

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Yerel Halkın Bakış Açısından Antalya'da Turizm ve Etkilerinin İncelenmesi

Emine Torun

*Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,
Orcid id: 0000-0002-5664-6316*

Hilmi Demirkaya

*Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Orcid id: 0000-0002-4456-580X*

ÖZ

Turizm etkinlikleri, faaliyetin gerçekleştiği coğrafi ortam ve kültürel çevre üzerinde olumlu ve olumsuz bazı etkilere neden olabilmektedir. Turizm faaliyetlerinin bir bölgede yaşayan yerel halk açısından olumlu ve olumsuz birtakım etkileri vardır. Bir taraftan ekonomik gelişmeyi destekleyerek yerel topluluklara çeşitli olanaklar sunarken, diğer taraftan trafik sıkışıklığı, kalabalık, artan suç oranı, çevre ve doğal kaynakların tahribatı ve en kötüsü de yerel toplumların sosyal norm ve kültürlerinin bozulması gibi olumsuzlukların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Antalya'da yaşayan yerel halkın turizm ve turizmin etkileri üzerine düşüncelerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi benimsenmiştir. Araştırma, durum çalışması deseni üzerinde kurgulanmıştır. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme esaslarına uygun olarak seçilmiştir. Çalışmaya 17 yetişkin birey katılmıştır. Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak katılımcılarla yüzyüze yapılan görüşmeler yoluyla derlenmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla çözümlenmiştir. Analiz sonucunda beş alt probleme ilişkin ortaya çıkan bulgular çeşitli kategoriler altında değerlendirilmiştir. Katılımcıların turizm tanımlamalarına ilişkin, döviz kaynağı, tatil amacıyla bir yerden başka yere yapılan seyahat, ülkenin tanıtımına yönelik reklam aracı olması, geçim sağlamak için yapılan meslek ve yaşam tarzı olmak üzere beş tanımlama kategorisi elde edilmiştir. Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya'daki turizme ilişkin görüşleri; geçmişten günümüze kadar turizmde büyük gelişmeler olması, turizmde istenilen düzeyde gelişme yaşanmaması, turizmde çeşitliliğin artması, geçmişte altı ay yapılan turizmin tüm yıla yayılması ve daha önce Antalya merkezde yapılan turizmin taşrada da yapılmaya başlaması olmak üzere beş tanımlama kategorisi elde edilmiştir. Araştırma sonucu ortaya çıkan sonuçlara dayalı olarak araştırmacılara, yerel ve merkezî yöneticilere yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Antalya, sosyal bilgiler, turizm, kültür, değişim.

Investigation of Tourism and Its Effects in Antalya from the Perspective of Local People

ABSTRACT

Tourism activities can cause some positive and negative effects on the geographical environment and cultural environment where the activity takes place. Tourism activities have some positive and negative effects on the local people living in a region. On the one hand, it provides various opportunities to local communities by supporting economic development, on the other hand, it can cause negative effects such as traffic congestion, crowdedness, increased crime rate, destruction of environment and natural resources, and worst of all, the deterioration of social norms and cultures of local communities. The aim of this study is to reveal the thoughts of the local people living in Antalya on tourism and its effects. In the research, the interview method, one of the qualitative research methods, was adopted. The research was built on the case study pattern. Participants were selected from purposive sampling methods in accordance with criterion sampling principles. 17 adult

individuals participated in the study. The data of the research were compiled through face-to-face interviews with the participants using a semi-structured interview form. The obtained data were analyzed through descriptive analysis. Findings related to five sub-problems as a result of the analysis were evaluated under various categories. Five definition categories were obtained regarding the tourism definitions of the participants: source of foreign exchange, travel from one place to another for vacation, being an advertising tool for the promotion of the country, profession and lifestyle for making a living. Views of the participants on tourism in Antalya in the past and today; Five definition categories have been obtained: major developments in tourism from the past to the present, lack of development in tourism at the desired level, increase in diversity in tourism, extension of tourism that was made in the past six months to the whole year, and the beginning of tourism in the provinces, which was done in the center of Antalya before. Based on the results of the research, some suggestions for researchers, local and central administrators were presented.

Keywords: Antalya, social studies, tourism, culture, change.

Giriş

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

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

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

Bir coğrafi mekân turizm merkezine dönüştüğü zaman orada yaşamını sürdüren insanların yaşamları turizm faaliyetlerinden etkilenmektedir. Bölgesel ya da yerel bir ekonomik kalkınma aracı olarak turizm son yıllarda etkisini giderek artırmaktadır. Antalya gibi turizm çekicilikleri bakımından ayrıcalıklı özelliklere sahip destinasyonlarda yoğun bir turistik baskı söz konusudur. Ülke ve yerel yöneticiler turizmi yerel halkın istihdamı vergi gelirlerini ve ekonomik gelirleri artırıcı bir endüstri olarak görmektedirler (Özer ve Ataman, 2020). Turizm yalnızca yerel halkın turizmin gelişimsel etkilerine değil aynı zamanda genel hayat standartlarını da etkilemektedir.

Kentlerin kendilerine özgü kültürleri ve yaşam tarzları vardır. Bu kültürel birikim o kentte yıllardan bu yana yaşamını sürdüren insanların nesilden nesile aktardıkları yaşam tarzlarının bir ürünü olarak ortaya çıkar. Bununla birlikte kentlerin sahip oldukları kültürel doku ve yaşam tarzı bazen yavaş bazen de hızlı bir değişime sahne olabilir. Hatta bazı durumlarda bu dönüşüm o kadar şiddetli ve hızlı olmaktadır ki kentin karakteri olan kültürel özellikler ve yaşam tarzı bütünüyle ortadan kalkarak tamamen farklı bir yapıya dönüşebilir. Bu değişim ve dönüşüm üzerinde etkili olan pek çok faktör vardır. Bu konudaki en önemli değişim faktörü kente yönelik gerçekleşen iç ve dış göç olgusudur. Kente gelen insanlar

kültür ve yaşam tarzlarını da beraberlerinde getirmektedirler. Bu konuda öne çıkan ekonomik faaliyetlerden birisi de turizmdir. Turizm faaliyetleri ile yöreye gelen yabancı ve yerli turistler yerel halk ile girdiği etkileşim sonucunda kentin kültürel dokusu ve yaşam tarzı üzerinde etkili olmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010).

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

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

Yoğun turizm faaliyetlerinin bulunduğu bir kentte aynı ortamları paylaşan yerel halk ve yabancıların, kent yaşamına dönük birtakım görüşlerinin ortaya çıkarılması yöre turizminin ve yerel halkın yaşam kalitesinin gelişimine katkı sunacak ve mevcut sorunların çözümüne yönelik merkezi ve yerel yöneticilere fikir verecektir. Doğan ve Üngüren **Error! Reference source not found.**, turizm kentinde yaşamlarını sürdüren insanların turizm alanındaki gelişime ilişkin görüş ve önerilerinin alınmasının kendilerini bu süreci etkileyen önemli bir öge olarak görmelerini sağlayacağını öne sürmüşlerdir.

