ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZM

Rümeysa SÖYLER

Yüksek Lisans Tezi
Coğrafya Ana Bilim Dalı
Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç Kaymaz
2023
Her Hakkı Saklıdır

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTÜTÜSÜ
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

Rümeysa SÖYLER

ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ

ERZURUM-2023

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "Antakya Şehri'nde Yaratıcı Turizm " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☑ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay,** patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[26.05.2023]

[Rümeysa SÖYLER]

Aslı Islak İmzalıdır.

---

* **LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü tezle ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ danışmanlığında, Rümeysa SÖYLER tarafından hazırlanan bu çalışma 26 / 04 / 2023 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Coğrafya Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Mehmet ZAMAN	Imza: Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Günay KAYA	İmza: Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi	: Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ	İmza: Aslı ıslak imzalıdır

Aslı ıslak imzalıdır
Prof. Dr. Sait UYLAŞ
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **V**

ABSTRACT ..... **VI**

ÖNSÖZ ..... **VII**

KISALTMALAR ..... **IX**

TABLOLAR DİZİNİ ..... **XI**

ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **XIII**

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ ..... **XIV**

HARİTALAR ..... **XX**

GİRİŞ **1**

I.ARAŞTIRMA SAHASININ YERİ ve SINIRLARI **2**

II. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ **3**

III. ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ **4**

IV. SWOT ANALİZ YÖNTEMİ **4**

V. ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ YÖNTEMİ (AHP) **10**

VI. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ **16**

VII. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI **17**

VIII. ANTAKYA ŞEHRİ İLE İLGİLİ DAHA ÖNCE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR **18**

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN TURİZM VE YARATICI TURİZM

1.1. TURİZM **22**

1.2. YARATICILIK **23**

1.3. YARATICI TURİZM KAVRAMI VE GELİŞİMİ **24**

1.4. YARATICI TURİZM MODELİ ve GENEL YAPISI **26**

1.4.1. Yaratıcı Turizmin Faydaları 28

1.5. YARATICI TURİST ve ÖZELLİKLERİ..... 32

İKİNCİ BÖLÜM

ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN COĞRAFİ FAKTÖRLER

2.1. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN FİZİKİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ 34

2.1.1. Yerşekilleri 34

2.1.2. İklim 35

2.1.3. Toprak Özellikleri 36

2.1.4. Bitki Örtüsü 37

2.1.5. Hidrografya 38

2.2. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN BEŞERİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ 39

2.2.1. Antakya Şehri'nin Tarihsel Gelişimi 39

2.2.2. Nüfus 41

2.2.3. Antakya Şehri'nin Yerleşme Özellikleri 42

2.3. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN EKONOMİK COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ 51

2.3.1. Tarımsal Faaliyetler 53

2.3.2. Madencilik Faaliyetleri 58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZM

3.1. YÖREYE ÖZGÜ KÜLTÜREL DEĞERLER VE TURİZM POTANSİYELİ 60

3.1.1. Ahşap Oymacılığı 63

3.1.2. Ayakkabıcılık (Köşkerlik) 64

3.1.3. Bakırcılık 66
3.1.4. Bıçakçılık 69
3.1.5. Ciltçilik 70
3.1.6. Buğday Sapı (Çimem) Örmeciliği 71
3.1.7. Defne Yağı ve Sabun Yapımı 74
3.1.8. Demircilik 80
3.1.9. Dericilik 84
3.1.10. İpek Böcekçiliği ve Dokuma 85
3.1.11. Kalaycılık 92
3.1.12. Kilim Dokumacılığı 95
3.1.13. Ney Yapımı 101
3.1.14. Semercilik 105
3.1.15. Sepet Örücülüğü 106
3.1.16. Sikkecilik 108
3.1.17. Taş İşlemeciliği (Heykel Tıraşlık ve Mozaik Yapımı) 110
3.1.18. Tenekecilik 129
3.1.19. Üfleme Cam Sanatı 131
3.1.20. Yemenicilik 136
3.1.21. Düğüm-Örgü (Makrame) 137
3.1.22. El Sanatları İmalat ve Satış Yerleri 138
3.2. GASTRONOMİK ÖZELLİKLERİ 143

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANTAKYA ŞEHRİ'NİN TURİZM ALTYAPISI

4.1. ULAŞIM 160
4.1.1. Karayolu 162

4.1.2. Havayolu 163
4.1.3. Denizyolu 166
4.1.4. Demiryolu 171
4.1.5. Seyehat Acentaları 173
4.1.6. Konaklama Tesisleri 174
4.1.7. Sağlık 181
4.1.8. Eğitim 183

BEŞİNCİ BÖLÜM

SWOT-AHP ANALIZINE GÖRE ANTAKYA ŞEHRINDE YARATICI TURIZM GENEL DURUMUNUN İNCELENMESI

5.1. ANALIZ SONUÇLARININ DEĞERLENDIRILMESI 185

SONUÇ 194

KAYNAKÇA 198

EKLER 215

ÖZGEÇMİŞ 238

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZM

Rümeysa SÖYLER

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ

HAZİRAN 2023, 238 Sayfa

Jury: Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ
Prof. Dr. Mehmet ZAMAN
Prof. Dr. Günay KAYA

Gelişen teknoloji ile birlikte insanların ilgi alanları ve yenilikçi istekleri artmaktadır. Bu istekler doğrultusunda gelişen yeni turistik faaliyetler, yaratıcı turizmin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İnsanlar tüm bu yenilikler ve gelişmeler arasında kendilerine özgü yeni etkinlikler aramış, gelenekselci turizmden ziyade yenilikçi turizme yönelmiş ve bu turizm aktivitelerine aktif katılım sağlayarak, öğrenerek ve kendilerini tanımayı arzu ederek deneyimlemek istemişlerdir. Yaratıcı turizm günümüzde bu anlamda git gide popülerleşmektedir. Bu çalışmanın amaçı, şehrin yaratıcı turizm potansiyelinin ortaya konmasıdır. Antakya şehrinin yaratıcı turizm potansiyelini konu alan bu çalışmada turizmin yeni bir gelişme gösterdiği yaratıcı turizm alanında Antakya'nın sahip olduğu beşerî ve doğal turistik kaynaklarının, tarihi ve kültürel turistik değerlerinin tespit edilip turizme kazandırılması hedeflenmiştir. Zengin bir medeniyet tarihi olan Antakya şehrinin yaratıcı turizm bakımından önemli bir potansiyele sahip olduğu tespit edilmiş olup, bölgedeki yaratıcı turist faaliyetlerine, yaratıcı turizme konu olan çeşitli kültürel değerlere değinilmiş ve yerele özgü el sanatları hakkında bilgiler verilmiştir. Antakya şehrinin yaratıcı turizm potansiyelinin belirlenmesinde çalışma sahası ve yaratıcı turizm alanında yapılmış ulusal ve uluslararası akademik çalışmalardan faydalanılmıştır. Bunun yanında AHP ve SWOT analizleri ile bu potansiyelin nitel ve nicel verilerle analiz edilip soyut olarak ele alınan konuların somut bir şekilde kesin veriler ile neticelenmesi mümkün kılınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Turizm, Yaratıcı Turist, Antakya, AHP, SWOT

ABSTRACT

MASTER'S THESIS
CREATIVE TOURISM IN ANTAKYA CITY

Rümeysa SÖYLER

Advisor: Assit. Prof. Dr. Çağlar Kıvanç Kaymaz

June 2023, 260 Pages

Advisor: Assit. Prof. Dr. Çağlar Kıvanç Kaymaz
Prof. Dr. Mehmet ZAMAN
Prof. Dr. Güney KAYA

With the developing technology, people's interests and negativities are increasing. New touristic activities developed in line with these demands have led to the emergence of creative tourism. Among all these innovations and developments, people searched for new activities unique to them, turned to innovative tourism rather than traditional tourism, and wanted to experience these tourism activities by actively participating, learning and desiring to know themselves. Creative tourism is becoming more and more popular in this sense today. The aim of this study is to reveal the creative tourism potential of the city. In this study, which is about the creative tourism potential of the city of Antakya, it is aimed to determine the human and natural touristic resources, historical and cultural touristic values of Antakya in the field of creative tourism, where tourism has shown a new development, and to bring them into tourism. It has been determined that the city of Antakya, which has a rich history of civilization, has an important potential in terms of creative tourism, and the creative tourist activities in the region, various cultural values that are the subject of creative tourism, and information about local handicrafts are given. In determining the creative tourism potential of the city of Antakya, national and international academic studies in the field of study and creative tourism were used. In addition, with the AHP and SWOT analyzes, this potential has been analyzed with qualitative and quantitative data and it has been made possible to conclude with concrete and precise data on the subjects that are handled abstractly.

Keywords: Creative Tourism, Creative Tourist, Antakya, AHP, SWOT

ÖNSÖZ

"Antakya Şehri'nde Yaratıcı Turizm" adlı bu yüksek lisans tezine 2021 yılında başlanmış ve tez 2023 yılı nisan ayında tamamlanmıştır. Çalışmamızın yazılıp değerlendirme aşamasındaki son sürecinde Kahramanmaraş ilimizin Pazarcık ilçesinde Şubat 2023 tarihinde saat 04.17'de 7,4 büyüklüğünde bir deprem meydana gelmiştir. Deprem çalışma sahamızı da içine alan Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Osmaniye, Adıyaman, Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, Malatya ve Adana illeri başta olmak üzere çevre illerde de yoğun olarak hissedilmiştir ve bu 10 ilimizde büyük yıkımlar meydana gelmiştir. Yüzbinlerin etkilendiği bu depremden 50 binden fazla insan hayatını kaybetmiştir ve Antakya şehrinde büyük bir yıkım olmuştur. Geçmişten bir eser niteliği taşıyan bu çalışmamamız hali hazırda hayata tutunmaya çalışan, yakınlarını kaybeden, gündelik işlerini yapmak için çıktıkları sokaklardan tek bir bina bile kalmayan tüm depremzede vatandaşlarımıza ithaf edilmiştir. Görüşme yaptığımız Antakya'lı esnafların birçoğuna bugün hala ulaşamadığımız, ziyaret ettiğimiz dükkânlarının yerle bir olması hiç şüphesiz bölge halkı gibi bizleri de derinden üzüntüye boğmuştur. Çalışmamızda hedeflediğimiz birçok yenilikçi, toplumu kalkındırmasını umduğumuz zanaat faaliyetleri bugün yerini hayata tutunmaya çalışan insanların acılarına bırakmıştır. Antakya başta olmak üzere bu çalışmamızda ve bundan sonraki tüm çalışmamalarımızda depremden etkilenen aziz milletimizin yanında olmayı, onlara maddi, manevi tüm destekleri verebilmeyi ve bir araştırmacı olarak bu tarihi bölgelerin yeniden şahlanması için akademik kariyerimiz boyunca bilimsel çalışmalarımızı bu yönde yapmayı arzulamaktayım.

Son dönemlerde insanların turizme bakış açısında ki değişim ve değişen beklentiler turizm türlerine de yansımış ve klasik turizm dışında yeni turizm türleri de dikkat çekmeye başlamıştır. Bu durum şehirlerin birçok turizm türü tarafından ele alınıp incelenmesini gerekli kılmıştır. Bu çalışmada Antakya şehri, yaratıcı turizm kapsamında turizm coğrafyası temel ilke ve prensiplerine bağlı kalınarak, coğrafi perspektifle incelenmiştir. Antakya, doğal ve beşerî yönden sahip olduğu zenginlik ve çeşitlilik sayesinde birçok bilim insanının çalışmalarına konu olmuştur. Dolayısıyla Antakya ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak bu çalışmalar içerisinde Antakya şehri'nin yaratıcı turizm bakımından değerlendirildiği, potansiyelinin ortaya konulduğu bir

çalışma yapılmamıştır. Çalışmamızda Antakya'nın yaratıcı turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Aynı zamanda Antakya şehrinde mevcut yaratıcı turizm potansiyeline yönelik güçlü ve zayıf yönler, tehdit ve fırsatlar AHP-SWOT analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. SWOT analizi, anket çalışmasının neticesinde elde edilen bulgulardan hareketle sonuçlandırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle yaratıcı turizmin kavramsal çerçevesi ele alınmıştır. İkinci olarak, turizmi etkileyen faktörler içerisinde Antakya'nın coğrafi konumu, tarihsel gelişimi, sosyo-ekonomik yapısı ile olan ilişkisi incelenmiştir. Bu amaçlar ışığında Antakya'nın yaratıcı turizm konusunda sahip olduğu potansiyel ortaya koyulup; bu potansiyelin yaratacağı fayda ve zararlar ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan tespit edilmiştir. Antakya'nın yaratıcı turizminin güçlü yanlarına karşılık bazı zayıf yönleri, fırsatlarına karşılıkta bazı tehdit unsurları bulunmaktadır. Bunlar karşılaştırılıp, ortaya konularak bölgeye nasıl bir katkı sağlayabilme konusunda yeni bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır. Tezin şematik kısmına bakıldığında 6 kısımdan oluştuğu görülmektedir. Tezin giriş kısmın da araştırmanın yeri ve sınırlılıkları, problemi yöntem ve metodundan bahsedilmiştir. Birinci kısmında konuyla ilgili kavram çerçeve açıklanmış ve ikinci kısımda şehrin yaratıcı turizmini etkileyen fiziki, beşerî ve ekonomik coğrafya özellikleri üzerinde kısaca durulmuştur. Üçüncü kısmında Yaratıcı turizm unsurlarından olan el sanatları ve gastronomik özelliklerinden bahsedilmiştir. Dördüncü kısımda da şehrin turizm alt yapısı ele alınmıştır. Tezin son kısmı olan 5. bölümde ise uygulanan yöntem ve metotların analiz sonuçları ve bu sonuçlara göre şehrin yaratıcı turizminin genel durumu incelenmiştir.

Tezin her aşamasında değerli görüş ve önerileriyle destek olan sevgili Dr. Öğr. Üyesi Çağlar Kıvanç KAYMAZ hocama ve hayatımda asla unutmayacağım sevgi ve ilgi dolu anlayışlarıyla beni kucaklayan Antakya halkına sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

KISALTMALAR

AHB :Aile Hekimliği Bilgi Sistemi

AHP :Analitik Hiyerarşi Süreci

Au :Altın

Asb :Asbest

ASM :Aile Sağlık Merkezi

CBS :Coğrafi Bilgi Sistemleri

COVİD-19 :Yeni Koronavirüs Hastalığı

CR :Tutarlılık oranı

Cr :Krom

ÇKKVY :Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri

DHMİ :Devlet Hava Meydanları İşletmesi

F :Fırsatlar

G :Güçlü Yönler

HAVAŞ :Havaalanları Yer Hizmetleri A.Ş.

Kçt :Kireçtaşı

KGM :Karayolları Genel Müdürlüğü

MKÜ :Mustafa Kemal Üniversitesi

Mr :Mermer

SSK :Sosyal Sigortalar Kurumu

SWOT :Güçlü, Zayıf, Fırsat ve Tehdit Kelimelerinin İngilizce Baş Harfleri

T :Tehditler

T.C. :Türkiye Cumhuriyeti

TCDD :Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları

TDK :Türk Dil Kurumu

THY :Türk Hava Yolları

TUIK :Türkiye İstatistik Kurumu

UAB :Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

UNESCO :Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

WTO :Dünya Turizm Örgütü

Z :Zayıf Yönler

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. SWOT Analizi..... 5
Tablo 1.2. SWOT Yönteminde Kullanılan Kriterler 8
Tablo 1.3. Değerlendirme Ölçeği..... 13
Tablo 2.1. Antakya'nın Yıllara Göre Nüfusu 41
Tablo 3.1. Hatay İlindeki Bazı El Sanatları İmalat ve Satış Yerleri 138
Tablo 3.2. Hatay Mutfak Kültürüne Ait Geleneksel Yemekler..... 144
Tablo 4.1. Satıh Cinslerine Göre Yol Ağı (km)..... 163
Tablo 4.2. Yıllık Hatay Havaalanı Tüm Uçak Trafiği 164
Tablo 4.3. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Yükleme) 167
Tablo 4.4. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Boşaltma) 168
Tablo 4.5. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Toplam)..... 168
Tablo 4.6. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Yükleme).... 169
Tablo 4.7. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Boşaltma) ... 169
Tablo 4.8. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Toplam)..... 170
Tablo 4.9. 2021 Yılı İskenderun Limanı Gemi İstatistikleri 170
Tablo 4.10. Özelleşen Liman Kapasitesi- İskenderun Limanı 171
Tablo 4.11. Özelleşen Liman Trafiği 171
Tablo 4.12. Elektrikli Hat Uzunlukları (2021) 172
Tablo 4.13. Sinyalli Hat Uzunlukları (2021)..... 172
Tablo 4.12. Antakya İlçesindeki Turizm Seyehat Acentaları (2022) 173
Tablo 4.13. İl Kültür Turizm Bakanlığından Turizm İşletme Belgeli Tesisler (2022) 176
Tablo 4.14. Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri (2022) 177
Tablo 4.15. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranlarının İlçe Bazında Dağılımı (2021)..... 180
Tablo 4.15. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Geceleme Sayısı..... 180
Tablo 4.16. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Geceleme Sayısı..... 181
Tablo 4.17. Antakya Şehri Sağlık Kurumları ve Personel Bilgisi (2019)..... 182

Tablo 4.18. Antakya Eğitim Kurumları Bilgisi (2022) 183
Tablo 5.1. Dereceleme Yöntemi 185
Tablo 5.2. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Güçlü Yön Kriterleri 186
Tablo 5.3. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Güçlü Yön Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları 187
Tablo 5.4. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Zayıf Yön Kriterleri 188
Tablo 5.5. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Zayıf Yön Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları 189
Tablo 5.6. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Fırsat Kriterleri 190
Tablo 5.7. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Fırsat Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları 191
Tablo 5.8. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Tehdit Kriteleri 192
Tablo 5.9. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Tehdit Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları 193

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. SWOT Analizi 6
Şekil 1.2. SWOT Grup Modelleri 7
Şekil 1.3. Yaratıcı Turizm AHP Hiyerarşisi 12
Şekil 1.4. Yaratıcı Turizm Modeli 28
Şekil 1.5. Yaratıcı Turizm Yapısı 31
Şekil 2.1. Antakya'nın Yıllara Göre Nüfus Artış Hızı 42
Şekil 2.2. Antakya İli 2021 Tarım Alanları (Dekar) 54
Şekil 2.3. 2021 Yılı Antakya Şehiri Meyveler ve Bitkilerin Tohum Cinsinden Üretimi 54
Şekil 2.4. 2021 Yılı Antakya Şehri Sebze Ürünlerinin Ton Cinsinden Üretimi . 55
Şekil 2.5. 2021 Yılı Antakya Biber Üretimi 55
Şekil 2.6. 2021 Yılı Antakya Domates Üretimi 56
Şekil 2.7. 2021 Yılı Antakya Şehri Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Ton Cinsinden Üretimi 56

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 2.1. Antakya Şehrinin Ortasından Geçen Asi Nehrinden Bir Görünüm 39
Fotoğraf 2.2. Şehrin Ticaret Merkezlerinden Kapalı ve Uzun Çarşı Sokaklarından Bir Görünüm 46
Fotoğraf 2.3. Habib-i Neccar Camii'nden Bir Görünüm 47
Fotoğraf 2.4. Eski Antakya Evlerinden Bir Görünüm (Günümüzde Kafe – Restoran Olarak Kullanılmaktadır.) 48
Fotoğraf 2.5. Eski Antakya Evleri (UNESCO Hatay Gastronomi Evi) 49
Fotoğraf 2.6. St. Pierre Kilisesinden Bir Görünüm 49
Fotoğraf 2.7. Türk Katolik Kilisesi'nden Bir Görünüm 50
Fotoğraf 3.1. Antakya Şehir Merkezinde Restore Edilmiş Evlerden Bir Görünüm 61
Fotoğraf 3.2. Uzun Çarşı Esnafından Bir Görünüm 61
Fotoğraf 3.3. Mozaik Sanatının ve Cam Sanatının Farklı Tasarımlarından Bir Görünüm 62
Fotoğraf 3.4. Yaratıcı Turizme Konu Olan Yerel Kültürel Değerlerden Görünüm 62
Fotoğraf 3.5. Ahşap Oyulmasıyla Yapılmış Bazı Ürünlerden Görünümler 63
Fotoğraf 3.6. Ayakkabı Dikiminden Bir Görünüm 65
Fotoğraf 3.7. Antakya'da ki Ayakkabı Ustasından Bir Görünüm (Ali Satar-Star Ayakkabıcılık) 66
Fotoğraf 3.8. Satış Yapan Bakırcıdan Bir Görünüm 68
Fotoğraf 3.9. Bazı Bakır Ev Eşyalarından Görünümler 69
Fotoğraf 3.10. Bıçakçılık Faaliyeti Yapan İşletmeden Görünümler 70
Fotoğraf 3.11. Yeniden Ciltlenip Tamir Edilmeyi Bekleyen Bazı Kitaplardan Görünümler 71
Fotoğraf 3.12 Buğday Sapından Örülmüş Bazı Eşyalardan Bir Görünüm 72
Fotoğraf 3.13. Sepetler ve Hasırdan Yapılmış Turistik Ürünlerden Bir Görünüm 73
Fotoğraf 3.14. Buğday Sapı Örücülüğü Yapılan Atölyeden Bir Görünüm ve Bazı Sepetler 74
Fotoğraf 3.15. Defne Sabununun Yapıldığı Ambardan Bir Görünüm 75

Fotoğraf 3.16. Defne Sabunlarından Bir Görünüm 76
Fotoğraf 3.17. Defne Sabunlarının Kesilip ve Şekil Verildiği Yerden Bir Görünüm 76
Fotoğraf 3.19. Defne Sabunlarını Eşit Şekilde Kesip Ayıran Alet ve Kesilmiş Defne Sabunlarından Bir Görünüm 78
Fotoğraf 3.20. Kesilip Paketlenmiş Defne Sabunlarının Satışa Hazır Hale Geldiği Sabun Kulesinden Bir Görünüm 78
Fotoğraf 3.21. Farklı Renklerdeki (Yeşil, Koyu Yeşil, Kahverengi) Defne Sabunlarından Görünümler. 79
Fotoğraf 3.22. Uzun Çarşı'da Satılan Çeşitli İçeriklere Sahip Defne Sabunlarından Bir Görünüm. 80
Fotoğraf 3.23. Antakya Demirciler Çarşısından Bir Görünüm 81
Fotoğraf 3.24. Ham Çelikten Yapılmış Oraktan Bir Görünüm 81
Fotoğraf 3.25. Dövülen Çelikten Bir Görünüm 82
Fotoğraf 3.26. Tüm Aşamaları Tamamlanmış ve Satılmaya Hazır Hale Getirilmiş Ürünlerden Görünümler 83
Fotoğraf 3.27. İpek Böcekçiliği ve Dokumacılığı Yapan İşletmeden Bir Görünüm 86
Fotoğraf 3.28. Hasarlı Kozalardan Bir Görünüm 88
Fotoğraf 3.29. İpekçi Ustası (Soldan Birinci) Büyükaşık 89
Fotoğraf 3.30. İpek Dokuma Makinası ve Bazı İpek Kıyafetlerden Görünümler 90
Fotoğraf 3.31. İpek Dokuma Tezgâhında Dokumacılık Yapan Ustadan Bir Görünüm 91
Fotoğraf 3.32. İşletmede Satılan Bazı İpek Hediyelik Ürünlerden Görünümler . 91
Fotoğraf 3.33. Kalay ve Bakır Satan Bir Dükkândan Bir Görünüm 93
Fotoğraf 3.34. Kalaylanmış Bazı Bakır Ürünlerden Bir Görünüm 93
Fotoğraf 3.35. Satışa Sunulan Bazı Kalaylanmış ve Kalaylanmamış Bakır Ürünlerden Görünüm 94
Fotoğraf 3.36. Farklı Motiflere Sahip Kilimlerden Bir Görünüm 95
Fotoğraf 3.37. İki İplik Sisteminden Bir Görünüm 96
Fotoğraf 3.38. Elde Dokunmuş Bir Kilimden Bir Görünüm 97
Fotoğraf 3.39. İki İpli Dokumacılıktan Yakın Bir Görünüm 98

Fotoğraf 3.40. Kilim Dokuma Aşaması ve Ustamızdan Bir Görünüm 98
Fotoğraf 3.41. Hediyelik Satılan Dokuma Çantalardan Görünümler 99
Fotoğraf 3.42. Dünyanın En Uzun Kiliminden Biri Olduğu Düşünülen Haber Kanalına Çıkmış Görüntüler(Demiröreh Haber Ajansı) 100
Fotoğraf 3.43. Dünyanın En Uzun Olduğu Düşünülen Kiliminden Bir Görünüm 100
Fotoğraf 3.44. Antakya Sokaklarında Satılan Farklı Sayılarda Delikleri Olan İçi Boşaltılmış Kamışlardan Bir Görünüm 102
Fotoğraf 3.45. Elde Yapılan Bu Çalgı Aletlerinin Boyutunlarından Bir Görünüm 102
Fotoğraf 3.46. Ney Yapım Aşamasından ve Hatay Şenlik Günlerinden Görünümler 103
Fotoğraf 3.47. Satışa Sunulan Neylerden Bir Görünüm 104
Fotoğraf 3.48. Uzun Çarşıdaki Bir Sepetçi Dükkânından Bir Görünüm 107
Fotoğraf 3.49. Sepet Örücülüğü ve Buğday Örücülüğü Yapan Bir İşletmeden Görünüm 107
Fotoğraf 3.50. Sepet Örücülüğünün Yapıldığı İmalathaneden ve Bazı Sepetlerden Görünümler 108
Fotoğraf 3.51. Sokak Tezgâhında Satılan Bazı Taş İşleme Ürünlerinden Bir Görünüm 111
Fotoğraf 3.53. İşlenmiş Taşlardan Bir Görünüm 113
Fotoğraf 3.54. İşlenecek Olan Taşlardan Bir Görünüm 113
Fotoğraf 3.55. Taş Ustasından Bir Görünüm 113
Fotoğraf 3.56. Taşların İşlendiği Atölyenin Bahçesinden Bir Görünüm 114
Fotoğraf 3.57. Heykel ve Mozaik Resim Yapıp Satan Bir İşletmenin Vitrininden Bir Görünüm 115
Fotoğraf 3.58. Mozaik Sanatının Farklı Din ve Kültürlerle Ortaya Çıkarttığı Ürünlerden Bir Görünüm 116
Fotoğraf 3.59. Turizm Amaçlı Yapılan Taş İşçiliği ve Mozaik Eserlerden Bir Görünüm 116
Fotoğraf 3.60. Fabrikadan Alınan Mozaik Taşlarından Bir Görünüm 117
Fotoğraf 3.61. Mozaik Yapılan Atölye Masasından Bir Görünüm 118

Fotoğraf 3.62. Mozaik Taşlarının Şekil Verilip Yerleştirilme Aşamasından Bir Görünüm 118
Fotoğraf 3.63. Turizm Amaçlı Yapılmış Mozaik Desenli Çantalar 118
Fotoğraf 3.64. Çok Çeşitli Desen ve Motifler Taşıyan Mozaik Eserlerden Bir Görünüm 119
Fotoğraf 3.65. Hayvan ve İnsan Motiflerinden Yapılan Mozaik Eserlerden Bir Görünüm 119
Fotoğraf 3.66. El ile İşlenmiş Mozaik Taşlardan Bir Görünüm 120
Fotoğraf 3.67. Mozaik ve Taş İşlemeciliği İmalathanesinden Bir Görünüm 120
Fotoğraf 3.68. Mozaik Sanatçısından Bir Görünüm 121
Fotoğraf 3.69. Turizm Amaçlı Satılan Bazı İşlenmiş Taş Aksesurlar ve Eşyalardan Görünümler 122
Fotoğraf 3.70. Turizm Amaçlı Satılan Özel Taşlarlardan Bir Görünüm 122
Fotoğraf 3.71. Özel Olarak Tane Şeklinde İşlenip Satılan Taşların Ne İçin Kullanıldığını Gösteren Kılavuzdan Bir Görünüm 123
Fotoğraf 3.72. Özel Taşlarla Yapılan Hediyelik ve Sunumluk Ürünlerden Bir Görünüm 123
Fotoğraf 3.73. İnce Taş İşçiliği Yapan Ustamızın Atölyesinden Bir Görünüm. 124
Fotoğraf 3.74. Tespihlerden Bir Görünüm 124
Fotoğraf 3.75. Taşa Şekil Verme İşleminden Görünümler 125
Fotoğraf 3.76. Taşın Pürüzsüz Hale Getirilme İşleminden Görünümler 125
Fotoğraf 3.77. Kolye Yapılarak İçin İşlenen Taşa Delik Açılıp Kolye Ucunun Takıldığı İşlemden Görünümler. 126
Fotoğraf 3.78. Hediye Olarak Yapılan Kolyemizden ve Diğer Hediyelik Ürünlerden Görünümler 126
Fotoğraf 3.79. Taş İşçiliği ile Yapılmış Özel Motifli Yüzüklerden Görünümler 128
Fotoğraf 3.80. Özel İşlemeli Yüzüklerin Yapıldığı İmalathaneden Bir Görünüm 128
Fotoğraf 3.81. Bölgedeki Taş ve Madenlerin Süs Eşyası Haline Geldiği İmalathaneden Bir Görünüm 128
Fotoğraf 3.82. Tenekecilik Yapan Ustamızdan Bir Görünüm 129

Fotoğraf 3.83. Bazı Teneke Ürünlerinden Görünümler..... 130
Fotoğraf 3.84. Cam İmalathanesinden Bir Görünüm 131
Fotoğraf 3.85. Cam Ustası Sanatını İcra Ederken Bir Görünüm 132
Fotoğraf 3.86. Üfleme Cam Sanatıyla Yapılmış Ürünlerden Görünümler..... 133
Fotoğraf 3.87. Bölgedeki Bazı İşletmelerde Satılan Renkli Cam Kavanozlarından Bir Görünüm..... 134
Fotoğraf 3.88. Sergilenen Bazı Cam Ürünlerden Bir Görünüm 134
Fotoğraf 3.89. Roma, Bizans, Fenike Döneminde Yapılmış Bazı Cam Ürünlerinin Röprodüksiyonlarından Görünümler 135
Fotoğraf 3.90. Satışa Sunulan Bazı El Sanatları Ürünlerinden Bir Görünüm ... 136
Fotoğraf 3.91. Antakya Lezzetlerinden Görünümler..... 145
Fotoğraf 3.92. Kahvaltı'da Meze Olarak Sunulan Sürk Yani Çökelekden Bir Görünüm..... 146
Fotoğraf 3.93. Humustan Bir Görünüm..... 147
Fotoğraf 3.94. Zahter Salatasından Bir Görünüm 147
Fotoğraf 3.95. Katıklı Ekmek, Zeytinli (Zeytinyağı İle Açılmış) Börek ve Külçeden Bir Görünüm 148
Fotoğraf 3.96. Bölgedeki Sokak Fırınında Yapılıp Satılan Kıymalı Ekmek, Biberli Ekmek ve Semizotlu Ekmekten Bir Görünüm..... 149
Fotoğraf 3.97. Sokak Fırıncısının Yaptığı Kaytaz Böreğinden Bir Görünüm ... 149
Fotoğraf 3.98. Hatay Gastronomi Evinin Sunduğu Yöresel Öcce'den Görünümler 151
Fotoğraf 3.99. Seyyar Araçta Öcce Dürümü Yapımından Görünümler..... 152
Fotoğraf 3.100. Haytalı Tatlısından Bir Görünüm..... 153
Fotoğraf 3.101. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Oruktan Bir Görünüm..... 154
Fotoğraf 102. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Sac Oruğundan ve İç Harcından Görünümler..... 155
Fotoğraf 3.103.UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Kâğıt Kebabından Bir Görünüm 156
Fotoğraf 3.104. Şehirde Yer Alan Bir İşletmenin Yaptığı Kâğıt Kebaptan Bir Görünüm..... 156

Fotoğraf 3.105. Şehirde Yer Alan Başka Bir İşletmenin Yaptığı Kâğıt Kebaptan Bir Görünüm 157
Fotoğraf 3.106. Künefe Tatlısının Sunuma Hazırlandığı Halinden Görünümler 158
Fotoğraf 3.107. Servise Sunulan Künefe Tatlısından Bir Görünüm 158

HARİTALAR

Harita 1.1. Antakya'nın Lokasyon Haritası 3
Harita 2.1. Antakya'nın Fiziki Haritası 35
Harita 4.1. Antakya'nın Ulaşım Haritası 161

