



ISSN:1306-3111

e-Journal of New World Sciences Academy  
2010, Volume: 5, Number: 4, Article Number: 3C0055

**SOCIAL SCIENCES**

Received: August 2010  
Accepted: October 2010  
Series : 3C  
ISSN : 1308-7444  
© 2010 www.newwsa.com

**Hulusi Doğan**  
**Engin Üngüren**  
Akdeniz University  
hulusidogan@akdeniz.edu.tr  
Antalya-Turkey

**ALANYA HALKININ TURİZME SOSYO-KÜLTÜREL AÇIDAN BAKIŞI**

**ÖZET**

Bu makale Alanya halkının turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik bakış açılarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada amaca ve içeriğe uygun olarak hazırlanmış bir anket çalışması kullanılmıştır. Ankette demografik değişkenleri belirlemeye yönelik 8, Alanya halkının turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik bakış açılarını ölçmeye yönelik olarak da hazırlanmış 26 adet soru bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırma değişkenleri sosyal tehdit algılaması, kültürel tehdit algılaması, Türkçe'ye tehdit algılaması, turizme sosyal tepki ve turizmin sosyo-kültürel katkısı olmak üzere beş başlık altında gruplandırılmıştır. Araştırmada toplam 920 adet anket kullanılırken, anketlerin geri dönüşüm oranı %92 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma sonuçları Alanya halkının turizmin sosyo-kültürel etkilerine ilişkin algılamalarının eğitim, medeni durum, meslek, ve turizmle bağlantı gibi demografik değişkenlere bağlı olarak değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Sosyal Tehdit, Kültürel Tehdit,  
Sosyo-Kültürel Katkı, Alanya

**PERCEPTIONS OF ALANYA COMMUNITY FOR THE SOCIO-CULTURAL EFFECTS OF TOURISM**

**ABSTRACT**

This paper is a report of a study exploring the perceptions of Alanya community about the socio-cultural effects of tourism. A survey questionnaire was designed and used in this study. Demographic survey part of the questionnaire is composed of 8 variables. And 26 variables exist on the second part of the questionnaire to measure the perceptions of Alanya community about the socio-cultural effects of tourism. Research variables were composed of five factors; social damage, cultural damage, native language damage, social response, and socio-cultural contribution. A total of 920 completed questionnaires were returned, representing a response rate of 92 %. The study results indicate that perceptions of Alanya community about the socio-cultural effects of tourism change depending on demographic variables including marital status, occupation, education, connection with tourism.

**Keywords:** Tourism, Social Damage, Cultural Damage, Socio-Cultural Contribution, Alanya

### 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Turizm faaliyetleri istihdam sağlama (Vellas ve Becherel, 1995: 220), ülke ve yöre ekonomisinde iyileşme sağlama (Karaçor, 1998: 208), bölgelerarası dengesizliği giderici bir rol oynama, ödemeler bilançosu açıklarını azaltma (İçöz ve Kozak, 2002:193) gibi etkiler oluşturmakla beraber, toplumun sosyal yapısı üzerinde de önemli bir etki meydana getirmektedir. Turizmin sosyal etkileri, turizmin mevcut sosyal değerlere, kişisel davranışlara, aile içi ilişkilere, güvenlik kavramına, ahlaki kurallara, zanaatsal faaliyetlere, geleneksel gösterilere ve toplumun sosyal yapısına doğrudan veya dolaylı yapmış olduğu etkiyi ifade etmekte kullanılan geniş anlamlı bir kavramdır (Yüksel vd. 2002: 174). Bu bağlamda turizmin doğal çevreye ve kültürel yapıya yapmış olduğu etkiler tartışılmaktadır. Turizmin eskiden görüldüğü kadar zararsız ve maliyetsiz bir ekonomik seçenek olmadığını savunan görüşler giderek artmakta ve sosyal yapısı üzerindeki etkileri de mercek altına alınmaktadır (Gürbüz, 2002: 50).

Sosyal etkileşim ve değişimin önemli unsurlarından biri olan turizm olgusu çoğunlukla sanayileşmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru gerçekleştiğinden, gelişmiş olan ülkelere gelen turistler, kendi ülkelerinin değerlerinin taşıyıcısı durumundadır. Bu şekilde turizm, gelişmiş toplumların değerlerini, davranış kalıplarını ve örgütsel yapılarını gelişmekte olan toplumlara yayarak etkilemektedir. Fakat etkileşim sürecinde turizmin ev sahibi toplum üzerinde meydana getirdiği bir takım olumlu ve olumsuz sosyal etkiler vardır. Bu etkilerin olası olumsuz sonuçlarının en aza indirgenmesi edilmesi şüphesiz yerel toplumun bu konudaki davranış kalıplarının ölçülmesi ile olanaklıdır (Alaeddinoğlu, 2007: 2). Bu araştırma da Alanya halkının turizme, sosyo-kültürel açıdan bakış açısının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

### 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Turizm olgusu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu ve turist ile ev sahibi arasında bir etkileşim oluşturması açısından ise dinamik bir süreçtir. Bu sürecin sağlıklı ve verimli geçmesi için fiziki çevrenin yöre halkının sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan turizme hazırlanması ve katılması önemli bir konudur. Nitekim turizmin olumlu etkilerini en üst seviyeye çıkarmak ve olumsuz etkilerini sınırlandırmak için yapılması gerekenlerden biri de yerel toplumun turizm geliştirme planlamasına dahil edilmesidir. Yerel halkı turizm gelişim sürecine dahil etmek, onların bu konudaki görüş ve önerilerini almak, fikir alışverişinde bulunmak ve gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişi yapmak yerel halkın karar merkezlerini etkileyebilmesi ve kendilerini turizmin bir parçası olarak hissetmeleri açısından oldukça önemlidir. Eğer turizmin sürdürülebilir kılınması isteniyorsa planlanan turizmin, gelişme şekli, ölçeği ve konumu ile ilgili olarak yöre toplumunun kabulünü kazanması gerekmektedir (Alaeddinoğlu, 2007: 4). Yöre halkının turizmle ilgili düşünceleri, bir anlamda turizmin etkilerini belirlemektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacını, Alanya'da yaşayan halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerini nasıl algıladığının belirlenmesi oluşturmaktadır.

### 3. TURİZM TOPLUM İLİŞKİSİ (TOURISM AND SOCIETY RELATIONSHIP)

Çok boyutlu bir kavram olan turizm, insanların günlük yaşamlarını sürdürdükleri çevrelerden ayrılarak sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri içeren bir süreci, değişik çevrelerde yaşamalarını ve kısa-orta-uzun süreli olarak konaklamalarını ifade etmektedir (Kısa-Ovalı, 2007: 65). Bu kapsamda turizm, ülkeye döviz getirme ve istihdam oluşturma özelliği ile ekonomik; turistlere hizmet sunma, onların eğlence, dinleme ve diğer ihtiyaçlarını karşılama ve farklı kültürleri bir araya getirme

özelliği ile sosya-kültürel, oluşturduğu kaynak kullanım talepleri ile de çevresel bir faaliyettir. Özetle turizm olgusu, sosyal etkileşim ve değişimin önemli unsurlarından bir tanesidir.

Turizm sektörü, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahiptir. Küresel anlamda dünyanın en büyük sektörlerinin başında yer aldığı gibi dünyada en hızlı büyüyen ve gelişen sektör olma özelliğine de sahiptir. Turizm sektörünün temel arz verileri bölgelerin doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel kaynaklara bağlı olduğundan diğer sektörlerden farklı olarak kalkınmayı hızlandırmaktadır (Çeken, 2008: 302). Turizm yalnızca ekonomik bir olay olmayıp toplumsal, politik ve çevresel yönleri de olan bir harekettir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken sadece gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi maddi ve ekonomik sonuçları değil, toplumsal ve kültürel yansımaları gibi ekonomik olmayan konular da irdelenmelidir (Gürbüz, 2002: 52).

Bir bölgedeki turistik gelişim, yöre halkının davranışlarıyla büyük ölçüde ilgilidir (Baykan, 2007: 103). Çünkü turizm faaliyetleri belirli bir çevrede gerçekleşir. Bu çevre aynı zamanda yöre insanı tarafından da kullanılmaktadır. Dolayısıyla turizm hareketi, yöre insanına ait yaşamsal döngünün bir parçası durumundadır ve yerel halkın yaşamını çok boyutlu ve değişken olan sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel açılardan önemli ölçüde etkilemektedir (Alaeddinoğlu, 2007: 3).