Turizm endüstrisinin şehirlerin ve yerel halkın kültürel yapısı ile yaşam tarzı üzerindeki etkilerini araştıran yerli ve uluslararası alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır (Ayazlar, 2016; Bertan, 2010; Çetin, 2009; Fester, 1964; Pizam ve Milman, 1986; Demirkaya ve Çetin, 2010; Demirkaya, 2012; Demirkaya, Sarı ve Ertürk, 2012; Çal ve Demirkaya, 2012). Ancak yerel Antalya’da yaşamını sürdüren yerli halkın bakış açısından turizm ve turizmin farklı etkileri üzerine detaylı bir nitel araştırma yapılmamıştır. Çalışmanın gerçekleştirilmesi ile bilim, merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin karar alma aşamalarında bu çalışmanın sonuçlarından yararlanmaları öngörülmektedir. Bu durum çalışmanın önemini artırmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, en az 30 yıldan bu yana Antalya’da yaşayan insanların turizmin Antalya’nın sosyal, kültürel, ekonomik ve mimarî yapısı üzerindeki etkilerine ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmak olarak belirlenmiştir. Çalışmada, bu temel amaç doğrultusunda aşağıda verilen alt amaçlar belirlenmiştir:

1. Katılımcıların turizm algıları nasıldır?
 - a) Katılımcıların turizm tanımlamaları nasıldır?
 - b) Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya’daki turizm hakkındaki görüşleri nasıldır?
 - c) Katılımcıların geçmişte ve günümüzde turiste bakış açısındaki değişime ilişkin görüşleri nasıldır?
2. Katılımcıların turizmin Antalya’da meydana getirdiği değişime ilişkin görüşleri nelerdir?
 - a) Katılımcıların geçmişte turizme ve turiste bakış açısıyla bugünkü bakış açısı arasındaki görüş farklılıkları nelerdir?
 - b) Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya’da turizmin gelişimine ilişkin görüşleri nasıldır?
 - c) Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansımaları konusundaki görüşleri nasıldır?

- d) Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerindeki etkilerine ilişkin görüşleri nasıldır?
3. Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya'ya gelen turist profiline ilişkin görüşleri nasıldır?
4. Katılımcıların turizmin insanların yaşam tarzı üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
- a) Katılımcıların turizmin Antalya'da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
- b) Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nasıldır?
5. Katılımcıların turizm ile ilişkili yaşantıları nelerdir?
- a) Katılımcıların turizm ya da turist ile ilgili anıları nelerdir?
- b) Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ve katıldığı etkinlikler nelerdir?

Yöntem

Araştırma Modeli

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

Araştırmada nasıl ve niçin sorularını esas alan araştırmacıların kontrol altına alamadığı olgu ya da olayı incelemesine fırsat veren (Yıldırım ve Şimşek, 2008) durum çalışması temel alınmıştır. Durum çalışması, bütüncül bir tanımlama ve ifadeye ulaşmaya odaklanmıştır (Merriam, 2013). Ele alınan durum bir birey, kurum, grup, program ya da toplulukla alakalı olabilir. Sınırlı bir sistem olarak belirlenen grup, keza bir analiz birimi olarak ele alınır. Analiz biriminin ortak paydası olan durum, inceleme konusudur (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Durum deseni bakış açısıyla Antalya'da yaşayan yerli halk bir analiz birimi olarak belirlenerek Antalya'da turizm ve etkilerine ilişkin görüşleri araştırılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Antalya'nın merkez ilçelerinde (Muratpaşa ve Konyaaltı) en az 30 yıldır yaşamakta olan 17 kişi oluşturmaktadır. Katılımcılar 12 erkek ve 5 kadından oluşan katılımcıları en genci 45 en yaşlısı 72 yaşındadır ve en az 30 yıldır Antalya'da ikamet etmektedirler. Katılımcılar arasında acente sorumlusu, bodyguard spor hocası, esnaf, matbaacı, emekli turizmci, emekli öğretmen, iletişim sektöründe çalışan, inşaat sektöründe çalışan, muhasebe, otel çalışanı, işletmeci, ses sanatçısı, taş ustası ve doktor yer almaktadır.

Katılımcıların meslekleri, cinsiyetleri ve yaşları

Tablo 1. Katılımcıların meslekleri, cinsiyetleri ve yaşları

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Acente Sorumlusu	K1 (Kadın, 53 yaşında)	1
Bodyguard, spor hocası	K2 (Erkek, 60 yaşında)	1
Kaleiçi'nde baharat dükkanı var	K3 (Erkek, 52 yaşında)	1

Kaleiçi'nde bedestende çalışıyor	K4 (Erkek, 56 yaşında)	1
Dijital baskı, matbaa sahibi	K5 (Erkek, 55 yaşında)	1
Emekli Turizmci	K6 (Erkek, 51 yaşında)	1
Emekli Öğretmen	K7 (Kadın, 70 yaşında)	1
İletişim Sektörü	K8 (Kadın, 49 yaşında)	1
İnşaat Sektörü	K9 (Erkek, 47 yaşında)	1
Kuyumcu	K10 (Erkek, 54 yaşında)	1
Muhasebe Şefi	K11 (Kadın, 48 yaşında)	1
Otel Çalışanı	K12 (Kadın, 45 yaşında)	1
Otel Müdürü	K13 (Erkek, 56 yaşında)	1
Restaurant İşletmeni	K14 (Erkek, 52 yaşında)	1
Ses Sanatçısı	K15 (Erkek, 53 yaşında)	1
Taş Ustası	K16 (Erkek, 52 yaşında)	1
Uzman Doktor	K17 (Erkek, 72 yaşında)	1

Tablo 1. incelendiğinde katılımcıların; “Mesleğiniz nedir?” sorusuna verdikleri yanıtlar on yedi kategori altında toplanmıştır. Katılımcıların her biri farklı meslek kollarında çalışmış ya da halen çalışmaktadırlar. Ayrıca katılımcıların cinsiyetleri ve yaş durumları da bu tabloda gösterilmiştir.

Katılımcıların turizm ile ilgili bir işte çalışma durumları

Tablo 2. Katılımcıların turizmle ilgili işte çalışma durumları

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

Tablo 2. incelendiğinde katılımcıların; “Turizmle ilgili bir işte çalıştınız mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar iki kategoride toplanmıştır. Katılımcılar turizmle ilgili bir işte “Evet çalıştım ve Hayır çalışmadım” olarak cevaplamışlardır.

Veri Toplama Araçları

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

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı soruları önceden hazırlar. Ancak araştırmacı, sadece hazır sorulara bağlı kalmaz ve görüşmenin gidişatına göre sorulara şekil vererek katılımcının cevaplarını detaylandırmasında etkili olabilir (Türnüklü, 2000). Bu bağlamda, Antalya’da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkilerini içeren araştırma konusu kapsamına uygun

17 farklı katılımcıya yarı yapılandırılmış görüşme soruları sorulmuştur. Bu amaçla 17 adet soru içeren yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Formda yer alan ilk 5 soru daha çok kaynak kişiler hakkında bilgi almak amacıyla hazırlanmıştır, sonraki 12 soru Antalya’da turizm sektörüyle birlikte ortaya çıkan kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel anlamda etkiler ile geçmişten günümüze değişim sürecini incelemeye yönelik hazırlanmıştır.

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

Verilerin Toplanması ve Analizi

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

Alınan ses kayıtları araştırmacı tarafından detaylı ve dikkatli bir şekilde incelenmiştir. Sorulan 17 soru ve 17 katılımcı tarafından her bir soruya verilen cevaplar ayrı ayrı ve tek tek yazıya geçirilmiştir. Her katılımcıya ait görüşme dosyaları oluşturulmuştur. Görüşmelerden elde edilen veriler betimsel analiz kullanılarak çözümlenmiş ve temaya uygun olarak düzenlenmiştir. Toplanan verilerin bulgular halinde sunumunda herhangi bir yorum katılmamış, bulgular doğrudan sunulmuştur.

