., Introduction to Travel And Tourism An International Approach, Van Nostrand Reinhold, New York, (1989)

Çağan, İ.N., Tutanak Dergisi, 96.ncı Birleşim, Dönem: 21, Cilt: 94, Yasama Yılı: 4, T.B.M.M., 07.05.2002 Salı. [www.tbmm.gov.tr/tutanak/donem21/yil4/bas/b096m.htm](http://www.tbmm.gov.tr/tutanak/donem21/yil4/bas/b096m.htm) (08.02.10)

Çalışkan, U., Tütüncü, Ö., “Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması”. IV.Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı, Editör Kozak N. İstanbul Üniversitesi ve Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi. Başak Ofset, Ankara, (2008), s.806-807.

Çelebi, M., “İtalyan Sömürgeciliğinin Hedef Kenti Antalya”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.169-186.

Çevre Sağlığı Daire Başkanlığı, [http://www.saglik.gov.tr/extras/temelcevreprojeler/turzim\\_sa.htm](http://www.saglik.gov.tr/extras/temelcevreprojeler/turzim_sa.htm) (16.02.10)

Çınar, M., “Cam Piramit’i Yıkma Önerisi” Hürriyet Akdeniz, Antalya, (25.02.2010), s.6

Çimrin, H., Antalya Kent Kronolojisi, ATSO Kültür Yayını, Azim Matbaası, Antalya, (2005)

Çimrin, H., Bir Zamanlar Antalya Tarih Gözlem ve Anılar (C:1). ATSO Kültür Yayını, Üçüncü Basım, Ekinci Matbaa, Antalya, (2006)

Çimrin, H., “Benim Antalya’m”, Antalya Kent Müzesi Projesi Yayınıdır. [antalyakentmuzesi.org.tr/download/hcimrin.pdf](http://antalyakentmuzesi.org.tr/download/hcimrin.pdf) (16.02.10)

Çölaşan, E., “Turban Rezaleti”. 28 Ağustos 1999, Cumartesi. <http://webarsiv.hurriyet.com.tr/1999/08/28/139424.asp> (19.02. 10)

Çubuk, M. “Sürdürülebilir Turizm, Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, Sürdürülebilir Turizm”. 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, İstanbul, (1996)

Demirel, M., “Kazılar Antalya Tarihini 100 Yıl Geriye Götürdü”, Antalya Büyükşehir Gazetesi, Yıl 1, (Ocak 2010), S.6, s.4.

Dinç, G., “20. Yüzyılın İlk Yarısında Antalya Nüfusu”, 20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu, (Antalya, 22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi, (2007), C: I, s.349-373.

Doğan, H., Turizmin Sosyo Kültürel Temelleri. Uğur Ofset Matbaacılık, İzmir, (1987)

Durugönül, E. “Antalya Siyahîleri”. Antalya Kent Müzesi Projesi Yayını. 2007, s.1-14. [www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/edurugonul.pdf](http://www.antalyakentmuzesi.org.tr/download/edurugonul.pdf) (24.01.10)

Eğitim Sen, ANTÇEV, Tüm Bel Sen, Rehberant, Kültür Sanat Sen, PMO, YAYED, ÇGD. Basın Açıklaması. “Antalya Nekropolü İş Merkezi Değil, Arkeolojik Park ve Müze Olmalıdır” <http://bianet.org/bianet/diger/114121-antalya-nekropolu-is-merkezi-degil-arkeolojik-park-ve-muze-olmalidir> (25.02.10)

Emekli, G., Bergama’da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, SBE, İzmir, (1998)

Emgili, F., “Girit’ten Antalya’ya Yönelik Göçler”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.147-158.

Engin, N., Osmanlı Devleti’nde Kölelik, M. Ü. İlahiyat Fakültesi Yay., İstanbul, (1998)

Erari, F., “Küreselleşme Sürecinde Eğitimin Kalkınmadaki Önemi, Açıköğretimin Yeri İle Açıköğretim Öğrencileri İle Ailelerinin Sosyo-Ekonomik Durumu ve Beklentileri”, [aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/Ferhat\\_Erari.doc](http://aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/Ferhat_Erari.doc) (15.01.10)

Erdoğan, İ., İletişimi Anlamak. İkinci Baskı, Erk Yayınları, Ankara, (2005)

Erdoğan, İ., Alemdar, K., Öteki Kuram, Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. İkinci Baskı, Erk Yayınları, Ankara, (2005)

Erdoğan, Z., “Türkiye’de Kentleşme ve Sanayileşmenin Birlikte Etkilediği Bazı Sosyal Problemler”, Türkiye 9. Şehircilik Günü 6-7-8 Kasım, Eskişehir, (1985), s. 162

Eroğlu, H., “Şehzade Sancağı Antalya”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.15-25.