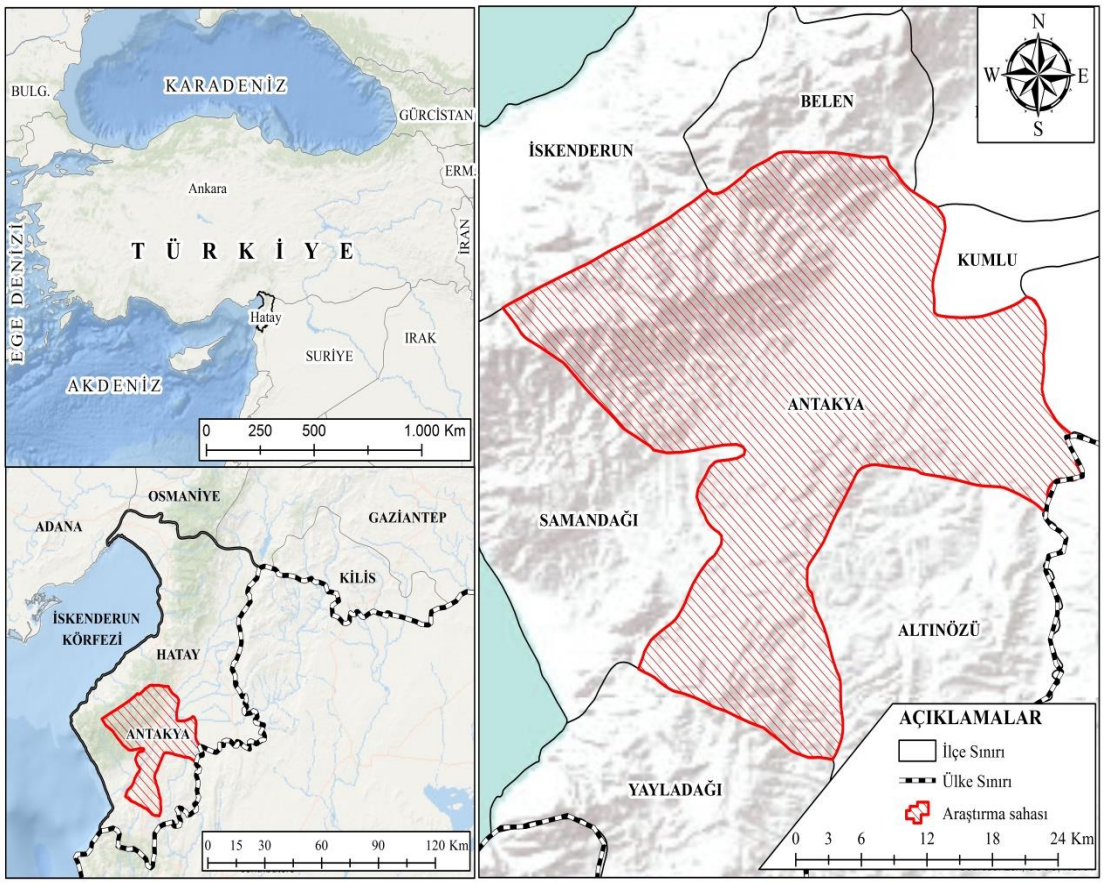
GİRİŞ

Yaratıcı turizm günümüzde alternatif turizm türleri arasından yeni kefedilmiş bir turizm türüdür. Bu yüzden gelecekte büyük bir gelişme göstererek ekonomik ve kültürel ölçekte yeni bir pazar ve turist tipi ortaya çıkarabilir. Günümüze baktığımızda insanların şehir yaşamından sıkılması, yeni yerler görme, yeni bilgiler edinme ve yeni deneyimler arama arzuları onları yaratıcı turizme itmektedir. Kültürel turizm bağlamında insanların git gide kentlerde yaratıcı turizme olan ilgileri bu anlamda artmaktadır. Buna bağlı olarak kent turizmi yaratıcı turizm ile birlikte çeşitlenmekte ve farklı yönleriyle kentin gelişimine olanak sunmaktadır. Nitekim yaratıcı turzim dört mevsim yapılabilir olması turizmin de dört mevsime yayılması konusunda avantaj sağlamaktadır. Yaratıcı turizmi etkileyen faktörler içerisinde Antakya'nın tarihsel gelişimi, coğrafi konumu, sosyo-ekonomik ve sosyo kültürel yapısı yer almaktadır. Bu kapsamda yaratıcı turizm hem küresel ölçekte hem yerel ölçekte kültürel ve ekonomik bir endüstri olup, Türkiye bu turizm konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. Ülkemizde Antalya ve Ürgüp gibi çeşitli şehirler bu bağlamda önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Bu çalışmada ülkenin farklı bölgelerindeki şehirlerde ortaya konmuş olan yaratıcı turizm potansiyelinin Antakya Şehri'nde ki durumu incelenmiştir. Çalışma sahası olarak belirlenmiş olan Antakya'nın yaratıcı turizm konusunda sahip olduğu potansiyel ile bu potansiyelin yaratacağı fayda ve zararlar ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında Antakya'nın yaratıcı turizminin güçlü yanlarına karşılık bazı zayıf yönleri, fırsatlarına karşılıkta bazı tehdit unsurları bulunmaktadır. Bu unsurların karşılaştırılıp, sonuçları ortaya konulduğunda ülkemizin ve ülkemizdeki şehirlerin sahip olduğu kültürel zenginlikler yaratıcı turizmi büyük ölçekte desteklemiş olacaktır. Dolayısıyla Antakya Şehri'de bu bağlamda önemli bir potansiyel taşımaktadır. Ancak bu potansiyel henüz yeterince değerlendirilememiştir. Bölgenin yaratıcı turizm potansiyeli ile ilgili yeterli çalışma ve araştırma yapılmamış olması bizi Antakya Şehrini araştırmaya ve bu bölgenin potansiyelini ortaya çıkarmak için çalışma yapmaya itmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada şehrin yaratıcı turizm kapsamında karşılaştığı zorluklar ve buna karşın sahip olduğu potansiyele bağlı olarak ortaya çıkan avantajları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda ise Antakya'da yaratıcı turizmin gelişimi konusunda bazı stratejiler önerilmiştir.

I.ARAŞTIRMA SAHASININ YERİ ve SINIRLARI

Araştırma bölgesi olan Antakya Şehri Akdeniz Bölgesi'nde yer almaktadır. Yönetim bakımından Hatay iline bağlı olan ve merkez ilçe özelliği taşıyan Antakya, kuzeybatıdan Arsuz, kuzeyden Belen, kuzeydoğudan Kırıkhan ve Kumlu, doğudan Reyhanlı, güneyden Altınözü ve güneybatıdan Defne ve Samandağ ilçeleri ile çevrilidir (Harita1.1).

Türkiye'nin en güneyinde yer alan Antakya Şehri 36° 05' -36° 10' doğu boylamları ile 36° 15'-36° 10' kuzey enlemleri arasında olup, 703 km² yüzölçüme sahiptir(URL1). 2012 yılında çıkarılan belediyeler yasası ile Defne ilçesinden ayrılan Hatay ilinin nüfus bakımından en kalabalık ilçesi olan Antakya, yüzölçümü bakımından ise Kırıkhan'dan sonra en büyük ikinci ilçesidir(URL2). Şehir, ortasından geçen Asi Nehri'nin aşağı ucundaki ovanın kenarında bulunmaktadır. Bir çöküntü ovasının batısında yer alan şehir; denizden 440 metre yükseklikte olan Habib-i Neccar Dağı'nın eteklerinde (Özdemir,1994) yer alan ilçe, Kuzeybatıdan Amanos Dağları ve Kuzeydoğudan Amik ovası üzerinde (Özşahin,2010)Asi Nehri'nin etrafında kurulmuş olup, batıdan doğuya doğru uzanan düz bir arazi üzerinde uzanış göstermiştir. Bu arazi (Amik Ovası'nın bulunduğu kısım) çok yüksek zirai potansiyele sahip alüvyal topraklarla kaplı olup, aynı zamanda il arazisinin en büyük ve en geniş düz ve düze yakın sahasını teşkil etmektedir(Dinç, 2015).



Harita 1.1. Antakya'nın Lokasyon Haritası

II. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ

Çalışmada öncelikle Antakya şehrinde bulunan yaratıcı turizm türleri ele alınmış ve bu yaratıcı turizmin mevcut durumu ortaya konulmuştur. Bunun dışında Antakya'daki yaratıcı turizm potansiyelinin doğru bir şekilde ortaya konulabilmesi için AHP-SWOT analizi yapılmıştır. SWOT analizi önemli planlamalar için etkili bir yöntemdir. Yapılan bu analiz, anket çalışmasının neticesinde elde edilen bulgulara dayanmaktadır. SWOT analizi sonucunda ise, Antakya şehri yaratıcı turizminin güçlü ve zayıf yönleri ortaya çıkartılıp, fırsat ve tehdit ögeleri tespit edilmiştir. SWOT analizinde iç analiz ve dış analiz olarak nitelendirilen iki alt analiz türü vardır. İç analizde çalışmanın ya da faaliyetin\süregelen kuruluşun güçlü ve zayıf yönleri ortaya koyulurken; dış analizde çalışmanın ya da faaliyetin\süregelen kuruluşun oluşturabileceği tehdit ve fırsatlar bulunup bunlar üzerinde çalışmaya yön verilir (Ghazinory vd, 2011). Bunun yanında literatör taraması yapılıp çeşitli analiz ve

araştırmalarda çalışmanın içerisinde yer alan bililerin doğruluğu da ortaya konulur (Zencirci,2021).

III. ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ

Yapılan araştırmalarda Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri (ÇKKVY) şimdiye kadar ki bilimsel çalışmalarda en çok tercih edilen yöntemlerden biri olmuştur. Yıllar içerisinde sürekli olarak geliştirilmiş olan bu yöntemler günümüzde Fen Bilimleri ve Sosyal Bilimler gibi alanlarda da yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada kullanılan analiz yöntemlerinden SWOT ve Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemi de geçmişte geliştirilmiş ve günümüzde sıkça tercih edilen yöntemlerden biridir.

ÇKKVY'lerinin bilimsel araştırmalarda yer almasın da ilk adımları Keeney ve Raiffa atmışlardır (Keeny ve Raiffa, 1976). Bu yöntem; problem içerisindeki tercihlerin sıralanması, probleme ait bilgilerin toplanması, analiz edilmesi ve en uygun tercihin belirlenmesini amaçlar (Cinelli vd., 2014). Ayrıca birden fazla kriterin birbirileri ile kıyaslanması sonucunda en uygun alternatifin belirlenmesine de olanak sağlar (Özcan, vd., 2020).

IV. SWOT ANALİZ YÖNTEMİ

SWOT Analizi 1960 yılında Harward Üniversitesi profesörleri olan Learned, Christensen, Andrews ve Guth tarafından geliştirilmiştir. Fakat yöntemin ilk temelini hukuk ve sosyoloji profesörü Philip Selznick 1957 yılında yayınladığı 'Yönetimde Liderlik' metninde; bir kuruluşun iç ortamının ve dış beklentilerinin değerlendirilmesi gerektiğinden bahsederek SWOT analiz yöntemine öncülük etmiştir (Leigh, 2010: 3).

Bu analiz yöntemini adını (S)trength, (W)eaknesses, (O)pportunities ve (T)hreats kelimelerinin baş harflerinden alır. Bu kavramların türkçe karşılığı sırasıyla güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlerdir.

S - Strenght: Güç

W - Weakness: Zayıflık

O - Opportunities: Fırsatlar

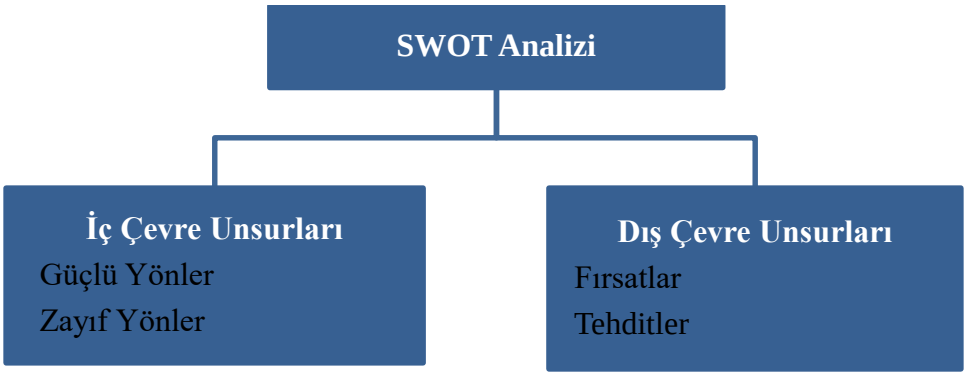
T - Threats: Tehditler

SWOT analizi, araştırılan bir konunun, organizasyonun şu anki mevcut durumu ile ilerideki durumu üzerinde bir analiz yapmayı hedefler. Bu yöntem ile iç ve dış çevredeki etkenler analiz edilip, kategorizeleştirilir. Bunun sonucunda ortaya çıkan tablodan yola çıkılarak stratejik bir plan yapılması mümkün olur. Yani özetle bu yöntem bir kişinin, durumun veya olayın güçlü ve zayıf yönlerini belirlemekte, iç ve dış faktörlerden kaynaklanan tehdit ve fırsatları ortaya çıkarmaktadır. Güçlü yönler ve fırsatları pozitif olarak, zayıf yönler ve tehditleri negatif olarak ayırt etmek bu yöntemin özelliklerinden biridir. Tüm bu yönleriyle çeşitli çevrelerde ve sektörlerde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olmuştur.

Tablo 1.1. SWOT Analizi

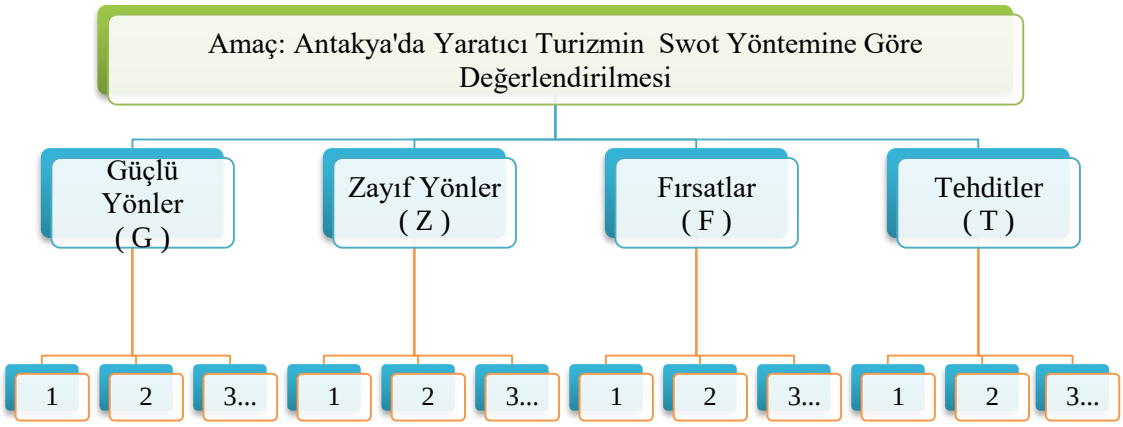
	Pozitif	**Negatif**
İçsel	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Dışsal	Fırsatlar	Tehditler

SWOT analizi, çokça bilinen ve hemen herkes tarafından kullanılan bir analiz olmakla beraber bu analize bünye ve çevre analizi de denilebilmektedir. Stratejik çalışmalarda her iki unsur da çok iyi bir şekilde incelenmelidir. Kuvvetli ve zayıf yönler bünye içerisinde, fırsatlar ve tehditler de çevre içerisinde incelenir. Her iki incelemede de objektif olunmalıdır (Ertuna, 2008).



Şekil 1.1. SWOT Analizi

Bu yöntemi incelediğinde güçlü ve zayıf yönleri bir kategoride, fırsat ve tehditleri diğer bir kategoride ele alındığı görülür. Bu yaklaşıma baktığımızda organizasyonlar içsel ve dışsal olarak ikiye ayrılmakta ve bu iki çevre ile devamlı etkileşim halindedir. Stratejik yönetimin de temel süreçlerinden birini oluşturan SWOT analizi bu şekilde iç ve dış çevreyi de değerlendirme olanağı sunan bir tekniktir. Bu sayede iç çevredeki güçlü ve zayıf yönler ile dış çevre faktörleri olan fırsat ve tehditler belirlenir, farklı açılarıyla ele alınan bu organizasyon incelenir ve mevcut durum ortaya çıkarılır. Sorunlar ve eksiklikler incelenir. Mevcutta ki durumda gereksiz bir yük varsa bunları azaltmak için, rahatsızlık veren durumlar, sorunlar ve eksiklikleri gidermek için fırsatlardan yararlanmak ve tehditlerden korunmak için gerekli düzenlemeler ve stratejiler belirlenir.



Şekil 1.2. SWOT Grup Modelleri

Bu çalışmada öncelikle SWOT-AHP yöntemi Antakya şehrinde yaratıcı turizm konulu çalışmanın analiz edilmesinde en uygun yöntem olması sebebiyle bu yöntemin uygulanmasının daha doğru olacağı düşünülmüştür. Çünkü çalışma sahasında bilinmeden veya istenmeden de olsa yaratıcı turizm gerçekleşmektedir. Ancak bu turizm türünün ne olduğu, nasıl gerçekleştiği ve ne tür faaliyetleri kapsadığı konusunda bir farkındalık söz konusu değildir. Gerek turistler gerekse yaratıcı turizme konu olan çekicilikleri bir ürün olarak ortaya koyan insanlar veya zanaatkarlar arasında yaratıcı turizm bağlamında çok belirgin birşekilde etkileşim vardır. Ancak yaratıcı turizm açısından önemli bir potansiyel taşıyan Antakya şehrinde bu turizm faaliyetinin geliştirilmesi ve yerel halkın bu turizm faaliyetlerinden ekonomik açıdan daha iyi bir şekilde fayda sağlaması noktasında alanın yaratıcı turizm açısından güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit yönlerinin ortaya konulması, analiz edilmesi ve sonuçlarının yorumlanması gerekmektedir. Bu yüzden klasik ya da başka bir ifadeyle gözlemlere dayalı sözel ifadelerin veya yorumların yapıldığı bir SWOT analizin ötesinde farklı bir bakış açısıyla nitel ve nicel verileri bir arada değerlendirme ve analiz yapabilme olanağı sunan SWOT-AHP analizi yapılması uygun görülmüştür. Bu noktada SWOT-AHP analizi yapılabilmesi için iç ve dış çevre unsurları belirlenmiştir. Başlangıç aşamasında formüle edilen SWOT faktörleri daha sonra konuyla ilgili uzmanların görüşleri doğrultusunda düzenlenmiştir. Alınan uzman görüşleri ile belirlenen bu maddeler doğrulanmış ve SWOT alt kriterlerine göre güçlü, zayıf, fırsat ve tehditler olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. Oluşturulan bu alt kriterler ile AHP yönteminin uygulanabileceği anket

formları oluşturulmuştur. Bu aşamada kriter faktörlerinin belirlenmesi için 11 kişilik uzman grubu belirlenmiş ve bu kişilere yapılan anketler sonucunda veriler toplanmıştır. Ayrıca uzman olarak belirlenen kişiler akademisyenlerden insanlardan oluşmaktadır. Bu gruptaki uzmanların tamamı turizm üzerine bu sahada akademik çalışmalar gerçekleştirmiş akademisyenlerden ve bazı kurum ve kuruluşlarda çeşitli kademelerde çalışan ve devlet adına projeler yürüten memurlardan oluşmaktadır. Son olarak ise toplanan veriler AHP-SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Aşağıda SWOT analizi için oluşturulmuş iç çevre ve dış çevre unsurları olan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler başlıkları altında sıralanmıştır.

Tablo 1.2. SWOT Yönteminde Kullanılan Kriterler

GÜÇLÜ YÖNLER	
G1	Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)
G2	Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması
G3	Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması
G4	Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması
G5	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
G6	Köklü bir tarihe sahip olması
G7	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
G8	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
G9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
G10	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
ZAYIF YÖNLER	
Z1	Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması
Z2	Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması
Z3	Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi
Z4	Yaratıcı turizme konu olan ürün ve hizmetlerin pazarlama olanaklarının sınırlı olması
Z5	Tanıtımın yetersiz olması
Z6	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi

Z7	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Z8	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Z9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (ekonomik vs.)
Z10	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
FIRSATLAR	
F1	Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması
F2	Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması
F3	Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması
F4	Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması
F5	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
F6	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
F7	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
F8	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu turizm türüne doğru eğilim göstermeleri
F9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
F10	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
TEHDİTLER	
T1	Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması
T2	Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı
T3	Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf) olması
T4	Göçmen ve mülteci sorunu olması
T5	Sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
T6	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi

İç çevre unsurlarını incelediğimiz de güçlü yönler; araştırma konusunun bulunduğu yerde ne derece avantajların olduğunu, zayıf yönler ise bu hedefe ulaşabilmek için nelerin eksik olduğunu ifade etmektedir. Güçlü yönler hedeflenen

durumun başarısını önemli bir şekilde etkilerken zayıf yönler için önlem alınmadığı takdirde var olan durum bile tehlikeye girebilmektedir. Dış çevre unsurlarına baktığımızda fırsatlar mevcut durumun iyileşmesi için yarar ve avantaj sağlarken; tehditler de hedeflenen durumun ve mevcut durumun başarısını doğrudan etkileyen hatta durumu tamamen ortadan kaldırabilen, önlem alınması ve ortadan kaldırılması gereken faktörlerdir. Dolayısıyla bu faktörler mevcut durumu ve bu durumun geleceğini olumsuz yönde etkileyen kriterler olarak dikkat çekerler.

SWOT analizinin uygulanmasında başlıca iki yarar bulunmaktadır. Bunlardan birincisi: analizi yapılacak unsurun kendi bünyesindeki güçlü ve zayıf yönler tespit edilerek mevcut durum çıkartılmaktadır. Bu bağlamda aslında SWOT analizi bir mevcut durum analizidir. Ancak bir diğer taraftan dış çevrede bulunan tehdit ve fırsatlar da değerlendirildiğinden aslında gelecekteki durumu da ele almış olmaktadır. Bu yüzden de SWOT analizi aynı zamanda bir gelecek durum analizidir. Bu faydalar ile hem yakını hem de uzağı görmeye yardımcı olması bakımından da önemli oldukça önemlidir (Akgemci, 2008).

Sonuç olarak SWOT analizi hem bir yaklaşım tarzı hem de analiz tekniği olarak karar vericilere düşünme gerekliliği sunmaktadır. Toplanan bilgiler yorumlanırken aslında verilecek kararların da sınırlarını çizmektedir. Yani başka bir deyişle stratejik kararlar için ciddi bir altyapı oluşturmaktadır. Bu özelliği sebebiyle stratejik yönetim sürecinde en çok başvurulan analiz olarak yer almaktadır (Dinçer, 2007).

V. ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ YÖNTEMİ (AHP)

AHP, yöntemi bilginin ve deneyimin mantık çerçevesinde birleştirildiği bir yaklaşımdır. Çok kriterli karar verme problemlerinin temel sorunu, alternatifler ve birden fazla kriter arasında seçim yapılabilmesi için ağırlık veya üstünlük belirlemektir. Bu tarz sorunları çözmek için AHP yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır. AHP yönteminde, karar sürecine karar vericilerin öznel ve nesnel düşünceleri dahil edilebilmektedir. AHP karar verme aşamasında, bireyin öncelikli düşüncelerini de dikkate alan, nitel ve nicel değişkenleri bir arada değerlendiren matematiksel bir yöntemdir (Min, 1994).

İngilizcede de Analytical Hierarchy Process olarak adlandırılan ve Türkçe karşılığı Analitik Hiyerarşi Süreci olan yöntemi ilk olarak 1968'de Myers ve Alpert

ikilisi tarafından ortaya atılmış, 1977'de Thomas Saaty tarafından bir model olarak geliştirilmiş ve karar verme problemlerinin çözümünde kullanılmıştır. Bir çalışmanın sonucunda ortaya çıkan kriter ve alternatifler bazen çok karmaşık ve sayıca fazla olabilirler. Kriter sayısı ve alternatifler arttıkça karar vericilerin bu kriter ve alternatifler arasındaki ilişkileri değerlendirmesi ve bir karara varması oldukça zorlaşmış hatta bazı durumlarda mümkün bile olmamıştır. İşte bu nokta da çoklu karar verme tekniklerine başvurmak gerekmektedir. AHP yöntemi insan zekâsının; karmaşık ve çoklu olan bu alternatiflerden en doğru olanı tercih etmelerine yardımcı olan, tercihlerin birbirleri, ölçütleri ve alt ölçütleri arasındaki ilişkiyi analiz eden ve bunları derece düzenine göre sıralayan yöntemlerden birisidir. Kolay analiz etme fırsatı sunan bu yöntem seçeneklerin birbirleri arasındaki önem derecesini sayısal olarak ifade etmeye yarar. Bu da sözel olarak ifade edilemeyecek karmaşıklığa sahip çoklu kriterleri basit bir sayısallaştırma tekniği ile ortaya koymakta ve bu şekliyle ortaya konan sayısal verilerin kolayca yorumlanıp karar verme aşamasına geçilmesine olanak sağlamıştır.

AHP, temelde hiyerarşiler kurmak ve üstünlükleri belirlemek için mantıksal ve sayısal tutarlılığa dayanmaktadır (Saaty ve Vargas, 2001; Wind ve Saaty, 1980). AHP, hem öznel hem de nesnel kriterleri birleştirebilen bir hiyerarşi ile çalışır (Aksu ve Küçük, 2020; Fiore vd., 2020; Saaty, 1980). Hem ampirik verileri hem de sübjektif kararları kullanan karar verici için sağlam karar vermeyi kolaylaştırma noktasında tasarlanmış güçlü ve kapsamlı bir metodolojidir (Escobar vd., 2004; Sólnes, 2003). Başka bir deyişle AHP, sağlam matematiksel ilkelerden türetilen iyi tanımlanmış bir metodolojinin yapısına dayanan deneyim, öngörü ve sezgiye dayalı karar vermek için geliştirilmiş sistematik bir yaklaşımdır (Bhushan ve Rai, 2004).

AHP'nin diğer ÇKKVY'leri arasında en belirgin özelliği ve avantajı, ikili karşılaştırmalar yaparak bir seçeneğin diğer seçeneğe olan üstünlüğünü ve ilişkisini sayısal olarak ortaya koyması, aynı zamanda da karar vericinin daha rasyonel ve detaylı düşünmesini sağlamasıdır (Güney, 2021). Bu yöntemin bir diğer avantajı ise karar verme sürecinde alternatifleri değerlendirirken hem somut hem de soyut unsurları kapsamasıdır. Somut unsurlar karar verme sürecine giren objektif bilgileri içerirken, soyut unsurlar da bu süreçte yer alan insanların sübjektif düşünceleri ve duygularını oluşturmaktadır (Akcan, 2022).

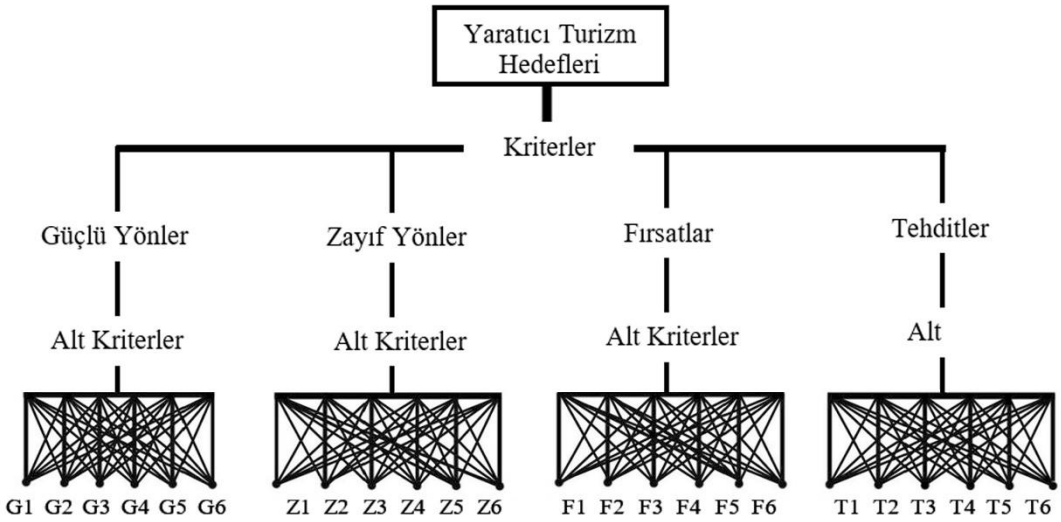
Karar kriterlerinin aralarındaki ilişkiyi ve etkilerini ortaya koyan AHP, kriterler arasında oluşturulan yargısal değerlerin tutarlılığını da ölçmektedir (Saaty,1988).

Analitik hiyerarşi modelinde problemin çözümü sırasıyla üç ana kurgudan oluşmaktadır (Saaty,1980).

•*Birinci adım*, problemin çözümlenmesi için ilk olarak hiyerarşi modelinin oluşturulması,

•*İkinci adım*, belirlenen kriterlerin ikili karşılaştırma matrisleri kurularak derece ağırlıklarının belirlenmesi,

•*Üçüncü adım* ise karar matrisleri kullanılarak alternatiflerin seçim ve sıralanmasının yapılmasıdır**.**



Şekil 1.3. Yaratıcı Turizm AHP Hiyerarşisi

Öncelikle AHP yöntemi için çalışmadaki ilk adım bu yöntemi SWOT analiziyle birlikte kullanmaktır. AHP'yi SWOT çerçevesine entegre etmenin amacı, SWOT faktörlerinin sistematik olarak değerlendirilmesi ve yoğunluklarının eşitlenmesidir (Eslamipoor ve Sepehriar, 2014). Ayrıca, AHP'yi bir SWOT çerçevesi içinde uygulama fikri, SWOT faktörlerini sistematik olarak değerlendirmek ve yoğunluklarını orantılı hale getirmek için geliştirilmiştir. Bu, mevcut beklenen bir durumu veya alternatif bir stratejiyi daha kapsamlı bir şekilde incelemek için iyi bir temel sağlar (Hamurcu ve Eren, 2020; Kurttila vd., 2000). Çalışmadaki ilk adım yukarıda da belirtildiği gibi

SWOT-AHP analizi yapılabilmesi için iç ve dış çevre unsurları belirlenmiştir. Başlangıç aşamasında formüle edilen SWOT faktörleri daha sonra konuyla ilgili uzmanların görüşleri doğrultusunda düzenlenmiştir. Alınan uzman görüşleri ile belirlenen bu maddeler doğrulanmış ve SWOT alt kriterlerine göre güçlü, zayıf, fırsat ve tehditler olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. SWOT yöntemi sayesinde kontrol edilebilir düzeyde alternatif ve kriterler belirlenmiştir. Belirlenen bu alternatif ve kriterler, değerlendirme noktasında anketin uygulanacağı uzmanların görüşmelerinde olumsuz sonuç doğurmaması, tutarsızlık veya çelişki neden olmaması açısından tarafsız, dengeli ve özenli bir şekilde seçilmesi gerekmektedir.

İkinci aşamada belirlenen alternatiflerin değerlendirme ölçütleri olan alt kriterler anket formları eşliğinde önceden belirlenen uzman kişilere uygulanmıştır. Bu şekilde uzmanların görüşleri doğrultusunda ölçütler arasındaki göreli öncelikler elde edilmiştir. Önceliklerin belirlenmesi sürecinde AHP çalışmalarında kullanılan 1-9 arasında sıralanan 9 puanlı ölçek kullanılmıştır (Tablo 1.3). Çalışmada kriterler arasında her bir uzman tarafından verilen değere göre çok kriterli karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir (Kaymaz vd., 2020).

Tablo 1.3. Değerlendirme Ölçeği

Önem Derecesi	**Anlam**
1	Öğeler eşit önemde veya aralarında kayıtsız kalınıyor
3	1. Öğe 2.'ye göre biraz daha önemli veya biraz daha tercih ediliyor
5	1. Öğe 2.'ye göre fazla önemli veya fazla tercih ediliyor
7	1. Öğe 2.'ye göre çok fazla önemli veya çok fazla tercih ediliyor
9	1. Öğe 2.'ye göre aşırı derecede önemli veya aşırı derecede tercih ediliyor
2,4,6,8	Ara değerler

Kaynak: Saaty (1990: 15)'den faydalanılarak hazırlanmıştır.