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

Bulgular

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

1.2. Katılımcıların turizm tanımlamaları

Tablo 3. Katılımcıların turizm tanımlamaları

Kategori	Katılımcılar	Frekans (f)
Döviz kaynağı	K2, K5, K8, K9, K10, K11	6
Tatil amacıyla bir yerden başka bir yere yapılan seyahat	K1, K3, K5, K6, K12, K13, K14, K15, K17	9

Ülkenin tanıtımına yönelik reklam aracı olması	K2, K4, K8	3
Geçim sağlamak için yapılan meslek	K1, K7, K16	3
Yaşam tarzı	K1, K9	2

Tablo 3. incelendiğinde katılımcıların; “Size göre turizm nedir?” sorusuna verdikleri yanıtlar beş kategori altında toplanmıştır. Katılımcılar turizm kavramını tanımlarken genellikle tatil amacıyla insanların bir yerden başka bir yere yapmış olduğu seyahate vurgu yaparken, ikinci sırada turizmin ekonomik yönünü ön plana çıkararak ülke için döviz kaynağı olması ve Antalya ekonomisi için önemine değinmişlerdir. Bazı katılımcılar turizmi Türkiye’nin ve Antalya’nın tanıtımı için kullanışlı bir reklam aracı olarak görmüşlerdir. Bazı katılımcıların ise turizmi, geçimlerini sağlayabilmek için yaptıkları iş kolu olarak görmekte oldukları belirlenirken, diğer bazı katılımcıların turizme hayatın vazgeçilmezi yaşam tarzı olarak baktıkları tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

“Bana göre turizm dövizdir.” (K11)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3. Katılımcıların geçmişte ve günümüzde Antalya’daki turizm hakkındaki görüşleri

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

Tablo 4. Katılımcıların geçmişten günümüze kadar turizm gelişimi hakkındaki görüşleri

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

Tablo 4. incelendiğinde katılımcıların; “Antalya’da geçmişten bugüne kadar turizm gelişimi hakkında ne söylersiniz?” sorusuna verdikleri yanıtlar beş kategoride toplanmıştır. Katılımcılar Antalya’da turizmin gelişimini ele alırken çoğunluk turizmin geliştiği yönde fikir beyan ederken, ikinci sırada turizmin istenilen düzeyde gelişme yaşanmadığına değinmişlerdir. Diğer katılımcılar ise Antalya’da turizmin süresinin uzadığından, turizmde çeşitliliğin arttığından ve turizm faaliyetlerinin merkezden taşraya da taşındığını belirtmişlerdir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

“Eskiden yaz sezonu yaz turizmi iş yapıyordu sonra kış turizmi de başladı. Ben bu işe başladığım zaman Antalya nüfusu 250-300 bindi zaten köylüsü kentlisi 250-300 bin nüfuslu bir şehirde ne kadar turizm yapılabilir üç beş tane otelde yapılıyordu. Birkaç tane tatil köyü vardı onlar zaten yaz için vardı. 2000 yıllardan sonra konferans ve seminer turizmi başladı bunların desteği ile turizm çeşitlenmesi ile yürüyüşler doğa sporları gibi turizm çeşitliliği arttı. Bunun neticesinde Antalya’ya daha fazla turist gelmeye başladı. Turizmden elde edilen gelir arttı.” (K6)

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

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

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

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

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

Tablo 5. Katılımcıların geçmişte Antalya’da turizm ile günümüzde ki turizm hakkındaki görüşleri

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

Tablo 5. incelendiğinde katılımcıların; “Geçmişte Antalya’da turizm nasıldı, günümüzde nasıl?” sorusuna verdikleri yanıtlar yedi kategoride toplanmıştır. Katılımcılar Antalya’da geçmişten günümüze turizmdeki değişimi ele alırken çoğunluk turist sayısında bir artış yaşandığı yönünde fikir beyan ederken, ikinci sırada geçmişte turizmin bireysel olarak yapıldığı günümüzde ise paket turizm olarak turlar vasıtasıyla yapıldığına ve turizm faaliyetlerinin günümüzde daha bilinçli yapıldığına değinilmiştir. Bu konuda dikkat çeken bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 6. Katılımcıların turizme ve turiste bakış açıları

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

Tablo 6. incelendiğinde katılımcıların “Geçmişte turizme ve turiste bakış açınızla bugünkü arasında bir farklar var mı?” sorusuna verdikleri yanıtlar 5 kategoride toplanmıştır. Çoğunluk turizmin ve turistlerin ekonomik gelir kaynağı olduğunu, geçmişte de ve günümüzde de aynı düşüncede olduğunu belirtmiştir. Bazı katılımcıların bu konudaki düşüncelerini ele alırsak;

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

“Geçmişteki turizme bakış açımıyla şimdiki aynı. Yani turizmi güzel bir gelir kapısı ve ekonomik kazanç olarak görüyorum. Turiste bakış açımında bazı değişiklikler var tabii. Eskiden daha ağır başlı ne istediğini bilen turistler gelirdi. Yani saygılılardı. Günümüzde ise daha genç kesimlerden turist geliyor. Onlar daha aktif, geçmişte daha çok yaşlı turistler gelirdi. Günümüz turisti şu anda eğlenme amaçlı geliyor ve çok saygılı davranmıyorlar. Yani pek insanlıkları yok.” (K2)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 7. Katılımcıların turizm nedeniyle Antalya’da meydana gelen değişiklikler hakkındaki görüşleri

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

Tablo 7. incelendiğinde katılımcıların “Turizm nedeniyle Antalya’da ne gibi değişiklikler oldu?” sorusuna verdiği cevaplar sekiz kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğu turizm nedeniyle Antalya’nın gün geçtikçe her bakımdan büyüüp gelişerek mega bir şehre dönüştüğünü belirtmektedir. İkinci sırada ise katılımcılar turizm sayesinde Antalya’da işsizliğin ortadan kalktığını belirtmektedirler. Geriye kalan katılımcılar ise turizm nedeniyle Antalya’da göç ve nüfusun arttığı, yeşil alan ve ormanların azaldığı, tabiatının bozulduğu, çarpık kentleşmenin ortaya çıktığı, şehrin karakterinin kaybolduğu hakkında görüş belirtmişlerdir.

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

“Antalya’ya birçok turistik tesisler, oteller yapıldı. Mesela Kundu bölgesi tamamen otellerin olduğu bir yer oldu. Tabi artan göç ve nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için de evler, apartmanlar, siteler, yollar, hastaneler, kamu binaları yapıldı. Mega bir kente dönüştü.” (K3)

“Eskiden Antalya çevre yolunun hemen altında kalırdı. Şimdi o kadar geniş bir alana yayılmış ki. Ben doğma büyüme Antalyalıyım benim bilemeyeceğim bir sürü yer var. Her şeyden önce popülasyon değişti nüfus 250 binden 2 milyona çıktı 10 katı büyüdü. 1990’lı

yılların sonuna kadar değişim çok hızlı ilerlemedi. 2000 yılından itibaren hızlandı son 20 yılda çok hızlı bir şekilde değiştı. Burada turizme ilgili bir kısım işler yapıldıkça şehir büyüdü. Şehir büyüdükçe biraz daha yaşanır hale geliyor.” (K7)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

“Antalya’nın ormanlık alanları otel yapılmak için maalesef yok edildi. Bu çok üzücü bir durum. Aslına bakarsanız kaş yaparken sanki biraz göz çıkartıyor gibiyiz. Bu konuda orta yolun bulunması en iyisi olacaktır. Hem ormanlar korunup hem de turizm faaliyetleri elbette devam edebilir. Ormanlar bizim milli servetimiz. Bir diğer husus halk plajları günümüzde çok

azaldı, plajların çoğu otellere verildi. Özelleşen plajlardan halk faydalanamıyor. Bu da tabii sıkıntı arz ediyor.” (K8)

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

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

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

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

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

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

2.3.Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansımaları konusundaki görüşleri

Tablo 11. Katılımcıların turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine yansımaları konusundaki görüşleri

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

Tablo 11. İncelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya kent silüetine ve mimarisine etkisi nasıl olmuştur?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğu turizm sayesinde şehrin mimari olarak geliştiği ve görsel olarak daha güzel bir görünüme sahip olduğunu beyan etmektedir. Katılımcıların verdiği cevaplara göre ikinci sırada turizmin Antalya’nın kent silüetini bozduğu ve karakterini yok ettiği yer almaktadır. Üçüncü sırada ise turizm nedeniyle Antalya’nın fazla göç almasından dolayı şehirde çarpık kentleşme oluştuğu yer almaktadır.