Turizmin yerel halk ve çevresel değerler arasındaki ilişkisini sistematik bir şekilde ilk kez ele alan çalışmalardan bir tanesi Butler'ın makalesidir. Butler'ın hipotezine göre, belli bir bölgeye gelen turist sayısı arttıkça başlangıçta turistlere olağanüstü hoşgörülü yaklaşan halk, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan uzun dönemde sağlayacağı fayda konusunda giderek daha kuşkucu olmakta ve turistlere olan tavrı da olumsuz yönde değişebilmektedir. Bunun nedeni, turizmin gelişiminden beklenen ekonomik fayda elde edilse bile, başlangıçta hiç hesap edilmeyen veya önemsenmeyen sosyal ve çevresel maliyetlerin giderek öne çıkması ve bu bağlamda halkın turistin gerçekten bir nimet olup olmadığı konusunda kuşkuya kapılmasıdır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008: 128).

Bu konuda bazı yazarlar, turizmin beraberinde pek çok sosyal ve kültürel olumsuzluğa sebep olduğunu ileri sürmektedirler. Ama diğer taraftan söz konusu olumsuz etkilerin sebebi olarak sadece turizmin sorumlu tutulamayacağını, sosyal ve kültürel deformasyonun yaşanmasında kentleşme, sanayileşme ve hatta medyanın da büyük rol oynadığı ve turizmin olumsuz etkilerinin kentleşme, sanayileşme ve medya etkisinden ayrı değerlendirilmesinin hatalı olacağını ileri süren görüşler de mevcuttur (Özmen, 2007: 11).

Turist ile yerel halk arasındaki ilişkileri incelemede Doxey'in (1976) önermiş olduğu turist *Tolerasyon Yaklaşımı* faydalı görülmektedir. Bu yaklaşıma göre yerli halkın turizme ve turiste karşı tutumları dört değişik aşamadan oluşmaktadır. Bunlar; *Coşku*, *İlgisizlik*, *Rahatsızlık* ve *Düşmanlık* olarak belirtilmektedir (Tablo 1). İlk aşama (coşku) turistlerin bölgeye ilk defa gelmesinden kaynaklanan ve ekonomik kazancın müjdeleriyle süslenmiş coşku aşamasıdır. Turizm oldukça sıcak karşılanmakta ve yerel halk turizmden kendi payına düşeni artırabilmek için geleneksel olarak uğraşmakta oldukları faaliyetlerden uzaklaşmak hevesi içerisindeyler. Bu aşamada özellikle arsa fiyatlarında meydana gelen aşırı yükselme yerli halk tarafından memnuniyetle karşılanmaktadır. Kısacası bu aşamada yerel halkın desteği turizmin ekonomik projeksiyonları üzerine kurulmuştur. İkinci aşamada (ilgisizlik) artık bölge turizme açılmış ve turist sayısında artış meydana gelmiştir. Turizmin ilk anlardaki göstermiş olduğu gelişim hızı yavaşlamaktadır. Turist sayısında artış olmasına karşın arzın artış oranı aynı değildir. Toplumun sosyal yapısında bölgeye iş bulma umuduyla gelen göçler nedeniyle değişimler söz konusu olup ilk aşamadaki coşku seli yerini ilgisizliğe bırakmıştır (Yüksel vd. 2002: 175).

Üçüncü aşamada (rahatsızlık) mevcut işletmeler ve işletmelerin kalitesi turistlerin artan taleplerini karşılayamaz duruma geldiği için arzın artırılması çalışmalarına hız verilmiştir. Bu aşamada turizm plansız ve hızlı geliştiğinden dolayı, tabiata vermiş olduğu tahribat rahatsız edici boyuta ulaşmıştır. Bunun sonucunda sosyal yapıdaki değişiklikler ya da doğadaki geri dönüşü olmayan tahripler dikkat çekmeye, turizm, turistler ve yerel yönetim suçlanmaya başlanmıştır. Son aşamada (düşmanlık) ise turistlere karşı olan hoşgörü artık yerini yavaş yavaş kızgınlığa ve tahammülsüzlüğe bırakarak fiyatlardaki artışlar turizme bağlanmıştır. (Gürbüz, 2002: 53). Turistler, yörelere sayıca fazla geldikleri zaman, yöre halkı turistlere karşı, kötü duygu ve düşünceler besleyebilmektedir (Saveriades, 2000: 149; Boniface ve Cooper, 1994: 7). Kişiler aralarında "vergiler hep bu turizm yüzünden arttı, ev kiralarının artma sebebi bu turistler, gençliğimizi bunlar yozlaştırdı" gibi konuşmalar sıkça yapılarak duyulur hale gelmektedir. İnsanlar yerel gazetelere kabul edilemeyecek turist davranışlarını anlatan şikayet mektubu gönderme gibi pasif saldırgan davranış içerisine girebilmekte ya da daha açık ve bölgeden olmayanların hedeflendiği saldırgan davranışlar gösterebilmektedir (Yüksel vd. 2002: 176).

AŞAMALAR		ÖZELLİKLERİ
1. Aşama	Coşku	Küçük çaptaki turizm hareketlerinden dolayı, yöre halkında turizmi ve turistleri kabul etme davranışıyla birlikte aşırı bir mutluluk gözlenebilmektedir.
2. Aşama	İlgisizlik	Turizmin giderek ilerlemesi, pazarlamayı ön plana çıkarmakta ve yöre halkı ile turistler arasındaki ilişkiyi daha çok ticari boyutta taşımaktadır. Bu aşamada ilişki parasal nedenlere dayanmasından dolayı yöre halkı, turistlerin sayıca artmasını umursamamaktadır.
3. Aşama	Rahatsızlık	Turizmin yoğun olarak varlığını sürdürmesiyle birlikte, yöre halkındaki rahatsızlık ve turizm sektörü ile ilgili kuşkularının doğmasına yol açmaktadır.
4. Aşama	Düşmanlık	Yöre halkında, öfkelerini dışa vurma davranışı ve her şeyin sorumlusu olarak turistleri görmeleri durumu gözlemlenmektedir.

**Kaynak:** Baykan, 2007: 37-38'den uyarlanmıştır.

#### 4. TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

##### (EFFECTS OF TOURISM ON THE SOCIO-CULTURAL STRUCTURE)

Turizm olgusu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu ve turist ile ev sahibi arasında bir etkileşim oluşturması açısından ise dinamik bir süreçtir (Alaeddinoğlu, 2007: 4; Fagence, 2003: 63). Bu bağlamda turizm, toplumsal değişim aracı olarak görülebilmektedir (Rızaoğlu, 2004: 19). Turistlerin hayat tarzları ve turistik davranışları ile ilişkiye girdikleri insanlara etki edebilmektedir. Her yıl binlerce insanın gerçekleştirdiği turizm olayı ile aile yapısında, inanç ve değer yargılarında, kültürel ve siyasal yapıda daha doğrusu sosyal yapıda çok önemli değişimler meydana gelmektedir (Akman, 2007:134). Turist ve yöre halkının ekonomik, eğitim ve kültür düzeyleri açısından benzer özellikler göstermesi halinde sosyal değişim daha az yaşanır. Buna karşın ülkelerin, kültürlerinde ve ekonomilerinde büyük farklılıklar varsa, çok daha fazla sosyal değişim gerçekleşir (Demircioğlu, 1997: 137).

Turizm, bazı araştırmacılar için yerel kültürlerin ve özgünlüğün yok edilmesine neden olurken, tersini savunan araştırmacılar için ise, yerel kültürlerin korunması ve geliştirilmesinde önemli ve pozitif etkilere sahiptir. Ülkelerde yaşanan farklı deneyimler ise, her iki savı da destekler niteliktedir. Rogers'e (2002) göre, kırsal alanların ve yaşam tarzlarının ticaretleşme nedeni ile turizme yönelik bir ürün olarak sunulması, yerel yaşam hikayelerinin ve kimliklerinin özgünlüklerini kaybetmesine neden olur. Aksini savunan bazı yazarlar ise, modern toplumlarda gittikçe homojenleşen ve özgünlüğünü kaybeden kırsal alanların turizmle farkındalığının arttığını, yerel kimliğin canlandırılarak sürdürüldüğünü belirtmektedir (Uslu ve Kiper, 2006: 305). Bu bağlamda turizmin toplumsal ve kültürel etkileri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki boyutta ele alınabilir. Bunlar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2 Turizmin toplum ve kültür üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri (Table 2. The positive and negative effects of tourism on community and culture)	
Turizmin Toplum ve Kültür Üzerindeki Olumlu Etkileri	Turizmin Toplum ve Kültür Üzerindeki Olumsuz Etkileri
<ul style="list-style-type: none"><li>• Toplumlar arası barış ve hoşgörüyü artırır.</li><li>• Bölge halkının okuma alışkanlığını ve yabancı dil seviyelerini arttırarak kültür düzeylerinin yükselmesini sağlar.</li><li>• Yöresel sanatın yeniden canlanmasını sağlayarak, bölgenin sanatını güçlendirir.</li><li>• Kendi kültürü hakkında bilinçlenmeyi sağlayarak kültürel mirası korur.</li><li>• Yerel halka bir ilgi ve faaliyet alanı oluşturur.</li><li>• Aile yapısı içinde kadın erkek ilişkilerine getirdiği eşitlikle, kadını özgür konuma getirerek kadının dışa açılma sürecini hızlandırır.</li><li>• Sosyal etkileşimi hızlandırır.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Özellikler gençlerin değer ve inanç yapısı üzerinde olumsuz etki bırakarak, giyim ve yaşam biçimlerinde değişimler meydana getirir.</li><li>• Turist kabul eden ülkenin anadil yapısını bozar.</li><li>• Yöre halkının yaşam biçimlerini olumsuz etkiler.</li><li>• Gelenek ve görenekleri etkisizleştirir.</li><li>• İnsani ilişkilerin yerini ekonomik çıkarlara bırakır.</li><li>• Kötü alışkanlıkları artırır (sigara, alkol vb.)</li><li>• Aile bağlarını zayıflatır.</li><li>• İrksal gerginliklere yol açabilir.</li></ul>