AHP yönteminin buraya kadar ki olan kısmında uygulanması gereken şartlardan bahsedilmiş olup, bu adımdan sonra toplanan verilerin sayısal olarak hesaplama işlemleri gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu hesaplama işlemleri birkaç adımda özetle ifade edilmiştir. AHP yöntemine ait bu öncelik adımları Kurttila vd. (2000)'ye göre şu şekildedir:

1. Adım: Dış ve iç çevrenin ilgili faktörleri tanımlanmıştır. Standart AHP uygulandığında, faktör sayısının 10'u geçmemesi önerilmektedir. Çünkü analizde ihtiyaç duyulan çift yönlü karşılaştırmaların sayısı hızla artar (Saaty, 1980). Bu durum tutarlılık değerinde bazı hatalar ortaya çıkmasına yol açabilir.

2. Adım: Faktörler arasındaki çift yönlü karşılaştırmalar her bir kriter için gerçekleştirilir. Karşılaştırmaları yaparken, söz konusu sorular şunlardır:

(1) Karşılaştırılan iki faktörden hangisi daha büyük bir öneme sahiptir ve

(2) ne kadar büyüktür?

Girdi olarak bu karşılaştırmalarla, faktörlerin göreli yerel öncelikleri özdeğer yöntemi kullanılarak hesaplanır. Bu öncelikler, karar vericinin faktörlerin göreli önemini algılamasına yardımcı olmaktadır.

3. Adım: Kriterler arasında çift yönlü karşılaştırmalar yapılır. En yüksek yerel önceliğe sahip faktör, grubu temsil etmek için her gruptan seçilir. Daha sonra karşılaştırmalar ve göreli öncelikler 2. adımda olduğu gibi hesaplanır. Bunlar 8 alternatif grubunun ölçeklendirme faktörleridir ve içlerindeki bağımsız faktörlerin genel (küresel) önceliklerini hesaplamak için kullanılırlar. Bu adım 2'de tanımlanan faktörlerin yerel önceliklerine karşılık gelen ölçekleme faktörünün değeri ile çarpılarak yapılır.

4. Adım: Sonuçlar strateji formülasyonu ve değerlendirme sürecinde kullanılmaktadır. Stratejik planlama sürecine katkı, faktörler için sayısal değerler şeklinde ortaya çıkar. Yeni hedefler belirlenebilir, stratejiler tanımlanabilir ve bu tür uygulamalar en önemli faktörleri yakından dikkate alarak en uygun planlamanın yapılmasına olanak sunar.

AHP yöntemiyle gerçekleştirilen analiz ise farklı birkaç adımda formüle edilmiştir. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Solangi vd., 2019; Saaty, 1977; Saaty, 1980; Kurttila vd., 2000; Franek ve Kresta, 2014; Mehmood, vd., 2014; Polat vd., 2017; Bouraima vd., 2020; Borajee ve Yakchali, 2011; Orçanlı ve Özen, 2013):

İlk olarak çift karşılaştırmaların matrisi ***(1)*** inşa edilir.İkili karşılaştırma matrisindeki normalleştirme işleminin gerçekleştirilmesi için; matristeki tüm hücre değerleri her matrisin sütununun toplamına bölünmektedir. Matris de yer alan hücreleri normalize hale getirerek matris elemanlarının göreli öncelikleri hesaplanmaktadır (Saaty, 1994). Hesaplamalar sonucu elde edilen değerler, tüm kriter için önem

ağırlıkları olarak tanımlanmaktadır. Ağırlıklar ile öncelik vektörü oluşturulmaktadır (Dağdeviren, vd. 2004).

İkili karşılaştırma matrisi ise ***A*** matrisi aşağıdaki şekilde değerlendirildiğine ***1*** olur. Bu matris üzerinde kriter ağırlıkları bulunmaya çalışılır. Kriter ağırlığı dediğimizw_i değeri 1 ile 9 arasında değişebilir ve 1 ile 1 eşit önem dercesini ifade ederken, 9'a 1 aşırı veya mutlak önemi belirtir.

$$\boldsymbol{A = (a_{ij})}\begin{bmatrix} \mathbf{1} & \boldsymbol{w_1/w_2} & \dots & \boldsymbol{w_1/w_n} \\ \boldsymbol{w_2/w_1} & \mathbf{1} & \cdots & \boldsymbol{w_2/w_n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \boldsymbol{w_n/w_1} & \boldsymbol{w_n/w_2} & \cdots & \mathbf{1} \end{bmatrix} \quad \boldsymbol{a_{ii} = 1, a_{ij} = 1/a_{ij}, a_{ij} \neq 0} \qquad \textbf{(1)}$$

Bu adımdan sonra, her bir matris normalleştirilir ve nispi ağırlıkları bulunur. Bu ağırlıklar, en büyük öz değere ***(λ max)*** karşılık gelen doğru özvektörle ***(w)*** aşağıdaki gibi verilir (Formül 2).

$$\boldsymbol{A_w = \lambda_{max} w} \qquad \textbf{(2)}$$

İkili karşılaştırmalar tamamen tutarlıysa; ağırlıklar ***A***'nın herhangi bir satır veya sütununu normalleştirerek elde edilebilir (Wang ve Yang, 2007).

AHP'nin çıktısının en önemli bölümünün, ikili karşılaştırma kararlarının tutarlılığı ile ilgili olduğuna dikkat edilmelidir. Karar vericinin kararlarının tutarlılığını kontrol etmek için CR tutarlılık ölçümü kullanılmaktadır. AHP'de CR<0,1 ifadesinin olması karşılaştırma matrisinin tutarlı olduğunu göstermektedir. 9CR değerinin 0,1'den büyük olduğu tespit edilirse, karar vericilerin 0,1 değerinin altına ulaşıncaya kadar kararlarını tekrar değerlendirmeleri gerekmektedir (Hafeez, vd., 2007).

CR: Tutarlılık oranı CI/RI

CI: Tutarlılık indeksi (λmax-n) (n-1)

$\boldsymbol{\lambda_{max}}$***:*** Tüm öncelikler Matrisi'nin elemanlarının öncelikler vektörüne bölünmesi ile oluşan değerlerin ortalamasıdır.

n: Kriter sayısı

RI: Ortalama Rassal Tutarlılık

Karşılaştırmaların değeri ne kadar tutarlı olursa hesaplanan ortalama değer kriter sayısına o kadar yakın olur. Bunun sonucunda tutarlılık indeksi olan ***CI*** bulunur (Formül 3).

CI ikili karşılaştırmalarda birbiri arasındaki tutarlılığı ölçer. ***CR*** yani tutarlılık oranını bulmak için***CI*** hesaplanmalıdır. ***CI*** matrislereve işlevlerine göre değişir. Burada tutarlılık indeksi kriter sayısına bağımlı olduğu için, kriter sayısından bağımsız bir tutarlılık oranı hesaplanır (Formül 4).

$$\boldsymbol{CI} = \frac{\boldsymbol{\lambda_{max} - n}}{\mathbf{n-1}} \quad \textbf{(3)}$$

$$\boldsymbol{CR} = \frac{\mathbf{CI}}{\mathbf{RI}} \quad \textbf{(4)}$$

Kriter öncelikleri ve uzman değerlendirmeleri karşılaştırmalı matrisle ile ölçülür ve utarlılık hesaplanır. Bu şekilde kriterlerin öncelik değerleri belirlenilir. Tutarlılık oranının ***0.1'***denaz olması gerekmektedir(Forman,1990; Hafeez,Zhang ve Malak, 2002). ***CR***, ikili karşılaştırma matrisinde elde edilen değerlerin rastgele olasılığını ortaya koymaktadır (Yılmaz, 1999). Tüm kriterler bu karşılaştırma matrisi hesabı sonucu tutarlılık sınırı içinde olmalıdır (Dinçer ve Görener, 2011). Analitik Hiyerarşi Prosesinin karar vericilere doğru bir yöntem sunabilmesi için tutarlılık oranının 0,1' den küçük olması gerekmektedir. Eğer bu rakam 0,1' den büyük çıkarsa karar vericilerin kararları değiştirilerek aynı adımlar yine uygulanır. Tüm bu tutarlılık oranları hesaplandıktan sonra öncelik sıralaması gerçekleştirilmektedir (Akcan, 2022). Son aşamada amaca en uygun alternatifler belirlenir. Bu değerlerin toplamı 1 olup en yüksek sayısal değer sahip olan alternatif aynı zamanda en uygun alternatiftir (Subaşı, 2011).

VI. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Gerçekleştirilen bu çalışmada; Antakya şehrindeki yaratıcı turizm faktörlerinin özellikle bu bölgedeki halkın yaşayış tarzının, kendilerine özgü kültürel miras ve sanatlarının, turistlere; bölge halkıyla birlikte deneyimleyip öğretilmesi amacıyla oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm, günümüzde çeşitli değişimlerle büyüyüp, gelişmiş ve yeni bir boyut kazanmıştır. Dünya genelinde turizm çoğunlukla dışardan insanların kitlesel olarak gelip gezip, eğlenip ve gitmesi olarak algılanırken, yaratıcı turizm de bireysellik ön plana çıkmıştır. Turistin

etkin katılımıyla; bölge halkının yaşayış tarzına, yerel halkın misafirperverliklerine ve yerel ürünlerine yönelmeleri amaçlanıp turist ile yerel halkın kaynaşıp kültürel yakınlığın artması, dostanevi ilişkilerin ortaya çıkması ve turizmin bireysel olarak bu kişilere dosdoğru yaşatılması arzulanmıştır. Bu kapsamda çalışma, hem bölge halkının kendi kültürel değerlerini daha doğru ve samimi bir şekilde ortaya çıkarmalarına hem de unutulmaya yüz tutmuş kültürel faaliyet ve sanatların tanıtıcı akademik faaliyetler ile tekrar gündeme gelip gelişmesine yardımcı olacaktır. Bunun yanında bölge halkının daha yakından tanınması ve medeniyetlerin bir arada yaşadığı zengin bir kültüre sahip olan Antakya şehrinin hem ülkemizde hem de Dünya'da bugünkü yerinden daha önemli bir yere yükselmesi yöre halkına sağlayacağı yararlardan sadece birkaç tanesidir. Benzer konularda daha önce yapılmış çeşitli çalışmalar olmasına karşın bu konuda bir şehrin yaratıcı turizminin ele alındığı pek fazla çalışma bulunmamaktadır. Burada yapılmış tüm çalışmalar nezdinde gerekli literatür incelemeleri yapılmış olup, konuyla ilgili daha geniş bir çerçeveyle detaylı bir araştırma yapılarak, Antakya şehrinin yaratıcı turizm potansiyeli belirlenmiş olup, bunun yanında şehrin hakkettiği değeri bulabilmesi için çeşitli konularda öneriler sunulmuştur. Araştırmanın en önemli problemlerinden biri Covid-19 kaynaklı alınmış önlemlerdir. Korona virüsün tüm dünya genelinde etkisini göstermesiyle birlikte sahada yeterli sürede ve geniş kapsamlı bir çalışma yapılamamıştır. Bununla birlikte 6 Şubat 2023'de yaşanan 2 büyük deprem sahada ki yaratıcı turizme konu olan unsurların bir çoğunu tahrip etmiştir. Bu çalışma ise yaşanan felaketin ardından arda kalan Antakya Şehri'nin yeniden canlanması, soyal, kültürel ve ekonomik açıdan ayaklanması amaçlanarak yeniden düzenlenmiştir.

VII. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu araştırmanın en büyük sınırlılığı Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan kentinde Kasım 2019 tarihinde ortaya çıkan Korona Virüs hastalığının sebep olduğu yasaklardır. Çalışma, pandemi süreci boyunca gerçekleştiğinden, yeterli sayıda anket yapılamamıştır. Covid-19 önlemleri kapsamında araştırma sahasına kısa bir gezi yapılabilmiştir. Yine bu dönemde bazı kurumlardan veri alınamamış; veri alınan kurumlardan da verilerin geçmiş yıllarına oranla tutarsız olduğu (Covid-19 nedeni ile bölgede sokağa çıkma yasağı ilan edilmiştir) saptanmıştır. Bölgeye gelen turist sayısı araştırma sürecinde son 10 yılın en düşük rakamlarına ulaşmıştır. Bu da var olan

potansiyelin daha düşük çıkmasına sebep olmuştur. Ayrıca bölgedeki sınır komşusu olduğumuz ülkelerden Suriye'nin yaşamış olduğu iç savaş ile mülteci (bölgeye çok sayıda mülteci akını olması ve bazı mültecilerin günümüzde T.C. vatandaşı olarak, oranın bir parçası haline gelmesi) sorunundan ötürü araştırma sahasında ki nüfus-kimlik özelliklerinde değişikliğe sebep olmuştur. Çalışmamızda yaratıcı turizm kapsamında gastronomik ve el sanatları dışındaki kültürel değerlere değinilmemiştir. Araştırmadaki anketler atölyesi olan ve bu atölyelerde çalışan zanaatkârlarla sınırlıdır. Araştırmada zanaat yapan ustaların kişisel ve mesleki bilgilerinin, çırak yetişme konusunda ki görüşlerinin, mesleklerinde ve zanaatlarında yapım ve satım konusunda yaşadıkları güçlüklerin tespit edilmesi ile sınırlı tutulmuştur.

Bunun yanında tezin savunma aşamasında 6 Şubat 2023 tarihinde saat 04:17'de meydana gelen Pazarcık merkezli 7,7'lik ve Elbistan merkezli 7,6'lık büyük Maraş depreminde bölge yerle bir olmuş ve çalışmamızın esnasında ki tüm verilerin kaynağı yok olmuş ve ya da tahrip olmuştur. Bu anlamda gerçekleştirilen bu çalışma geçmişi değerlendirme sürecinde bizden sonraki araştırmacılara yol gösterici bir eser olarak kalmıştır. Temennimiz daha güzel günlerde daha faydalı işler başarabilmek ve ülkece içinde bulunduğumuz bu felaketten en kısa sürede daha güçlü ayağa kalkmaktadır. Ölenlere rahmet kalanlara metanet diliyorum. Geçmeyen acıların en kısa sürede iyileşmesini temenni ediyorum.

VIII. ANTAKYA ŞEHRİ İLE İLGİLİ DAHA ÖNCE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Antakya Şehri'nin doğrudan ve dolaylı yollardan konu alan coğrafyacılar ve diğer bilim dalları başta olmak üzere çeşitli çalışmalara literatür taraması aşamasında ulaşılmaya çalışılmış ve tezin kuramsal yapısının oluşturulmasında bu eserlerden faydalanılmıştır. Kitap, doktora ve yüksek lisans tezleri, makale, bildiri, rapor, broşür, kaynaklardan oluşan eserlerin bir bölümü aşağıda ele alınmıştır.

Özşahin, E. (2010): "Antakya'da (Hatay) Yer Seçiminin Jeomorfolojik Özellikler ve Doğal Risk Açısından Değerlendirilmesi" adlı eserde, Antakya şehri ele alınmış olup, geçmişten günümüze kadar ki süreçte jeomorfolojik özellikleri ve bu

özellikler sonucu ortaya çıkan risklerin şehrin seçilen yeri üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Özşahin, E. (2015): "Hatay İlinde Macera Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi" adlı eserde, Hatay ili ele alınarak, bu ilin macera turizmine uygun potansiyel bölgeleri tespit edilmiş ve macera turizminin potansiyeli değerlendirilmiştir.

Öcal, T. ve Güleş, M. (2022): "Samandağ İlçesinin Tarihi-Kültürel Turizm Potansiyeli" adlı eserde, Hatay ili ve Samandağ ilçesi ele alınmıştır. Çalışma da Samandağ'ın tarihi ve kültürel mirasları ortaya çıkarılıp turizm potansiyeli belirlenmiştir.

Ömeroğlu, C. (2006): "Antakya Kentinin Özgünlüğü Ve Günümüz Koruma Sorunlarının Antakya Kentsel Sit Alanında İrdelenmesi" adlı yüksek lisans tezinde, Antakya kentsel sit alanı ele alınmış olup, bölgede ki tarihsel kültürün ve mimari dokunun günümüzde ki durumu belirtilip, konuyla ilgili sorunlar incelenmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur.

İstek, E. (2020): "Seyyahların Gözüyle Antakya Şehri (10-19. Yüzyıllar Arası)" adlı eserde 10.-19. yüzyıllar arasında Antakya şehrine giden çeşitli dine mensup seyyahların eserlerindeki Antakya tasvirleri incelenmiştir.

Eraslan, A. (2009): "Antakya ve Çevresinde El Zanatları" adlı eserde, Antakya şehri ve çevresindeki el sanatlarının bölgedeki fonksiyonu üzerinde durulmuş, geçmişten günümüze kadar ki önem derecesi tespit edilmeye çalışılmış ve tüm bu zanaatlar başlıklar içerisinde onların sorunları, eserlerinin yapılış aşamaları gibi konuları incelenmiştir.

Bozkurt, S. G. (2005): "Antakya'nın Geleneksel Evlerinin Avlu Özellikleri Üzerine Bir İnceleme" adlı eserde Antakya şehrinin geleneksel ev ve avlu yapıları incelenmiştir ve bölgede ki bu evlerin yeterince korunamadığı konusu üzerinde durulmuştur.

Güven, A. (2016): "Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yaratıcı Turizm Antalya İli Örneği" adlı yüksek lisans tezinde, Antalya ili yaratıcı turizm kapsamında

incelenmiş, bölgenin sahip olduğu potansiyel örnek olay çalışması ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Dinç, Y. (2015): "Antakya (Hatay) Şehir Coğrafyası" adlı çalışmada Hatay ilinin merkezi olan Antakya şehri, şehir coğrafyası kapsamında şehrin coğrafi faktörleri, beşerî ve iktisadi özellikleri titizlikle anlatılmış, gerekli kriter ve perspektifl bir bakış açısıyla incelenmiştir.

Kaymaz, Ç. K. (2015): "Antakya Kentsel Sit Alanının Kültür Turizmi Yönüyle Değerlendirilmesi (Hatay)" adlı çalışmada sahanın turizm potansiyeli; doğal, kültürel, tarihsel ve inanç özellikleri çeşitli yöntem ve metodlar kullanılarak ele alınmış ve bu potansiyelin kültür turizminde nasıl kullanıldığı incelenmiştir. Bu süreç içerisinde bu kentsel sit alanının koruma-kullanma dengesi ile ne kadar geliştirilebileceği üzerinde durulmuştur.

Eykay, İ., Dalgın, T. ve Çeken, H., (2015): "İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi" adlı eserde, bölge halkının bu turizm türüne, turistlere bakış açışı, bu turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerıı araştırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen sonuç ve bulgular ile Antakya şehri'nin inanç turizmi potansiyeli incelenmiştir.

Özşahin. E. ve Kaymaz. Ç. K. (2015): "CBS ve AHS Kullanılarak Doğal Çevre Bileşenleri Açısından Kentsel Mekânın Yerleşime Uygunluk Analizine Bir Örnek: Antakya (Hatay)" adlı eserde, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) tekniğinden yararlanılarak Antakya şehrinin doğal çevre elemanlarının yerleşime uygunluğunun analizi Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi ile yapılarak sonuçları incelenmiştir.

Üçeçam Karagel. D. ve Karagel. H. (2014): "Tarihi Bir Ticaret Merkezinin Pazarlama Coğrafyası Kapsamında Analizi: Uzunçarşı (Antakya /Türkiye)" adlı eserde, Antakya şehri ticaret merkezi olan Uzunçarşı'nın geçmişten günümüze kadar ki süreçte mekân ve fonksiyon ilişkileri pazarlama coğrafyası kapsamında incelenmiştir.

Üzülmez, M. ve Akdağ, G. (2020): "Gastronomi Turizminde Yeni Tur Rotaları: 3 A (Adana-Antep-Antakya) Lezzet Bölgesi Örneği" adlı eserde, yeni gastronomik tur rotası olarak belirlenen, mesafe olarak birbirlerine yakın Adana-

Gaziantep ve Antakya şehirlerinin, yöresel mutfakları ve bu turizm bölgesindeki diğer gastronomik çekiciliklerinin ifade edildiği 3 A Lezzet bölgesi projesi incelenmiştir.

Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017): 'Yaratıcı Turizme Kavramsal ve Coğrafi Bir Yaklaşım' adlı makalesinde, yaratıcı turizm ele alınmış olup bu kavram turizm coğrafyası yaklaşımı iledeğerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN TURİZM VE YARATICI TURİZM

1.1. TURİZM

Turizm, insanların tatil, dinlenme, sağlık, kültür, spor, diğer toplumları tanıma vb. amaçlar ile sürekli olarak bulundukları yerden ayrılarak, yurt içi ve yurt dışındaki yörelere doğru hareketliliği ve bu yörelerdeki geçici olarak kalışları olarak tanımlanabilir (Uslu, 1990)

Fransızca kökenli olan bu kelime Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre; gezmek, eğlenmek, dinlenmek,görmek ve tanımak gibi sebeplerle yapılan geziolarak ifade edilip, sürekli konaklanılan yerin dışındaki, herhangi bir bölgeye turist çekmek amacıyla yapılan yatırımların ve hizmetlerin tümü olarak açıklanmaktadır.Baktığımızda Fransızcada 'tourisme' den çevrilen bu kelimenin kökeni 'tour-touri'yani yuvarlak, dönmek ve tur kelimelerinden gelmektedir (Doğanay, vd., 2022).

Turizm; farklı dillerde olduğu gibi kökeninden de anlaşılacağı üzere bir kişinin bulunduğu yerden başka bir yere çeşitli sebeplerden gidip kalması, seyehat etmesi anlamını taşımaktadır (Tümertekin, 1982). Günümüzde bu hizmeti turlar düzenlemekte olup; turizm bireysel ya da belli bir topluluklada yapılabilmektedir. Bu işi yapan kişiye ise turist denilir. Turistler yerli ve yabancı olarak ikiye ayrılırken turizm; tatil turizmi, iş turizmi, dini turizm, kültür turizmi, yayla turizmi, yaratıcı turizm, kış turizmi gibi amacına, nedenine göre çeşitlere ayrılabilmektedir. Yine baktığımızda Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise turizmi; yaşadığı çevre dışındaki, belirlenen süreyi geçmeyeceve ana amacı ziyaret ettiği yerde para kazanılan bir faaliyetin denenmesi dışında seyahat etmek olan bir kişinin faaliyetleri şeklinde tanımlamaktadır.

Özgüç'e göre bir seyahatin turizm olabilmesi için, o seyehatın sürekli konaklanılan, çalışılan yerlerin dışına yapılması, gidilen yerde turizm işletmelerininhizmetlerinden faydalanılması, onların turistlere sunduğu ürünlerden alınması, kullanılması ve tüketilmesi bunun yanında yapılan konaklamanın geçici olması gerekir (Özgüç, 2017). Köksal'a göre ise turizm, beğeni, eğlence, haz için yapılmış yolculuk olarak tanımlanmaktadır (Köksal, 1976).

1.2. YARATICILIK

Bir olgudan, nesneden ya da düşünceden yola çıkarak yeni bir fikir, olgu veya nesne yaratma yeteneği olarak tanımlanan bu sözcüğü Türk Dil Kurumu (TDK); yaratıcı olma durumu, yaratma yeteneği ve ruh olarak 3 şekilde açıklanmıştır. Fransızcadan dilimize geçmiş Latince kökenlidir. Latince'de 'creativity' olarak tanımlanan bu sözcük 'creare' yani 'yaratmaktan', 'creat' yani 'yaratır' fiilinden türetilmiştir. Fransızca karşılığı 'créativite' olan yaratıcılık, 'créatif' yani 'yaratıcı' sözcüğünden alıntıdır. Bunun da kökeni Latincedir (San, 2014).

Yaratıcılık; insanda açığa çıkmış ve gizli kalmış yetenekler, problemlere duyarlı olma süreci, serüvenci düşünme, yenilikçi olma gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Öncü,1992). Bununla birlikte yaratıcılık kavramı; kişisel gösterimin önemli olduğu anlatımsal yaratıcılık, yeteneklerin ortaya koyulduğu üretici yaratıcılık, tecrübenin orijinal kullanımıyla kazanılan buluşçu yaratıcılık, ilerlemenin üretici bir dönüşüme dayandığı yenilikçi yaratıcılık ve yeni temel prensipler anlayışla ifade edilen en iyi hazırlanmış yaratıcılık olmak üzere beş düzeyde ifade edilmektedir (Samen, 2008).

Bu kavram dünyanın her yerinde ve hemen hemen her sektörde kullanılmakta olup, insanların yaşantısına, geleceğine de ışık tutmaktadır. Günümüzde yaratıcı olma fikri sanayide, turizmde, sanatta, bilimde hatta moda da bile ön plandadır. Yaratıcı bi tarz, yaratıcı bir bina, yaratıcı bi proje vb. söylemler günlük hayatımızdan tutup iş hayatımıza kadar uzanmaktadır. Bilinenin aksine, ortaya yeni bir ürün, nesne, fikir veya olgu koymak çağımızın en büyük özelliklerinden bir tanesidir. Bakıldığında özetle yaratıcılık artık dünya genelinde birçok alana ve sektöre yayılmıştır. İnsanın merkezde olduğu yeni bir fikir yaratma durumu pek çok alanda karşımıza çıkabilmektedir. Reklamcılık buna en güzel örnektir. Yine baktığımızda yaratıcılık endüstriyel sektöründe de gastronomide de ve el sanatları gibi sanatsal alanlarda da oldukça önemli bir yere sahiptir. Bilindiği üzere bir sanatçı eserini kendi his ve fikirleriyle gerçekleştirir. Yani en önemli yaratıcılık ürünlerine heykelcilik örnek verilebilir. Yine gastronomi de özellikle ülkemizde ki yemeklerin tarihine baktığımızda pek çok aşçı, şef kendi fikirleriyle bilinmeyen bir tat ortaya koyabiliyor.

Yaratıcı turizmin oluşumunda da büyük katkı sağlayan endüstriler ise, ekonomik faydalarının yanı sıra sosyal bağı kuvvetlendirme, kültürel çeşitliliği ortaya çıkarma gibi insani gelişime katkı sağlamıştır (Aşık, 2014).

Yaratıcı endüstri dediğimiz bu sanayi kolundan pek çok kişi, meslek ve yerleşim alanı etkilenmiştir. Bu sektörün iş gücünü oluşturanlar ise yine pek çok kültürel ve sosyal olarak kendilerini geliştirmiş mesleki, bilimsel ya da sanatsal alanlarda faaliyet gösteren meslek gruplarıdır. Yine bu grupların içerisinde bulunan kişilerin ortaya koyduğu ürünler ise; yani yenilikçi ve yaratıcı fikir ve nesneler; toplumdaki eğitim, sanayi, hizmet gibi sektörlere ulaşarak gerek pazarlarda gerek raflarda yerini alarak, pek çok alana ve yaratıcı turizme de katkı sağlamıştır. Bakıldığında yaratıcılık pek çok alanda varlığını sürdürmesinin yanısıra yaratıcı turizm de önemli bir yere sahiptir. Yine yaratıcı turist dediğimiz turistlerde de bu yaratıcılık fikri oldukça önem taşımakta ve hatta turizm anlayışlarına bambaşka bir yön vermektedir.

Görüldüğü üzere yaratıcı turizmin merkezini oluşturan yaratıcılık, hem ekonomiyi hem de toplumsal gelişmeyi olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle kültürel turizmin bir uzantısı olan yaratıcı turizmin, ülke ve bölgelerin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin korunup ve yaşatılması için faydalanılması gereken bir kavram olduğunu söylemek mümkündür (Güven, 2016).

1.3. YARATICI TURİZM KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Günümüz teknolojisinin gelişmesiyle birlikte değişen sosyo-kültürel, ekonomik, toplumsal, ticari ve siyasi hayatın bir getirisi olarak insanlar bu yenileşen ve kolaylaşan dünya da turizm faaliyetlerine yoğunluk vermiştir. Artan bu ilgi sayesinde turizm sektörü gelişmiş ve yeni kollara ayrılmış bu da turizmin çeşitlenmesine olanak vermiştir. Değişen ve gelişen dünyamızda insanlar artık daha fazla kendilerine vakit ayırmak, yoğun iş hayatı psikolojisinden kurtulmak için turizmde de yeni arayışlara girmişler ve böylece turizm tercihleri de geçmiş yıllara nazaran bazı değişikliklere uğramıştır. Bunların yanında insanlar, yolculuk maliyetlerindeki düşüş, boş zaman ve kullanılabilir gelirdeki artıştan kaynaklı entelektüel ilerlemeyle de ilgilenme olanağı elde etmiş (Bodger, 1998), bu olanaklar ışığında dinlenme ve değişik kültürleri öğrenme gibi hedeflerle yolculuğa çıkmaya başlamışlardır. Bu sebeple turizm, çeşitli hedefler

ışığında seyahat eden farklı kültürel ve sosyal durumlara, hislere, olgulara hâkim kişilerin bilgi, kültür, örf ve terbiye seviyeleri arasında bir etkileşim sağlamasına imkân sunmuştur (Baykan, 2007). Bakıldığında geçmişten bugüne sıra gelen yaz turizmi, kış turizminin yanında kültür turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi, ekoturizm ve yaratıcı turizm gibi yeni turizm türleri oluşmuştur. Burada turizmin ehemmiyetli endüstrilerinden biri olan birinci kuşağını klasik turizm, ikinci kuşağını ise kültür turizmi oluşturmaktadır. Üçüncü kuşak ise kültür turizminin uzantısı olan yaratıcı turizmdir (Richards ve Raymond, 2000; Richards ve Wilson, 2006; Richards ve Marques, 2012). Nitekim birinci turizm türü deniz, kum ve güneşi, ikinci turizm türü kültüre ve tarihi turları oluşturmaktadır. Bunun yanında üçüncü turizm türü dediğimiz yaratıcı turizm ise bölgedeki kültürün turistle etkileşimi sonucu, turiste özgün bir deneyim kazandırarak kültürü, eğlenceyi ve deneyimi birlikte (Gülüm, 2015) sunmasıdır. Fakat yaratıcı turizm; farklı görüşler dinlenildiğinde Güven (2016)'e göre kültürel turizmin bir uzantısı olarak kabul edilirken, Âşık (2014)'a göre kültürel turizmden farklı olarak; turistin pasif değil aktif olduğunu, gözlemleyen değil bizzat deneyimleyen kişilerden oluştuğu ayrı bir turizm türüdür. Örneğin Richards (2005), yaratıcı turizmi "durağandan ziyade haraketli, görmekten çok öğrenme ve ekonomik ilerlemenin yanında kişisel gelişim olayı" olarak ifade etmiştir. Yine 2006 yılında ABD'nin New Mexico eyalet başkenti Santa Fe şehrinde gerçekleştirilen "Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru" konferansında da yaratıcı turizm "sanata, kültürel mirasa ya da bir bölgenin otantik değerlerine iştirakçi bir öğrenme biçimiyle özgün tecrübelere yönlendirilen bir seyahat" olarak ifade edilmiştir (UNESCO, 2006). Gelenekselci anlayıştan sıkılan yeniçağ insanları artık turizmi de kendilerine özgü bir ifadeyle gerçekleştirmek istemesinden ötürü yaratıcı turizm günümüzde dikkat çeken turizm türlerinden biri haline gelmiştir. İnsanlar artık bir yeri ziyaret etmek için seyahat acentelerinden, turlardan randevu almak yerine bireysel veya kendi çevrelerinden insanlarla; yerel halkın nasıl yaşadığını, neler yaptığını, onların kültürel değerlerini bizzat yaşayıp deneyimlemek istemiştirler. Bu yüzden de alışılmışın dışında olan yaratıcı turizm yeniçağın tercih edilen turizm faaliyetlerinin başında gelmektedir. Yani, özetleyecek olursak, kısaca yaratıcı turizm; İnsanların inanç, düşünce, değer ve yaşam tarzlarından oluşan soyut ögeleri içeren, bunların tesiriyle oluşan sanat eserleri, el sanatları, müzeler, diğer kültürel niteliklerden oluşan somut ögeleri de içine alan

(Hemmati ve Abbasi, 2013) turistin aktif ve deneyimleyici olduğu, yöresel ve bölgesel değerleri keşfettiği, kültür, eğlence ve yolculuğu birlikte yaşadığı yeni bir nesil turizm türüdür.