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

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

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

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

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

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

“Bu kadar yoğun turist talebi olunca bu talebi karşılamak üzere birçok otel, motel, tatil köyü yapıldı. Ama bunlar yapılırken çevreye özellikle de ormanlara çok zarar verildi. Özellikle ormanlık alanlar tahrip edilip otel yapıldı. Bu da turizmin olumsuz bir yanı. Şehrin doğal güzelliği giderek yok oluyor. Çok geçmez birkaç yıl sonra beton yığını ve denizi olan sıradan bir şehir olacak. Turizm atıkları büyük sorun teşkil ediyor. Çoğu otel bu konuda biraz duysuz, kontrollerde yetersiz kalıyor. Kendi bindiğimiz dalı kesiyoruz ama farkında değiliz.” (K1)

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

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

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

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

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

“Antalya’nın sahil kesimlerinde oteller, siteler, kafeler vs. yapıldı ve bunlar planlı ve düzgün bir şekilde yapıldı. Ama kıyından iç kesimlere yani şehir merkezine gidildikçe plansız bir kentleşmeyle karşılaşıyorsunuz. Yani iç kesimlerde binalar üst üste bir yürüyüş yolu, bir

yaşam alanı bulmak neredeyse imkansız. Bu konuda belediyelerin biraz sorumsuz ya da beceriksiz olduklarını düşünüyorum. Çevre düzenlemesi ve alt yapı konusunda Antalya çok da başarılı sayılmaz.” (K11)

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

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

Tablo 12. Katılımcıların turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğu hakkındaki görüşleri

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

Tablo 12. incelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğu turizmin Antalya kültürünü olumlu yönde etkilediği yönünde görüş bildirdiği görülmektedir. İkinci sırada ise hem olumlu hem olumsuz yönde etkilediği görüşü yer almaktadır. Üçüncü sırada ise olumsuz yönde etkilediği görüşü yer almaktadır. Turizmin Antalya kent kültürü üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

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

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

“İllaki etkisi vardır. Mesela Antalya’da turizm sektöründe çok fazla kadın çalışan var. Başka şehirlerde ben biliyorum kadınların otellerde çalışmasını pek hoş karşılamazlar. Ama

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

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

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

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

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

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

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

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

“Bence son derece etkili. Antalya’da farklı kültürlerden ve coğrafyadan insanlar çok fazla. Mesela Almanlar ve Ruslar buradan çok fazla konut alıyorlar. Turizmde çalışmak için buraya gelip yerleşen yerli yabancı çok insan var. Tabii bunlar Antalya’da bir kültür harmanlaması oluşturdu. Benim düşüncem bu yönde. Bu etkileşim iyi yönde de oldu, kötü yönde de oldu. Nüfus arttıkça yabancılaşma da arttı. Yani o içten samimi insan ilişkileri yok oldu. Bir sitede kimse kimseyi tanımaz. Komşusunun neye ihtiyacı varmış bilmez. Umurunda bile olmaz.” (K9)

3) Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular (Katılımcıların geçmişten bugüne Antalya'ya gelen turist profiline ilişkin görüşleri nasıldır?)

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

Tablo 10. Katılımcıların geçmişten bu yana Antalya'ya gelen turist profilinde meydana gelen değişiklikler hakkındaki görüşleri

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

Tablo 10. İncelendiğinde katılımcıların “Geçmişten bu yana Antalya'ya gelen turist profilinde ne gibi değişimler yaşandı?” sorusuna verdikleri cevaplar beş kategoride toplanmıştır. İlk sırada daha önce belli başlı ülkelerden turist gelirken günümüzde artık hemen hemen her ülkeden turist geldiği yer almaktadır. İkinci sırada artık daha genç nüfusun geldiği görüşü yer alırken üçüncü sırada ise eskiden elit tabaka denilen ekonomik durumu bir hayli iyi olan kesim gelirken günümüzde orta tabaka denilen işçi sınıfının (Türkiye'deki döviz kuru farkından dolayı) daha çok geldiği görüşü yer almaktadır. K1 ise yurt içinden de artık turist geldiği görüşünü beyan etmektedir.

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

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

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

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

“Eskiden Antalya'ya Almanya'dan Hollanda'dan genelde turistler gelirdi. Yani turist gelen ülke sayısı sınırlıydı. Ama günümüzde tüm Avrupa'dan Rusya'dan Uzak Doğu'dan

birçok turist geliyor. Ayrıca genç nesil çok geliyor. Ama eskisi kadar bonkör ya da para harcamayı seven turistler gelmiyor.” (9)

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

“Bir kere millet olarak gelen turist profili çok değişti. Önceden sadece Avrupa’nın belli başlı ülkelerden turist gelirdi. Mesela en çok Almanya’dan gelirdi. Şu anda en çok Rusya’dan turist geliyor, ikinci sırada İran geliyor. Gelen turistin yaş ortalaması da düştü. Artık daha genç turistlerde geliyor. Bir de insanlar sadece eğlenmek için değil iyileşmek için de Antalya’yı tercih ediyorlar. Sağlık turizminde dünyanın önde gelen şehirlerinden biri Antalya.” (K13)

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

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

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

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

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

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

“Her şey dahil paket turlar nedeniyle artık elit kesim dediğimiz turistler gelmiyor artık. Çünkü paket turlar nedeniyle orta kesim kişilerde geliyor artık, elit kesimde orta kesimin geldiği yerleri tercih etmek istemiyorlar. Elit kesim dediğimiz bu turistler turlarla değil bireysel olarak gezerler. Kendi istedikleri yerlere giderler, istediklerini yer içerler, istediklerini alırlar. Bu kesim turistler ekonomik olarak iyi durumda oldukları için para harcamayı severler. Hal böyle olunca esnafta para kazanır. Ama artık bu kesimden turistler çok gelmiyor, onlar şimdilerde İspanya, Yunanistan gibi her şey dahil turizm uygulamasının yasak olduğu bireysel turizm dediğimiz sistemi uygulayan ülkelere gidiyorlar. Şu anda Türkiye’ye gelen turist sayısı milyonlarla ifade ediliyor ama bize faydası yok. İnanın eskiden çok daha iyi kazanıyorduk. Şu anda çoğu arkadaşım kepenk kapattı. İş yapamaz hale geldik. Acil olarak bizde İspanya, Yunanistan gibi her şey dahil paket turlardan vazgeçmemiz lazım. Her şey dahil paket turlar ve doların bizde yüksek olmasından dolayı artık çok parası olmayan 200-300 doları denkleştiren herkes bir şekilde burada tatil yapabilmekte. Önceden emekli olmuş daha yaşlı kesim gelirken şu anda çalışan ve daha genç ve gelir düzeyi çok da yüksek olmayan kesimden insanlar geliyor. Bu insanlarda turlara verdikleri para dışında para harcamak istemiyorlar çünkü genelde harcayacak paraları da olmuyor.” (K3)

“Önceki yıllara göre gelen turistlerin yaş ortalaması oldukça düştü. Doların ve Euronun artmasıyla birlikte kur farkı nedeniyle yurtdışında düşük gelirli (biz buna orta halli diyelim) kişiler bile ülkemizde yüksek standartta tatil yapıyorlar. Buda turizmde biraz kaliteyi düşürüyor. Eskiden gelir düzeyi yüksek gezmeyi, eğlenmeyi bilen turistler gelirdi. Evet turist sayısında müthiş bir artış var ama turistin kalitesinde de aynı şekilde bir düşüş söz konusu.