**Kaynak:** Durgun, 2006: 36-37'den derlenmiştir.

Turizm, farklı kültürlerin tanınması için önemli bir araçtır. Ancak, turizm aktiviteleri ile kültürün uyumlu birlikliklerinin olması gerekir. Aksi takdirde turizm, kültürel yapının yozlaşması için olumsuz bir faktör olabilir. Kimliği oluşturan değerlere saygının azalması ile kazanç sağlama arasındaki dengenin kurulamaması durumunda, turizm, kültür üzerinde olumsuz etki oluşturabilecektir. Kültür ve turizm arasında birbirini tamamlayıcı (simbiyotik) bir ilişkinin kurulması zorunludur. Aksi takdirde biri diğerinin kaynaklarını sürekli olarak sömürürken diğeri de zamanla yok olacaktır. Oysa birinin yok olması, diğerinin de yaşamını tehdit etmesi anlamına gelmektedir (Uslu ve Kiper, 2006: 313).

Yerel halk sıklıkla turizmin olumsuz etkilerinden en fazla zararı gören kesimdir. Yapılan çalışmalarda turizmin çevresel ve bazı sosyo-kültürel etkilerinin yerel halk açısından rahatsız edici olduğu

belirtilmektedir. Bu etkiler konusunda, olumsuz algı ve tutumların, yerli halkın o yerde oturma süresinin uzunluğuna ve turizm gelişiminin geçirdiği sürece bağlı olduğu düşünülmektedir. Ev sahibi olarak yerli halk turizmin özellikle kitle turizminin ekonomik getirisini istemesine rağmen, kitle turizmiyle birlikte gelen çevresel sorunlardan ve çözülemeyen sosyal anlaşmazlıklardan şikâyetçidir. Çevreyi kullanma hakkının sonradan gelenler tarafından yerli halkın elinden alınması, öncelikle memnuniyetsizliğe sonra da çeşitli derecelerde çatışmalara neden olabilmektedir. Bu nedenden dolayı yerli halkın, kararların dışında tutulduğu turizmin gelişim sürecinde, uzun vadeli bir başarı beklentisi hayal kırıklığı oluşturabilir (Dal ve Baysan, 2007: 71)

Turizm, kitle turizmine ne kadar çok dönüşürse, yerel kültüre etkileri de o kadar derinleşmektedir (Baykan, 2007: 57). Çünkü kitle turizminin, yoğun turist nüfusunu aynı kısa sezonda genellikle kıyı mekanı üzerinde inşa edilen tatil köyü, otel veya temalı otellerde konaklatma, yedirme-içirme, eğlendirme, gezdirme ve para harcatmaya dayanan pazar politikası, tüketim ağırlıklı bu turistik süreç ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda, tüketim ağırlıklı kitle turizmi, sosyo-kültürel farklılıklar ve beklentilerin uyuşmaması bakımından kültürel bozulma olarak kendini göstermiştir (Kısa-Ovalı, 2007: 65).

Kitle turizminin yoğun yaşandığı yörelerde, o yöreye ait özellikler ve kültür giderek değişmeye başlayabilir. Geleneksel değerler yerini ticari anlayışa bırakabilir. Böylece yöre halkı, turistler gibi yaşamaya başladığında kültürel yozlaşma başlamış olur. Bu durumun nedenlerine bakıldığında, yerel toplumun turizme verdiği ödünden kaynaklandığı görülmektedir. Turistik yörelerdeki yöre halkından birçoğuna göre, kültürel yozlaşma, turizmin olumsuz bir etkisi olarak işaret edilmektedir. Yerel kültür giderek, başka bir kültürün etkisinde kalarak, öz değerlerini kaybetmektedir (Baykan, 2007: 113). Yapılan araştırmalardan kültür değişmelerinin daha çok; bir kültürün mensupları kendilerini karşıdakilerden daha aşağı gördükleri oranda, yabancı kültürün daha çok prestij yaratan dış görünüşlerine önem verdiklerini göstermektedir. Bunlar daha çok sembolik bir özellik taşımaktadır. Örneğin, yabancı kültürle ilgili olan isimlerin bulunduğu tişörtler giymek, çantalar takmak, çeşitli nedenlerle verilen kokteyller, soğuk yemeklerle misafir ağırlamak, bardak yerine fincanla çay içmek gibi tutum ve davranış değişiklikleri hep hakim kültürden görünme eğilimlerinin sonucudur (Eroğlu,1995 :122).

Tablo 3. Türkiye’de turizmin sosyo-kültürel etkileri üzerine yapılmış çalışmalara ilişkin literatür taraması (Table 3. Literature survey on socio-cultural impacts of tourism in Turkey)	
Yazar/ Yazarlar	Temel Bulgu
Çalışkan ve Tütüncü (2008)	Kuşadası halkının turizme bakış açısını inceledikleri araştırmada, yöre halkının turizme olumlu yaklaştıkları belirlenmiştir. Kuşadası halkının, turizmin fuhuşu, suçu, şiddeti, trafiği arttırmadığını ve turizmin Kuşadası’nda yaşamı kötüleştirmedeğini düşündüğü ifade edilmiştir. Fakat araştırmacılar bu görüşün temelinde yatan sebep olarak, halkın bölgede turizmin tek gelir kaynağı olduğunun farkında olmasını ve turizm sektörünü kötülemek istememelerinden kaynaklanabileceğini belirtmişlerdir
Gümüş ve Özüpekçe (2009)	Foça’daki yerel halkın turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada, yöre halkı turizmin bölgeye olan göçü attırdığı, kadınların çalışma hayatındaki varlıklarına katkıda bulunduğu ve özellikle gençlerin anadilini bozduğunu düşündüklerini bildirmiştir.

Mansuroğlu (2006)	Akseki ilçesinde yerel halkın turizm gelişmelerine yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada, halkın tamamına yakınının (% 97,8) turizm olgusuna olumlu yaklaştığını bildirmiştir. Olumlu görüş bildirenlerin, turizmin yeni iş olanakları oluşturacağı ve dışarıya olan göçleri azaltacağı yönünde bir görüş içersinde oldukları bildirilmiştir. Turizmin Akseki ve çevresine yararlı olmayacağını belirtenler (%2,2), turizmin, suç oranlarını arttıracaklarını ve doğal yapıya zarar vereceğini düşündükleri ifade edilmiştir.
Akman (2007)	Kaş'taki turizm olgusunun oluşturduğu doğal ve kültürel değişimleri incelediği araştırmada, Kaş'ta suç oranının özellikle evlerin soyulması vakalarının arttığını bildirmiştir. Bu durumu turizmin istihdam sağlaması nedeniyle dışarıdan gelen göç ile açıklamıştır. Araştırmada Kaş'a gelen özellikle yabancı ziyaretçilerin yerel kültüre ve sanata yönelik ilgi duydukları belirtilmiştir. Yöre halkı, turizmin yörede ahlaksızlığa fuhuş, kültür yozlaşması gibi sonuçlar doğurmadığı yönünde görüş içersinde oldukları saptanmıştır
Emekli (2001)	Bergama'da uygulanan turizmin sosyo-kültürel etkilerini belirlemeye yönelik araştırmasında, yöre halkının büyük çoğunluğunun turizm hakkındaki görüşlerinin olumlu olduğu bildirilmiştir. Fakat yöre halkı, turizmin geleneksel hayat kalıplarını değiştirdiği, turistlerin giyim tarzlarının özellikle gençleri etkilediği, suç oranlarını çoğalttığı ve bulaşıcı hastalıkların artmasında etkili olduğu görüşünde oldukları ifade edilmiştir.
Gürkan (1995) (Akt. Özmen, 2007: 65)	Alanya ve Kemer'de turizmin sosyal çevreye etkisini belirlemeye yönelik araştırmasını yöre halkı üzerinde gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda turizm olgusunun yöre halkının örf ve adetleri üzerindeki olumsuz etkiler oluşturmadığını saptamıştır. Fakat Kemer halkının turizme bakış açısının Alanya halkına göre daha olumsuz olduğu ifade edilmiştir
Özmen (2007)	Akçakoca'da turizmin yöre halkı üzerindeki sosyal ve kültürel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada, yöre halkının turizmi, kültürel gelişimde tetikleyici ve olumlu bir faktör olarak algıladığı ifade edilmiştir. Fakat bu olumlu bakış açısına karşın yöre halkı, turizmin Akçakoca'da alkol ve uyuşturucu gibi zararlı maddelerin yaygınlaşmasında etkili olduğu görüşünde oldukları bildirilmiştir.
Baykan (2007)	Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla, Ürgüp yöresinde yaşayan yöre halkıyla gerçekleştirdiği araştırmada; turizmin yöre insanının dini değerlerini etkilediği, ahlâki değerler üzerinde etkisi olduğu, ticari ahlâkın bozulmasına neden olduğu, gelenek ve görenekleri zayıflattığı belirlenmiştir. Ayrıca yöre halkının uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasında, turistlerin etkisi olduğunu düşündükleri bildirilmiştir
Dal ve Baysan (2007)	Kuşadası'nda, kıyı kullanımı ve turizmin mekansal etkilerini yerel halkın tutumları açısından inceledikleri araştırmada, turizmin çevre kirliliği, bilinçsiz kentleşme, ekolojik dengenin bozulması, ulaşım ve altyapı sorunu, doğal ve beşeri kaynakların aşırı kullanımı gibi