Erol, M., “Kentsel Bütünleşme Üzerine Köy-Kent Farklılaşması ve Aile Kurumunun Etkileri: Sivas Örneği”, Toplum ve Göç, II. Ulusal Sosyoloji Kongresi, T.C. Başbakanlık D.İ.E. Yayınları, Ankara, (1997), s.390

Ersoy, F., 15.06.2008 01:47 <http://www1.haberler.com/yerli-turist-bu-yaz-yabancidan-200-euro-daha-ucuza-haberi/> (20.02.10)

Ersoy, M., “Yerli Turist Ucuz Tatil Yapacak”, [http://www.potkal.com/forum/forum\\_posts.asp?TID=3232&PID=4546](http://www.potkal.com/forum/forum_posts.asp?TID=3232&PID=4546) (20.02.10)

Erten, S., “(1923-1950) Yirminci Asrın İlk Yarısında Antalya” 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.23-30.

Ertin, G., “Türkiye’de Turizm” Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 12 Ünite, s. 202, <http://www.aof.anadolu.edu.tr/kitap/IOLTP/2291/unite12.pdf> (10.04.10)

Fırat, S., “Bir Modernleşme Projesi Olarak Kentsel Gelişimi İzlemek: Antalya Örneği”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.387-407.

Findley, C.V., Dünya Tarihinde Türkler. (Çev.Anadol, A.) Birinci Basım, Kitap Yayınevi, İstanbul, (2006)

Gartner, W.C., *Tourism Development: Principles, Processes and Policies*, New York: John Wiley&Sons. (1996).

Güçlü, S., “Cumhuriyet Döneminde Türkiye’de Kentsel Dönüşüm ve Antalya”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.374-386.

Güçlü (a), M., “Dr.Burhanettin Onat ve Antalya’daki Faaliyetleri”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.325-337.

Güler, S., “Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, [http://www.kompedan.info/TC\\_FBINDIR/GASTRONOMi%20SEMPOZYUM%20MAKALELERi/MAKALE\\_3.pdf](http://www.kompedan.info/TC_FBINDIR/GASTRONOMi%20SEMPOZYUM%20MAKALELERi/MAKALE_3.pdf) (26.10.09)

Günay, Ö.F., “Türkiye’de İl Yöneticisi Olarak Vali”, Mülkiye, C: XXV, S:226, s.289-332. [www.mulkiyederigi.org/index.php? ...file...il...olarak-vali](http://www.mulkiyederigi.org/index.php?...file...il...olarak-vali) (29.01.10)

Gündüz, Ş., “Yerli Turist Bu Yıl Tatile Çıkmayınca Sanatçılar Bayram Gelirinden Oldu”, <http://yeni.haberler.com/haberf.asp?haber=1036348> (20.02.10)

Güngör, N., *Kültür-Eğitim-Dil Üzerine Görüşleri İle Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu*, Kültür Bakanlığı Yay., No: 1290, Ankara, (1991)

Gürkan, M. İ., *Turizm Haraketlerinin Bir Yerleşim Biriminde (Belek/Antalya) Sosyal Yapıdaki Değişimlere Etkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi. SBE, Ankara: (1995)

Gürsoy, K., “Birlikte Yaşamamın Felsefi Temelleri”, İslam Medeniyetinde Bir Arada Yaşama Tecrübesi 2008 Yılı Kutlu Doğum Sempozyumu Tebliğ ve Müzakereleri, Yayın No.433, Türkiye Diyanet Vakfı Yayını, Ankara, (2009)

Hall, E.T., *The silent language*. Garden City, NY: Doubleday, (1959)

Hernandez, S.A.; Cohen, J.; Garcia, H.L. “Residents’ Attitudes Toward An Instant Resort Enclave, *Annals of Tourism Research*, XXIII, 4, (1996), s.755-779.

Hottola, P., Culture Confusion Intercultural Adaptation in Tourism, *Annals of Tourism Research* 31 (2), (2004). s.447-466.