Birde dönem dönem bu farklılıklar olur. Antalya'ya kasım ayında gelen turist zengin ve kalitelidir, nisan, mayıs gibi gelen turist ucuz tatil yapmak için ucuz yer arayan kriteri sadece para olan turisttir. Kasım ayında gelen turistin kriteri ise kalitedir.” (K8)

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

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

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

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

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

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

Tablo 13. Katılımcıların turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkileri hakkındaki görüşleri

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

Tablo 13. İncelendiğinde katılımcıların “Turizmin Antalya’da insanların günlük yaşam tarzları üzerindeki etkileri nasıldır?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. İlk sırada katılımcıların turizmin günlük hayata yön verdiği konusunda görüş bildirdiği görülmektedir. İkinci sırada katılımcıların turizmin günlük hayattaki iş sektörünü ve ekonomiyi etkilediği yönünde fikir beyan ettiği görülmektedir. Üçüncü sırada ise katılımcıların yoğun çalışma saatlerinin sosyal ve günlük yaşamı olumsuz yönde etkilediği şeklinde görüş bildirdiği görülmektedir. Turizmin günlük hayata yön verdiğini beyan eden bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

“Turizm sektörü yirmi dört saat aktif olan bir sektör. Yedi gün yirmi dört saat hizmet vermek zorunda. Bunun içinde turizmde vardiya sistemi vardır. Sabahçı, gececi, ya da tüm gün çalışma vardır. Hal böyle olunca eşler birbirlerini ya da anne babalar çocuklarını, çocuklar anne babalarını eş, dost akraba birbirlerini çok göremezler. Tabi bu aile içi iletişimsizlik gibi sorunlara neden olabilmekte. Bizde dini bayramlar da tüm aile bir arada olmalıdır. Bu bizim adetimizdir. Ama maalesef bayramlarda turizm çok yoğun olduğu için bu sektörde çalışan insanlar aileleriyle çok vakit geçiremiyorlar.” (K1)

“Otellerde programlarım oluyor ve çok geç saatlere kadar sürüyor. Tabi otellerde çalışan birçok insan var ve oteller 7/24 hizmet veren bir işletme. Gecesi gündüzü yok. Orada çalışan insanlar bana göre hayatlarından ciddi mana da ödün veriyor. Örneğin gece çalışanların eşleri çocukları için gerçekten zor bir durum. Hele ki evli ve çocuklu bir bayan için çok daha zor. Aile ile kaliteli vakit geçirmek imkansız gibi bir şey oluyor.” (K15)

4.2. Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri

Tablo 14. Katılımcıların turizmin kendi yaşam tarzları üzerindeki etkisi hakkındaki görüşleri

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

Tablo 14. incelendiğinde katılımcıların “Kendi yaşantınızda turizmin etkileri var mıdır?” sorusuna verdikleri cevaplar altı kategoride toplanmıştır. Birinci sırada katılımcıların hayatlarına turizmin doğrudan değil de dolaylı olarak etkili olduğu görüşü yer almaktadır. İkinci sırada katılımcılar turizm sayesinde kendilerini geliştirdikleri, üçüncü sırada katılımcılar turizm sektöründeki çalışma şartlarından dolayı çevresine ve kendilerine vakit ayıramadığı ve turizmden yaşam tarzı olarak etkilendiği, dördüncü sırada ekonomik olarak turizmin kendilerini etkilediği ve beşinci sırada ise bir katılımcı turizmin hayatına renk kattığı şeklinde görüş bildirdiği görülmektedir. Turizmin hayatlarına doğrudan değil de dolaylı olarak etkisi olduğunu söyleyen bazı katılımcıların doğrudan görüşleri aşağıda yer almaktadır.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1. Katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anıları

Tablo 8. Katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anıları hakkında anlattıkları

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

Tablo 8. İncelendiğinde katılımcıların “Turizm ya da turistle ilgili bir anınız var mı?” sorusuna verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun turizm ya da turistle ilgili bir anısı olduğu, ikinci sırada ise katılımcıların turizm ya da turistle ilgili anlatacak bir anısının olmadığı görülmektedir. İki katılımcı ise hatırlamadığını beyan ettiği görülmektedir. Turizm ya da turistle ilgili bazı katılımcıların anıları aşağıda yer almaktadır.

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

“Hanuççuluğu duymuşsunuzdur. Hanuççuluk özellikle turist kafilelerini alışveriş etmeleri için belirli dükkânlara götürme işinden yüzde alma işidir. Benim Bulgaristan göçmeni bir garsonum vardı ısrarla ben bırakacağım bu işi derdi. Hanuççuluk yapmalıyım onlar benden çok kazanıyorlar ben kazanmıyorum derdi. Bende hiç böyle hanuççuluk falan yapmış bir insan değilim bu çocuğu işte tutmak için oğlum bak ben sana izin gününü ayarlarım o gün gider hanuççuluk yaparsın derdim. O zamanlar Rus turistler yeni gelmeye başlamıştı. Dedim ki sen bir gün önceden söyle ben izin gününü ayarlarım sende böylece farkını kapatırsın daha fazla para kazanırsın. Bir gün misafirler gelecek deri vs. alacaklar izinleri ayarladım kendimde ayarladım. Sabah 8:00 de buluşup turist kafilesini alışverişe götüreceğiz. Saat 9:00 oldu adam yok sonra geldi adam sarhoştu. Benim arabam yolda kaldı herif sarhoş. O zamanlar Ruslar kredi kartı kullanmıyordu nakit kullanıyorlardı. Tomarla dolarla gelirlerdi. Adam sarhoş olduğu için satış yapamadık. Düşünsene biz o gün 50.000 dolarlık satış yaptırsak 12-13 bin doları cebimize koyabilirdik.” (K7)

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

5.2.Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ve katıldığı etkinlikler

Tablo 9. Katılımcıların turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiği ya da katıldığı etkinlikler hakkındaki görüşleri

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

Tablo 9. incelendiğinde katılımcıların “Turizme katkı amacıyla gerçekleştirdiğiniz ya da katıldığınız bir etkinlik oldu mu?” sorusuna verdikleri cevaplar 2 kategoride toplanmıştır. Katılımcıların çoğunun turizmle ilgili bir etkinliğe katılmadığı görülmektedir. Turizmle ilgili yapılan etkinliklere katılan bazı katılımcıların doğrudan beyanları aşağıda yer almaktadır.