	<p>sorunlar oluşturduğunu saptamışlardır. Ayrıca araştırma sonucunda Kuşadası halkının %40.8'in Kuşadası'ndaki turizme olumlu bakmadıkları ifade edilmiştir. Kuşadası'ndaki turizmin olumlu etkilerinin olmadığını düşünen yöre halkının, turizm faaliyetlerinin doğal kaynaklarda kirlilik oluşturduğu, tarım alanlarını yapılaştırdığı ve aşırı kalabalık oluşturduğu yönünde bir tutum içerisinde oldukları belirtilmiştir.</p>
Uslu ve Kiper (2006)	<p>Yerel halkın (Beypazarı) turizm hakkındaki görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada, yöre halkının % 91'i, turizmin olumlu etkilerini hissettiklerini belirtmişlerdir. Bu olumlu etkiler büyük oranda, el sanatlarının canlanması ve yöresel yemeklerin korunup devam etmesinde görülmüştür. Yöre halkının %10'u ise, turizmin olumsuz durumlar meydana getirdiğini bildirmiştir. Turizm olgusuna karşı olumsuz yaklaşım içerisinde olanların, turizmin gelenek ve görenekleri yozlaştırdığı görüşü içerisinde oldukları belirtilmiştir.</p>
Kiper ve Yılmaz (2008)	<p>Kırsal kalkınmada turizmin etkisini saptamak ve yerel halkın beklenti ve eğilimleri belirlemeye yönelik araştırmada, yerel halkın turizme olumlu bir bakış açısına sahip oldukları bildirilmiştir. Yöre halkı, turizmin, gelir seviyelerini yükselteceği, köylerini kalkındıracağı ve modernleştireceği yönünde görüşleri olduğu ifade edilmiştir.</p>
Durgun (2006)	<p>Isparta ilinde bölgesel kalkınmada turizmin önemini sorguladığı araştırmasında, otel yöneticilerinin, yöre halkının turizm konusunda bilinçsiz olduğu görüşünde olduklarını saptamıştır. Bunun üzerine yöre halkının görüşlerini belirlemek üzere yapılan araştırmada ise, yöre halkının büyük çoğunluğunun yöreye daha fazla turist gelmesini istedikleri belirlenmiştir. Bölgeye daha fazla turist gelmesini isteyenler "bölgenin kalkınması ve sıcak para girişini" neden olarak belirtmişlerdir. Bölgeye daha fazla turist gelmesini istemeyenler ise "yabancı kültürün ahlaki değerleri yozlaştırdığını ve kültürel varlıklara zarar verdiğini" gerekçe göstermişlerdir.</p>
Alaeddinoğlu (2008)	<p>Sivas kentinde yaşayan halkın turiste ve turizme bakışını incelemiştir. Araştırma sonucunda, halkın turiste ve turizme sıcak baktığı ve geliştirilecek turizm yaklaşımlarını destekledikleri bildirilmiştir. Buna ek olarak turizmin pek çok nesneye karşı (özellikle gençlerde) bir istek oluşturarak, insanların ahlakını bozacağına, giyim alışkanlıklarını değiştireceğine ve halkın tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olacağına inandıkları ifade edilmiştir.</p>
Gürbüz (2002)	<p>Safranbolu halkının turizmi ve turizmin etkilerini nasıl algıladığı ve nasıl değerlendirdiğini belirlemeye yönelik araştırmada, yöre halkının büyük çoğunluğu, sosyal çevrenin turizmden olumlu yönde etkilendiği görüşü içerisinde olduklarını saptamıştır. Bununla beraber yöre halkının % 10'luk bir kısmının, turizmin bölgede çevre ile iletişim bozukluğu oluşturduğu, dini duyguları zedelendiği ve aile içi iletişim bozukluğuna yol açtığını düşündükleri belirtilmiştir. Ayrıca araştırmacı Safranbolu'daki yöre halkının, özellikle turizm ile iç içe olan yöre halkının turizmi sadece bir ekonomik gelir kaynağı olarak</p>



	görmelerinin, turizmin olumsuz yönlerini görmelerini engellediğinin altı çizilmiştir.
Alaeddinoğlu (2007)	Yerel halkın turizmin sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerini nasıl algıladığını belirlemeye yönelik araştırmasında, Van halkının turiste ve turizme son derece pozitif baktıkları sonucunu elde etmiştir. Diğer bir ifadeyle Van halkı, turizmin daha fazla iş imkanı ve daha hızlı bir ekonomik büyüme sağlayacağı, Van'ın gelişmesi ve dışa açılmasına katkıda bulunacağını düşünmektedir. Fakat bu olumlu sonucun yanında turizmin insanların ahlakını bozacağı, giyim alışkanlıklarını değiştireceği, Van halkının tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olacağı, fahişelik, uyuşturucu kullanımı ve alkol tüketiminde bir artışa ve dolayısıyla ahlaki değerlerde bir düşüşe neden olacağı sonucu da elde edilmiştir.

## 5. ARAŞTIRMA (RESEARCH)

### 5.1. Veri Toplama Aracı (Data Collection Tool)

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise araştırmacılar tarafından geliştirilen, Alanya'da turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşlerini belirlemeyi amaçlayan önermelerden oluşmaktadır. İkinci ölçeğin geliştirilmesinde, turizmin sosyo-kültürel etkileri konularının yer aldığı literatür taraması yapılarak (Çalışkan ve Tütüncü 2008; Akman 2007; Özmen 2007; Baykan 2007; Uslu ve Kiper 2006; Gümüş ve Özüpekçe 2009) bir önerme havuzu oluşturulmuştur. Yapılan literatür taraması sonucunda toplam 37 önerme yazılmıştır. Yazılan ifadeler, konusunda uzman akademisyenler tarafından incelenmiş ve gerekli düzenlemeler yapılarak bazı önermeler ölçekten çıkarılmış ve önerme sayısı 32'ye düşürülmüştür. 32 önermeden oluşan ölçeğin 53 kişi üzerinde ön araştırması yapılmış ve 6 önermenin üzerinde anlaşamadığı görülmüştür. Bu bağlamda 6 önerme ölçekten çıkarılarak toplam 26 önerme ile ölçeğe son şekli verilmiştir. Ölçekte 5'li Likert (1 Hiç katılmıyorum, 5 Tamamen Katılıyorum) derecelendirme sistemi kullanılmıştır.