Işık, F., “Yeni Araştırmalar Işığında Lykia-Pamphylia’nın Anadoluluğu”, Antalya Müzesi Konferans Salonu, Antalya, (29 Ocak 2010)

Kabaağaç, S., Alovera E., Lâtinçe Türkçe Sözlük. Sosyal Yayınlar. İstanbul, (1995)

Kahya, E., “Antalya'nın Altyapısı Üzerine” 08.01.2002, <http://www.dunyagazetesi.com.tr/haberArsiv.asp?İd=63029> (11.02.10)

Kalın, İ., “Amerika Birleşik Devletlerinde Bir Arada Yaşama Tecrübesi” İslam Medeniyetinde Bir Arada Yaşama Tecrübesi 2008 Yılı Kutlu Doğum Sempozyumu Tebliğ ve Müzakereleri, Yayın No.433, Türkiye Diyanet Vakfı Yayını, Ankara, (2009)

Karaca, B., XV. ve XVI. Yüzyıllarda Teke Sancağı İdaresi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi SBE, Samsun, (1997)

Karal E.Z., Osmanlı İmparatorluğu’nda İlk Nüfus Sayımı 1831. Başvekalet İstatistik Umum Müdürlüğü, Neşriyat no: 195, Ankara, (1943)

Kaya, İ., Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir, (1997)

Kaya, K., Türk Toplumunun Yaşama Tarzı (Isparta Örneği), Fakülte Kitapevi, Isparta,(2003)

Kesik, M., “Antalya’ya Yapılan İlk Akınlar ve Selçuklu Hakimiyeti” Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.1-8.

Kıvrın F., Uysal M., Antalya Bir Kentin Portresi. Fırat Yayın ve Tanıtım, Ankara, (1988)

Kocaboyun, H., Antalya Kaleiçi Yerleşiminin Doğal, Kültürel ve Tarihi Miras Olarak İncelenmesi ve Alanın Turizm Açısından Sürdürülebilir Kullanımı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta, (2009)

Kocaman, T., “Plan Nüfus Projeksiyon Yöntemleri”. Devlet Planlama Teşkilatı. 2002, s.11. , E-kitap: <http://ekutup.dpt.gov.tr/nufus/kocamant/projeksi.pdf> , (14.01.10)

Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M., Genel Turizm İlkeler Kavramlar. Anatolia Yayıncılık, Ankara, (1996)

Kültür ve Turizm Bakanlığı, [http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx? F6E10F8892433CFF7EFAE9849F61D80EB1359B75AFE2401D&Vurgulanacak=Alanya%20turizm%20b%3%b6lgesi](http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF7EFAE9849F61D80EB1359B75AFE2401D&Vurgulanacak=Alanya%20turizm%20b%3%b6lgesi) (17.02.10)

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, 28.04.2008 tarih ve B.16.0.SGB.0.10.01.00.610/75483 sayılı yazısı (TBMM Başkanlığı’na, Soru Önergesi Cevabı). [www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf](http://www2.tbmm.gov.tr/d23/7/7-2623c.pdf) (23.03.10)

Lanquar, R., Turizm-Seyahat Sosyolojisi, (Çev: G. Öztunalı Kayır), İletişim Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul, (1991)

Magie, D., Anadolu’da Romalılar, I. Arkeoloji ve Sanat Yayınları, Kanaat Matbaası, İstanbul, (2001)

Merter, F., 1950-1958 Yılları Arasında Köy Ailesinde Meydana Gelen Değişmeler (Malatya Örneği), Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yay., İkinci Baskı, Ankara, (1990)

Merton, R.K., Social Theory And Social Structure, Free Press, New York, (1968)

McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Tourism Principles, Practices, Philosophies. John Wiley & Sons Inc., New York, (1986)

Muratpaşa Belediyesi, [www.muratpasa.gov.tr/cografiyapi.htm](http://www.muratpasa.gov.tr/cografiyapi.htm) (10.04.10)



Müller, H., “Turizm Alanındaki Büyüme Süreçlerinin Etkileri (Grindenwald Örneğinde)”, Turizm ve Gelişme Türkiye’nin Şansları ve Riskleri Seminer: 06-07.11.1992. Türk Alman Kültür İşleri Kurulu Yayın Dizisi, Nr.4, Ankara, (1993).

Neyişçi, T., “Turizmin Başkenti Antalya Tartışmaya Açılıyor”. <http://www.turizmhaberleri.com/HaberAyrinti.asp?ID=15388> (25.02.10)

Oktik, N., “Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri”, Muğla Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü. [www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4\\_10.pdf](http://www.mu.edu.tr/sbe/sbedergi/dosya/4_10.pdf) (19.01.10)

Olalı, H., Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, (1990)

Olalı, H., Timur, A., Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.,İzmir, (1988)

Oral, M., “Önsöz”, 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.8-10.