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

“Tabi işimiz turizm. Bu sebeple sektörle ilgili her türlü etkinliklere katılıyoruz. En son 26 Ekim 2020’de Antalya Turizm Fuarı’na katıldım. 25 ülkeden katılımcı vardı. Fuarın ana başlığı “Nasıl Turizmleşiyoruz” diğer konular ise “Turizm ve Mimarlık, Turizm ve Sanat, Turizm ve İş, Turizm ve Gastronomi” ele alınıp görüşüldü.” (K13)

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

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

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

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

Tartışma ve Sonuç

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

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

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

Katılımcıların geçmişte turizme ve turiste bakış açısıyla günümüzdeki bakış açısı arasındaki değişim incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisi ortaya çıkmıştır: (1) Turizm ve turist ekonomik gelir kaynağıdır, (2) turizm ve turist konusunda şimdi daha dikkatliyiz, (3) turizm ve turist farklı bir kültür, farklı bir dünya, (4) turizm karşılıklı saygı çerçevesinde olmalı ve (5) Turizm ve turistler Türkiye’nin dünyadaki sesi. Bu sonuç Güneş ve Alagöz (2018)’ün Erzincan’da yerel halkın turizm algısı üzerine yaptığı araştırmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre alınan teşvikler sonucu artan yatak kapasitesine karşın pazarlama ve tanıtım politikasının yetersizliği sebebiyle yabancı ve güçlü

tur operatörlerine bağımlılık artmaktadır. Bu da turizm gelirlerinin çoğunun yurt dışına gitmesine neden olmaktadır. Turizm pastasından en büyük payı yabancı şirketlerin alması gelen turist ile elde edilen gelir arasında ters bir orantı oluşturmaktadır. Ayrıca son yıllarda yaygınlaşan paket turizm yatak fiyatlarını aşağıya çekmekte kent merkezlerinin turlara dahil edilmemesi ise kent merkezlerindeki ticareti olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durumdan en çok zarar gören ise küçük ve orta ölçekli esnaflar olmaktadır. Paket turların daha ekonomik ve ucuz olması nedeniyle düşük ve orta gelir grubundaki turistler daha çok tercih etmekte doğal olarak da gelen turistlerin para harcama kapasitesi düşük olmaktadır. Harcama yapmayan turistin ülke ekonomisine getirisini alamamaktadır. Gelir seviyesi orta ve düşük olan turistlerin turizm algısı genel olarak eğlenmek, yemek-içmek olduğundan geldiği yerin kültürünü ya da farklılıklarını göz ardı ederek itici davranabilmekte bunun neticesinde yerli halk ile turist arasında çatışma yaşanabilmektedir.

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

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

Araştırmanın bulgular kısmından elde edilen verilere göre turizmin Antalya'nın ekonomik olarak gelişmesinde çok büyük etkisi vardır. Turizmden önce Antalya'da ekonomik faaliyet olarak tarım ön planda yer almaktayken gelişen turizmle birlikte turizm en önemli ekonomik faaliyet olarak ön plana çıkmıştır. Turizmin en önemli katkısı istihdam üzerinde olmuştur. Turizmle birlikte farklı iş kolları gelişmiş ve bu iş kollarında çalışacak insana ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Turizm ulaşım, inşaat, sağlık, yiyecek-içecek, konaklama vb. sektörleri olumlu yönde etkilemiş ve bölgedeki istihdamın artmasına neden olmuştur. Artan iş kolu ile birlikte gelir seviyesinde de yaşanan artışla birlikte refah oranı ve alım gücü oranı da artmış ve buna bağlı olarak ekonomi de canlanmıştır. Bu sonuç Türkün (2007) kentlerin kapsadığı potansiyel değerler turizm sektörüne kaynak oluştururken diğer taraftan turizm sektörü de bulunduğu kente istihdam sağlamakta ve kentin ekonomik gücünü artırmaktadır yönündeki bulgusuyla örtüşmektedir. Gelen her ülkeye döviz girdisi sağlamaktadır ki bu da ülke ekonomisi için büyük önem arz etmektedir.

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

Yaşanan tüm bu gelişmeler hızlı kentleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu sonuç Türkün (2007) kentlerin kapsadığı potansiyel değerler turizm sektörüne kaynak oluştururken diğer taraftan turizm sektörü de bulunduğu kente istihdam sağlamakta ve kentin ekonomik

gücünü artırmaktadır. Bu nedenlerle ekonomik, kültürel ve sosyal gelişime ek olarak nüfus artışına sebep olan turizm sektörü bulunduğu çevrenin kentleşmesinde çok önemli bir role sahip olduğu bulgusuyla örtüşmektedir. Işık ve Zoğal'ın "Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği" isimli çalışmalarından elde edilen kentin turistik merkez olarak tanınırlığının artması ile birlikte kentleşme hız ve biçiminin mutlak suretle değiştiği değerlendirilmeye alınan tüm turizm kentleşmesi göstergelerine göre Antalya'nın tüm turistik şehir kavramına uyum sağladığı bulgusuyla da paralellik göstermektedir.

Turizm sayesinde Antalya'da yok olmaya yüz tutmuş bazı kültürel değerlerimiz yeniden canlandırılmaya ve yaşatılmaya başlanmıştır. Kültür turizmine meraklı turistler sayesinde dünyaca ünlü Ormana dokumaları, Döşemealtı halıları, Serik bıçakları gibi kültürel unsurlar hala yaşatılmaktadır. İnsanlar turistlerle girdiği diyaloglar sayesinde zamanla yabancı dillerini geliştirme imkanları bularak kendilerini geliştirmişlerdir.

Öneriler

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

Antalya'ya özgü yerel kültürel öğelerin korunması ve yaşatılması için bu yöreye özgü kültürel yapıyı canlı tutacak etkinlikler yapılmalı,

Şehir içine Antalya'nın iklimine ve karakterine uygun bitkiler dikilmeli (turuç, zeytin, palmye, kermes meşesi vb.), yeşil alanlar oluşturulmalı,

Turizmden elde edilen gelirlerin artırılması için reklam ve tanıtım faaliyetlerine gereken önem verilmeli, bu alandaki faaliyetler artırılmalı,

Gelir seviyesi yüksek grupların turist olarak gelmesi için paket turizmi yerine bireysel turizme öncelik verilmeli,

Tarifeli uçak seferleri artırılmalı, deniz yolu ulaşımı geliştirilmeli, Anadolu ile Antalya arasındaki hızlı tren yolu projesine hız verilip hayata geçirilmeli,

Farklı hedef kitlelere yönelik çalışmalar yapılmalı, tanıtım ve reklam faaliyetlerine gereken önem verilmeli ve bu konu üzerinde uluslararası arenada yoğun olarak çalışılmalı,

Alternatif turizm kaynakları etkin bir şekilde kullanılarak ön plana çıkarılmalı,

Antalya'da bulunan tarihi binalar aslına uygun olarak restore edilmeli, bu binalar şahıs malı ise bu kişilere restorasyon için olanaklar sağlanmalı,

Turizmde belediyelerin hak ettikleri payı alabilmesi için gerekli kanuni düzenlemeler yapılmalı,

Tarihi ören yerlerin çevresine yapılan yapıların bu ören yerlerin dokusunu ve görüntüsünü bozmayacak şekilde yapılmasına dikkat edilmeli ve uygun olmayan yapılaşmaya kesinlikle izin verilmemeli,

Doğal ve tarihi zenginlikler ciddi biçimde koruma altına alınmalı, talan edilmeleri ve tahrip olmaları önlenmeli,

Kentleşme ve sanayileşme ekolojik dengeyi bozacak şekilde olmasına müsaade edilmemeli, denize ve tatlı sulara atık akıtılmasının önüne geçilmeli,

Kıyılarıdaki çarpık yapılaşma ve betonlaşmanın önüne geçilmeli, uygun olmayan yapılar yıkılmalı,

Kente ve bölgede kalmış tüm yeşil alanlar, tarım alanları, arkeolojik alanlar ve ormanlar yaptırımı daha kuvvetli delinmesi zor olan kanunlarla koruma altına alınmalı,