### 5.2. Evren-Örneklem (The Population of Research and The Sample of Research)

Araştırma evrenini Alanya merkezinde yaşayan yöre halkı oluşturmaktadır. Araştırma sahasını oluşturan Alanya, Antalya'nın bir ilçesi olup, sahanın yüzölçümü 175.658 hektardır. Akdeniz Bölgesi'nin Antalya Bölümü'nde yer alan Alanya, Antalya'nın doğusunda konumlanmıştır. Alanya, batısında Manavgat (Antalya); kuzeyinde Gündoğmuş (Antalya); kuzeydoğusunda Taşkent (Konya) ve Hadim (Konya); doğusunda Sarıveliler (Karaman) ve Gazipaşa (Antalya); güneyinde Akdeniz'le çevrilidir. (Akış, 2007: 19). Alanya'da turizm, Türkiye'nin kıyı şeridindeki diğer birçok turistik çekim merkezinde olduğu gibi mevsimsel özellik göstermekte; deniz, kum, güneş ve eğlence turizmi şeklinde gerçekleştirilmektedir (Çevirgen ve Üngüren, 2009: 654). Bu kapsamda Alanya'da gerçekleştirilen turizm kitle turizmi olduğu söylenebilir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2009 Yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi nüfus sayımı sonuçlarına göre Alanya merkezinde yaşayan kişi sayısının 94,316 olduğu saptanmıştır ([http://www.altso.org.tr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=921](http://www.altso.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=921)). Araştırmalarda örneklem sayısının belirlenmesi araştırmanın bilimsel geçerliliği konusunda hayati bir önem arz etmektedir. Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde ise Ryan'ın (1995) geliştirdiği model uygulanmıştır. Ryan'ın (1995) geliştirdiği formül aşağıdaki gibidir;

$$n = \frac{N \cdot P \cdot q}{(N-1) \cdot B^2 + P \cdot q \cdot Z^2}$$

Formülde yer alan sembollerin anlamları şu şekildedir;

n= Örneklem sayısı

N= Araştırmaya konu olan topluluk sayısı

P= Topluluk oranı veya tahmini

q= 1-P'yi

B= Katlanılabilir hata oranını (% 5)

Z= İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

(1,96)

Formüle göre, araştırma örnekleminin en az 387 kişiden oluşması gerekmektedir. Araştırmacılar tarafından 2009 yılının Eylül-Ekim-Kasım ayları arasında uygulanan anketlerde toplam 920 kişiye ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçtan örneklemin evreni temsil edecek büyüklükte olduğu anlaşılmaktadır.

## 6. BULGULAR (RESULTS)

Araştırmaya katılan yöre halkının turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik tutumlarını belirleyebilmek için ölçekte bulunan 26 önerme faktör analizine tabi tutulmuştur. Uygulanan anketin güvenilirliği için iç tutarlık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanmış ve geçerliliği için ise keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan anketin faktör çözümlenmesine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett testleri uygulanmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin ve Barlett testlerinin sonuçlarının faktör analizi yapmaya olanak vermesi nedeniyle, ölçeğin temel bileşenlerini tespit etmek için Compenant Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. Faktörlerin hesaplanmasında Eigen Value değerlerinden yararlanılmıştır.

Faktörler	1	2	3	4	5
Öz Değer	8,20	2,13	1,57	1,37	1,07
Varyansı Açıklama Oranı	31,55	8,17	6,03	5,26	4,11
Faktör 1: Sosyal Tehdit Algılaması					
•Turizm ile birlikte alkol tüketimi arttı	,696				
•Turizm fuhşun artmasına sebep oldu	,678				
•Turizmin boşanmaları arttırdığını düşünüyorum	,672				
•Turizm ile birlikte insanlar evlenmekten kaçır oldu	,619				
•Turizmin insanların aile ve evlilik hayatını olumsuz etkilediğini düşünüyorum	,605				
•Alanya'da turizmden dolayı kıskançlıkların arttığını düşünüyorum	,571				
•Turizm yüzünden çocuklarımızın ahlaki geleceğinden kaygı duymaktayım	,508				
Faktör 2: Sosyo-Kültürel Katkı Algılaması					
•Turizmle başka toplum ve kültürlerle saygı		,762			

duymayı öğrendik					
•Turizmle farklı yemek kültürlerini tanıdık			,737		
•Turizm insanlarda hoşgörü ortamını artırdı			,675		
•Turizmle daha medeni bir toplum olduk			,580		
•Turizm yabancı dil öğrenmemize yardımcı oldu			,457		
Faktör 3: Turizme Sosyal Tepki Düzeyi					
•Elimde imkan olsa Alanya'da turizmi kısıtlarım			,694		
•Alanya'da turizmin varlığından rahatsızlık duyuyorum			,645		
•Elimde olsa Alanya'dan gitmek isterdim			,610		
•Turizmden gelen paranın faydalı olduğuna inanmıyorum			,451		
•Alanya'da turizmden dolayı her yerde kalabalık görmekten usandım			,446		
Faktör 4: Kültürel Tehdit Algılaması					
•Turizmle birlikte inançlarımızı kaybettiğimizi düşünüyorum				,890	
•Turizmle birlikte manevi değerlerimizi kaybettiğimizi düşünüyorum				,880	
•Turizmle birlikte gelenek ve göreneklerimizi kaybettiğimizi düşünüyorum				,815	
•Turizmin getirdiği para insanlar arasındaki güven ortamını tahrip etti				,711	
•Turizmin toplum ahlakını tehdit ettiğini düşünüyorum				,662	
•Turistlerin şehir içinde plaj kıyafetiyle gezmesi beni rahatsız ediyor				,635	
Faktör 5: Türkçe'ye Tehdit Algılaması					
•Alanya'da tabelalarda yabancı isimler görmek beni rahatsız ediyor					,758
•Turizmle Türkçe'mizin bozulduğunu ve yeterince kullanılmadığını düşünüyorum					,605
•Yabancıların Alanya'ya yerleşmesi beni rahatsız ediyor					,549
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)				,928	
Bartlett's Test of Sphericity				8227,945; sig=0,00	
Toplam varyansı açıklama oranı %				% 55,14	
Cronbach Alpha				,905	

Toplam 26 önermeden oluşan ankete uygulanan güvenilirlik testi sonucunda iç tutarlılık/güvenirlik katsayısı  $\alpha=0.905$  olarak bulunmuştur. Söz konusu katsayı da güvenilirlik ölçütü olarak kabul edilebilen 0.50 ile 0.90 aralığında bir değer olduğundan dolayı (Şencan, 2005:170) ankette yer alan ifadelerin güvenilirlik katsayısının istatistiksel anlamda yeterli düzeyde olduğu ve ölçeğin tutarlı ve güvenilir bir ölçek olduğunu söylenebilir.

Uygulanan faktör analizi sonucunda 5 faktör saptanmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen değişkenlerin ortak varyans (communality) değeri 0,40 olarak alınmıştır. Ölçeğin KMO (Kaiser-Meyer- Olkin Measure of Sampling Adequacy) değeri ,928 düzeylerinde tatmin edici bir değer olarak hesaplanmıştır. KMO, örneklem uygunluğunun ölçüsü olarak kabul edilir ve 0,6'dan büyük olması istenir. Dolayısıyla eldeki veri grubunun faktör

analizi için oldukça iyi olduğu söylenebilir. Araştırma verilerinden anlamlı faktörler veya değişkenler çıkarılabileceğini gösteren küresellik derecesi de (Bartlett's Test of Sphericity) 8227,945; sig=0,00 olarak hesaplanmış ve elde edilen bu değer istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Bu iki test sonucundan elde edilen bulgular faktör analizi yapabilmek için üzerinde çalışılan örneklem büyüklüğünün yeterli, verilerin de faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 4'de faktör analizi sonucu elde edilen 5 faktör ve bunlara ilişkin özdeğerler ve varyansı açıklama oranları ile birlikte ölçekte yer alan her bir maddenin hangi faktörle ilişkili olduğunu belirten faktör yük değerleri gösterilmiştir. Beş faktör tarafından açıklanan toplam varyans % 55,14'tür.

Aşağıda yer alan Tablo 5'de yöre halkının turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik tutumlarının ayrıntılı olarak belirlenmesi amacıyla her bir faktörde yer alan önermelerin dağılımları incelenmiştir. Bu bağlamda yöre halkının her bir önermeye verdiği cevapların ortalaması alınmıştır.

*Sosyal Tehdit Algılaması:* Tablo 5'e bakıldığında Alanya halkının genel olarak turizmden bir sosyal tehdit algılamadığı, ancak genel anlamda da bir kararsızlık içinde olduğu ( $\bar{X} = 3,35$ ) görülmektedir. Özellikle Alanya halkının turizmle birlikte alkol tüketiminin de arttığı noktasında bir görüş birliği içerisinde oldukları ( $\bar{X} = 3,95$ ) dikkat çekmektedir. Sosyal tehditle ilgili diğer tüm değişkenlerde ise bir kararsızlık içerisinde oldukları gözlemlenmektedir.

*Sosyo-Kültürel Katkı Algılaması:* Alanya halkının turizmin yöreye sosyo-kültürel katkısı konusunda da kararsızlıklarını devam ettirdikleri ( $\bar{X} = 3,43$ ) gözlemlenmektedir. Ancak turizmin yabancı dil öğrenimine katkı sağladığı noktasında ise görüş birliği içerisinde oldukları ( $\bar{X} = 4,02$ ) ifade edilebilir. Ayrıca turizmin başka toplum ve kültürlerle saygı duymaya katkı sağladığı görüşüne ise biraz daha sıcak baktıkları ( $\bar{X} = 3,51$ ) söylenebilmektedir.