Orel, F.D., Memmedov, İ., “Antalya Bölgesine Gelen Rus Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, [www.fatmaorel.net/makaleler/rusturist\\_profil\\_tur.pdf](http://www.fatmaorel.net/makaleler/rusturist_profil_tur.pdf) (10.02.10)

Ortaçşme, V., Yıldırım, E. ve Manavoğlu, E., “Kentsel Yeşil Alan Fonksiyonları Düzleminde Antalya Kenti Yeşil Alanlarına Bir Bakış”, <http://www.e-kutuphane.imo.org.tr/pdf/11171.pdf> (11.02.10)

Ozankaya, Ö., “Ulusal Toplumun ve Ulusal Kültür'ün Kurucu Öğeleri”, s. 221-225, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/813/10326.pdf> (23.03.10)

Önal, M., “1930’lu Yıllarda Genç Cumhuriyetin Başlattığı Önemli Bir Girişim: Afyon-Antalya Demiryolu Hattı Projesi”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006)

Öncü, A., Weyland, P., Mekan, Kültür, İktidar (Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler) İletişim Yayıncılık. İstanbul, (2005)

Öncü, H. “Kemer Likya Yolu Yürüyüşü” Turizmin Sesi <http://www.turizminsesi.com/haber/kemer-likya-yolu-yuruyusu-4905.htm> (28.02.10)

Önder, A.T., Türkiye'nin Etnik Yapısı: Halkımızın Kökenleri ve Gerçekler. Dördüncü Basım, Pozitif Yayınları, İstanbul, (2002)

Önder, M., Türkiye Müzeleri, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İkinci Baskı, Doğu Matbaacılık, Ankara, (1985)

Özbeç, F.R., “Sustainable Tourism Development In Globalization Progress” Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference, Book:4, Varna 1-3, (07/2002), pp.135-150.

Özdemir, M., Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Kök-Sav Yay., Ankara, (1992)

Özkalp, E., “Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Kent Sorunlarına Genel Bir Bakış ve Türkiye’de Kentleşme”, Cumhuriyet Üniv. Fen Edb. Fak. Sos.Bil. Der. Yayınları, Sivas, (9 Aralık 1987), s.45.

Özkul, E., Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Etkileri: Marmaris Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE, Balıkesir, (2001)

Özmen, M. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Akçakoca Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi SBE, Akçakoca, (2007)

Özyiğit, Y., Bilgen, M., “Antalya Merkeze Bağlı Bazı Doğal Meralarda Bulunan Bitkilerin Kuru Ağırıklarının Belirlenmesi Üzerinde Bir Araştırma”, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarla Bitkileri Bölümü. [www.akdeniz.edu.tr/ziraat/yayinlar/017\\_004.pdf](http://www.akdeniz.edu.tr/ziraat/yayinlar/017_004.pdf) (14.01 .10)

Sarı C., Tepeli Y., “Batı Antalya (Beydağları) Yaylaları”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.487-498.

Sarıhan, S., I Numaralı Şerr’iye Siciline Göre XIX Yüzyıl Başında Antalya’nın Sosyo-Ekonomik Profili. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE, Antalya, (2003)

Sarkım, M., Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları Ve Antalya Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir, (2007)

Taşbaş, E., 15 No’lu Antalya Ser’iyye Sicil Defterine Göre 1866-1867 Yılları Arasında Antalya Şehrinin İdarî ve Sosyo-Ekonomik Durumu, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE, Antalya, (2007)

Pekman, A., Perge Tarihi. Türk Tarih Kurumu Yayınları, VII. Dizi. TTK Basımevi, 2.Baskı, Ankara, (1989)

Porzig, W., Dil Denen Mucize. (Çev:Vural, Ü.) Birinci Baskı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları No.631, Başbakanlık Basımevi, Ankara, (1986)

Ratz, T., “The Socio-cultural Impacts of Tourism Case of Lake Balaton”, Research Support Scheme, Virtus, 2000, s.6-7, <http://e-lib.ree.cz> (10.09.09)

Reisenger, Y. “Social Contact Between Tourist And Hosts Of Different Cultural Backgrounds” Tourism The State Of The Art, Ed.A.V. Stean; C.L. Jenkins; R.C. Wood, John Wiley & Sons Inc., England, (1994), s. 743-754

Ryan, C., Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems, Routledge, London, (1995)

Ryan, C., Recreational Tourism: A Social Science Perspective, Routledge, London, (1991)