Turizm firmalarının ve turizme yönelik ticaret yapan tüm işletmelerin rekabet kaygısı güderek haddi aşip turistleri rahatsız edici tutumlarının önüne geçmek için gerekli düzenlemeleri yapılmalı,

Aynı şekilde gelen turistlere yöre hakkında daha önceden bilgilendirmeler yapılmalı ki turistlerin de buldukları bölgedeki insanları rahatsız edici davranışların önüne geçilmeli,

Yatırımcıları Antalya'ya çekebilmek için turizm teşvik programlarını ve pazarlama çalışmalarını geliştirilmeli,

Antalya'daki düzensiz göç kontrol altında tutmak için yapılan göçleri belli bir düzene koyulmalı ve buna bağlı olarak demografik yapının bozulmasının önüne geçilmeli,

Antalya'ya özgü mimari yapının ve görüntünün bozulmaması için çarpık ve düzensiz mimarilere izin verilmemeli ve yeni yapılacak mimari yapılara Antalya'ya özgü belirli kriterler getirilmeli,

Antalya'nın endemik bitki türü bakımından zenginliğini için bu bitkilerin yaşam alanlarını korumak için daha fazla kısıtlama ve yasaklama getirilerek, yok olan bitki örtüsünü yeniden oluşturulup yeşil alan çalışmalarına hız kazandırılmalı ve doğal dengenin bozulmasını önleyecek çalışmalarda bulunulmalı.

Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için öneriler:

Yerli ve yabancı turistlerle görüşme yapılabilir,

Görüşme yapılacak kişi sayısı artırılabilir,

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

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

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Yazar Katkı Beyanı: Her iki yazar da çalışmanın her aşamasında eşit derecede rol almışlardır.

Araştırma Yayın Etiği: : Bu çalışmanın hazırlanma ve yazım sürecinde “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş olup; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Akdeniz Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Etiği Kurulu'nun 31.12.2020 tarih ve E. 138741 sayılı kararı ile etik izin alınmıştır.

KAYNAKÇA/REFERENCES

Ağaoğlu, K. O. (1991). *Türkiye'de turizm eğitimi ve etkinliği*. Ankara: MPM Yayıncılık.

Akıncı, Z., ve Kasalak, M. A. (2019). Sürdürülebilir Turizm Yöntemi Açısından Özel İlgi Turizminin Yeri ve Önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 161-182.

Arıkan, H. A., Aydın, A., Bozdağ, Ç., ve Acar, F. (2000). *Deniz Turizmi ve Yatçılık Çalışma Grubu Görüşler, Öneriler ve Değerlendirmeler*. İstanbul: T.C. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı.

Arınç, P. C. (2002). *Selçuk'ta Kültür Turizmi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Arpacı, Ö., Zengin, B., ve Batman, O. (2012). Karaman'ın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.

- Arslan, K. (2008). *Türkiye`de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Arslan, E. & Çetiner, T. (2020). Turizm Geliri Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye örneği (2008-2019). *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 1-17.
- Atabaş, A. (2008). *Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Ayazlar, G. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumlarını Anlamak: Yerel Halkın Bölge İmajı ve Turizme Desteği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2538-2547.
- Aydın, B. (2016). *Van ve Bitlis İllerinde Kış Turizmi Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Aykut, A. S. (2004). *İbn Battûta Seyahatnâmesi* (Cilt I). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Baykan, E. (2007). *Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması (Ürgüp yöresine yönelik bir uygulama)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bertan, S. (2010). Pamukkale'deki Yöre Halkının Turizmi Desteklemesi ile Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Arasındaki İlişki. *International Journal of Economic & Administrative Studies*, 2(4), 83-91.
- Bıçkı, D., Ak, D., & Özgökçeler, S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 49-73.
- Boz, M. (2019). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi: Antalya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 977-994.
- Çal, Ü. T., & Demirkaya, H. (2017). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Görüşleri. *XI. International Turkic Culture, Art and Protection of Cultural Heritage Symposium/Art Activity "Turkey-Belarus Relations"*, (s. 61-67). Baranovichi/Belarus.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Çetinel, F. G. (2001). Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi: (Türkiye'nin tanıtımında Turizm Bakanlığı'nın yurtdışında faaliyet gösteren medya araçlarında yaptığı reklam harcamaları ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 151-161.
- Çimrin, H. (2007). *Bir Zamanlar Antalya: Tarih, Gözlem ve Anılar*. Antalya: Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.
- Demirkaya, H. (2012). Antalya'da Kültürel Miras Turizmine Yönelik Nitel Bir Çalışma. VI. Uluslararası Türk Kültürü, Sanatı ve Kültürel Mirası Sempozyumu/Sanat Etkinlikleri (Arkeoloji, Sanat Tarihi, Mimari, Bilim, Tarih, Edebiyat, Sanat ve Folklor). Milano, İtalya.
- Demirkaya, H., & Çetin, T. (2010). Residents' perceptions on the social and cultural impacts of tourism in Alanya (Antalya-Turkey). *Erzurum Kültür ve Eğitim Vakfı (EKEV) Akademi Dergisi*, 14(42), 383-392.
- Demirkaya, H., Sarı, C., & Ertürk, M. (2012). Burdur Halkının Kültürel Miras Turizmine Yönelik Düşünceleri. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, (s. 1051-1067). Kemer/Antalya.
- Diñç, G. (2007). Cumhuriyetin İlk Nüfus Sayımına Göre Antalya'nın Demografik Yapısı. *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 12, 64-87.
- Doğan, H., & Üngören, E. (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.

- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Dünya Sağlık Örgütü (WHO).
- Erdoğan, H. (1996). *Ekonomik Sosyal Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınevi.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko) Turizm*. Ankara: Genel Yayın ve Dağıtım.
- Ertuğrul, Y. (2000). *Antalya Tarihi ve Kültürü*. K.K.T.C. Yakın Doğu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Mezuniyet Çalışması, Lefkoşa.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Ofset Repramat.
- Foster, J. (1964). The sociological consequences of tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 217-227.
- Girgin, E. (2019). *Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Güneş, E., & Alagöz, G. (2018). Yerel Halkın turizm Algısı: Erzincan'da bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 409-442.
- Güneş, N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez ilçesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Hacıoğlu, N., & Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Işık, Ş., & Zoğal, V., (2017). *Turizmin Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği*. Araştırma Makalesi, *Aegean Geographical Journal*, 26(2), 71-94, İzmir.
- İdrisoğlu, C., "Turizm Sektöründe İstihdam Yapısı, Çalışan Sorunları ve Çözüm Önerileri; Alanya Örneği." Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2016.
- Kahraman, S. A., & Dağlı, Y. (2016). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 149-156.
- Kapan, K., & Timor, A. N. (2018). Turizm Gelişme Modellemeleri Açısından Antalya Şehri. *Türk Coğrafya Dergisi* 71, 53-61.
- Kaya, H. (1998). *Yat Turizminin Turizmin İçindeki Yeri; Türkiye'de Yat Turizmi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- Kızılırmak, İ., & Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kodaş, D., Öztürk, E., & Deniz, S. (2021). Turizmin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algıları, Turizm Gelişim Desteği ve Yaşam Tatmini İlişkisi: Mardin Odaklı Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613-2629. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.889>
- Kozak, N., Kozak M. A., & Kozak M. (2014). *Genel turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2000). Türkiye'de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 15-55.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozan, Y. G., Özdemir, S. S., & Günlü, E. (2014). Turizm Yazında Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), 115-129.