1.4. YARATICI TURİZM MODELİ ve GENEL YAPISI

Yaratıcı turizm, potansiyeli olan bir kültür bölgesinde var olduğunda; o bölgenin ekonomisinin kalkınmasına katkı sağlayıp bölgedeki toplumsal, sosyo-kültürel ve finansal düzeyin gelişmesine olanak sağlar. Kendilerini geliştirmek, yeni bir şeyler öğrenip deneyimlemek vb. gibi amaçları olan turistlerin bu amaçlara ulaşmaları için belirledikleri istikamette yaratıcı turizm kendini gösterirken; bölgede ki kültürel değerlerin ve kültür varlıklarının farklılığını ve yaratıcılığını kullanarak hem yaratıcı turistlerin ilgi alanına hitap edip hem de orada ki yaratıcı endüstrileri uyarır. Ohridska vd. (2010) tarafından ortaya konulan yaratıcı turizm modeli; bilinen alışılmış kültürel turizm modelinden apayrı bir modeldir. Kültür turizmi beşerî yapılar içerisine aldığımız; anıtlara, tarihi, sanatsal veya bilimsel değerlere sahip yapı yani mimari topluluklara, heykellere, resimlere, arkeolojik eserlere, tarihi mirasın varlığına, kitabelere ya da doğal faktörlerle oluşmuş mağaralara, coğrafi güzellikler dediğimiz yer şekillerine odaklanmıştır. Yaratıcı turizm ise daha çok bir bölgenin dikkat çeken geleneklerini, adet ve kültürlerinin sonucu ortaya çıkan kültür varlıklarına, el sanatlarına, bireysel ilgi ve hobilerine odaklanmıştır. Yani tek bir kişinin hobisi yaratıcı turizmin hedefleri arasında olabildiği gibi bir ülkenin gelenekleri de yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilmektedir. Diğer bir fark ise ekonomiktir. Kültürel turizmden elde edilen gelirler özel diye nitelendirdiğimiz müzelere, acentelere ve tur şirketlerine kalırken yaratıcı turizm de turistler bireysel hareket etmek istediğinden harcamaları ve aktiviteleri de o bölgeden ve esnafından yapılmaktadır. Bölgedeki ticaretin canlanması; finansal açıdan hem bölgeyi kalkındırmaya hem de elde edilen kârın ülke ekonomisine yansımasına olanak sağlar. Yaratıcı turizm, turizm yapılacak bölgenin ekonomisine fayda sağlamakla birlikte bölgede ki diğer sektörlerin gelişmesini ve bu sektörlerin o bölgeye yatırımlarının artmasına da olanak sağlar. Kültür turizmi ile yaratıcı turizm arasında farklılıklar mevcut olmakla birlikte, yaratıcı turizm modeli, bu turizmin gelişmesini sağlayacak yapı taşlarını kültürel bir turizm alanında da taşımaktadır. Aslında yaratıcı turizmin diğer turizm türleriyle tamamlanması da bir hayli mümkündür.

Bunlara örnek verilecek olunursa, yaratıcı ve kültürel turizm, yaratıcı ve gastronomi turizmi ilk sayılacaklar arasında yer almaktadır. Bu şekliyle ortaya çıkacak olan bir yaratıcı turizm bölgesinde diğer turizm çeşitlerinin de gelişmesiyle birlikte bölgedeki turizm geliri de yükselecektir (Aşik, 2018).

Turistlerin içinde bulundukları etkinliklerden sıkılması ve durgun kalması ile bölgede ki turizm sektörü çalışanlarının turistleri daha fazla etkileme ve onlardan olumlu anlamda etkilenme isteği sonucunda yeni yöntemleri araştırmaya başlamaları yaratıcı turizmin giderek önem kazanmasını sağlamıştır (Raymond, 2009). Araştırılan bu yeni yöntem ve yeni yolların turizme kazandırılarak yeni girişimler ortaya koymaları ve bu süreçte yerel yönetim ile desteklenmeleri yaratıcı turizmin gelişimine olduça güç kazandırmaktadır (Zahra,2005). Bu anlamda yaratıcı turizm, bu turizm bölgesinin kendine mahsus yönlerini meydana çıkartır ve bunun sonucundan bölgedeki turist ve yerel halk için bu kıymetlerin daha önemli ve değerli bir hal almasına olanak sağlar (Jelinčić ve Žuvela,2012). Yaratıcı turizmin yapılabilmesi için yaygın olarak iki model yer almaktadır (Güven, 2016):

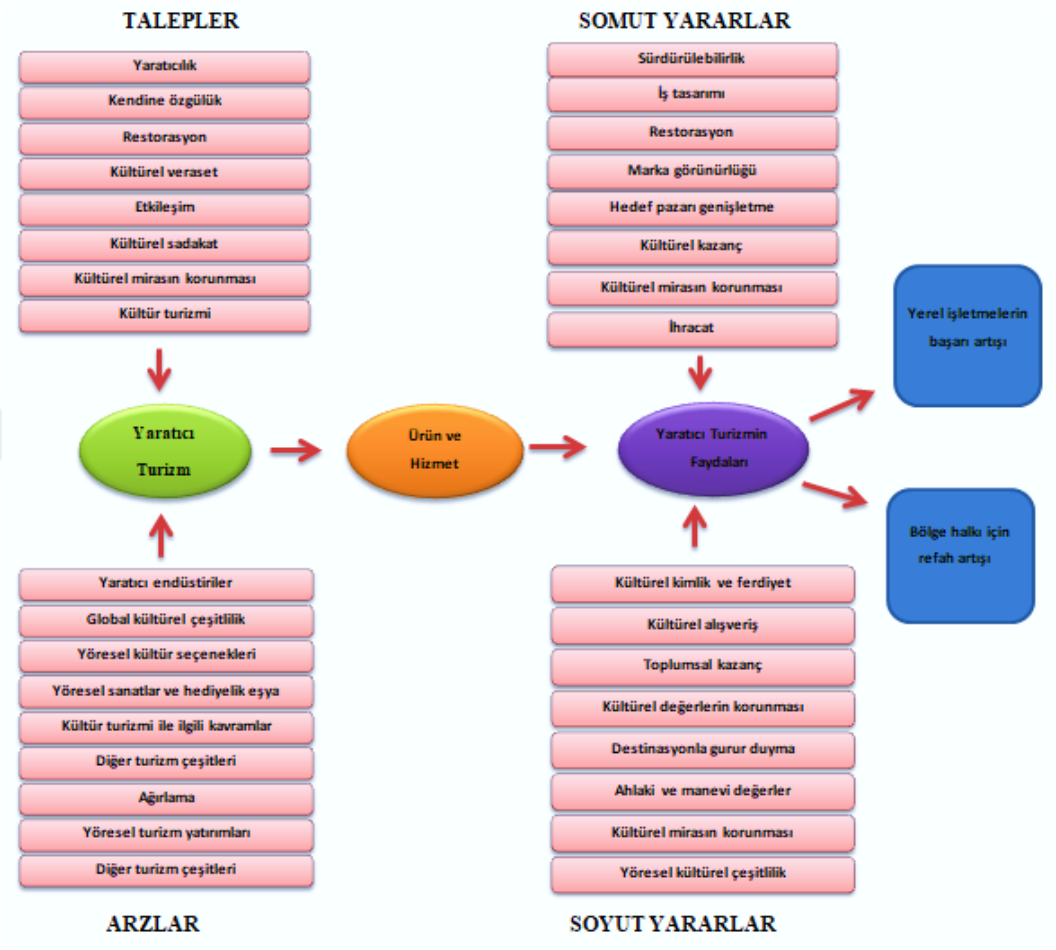
1. Model: Yaratıcılığı bir turist aktivitesi olarak kullanma

2. Model: Yaratıcılığı turizm için arka plan olarak kullanma

İlk model turistlerin yaratıcı faaliyetlere etkin katılımını vurguladığından yaratıcı turizmin daha "klasik" olan modelidir. Yaratıcı hayatın, bir yeri daha cazip kılabileceğinin en iyi örneklerinden biri Santa Fe Şehridir (Minhua, 2010; Pratt, 2010; Carreau, 2010). Santa Fe Şehri'nde kültür, tarih ve peyzajla birlikte el sanatları ve halk sanatı sayesinde sunulan birçok imkân, birçok tecrübe ve eser türü yaratıcı çekicilik olarak yaratıcı turistlere sunulmaktadır. Bu türler operayı ziyaret etmeyen ya da tablo almayan ziyaretçiler için bile şehri çekici hale getiren bir "atmosfer" veya "ortam" yaratmıştır. Zaman ilerledikçe yaratıcı turizmi iyileştirme ve ilerletme planlarının geniş bölgelerde türediği ve yaratıcı turizm tecrübelerinin daha büyük bölgelere yayıldığı görülmektedir (Güven, 2016).

İkinci modelde ise etkinliklerin dışında bu turizm bölgelerinin elinde bulundurduğu meziyetler, hadiseler, yer ve mekânlar, romantik veya tarihi görünümler gibi geniş bir yelpazeye yayılıp ilerleyebilecek yaratıcı turizm tecrübelerinden söz etmek mümkündür. Yalnız bir bölgenin kültürünü pazarlamak için değil aynı zamanda

bu amacın hüviyetini desteklemek ve yöresel kültür ve yaratıcılık yoğaltımını hareketlendirmek için turizmi değerlendirmek daha ehemmiyetli hal almaya başlamıştır (Richars, 2011).



Şekil 1.4. Yaratıcı Turizm Modeli

Kaynak: Ohridska vd. (2010) ve Güven (2016)'den faydalanılarak hazırlanmıştır.

1.4.1. Yaratıcı Turizmin Faydaları

Yaygın olarak, yaratıcı turizmin değişik açılarıyla kültür turizmine farklı bir bakış açısı kattığı aşikârdır. En önemli yanı ise yaratıcı turizmin kesin sonucundan ziyade, süreç odaklı yeni bir boyut kazandırmış olmasıdır (Gordin ve Matetskaya,2012: 57). Yaratıcı turizm, şuurlu ve akılcı yollarla geliştirildiği sürece, milli ekonominin bir kısmı olarak bu bölgelere ve bölge halkına önemli faydalar sunar. Bu faydaları aşağıdaki gibi maddeler halinde sıralamak mümkündür (Ohridska vd.,2010: 14; Godbey,2008: 106; Trueman, vd., 2008; Ooi ve Strangaard Pedersen, 2010: 324; Zenker, 2009: 28):

•Yerel el sanatları, örf ve adetler, yöresel müzik ve yerel kıyafetlerin yeniden gün yüzüne çıkması,

•Yerel halkın kültürel mirasla onur duyup bu mirası koruması,

•Yerel örf ve adetlerin adını duyurup yayılması,

•Eski medeniyetlerin kendine has halk sanatları ve el sanatlarını koruması,

•Somut ve soyut kültürel mirasın korunarak sürdürülebilmesi,

•Gelir oluşturan yaratıcı işletmelerin geliştirilmesi,

•Ziraat, dokuma, gastronomi gibi hizmet sektörlerinin hediyelik eşya satan küçük işletmelerin iyileştirilip büyümesine katkı sağlaması,

•Turizm bölgesinin rekabet gücünün artması,

•Yoksulluk, çevresel sürdürülebilirlik vb. gibi sorunlara reformcu yöreye özgü çözümler bulunması,

•Turizm bölgesinin ün ve itibar kazanması ve kültürel hüviyetini güçlendirilmesi,

•Sezon sorununun olmaması ve tüm yıl aktif olması,

•Kadın ve gençlere istihdam imkanı ve gençlere girişimcilik imkanı sunar.

Bunların yanında yaratıcı turizmin maddi ve manevi başlıklar altında da faydaları vardır. Yaratıcı turizmin ekonomik faydaları, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü‟nün "bir gezi öncesinde, sırasında ve sonrasında bir ziyaretçi aracılığı ile veya onun adına yapılan; ziyaretçinin bilinen ortamının dışında gerçekleştirilen gezi ile bağı olan" biçimindeki tanımlaması ile ölçülürken, yaratıcı turizmden sağlanan manevi faydaların ölçümü bir hayli zordur. Yaratıcı turizmin sağladığı ekonomik faydalar aşağıdaki gibi listelenebilir (Güven, 2016):

•*Kültürel kazanç:* Yaratıcı ve kültürel kazançların yükselmesi artışı (maddi ve manevi).

•*Hedef pazarı büyümesi:* Yaratıcı turizmin yardımıyla kültürel ve yaratıcı işletmelere olan ulaşımın coğrafi yönden gelişmesi ve büyümesi.

•*Yenilik:* Toplumun faydası için yaratıcı turizmi içine alan yenilik planlarının artışı.

•*Kültürel mirasın korunması:* Kültürel mirasın yaratıcı turizmde yenilenebilir bir kaynak olarak hizmet sunması için korunması.

•*Sürdürülebilirlik:* Bir kreasyon dönemi ve yenilenebilir etkinlik olma niteliği sebebiyle yaratıcı turizmin en önemli faydalarından biri olarak görülmektedir.

•*Marka görünürlüğü:* Yöresel sanatlar ve zanaat markaları turizm aracılığı ile kıymetlenmektedirler. Yaratıcı turizm markanın tanınırlığını sağlamakta ve küçük birlikler için marka eşitliği yaratmaktadır.

•*İş tasarımı:* Klasik turizm faaliyetlerinin yanı sıra yaratıcı turizm; sanatçılara, zanaatkârlara ve diğer profesyonel gruplara istihdam fırsatı yaratmaktadır.

•*İhracat:* Tipik turizm ihracatlarının yanı sıra yaratıcı turizm; kültürel ve yaratıcı işletmelerin ihracatlarına da destek olmaktadır.

Yaratıcı turizmin manevi faydaları şu şekildedir (Güven, 2016):

•*Kültürel kimlik ve eşsizlik:* Benzersiz olan yerel sanatlar ve zanaatlara yönelme ve yerele özgü, orjinal yerel kimliğe destek olmaktadır.

•*Sosyal kazanç:* Sosyal sermayeyi artırmak için sosyal değer ve işbirliğinin arttırılması ve bunun neticesinde yaratıcı turizm ürün ve hizmetlerinin ortaya konulup işlenmesidir.

•*Kültürel mirasın korunması:* Gelen turistlere farklı hizmetler sunmak amacı ile bölgede ki kültürel miraslara zarar vermek yerine yöre halkının yerel kültürel değerlerini koruyarak yaratıcı turizmin geliştiğini öğrenmeyi sağlamaktadır.

•*Kültürel alışveriş:* Yaratıcı turizm ürün ve hizmetlerinde "deneyim" ve "katılım" modelinin temelinde nitelik ve nicelik bakımından daha fazla insan etkileşimi ve kültürel alışveriş yer almaktadır.

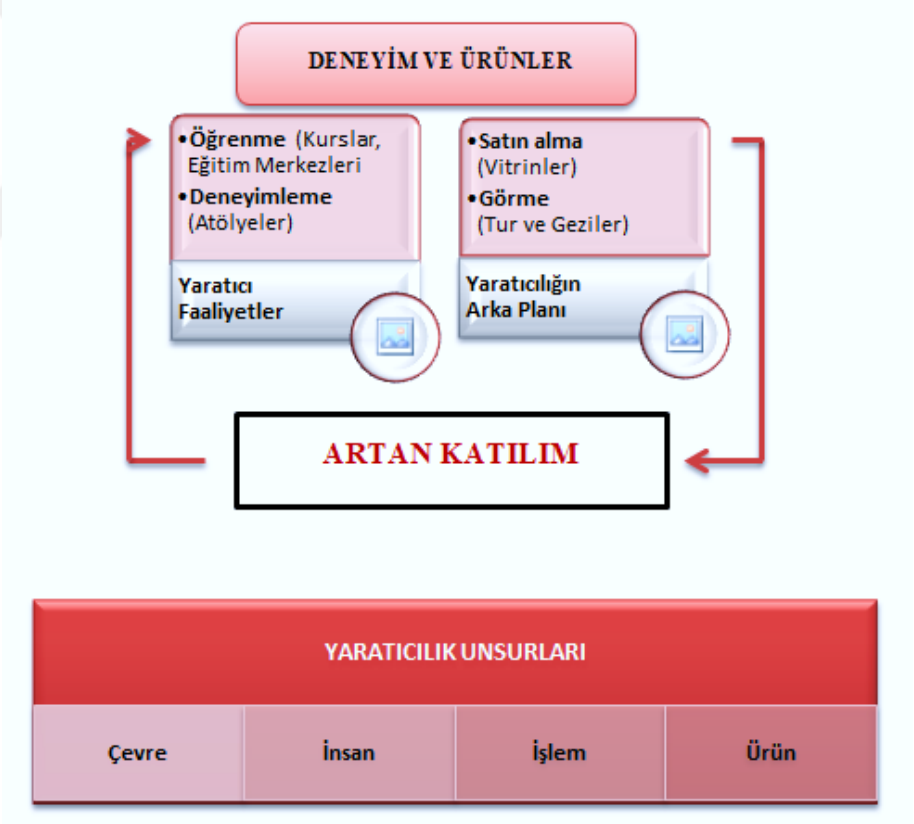
•*Yerel kültür çeşitliliği:* Turizm pazarında başarılı bir yarışa girebilmek için topluluklar yerel kültürel kimliklerini belirtmek ve korumaktan sorumludur. Bu sebeple yaratıcı turizm kaynaklarında belirgin bir çeşitlenme ortaya çıkmaktadır.

•*Ahlaki ve manevi değerler:* Yerel halkın sahip olduğu ahlaki ve manevi değerler, örf ve adetler daha fazla göz önüne gelir ve gelecek kuşaklara taşınması hususunda katkı sunar.

•*Destinasyonla gurur duyma:* Bölgenin sahip olduğu zengin potansiyelle ilgili bölgedeki yerel halk bu değerlerin farkına daha çok varmaktadır. Sahip olduğu destinasyonun önemini görmek, korumak ve sürdürülebilirlik düşüncesi ile turizm

alanında yerini bulması yerel halkın kendine olan güvenini olumlu şekilde etkiler ve pozitif bir yarar sağlar.

Yaratıcı turizm bölge nüfusunun gelirinin yükselmesiyle birlikte yerel ekonomiye önemli fayda sunmaktadır. Yaratıcı turizmdeki iş modeli belirgin bir şekilde göstermektedir ki kültürel turizmin yapıldığı bir bölge aynı zamanda yaratıcı turizmden faydalanmaktadır. Turizmin çeşitli biçimlerinin birbirleri arasındaki bağ yaratıcı turizm faaliyetleri ve etkinlikleri aracılığı ile oldukça verimli bir zemin bulmaktadır (yaratıcı turizm ve macera turizmi, kültürel turizm ve yaratıcı turizm, arkeoloji turizmi ve yaratıcı turizm, şarap ve gurme turizmi ve yaratıcı turizm vb.). Sonuç olarak kültürel turizmin etkili kaynaklarına sahip bu turizm bölgeleri, yaratıcı turizm ile birlikte bölgedeki kazanımlarını maddi ve manevi hemen her konuda olumlu etkileyecek tüm avantajları kullanmaktadır (Ohridska vd., 2010).



Şekil 1.5. Yaratıcı Turizm Yapısı

Kaynak: Richards (2011) ve Güven (2016)'den faydalanılarak hazırlanmıştır.

1.5. YARATICI TURİST ve ÖZELLİKLERİ

Yaratıcı turizmin gereksinimleri içerisinde aktif rol oynayıp (Özdaşlı vd, 2010) seyahat ettikleri ülkelerin kültürüyle yakınlaşmak isteyen, o bölgedeki yerel halkın kültürel değerlerini öğrenip yeni şeyler deneyimleyen, yeni yetenekler kazanıp yapmak isteyen ve yeni hazlar yaşamak isteyen (Prentice ve Andersen 2007) yani kısaca dinlenmek, görmek ve tanımak deneyimleyip aktif olmak gibi amaçlarla geziye çıkan turistlere yaratıcı turist denilmektedir. Yaratıcı turistler diye adlandırdığımız bu turistler turizm faaliyetleri içerisinde durağan olmaktan çok hareketli ve etkileşim içerisinde olmayı istemekte, o destinasyonun kültürel niteliklerini doğalına uygun şekliyle yaparak, yaşayarak tercih etmekte, yapay olmayan, natürel ve orijinal tecrübeler edinerek, kişisel birikim ve becerilerini arttırmayı amaçlamaktadırlar (Jelini ve Žuvela, 2012; Raymond, 2008). Tanımlamalardan da anlaşıldığı gibi yaratıcı turistler; öğrenmekten, bilgi edinmekten zevk alan, yeni kabiliyetler şekillendirerek, var olan becerilerini iyileştirerek kişisel merak alanlarını memnun edebilecekleri ve benzersiz tecrübeler yaşayabilecekleri turizm bölgelerini seçen ve bu bölgedeki halkla daha samimi olan, yanlarında olan kişilerden meydana gelmektedir. Bütçelerinin önemli bir kesimini yaratıcı turizm ile diğer turizm çeşitleri için (kültürel turizm, gastronomi turizmi gibi) tüketmektedirler. Bu arada harcamalarını farklı turizm türlerini bir araya getirerek o turizm kombinasyonlarına yapmaktadırlar. Çoğunlukla finansal yönden iyi bir düzeyde olan, çalışma zorunluluğu bulunmayan yaşlılar gibi boş vakitlerini becerilerini geliştirmek üzere kullanmak isteyen, ileri düzeyde eğitimli, genç seyyahlar ya da kendi ülkelerinin çeşitli yönlerine ilgi duyan herkes yaratıcı turistler içerisinde yer alabilmektedir (Raymond, 2003). Bölgedeki yerel halkın turizm değeri taşıyan aktivitelerinden faydalanmaları hem turistler için yeni kazanımlar sağlamakta hem de bölge halkı için olumlu bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Bilindiği gibi Antakya şehrinde birçok kültür motifi bulunmakta ve bu motiflerin her biri ayrı kültürlerin kaynaşmasıyla ortaya çıkmış bulunmaktadır. Örnek verecek olursak; bölge halkının üzerinde dikkatle çalıştığı taş işlemeciliği yanı heykelcilik ve mozaik yapımı tarihi yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Buna rağmen günümüzde hala devam eden bu kültürel faaliyetler yaratıcı turistlerinde oldukça ilgisini çekmektedir. Nitekim bu hedeflerle yolculuk eden yaratıcı turistler, bir yandan başka kültürlerden insanlarla tanışıp, kaynaşarak sosyal gereksinimlerini, diğer yönden kişisel kabiliyetlerini

geliştirerek kendini aşma ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Tüm bunlara bakıldığında yaratıcı turistlerin diğer turistlerden bazı farkları olduğu görülür. Yaratıcı turistler; (Aşik, 2018):

• Çok sık yolculuğa çıkarlar ve yolculukları sırasında fazladan harcama yapmaktan sakınmazlar,

• Somut kültürel mirastansa, soyut kültüre daha fazla ilgi besler,

• Çeşitli kültürleri öğrenip, yaşamayı özel bir hak gibi ve şahsi gelişimleri için önemli bir şans olarak görürler,

• Meraklarını uyandıran konuları içeren yerlere gitmek, o bölgedeki insanlarla buluşmak ve o tecrübenin bir parçası olmak isterler,

• Yaşam beklentileri üst düzeydedir ve şahsi tecrübelerini çoğaltma öncelikli amaçlarıdır,

• İlgili, araştırma, soruşturma, inceleme arzusu olan, keşfetme isteği yüksek ve enerjik, canlı kişilerdir,

• Tabii ve kültürel çevreyi farkeder, şuurlu davranır ve hassastır, kültürel mirası korumak ister,

• Kendini tanıma, neyi sevip neyi istediğini bilme konusunda yeteneklerinin farkındadır, gideceği yerle ilgili bilgi sahibidir. Bölgedeki halkla beraber seyehatini, misafirliğini anlamlandırmak istemektedir,

• Yaratıcılık ögelerini barındıran ve ilgi odağında olan rastgele bir etkinliğe yüksek meblağlar ödemeye hazırdır.

• Seyahat planını bireysel ve ya bir tur operatörü ile beraber yapabilme yetisine sahiptir.

İKİNCİ BÖLÜM

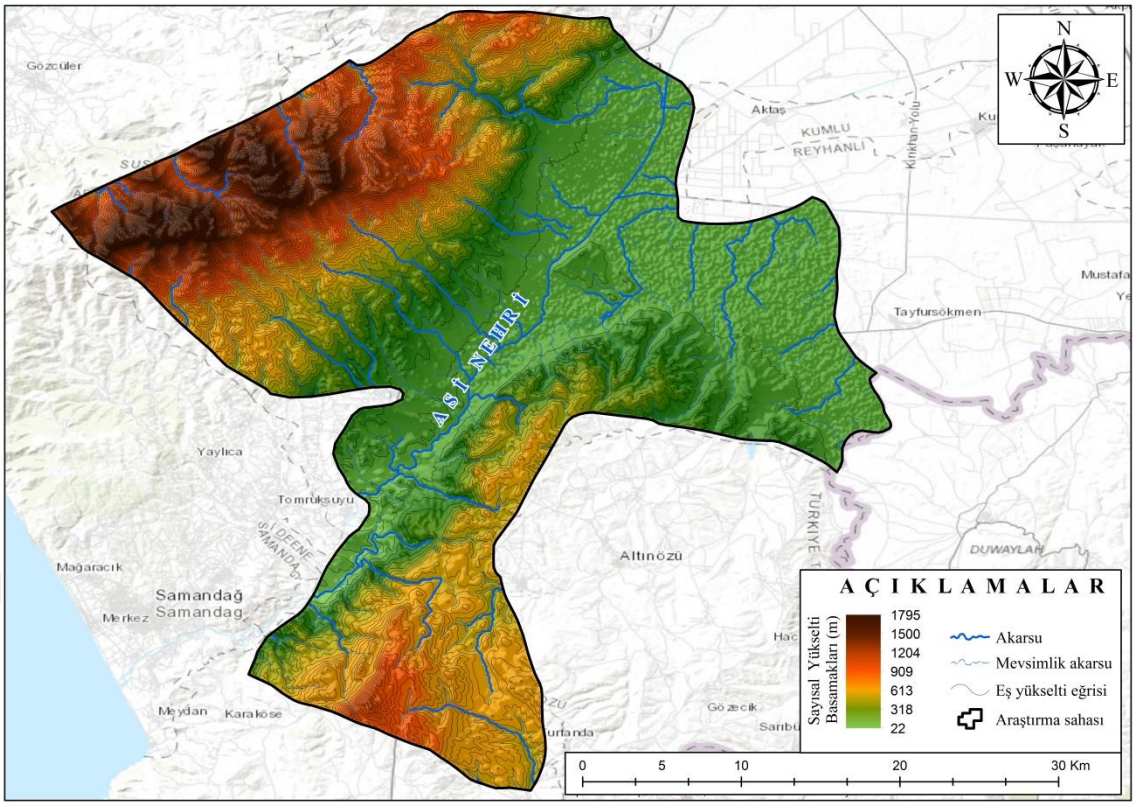
ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN COĞRAFİ FAKTÖRLER

2.1. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN FİZİKİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ

2.1.1. Yerşekilleri

Hatay'da Alt Paleozoyiten günümüze kadar ki süreçte tüm devirlere ait jeolojik birimlere rastlamak mümkündür. Bunlar; güney Amanoslar'da Mezozoyik yaşlı ofiyolitler, orta Amanoslar'da Paleozoyik ve Mezozoyik yaşlı kalkerler, Kuseyr Platosu ve çevresinde ki Tersiyer yaşlı kalkerler, Antakya-Kahramanmaraş Graben alanının tabanı, kıyı ovaları ve akarsu vadilerinde ki Kuvaterner yaşlı birimleridir. Bunun yanında Kırıkhan-Hassa arasında ve Erzin'in batısında bazik lav örtülerinin yaygın olduğu bir jeolojik yapıya hâkim olduğu görülür. İlin ana yer şekilleri ise genel anlamda horst-graben sistemine bağlı oluşan bir yapıdan meydana gelmiştir. Jeomorfolojik olarak dağlar, Antakya-Kahramanmaraş Grabeni, Kuseyr Platosu ve kıyı ovaları olarak dört farklı birimden oluşmaktadır. Ek olarak ise lav akıntıları ve birikinti yelpazeleri gibi elemanter yer şekilleri ildeki morfolojik yapıya çeşitlilik kazandırmıştır(Karataş ve Korkmaz, 2012).İnceleme alanı, Akdeniz Bölgesi'nin Adana Bölümünün en doğusunda, Türkiye'nin en güney ucu olan Hatay ilinin merkezini oluşturur. Antakya şehri kuzeyden Amik ovası, doğu ve güneydoğudan Habibineccar Dağı ve Kuseyr Plotosu, güneyden Dursunlu ve Turunçlu, batıdan da Çekmece belediyeleri ve Amonos Dağlarıyla çevrili bir konumda bulunur (Harita 2.1)(Özşahin, 2010).

Bir grabene kurulmuş olan bu şehir; taraçalar, birikinti yelpazeleri ile yamaç döküntüleri gibi yer şekillerine de sahiptir. Yer şekilleri arasındaki bağlantılar ise az veya çok eğimli yamaçlar vasıtasıyla sağlanmaktadır. Akarsuların yukarı kesimlerinin yer aldığı Amanos Dağları'na doğru yükselti ve eğim değerleri artmakla birlikte, bu alanlar daha çok akarsular tarafından hafifçe yarılmış plato görüntüsü oluşturmaktadırlar (Değerliyurt, 2013).



Harita 2.1. Antakya'nın Fiziki Haritası

Antakya merkezinde nehrin ortasından geçen Asi Nehri şehri ikiye bölmüş olarak görünse de oldukça turistik bir hava kazandırmaktadır. Asi Nehri'nin oluşturduğu Asi Vadisi de yine geniş bir alana yayılmakla birlikte bu şehrin sınırları içerisinde yer almaktadır. Antakya şehri, coğrafi konumu itibariyle çok büyük ve farklı tektonik yapıların bir arada bulunduğu ve tektonik aktivitenin yoğun olarak hissedildiği bir alanda yer almaktadır (Özşahin, 2010). Bölgede ki bir diğer yer şekli geniş düzlüklere sahip Amik Ovasıdır. Bu ova 119.350 hektar olup (ATB, 2022) hem Hatay'ın hem de Antakya Şehrinin en büyük ve verimli ovasıdır. Bakıldığında bu ova Antakya, Kırıkhan, Reyhanlı gibi şehirlere yayılmış geniş bir ovadır. Amik Ovasında yer alan Amik Gölü ise, 1950-1975 yılları arasında kurutularak 31.000 ha tarım arazisi kazanılmıştır (Korkmaz, 2009).

2.1.2. İklim

Meteoroloji Genel Müdürlüğünden alınan 2018- 2022 yılı verilerine göre yıllık ortalama sıcaklık değerleri 18,2 °C iken, yıllık ortalama yağış değeri 1078 mm'dir. Yazları sıcak ve kurak geçerken, kışları ılık ve bol yağışlı geçer. Yıllık yağışın yaklaşık

yarısını kışın düşen bu yağışlar oluşturmaktadır. Akdeniz ikliminin hüküm sürdüğü Antakya Şehri'nin(Çelik ve Karabulut, 2014) ortalama nem değeri yıllık %70 civarındadır. İklimin yumuşak, toprağın verimli olması Antakya şehrini bölgenin önemli yerleşim yerlerinden biri haline getirmektedir. Aylık olarak sıcaklık ortamasına baktığımızda yılın en düşük seviyeleri ocak ayında en yüksek değerleri ise ağustos ayında gerçekleşir.

Turizm kapsamında bölgenin sıcaklık değerleriyle doğru orantılı olarak, yıllar içerisinde aylık bazda turist geceleme sayıları içerisinde yüksek sayıların yaz aylarında olduğunu söylemek mümkündür. Bölgeye gelen turistler çoğunlukla mayıs ayından sonra havaların ısındığı, yağışların azaldığı dönemlerde gelmektedir. Buna ek olarak sadece yaz turizmi değil diğer inanç turizmi, gastronomi ve yaratıcı turizm gibi faaliyetler için de yılın belli dönemleri gelmektedirler. 2020 yılı konaklama istatistiklerinde en çok turistin olduğu aylar arasında ağustos ayı ilk sırayı alırken bunu temmuz ve eylül ayları takip etmiştir.

2.1.3. Toprak Özellikleri

Hatay, birbirinden farklı özelliklere sahip toprakların bir arada bulunduğu bir ildir. Bu farklılık sebebiyle yarı kurak ve yarı nemli bölge pedolojisi arz eden ildeki toprak türleri alüvyal, kolüvyal, kireçsiz kahverengi orman, kırmızı akdeniz, kahverengi orman, kırmızı kahverengi akdeniz ve bazaltik topraklardır. Bu topraklar içerisinde bölgesel olarak baktığımızda alüvyal topraklar ilin %13'ünü, kolüvyal topraklar %13'ünü, kireçsiz kahverengi orman toprakları %36'sını, kırmızı akdeniz toprakları %8'ini, kahverengi orman toprakları %16'sını, kırmızı kahverengi akdeniz toprakları ve bazaltik topraklarda ilin %7'şerlik kısmını kapsamaktadır. Antakya Şehri'ni içerisine alan toprak türleri isebol kireç içeren ana kaya üzerinde oluşmuş intrazonal toprak grubunda olan Kahverengi orman topraklarıdır. A, B ve C horizonları gelişmiştir. Dörtyol'un kuzeyi, İskenderun'un güneyi, Altınözü civarı ve Samandağ-Antakya arasında görülmektedir. Bir diğer toprak türü ise kurak mevsimi de olan nemli iklimlerin A,B ve C profilli kırmızı kahverengi orman topraklarıdır. Antakya-Samandağ oluğunda görülür(Karataş ve Korkmaz, 2012).