Seçer, L., “Türkiye’de Yansıtılmayan Turizm Gerçeği”, <http://www.antalyagunlugu.com/turizm/turkiyede-yansitilmayan-turizm-gercegi/> (25.02.10)

Su, K.T., “Seyahat Acentalığı Hizmetleri Pazarına Bir Bakış” Rekabet Dergisi. S.42-45., [www.rekabet.gov.tr/word/dergi16/5kemaltahirsu.doc](http://www.rekabet.gov.tr/word/dergi16/5kemaltahirsu.doc) (10.03.10)

Tak, M., “Ulaşım Sorunlarına Acil Çözüm Önerileri”, Hürriyet Akdeniz (31.12.2009), s.6

Tayfun, A., “Turist Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma”, [www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf](http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf) (23.03.10)

T.C.Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, TR6 Akdeniz Bölgesi Tarım Master Planı, Ankara, (2007)

TMMOB, Çevre Mühendisleri Odası, Antalya İl Temsilciliği, Antalya İli Çevre Durum Raporu, (2009) <http://www.cmo.org.tr/dosyalar/cdr2009/cdr2009.pdf> (31.03.10)

Toprak, B., “Yerli Turist Kral Olacak”, 5 Nisan 2006. <http://www.stargazete.com/ekonomi/yerli-turist-kral-olacak-haber-49065.htm> (20.02.10)

Tosun, A., “Antalya Tarihi İle Yüzleşiyor”, ARO Doğu Garajı kazısı gezisinde sözlü anlatım. (30 Aralık 2009)

Turhan, M., Kültür Değişmeleri (Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik), Marmara Üniversitesi İ.F.V. Yay., No: 16, İkinci Baskı, İstanbul, (1994)

Türk Dil Kurumu, Türkçe Sözlük, Yeni Baskı, Atatürk Kültür ve Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Ankara, (1988), C:2.

Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye İstatistik Yıllığı 2008. TÜİK Matbaası, Ankara, (2009)

Türkiye İstatistik Kurumu (a), İstatistik Göstergeler 1923-2007. TÜİK Matbaası, Ankara, (2008)

Türkiye İş Kurumu, <http://www.iskur.gov.tr /LoadExternalPage.aspx?uicode=statikistatistik index> (31.03.10).

Ulusal Kamp ve Karavan Federasyonu, Akdeniz Bölgesi Kamp Özellikleri. <http://www.ukkf.org/KampAlani.aspx?ID=2> (10.04.10)

Ulusoy, Y., “Antalya ve Turizmin Katkısı”, Planlama 86/2, [www.spo.org.tr/resimler/ekler/ed5af6add95a9a6\\_ek.pdf](http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/ed5af6add95a9a6_ek.pdf) (15.02.10)

Ural, A., Kılıç, İ., Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi. Detay Yayıncılık. İkinci Baskı. Ankara, (2006)

Usal, A., Kuşluvan, Z., Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji, Barış Yayınları. İzmir, (2002)

Usta, Ö., Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara, (2008)

Uygur, M.S., Baykan E., “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi Yıl: (2007) Sayı: 2, s.41-42

Uzun, B. Ö., “Antalya’nın Modernleşme, Sanayileşme ve Kentleşme Sürecinde Bir Yapıtışı: Antalya Ferrokrom Fabrikası” 20.Yüzyılda Antalya Sempozyumu (22-24 Kasım 2007), Akdeniz Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2007), s.243-258.

Ürger, S., Genel Turizm, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya, (1993)

Üstün, H., “Antalya Süreli Yayınlar Kaynakçası (Bibliografyası) ve Basın Yayın Olayları Kronolojisi Denemesi”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu 18-19 Aralık 2003, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, (2006), s.367-433.

Yavuz, Y., “Bu Vakfi Bozan Ve Değiştirenlerin Denetçisi Zebani, Nasibi Cehennem Olsun” <http://www.medyantalya.com/manset/bu-vakfi-bozan-ve-degistirenlerin-denetcisi-zebani-nasibi-cehennem-olsun.html> (22.03.10), (2009)

Yazıcı, E., “Türk Sosyo-Kültürel Yapısında Gözlenen Değişmeler: Karmaşık Bir Dönüşümün Hikayesi”, Yeni Türkiye (Cumhuriyet Özel Sayısı), (Eylül-Aralık 1988), s. 1834.

Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S., SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara, (2004)

WTO, Workshop On Environmental Aspects Of Tourism: Joint UNEP and WTO Meeting, Madrid, (1983)

<http://www.antalya.gov.tr/download.asp?process=1 &procid=37> (10.01.10)

<http://www.ssk.gov.tr/wps/portal/Anasayfa/Istatistikler> (Tablo 2, Tablo 5/1, Tablo 7, Tablo 7/2, Tablo 8/1) (25.02.10)

[http://www.ajansbir.com/haber-28454--Tolunay\\_Isiklar\\_ve\\_Ataturk\\_Caddesi\\_esnafıyla\\_bu\\_lustu.html](http://www.ajansbir.com/haber-28454--Tolunay_Isiklar_ve_Ataturk_Caddesi_esnafıyla_bu_lustu.html) (25.02.10).

<http://www.akdeniz.edu.tr/finike/program.htm> (18.02.10)

<http://www.akdeniz.edu.tr/manavgat/seyahat/index.html> (18.02.10)

<http://www.akdeniz.edu.tr/turizm/> (18.02.10)

<http://www.akdeniz.edu.tr/serik/okulumuz.htm> (18.02.10)

<http://arsiv.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2004/11/18/akdeniz/akdeniz9.html> (20.02.10) “Yeni gözde yerli turist”, 18 Kasım 2004.

[http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=8172](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=8172) (14.01.10)

[http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=5774](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=5774) (24.02.10)

[http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=5621](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=5621) (24.02.10)

[http://www.antalya.bel.tr/tr/bel\\_guncel/haber\\_detay.cfm?sayfa=6763](http://www.antalya.bel.tr/tr/bel_guncel/haber_detay.cfm?sayfa=6763) (24.02.10)

[http://www.antalya.com.tr/tr/kent\\_profil/nufus.cfm?tanitimId=762](http://www.antalya.com.tr/tr/kent_profil/nufus.cfm?tanitimId=762) (31.03.10).

[http://www.antalya.pol.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=509:kgys-nedir&catid=96:kgys-genelbilgiler&Itemid=276](http://www.antalya.pol.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=509:kgys-nedir&catid=96:kgys-genelbilgiler&Itemid=276) (12.02.10)

<http://arkitera.com/h26372-koyler-turizme-kazandirilacak.html> (25.02.10)

<http://www.betonarme.com/haberler/938-antalyada-sehiricine-dogalgazdagitimi-icin-calismalar-basladi.html> (11.02.10)

<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haberArsiv.asp?id=200761> (20.02.10)

[egitek.meb.gov.tr/aok/Aok\\_Kitaplar/Aio\\_Kitaplar/Turizm\\_7/3.pdf](http://egitek.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/Aio_Kitaplar/Turizm_7/3.pdf) (25.03.10)

[http://www.ekoayrinti.com/news\\_detail.php?id=5629kurucusu](http://www.ekoayrinti.com/news_detail.php?id=5629kurucusu) (20.02.10)

<http://www.fuhus.org/fuhus.htm> (28.10.09) “Türkiye Cumhuriyetinde Fuhuş”

<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/1999/08/28/139424.asp> (19.02.10)

<http://www.kanalalanya.com/kanalalanya/?ID=807&MenuID=165&QeryParentID=0&ContentID=79&Content=ok&lang=2&MenuType=131&exec=detail/detail.asp> (26.02.10) “Sapadere Köyüne Turlar Başladı, İlk Tur Otobüsü Köye Gitti”

<http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011605/8567> (25.02.10).

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF7EFAE9849F61D80E9967B13382E62777> (28.02.10)

<http://www.muratpasa-bld.gov.tr/antalya/tr/d01.htm> (10.01.10)

<http://www.ogerturktur.com/> (20.02.10)

<http://www.oib.gov.tr/portfoyturband.htm> (19.02.10).

[http://www.polis.web.tr/article\\_view.php?aid=5098](http://www.polis.web.tr/article_view.php?aid=5098) “Antalya’da Fuhuş Operasyonu” 16 Haziran 2009, Salı. (28.10.09)

<http://www.porttakal.com/haber-turizme-spor-destegi-103097.html> (18.02 .10)

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=573508&page=3> (24.02.10)

<http://www.teztour.com.tr/popup/news13.htm> (20.02.10)

[http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay~haberNo~2588~haber~antalya110\\_turizmciyi\\_a%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1yor.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~2588~haber~antalya110_turizmciyi_a%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1yor.htm) (17.02.10)

[http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir\\_otellere\\_amerika\\_l%C4%B1lar\\_talip.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir_otellere_amerika_l%C4%B1lar_talip.htm) (17.02.10)