- Kuyumcu, A., & Erdoğan, T. (2008). Yükseköğretimin Toplumsal Değişmeye Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(2), 240-250.
- Manavoğlu, E., & Kutlu, N. Ö. (2007). Antalya Kenti'nin 1950'den Günümüze Kentleşme Sürecinin değerlendirilmesi. *20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 2, 425-445.
- Merriam, S. B. (2013). Nitel Araştırma – Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber (Çev. Ed. S. Turan). Ankara: Nobel.
- Mutluer, M., & Südaş, İ. (2005). Yabancıların Türkiye'de Mülk Edinimi: Coğrafi bir Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2), 45-55
- Oğuzbalaban, G. (2017). Türkiye'de Yerel Halkın Turizme ve Turizmin Etkilerine Yönelik Algı ve Tutumlarına İlişkin Yazın Taraması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1321-1329.
- Özaltın Türker, G. (2020). Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri: Seyahat Acentaları Perspektifinden Bir İnceleme. *Journal of Travel and Tourism Research*, 16, 65-84.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik yapısına etkileri*. Ankara: Turizm Bankası A.Ş. Yayınevi.
- Özer, Ö., & Ataman, D. (2020). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Mardin örneği. *Journal of New Tourism Trends-JOINNTT*, 1(1), 55-63.
- Özmen, M. (2007). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Akçakoca örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özsoy, O. (1999). *Dünü, Bugünü, Yarınıyla Türkiye'yi Dünyaya Açmak*. İstanbul: TÜRDAV A.Ş. Yayın.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın.
- Pizam, A., & Milman, A. (1986). The social impacts of tourism. *Tourism Recreation Research*, 11(1), 29-33.
- Sarı, C. (2007). *Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sarı, C., & Demirkaya, H. (2012). Mağara Turizmi ve Antalya Mağaralarının Turizm Potansiyeli. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*. 12-15 Nisan. Antalya.
- Sezgin, M. O. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sezgin, M. O., & Acar, Y. (1991). *Turizm*. Ankara: Baştem Yayınları.
- Sezgin, M. O., & Acar, Y. (1983). *Turizm Tanıtım-Pazarlama-Ekonomi*. Ankara: Baştem Yayınları.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş., & Uzut, İ. (2020). *Turizmde Sosyal Mesafe mümkün mü? Kamp ve Karavan Turizmi Bağlamında Bir Değerlendirme*. *Turkish Studies*, 15(4), 1429-1441. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44177>
- Tosun, C., & Şahin, Z. S. (2006). *Gelişen ve Değişen Eğilim: Ekoturizm*. II. Balıkesir Kongresi", Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Balıkesir, 20-22 Nisan, 2006.
- Türkün, A., (2007), *Kentsel Turizmin Gelişmiş ve Az Gelişmiş Ülkelerdeki Yansımaları*, İstanbul Kent Sempozyumu Bildirisi, MSGSÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İstanbul.
- T.C. Antalya Valiliği, Düünden Bugüne Antalya, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2012.
- T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü (T.C.B.D.E.İ), 1963.
- T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, 2008.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı "Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Turizm Hareketleri", Ankara, 2018

- Tunç, A., & Saç, F. (1998). *Genel Turizm, Gelişimi-Geleceği*. Ankara: Detay Yayınları.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-549.
- Usta, Ö. (2002). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (1982). *Sosyal Turizm*. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Uygur, S., M. & Baykan, E. (2007). *Kültür Turizmi ve Kültür Turizmi ve Turizminin Kültürel Zenginliğe Etkisi*, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 30-48.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yalçın, B. (2013). *Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yarmacı, N., Çakır Keleş, M., & Ergil, B. (2017). Su Altı Dalış Turizminin Mevcut Durumu, Sorunları ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler: Kaş Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 66-87.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-70.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüzbaşı, E. (2020). 1927-1950 Yılları Arasında Antalya'nın Nüfusu ve Demografik Yapısı. *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 123-150.
- Zayim, M. (2018). Demre'nin Kültür Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *İnsan Bilimleri Dergisi*, 1, 21-44.

Extended Summary

Purpose

The aim of this study is to reveal the views of people living in Antalya for at least 30 years about the effects of tourism on Antalya's social, cultural, economic and architectural structure. In the study, the following sub-objectives were determined in line with this main purpose:

1. What are the tourism perceptions of the participants?
 - a) What are the participants' definitions of tourism?
 - b) What are the participants' views on tourism in Antalya in the past and today?

c) What are the views of the participants regarding the change in the perspective of tourists in the past and today?

2. What are the participants' views on the change that tourism has brought about in Antalya?

a) What are the differences of opinion between the participants' perspectives on tourism and tourists in the past and their current perspectives?

b) What are the views of the participants on the development of tourism in Antalya from past to present?

c) What are the views of the participants on the reflection of tourism on the city silhouette and architecture of Antalya?

d) What are the participants' views on the effects of tourism on Antalya's urban culture?

3. What are the views of the participants on the tourist profile of Antalya from past to present?

4. What are the participants' views on the impact of tourism on people's lifestyles?

a) What are the participants' views on the impact of tourism on people's daily lifestyles in Antalya?

b) What are the participants' views on the impact of tourism on their lifestyles?

5. What are the tourism-related experiences of the participants?

a) What are the participants' memories of tourism or tourists?

b) What are the activities that the participants carry out and participate in order to contribute to tourism?

Method

Antalya center was chosen as the study area in the study. The reason why Antalya was chosen as the study area is that the economy of Antalya is largely dependent on tourism and has an important place in the tourism sector. In this research, a qualitative research method, interview, was used to reveal the development of tourism in Antalya and the effects of this development. According to Yıldırım and Şimşek (2008), an interview is an activity with people who share their ideas and opinions about a research. For the interview, questions prepared in advance by the researcher are asked to the interviewee. The questions asked are answered according to the participant's own perspective (Türnüklü, 2000). In this context, face-to-face interviews were held with the local people in the center of Antalya and open-ended questions were asked to the participants and the interviews were recorded with a voice recorder. In this study, semi-structured interview technique was used. In the semi-structured interview, the researcher prepares the questions in advance. However, the researcher does not depend only on ready-made questions and can be effective in elaborating the answers of the participant by shaping the questions according to the course of the interview (Türnüklü, 2000). In this context, semi-structured interview questions were asked to 17 different participants in accordance with the scope of the research topic, which includes the effects of

tourism on the urban cultural fabric in Antalya. For this purpose, a semi-structured interview form containing 17 questions was created.

Results

According to the results obtained based on the findings regarding the tourism perceptions of the participants, five different definition categories were obtained: (1) a source of foreign exchange, (2) travel from one place to another for the purpose of vacation, (3) an advertising tool for the promotion of the country, (4) a livelihood. occupation and (5) lifestyle.

Conclusion and implications

When the views of the participants on the development of tourism in Antalya from the past to the present were examined, five different definition categories emerged: (1) There have been great developments in tourism from past to present, (2) the desired level of development has not been experienced in tourism, (3) the diversity in tourism has increased, (4) in the past 6 years Monthly tourism has been carried out for 12 months in recent years and (5) tourism, which was previously held in the center of Antalya, has started to be carried out in the provinces as well. This result coincides with the results of Güneş (2014)'s master's thesis on the perception of tourism and participation of local people in Antalya.

When the views of the participants regarding the change in perspective towards tourists in the past and present were examined, seven different definition categories were determined: (1) There were rapid and positive developments, (2) tourism was done in an amateur way in the past, today it is done more consciously, (3) individual tourism in the past. In recent years, it has been started to be made through tours as package tourism, (4) in the past, accommodation service in tourism was limited in Antalya, it was only available in the center, accommodation service is now offered in the countryside, (5) diversity in tourism has increased, (6) there is a large increase in the number of tourists, and (7) there is modernization in tourism.