Çalışma sahası incelendiğinde Antakya Şehri batısında Amanos dağları eteğinde, kireçtaşı jeolojik formasyonu ve Antakya-Kahramanmaraş grabenindeki Kızılçam orman alanında ise serpantin birimleri yer almaktadır(Çelik ve Karabulut,2014). Serpantinli topraklar, ferromagnezyen silikattan oluşan ultramafik kayalar silsilesinin ürünüdür(Özdeniz,2017). Hatay ilinde ki kayaçları incelediğimizde, özellikle Amanos dağlarında ultramafik kayaçların yoğun olduğu görülmektedir. Serpantinitlerin yayıldığı alanlar Türkiye'de endemizm bakımından oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca serpantinitler maden cevheri bakımından da zengindir (Hoşgören, 2000). Ülkemizde önemli bir yayılışa sahip olan ultramafik kayaçlardan serpantin(Kurt, vd, 2013), Kütahya ve Balıkesir çevrelerinde, Antalya ve Muğla civarında, Hatay ve Adana civarında Amanos Dağları'nda, Doğu Toroslarda Mersin'in kuzeyi ve kuzeydoğusunda, Niğde ve Adana arasında Aladağ masifi içinde, Adana'danErzincan'a kadar yüzlerce kilometrelik hat boyunca uzanır(Hoşgören, 2000).

Serpantin taşı dünya çapında yaygın bir şekilde bulunmakla birlikte Antakya'da işlenen siyah serpantin taşı Antakya, Doğu Akdeniz, Kıbrıs plakasına özgü bir taştır. Antakya'da 2350 yıldır işlenen, şans taşı/uğur taşı olarak da bilinen bu taşın işlenmesi daha kolay olan hali çoğunlukla dere yataklarından elde edilir (https.expo2021hatay.com).

2.1.4. Bitki Örtüsü

Arazinin kuzeybatısını Amanos dağları, güney doğusunu ve merkezini de Amik ovası oluşturmaktadır. Antakya'nın doğal bitki örtüsünü ormanlar ve maki oluşturur. İklim özeliklerine istinaden bu şehrin doğal bitki örtüsü ormandır fakat tahrip sonucu birçok alan maki türü ile kaplanmıştır (Atalay, 1994). Maki; derin köklü ve sert yapraklı 4-5 metre boyundaki bitkilerdir. 800 m'ye kadar görülür. Mersin, defne, kısa meşe, kermes, sakız, keçiboynuzu, yabani zeytin, zakkum, alıç, çitlembik, akça meşe, pırnal yörede en çok rastlanan maki türleridir. Amanos Dağlarının denize bakan yamaçlarında, 800 m'den 1200 m'ye kadar ardıç, meşe, kayın, kızılcık, kavak ve çınar ağaçlarının bulunduğu ormanlar bulunur. 1200 m'nin üzerinde ise kızılçam, karaçam, sedir ve yer yer ardıçlardan oluşan geniş ormanlar yer alır. Doğal bitki örtüsü bakımından Amanos Dağları oldukça zengindir (Atalay, 2002).

Yaratıcı turizm kapsamında baktığımızda bölgedeki yerel floranın elemanı olan bitkiler kentin gastronomisinde yerini almıştır. Antakya topraklarında yetişen zeytin ve zahter gibi bitkiler Hatay mutfağının vazgeçilmez lezzetleri arasında yerlerini almıştır. Zahter'in bolca bulunduğu Amanos Dağları, bölgede önemli bir yerdir. Bunun yanında zahter; 'kendiliğinden yetişen yabani bir bitkidir. Güneşi ve sıcağı sever ve bu yüzden toprak ısısının yüksek olduğu kayalık, dağlık alanlarda daha hızlı yayılır (Koçer, 2021). Kekiğe olan benzerliği ile tanınır. Kara kekik ya da dağ kekiği olarak da bilinir. Oldukça keskin, hatta acımsı sayılabilecek bir tadı ve kokusu vardır. Zahterin kaynağı Amanos Dağları'dır. İki çeşitten oluşur. Biri yazım diğer türüde kışın yetişir. Bu ot pembe çiçeğiyle toplanır, kurutulur ve daha sonra toz haline getirilir. Baharat ve çay şeklinde kullanılır. Hatay'da yapılan yöresel "Zahter Salatası"nın ana melzemesidir. Kurutulduktan sonra yemeklerde baharat olarak ve etleri marine etmek için de kullanılır (Şahin, 2012).

Bunun yanında bölgede ki hemen hemen her yemekte kullanılan zeytinyağı ve kahvaltının vazgeçilmezi olan zeytinde bu bitki örtüsünün mahsülleri arasındadır. Yine Hatay Gastronomi mutfağının yayınladığı kitapta zeytinle ilgili şu bilgilere yer verilmiştir: Hatay'ın tarımsal üretiminde zeytin oldukça önemlidir. Bolca üretimi yapılan zeytin tatlandırılarak saklanır. Zeytinin tatlandırılmasında iki farklı yöntem uygulanmaktadır. Birincisi zeytinin kırılmadan kostikli su ile tatlandırıldığı yöntemdir. Diğeri ise kırma zeytinin ayar tuzunda tatlandırılması yöntemidir (Şahin, 2012). 2016 verilerine göre Altınözü'nde 4.700.000, Hatay genelinde 13.300.000 meyve veren zeytin ağacı bulunmaktadır (TUIK,2016). Antakya'nın geleneksel yemeklerinin her birinde zeytin ve zeytinyağı bulunmakta olup bunlar; zeytinyağlı humus, babagannuş, kekik salatası (zahter), zeytin salatası, zengin (biber ezmesi), çökelek salatası, fellah köftesi, mercimekli aş, kabaklı aş ve mualla'dır. Gastronomi turizmi yönünden oldukça ehemmiyetli olan bu gıdalar şüphesiz bölgenin turizmi için de vazgeçilmezler arasında yer almaktadır.

2.1.5. Hidrografya

Hatay, hidrografik kaynaklar açısından da oldukça önemli bir konumdadır. Sahada irili ufaklı olmak üzere 23 sürekli, 284 mevsimlik olmak üzere 307 tane akarsu vardır. Şüphesiz delta alandaki en önemli hidrografik değer Asi nehridir. Antakya

ilçesinden geçen Asi Nehri; yurt dışından doğar ve ülkemizde denize dökülür. Toplam yağış alanı 22624,4 km^2 olan bu nehrin 1275 km^2'si Türkiye sınırları içerisinde yer alır. Kaynağını Lübnan Dağları'ndan alan Asi Nehri, Suriye'den geçerek ülkemize girer. Bu esnada Suriye ile kara sınırımızı da çizer ve Antakya bölgesine ilerler. Antakya-Samandağ grabenini takip ederek Samandağ boğazını geçer ve Samandağ ilçesinde bulunan delta ovasında menderesler çizerek Akdeniz sularına dökülür (Karakılçık ve Erkul, 2002; İvrem 2007; Kokmaz, 2007; Kuşçu, 2008).

Fotoğraf 2.1. Antakya Şehrinin Ortasından Geçen Asi Nehrinden Bir Görünüm

2.2. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN BEŞERİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ

2.2.1. Antakya Şehri'nin Tarihsel Gelişimi

Bu bölgenin tarihine kısaca bakacak olursak şöyle özetleyebiliriz; Hatay'ın merkez ilçelerinden olan Antakya'nın ilk kuruluşu Büyük İskender'in ölümünden sonraki yıllara rastlamaktadır (M.Ö. 323). Hatay ve çevresinin idaresini ele geçiren Büyük İskender'in eski generali Antipenos olup, Şehir M.Ö. 300 yıllarında Selekos tarafından kurulmuştur ve şehre babasının ismi olan Antiokhis adını vermiştir. Şehir hızla büyüyüp ünlü bir ticaret ve sanayi merkezi haline gelmiştir. Bu dönemde şehre su kanalları yapılmış, depolar oluşturulmuş ve adeta bir şebeke kurulmuştur. Sonraki gelen

krallarda bu düzeni bozmamış geliştirerek devam ettirmişlerdir. Nitekim bölge ilerleyen zamanlarda bir olimpiyat şehri olmuş ve ilki M.Ö. 195 yılında olmak üzere M. S. 6. yüzyıla kadar festivaller ve olimpiyatlar yapılmıştır (Tekin, 2000).

M.S. 1. yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkan Hristiyanlık, Kudüs dışında ilk defa Antakya'da yayılmıştır. Hz. İsa'ya inananlara ilk defa burada "Hristiyan" adı verilmiş ve kilise Antakya'da kurulmuştur. M.S. 1. yüzyılda Antakya nüfus bakımından Roma İmparatorluğu'nun Roma ve İskenderiye'den sonra üçüncü büyük şehri olmuştur (Başeymez, 2009).

M.S. 638 yılında Ebu Ubeyde Bin Cerrah tarafından fethedilmiş ve daha sonra uzun süre haçlı orduları ve Müslüman ordularının mücadelesine sahne olmuştur ve bu mücadeleler neticesinde sık sık el değiştirmiştir. Bu sürede de İslam kültürüyle yoğrulan yörede 705-715 yılları arasında birçok kale yapılmıştır. 750 yılına kadar Emeviler döneminde Antakya Halep'e bağlıdır. Antakya Abbasiler döneminde sakin bir dönem yaşamıştır. Yine bu dönemlerde olan depremlerde Şehir birçok zarar görmüştür (Başeymez, 2009).

1084'de Anadolu Selçuklu Sultanı Kutalmışoğlu Süleyman Şah Antakya'yı ele geçirmiştir. 1098'de ise haçlıların uzun süren sefer ve kuşatmalarının neticesinde Şehir yeniden haçlıların eline geçmiş ve Latin devletinin başkenti olmuştur. Antakya bu dönemlerde eski önemini yitirmeye başlamıştır ve 1516'da Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferi sırasında Osmanlı topraklarına katılmış ve Birinci Dünya Savaşı'na kadar Osmanlı toprağı olarak kalmıştır (Tekin, 2000). Yine bu yıllara bakıldığında bölge; farklı inanış ve kültürdeki toplumların eline geçmiştir. Bugünde izlerine rastladığımız bu karışık motiflerin tarihte nasıl bir araya geldiğini hem mimari bakımdan hem yaşayış şekilleri, örf ve adetleri bakımından incelediğimizde çok net tablolar görmekteyiz. Bölgedeki çeşitlilik adeta renkli bir rüzgârgülü gibi dönmeye başlamış ve tüm bu din, dil, ırk çeşitlilikleri harmanlanarak yeni bir dönem başlamıştır.

Tarih kitaplarını incelediğimizde bölgede dini farklılıkların yanı sıra özelikle 1909 yılından itibaren yoğun Ermeni olaylarının yaşanılması, Birinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında bölgede İngilizlerin ve Fransızların bulunması da bölgedeki kültürel zenginliğin artmasına yardımcı olmuştur. Buradan anlaşılacağı üzere o tarihlerde de Hatay farklı dillere ve dinlere ev sahipliği yapmıştır. Sonrasında 1939 yılında anavatana

katılan Hatay Türkiye Cumhuriyeti'nin bir ili olmuştur. O tarihten beri içinde barındırdığı ve geçmişten günümüze kadar süre gelen medeniyetlerin izini hala ilk gün ki saygıyla korumaktadır. Bu da yurdumuzun pek çok bölgesinde olduğu gibi Hatay ilini de tarih boyunca çeşitli medeniyetler ve uygarlıklardan, farklı etnik kökendeki insanları, ırkları, dinler ve dilleri birleştirip güzelleştiren bir Şehir haline getirmiştir. Gerçekten de konuyla ilgili pek çok bilim insanımız makaleler ve tezler yazmış ve birçok araştırmalar yapmıştır. Sonuç olarak ise Hatay'da bu üç büyük din ve çok sayıda kültür binlerce yıldır barış ve huzur içerisinde birlikte yaşatılmıştır. Günümüzde de bu barış ve huzur ortamını korunmaya devam etmektedir.

2.2.2. Nüfus

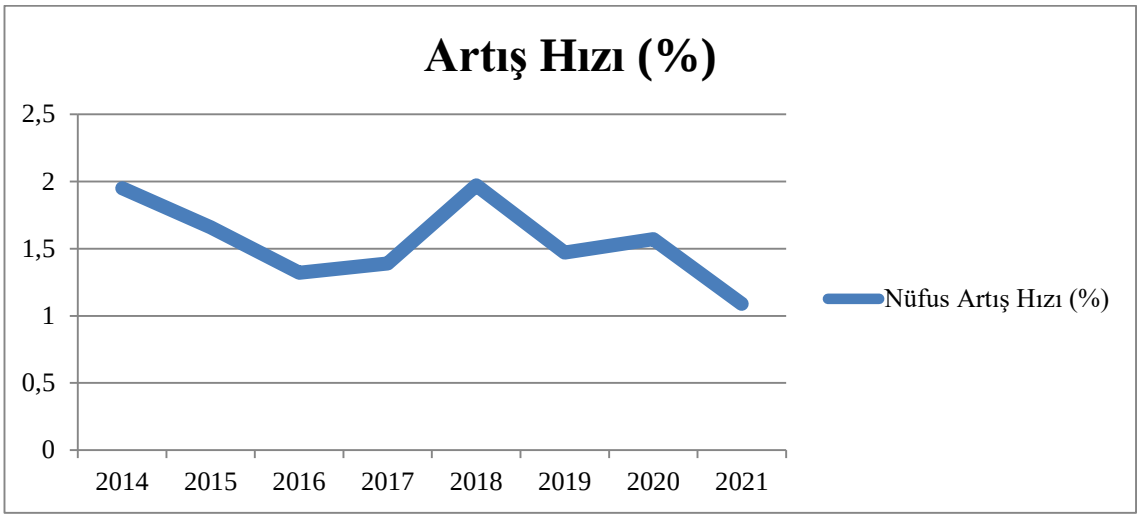
Antakya'nın 2021 yılına göre toplam nüfusu 393.634 kişidir. Bu nüfusun %50,1'i erkek, %49,90'ı kadın olup bunun 97.227 erkek ve 196.407 kadından oluşmaktadır. Nüfus artış hızı %1.09 'dir.

Antakya ilçesinin nüfusu her geçen gün artmaktadır. Fakat geçmiş kaynaklara baktığımızda 2012 yılında 470.833 olarak verilen Antakya ilçesinin nüfusu, 2012 yılında çıkan 6360 sayılı belediyeler yasası ile ayrı ilçe ilan edilmiş Defne'nin Antakya'dan ayrılması ile ilçe nüfusu azalmış ve 2013 yılında 347.474 olarak kayıtlara geçmiştir. Yine bu tarihten itibaren ilçe nüfusu artmaya devam etmiştir.

Tablo 2.1. Antakya'nın Yıllara Göre Nüfusu

	2012	**2013**	**2016**	**2019**	**2021**
Kadın	234.890	171.982	182.126	191.607	196.407
Erkek	235.943	175.992	183.276	191.747	197.227
TOPLAM	470.833	347.474	365.402	383.354	393.634

Kaynak: TUIK



Şekil 2.1. Antakya'nın Yıllara Göre Nüfus Artış Hızı

Kaynak: (TUİK)

Yukarıdaki Tablo 2.2. ve Şekil 2.1. de görüldüğü gibi Antakya İlçesinin nüfusu 2013 yılından itibaren hep artmış olup, nüfus artış hızı ise yıllara göre değişkenlik göstermekle birlikte genel anlamda azalmıştır.

Antakya'da nüfus dengesi oldukça farklıdır. Eski Antakya diye adlandırılan bölgedeki nüfus, Yeni Antakya diye adlandırılan nehrin batısına oranla daha azdır. Sebebi ise bölgede ki binaların daha iç içe ve sıkışık biçimde olması ve çok katlı olmaması (çok katlı konut sayıları azdır), nehrin doğusunun iş sahalarıyla işgal edilmesidir (Dinç, 2015).

Nüfus yoğunluğu 568.014 kişi/ km^2 dir. Nüfusun yoğunlaştığı yaş grubu en çok 5-9 yaş (39.740) Aralığı olup, en az nüfus yoğunluğu 60-64 yaş (13.854) arasındadır. Bölgenin 2022 yılı nüfus yoğunluğu ortalaması 59,9 kişi/ha'dır. En yoğun nüfuslu mahalleler Akasya Saraykent, Odabaşı, Ekinci mahalleri iken iken en az yoğun nüfuslu alanlar ise Hasanlı, Habib-i Neccar, Yeni Camii ve Melekli mahalleleridir (TUIK).

2.2.3. Antakya Şehri'nin Yerleşme Özellikleri

Şehrin idari coğrafya özelliklerine bakıldığında Türkiye Cumhuriyet'i kurulurken, İskenderun Sancağı olarak anılan Hatay; Misak-ı Milli sınırları içerisinde olduğu halde ülke toprakları dışında kalmıştır. Daha sonrasın da Gazi Mustafa Kema Paşa önderliğinde Hatay Sancağı olarak adını değiştirmiş ve 7 Eylül 1938'de bağımsızlığını ilan ederek, "Hatay Devleti" adını almış, 29 Haziran 1939 tarihinde ise toplanan Hatay

Millet Meclisi Türkiye'ye katılma kararı vermiştir. 7 Temmuz 1939 tarihinde de 3711 sayılı Kanunla Hatay Vilayeti kurulmuştur (Tekin, 2000). Bu tarihten itibaren ülkemizde ki idari yapılanma özelliklerine bakıldığında çeşitli yasalar çıkartılmış olup Hatay şehri de yıllar içerisinde büyükşehir statüsüne geçmiştir. Bilindiği gibi, Türkiye'de, "büyükşehir belediye dizgesi" temelini 1982 Anayasası'ndan almış ve 1984 yılında 3030 sayılı Büyükşehir Belediyesi Yasası çıkarılmıştır. 3030 sayılı Yasa, belediye sınırları içerisinde birden fazla ilçe bulunan kentleri büyük kent olarak tanımlamış, büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyesi olmak üzere iki düzeyli ve merkezi bir anakent yapısı öngörmüştür (Keleş, 2004). Büyükşehir Belediyesi Yasası, büyükşehir statüsünde bulunan belediyelere ek mali olanaklar sağlamış olması nedeniyle, orta büyüklükteki birçok kentte büyükşehir olma yönünde çabalar da yoğunlaşmış ve yerel kamuoylarında beklentiler oluşmuştur. Bu durum karşısında çeşitli dönemlerde çıkarılan kanun hükmünde kararnamelerle büyükşehir olma niteliklerine sahip olmayan bazı belediyeler de büyükşehir belediyesi statüsüne kavuşmuştur (Ulusoy ve Akdemir, 2013). 2012 yılının Kasım ayında çıkarılan 6360 sayılı Yasa ile ise büyükşehir belediyesi yapısında çok önemli değişiklikleri de beraberinde getirmiş ve bu yasayla büyükşehir belediyesi sınırları ilin mülki sınırları ile örtüştürülmüştür. Yeni yasada, "toplam nüfusu 750.000'den fazla olan illerin il belediyeleri kanunla büyükşehir belediyesine dönüştürülebilir" biçimindeki düzenleme sonucunda, aralarında Hatay İli'nin de olduğu 13 ilde daha büyükşehir belediyesi kurulmuştur (Adıgüzel, 2014).

Antakya şehri ise hem il merkezinin merkez ilçesi konumunda olup bunun yanında bir de ilin yönetim merkezi görevlerini üzerine almıştır. Bu anlamda kentsel bir idari alan içerisinde bulunan Antakya Şehri'nden 2012 yılında çıkarılan Belediye Kanunu neticesinde bazı mahalle, köy ve beldeler alınarak ilçe ilan edilen Defne'ye ve Yayladağ'a bağlanmıştır. Bu anlamda ilin en büyük yüzölçümüne sahip olan Antakya şehri Kırıkhan'dan sonra ikinci sıraya düşerek, Güney kısımlarında ki ilçe sınırlarında bir daralmaya maruz kalmştır (Hatay Valiliği, 2022).

Bu idari yapılanmanın yarattığı değişimlerinin yanısıra şehir, bulunduğu matematiksel ve coğrafi konumu itibariyle de ilerleyen süreç içerisinde çeşitli değişimler ve gelişimler yaşamıştır.

Bir yerleşmenin biçimsel özellikleriyle o yerleşmenin jeomorfolojik yapısı, iklimi, toprak ve hidrografik özellikleri arasında yakın bir ilişki vardır. Bölgedeki kayaçların varlığı, yapısı o bölgedeki mesken tiplerini belirleyen en önemli etkenlerden biridir. Güneydoğuda evlerin kerpiçten, doğuda sert kayalardan bina yapılması buna bir örnektir. Yine Karadeniz'de evlerin ahşap olmasının en önemli sebeplerinden biri Bölge ikliminin sonucu olarak yoğun bir orman formasyonuna sahip olmasıdır. Yine bakıldığında bölgede ki yoğun yeraltı ve yerüstü su kaynakları burada ki yerleşimin dağınık olmasına bir etkenken Doğu Anadolu bölgesinde su yetersizliğinden kaynaklı meskenler su kaynağını etrafına yoğunlaşarak toplu yerleşme özelliği göstermişlerdir. Antakya'da da günümüzdeki çoğu şehrin kırsal alanlarında olduğu gibi bu yerleşim özellikleri görülmekte birlikte, değişen dünya düzeni ve yaşam standartlarının iyileşmesi sonucu konutlar artık modern şekilde çok katlı ve şehrin ekonomik, siyasi ve beşerî fonksiyonlarına göre yer yer sıkışık, yer yer geniş alanlara betonarme şekilde yayılmıştır. Çalışma alanımız Antakya merkez olduğundan, günümüzde kırsalda ki gibi mesken çeşitleri bulunmamakla birlikte yerleşim özelliklerinin şekil ve biçimsel olarak geçmişten günümüze yaşadığı değişimler dikkat çekmektedir.

Şehrin kurulmasında, geçmişten günümüze kadar ki değişiminde ve bugün ki kentsel yapısının oluşumunda bölgede ki Asi Nehri'nin ve Habib-i Neccar Dağı'nın etkisi önemlidir. Bu yerleşim alanı Habib-i Neccar dağının eteklerinde denizden yaklaşık 80 metre yükseklikte kurulmak zorunda kalmış ve dik yamaçlardan ötürü sırtlara yerleşilememiştir. Tarihi kent nehir ile dağ arasına sıkışmıştır. Romalılardan kalma ana yollar tepeden nehre doğru ve nehre paralel olarak inşa edilmiştir. Bu yollar halen şehrin ana yolları olarak etkisini devam ettirmektedir (Topçu, 2003).

Günümüzde Antakya nüfusu; Amanos dağlarının güneyi ile Kuseyr platosunun kuzeyinde Habib-i Neccar dağının eteğinde, şehrin ortasından geçen Asi Nehri'nin kuzey ve güneyinde, Amik Ovası'nda yaşamaktayken, kentsel yerleşmenin büyük çoğunluğu Asi Nehri ile Habib-i Neccar Dağı'nın ortasında ki bölgeye yerleşmiştir. Bu bölge şehrin hem en eski yerleşim alanı hem de en yoğun ticaret alanıdır.

Fotoğraf 2.1.'de de göründüğü üzere nehrin üzerinden belirli aralıklarla köprüler yapılmış ve bu şekilde şehrin birbiriyle bağlantısı sürekli olarak sağlanmştır. Nehrin Antakya Kalesi'ne bakan yamacında fotoğraftada görüldüğü üzere Palladium Avm

bulunmaktadır. Yine bu yönde Antakya Şehri'nin yaratıcı turizmine konu olan Uzun Çarşı, Eski Antakya Evleri, Geleneksel El Sanatlarını icraa eden atölyeler, tarihi binalar gibi pek çok sayıda turistik ziyaret edilebilecek mekân bulunmaktadır. Diğer bir yönde ise Atatürk Parkı, Antakya öğretmenevi, Hatay Büyükşehir Belediyesi gibi resmî kurumlar, okullar, köfteci ve küneficeler bulunmaktadır. Tabiki şehrin doğu ve batı kısmını belirli bir şekilde sektörel olarak ayırmak mümkün değildir. Antakya şehrinin 1957 yılında ki imar planı incelendiğinde kentin Asi Nehri'nin karşı yakasındaki gelişimi ile eski kentin imarı ve bu kesimin Reyhanlı ve Harbiye yönlerinde büyümesi planlanmıştır. Ancak planın asıl ağırlığını Asi'nin karşı tarafında gelişmeye başlayan yeni Antakya'nın gelişimi ve burada uygulanacak imar düzeni teşkil etmiştir (Adıgüzel, 2014). Şehrin geçmişteki imar planı günümüzde de izlerini taşımakta olup uzun çarşının, alışveriş merkezlerinin bulunduğu, eski Antakya evlerinin varlığını sürdürdüğü bu bölgeler bugün turistler tarafından oldukça ilgi gören yerler arasında bulunmaktadır.

Antakya şehrinin 4754,1 hektar olan toplam Şehirsel alanının %30,8'i konut alanlarından, %19'u tarım alanlarından, %34,5'i yollar ve boş alanlardan %5,7'si ticaret alanlarından oluşmaktadır. Şehirdeki park alanları ile yeşil alanlar toplam alanın %1,9'unu, sanayi alanları ise %2,6'sını oluşturmaktadır. Şehri boydan boya kat eden Asi Nehri çalışma alanı sınırları içerisinde 36,1 hektar alan kaplamakta olup bu alan toplam Şehirsel alanın 0,7'sine karşılık gelmektedir (Dinç, 2015).

Günümüzde kent, Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu'nun kararı ile dört sit bölgesine ayrılmıştır. Bunlardan birisi arkeolojik sit bölgesidir. Bu kesim Antakya'nın merkezinde arkeolojik kalıntılar bulunan alandır. İkincisi doğal sit bölgesi olup, Habib-i Neccar dağlarının eteklerini içine almaktadır. Saint Pierre Kilisesi ve eski kale bu doğal sit sınırları içinde kalmaktadır. Üçüncüsü Osmanlı dönemi sivil mimarlık örnekleri olan yapıları ve dokuyu barındıran eski kent alanıdır. Bugün de canlılığını koruyan ve yerleşme olarak kullanılan bu bölge, kentsel sit alanı olarak ilan edilmiştir. Dördüncü bölge, kentsel siti çevreleyen tarihi sit bölgesidir. Kentin tüm sit bölgelerinde yapı yasağı vardır (Karagel ve Üçeçam Karagel 2014).

Fotoğraf 2.2. Şehrin Ticaret Merkezlerinden Kapalı ve Uzun Çarşı Sokaklarından Bir Görünüm

Ekonomik özgürlükle birlikte ilçelerin çoğunda olduğu gibi Antakya ilçesinde nüfusun yoğunlaştığı yerler yukarıda belirtilen jeomorfolojik, iklim, toprak ve hidrografik özelliklerinin etkili olduğu alanlar olmakla birlikte bu alanlarda geçmişten günümüze kadar yapılıp inşa edilmiş kervanlar, hanlar ve ibadethaneler olmuştur. Bugün baktığımızda şehrin en kalabalık ve işlek caddelerini sokaklara farklı çarşı isimleri verilerek 5 büyük girişi bulunan Uzun Çarşı oluşturmaktadır. Palladium Avm'nin bulunduğu İzzet Güçlü Caddesi, Habib-Neccar Cami'nin bulunduğu Kurtuluş Caddesi, Ulu Cami'nin yer aldığı İstiklal Caddesi bölgedeki en yoğun caddelerden biri olmakla beraber yerleşimin de en sıkı olduğu yapıların plansız ve üst üste konumlandığı bir alandır. Özellikle Uzun Çarşı etrafında binaların, işletme ve atölyelerin birbirine yakın olması buna bir örnektedir. Birçok önemli yapıtın da Antakya merkez de olması, bu yerleşim yerinin tarihten günümüze kadar önemli bir yer olduğunu gözler önüne sermektedir. Eski Antakya, Habib-i Neccar Camisi, Uzun Çarşı, Kapalı Çarşı, St. Pierre Kilisesi, Ulu Cami, bunlara örnektedir. Yine Büyük Antakya Parkı, Harbiye Şelalesi'de Antakya'lıların en uğrak yerlerinden biridir. Tüm bu yapıların ve doğal güzelliklerin birbirine yakın olması, bölgedeki yerleşimi de etkilemiştir. Geçmişte sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik aktivitelerin birçoğu, kervansaraylarda ve Eski Antakya evlerinin avlularında yapılırken, günümüzde değişen kültür ve fikirlerin bir neticesi olarak bu tarz

aktiviteler sokağa taşınmış ve bölgedeki yerleşim yapısı da bu değişimden payını büyük ölçüde almıştır.

Fotoğraf 2.3. Habib-i Neccar Camii'nden Bir Görünüm

Örnek olarak Eski Antakya evlerine baktığımızda geçmişte bu yapılar; genellikle dışa kapalı, üstü açık gökyüzüne bakan avlularıyla dikkat çeken, sosyo-kültürel hayatı yansıtan yapılardır. Nitekim yine bu avlular iklim ve sosyo-kültürel açıdan bölge halkı için akılcı çözümler sunan mekânlar olmuşlardır. Yazın içeride yetiştirdikleri ağaçlar ve çiçekler sayesinde gölgelik alanlarda sıcaktan korunarak vakit geçirecekleri bir alan olurken, mahremiyet kültürüne de oldukça düşkün olan Osmanlı Döneminde dışa kapalı bu avlular ailenin sokakla ilişkisini en aza indirip, ev içerisinde kendilerine rahat bir yaşam alanı kurmuşlardır.

Fotoğraf 2.4. Eski Antakya Evlerinden Bir Görünüm (Günümüzde Kafe – Restoran Olarak Kullanılmaktadır.)

Evlerin yapısına baktığımızda; avluların etrafında odaların varlığı, geçmişte bu odaları misafirhane, kiler ve ahır olarak kullandıklarını göstermektedir Avlu etrafına dizilen bu odalar ile avlular; konut ile bütünleştirilmiştir. Bu ev yapılarıyla ilgili yapılan araştırmalarda bölgedeki inanç ve politik değerlerinin, sosyal ve kültürel yaşam şeklinin değişmesi arasında önemli nedensellikler olduğu ortaya çıkmıştır (Hinti,2020). Günümüzde bakıldığında birçoğu Osmanlı Konut özelliği taşıyan bu evler aile kavramının başkalaşmayı ile eski ehemmiyetini kaybetmiş ve onların yerini çağdaş yapılar almıştır (Eldem, 1984). Günümüzde bu alanlar turistik faaliyetler için kullanılmakla birlikte, önemli restoranlar, kafeler hatta çeşitli zanaatkârların ve sanatkârların ürünlerinin pazarlandığı ve sergilendiği müzeler olarak kullanılmaktadır. 1950'lerden sonra değişen dünya düzeniyle birlikte toplumdaki geniş aile kavramı yerini çekirdek aile kavramına bırakmış ve şehrin kuzeybatısında yeni modern binalar inşa edilmiştir (Bozkurt,2018). Burada eski Antakya evlerinin eski önemini yitirmiş olmasının yanı sıra yaratıcı turizm için önemli bir alt yapı oluşturmuştur. Turistlerin en uğrak yerlerinden biri olan Eski Antakya'nın sokaklarında, avlularında bolca vakit geçirip fotoğraf çekilmeleri, verilen yeme-içme gibi hizmetlerden faydalanmaları, o bölgede ki esnafı da olumlu yönde etkilemektedir.

Fotoğraf 2.5. Eski Antakya Evleri (UNESCO Hatay Gastronomi Evi)

Fotoğraf 2.6. St. Pierre Kilisesinden Bir Görünüm

Yine bakıldığında Bölgede çok çeşitli dinin ve inanışın olması, farklı etnik grupların da bir arada yaşamasını sağlamıştır. Bu anlamda Antakya Şehri'de dinler mozaiğinin; çan, hazan ve ezanın birlikte duyulduğu bir kenttir. Antik kentleri, inanç merkezleri ve sayısız tarihi eserleriyle Şehir merkezi olan Antakya'nın, görkemli geçmişine sığdırdığı en önemli özelliği, yeni dinler mozaiği konumudur. Birçok dinden ve inançtan insanların; cami, kilise ve havra da huzur içinde, bir arada yaşamasının örneği olan bir kültür şehridir (Canpolat, 2017).