[http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir\\_otellere\\_amerika\\_l%C4%B1lar\\_talip.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir_otellere_amerika_l%C4%B1lar_talip.htm) (17.02.10) “Kelepir otellere Amerikalılar talip”, 12.7.2002 12:37;

<http://www.turizmgazetesi.com/news/news.aspx?id=52752> (26.02.10) “Antalya'nın yaylaları turizme kazandırılacak”

[haber.tobb.org.tr/.../1255\\_IV.%20TURKIYE%20TICARET%20VE%20SANAYI%20SURASI%20](http://haber.tobb.org.tr/.../1255_IV.%20TURKIYE%20TICARET%20VE%20SANAYI%20SURASI%20) (08.02.10)

<http://www.yapi.com.tr/Haberler/gti-kayi-turun-oteller-zincirigenisliyor1670.html> (20.02. 10)

<http://arsiv.zaman.com.tr/2002/05/12/akdeniz/butun.htm> (08.02.10)

T.C. Anayasası

491 Numaralı Teşkilat-ı Esasiye Kanunu



504 Numaralı Yedi İlde Büyükşehir Belediyesi Kurulması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname

3392 Numaralı 103 İlçe Kurulması Hakkında Kanun

3644 Numaralı 130 İlçe Kurulması Hakkında Kanun

4857 Numaralı İş Kanunu

5071 Numaralı TBMM Kararı

5393 Numaralı Belediye Kanunu

5747 Numaralı Büyükşehir Belediyesi Sınırları İçerisinde İlçe Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun

7033 Numaralı Yeniden (78) Kaza Kurulması ve İzmir Vilayetine Bağlı Kuşadası Kazasının Aydın Vilayetine Bağlanması Hakkında Kanun

## EKLER

Ek-1 Anket

Sayın İlgili,

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda "Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi Örneği" başlıklı Yüksek Lisans Tez çalışması yürütülmektedir. Çalışmanın temel amacı Antalya'daki turizm hareketlerinin yörede yaşayan yerli halkın sosyo-kültürel yapısını ne yönde etkilediğini ortaya koymaktır. Araştırmaya göstereceğiniz ilgi ve hassasiyet oldukça önemlidir. Bu araştırmadaki cevaplar başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Yardımlarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Tez Danışmanı

Şeyla DEMİRCAN

Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ

E-mail: seylademircan@akdeniz.edu.tr

Tel.0.535.298 35 13

### I. Bölüm

Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Aylık Gelir Düzeyi (TL)	Antalya'da Yaşama Süresi
<input type="checkbox"/> Bay <input type="checkbox"/> Bayan	<input type="checkbox"/> 20-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> 61 ve üzeri	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora	<input type="checkbox"/> Çiftçi <input type="checkbox"/> Tüccar <input type="checkbox"/> Esnaf <input type="checkbox"/> Serbest Meslek Erbabı <input type="checkbox"/> İşçi <input type="checkbox"/> Devlet Memuru <input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> Ev Hanımı <input type="checkbox"/> Diğer (belirtiniz) .....	<input type="checkbox"/> 550'den az <input type="checkbox"/> 551-1000 arası <input type="checkbox"/> 1001-1500 arası <input type="checkbox"/> 1501-2000 arası <input type="checkbox"/> 2001-3000 arası <input type="checkbox"/> 3001-4000 arası <input type="checkbox"/> 4001 ve üzeri	<input type="checkbox"/> 1 yıldan daha az <input type="checkbox"/> 1-5 yıl <input type="checkbox"/> 6-10 yıl <input type="checkbox"/> 11-15 yıl <input type="checkbox"/> 16- 20 yıl <input type="checkbox"/> 21 yıl ve üzeri

### II. Bölüm

1. Antalya doğumlu musunuz?

Evet       Hayır

2. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle iletişim kuruyor musunuz?

Evet       Hayır

3. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle hangi yabancı dilde iletişim kuruyorsunuz? .....

4. Antalya'yı ziyaret eden turistlerle ne tür bir iletişim kuruyorsunuz?

Yabancı dili geliştirme       Arkadaşlık etme       Ekonomik (Alışveriş)

Yabancı bir kültürü tanıma       Diğer (belirtiniz) .....