*Sosyal Tepki:* Alanya halkının turizme yönelik bir sosyal tepki içerisinde olmadıkları ( $\bar{X} = 2,36$ ) Tablo 5'deki değerlerden çok rahatlıkla söylenebilmektedir. Alanya halkının yörede turizmi kısıtlamaya karşı oldukları ( $\bar{X} = 2,09$ ), Alanya'da turizm hiç olmasaydı düşüncesine katılmadıkları ( $\bar{X} = 2,24$ ), turizm kalabalığıyla Alanya'yı kabul ettikleri ( $\bar{X} = 2,45$ ) ve Alanya'da bu şekilde yaşamaktan memnun oldukları ( $\bar{X} = 2,33$ ) gözlemlenmektedir.

*Kültürel Tehdit Algılaması:* Turizmin yörede kültürel bir tehdit oluşturup oluşturmadığı noktasında ise Alanya halkının yine kararsızlık içerisinde oldukları ( $\bar{X} = 3,30$ ) görülmektedir. Alanya halkının turistlerin şehir içinde plaj kıyafetiyle dolaşmalarına pek sıcak baktığı da söylenememektedir ( $\bar{X} = 3,72$ ). Kültürel tehditle ilgili diğer tüm değişkenlerde ise halkın tam bir kararsızlık içerisinde oldukları gözlerden kaçmamaktadır.

*Türkçe'ye Tehdit Algılaması:* Alanya halkı turizmin Türkçe'ye bir tehdit oluşturup oluşturmadığı noktasında da aynı kararsızlıklarını sürdürdükleri görülmektedir ( $\bar{X} = 3,10$ ). Tabelalarda yabancı isim görme ( $\bar{X} = 3,48$ ), Türkçe'mizin turizmle yeterince kullanılmadığı ( $\bar{X} = 3,05$ ) gibi konularda Alanya halkı kararsızlığını devam ettirmektedir.

Tablo 5. Alanya halkının turizmle karşı tutumu (Table 5. People's attitudes towards tourism in Alanya)		
Faktör ve Faktör Önergeleri	$\bar{x}$	ss
Faktör 1: Sosyal Tehdit Algılaması	3,35	,95
•Turizm ile birlikte alkol tüketimi arttı	3,95	1,21
•Turizm fuşun artmasına sebep oldu	3,44	1,36
•Turizmin boşanmaları arttırdığını düşünüyorum	3,25	1,28
•Turizm ile birlikte insanlar evlenmekten kaçır oldu	3,05	1,30
•Turizmin insanların aile ve evlilik hayatını olumsuz etkilediğini düşünüyorum	3,25	1,46
•Alanya'da turizmden dolayı kıskançlıkların arttığını düşünüyorum	3,15	1,33
•Turizm yüzünden çocuklarımızın ahlakı geleceğinden kaygı duymaktayım	3,36	1,36
Faktör ve Faktör Önergeleri	$\bar{x}$	ss
Faktör 2: Sosyo-Kültürel Katkı Algılaması	3,43	,81
•Turizmle başka toplum ve kültürlerle saygı duymayı öğrendik	3,51	1,27
•Turizmle farklı yemek kültürlerini tanıdık	3,38	1,29
•Turizm insanlarda hoşgörü ortamını artırdı	3,29	1,21
•Turizmle daha medeni bir toplum olduk	2,92	1,26
•Turizm yabancı dil öğrenmemize yardımcı oldu	4,02	1,04
Faktör ve Faktör Önergeleri	$\bar{x}$	ss
Faktör 3: Turizmle Sosyal Tepki Düzeyi	2,36	,94
•Elimde imkan olsa Alanya'da turizmi kısıtlarım	2,09	1,24
•Alanya'da turizmin varlığından rahatsızlık duyuyorum	2,24	1,23
•Elimde olsa Alanya'dan gitmek isterdim	2,33	1,42
•Turizmden gelen paranın faydalı olduğuna inanmıyorum	2,67	1,40
•Alanya'da turizmden dolayı her yerde kalabalık görmekten usandım	2,45	1,27
Faktör ve Faktör Önergeleri	$\bar{x}$	ss
Faktör 4: Kültürel Tehdit Algılaması	3,30	1,03
•Turizmle birlikte inançlarımızı kaybettiğimizi düşünüyorum	2,88	1,35
•Turizmle birlikte manevi değerlerimizi kaybettiğimizi düşünüyorum	3,33	1,36
•Turizmle birlikte gelenek ve göreneklerimizi kaybettiğimizi düşünüyorum	3,23	1,36
•Turizmin getirdiği para insanlar arasındaki güven ortamını tahrip etti	3,34	1,28
•Turizmin toplum ahlakını tehdit ettiğini düşünüyorum	3,31	1,34
•Turistlerin şehir içinde plaj kıyafetiyle gezmesi beni rahatsız ediyor	3,72	1,44
Faktör ve Faktör Önergeleri	$\bar{x}$	ss
Faktör 5: Türkçe'ye Tehdit Algılaması	3,10	1,09
•Alanya'da tabelalarda yabancı isimler görmek beni rahatsız ediyor	3,48	1,43
•Turizmle Türkçe'mizin bozulduğunu ve yeterince kullanılmadığını düşünüyorum	3,05	1,42
•Yabancıların Alanya'ya yerleşmesi beni rahatsız ediyor	2,75	1,43
5: Tamamen Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Karasızım, 2: Katılmıyorum, 1: Hiç Katılmıyorum		

Tablo 6. T-Testi ve Varyans (Anova) analizi sonuçları (Table 6. T-Test and Variance (ANOVA) analysis results)						
Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri		Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5
	n	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$
Cinsiyet						
Erkek	545	3,33±,96	3,41±,81	2,32±,95	3,26±,08	3,07±,11
Kadın	375	3,37±,95	3,45±,80	2,41±,91	3,37±,94	3,13±,10
T Testi		p=,471	p=,499	p=,152	p=,110	p=,446
Medeni Durum						
Bekar	356	3,29±,92	3,53±,76	2,28±,88	3,17±,96	3,06±,11
Evli	564	3,37±,97	3,36±,83	2,39±,96	3,39±,10	3,10±,10
T Testi		p=,230	*p=,003	p=,054	*p=,002	p=,598
Meslek						
Ev Hanımı	118	3,57±,93	3,38±,86	2,65±,95	3,64±,85	3,36±,10
Turizmci	142	3,18±,97	3,66±,75	2,05±,89	2,86±,10	2,69±,10
Memur	87	3,56±,98	3,20±,80	2,51±,10	3,65±,10	3,51±,10
Serbest Meslek	168	3,47±,10	3,48±,85	2,43±,10	3,46±,10	3,22±,11
Esnaf	169	3,33±,90	3,37±,77	2,28±,88	3,33±,10	2,99±,10
Öğrenci	101	3,26±,80	3,55±,69	2,43±,84	3,14±,86	3,14±,10
Diğer	98	3,17±,95	3,30±,79	2,26±,85	3,09±,10	3,00±,11
Emekli	37	3,19±,10	3,20±,98	2,33±,10	3,43±,10	3,10±,87
Anova Analizi		*p=,003	*p=,000	*p=,000	*p=,000	*p=,000
Eğitim Durumu						
İlköğretim	208	3,50±,99	3,43±,86	2,52±,10	3,46±,10	3,16±,11
Lise	348	3,37±,93	3,43±,77	2,36±,93	3,32±,10	3,02±,11
Üniversite	328	3,24±,93	3,40±,79	2,26±,85	3,25±,99	3,14±,10
Lisans üstü	36	3,04±,10	3,62±,94	2,12±,96	2,77±,10	3,01±,12
Anova Analizi		*p=,004	p=,465	*p=,010	*p=,002	p=,409
Yaş Dağılımı						
18-24 yaş	222	3,33±,88	3,48±,75	2,30±,80	3,27±,89	3,09±,10
25-30 yaş	208	3,34±,95	3,41±,77	2,36±,96	3,22±,10	3,13±,11
31-40 yaş	275	3,34±,97	3,42±,83	2,41±,96	3,35±,10	3,06±,11
41-50 yaş	170	3,33±	3,39±	2,31±	3,37±	3,07±