Fotoğraf 2.7. Türk Katolik Kilisesi'nden Bir Görünüm

Bölge de bu kadar farklı dinden ve meshepten insanın bulunması, bölge tarihinin çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapması da Antakya'da ki mekânların çeşitliliğinin en önemli sebebidir. St. Pierre Klisesi'nin doğal bir mağara olup, Romalılar tarafından Hristiyanlığın resmi din olarak kabul edilmesinden sonra yapılan eklemeler gotik tarzdayken, Memlük dönemi eseri olan Antakya Ulu Cami, Osmanlı döneminde onarım görmekle birlikte Osmanlı tarzda yapılmış; silindir, rulo gövdeli ve yüksek minaresinin şerefeli, keskin uçlu bir külah olması buna örnektir. Bölge de ki konutların renkli din ve kültür mozaiğinin bir sonucu olarak çeşitlilik göstermekte olup, günümüzde modern binaların yapılması bu çeşitliliğin eskiye oranla çok azaldığını söylemek mümkündür.

Yaratıcı turizm kapsamında bölgedeki çeşitlilik pek çok turistin ilgisini çekecek düzeydedir. Şehrin geçmiş tarihin izlerini hala taşıyor olması ve devam ettirmiş olması bölgede ki dini turizmi, tarihi turizmi ve kültürel turizmi de etkilemektedir.

2.3. ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZMİ ETKİLEYEN EKONOMİK COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ

Bu alanda Antakya'da insanların geçimini temin etmek için yaptıkları sanayi, ticari, tarımsal, hayvansal ve madencilik faaliyetleri incelenmiştir. Bilindiği gibi bir kentin ekonomik yapısının, teknolojik düzeyinin ve sosyal hayatının en iyi göstergesi ticaret merkezleridir. Şehrin fonksiyonları, şehrin konumu ve toplum yapısındaki yeri ve rolü ile doğrudan ilgilidir. Bir şehrin kuruluşu ve gelişimi, tarım dışı üretimine, tüm üretimlerin dağıtım ve kontrolü ile ticaretine bağlıdır. Şehirlerdeki ticaret merkezlerinin gelişmesi de şehrin kuruluş yeri ile doğrudan bağlantılıdır. Bir yerleşimin ticaret kenti haline gelebilmesi için en önemli koşul coğrafi konumunun uygunluğudur. Bulundukları konum yüzünden bazı yerleşmeler ticaret yolları üzerinde yer alırlar ve belki de ilk zamanlar sıradan, önemsiz yerleşmeler iken ticaret yollarının yakınlıkları ölçüsünde ticaret kentleri olarak gelişirler (Say Özer, 1996).

Tarihi süreçte Antakya kenti konum itibariyle ulusal ve uluslararası yol ağında önemli bir noktada bulunmuş, buna bağlı olarakta kentte ticari faaliyetler yoğun bir şekilde yapılmıştır. Bu ticari canlılık sonucu çarşı, geniş bir alana yayılmıştır. M.Ö. 3. yy'da Yunanlıların hububat ve gıda maddelerini Anadolu ve Mısır'dan karşılamaya başlamasıyla, ticaret yolunun Doğu Akdeniz'e kayması, Antakya'nın Orta ve Uzak Doğu'nun ticaret merkezi olmasının en önemli etmenlerindendir (Karagel ve Üçeçam Karagel, 2014).

Bugün baktığımızda Antakya şehri genelinde ticaret fonksiyonuna hizmet eden alanlar 273,8 hektar alan kaplamakta ve bu alan toplam Şehirsel alanın %5,7'sine karşılık gelmektedir. Antakya Merkezi İş Sahası 154 ha kaplamakta ve bu alanın %39,1'i ticari fonksiyona hizmet etmeyen konut, dini tesis ve eğitim tesisleri gibi alanlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla Merkezi İş Sahasındaki 110,5 hektarlık alan (%60,9) ticari alanlardan oluşmaktadır. Bu ticari alanlar 273,8 hektar olan Şehir genelindeki toplam ticaret alanlarının %40'ına tekabül etmektedir. Yine bakıldığında

Antakya şehri fonksiyonel arazi kullanımında sanayi alanları 125 hektarlık alan kaplamaktayken bu sanayi alanları toplam Şehirsel alanın %3,4'üne karşılık gelmektedir (Dinç, 2015).

Şehrin ekonomik yapısı tarım, ticaret, ulaştırma ve sanayi sektörüne dayanmakla birlikte ulaşım sektörünü farklı bir alt başlıkta inceleyeceğiz. Antakya ilçesine baktığımızda oldukça verimli tarım alanları bulunmakadır. Bunun yanında Akdeniz ikliminin de görülmesi tek bir mevsimde birden çok ürün yetiştirilebilmesini sağlamaktadır. Yine ziraat ürünleri temelli sanayide pek çok ilçeye göre daha iyi durumdadır. Antakya şehri bulunduğu konum itibari ile deniz ve demir yollarına yakın olmasıyla birlikte Şehirde kara ve havayolu bulunmaktadır. Ek olarak Ortadoğu ve Arap ülkelerine olan yakınlığı ile ulaştırma ve transit taşımacılık dalında önemli üstünlüklere sahiptir. Bölge genel olarak Arap ülkeleriyle olan ticaret hacminin büyük bir kısmını karşılamktadır. Gıda maddeleri, tarımsal ve sanayi ürünleri Antakya'nın önemli ihraç malzemeleridir. Uzun Çarşı'sı ile farklı ülkelerden birçok tüccarın ilgisini çekmekte olan ilçe; ayakkabıcılık, dericilik, yöresel ürünleri ve mutfağıyla önemli bir geçim kaynağı oluşturmaktadır (Reyhanoğulları, 2019).

Bir bölgenin gelişmişlik seviyesini ekonomik yapısını ve ticari faaliyetlerinin ne düzeyde olduğunu en iyi bölgede hali hazırda işletilen iş yeri sayısı belirlemektedir (Arınç, 1995). Antakya Şehri'nde Merkezi iş sahasında bulunan iş yerlerinin sayısı ise aşağıdaki gibidir.

-Perakende ticaret yapan toplam 1727 (%66,8) işyeri mevcuttur.

-Küçük sanayi ve imalathaneye yönelik 251 (%9,6)

-Büyük ticarete yönelik 142 (%5,5)

-Yeme-içme dinlenme maksatı ile hizmet veren 169 (%6,2)

-Ulaşımla ilgili ticaret ve sanat işletmeleri kapsamında hizmet veren 120 (%4,7)

-Ulaşım hizmetlerini kapsamında 40 (%1,5)

-Büro hizmetlerine yönelik 77 (%3)

-Banka ve sigorta işletmeleri adı altında hizmet veren 23 (% 0,9) ve

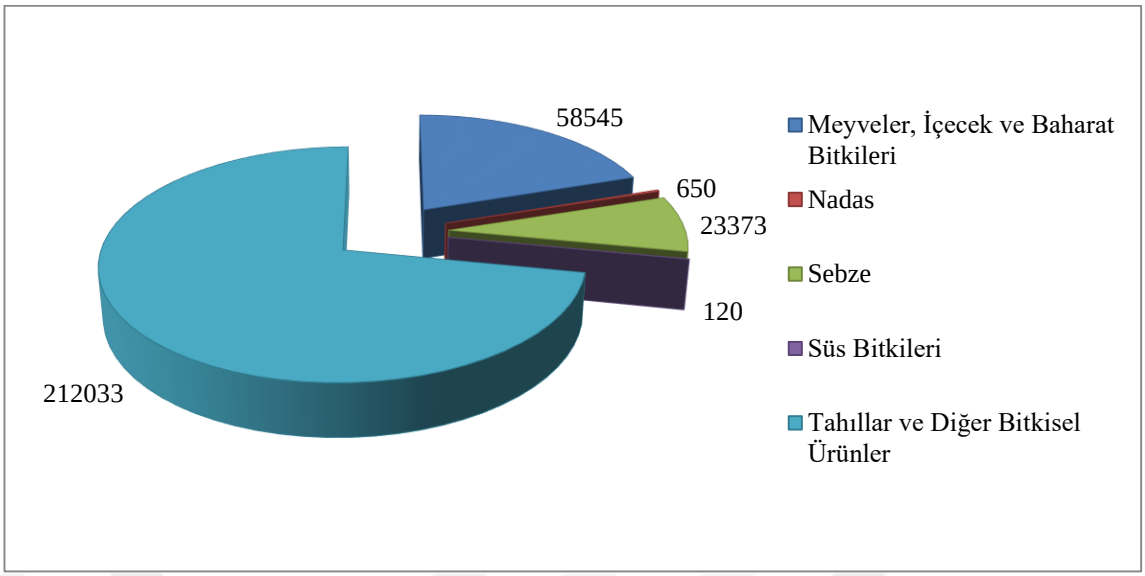
-Sağlık hizmetlerine yönelik 45 (%1,7) işyeri bulunmaktadır (Dinç, 2015).

Yaratıcı turizm kapsamında küçük imalathanelerde üretilen el sanatları çalışmamızda oldukça önemli bir kısmı oluşturmaktadır. Bunun yanında bölgede ki turizm potansiyeline destek olmak amacıyla yeme-içme, dinlenme amacına yönelik iş yerleri, ulaşım hizmetlerine yönelik iş yerleri de dikkat çekmektedir. Birçok ilçeye göre çok daha iyi durumda olan Antakya şehri şüphesiz turist ağırlama konusunda da bugün için yeterli alt yapıya sahiptir. Bu iş yerlerinin yaptıkları zanatları turizme kazandırabilmek, yaratıcı turizm konusunda çok önemli olmakla birlikte, ekonomik bakımdan da bölgeye katkı sağlayacaktır.

2.3.1. Tarımsal Faaliyetler

Antakya Büyükşehir Belediyesi'nin imar sınırlarında ki toplam alanı hemen hemen 4754,1 hektar olup, bunun % 81'ini yapıtlar, yollar ve kullanılmayan araziler oluştururken geri kalan % 19'luk kısmını tarım alanı oluşturmaktadır. Fakat bunun yanında Antakya ilçesinin tüm mahalle alanları da dikkate alındığında tarım alanlarının fazla olduğu görülmektedir. Antakya ilçesinin genelinde toplam tarım alanı 48515 hektar olarak belirtilmekte ve bu rakam da bölgenin arazisinin %57'sini oluşturmaktadır. Verilere bakıldığından bu anlamda Antakya Şehri'nin tarım arazileri toplam Antakya ilçe arazisinin %9,7'sini oluşturmaktadır (Dinç, 2015) Bunun yanında tarımsal alanı en çok olan ilçe de yine bu Şehirdir. Hatay'ın toplam tarım bölgesinin %17'sini Antakya ilçesi oluşturmaktadır (Antakya Sanayi ve Ticaret Odası Raporu,2015).

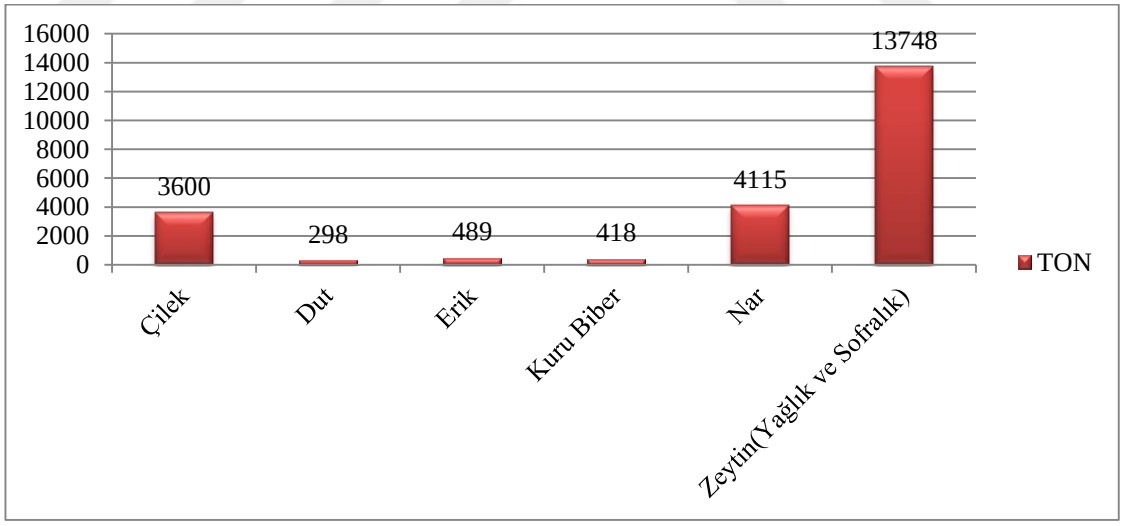
2021 yılında Antakya şehri'nin tarım arazisinde çeşitli ürünlerin yetiştirimesi için ayrılmış tarım alanları şu şekildedir: Toplamda 294,721 dekar alanda tarım yapılmakta olup bunun 212.033 dekarını tahıllar ve diğer bitkisel ürünler oluşturmakta olup, 23.373 dekar alanı sebze yetiştiriciliğine ayrılmıştır. 58,545 dekarlık alanda meyveler, içecek ve baharat bitkileri yetiştirilirken 650 dekar nadasa bırakılmış ve geri kalan 120 dekarlık alan da süs bitkileri üretimi için ayrılmıştır. 2020 yılına göre meyve ve sebzeye yetiştiriciliğine ayrılan alan artarken 2.000 dekar olan nadas alanı 650 dekar'a kadar azaltılmıştır. Bunun yanında süs bitkileri için ayrılan alan aynı kalıp tahıllar için ayrılan geçen yıla nazaran 4.000 dekar kadar azaltılmıştır. Konuyla ilgili tablo aşağıdaki gibidir.



Şekil 2.2. Antakya İli 2021 Tarım Alanları (Dekar)

Kaynak: TUIK (2021) verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

TUIK'ten alınan verilere göre 2021 yılında üretilen meyveler, içecek ve baharat bitkileri arasında 12.373 ton yağlık (zeytinyağı için), 1.375 ton sofralık zeytin; 4.115 ton nar, 3.600 ton çilek, 489 ton erik, 418 ton kuru biber ve 298 ton dut üretilmiştir.

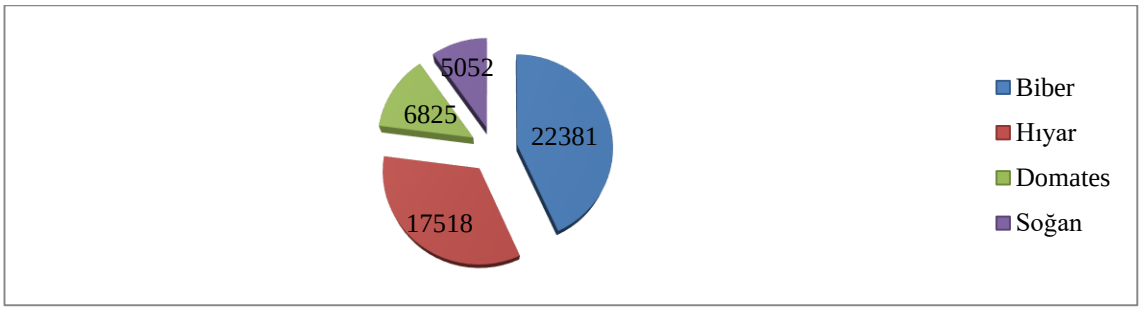


Şekil 2.3. 2021 Yılı Antakya Şehiri Meyveler ve Bitkilerin Tohum Cinsinden Üretimi

Kaynak: TUIK (2021) verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Sebze üretiminde rekor biberdeyken, toplamda 22.381 ton üretilmiştir. Yine sofralık hıyar üretimi 17.518 ton, domates üretimi 6.825 ton, taze soğan üretimi 60 ton ve kuru soğan üretimi 4.992 ton ile toplamda soğan üretimi 5.052 ton olmuştur. Bunun

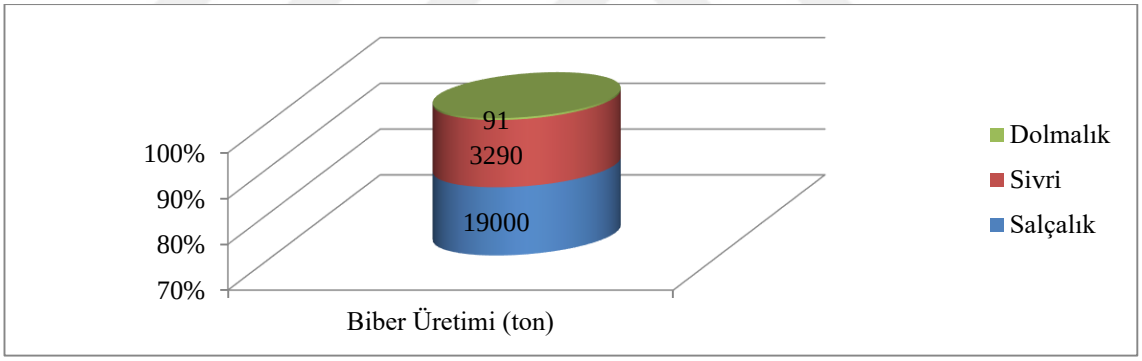
yanında 2.209 ton patlıcan, 2.025 ton kavun, 2.807 ton kabak (sakız), 1.800 ton havuç ve taze fasulye, bezelye, börülce, bakla, lahana, brokoli, karnabahar, marul, acur, bamya, sarımsak, soğan, kereviz, mantar, turp gibi ürünler yetiştirilmiştir.



Şekil 2.4. 2021 Yılı Antakya Şehri Sebze Ürünlerinin Ton Cinsinden Üretimi

Kaynak: (TUIK,2021).

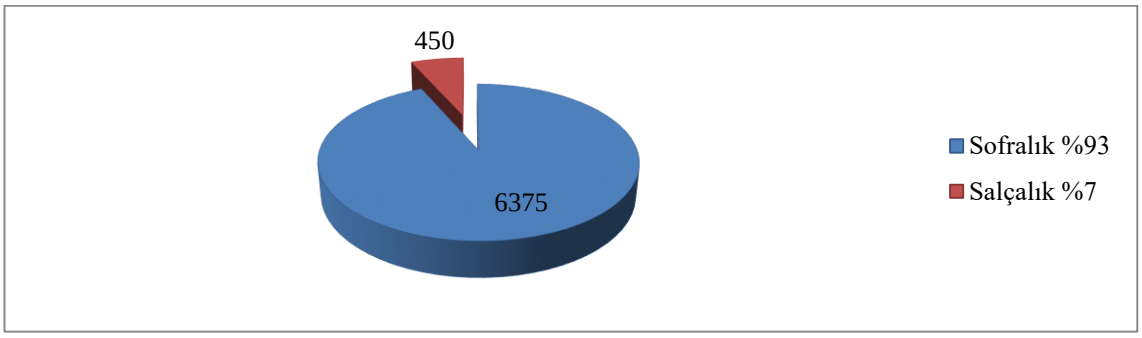
2021 yılı verileri incelendiğinde biberin toplam üretimi miktarı 22.381 tondur. Bunun 19.000 tonu kapya salçalık biber , 3.290 tonu sivri biber ve 91 tonu dolmalık biberden oluşur.



Şekil 2.5. 2021 Yılı Antakya Biber Üretimi

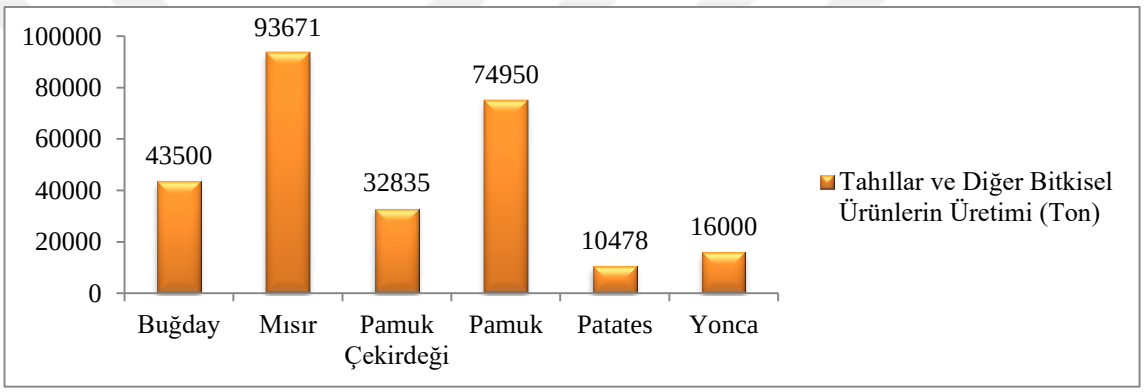
Kaynak: (TUIK,2021)

Domatesin üretimine baktığımız da sofralık domates üretimi 6.375 ton ve salçalık domates üretimi 450 tondur.Toplam üretim miktarı ise 6.825 ton olmuştur.



Şekil 2.6. 2021 Yılı Antakya Domates Üretimi

Kaynak: (TUIK,2021)



Şekil 2.7. 2021 Yılı Antakya Şehri Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Ton Cinsinden Üretimi

Kaynak: (TUIK,2021)

2021 TUIK verilerine baktığımızda buğday üretimi 43.500 ton mısır üretimi; slajlık mısır (45.000 ton) ve mısır (48.671 ton) ile toplamda 93.671 ton, pamuk çekirdeği diğer adıyla çiğit üretimi 32.825 ton, pamuk [kütlü (54.708 ton) ve lifli (20.242 ton)] üretimi 74.950 ton, tatlı (175 ton) ve normal patates (10.303 ton) toplamda 10.478 ton ve yonca üretimi 16.000 ton olmuştur.

Bölgede yetiştirilen ürünlere baktığımızda bölgenin yemek kültürü ve Hatay gastronomisi hakkında da oldukça bilgi edinmiş bulunmaktayız. Kültürlerin oluşma sebebinin coğrafi faktörler olduğunu da hesaba kattığımızda Hatay'da yetiştirilern ürünlerin buradaki insanların hayatlarının bir parçası olduğunu unutmamak gerekir. Bu anlamda bölge geçmişten günümüze değin baharat yolu üzerinde yer almasıyla birlikte

çeşitli sayıda baharatları, meyve ve sebzeleri bugün hala üretmekte ve tüketmektedir. Yaratıcı turizm kapsamında Hatay mutfağı ününü tüm ülkeye yaymış olup, bugün Hatay sokak lezzetleri denildiğinde şüphesiz akla ilk gelenler Hatay usulü döner, zahter salatası, humus gibi yemekler ve çeşitli baharatlar ile yapılmış özel karışım, salçalarla yapılmış soslardır.

Şehrin yemek kültürü içerisinde yer alan baharatlar, zeytinyağı, biber bu anlamda özellikle gastronomi turizmi için vazgeçilmezdir. Bölgede ki karışık etnik yapı, dini yapı şüphesiz bu zenginliklerini yemeklerine de lanse etmiştir. Gerçekten baktığımızda sofralarımıza kadar gelen bu yemekler içerisinde çok sayıda farklı baharatlar, tarlalarında yetiştirilen domates ve biberler yerlerini almaktadır. Tek bir üründe tatlı ve acı tatları almak, yerken o ürünün ortaya çıkış serüvenini bilmek, hangi kültürün etkileriyle ortaya çıktığını anlamak bir hayli inanılmazdır. Bölgeye gelen turistlerin de bu anlamda bu faaliyetlerden aldığı haz ve zevk kaçınılmazdır. Bu anlamda hem gastronomi turizmi açısından hem de yeme-içme hizmetinin sağlanması neticesiyle tüm turizm dalları açısından bölgede yetiştirilen bu ürünler oldukça önemli bir yere sahiptir.

İlçedeki hayvansal üretim ise; 2016 yılında sığır, manda, koyun ve keçi sütü üretimi tolamda 900 ton civarlarındayken, bu hayvansal ürünler 2021 yılında üretilmemiştir. Bu yıl içerisinde TUIK'ten alınan verilere baktığımızda göze çarpan hayvanlar ürünler çoğunlukla kovan ve ipek böceği üzerine olmuştur. Eski ve yeni tip arılar kovan halinde 12.170 ton iken doğal bal 120 ton ve ipek böceği (kutu) 18 ton üretilmiştir.

Yaratıcı turizm kapsamında değerlendirildiğinde ipek böcekçiliğin ayrı bir önemi bulunmaktadır. Kentteki ipek dokumacılığı, bu işi yapan atölyelerin varlığı ve uzun yıllardır mesleğini devam ettiren ustalar yaratıcı turizmin en önemli unsurlarından biridir. Bölgede ki diğer hayvansal üretimler ise et ve süt ürünleri bakımından gastronomi turizmi için de ham madde oluşturmaktadır. Şehrin önemli kimliklerinden biri olan mutfak kültürü bu anlamda döner ve kebaplarıyla da ünlüdür. Yemeklerinde baharatların zenginliği, sebze ve bakliyat ürünlerinin bolluğu kadar ette bulunduran Antakyalılar; bu ürünleri adeta bir sanat eseri olarak kullanarak yemeklerini aşkla yapmaktadırlar. Etin olmadığı bir mutfağın imkânsız sayıldığı Hatay mutfağında özel baharat ve soslarla etlerini işlemlerden geçiren ustalarımız bu sanatı icra ederken bir

hayli mutlu olduklarını da belirtmişlerdir. Bunun yanında şehrin önemli sanatlarından olan ipek böcekçiliği sanatı da üretilen ipek böcekleriyle namını yurt dışına kadar duyurmuştur. Bu anlamda turizm için önem arzeden hayvan yetiştiriciliği faaliyetleri sevindirici bir şekilde Antakya şehrinde halen devam etmektedir.

Yukarıda belirtilen ürünlere bakıldığında Tarım ve Orman Bakanlığınca yürütülen Milli Tarım Projesi kapsamında Hatay'da havza bazında desteklenecek ürünler içerisinde Antakya ilçesinde; buğday, mısır (dane), pamuk (kütlü), soya, ayçiçeği (yağlık), yem bitkileri, zeytin zeytinyağı, patates, soğan (kuru) bulunmaktadır. Bu proje ile bitkisel üretim faaliyetlerinin planlanması, toprakların boşa ekilmemesi, üretilen ürünlerin elde kalmaması ve arz talep dengesizliğinin yaşanmaması hedeflenmiş olup hayata geçirilecek bu model ile belirlenen 15 tarım havzasında 13 ürünün üretimi desteklenecekti. Sonuç olarak Antakya ilçesinde bu ürünler içerisinden en çok göze çarpan zeytin, biber ve mısır olmuştur. Bu ürünler çoğunlukla halk arasında zeytinyağı ve salça yapımında kullanılmaktadır. Bölgenin yerlileri bu ürünleri yetiştirip ilçedeki fabrikalara teslim etmekte ve buradan ülkenin çeşitli yerlerinde satışa çıkmaktadır. Yine kendi salçalarını yapıp bu salçaları kendi imkânlarıyla yakın çevresinden başlayarak pek çok ilçe, il ve ülkelere satış yapan Antakya halkıda mevcuttur. Öyle ki yıl içinde yurt dışından ve yurt içinden bu dönem de salça yapmaya gelen akrabaları ile salça yapıp bu ürettikleri salçaların gelenlerle birlikte geldikleri yerlere satan bireysel bir ticaret ağı oluşturmuşlardır. Nitekim arazi çalışması için gidilen Antakya şehrinden, Erzurum iline dönerken; bulunduğumuz aracın bagajında 100 kiloya yakın zeytinyağı ve 50 kilo civarında doğal salça bulunmaktaydı. Bu ürünlerin Erzurum'da yaşayan bir Antakyalı tarafından yakın çevresine satmak için getirdiği öğrenilmiştir. Bu anlamda ticaretin sadece büyük ve küçük firmalar tarafından değil bireysel şekilde yapılmakta olduğunuda söylemek mümkündür.

2.3.2. Madencilik Faaliyetleri

Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü'nün yayımladığı Antakya İli Maden ve Enerji Kaynakları adlı çalışma da verilen haritaya göre Antakya Şehri'nde bulunan madenler asbest, altın, krom, kireçtaşı ve mermerdir. İlçe bazında bu madenlerin çıkarıldığı birçok eski işletme bulunmaktadır. Bunun yanında bölgede 5 adet asbest yatağı bulunup bu yatakların bir kısmı da Samandağ ilçesine kalmaktadır. Yine Defne

ve Altınözü ilçelerinin birbirlerine en yakın olduğu Antakya alanında eski bir mermer işletmesi de bulunmaktadır. Bakıldığında bölgede ki kireçtaşı eski işletmeleri de Antakya, Defne ve Altınözü ilçelerinin sınırlarından geçmektedir. Krom madeninin çıkarıldığı eski işletmelere bakıldığında Antakya ilçesine komşu olan Arsuz, Belen ve Samandağ'ı ilçeleri göze çarpmaktadır. Altın madeni ise Hatay ilinde yalnızca Antakya ilçesi sınırlarında bulunmakta olup 2 adet zuhur görüntülenmektedir.

Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğünün raporunda verilen sayısal verilere göre Akıllı çay altın sahası; %5 gr/m3 tenörlü, 50.000 m3 mümkün rezerve, Kisecik köy altın sahası ise; 4 gr/ton Au tenörlü 450.000 ton mümkün altın rezerve sahiptir. Asbest (Asb) madeninin bulunduğu sahalar; Gökyar, Kurudere, Fellahın Mezarı, Fehminin Yolu, Kamışlıpınar, Sümberi Karlığı, Kişe Çayı, Incirlipınar, Olukpınar Sahaları olup, %4-15 asbest, lif uzunlukları 1-5 mm tenörlü, 1.637.700 ton görünür, 2.566.075 ton muhtemel, 3.543.500 ton mümkün rezerve sahiptir. Kireçtaşı (Kçt) madeni; İsdemir Kalker Ocağı'dan çıkartılırken bu madenin tenörü %96.30 $CaCO_3$, %1.98 SiO_2, %0.4 MgO olup, yatağı geçmiş yıllarda işletilmiştir. Yine Krom (Cr) için; Etibank'a ait 5 krom sahası; Kızıldağ krom sahaları bulunmaktadır. Bu sahaların %35-44 Cr_2O_3 tenörü ve 209.000 ton görünür+muhtemel+mümkün rezervi bulunmaktadır. Son olarak Mermer (Mr) madeni için; İskenderun siyahı olarak bilinen mermer sahasında siyah, parlak renkli kalitede çıkarılan mermerler; blok veriminin düşük olmasından kaynaklı terkedilmiş bir ocaktır. İhtiyaç duyulduğunda ise zaman zaman işletilmektedir.

Yaratıcı turizm kapsamında bakıldığında çıkartılan, mermer, kireç taşı ve serpantin grubunda yer alan asbest madenleri; bölgede ki taş işçiliği, heykeltıraşçılık ve mozaik sanatı için bir hayli önemlidir. Geçmişten günümüze kadar gelmiş olan mozaik sanatının izleri bugün bile Antakya şehrinde ki müzelerde sunulmaktadır. Tarihte yerini almış olan bu el sanatlarının varlığı şüphesiz ki bölgede bugün bile çıkartılan bu madenlerdir. Turizm açısından çok önemli bir etkiye sahip olan mozaik sanatı, heykelcilik bölgede hala devam etmekte olup, bir hayli ilgi görmektedir. Bu anlamda madencilik faaliyetleri Antakya şehri'nin turizmini olumlu bir şekilde etkilemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTAKYA ŞEHRİ'NDE YARATICI TURİZM

Antakya tarihi ve kültürel yönden zengin bir geçmişe sahip yer özelliği taşımaktadır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve bünyesinde birçok kültürü barındırmıştır. Bundan dolayı farklı kültürlerin bir arada yaşamasına olanak sağlamıştır. Sonuç olarak kültür turizmi yönünden önemli bir potansiyele sahip Antakya şehri; bünyesinde barındırdığı birçok ilklerle ve enlerle dünya çapında ön plana çıkabilen ve sahip olduğu doğal ve kültürel değerler ile birlikte yaratıcı turizm için biçilmiş kaftan niteliği taşımaktadır. Yaratıcı turizm faaliyetleri olarak ön planda yerel halkın kendi kültürel değerleri gelmektedir. Bunlara bakıldığında; ahşap oymacılığı, ayakkabıcılık (köşkerlik), bakırcılık, bıçakçılık, ciltçilik, buğday sapı (çimen) örmeciliği, defne yağı ve sabun yapımı, demircilik, dericilik, ipek böcekçiliği ve dokuma, kalaycılık, kilim dokumacılığı, ney yapımı, semercilik, sepet örücülüğü, sikkecilik, taş işlemeciliği (heykeltıraşlık ve mozaik yapımı), tenekecilik, üfleme cam yapımı, yemenicilik, düğüm-örgü (makrame) bulunmaktadır.

3.1. YÖREYE ÖZGÜ KÜLTÜREL DEĞERLER VE TURİZM POTANSİYELİ

Destinasyona özgü kültürel değerlerin turizm faaliyetlerine uygulamalı olarak dâhil edilmesiyle ve yaratıcılığın bu anlamda turizmle bütünleştirilmesiyle hem yaratıcı turistlerin talepleri karşılanmakta hem de destinasyonun kültürel değerlerinin tanınırlığı artmaktadır (Güven, 2016: 80).