5. Turizm sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede mi çalışıyorsunuz?

Evet       Hayır



*Lütfen arka sayfaya geçiniz.*

<p style="text-align: center;"><b>III. BÖLÜM</b></p> <p style="text-align: center;">Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi ilgili yere “X” yazarak belirtiniz.</p>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Antalya’da turizm sayesinde yeni dostluklar kurulmaktadır.					
2. Antalya halkı turistlerle iyi ilişkiler kurma isteğinde olup daha fazla turistin gelmesini istemektedir.					
3. Antalya’ya gelen turistler yaşam biçimimize ayak uydurmaktadır.					
4.Yerel halk turistlerle iletişim kurmaktan çekinmektedir.					
5.Turistler yerel halk ile iletişim kurmaktan çekinmektedir.					
6. Antalya’daki insanlar turistlerin davranışlarını taklit etmektedir.					
7.Turizm Antalya halkının daha hoşgörülü olmasını sağlar.					
8. Antalya’da turizmin daha fazla gelişmesini istemiyorum.					
9.Turizm Antalya’da halkın günlük konuşma dilinin (şivenin) değişmesine sebep olmaktadır.					
10.Turizm Antalya halkında yabancı dil öğrenme isteği veya gereği yaratmaktadır.					
11.Turizm Antalya’da değişik eğlence anlayışlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.					
12.Turizm değişik dini inançların Antalya halkı tarafından kabul görmesine imkân vermektedir.					
13.Turizm Antalya insanının kılık ve kıyafetinde değişime sebep olmaktadır.					
14.Turizm Antalya insanının yaşam tarzının değişmesine sebep olmaktadır.					
15. Antalya halkı turistlere karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.					
16. Turistler Antalya halkına karşı saygılı ve arkadaşça davranmaktadır.					
17.Turizm sezonunda Antalya’da kültür ve sanat faaliyetleri artmaktadır.					
18.Turizm sayesinde Antalya’da sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurları canlanmakta ve değer kazanmaktadır.					
19.Turistler Antalya kültürüne, folkloruna, sanata, yöre mutfağına ve yöre insanının yaşam biçimine ilgi duymaktadır.					
20.Turistler Antalya’daki otellerde, restoranlarda ve buldukları başka yerlerde saygısız ve kaba davranışlar sergilemektedir.					
21.Antalya’da turizm faaliyetleri gençlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.					
22.Turizm Antalya’da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı alışkanlıkların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır.					
23.Turizm sezonunda Antalya’da kavga ve darp olayları artmaktadır.					
24.Turizm Antalya’da fuhuşun artmasına sebep olmaktadır.					
25.Antalya insanının aile yaşantısı turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir.					
26.Antalya gelenek, örf ve adetleri turizmden olumsuz yönde etkilenmektedir.					
27.Turizm Antalya’nın yerel kültürünü olumsuz yönde etkilemektedir.					
28.Antalya’da turizmin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazladır.					
29.Bölgeye gelen turistler Antalya yerel kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır.					
30.Turizm sayesinde farklı kültürler hakkında yeni şeyler öğrenmek beni mutlu etmektedir.					

## Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve Soyadı : Şeyla DEMİRCAN

Doğum Tarihi ve Yeri : 21.04.1968-Constanta

Medeni Durumu : Evli

### Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Eskişehir Atatürk Lisesi

Lisans Diploması : Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi

Yüksek Lisans Diploması : -

Tez Konusu : Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi  
Örneği

Yabancı Dil / Diller : İngilizce, Fransızca, Romence.

Bilimsel Faaliyetler : -

### İş Deneyimi

Stajlar : -

Projeler : -

Çalıştığı Kurumlar :

- Antalya Adli Yargı Adalet Komisyonu, İngilizce, Fransızca, Romence Tercüman Bilirkişi.
- Tez Tur Seyahat Acentası, Alkan Grup Turizm İşl.A.Ş., Antalya, profesyonel turist rehberi.
- Summer Tour Seyahat Acentası, Beril Otelcilik Tur.ve Tic.Ltd.Şti., Antalya, profesyonel turist rehberi.
- İlür Travel Seyahat Acentası, İlür Seyahat Turz.Tic.Ltd.Şti., Antalya, seyahat acentası müdürü, profesyonel turist rehberi.
- Atlanta Deri Mağazası, Atlanta Tur.Tic.San.Ltd.Şti., Antalya, PR.
- Evelina Seyahat Acentası, Evelina Tours Seyahat Tur.Tic.Ltd.Şti., Antalya, enformasyon memuru, profesyonel turist rehberi.
- RTD Rehber Tercümanlık Danışmanlık Ar-Ge Hiz.Ltd.Şti., Antalya, şirket müdürü.
- Demircan SMMM Bürosu, Antalya, muhasebe yardımcı elemanı.

Adres : Portakal Çiçeği Bul.No.53, Antalya

Tel. no : 0.535.298 35 13

E-mail : seylademircan@akdeniz.edu.tr