		1,0	,84	,96	1,0	1,0
51-60 yaş	37	3,48± 1,0	3,34± ,94	2,41± 1,1	3,26± 1,2	3,26± 1,1
61 ve üzeri yaş	8	4,11± ,49	4,03± 1,1	2,73± 1,4	3,63± 1,2	3,83±,88
Anova Analizi		p=,449	p=,397	p=,651	p=,633	p=,535
Alanya'nın Yerlisi misiniz?	n	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$
Evet	443	3,36± ,94	3,37± ,86	2,31± ,93	3,31± 1,0	3,16± 1,1
Hayır	477	3,33± ,96	3,48± ,78	2,40±, 94	3,30± 1,0	3,04± 1,0
T Testi		p=,593	p=,061	p=,118	p=,818	p=,112
İşiniz Turizmle Bağlantılı Yanı var mı?	n	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$
Evet	341	3,21± ,99	3,61± ,74	2,19± ,94	3,06± ,1,0	2,79± 1,1
Hayır	579	3,42± ,92	3,32± ,82	2,45± ,92	3,45± ,97	3,28± 1,0
T Testi		*p= ,001	*p= ,000	*p= ,000	*p= ,000	*p= ,000
Ailenizde turizmde çalışan biri var mı?	n	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$	$\bar{X} \pm ss$
Evet	434	3,31± ,94	3,51± ,79	2,25± ,89	3,22± 1,0	3,01± 1,0
Hayır	486	3,38± ,97	3,35± ,81	2,45± ,97	3,38± 1,0	3,17± 1,0
T Testi		p=,225	*p=,003	*p=,001	*p=,023	*p=,024
x ± ss : ortalama±standart sapma; *:p<0,05;						

Erkek ve kadınların araştırma değişkenlerine yönelik algılama ve değerlendirmelerinde bir farklılık olmadığı Tablo 6'daki t-testi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Ancak evli vebekarların turizmin sosyo-kültürel katkısına ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu (p=0,003; p<0,05) görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle bekarlar ( $\bar{X}=3,53$ ) evlilere ( $\bar{X}=3,36$ ) oranla turizmin sosyo-kültürel katkı sağladığı düşüncesine daha olumlu bakmaktadırlar. Benzer şekilde turizmin kültürel bir tehdit oluşturup oluşturmadığı noktasında da evli ve bekarların yaklaşımları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu (p=0,002; p<0,05) görülmektedir. Bekarların ( $\bar{X}=3,39$ ) turizmin kültürel bir tehdit oluşturmadığı düşüncesine evlilere ( $\bar{X}=3,17$ ) oranla daha yakın oldukları belirlenmiştir.

Meslek gruplarının araştırma değişkenlerine ilişkin algılama ve değerlendirmeleri arasında da istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu yapılan Varyans Analizi sonucunda belirlenmiştir. Buna göre ev hanımı ( $\bar{X}=3,57$ ), memur ( $\bar{X}=3,56$ ) ve serbest meslek sahibi ( $\bar{X}=3,47$ ) kişilerin turizm kaynaklı sosyal tehdit algılamaları diğer meslek gruplarına göre daha yüksektir (p=0,003; p<0,05). Turizmin sosyo-kültürel katkısı noktasında da meslek gruplarının algılama ve değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir (p=0,000; p<0,05). Turizmciler ( $\bar{X}=3,66$ ) ve serbest meslek sahibi olan ( $\bar{X}=3,48$ ) bireyler bu konuda diğer meslek gruplarına göre daha olumlu bir düşünce taşımaktadırlar. Turizme yönelik sosyal tepki açısından da meslek

grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Turizmciler herhangi bir sosyal tepki taşımaz ( $\bar{X}=2,05$ ) iken, bu konuda daha tepkili olanlar ev hanımları ( $\bar{X}=2,65$ ) ile memurlardır ( $\bar{X}=2,51$ ). Meslek gruplarının turizm kaynaklı kültürel tehdit algılamaları arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Memur ( $\bar{X}=3,65$ ), ev hanımı ( $\bar{X}=3,64$ ) ve serbest meslek sahipleri ( $\bar{X}=3,46$ ) daha yüksek bir tehdit algılamakta, turizmciler ( $\bar{X}=2,86$ ) en az tehdit algılamasına sahip olan meslek grubu olarak belirlenmiştir. Meslek gruplarının turizmin Türkçe'ye tehdit oluşturduğuna ilişkin algılama ve değerlendirmeleri arasında da istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre memurlar ( $\bar{X}=3,51$ ), ev hanımları ( $\bar{X}=3,36$ ) ve serbest meslek sahibi olanlar ( $\bar{X}=3,22$ ) daha yüksek tehdit algılayan meslek grupları olarak öne çıkarken, turizmciler ( $\bar{X}=2,69$ ) en az tehdit algılayan meslek grubu olarak belirlenmiştir.

Alanya halkının araştırma değişkenlerine ilişkin algılama ve değerlendirmelerinin eğitim düzeyine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterdiği Tablo 6'daki Varyans Analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin turizm kaynaklı sosyal tehdit algılamalarının azaldığı görülmektedir ( $p=0,004$ ;  $p<0,05$ ). İlköğretim mezunu olan bireylerin turizm kaynaklı sosyal tehdit algılamalarının ( $\bar{X}=3,50$ ), lise ( $\bar{X}=3,37$ ), üniversite ( $\bar{X}=3,24$ ) ya da lisansüstü ( $\bar{X}=3,04$ ) mezuniyet derecesine sahip olan bireylerinkine göre daha yüksek olduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. Bireylerin eğitim düzeyine bağlı olarak turizme yönelik sosyal tepkilerinin de farklılıklar arz ettiği belirlenmiştir ( $p=0,010$ ;  $p<0,05$ ). İlköğretim mezunu olan bireylerin turizme yönelik sosyal tepki düzeylerinin ( $\bar{X}=2,52$ ), lise ( $\bar{X}=2,36$ ), üniversite ( $\bar{X}=2,26$ ), ve lisansüstü ( $\bar{X}=2,12$ ) mezuniyet derecesine sahip olan bireylerinkine oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer bir farklılığın turizmden kaynaklı kültürel tehdit algılamaları için de geçerli olduğu belirlenmiştir ( $p=0,002$ ;  $p<0,05$ ). İlköğretim mezunu olan bireylerin turizmden kaynaklı kültürel tehdit algılama düzeylerinin ( $\bar{X}=3,46$ ), lise ( $\bar{X}=3,32$ ), üniversite ( $\bar{X}=3,25$ ), ve lisansüstü ( $\bar{X}=2,77$ ) mezuniyet derecesine sahip olan bireylerinkine oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bireylerin yaptığı işin turizmle ilişkili bir yanı olup olmasına bağlı olarak araştırma değişkenlerine yönelik algılama ve değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Tablo 6'daki t-testi sonuçları mesleği itibarıyla turizmle bir bağlantısı olmayanların ( $\bar{X}=3,38$ ), olanlara oranla daha yüksek bir sosyal tehdit algıladıklarını göstermektedir ( $p=0,001$ ;  $p<0,05$ ). Turizmle bir bağlantısı olmayanların turizmin sosyo-kültürel katkısı olduğuna ilişkin inançlarının ( $\bar{X}=3,32$ ), turizmle bağlantısı olanlarinkine ( $\bar{X}=3,31$ ) oranla daha düşük olduğu görülmektedir ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Turizmle mesleki açıdan bir bağlantısı olmayanların turizme yönelik sosyal tepki düzeylerinin ( $\bar{X}=2,45$ ), turizmle bağlantısı olanlarinkine ( $\bar{X}=2,19$ ) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Benzer şekilde turizmle mesleki açıdan doğrudan bir bağlantısı olmayanların turizmden kaynaklı kültürel



tehdit algılamalarının ( $\bar{X}=3,45$ ), turizmle bağlantısı olanlarına ( $\bar{X}=3,05$ ) oranla daha yüksek olduğu görülmüştür ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Bireylerin yaptığı işin turizmle ilişkili bir yanı olup olmamasına bağlı olarak turizmden kaynaklı Türkçe'ye tehdit algılamaları arasında da farklılıklar olduğu belirlenmiştir ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ). Yaptığı işin turizmle ilişkili bir yanı olmayanların Türkçe'ye tehdit algılamalarının ( $\bar{X}=3,28$ ), mesleki açıdan turizmle bağlantısı olanlarına ( $\bar{X}=2,79$ ) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Aile içerisinde turizm alanında çalışan bir olup olmamasına bağlı olarak da bireylerin araştırma değişkenlerine yönelik algılama ve değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizmin sosyo-kültürel katkısı olduğuna yönelik inançlarının ( $\bar{X}=3,35$ ), diğerlerine (ailesinde turizmde çalışan birisi olanlara;  $\bar{X}=3,51$ ) göre daha düşük olduğu görülmektedir ( $p=0,003$ ;  $p<0,05$ ). Ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizme yönelik sosyal tepki düzeylerinin ( $\bar{X}=2,45$ ) de diğerlerine (ailesinde turizmde çalışan birisi olanlara;  $\bar{X}=2,25$ ) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p=0,001$ ;  $p<0,05$ ). Benzer şekilde ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizmden kaynaklı kültürel tehdit algılama düzeylerinin ( $\bar{X}=3,38$ ) diğerlerine (ailesinde turizmde çalışan birisi olanlara;  $\bar{X}=3,22$ ) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p=0,023$ ;  $p<0,05$ ). Ayrıca bireylerin ailesinde turizmde çalışan birisi olup olmamasına bağlı olarak turizmden kaynaklı Türkçe'ye tehdit algılamaları arasında da farklılıklar olduğu belirlenmiştir ( $p=0,024$ ;  $p<0,05$ ). Ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizmden kaynaklı Türkçe'ye tehdit algılamalarının ( $\bar{X}=3,17$ ), ailesinde turizmde çalışan birisi olan bireyelerine ( $\bar{X}=3,01$ ) göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

## 7. SONUÇ (CONCLUSIONS)

Turizm, sadece ekonomik bir olay olmayıp sosyal, kültürel, coğrafi, siyasal yönleri de olan, toplumu ve sosyal yapıyı etkisi altına alan ulusal ve uluslar arası platformdaki bir harekettir. Bu sebeple turizmin, ekonomik etkilerinin değerlendirilmesiyle birlikte sosyal, kültürel ve çevresel yapıya etkileri açısından da değerlendirilmesi gerekir (Berber, 2003: 205). Turizme yönelik tutum ve turizm algısına yönelik çalışmalarda, turizmin ekonomiye yaptığı katkılar son derece olumlu olarak vurgulanmaktadır. Fakat turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkileri açısından ise olumlu yaklaşımların çok fazla ön plana çıkmadığı görülmektedir (Gümüş ve Özüpekçe, 2009: 400).