Bu bağlamda saha incelendiğinde Antakya'ya özgü bazı kültürel değerler ve gastronomik değerleri ele alınmıştır. Geçmişten günümüze çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olan bu şehrimiz kültürel varlıklarının çokluğuyla zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Burada açıklamalarda bulunduğumuz çeşitli el sanatları ve mimari eser özelliği taşıyan unsurların yaratıcı turizm açısından önemi oldukça yüksektir. Çalışmanın sahada ki turizm faaliyetlerini artırıp bölge esnafına ekonomik olarak yarar sağlaması, bu önemli değerlerin turizme kazanması amaçlanmıştır.

Fotoğraf 3.1. Antakya Şehir Merkezinde Restore Edilmiş Evlerden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.2. Uzun Çarşı Esnafından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.3. Mozaik Sanatının ve Cam Sanatının Farklı Tasarımlarından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.4. Yaratıcı Turizme Konu Olan Yerel Kültürel Değerlerden Görünüm

3.1.1. Ahşap Oymacılığı

Oymacılık, ağaç, taş vb. cisimlerin yüzeylerini çeşitli araçlar yardımıyla keserek veya delerek işleme sanatıdır. Ağaç ve taş parçalarına böyle şekil yapmaya oyma, bu işle uğraşan sanatkârlara oymacı denmektedir (Yavuz, 2008) Eskiden beri atalarımızın uğraştığı bir zanaat olan ahşap oymacılığı İslamiyet'ten önce ağaç oyma, İslamiyet'ten sonra ise tezyini oyma sanatı olarak oldukça önem taşımaktadır. Selçuklu ve Osmanlılarda da cami kapılarında, çekmece ve sandıklarda dolap kapakları ve sehpalarda kullanılan bu sanat günümüzde dekoratif eserlerde ön plana çıkmaktadır. Kültür mozaiği olan Antakya Şehri'nde ahşap oymacılığı yapan ustalarımız küçük ev eşyaları, süs eşyaları yaparak bu ürünleri turistik bölgelerde de satmaktadırlar. Bu ilginç ve olağanüstü güzellikteki eserler turistlerinde ilgisini çekmektedir. Yaratıcı turizme kazandırılması gereken zanaatlardan bir tanesidir. Gelen turistler ve ziyaretçiler ahşap oyma faaliyetinin nasıl yapıldığını merak etmekte ve deneyimlemek istemektedirler.

Fotoğraf 3.5. Ahşap Oyulmasıyla Yapılmış Bazı Ürünlerden Görünümler

Turist ve ziyaretçilerin ilgisini çekme konusunda önemli bir yere sahip olan ahşap oymacılığı yaratıcı turizm kapsamında değerlendirildiğinde güçlü bir potansiyeli mevcuttur. Doğru bir pazarlama ve yeterli bir tanıtım ile turizme kazandırılabilir. Bölgede yılın her döneminde belirli bir seviyenin üzerinde var olan turist ve ziyaretçilerin; Avonas'a gidip çömlek yaptıkları gibi Antakya'da da ahşap oyarak hem bölge turizmine hem de bölge ekonomisinin kalkınmasına olanak sağlayabilirler. Deneyimledikleri bu aktiviteyi, yerel halkla yaşayarak ve ustadan öğrendiklerini yapmaya çalışarak yaratıcı turizme kazandırabilirler. Hiç şüphesiz Antakya halkı ve sanatçılar bu konuda daha çok bilgi sahibi olmalı ve bilinçlendirilmelidirler. Şehirde bu konu ile ilgili çeşitli yatırımlar, planlamalar ve reklamlar yapılmalıdır.

3.1.2. Ayakkabıcılık (Köşkerlik)

Ayakkabıcılık yani köşkerlik ayakkabı yapımı ve satımı olarak nitelendirilirken günümüzde ayakkabı tamirciliği anlamına da gelmektedir. Ayakkabıcılık tarihine baktığımızda 19.yy öncesine değin ayakkabı ustaları ayakkabıları elleriyle tek tek şekillendirip işlerken, sanayi devrimiyle birlikte makineleşme ortaya çıkmış ve bu ürünler artık fabrikada üretilerek satışa sunulmaya başlanmıştır (Güven,2009). 1950'li yıllarda ısmarlama ayakkabıcılık yapılırken bu yıllardan sonra gelişen teknoloji ile birlikte el yapımı ürünlere talep azalmış ve ayakkabıcılık sanatıyla uğraşan halkın içindeki ustaların mesleği de bu şekilde tehlike altına girmeye başlamıştır (Sökmen, 2018). 2005 yılında Hatay Valiliği'nin çıkartmış olduğu 'Hatay El Sanatları' kitabında Antakya Şehri'nde eskiden olduğu gibi o tarihlerde de ayakkabıcılık sektörünün oldukça canlı olduğu bilgisi paylaşılmaktadır. Fakat 2022 senesinde durum maalesef pek bu şekilde değildir. Yapılan bazı araştırmalar sonucu Antakya'da ki ayakkabıcılık sanatının artık yapılamadığı ve ustaların geçinebilmek için ayakkabı yapıp satmak yerine ayakkabı tamir ettiklerini söylemek mümkündür. Yüz yüze yapılan görüşmelerde bazı ayakkabıcı ustaları az da olsa özel el yapımı ayakkabı siparişi aldıklarını ve bunların genelde şehre yaz aylarında gelen gurbetçiler tarafından verildiğini belirtmektedirler. Antaky Şehri'nde gelen turistlerin çok azının kendilerinden alışveriş yaptıklarını söyleyen ustalar, yaptıkları bu sanata özel ilgi duyan kişilerin genelde yetişkin turistlerden oluştuklarını ve işletmelerinden çok memnun ayrıldıklarını belirtmişlerdir. Yine ilk defa ayakkabı yapımını izlemek için gelen bu turist ve

ziyaretçilerin sonraki dönemlerde de işletmelerine gelmeyi tercih ettikleri belirttikleri bilgiler arasında yer almaktadır. Bakıldığında işletmelerin çoğu küçük ve sıkışık durumdadır. Bununla birlikte işletmelerde bölgenin işlevselliğiyle doğru orantılı olarak 1 ya da 2 usta, tek bir usta veya 1 usta farklı ve yarı zamanlarda çalışan küçük 1 çırak bulunmaktadır. Genel olarak çalışan ikinci bir kişi ya da çırak bulunmamakta çoğunlukla işletmede tek çalışan usta olmaktadır. Hemen hemen çoğu 20 yılı aşkın süredir orada olup usta çırak ilişkisiyle ya da baba mesleği olarak bu mesleği devam ettirmektedir. Kendilerinden sonra yetişen kalifiyeli bir elemanın olmadığını ve bu meslekte gelecek göremediklerini belirtmişlerdir. Turist ve ziyaretçilerin bu sanata rağbet edip, hareketi sağlamalarını isteyen zanatkarlarımız normalde ayakkabı yaptıklarını fakat özellikle pandemiyle birlikte durağanlaşan sosyal hayatın negatif etkisiyle birlikte geçinebilmek için ayakkabı tamirciliği de yaptıklarını belirtmişlerdir.

Fotoğraf 3.6. Ayakkabı Dikiminden Bir Görünüm

Ayakkabıcılık zanaatının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesine çekimser yaklaşan ustalarımız turistlerin işletmelerine çok az alışveriş yapmak için geldiklerini ve ekonomik yönden çok katkıları olmadığını belirtmektedir. Bölgeye gelen tur ve rehbelerin kendilerini ziyaret etmediklerini, pazarlama olanaklarının sınırlı olduğunu ve yeterli çırak ve kalifiyeli eleman yetişmediğinden mesleklerini tehdilede gördüklerini ifade etmektedirler.

Ayrıca yeterli desteğin verilmemesi ve yaratıcı turizm bilincinin bölgede gelişmemesinden kaynaklı da bu turizm türüne umutsuz yaklaşmaktadırlar.

Fotoğraf 3.7. Antakya'da ki Ayakkabı Ustasından Bir Görünüm (Ali Satar-Star Ayakkabıcılık)

3.1.3. Bakırcılık

Bakırcılık; bakırdan eşya yapma sanatı olup ev eşyası olarak üreticiliği azalmıştır. Bunun yerine günümüzde daha çok süs eşyası olarak üretilip satılmaktadır. Kızıl rengi ve kolayca işlenir olmasından dolayı her devirde kullanım alanı bulmuştur. Zaman içinde bakırın yerini daha dayanıklı madenler almıştır. Ancak içindeki diğer metallerin ayrıştırılabilmesini temin edecek teknolojinin gelişmesi, bakırın insan hayatında yeniden önem kazanmasını sağlamıştır. Diğer madenlerden ayıran özelliği ise, alaşım yapabilmesi ve dayanıklılığıdır (Bezirci, 2001).

Bakır süsleme sanatında genellikle bitki motifleri ve geometrik motifler kullanılmaktadır. Öncellikle bakır eşyanın biçimine uygun motifler seçilir ve bu motifler ustanın sanat ve estetik anlayışına göre şekillenir. Belirli bir açı ile tutularak nakış yapılırken "V" şeklinde bir kanal izi bırakır. Bakırcılıkta her aşamanın ustaları mevcuttur. Örneğin; nakış işleyenlere "nakışçı" denmektedir. Nakışlanan bakırlar zımpara keçe ile tesviye edilerek kalaylanmak üzere kalaycıya gönderilir. Kalaydan geldikten sonra siyah boya ile nakışlanan yerler boyanır, kuruduktan sonra silinip temizlenir, böylece yeni bakıra eski, geleneksel bir görünüm kazandırılır (Topçu, 2022).

Eski çağlardan beri insanoğlunun günlük yaşamında süs eşyası, silah, ev eşyası olarak kullanılmış ve bu ihtiyaçlar sayesinde bakırcılık sanatı; uygarlık düzeyine göre gelişip, değişmiştir. Antakya şehrine ise bakırdan eşya yapma faaliyeti yok denecek kadar azdır. Özellikle uzun çarşıda yaptığımız araştırma da çok fazla bakırcı kalmadığını ve işletmelerin çoğunun bakır eşya sattığını görmekteyiz.

Fotoğraf 3.8. Satış Yapan Bakırcıdan Bir Görünüm

Eski bakır ustası olan işletme sahiplerinin, artık eskisi kadar bakır eşya siparişi almadıklarını bu sanata eskisi kadar rağbet olmadığını bu yüzden hazır şekilde aldıkları toptan bakır ürünlerini sattıklarını belirtmektedirler. Birkaç ürün haricinde çoğu ürünün Antakya'da imalatı bulunmamaktadır. Genel olarak Gaziantep'ten ürün satın aldıklarını ve bu ürünlerin çoğunlukla kültürel olarak belli bir yöreye ait olduğu belli olan bakır cezve, sini ve tava gibi eşyaların satıldığını veya bunlar için özel sipariş verildiğini ifade edebiliriz.

Bakırcılık mesleğinin artık son aşamada olduğunu belirten ustalarımız işi öğrenmek isteyen kişi sayısının da azaldığını belirtmekte ve bu meslek grubunun geleceğini de tehlike altında bulmaktalar. Bölgenin yöresel kültürünün bir etkisi olarak en çok künefe tepsisi, kazan ve leğen imalat edilip satılmakta olup, diğer ürünlerin imalatı ve pazar alanı çok az bulunmaktadır. Turistlerin çoğunun yerli ve gurbetçilerden oluştuğunu söyleyen ustalarımız bu anlamda yurtdışından özel sipariş aldıklarını belirtmektedirler.

Fotoğraf 3.9. Bazı Bakır Ev Eşyalarından Görünümler

Yapılan araştırmalar sonucunda yurt dışında yaşayan gurbetçilerin yaz aylarında tatil amacıyla memleketlerine döndükleri anlaşılmaktadır. Bu süreçte şehirde vakit geçirip alışveriş yaptıkları için de bu ayların daha yoğun olduğunu görmekteyiz. Tur ve acenta şirketleriyle gelen turistlerin ise genel olarak bu işletmeleri ziyaret etmedikleri, daha bilindik ve anlaşma yaptığı belli yerleri ziyaret edip geri döndüklerini ifade etmek mümkündür. Bu durumdan şikâyetçi olan zanatkarlar ise yaratıcı turizm konusunda yeterli bilgiye sahibi olmamakla birlikte; tüm bu sebeplerden ötürü bu turizm türüne çekimser yaklaşmaktadırlar.

3.1.4. Bıçakçılık

Kelime anlamı bıçak yapıp satma işi olan bıçakçılık sanatı tarihten günümüze önemli yer edinmektedir. Bıçak, insanoğlunun eski tarihlerden itibaren vazgeçemediği aletlerden biri olmuştur. Öncelikle ihtiyacı karşılamak için yapılırken, ortak aklın gelişmesiyle bıçak, işin estetik boyutu düşünülerek sanat ve zevk sahibi kişiler tarafından, ağız ve sap kısımlarında kullanılan malzemeler üzerine işlenen nakış ve figürlerle sanatsal bir değer kazanmıştır (Kaya ve Mesci,2002).

Ülkemizde bıçakların büyük çoğunluğu fabrikasyon üretim olsa da sınırlı alanlarda geleneksel yöntemlerle atölye ve ev tipi imalat şeklinde üretim faaliyetleri sürdürülmektedir (Koca ve Çetin,2015). Çelik; makinalar tarafından inceltilmekte, bıçak sapı olmak için hazırlanan tahtalar fabrikalarda işlenmekte ve tezgâha gelene kadar ki tüm adımlar teknoloji sayesinde zahmetsiz şekilde gerçekleşmektedir. Antakya Şehri'nde bıçakçılık yapan işletmeler ise çoğunlukla bıçak satma, bileyleme ve bıçak tamir etme yapmaktadırlar. Ustaların çoğunluğu bu işi meslek olarak geçim derdinden kaynaklı olarak devam etmektedir. Ayrıca satır, balta, makas, ustura ve masat gibi malzemelerin yanı sıra kılıç, hançer, kama gibi ürünleri de imal eden bıçak ustaları (Birinci vd. 2016), eskiden sipariş ve satışların daha yüksek olduğunu günümüzde ise bu oranın düştüğünü belirtmişlerdir. Nitekim yapılan araştırmaya göre gelen turist ve ziyaretçilerin en yoğun olduğu dönem yaz ayları ve Kurban Bayramı zamanları olduğu anlaşılmaktadır.

Fotoğraf 3.10. Bıçakçılık Faaliyeti Yapan İşletmeden Görünümler

3.1.5. Ciltçilik

Cilt sanatı, elyazması ya da baskı ürünü bir kitabın ya da mecmuanın sayfalarını, kolay şekilde kullanabilmek ve dağılmasını önlemek için dışardan gelen zararlardan (su,

nem) korumak ve daha gösterişli bir hale getirmek amacıyla bir araya toplayıp birbirine diktikten sonra koruyucu bir kapak geçirerek yapılan işlemlerin tümüne denir (Nas, 25)

Geçmişte önemli bir yere sahip olan ciltçilik günümüzde Antakya Şehri'nde eski önemini kaybetmiştir. Önceden ciltçilik yapan işletmeler günümüzde bunun yanında daha çok matbaacılık yapmakta, kartvizit ve davetiye basmaktadır. Geçmiş dönemlerde kitap basmak zor olduğu için onları korumakta önemliydi. Günümüzde basımevleri arttıkça kitap basma kapasiteleri artmakta ve kitapları bu anlamda fiziksel olarak koruma gereksinimi azalmaktadır. Pandemiden kaynaklı olarak çoğu işletme kapanmıştır. Arazi çalışmasının yapıldığı zaman içerisinde açık ciltçi bulanamamıştır. Yapılan araştırmada ve görüşmelerde talebin azaldığını ve yeterli desteğin alınamadığı belirtilmektedir. Bunun yanında gün yüzüne çıktığında ilgi görebilecek bir zanaat olduğunu belirtmemizde fayda var. Nitekim daha çok eski kitapların tamir edilmesi için bölgedeki ciltçilere ihtiyaç duyulmaktadır. Çırak ve kalifiyeli eleman yetişmemekte v mesleğin devamlılığını tehlikeye girmektedir. Yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilen bu işletmeler; yeterli çalışma ve destekle topluma kazandırılmalıdır. Fakat gelişen teknoloji ile birlikte bu yeni düzende, sanatçılarımız umutsuzluğa ve karamsarlığa kapılmıştır.

Fotoğraf 3.11. Yeniden Ciltlenip Tamir Edilmeyi Bekleyen Bazı Kitaplardan Görünümler

3.1.6. Buğday Sapı (Çimem) Örmeciliği

Hatay 'ın çeşitli bölgelerinde yaklaşık bir buçuk asırdır devam eden buğday sapı örücülüğü günümüzde daha çok Altınözü'nün Altınkaya beldesinde yapılmaktadır.

Buğday sapı örmeyle elde edilen en önemli ürün, bulgur savurma kabı olarak kullanılan Cimem'dir. Cimem, yapılan işle o kadar özdeşleşmiştir ki artık bugün buğday sapı örücülüğüne Cimem örücülüğü denmektedir. Günümüzde buğday sapı örücülüğü ile elde edilen ürünler turistik malzeme olarak piyasada yerini almıştır. Hasır tabak, geleneksel törenlerin de bir parçası haline gelmiş olması sebebiyle günümüzde evlenen kızların çeyizlerinde de yerini almaktadır (Öztürk ve Sarıyıldız, 1997).

Antakya Şehri'nde karşımıza birçok buğday sapı örmeciliği yapan dükkânlar çıkmaktadır. Aralarında kadınlarında bulunduğu bu işletmelerin bir kısmında kalifiyeli eleman ve çırak yetiştirmek için özel kurslar ve dersler verilmektedir. Sosyal medyayı aktif kullanan işletmecilerin bu sanatı öğrenmek isteyenlerin çok olduğunu belirtmekte ve yine sosyal medya üzerinden oldukça talep gördüğünü ifade etmektedirler. İnsanların merak ve yeteneklerini cezbeden bu sanat alınan önlemler ve verilen desteklerle çok iyi bir konuma gelebilmesi, yaratıcı turizm kapsamında düşünülmesi mümkündür. Buğday sapı örmeciliğiiçin gerekli olan tohumların tedariğinin zor olması diğer sorunlardan biridir. Tarlalarını ekip biçen, sonrasında da bu ürünleri çeşitli zahmetlerin sonunda taşıyan ustalarımız hammadde yönünden istenilen kalitede buğday elde edememektedir. Yeterli desteğin verilmemesi ve kaliteli bir üretim için yeterli bilgi sahibi olunmaması da oldukça olumsuz birer etkendir.

Fotoğraf 3.12 Buğday Sapından Örülmüş Bazı Eşyalardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.13. Sepetler ve Hasırdan Yapılmış Turistik Ürünlerden Bir Görünüm

İnternet aracılığı ile kişisel olarak kendi reklamlarını yapan işletmelerin yurtiçi ve yurtdışından özel siparişleri olmaktadır. Gelen turistlerin çeşitli sebepleri bulunmakta ve işletmelerden oldukça memnun kalmaktadırlar. İlkbahar ve yaz aylarında daha çok turistin geldiğini belirten ustalar, bu turistlerin sadece alışveriş yapmak için değil aynı zamanda bu el sanatının yapılışını izlemek, mesleğin geçmişi hakkında bilgi edinmek,

bilimsel olarak bu ürünleri incelemek ve bu ürünlerin Antakya'nın sosyo-kültürel değerleriyle arasındaki ilişki öğrenmek için de kendilerini ziyaret ettiklerini belirtmektedirler. İşletmeler bulunduğu bölgelerin işlevselliği ve kendi alanlarının genişliği ile ilişkili olarak 1-15 kişi arasında çalışanlara sahiptir. Yine kendilerine gelen turist ve ziyaretçilere çay kahve ikram ettiklerini sosyal medya hesaplarından takip etmelerini istediklerini ve bu sayede hem turistlerin hem de kendilerinin bu kısa görüşmelerden çok memnun kaldıklarını ifade etmektedirler. Yaratıcı turizm kapsamında önemli bir potansiyele sahip olan buğday sapı örücülüğü el sanatı, sunulan fırsatlar dâhilinde çok önemli noktalara gelebilir. Nitekim sadece turizmde değil ticarette de geniş pazarlara açılarak bölgede hem maddi hem de kültürel olarak iyileşme sağlayıp kalkınmasına imkân verebilir.

Fotoğraf 3.14. Buğday Sapı Örücülüğü Yapılan Atölyeden Bir Görünüm ve Bazı Sepetler

3.1.7. Defne Yağı ve Sabun Yapımı

Antakya'nın gastronomi alanında UNESCO yaratıcı kentler ağına girmesi, EXPO 2021'in Hatay'da düzenlenmiş olması, Antakya'da çekilen dizi ve filmlerin artması, sosyal medyanın etkin kullanımı, ulusal ve uluslararası konferans ve festivallerde kentin daha iyi tanıtılması, kente yönelik düzenlenen turların yaygınlaştırılması gibi faktörler, kenti ve kent kimliğini yansıtan bileşenleri ön plana çıkarmıştır. Bunlar içerisinde, sabun ve sabunhaneler de yer almaktadır. Nitekim sabunhanelerin endüstriyel miras kapsamında tescillenmesi, kentteki belli başlı kurumların logolarında defne ve zeytin yaprağının yer alması, kentte çekilen dizi ve filmlerde sabun üretimine yer verilmesi, defne sabununun coğrafi işaret olarak tescil edilmesi, turizm tesislerinde sabun satış

reyonlarının var olması gibi faktörler, sabun üretiminin kent kimliği bakımından önemini ortaya koymaktadır (Usun vd, 2020).

Modern çağda çok çeşitli katkı maddeleri katılan ve Hatay'a özgü hammadde olarak defne bitkisinin kullanılması sabuna ayrı bir özellik kazandırmıştır. Hatay ulusal ve uluslararası defne sabunu üretimi ve pazarlamasında önemli bir yere sahiptir. Sabun yapımı bölgesel kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Üretilen sabunlar ülke içinde pazarlandığı gibi yurtdışına da ihraç edilmektedir. Bunun yanında Hatay genelinde çok sayıda kişi ilkel metotlarla sabun üretmektedir (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Hatay'ın merkezinde bulunan Antakya Şehri'nde üretilen bu sabunların pazarlamasında yerini almış ve çok çeşitte el yapımı defne sabunu satışa sunulmuştur. Uzun Çarşıyı gezerken hemen her sokakta bulunan bu sabunların kendilerine öz yapısı ve kokusu mevcuttur. Çeşitli hastalıklara da iyi geldiği söylenen bu sabunların yapımı da kendisi de oldukça merak uyandırmaktadır. Turistik bir çekiciliği olan bu sabunlar yaratıcı turizme kazandırıldığı takdirde çok daha önemli bir pazara sahip olunacağı hiç şüphesiz kaçınılmazdır. Bölgede çok sayıda da imalatçısı bulunan bu sabunların, yapım aşamasını turist ve ziyaretçilerle paylaşması önemli bir tanıtım ve reklam sağlayacaktır. Yaptığımız araştırma gezisinde bu sabunların yapım aşamalarında bulunmak bizlere inanılmaz bir deneyim ve bu el sanatına karşı ilgi uyandırdı. Var olan bu potansiyelin doğru ve yerinde kullanılması bölgede ki yaratıcı turizm potansiyelinin artmasına toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan da gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Fotoğraf 3.15. Defne Sabununun Yapıldığı Ambardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.16. Defne Sabunlarından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.17. Defne Sabunlarının Kesilip ve Şekil Verildiği Yerden Bir Görünüm

Defne yağı sabununun yapımında Defne ağacının meyve ve yapraklarından elde edilen defne yağı kullanılır. Bu yörede sabun yapım yöntemleri olabildiğince geleneksel ve doğal yöntemlerdir. Bunun yanında kozmetik ve sağlık alanları gibi çeşitli sektörlerde de bu üründen faydalanılmaktadır. Defne yağı sabunlarına talebe göre zeytinyağı da katılmaktadır. Yerel halkında kolaylıkla yapabildiği bu sabunlar bölgede oldukça popülerdir. Aynı zamanda turistlerinde ilgisini çekmektedir. Defne yağı sabunu iseşu şekilde üretilmektedir;

-Defne ve zeytinyağını (isteğe göre farklı miktarlarda olabilmektedir) uzun koni şeklinde ki kazanlara alıp ısınmaya bırakılır (Kazanlarda; köpürme ve taşma durumlarına karşı bir miktar pay bırakılır tamamı doldurulmaz).

-Kosik dediğimiz sabun mayasını (sodyum hidroksit) iyice eriterek ısınan yağın içerisine katılır ve kıvamlı olana değin karıştırılır.

-Bir süre ateşten alınıp sabun haline gelene kadar karıştırılmaya devam edilir.

-Tekrar ateşe alınır.

-Isınıp katılaştıktan sonra önceden hazırlanmış dikdörtgen, kare şeklindeki yere serilmiş boş çerçevelerin içerisine dökülür.

-Mala ya da düz kesilmiş tahta parçaları yardımıyla şekli düzeltilip kurumaya bırakılır.

-Kuruyan kasnağın içindeki bütün sabun özel şekillendirici aparatla kare şeklinde kesilir.

-Kesilen defne yağı sabunları tek tek çıkartılarak kullanılmaya hazır hale gelir.

Fotoğraf 3.18. Defne Yağının Isıtıldığı, Kosik Sabun Mayasının Eritildiği Kazanlardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.19. Defne Sabunlarını Eşit Şekilde Kesip Ayıran Alet ve Kesilmiş Defne Sabunlarından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.20. Kesilip Paketlenmiş Defne Sabunlarının Satışa Hazır Hale Geldiği Sabun Kulesinden Bir Görünüm

Defne yağı sabunlarında %100 oranda defne yağı kullanılabilirken isteğe göre belli oranlarda zeytinyağı, keçi sütü gibi çok sayıda ek maddelerle içeriği zenginleşebilmektedir. Yapıldığında yeşil renkte olan bu sabunların rengi sonradan koyu yeşile ve kahverengi dönmektedir. Hatay'da çok sayıda sabun yapan usta vardır.

Bölge halkı kendileri de evlerinin bahçesinde iş yerlerinin avlularında bu işlemleri yaparak kendi sabunlarını üretmektedirler. Kendilerine has renk ve kokuları olan bu sabunlar sivilcelere, derideki yara ve tahrişlere bebek poposundaki pişiğe iyi geldiği söylenmektedir.

Fotoğraf 3.21. Farklı Renklerdeki (Yeşil, Koyu Yeşil, Kahverengi) Defne Sabunlarından Görünümler

Fotoğraf 3.22. Uzun Çarşı'da Satılan Çeşitli İçeriklere Sahip Defne Sabunlarından Bir Görünüm

Çok makul fiyatlara satılan bu sabunların yapımı da turistler tarafından beğenilerek izlenmektedir. Yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi pek çok usta tarafından da olumlu karşılanmıştır. Sabun ustaları, kendi bilgi birikimlerini, yerel kültürlerini ve şehir halkının bu sabun yapma geleneğini turistlerle paylaşmaktan zevk duyacaklarını belirtmektedirler. Yapılan çalışmada çevredeki turistlerin bu sabunlarının yapımını merak edip izlemeye geldiklerini, kendilerinin de işi deneyimlediklerini gözlemledik. Ustaların yeterli destek ve reklamla daha fazla ilgi uyandıracağını düşündükleri sabun yapımı gerçekten de bu turizme kazandırılmaya değer bir el sanatıdır. Yeterli bilinçlendirme yapılarak, ekonomik destek sağlanarak, tanıtılabilecek olan bu faaliyet ustalarımızın umutlu ve kararlı tavrıyla çok daha ileri boyutlara taşınabilecektir.

3.1.8. Demircilik

Demir, hemen hemen bütün kültürlerde var olan mitolojik sembollerden biridir. Demircilik ise demiri işleyip satan anlamındadır. Eski Türk yurdu olan Orta Asya yüksek kalitede zengin demir cevheri yataklarına sahip bir arazi yapısıyla, erken dönemlerde demiri keşfetmiş ve kullanıma sokmuştur. Demiri erken dönemlerde keşfeden Türkler, üretimde ve kullanım biçiminde ustalaşmışlar; bunun sonucu olarak demir işlemeciliğini bir sanat kolu hâline getirmişlerdir. Nitekim Türkler arasında sanat

dalı hâline gelen demircilik, aynı zamanda en “kutsal sanat” olarak da tarihe geçmiştir. Bu manada Türklerin medeniyete kazandırdığı en mühim şeylerden birisi demir madenidir. Demir işçiliği sayesinde insanoğlu bugün daha iyi bir yaşam seviyesine kavuşmuştur (Çeribaş, 2007).

Fotoğraf 3.23. Antakya Demirciler Çarşısından Bir Görünüm

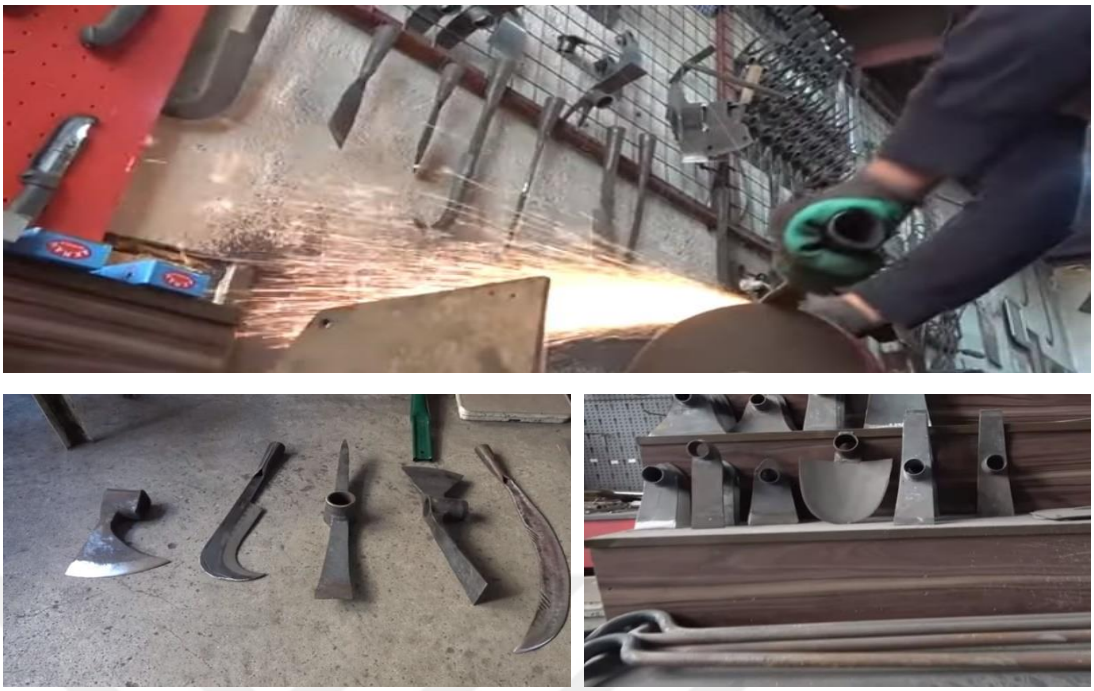
Antakya’da demircilik faaliyetlerinde işe ocağı yapmakla başlayan ustalarımız o gün çıkartılması gereken ürünlere göre orak, tahra, bıçak veya kazma için malzeme çıkartarak onları dövmeye başlamaktadırlar. Dövme işlemiyle başlayan süreç, ürüne şekil verdikten sonra temizleme, taşlama ve sulama işlemlerinden geçmektedir. Bu süreç sabah saatlerinde başladığında öğlene kadar devam etmekte ve öğlen gibi bitmektedir. Yani ortalama olarak 3-4 saat sürmektedir.

Fotoğraf 3.24. Ham Çelikten Yapılmış Oraktan Bir Görünüm

Örnek olarak orak ürününün yapımına bakıldığında ürünün ana maddesi olan çelik ham şekilde ustalarımızın eline ulaşmaktadır.Gelen ham çelikler ebatlarına göre

ayrılmaktadır ve sap denilen el tutulacak yeri ayarlanır. Dövme işlemi başlatılır. Dövme işlemiyle birlikte şekil verilir. Şekil verildikten sonra taşlama işlemi yapılır. Taşlama işlemiyle orağın ağız kısmına güzel bir vaziyette keskin bir hale getirilir yani keskinleştirilir. Burada sulama işlemi yapılarak kızgın olan orak şeklini alan ham çelik; soğutulmaktadır. Sonrasında ise temizleme işlemi dediğimiz süreçte orağın ağız kısmı parlaklaştırılıp temizlenir. Kullanılmaya hazır hale gelen bir orağın bu yapım süreci yaklaşık 2-2,5 saat sürmektedir. Uzun yıllar çıraklık eğitimi alınan bu meslek oldukça zordur.