Turizm faaliyetleri belirli bir çevrede gerçekleşir. Bu çevre aynı zamanda yöre insanı tarafından da kullanılmaktadır. Dolayısıyla turizm hareketi yöre insanına ait yaşamsal döngünün bir parçası durumundadır ve yerel halkın yaşamını çok boyutlu ve değişken olan sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel açılardan da önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Türkiye'de özellikle 1980 sonrası turizm sektörüne olan taleplerin mevcut tarihi ve kültürel değerler üzerinde olumsuz ve yıpratıcı etkilere neden olduğu ifade edilmektedir. Kültürel özelliklerin ticaretleşmesi (ticari bir meta haline gelmesi), kültürlerin farklı kültürlerle etkileşimi kimi zaman yıkıcı olabilmektedir. Bu da yerel kimliğin ve özgünlüğün kaybolması demektir. Turizmin sürdürülebilir olmasının önemli gerekliliklerinden birisi de geleneksel ve özgün değerlerin korunması ilkesidir (Uslu ve Kiper, 2006: 305). Alınacak bir takım önlemlerle turizm faaliyetlerinden hem ekonomik hem de sosyo-kültürel yönden kazanç elde edilmesi sağlanmış olacaktır.

Alınacak önlemlerin belirlenmesinde yapılacak olan eylemlerden bir tanesi de, yerel toplumun turizm konusundaki tutumlarının ölçülmesidir. Aynı zamanda sürdürülebilir bir turizm gerçekleştirilmesinde yöre halkının turizme yönelik tutumları belirleyici olan boyutlardan biridir. Bu araştırmada Alanya'da yaşayan halkın turizmin sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine olan tutumlarının belirlenmesine çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda saptanan bulgular şu şekilde özetlenebilir;

- Alanya halkının turizmden sosyal bir tehdit algılamamakla birlikte, genel anlamda bir kararsızlık içinde olduğu,
- Alanya halkının turizmle birlikte alkol tüketiminin de arttığı noktasında görüş birliği içerisinde oldukları,
- Turizmin yöreye sosyo-kültürel katkısı olduğu noktasında ise kararsızlıklarını devam ettirdikleri,
- Ancak turizmin yabancı dil öğrenimine katkı sağladığı noktasında ise görüş birliği içerisinde oldukları,
- Ayrıca turizmin başka toplum ve kültürlere saygı duymaya katkı sağladığı görüşüne ise daha sıcak baktıkları,
- Alanya halkının turizme yönelik bir sosyal tepki içerisinde olmadıkları,
- Turizmin yörede kültürel bir tehdit oluşturup oluşturmadığı noktasında ise tamamen kararsızlık içerisinde kaldıkları,
- Turizmin Türkçe'mize bir tehdit oluşturup oluşturmadığı noktasında da aynı kararsızlıklarını sürdürdükleri,
- Bekarların evlilere oranla turizmin sosyo-kültürel katkı sağladığı düşüncesine daha olumlu baktıkları,
- Bekarların turizmin kültürel bir tehdit oluşturmadığı düşüncesine evlilere oranla daha yakın oldukları,
- Ev hanımı, memur ve serbest meslek sahiplerinin turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılamalarının diğer meslek gruplarındakilere göre daha yüksek olduğu,
- Turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılaması en düşük meslek grubunun turizmciler olduğu,
- Eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılamalarının azaldığı,
- İlköğretim mezunu olan bireylerin turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılama düzeylerinin lise, üniversite, ve lisansüstü mezuniyet derecesine sahip olan bireylerinkine oranla daha yüksek olduğu,
- Mesleği itibarıyla turizmle bağlantısı olmayanların turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılamalarının, turizmle bağlantısı olanlarınkine göre daha yüksek olduğu,
- Ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılamalarının diğerlerine (ailesinde turizmde çalışan birisi olan bireylere) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

#### **KAYNAKÇA (REFERENCES)**

1. Akış, A., (2007). "Alanya'da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi" Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17:15-32
2. Akman, A.D., (2007). Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal Ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
3. Alaeddinoğlu, F., (2007). "Van Halkının Turisti Ve Turizmi Algılama Şekli", Coğrafi Bilimler Dergisi, 5 (1):1-16

4. Alaeddinoğlu, F., (2008). "Sivas Kentinde Halkın Turiste Ve Turizme Bakışı", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5(2):1-23
5. Başkan, (2007). Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması: Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
6. Berber, Ş., (2003). "Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm Ve Etkileri", elçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9: 205-222.
7. Boniface, B.G. ve Cooper, C., (1994). The Geograph Of Travel and Tourism, (2nd. Ed.), Oxford: Butterworth Heinemann.
8. Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö., (2008). "Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri Ve Kuşadası İlçesi Uygulaması", IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Kitapçığı, ss:127-148, 23-27 Nisan 2008, Belek, Antalya
9. Çeken, H., (2008). "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 10(2): 293-306.
10. Çevirgen, A. ve Üngüren, E., (2009). "Yöre Esnafının Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları", Ege Akademik Bakış, 9(2): 637-658.
11. Dal, N. ve Baysan, S., (2007). "Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı Ve Turizmin Mekânsal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları", Ege Coğrafya Dergisi, 16: 69-85.
12. Demircioğlu, A.G., (1997). "Turizm Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması", Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, 12(2): 135-147.
13. Durgun, A., (2006). "Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
14. Emekli, G., (2001). Bergama'nın Turizm Coğrafyası ve Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri, Bergama Belediyesi Kültür Yayınları.
15. Eroğlu, F., (1995). Davranış Bilimleri, Beta Basım Yayım: İstanbul.
16. Fagence, M., (2003). Tourism In Destination Communities, (Editors: Singh, S., Timothy, D.J. and Dowling, R.K. ), Cabi Publishing: Cambridge.
17. Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). "Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel Ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6(2): 398-417.
18. Gürbüz, A., (2002). "Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Teknoloji Dergi, 5(1-2): 49-59.
19. İçöz, O. ve Kozak, M., (2002). Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara.
20. Karaçor, S., (1998). "1980 Sonrası Turizmde Etkinliği Arttırıcı Politikaların Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri", Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi, 1(1): xx-xx
21. Kısa-Ovalı, P., (2007). "Kitle Turizmi Ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari Ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması", YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2(2): 64-79.
22. Kiper, T. ve Yılmaz, E., (2008). "Şarköy-Kumbağ Arasında Kırsal Kalkınmayı Destekleyici Turizmin Olabilirliği ve Yerel Halkın Rolü", Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 5(2): 159-168.
23. Mansuroğlu, S., (2006). "Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği", Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 19(1): 35-46.
24. Özmen, M., (2007). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkiler Akçakoca Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.



25. Rızaoğlu, B., (2004). Turizm ve Toplumsallaşma, (Üçüncü Baskı), Detay Yayıncılık: Ankara.
26. Saveriades, A., (2000). Establishing The Social Tourism Carrying Capacity For The Tourist Resorts Of The East Coast Of The Republic Of Cyprus, *Tourism Management*, 21:147-156.
27. Şencan, H., (2005). Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik, *Seçkin Yayınları*, Ankara.
28. Uslu, A. ve Kiper, T., (2006). "Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı", *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3): 305-314.
29. Vellas, F. and Becherel, L., (1995). *International Tourism*, Mac Millan Business, London.
30. Yüksel, A., Yüksel F., Hançer, M., (2002) Turizm ve Sosyal Etkileri, II. Turizm Şurası Bildirileri, 3:169-182, Aydın..
31. [http://www.altso.org.tr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=921](http://www.altso.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=921) (02.02.2010)