Fotoğraf 3.25. Dövülen Çelikten Bir Görünüm



Fotoğraf 3.26. Tüm Aşamaları Tamamlanmış ve Satılmaya Hazır Hale Getirilmiş Ürünlerden Görünümler

Yapılan yüz yüze görüşmelerde edinilen bilgilere göre gelişen teknolojik gelişmelerle birlikte Antakya'da önemli bir yere sahip olan Demirciler çarşısı eskisi kadar rağbet görmemektedir. Çarşının sokaklarında önceleri çekiç ve örs sesleri yankılanırken günümüzde oldukça sessizleşen işletmeler mesleklerinin gün geçtikçe yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kaldıklarını belirtmektedir. Geçmişte yerli ve yabancı turistlerin mesleklerine ilgi ve merakla yaklaşıp onları izlemek bu mesleğin nasıl icra edildiğini öğrenip kendilerinin de denemek istediğini belirten işletme sahibi ustalarımız günümüzde eskisi kadar turistin olmadığını ifade etmekteler. Bunun yanında ucuz fabrikasyon ürünlerinin çoğalmasıyla, demircilerin; emekleriyle yaptığı ürünlerin maliyetinin yüksek olmasından kaynaklı pazarlarda hak ettiği ilgili göremediğini söyleyebiliriz. Daha kaliteli ürünler ortaya koydukları halde ucuz maliyetten ötürü ortaya çıkan fiyat farkı bölge halkını fabrikasyon ürünlerine yönlendirmektedir. Bu durumdan şikâyetçi olan çoğu esnaf ise kendi ocaklarında yaptıkları ürünlerin yanı sıra fabrikadan aldıkları bu ürünleri raflarında satarak geçimlerini kazanmaya çalışmaktadırlar. Çeşitli destek ve teşviklerle kendi yaptıkları ürünlerini pazarlarda satabileceklerini, mesleklerini devam ettirebileceklerini düşünen ustalarımız tarım sektöründen de doğrudan etkilendiklerini ileri sürmektedirler. Önceleri tarımda klasik

yöntemler kullanan halkın orağa daha çok ihtiyacı varken günümüzde makinelerle yapılan tarımda bu tarz ürünlere ihtiyacın azaldığını belirtmekteler. Unutulmaya yüz tutmuş olan demircilik, bölgede ki turistler tarafından dikkat çekmekte olup; çıkan çekiç ve örs sesleriyle kendilerini bu işletmelerin önünde bulmaktadırlar. Gerçekten yapılabilecek çeşitli destek ve teşvik ile bu Antakya'nın simgelerinden olan Demirciler Sokağı eski canlılığına kavuşabilir. Yapılan tanıtımlar, tur gezileriyle meslek tanınırlığı artırıldığında, Antakya'da ki işletmelerin fiziki durumları iyileştirildiğinde birçok turistin de ziyaret güzergâhı burası olacaktır. Yapılan ziyaretle, var olan bu el işçiliği ön plana çıkarılacak ve hatta yaratıcı turizm kapsamında turistler de demiri dövme, sulama işlemlerine ustalarla eşlik ederek yaşayan kültürü akıllara kazacaktır. Türklerin ata mesleği olan demircilik, hiç şüphesiz ki Antakya bölgesinde ki turistler için de unutulmaz deneyimler sağlayan bir iş koludur. Bölgede ki var olan bu güçlü yönler, potansiyel; çeşitli fırsatlarla turizme kazandırılmalıdır.

3.1.9. Dericilik

Çok eski bir sanat dalı olan dericilik; derinin çeşitli işlemlere tabi tutulup kullanılacak hale getirilmesine denir. Türk topluluklarında deri işçiliği ilerlemiş bir sanayi dalı olarak görülmektedir. Özellikle de Orta Asya Türkleri arasında bir ihtiyaç şeklinde ortaya çıkan deri kullanımı, dericiliğin yanı sıra hayvancılığın da gelişip yaygınlaşmasına yol açmıştır. Dericilik, hayvancılıkla geçinen kavimlerin ikinci bir mesleği olarak gelişmiştir (Çoruh ve Çaparlar,2012).

Hayvancılığın tüm bölgelerde yapılmasıyla çok canlı ve yaygın olan deri işçiliği, günümüzde Antakya'da daha çok köşkerciliğin hammaddesi olmuştur. Antakya'nın en büyük çarşılarından biri Köşkerler Çarşısı'dır. Eskiden çarşıda 100 köşker varken, bugün sadece bir ustayla ayakta kalmaktadır. Birçoğu işi geliştirip ayakkabı imalatına yönelmiştir (Eraslan,2009).

Türkiye çapında deri organize sanayi bölgeleri arasında yer almayan Hatay, küçük sanayi sitelerinde yerini almaktadır. Türkiye'de faaliyette bulunan toplam 7 küçük deri sanayi sitesi mevcuttur. Bunlar Çanakkale, Balıkesir, Manisa ve Aydın bölgelerinde yer aldıkları görülmektedir. Marmara ve Ege bölgeleri dışında ise Akdeniz'de Hatay, İç Anadolu'da Niğde ve Karadeniz'de Gerede bulunmaktadır. Üretim, ihracat ve istihdam

büyüklüklerine göre 5. sıralamada yer alan Antakya Küçük Sanayi Sitesi yer almaktadır. Yine Antakya Deri Kösele Sanayi Sitesi'de mevcuttur. Fakat bunların üretim ve tüketimde ki yeri ülke payının oldukça küçük bir kısmını oluşturmaktadır (Kartal ve Doldur, 2022).

Şehrin içinde sadece dericilik işiyle tanınan bir işletmeye maalesef erişemedik. Deri işleriyle uğraşan ustalarla görüştüğümüzde çoğu artık ayakkabı, futbol, basketbol toplarının tamirini yaptıklarını belirtmektedir. Yemenicilik işiyle uğraşan ustalarımız bu sektörün artık sokaklarda bittiğini gelişen teknoloji ile büyük fabrikaların bu işi devraldığını ifade etmişlerdir. Gelen turistlerin ilgisini çeken bir zanaat olmasının yanı sıra unutulmaya yüz tutmuş olan bu meslek kolu yeterli destek ve teşvik olmadığı sürece artık sadece tarih kitaplarında yerini alacaktır.

3.1.10. İpek Böcekçiliği ve Dokuma

Geçmişi çok eskilere dayanan ipek böcekçiliği, yoğun emek sarf edilerek yapılan bir iştir. Geçmişte Samandağ ve Harbiye'ye bağlı köylerin çoğunda hemen hemen her evde üretilen ve beslenen ipek böceği bugün artık yok olmak üzere olan geleneksel mesleklerimizdendir. Hatay'da ipek böceği kozası ile ipek üretimi tarihe karışırken baba mesleği diye devam etmeye çalışan bazı aileler tarafından yaşatılmaya çalışılmakta ve Türkiye'ye tanıtılmaktadır (Kalaycıoğlı, 2011).

Fotoğraf 3.27. İpek Böcekçiliği ve Dokumacılığı Yapan İşletmeden Bir Görünüm

Fazla soğuk ve yüksek yerler dışında çoğu bölgede büyüyen ipek böcekleri (Tuigong vd., 2015) bu anlamda geçmişten günümüze kadar pek çok aileye geçim kaynağı olmuştur. Bundan 5000 yıl önce Çin'de ortaya çıkan ipek böcekçiliği zamanla Asya ve Avrupa'ya gelerek bizim topraklarımızı da önemli bir ticaret merkezi haline getirmiştir. Tarihte ipek yolu olarak bilinen bu ticaret merkezlerinde ipek ve çeşitli ürünler alınıp satılmakta ve doğu-batı kültürü birbirleriyle tanışıp kaynaşmaktaydı. Ülkemizde üretilen ipeklerin tamamı dut ipek böceği tarafından üretilmekte olup dünya

da farklı ipek böcekleri tarafından üretilen ipeklerde bulunmaktadır. Bugün ülkemizde, Marmara bölgesinde Bursa, Balıkesir, Bilecik ve Sakarya; Ege bölgesinde İzmir ve Muğla; Akdeniz bölgesinde Antalya ve Hatay; Güneydoğu Anadolu bölgesinde Diyarbakır, başlıca üretim merkezleridir (Doğanay,2011). Antakya Şehri coğrafi olarak ipek böceği yetiştiriciliği için gerekli şartlara çok uygundur. Omurgasız bir sürüngen olan ipek böceği aslında bir kelebek türüdür. Yumurtadan çıkıp tırtıl şekline büründüğünde beslenmeye başlayan bu hayvanlar dut yaprağı ile beslenmektedirler. 26-27 gün süren bu beslenme süreçlerinde ipek böcekçiliği yapan ustalarımız bu hayvanları beslemek için gerek kendi bahçelerinden gerek komşularının bahçelerinden dut yaprağı toplamakta ve bunları beslenilecek alana götürmektedirler. Bu aşamada dut yapraklarının sabahın erken saatlerinde ve serin bir zamanda topladıklarını belirten ustalarımız yapraklar suyunu kaybetmeden onları beslenme alanına götürdüklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu alanın temiz olması çok önemli olmakla beraber, eğer hayvanlar hemen beslenmeyecek ve yapraklar bekletilecekse ortamın serin ve nemli olmasını gerekmektedirler. Bu aşamada gerekli nemi sağlamak için yaprakları nemli bir bezle örtmektedirler. Yapraklar mevsimden mevsime fark ettiği için kurumanın ve rüzgârdan etkilenmenin en yüksek olduğu sonbahar döneminde toplanan yaprakların mutlaka yıkanıp kurulandıktan sonra temiz ve nemli bir şekilde verildiğini ifade etmektedirler. Beslenme döneminde 4 kez deri değiştiren tırtıllar bu süreçte uyumakta ve 1 ila 2 gün içerisinde bu deri değiştirme safhasını bitirmektedirler. Büyüyen ipek böceği koza örme aşamasına gelmeye başlayınca ipek böceği yetiştiricileri tarafından çoğunluğu bitkisel olan askılara alınır ve koza örmeye bırakılırlar. İpeğin kaliteli olabilmesi için sıcaklığın 23-24 °C olması 20 °C' nin altına düşmemesi gerekmektedir. Çünkü 20°C'nin altına düşülen sıcaklıkta ipek böcekleri koza örme işlemini tamamen durdurmaktadır. Nemin%70'in altında olmasını bildiren Camuz, fazla nemin ipek salgısını yavaşlattığını, koza rengini ve parlaklığını bozduğu belirtilmiştir (Camuz vd., 2022). Bunun yanında beslenme odalarının muhakkak havalandırılması gerektiği çünkü yoğun cereyan ve yoğun ışık altında kalan kozaların kuytu yerlerde birikip sıkıştıklarını bunun da çifte koza miktarını artırdığını ifade etmiştir (Taşkaya Top vd., 2015). Askıda koza örme işlemine başlayan ipek böcekleri kendilerini içeride bırakacak şekilde 2 haftaya yakın bir süreçte bu işlemi tamamlar ve kelebek olarak kozalarından çıkarlar. İşte bu aşamaya gelmeden ipek böcekçiliği ile uğraşan ustalarımız kelebek kozadan

çıkmadan (kelebek kozadan çıktığında elde edilecek telin lekeli ve hasarlı olacağı düşünüldüğünden), kozaları işleme alarak ipek için gerekli olan hammaddeyi elde etmiş olurlar. Kapalı olan kozalar sıcak suya atılarak ipeklerinin taneleşerek ortaya çıkması beklenir. Bu işleme; yani kozaları sıcak suya atma işlemine koza boğması denir. Tanelere ayrılarak ortaya çıkan koza telleri usta tarafından bir araya getirilerek çekilir. Çekilen bu ipek telleri çeşitli aşamalardan geçerek farklı isimler aldığı gibi bu aşamadan sonra da kullanılmak için tezgâhta yerini almakta ve ipek dokumacılığında kullanılmaktadır.

Fotoğraf 3.28. Hasarlı Kozalardan Bir Görünüm

Antakya'da bu işle uğraşan birkaç büyük ailenin dışında ipek böcekçiliği ustası bulunmamaktadır. Bu ailelerin bazısıyla yaptığımız görüşmede bu mesleğin babadan oğula geçtiğini belirtmişlerdir. Görüştüğümüz Yılmaz Büyükaşık ise kendisinin kızlarının olduğunu ve farklı meslek gruplarıyla ilgilenmek istediklerini belirtmekte, bundan ötürü de çok sevdiği bu mesleğin geleceği ile ilgili endişe duymaktadır.

Fotoğraf 3.29. İpekçi Ustası (Soldan Birinci) Büyükaşık

Antakya'da ki işletmelere bakıldığında 20 yıldan uzun süredir varlıklarını sürdürmektedirler. Kazançlarının iyi olduğunu belirten ustalarımız yerli ve yabancı turistin de çok ilgili olduklarını belirtmektedirler. Şehre gelen turların birçoğunun kendilerine gelmediğini ifade eden esnaflarımız; bu anlamda tur şirketlerinin bu konuda kendilerini geliştirmelerini ve getirdikleri turistlere şehri tanıtırken kendi kültürlerini yansıtan bu el sanatlarını da tanıtmaları gerektiğini ifade etmektedirler. Özellikle Avrupa ve ABD vatandaşlarının işletmelerini görmek için geldiklerini belirten işveren ülkemizde de Trabzon ve İstanbul'dan yoğun ilgi gördüklerini belirtmektedirler. İlkbahar ve sonbahar aylarında ziyaret eden turist sayılarında artış olduğu ve gelen turistlerin sadece alışveriş yapmak için değil bu sanatın yapılışını izlemek, geçmişi hakkında bilgi almak ve bilimsel araştırma ve inceleme yapmak için de geldiklerini dile getirmiştir.

Fotoğraf 3.30. İpek Dokuma Makinası ve Bazı İpek Kıyafetlerden Görünümler

Bu işi 5 kuşaktır yapan bir işletmemiz ipek yolunun buradan geçtiğini, işini çok sevdiğini ve elinden geldiği kadar devam ettireceğini belirterek ipek böcekçiliğinin ve dokumacılığının geleceğini parlak gördüğünü belirtmekteyken, daha küçük bir işletmesi bulunan bir diğer ustamız destek ve teşvik göremedikleri takdirde bu mesleğin biteceğini, bu işi kendilerinin devam ettirdiğini fakat gelecek nesillere bu hizmetin verilebilmesi için yetiştirdiği çırak ve kalifiyeli elemanı olmadığını belirtmektedir. Nitekim ipek böcekçiliğinin geleceği ile ilgili iki ayrı görüş olmakla birlikte; alınan önlemler neticesinde, tanıtımlar, reklamlar, yeterli ekonomik destek ve teşviklerle işlerini severek yapan bu ustalarımızın hisleri fikirleri daha olumlu şekilde değişecektir. Antakya'da ki yerli yabancı turistin bu zanaata olan ilgisini yaratıcı turizme yönlendirebilmek, o bölgenin kültürü ve ekonomisi için oldukça büyük öneme sahiptir. Yaratcı turizm kapsamında bilgi sahibi olan ipek ustalarımız gelen turistlerle birebir dokuma işlemleri yaptıklarını onlara bunu dakikalık bile olsa öğrettiklerini deneyimlemelerini sağladıklarını belirtmekte ve bu durumun devlet yetkilileri tarafından belirli bir planlama ile çok güzel yerlere gelebileceğini belirtmekteler.

Fotoğraf 3.31. İpek Dokuma Tezgâhında Dokumacılık Yapan Ustadan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.32. İşletmede Satılan Bazı İpek Hediyelik Ürünlerden Görünümler

Yapılan arazi çalışmalarında bizler de birebir bu süreçlere ilgi ve merak duyup ipek dokumacılığı konusunda deneyim sağladık. Yaratıcı turizm kapsamında ele alınan ipek böcekçiliği bu anlamda yüksek bir potansiyele sahip olmakla birlikte; şehirde ki çoğu kişinin yeterli bilgisinin olmadığını ifade edebiliriz. Konuyla ilgili toplum bilinçlendirilip, gerekli bilgiler verildiğinde, ortaya çıkan ilgi ve merağın; tanıtım ve reklamlarla, verilebilecek ekonomik desteklerle hem bu işi yapan ustalarımız hem böyle bir kütüre sahip olan yerel bölge halkı hem de farklı amaçlarla o bölgeye gelmiş yerli ve yabancı turistlerin yaratıcı turizm kapsamında ipek böcekçiliği için geliştirilebilecek aktivitelere memnuniyetle katılım sağlayacaklardır.

3.1.11. Kalaycılık

Günlük hayatta bakırların yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmasından sonra bu ürünlerin temizliğini ve bakımını yapmak için ortaya çıkan meslek grubuna verilen addır. Kalaylama işlemi; bakır kapları pastan ve dışardan gelebilecek olumsuz etmenlerden korumak için kaplama işlemidir. Buna kalaycılıkta denir. Bir nevi bakırı tamamlamak adına yaratılmış bir meslek dalıdır. Kalaylama işi, kullanılan bakır eşyalar; zamanla oksitlenip kullanan kişiyi zehirleyebilir veya aşırı kullanımdan ötürü tabaka tutabilir. İşte bu eşyaları tabakalardan ve oksitlenmelerden arındıran ve daha sağlıklı bir ürün ortaya çıkaran işlemler dizisi olarak tarif etmek mümkündür. Geçmişte günlük hayatın hemen her noktasında kullanılan bakır ürünü günümüzde neredeyse kullanılmamaktadır. Bakır ürünlerin zamanla kaybolması gibi kalaylama işlemi de zamanla unutulmaya yüz tutmuştur.

Kalaycılık, bakırcılığa bağlı olarak gelişmiş bir meslektir. Bu bakımdan bakırcılığın geçmiş ve günümüzdeki durumu kalaycılığı direkt olarak etkilemiştir. Günümüz mutfaklarında, çelik, teflon ve plastik gibi eşyaların kullanılması, bakırcılığa olan ilginin azalmasına sebep olmuştur. Ayrıca bu alanda teknolojinin de kullanılmaya başlanması, fabrikasyon ürünlerinin artmasına ve maliyetin düşmesine imkânı vermiştir. Bu da bakırcılık ve kalaycılık gibi meslek dallarının ortadan kaybolmasına zemin hazırlamaktadır. Bu iki meslek dalının kaderini birbirine bağlayan sebep bakırın işlenme aşamasından sonra kalaylanmaya duyduğu ihtiyaçtır. Dolayısıylabakır kaplar kullanılmayınca, kalaylama da kendiliğinden ortadan kalkmaya başlayacaktır (Özentürk

Tezgel, 2008). Buna göre Hatay'da da kalaycılık unutulmaya yüz tutmuş meslekler arasındadır.

Fotoğraf 3.33. Kalay ve Bakır Satan Bir Dükkândan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.34. Kalaylanmış Bazı Bakır Ürünlerden Bir Görünüm

Günümüzde bakır yapan işletmeler kalaylama işlerini de kendileri yapmaktadır. Bakırcılık ve kalaycılık birbirinden ayrılmaz bir bütün haline gelmiştir. Antakya uzun çarşıda yalnızca 3 işletme bulunmaktadır ve bakır ürünlere talep çok olmadığından kalaylama için gelen insan sayısının da oldukça az olduğunu belirtmişlerdir. Müşteri azlığından kaynaklı olarak sabah dükkânlarını açış saatleri ve akşam kapanış saatleri diğer esnaflara oranla daha kısadır. Sabah 9-10'dan sonra dükkânlarını açan kalaycı ustaları aksam 5 gibi kapatmaktadırlar. Bunun yanında kendilerini pek turistin ziyaret etmediklerini ve yaptıkları işin günümüzde pek önemsenmediğini belirten ustalarımız, kalaycılık mesleğine verilen değer ve bu mesleğin geleceği ile ilgili oldukça umutsuz ve karamsar olduklarını belirtmişlerdir. Yapılanyüz yüze görüşmelerde insanların çok azının da olsa mesleğe ilgi duyduklarını ve kalaylama yaparken bazılarının gelip kendilerine soru sorduklarını ve onlar da merak uyandırdıklarını belirtmektedirler. Ekonomik olarak yeterli bir kazanç sağlayamadıkları için psikolojik olarak yorgun olduklarını, hâlihazırda bakmaları gereken bir aileleri oldukları için bu işi devam ettirdiklerini ifade etmişlerdir.

Fotoğraf 3.35. Satışa Sunulan Bazı Kalaylanmış ve Kalaylanmamış Bakır Ürünlerden Görünüm

Genel olarak hakettiği değeri göremeyen kalaycılık mesleği ve kalaycı ustalarımız; yeterli ekonomik ve psikolojik destek alarak hem kendilerini hem de mesleklerini topluma daha faydalı bir biçimde sunabileceklerdir. Toplum ve ustalarımıza verilecek yetkinlik eğitimi ve yaratıcı turizm ile ilgili bilinçlendirme çalışmaları, şüphesiz karamsarlığa gömülen bu insanlara bir umut ışığı olacaktır. Oldukça eğlenceli ve zahmetli olan kalaycılık turistlerin ilgisini çekebilecek potansiyele sahip olmakla birlikte, onlara yerel halka birebir temasta bulunarak unutulmaya yüz tutmuş bu zanaatları deneyimleyerek kendi benliklerinde ve ustalarımızda büyük bir duygusal fark yaratacaklardır. Bilgi edinme ve deneyimleme, kişisel gelişim açısından da büyük bir fark yaratmakta olup böyle bir aktivitenin toplumun her kesimi tarafından da sevilip kabul göreceği müstesnadır.

3.1.12. Kilim Dokumacılığı

Kilim, iki iplik sistemine dayanılarak yapılan, tersi ve düzü bulunmayan havsız bir dokuma türüdür ve bilinen en eski dokuma türlerinden de biridir. Yün veya kıl ipliğinden, dikey veya yatay yer tezgâhlarında dokunur. Halıdan farkı havsız ve düğümsüz olması, diğer düz dokuma yaygılardan ayrılan yönü ise, iki iplik sistemiyle yapılması ve desenlerinin kabarık olmamasıdır (Kılıç ve Yayan, 2010). Anadolu'da yapılan dokumacılık her bölgede kendine has özellikler taşır (Şahin, 2004). Hatay yöresi de gerek desen ve gerekse kullanılan hammadde açısından önemli bir tarza sahiptir (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Fotoğraf 3.36. Farklı Motiflere Sahip Kilimlerden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.37. İki İplik Sisteminden Bir Görünüm

Yapılan bu araştırma da kilim dokumacılığının çok eski tarihlere dayandığını ve kirkitli dokumaların Türkler tarafından ortaya çıktığını söylemek mümkündür(Selçuk,2008). Dokuma şeklinde yapılmış bilinen ilk hali Pazırık halısı olmakla birlikte; halının Türk düğümleriyle yapıldığı belirtilmiştir. Kilim ve halıların tarihlerini belirlemek sanılanın aksine zor olsa da ilk halının Türk düğümleri ve teknikleriyle yapıldığı evrensel bir gerçektir. Türk düğümü diğer adıyla Gördes düğümü teknik olarak en sağlam düğümdür. Bu halıya toplamda 3600 düğüm atılmıştır. Buradan anlaşılacağı üzere tarihte türklerin mesleği olarakta bilinen halı ve kilim dokumacılığı

1071 yılında Türklerin Orta Asya'ya gelmesiyle birlikte Anadolu kültürüyle birleşen Türk kültürü neticesinde oldukça zengin içerikli motifler işlenerek yeni kilimler dokunulmuştur (Ekim,2006). İlk kilim nerede ve ne zaman yapıldığına dair bilgi maalesef bulunmamaktadır. Bakıldığında Hatay ili'de kendi içerisinde çeşitli kültürleri barındırması ve önemli medeniyetlerin beşiğinde olması yönüyle bu anlamda zengin bir kilim kültürüne sahiptir. Ülkemizin hemen her yerinde yapılan kilim dokumacılığı Hatay'ın Antakya ilçesinde de yapılmaktadır. Var olan tek kilim dokuma ustası olan Abdullah AKAR, 3 kuşaktır devam eden bu baba mesleğini 20 yıldan uzun süredir yapmaktadır. Bölgede oldukça popüler ve tanıdık biri olan ustamız adını ve zanaatını ülke dışına kadar taşımış ve konuyla ilgili çeşitli çalışmalarda, makaleler ve yayınlarda bilgilerini paylaşmıştır. Bugüne değin binlerce kilim ve aba yapmış, bu yetenek ve bilgilerini ise Halk Eğitim kurslarında çeşitli yaştaki kadın ve erkeklere aktarmıştır.

Fotoğraf 3.38. Elde Dokunmuş Bir Kilimden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.39. İki İpli Dokumacılıktan Yakın Bir Görünüm

Fotoğraf 3.40. Kilim Dokuma Aşaması ve Ustamızdan Bir Görünüm

Bu el sanatını kendisinden sonra devam ettirecek kalifiyeli bir elemanı ve bir çırağı bulunmayan ustamız işletmesini geçmiş senelerde 6-10 kişi çalıştırarak geçindirirken günümüzde talep ve yoğunluğun azalmasından kaynaklı olarak yalnızca kendisi çalışarak geçimini sağlamak durumunda kalmıştır. 100 m²'lik bir alanda hem dokuma yapıp hem de yaptıklarını satmaya çalışan ustamız çoğunlukla mağazasından elden satış yaptığını belirtmekte ve turların pek bulunduğu bölgeye turist getirmediklerini bu yüzden turist sayısının az olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanında alışveriş yapmak için gelen turistler yalnızca alışveriş yapmak için değil, bu el sanatının yapılışını da izlemek içinde kendisini ziyaret ettiklerini bazılarının ise bilimsel

araştırma ve inceleme yapmak için geldiklerini belirtmektedir. Yurt içinden gelen turistlerin çoğunluğunun İstanbul, Bursa, İzmir gibi batı şehirlerinden geldiklerini, yurt dışından gelen kişilerin ise ABD ve Almanya'dan olduklarını söyleyebiliriz. Genellikle tatillerde işletmesine daha fazla turist gelmekte olup kışın aralık ve ocak ayında, yazın ise haziran ve eylül ayı sonuna kadar ki süreçte yoğunluk kazanmaktadır. İşletmesinden oldukça memnun ayrılan turistler bu özel yöresel el sanatları için siparişte vermektedirler. Sipariş verilen şehir ve ülkeleri sorulduğunda bunların yurt içinde İstanbul ve İzmir olduğunu; yurt dışında ise ABD, Kanada, Almanya ve İngiltere olduğunu belirtmiştir. Kilim dışında çeşitli ürünlerde dokuyan ustamız çoğunlukla hediyelik eşyaya ilginin fazla olmasından dolayı sırt ve yan çantası dokuyup bunlarıda satışa sunmuştur..

Fotoğraf 3.41. Hediyelik Satılan Dokuma Çantalardan Görünümler

Usta, bu nadide eserlerin hiçbirinin diğeriyle eş değer olmadığını ve her eserinin farklı hikâyeler anlattığını ifade etmiştir. Bu eserlerin korumaya alınması ve tanıtımı için Hatay Valiliği, bazı çalışmalar yapmış, çeşitli fuar ve sergilerde bu kilimlerin topluma gösterimi sağlanmıştır. Aynı zamanda İngiltere ve Japonya gibi teknolojinin

ileri seviyede olduğu ülkelerden gözlemciler gelerek bu eserlerin yapılış süreçlerini takip etmiş ve örneklerini ülkelerine götürmüşlerdir (İlgün, 2012).

Dünyanın en uzun kilimini dokuyup 2013 yılında halka sergileyen Abdullah Akar toplam 75 günde 75 metre ile büyük bir başarıya imza atmıştır. Günde 20 saat çalıştığını belirtmektedir.

Fotoğraf 3.42. Dünyanın En Uzun Kiliminden Biri Olduğu Düşünülen Haber Kanalına Çıkmış Görüntüler(Demirören Haber Ajansı)

Kaynak: (URL 3).

Fotoğraf 3.43. Dünyanın En Uzun Olduğu Düşünülen Kiliminden Bir Görünüm

Bugüne kadar çok fazla kişiye eğitim verdiğini ifade eden ustamız, kursiyerlerin sabırsız olduğunu ve hemen öğrenip işletme açmak istediklerini belirtmekte ve uzun bir süreyi alan öğrenme işleminde çoğunluğun yarıda kursu bıraktığını belirtmektedir. Çocukluğundan beri bu sanaatı icra eden ustamız dede mesleği olan kilim dokumacılığında öğretecek çok şey olduğunu kendinin bile hala çoğu teknik bilgilerde yetersiz olduğunu belirtmekte ve bu işi öğrenmek için gelen kişilerin öğrenmek için uzun zaman harcamadıklarını ifade etmektedir. Bu anlamda çırak yetiştiremediği için mesleğinin devamlılığı konusunda endişe ederken, halk eğitim kurslarında bilgilerini paylaştığı bazı kişilerin kendi çaplarında bu işe giriştiklerini de söylemek mümkündür.

2000'li yıllardan sonra mesleğe desteğin çok azaldığını, yapılan sanatın değer kaybetmediğini fakat değerini bilen kişilerin sayısının gün geçtikçe azaldığını ifade eden ustamız çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek beklediğini, yaratıcı turizm kapsamında bu sanatın değerlendirilmesini, topluma ve turizme kazandırılmasını istemektedir. Yaratıcı turizm kapsamında önemli bir potansiyele sahip olan bu el sanatımız Antakya yöresinde herkes tarafından bilinmekte fakat çoğunluk tanımamaktadır. Gerek bölgenin kültürel bir değeri olması yönünden gerek yaratıcı turizmde turistlerin deneyimleyerek öğrenme modeline olan uygunluğundan ötürü oldukça umut vaat eden bu el sanatı, ekonomik destek ve tanıtımlarla, reklam ve yeterli bilgilendirme ile bölgede etki yaratabilecek önemli bir unsurdur.

3.1.13. Ney Yapımı

Hatay'da doğan neyzen Erdinç Bal'a göre Ney; tek parça dokuz boğumlu bir kamışın içi boşaltılıp üzerine (biri arka kısmında) yedi adet delik (perde) açılması suretiyle yapılır. Sarı ve budaklı bir çeşit kamıştan elde edilen neyin ilk ve son boğumuna gümüş, altın veya pirinçten yapılan ve "parazvâne" adı verilen bilezikler takılır.

Bölgede çeşitli sayıda üflemeli çalgı aleti bulunmakta ve bunlar el ile yapılmaktadır. Hemen hepsi kamışlardan yapılan bu çalgılar ney, mey hatta flüt bile olabilmektedir. Antakya sokaklarında sepetlerde satılan ve halkın flüt diye hitap ettiği bir çalgı aletinde ise delik sayıları birbirinden farklı olup, bu sayede farklı sesler

çıkartmaktadır ve bölgede ki turistlerinde ilgisini çekmektedir. Bölge de yetiştirilen kamışların bu şekilde değerlendirilmesi göze ve kulağa hoş gelmektedir.

Fotoğraf 3.44. Antakya Sokaklarında Satılan Farklı Sayılarda Delikleri Olan İçi Boşaltılmış Kamışlardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.45. Elde Yapılan Bu Çalgı Aletlerinin Boyutunlarından Bir Görünüm

Hatay Valiliğinin resmi sayfasında da belirtildiği üzere dünyada Nil kıyıları dışında en kaliteli kamışların yetiştiği bölge Hatay'ın Samandağ ilçesi Asi Nehri

kıyılarıdır. En iyi kamışların yetişmesi açısından çok uygun bir iklime sahip olan bölge, Ney çalgı aletinde hem ses kalitesinin yüksekliği hem düzgünlüğü hem de çap açısından kuvvetli olmasını sağladığı için tercih edilmektedir.

Kamışlar toplandıktan sonra birkaç ay (bazen bir yıl) kurumaya bırakılır. Kuruduktan sonra ölçü ayarları yapılır. Ney, hangi karar sesine uygunsa o kamış o karar sesine göre kesilir. Sözgelimi; RE karar sesinde olan Sipürde bir ney yapılacaksa yarım ses fazla kesilir ki daha sonra ayar yapıldığında kesilebilecek parça kalsın. Ölçü ayarları yapıldıktan sonra matkap ve buna benzer özel delici aletlerle delikler açılır. Milim hesabı yapılarak açılan deliklerde hata olmamalıdır. Aksi takdirde seslerde kayma oluşabilir. Açılan perdeler zımparalanır ve hafifçe yağlanır. Ney'in parazvânesi ve başpâresi takılır. Parazvâne, genellikle alpaka gümüşünden yapılır. Ateşe tutulup lehimleme yöntemiyle alpaka gümüşü parazvâne haline getirilir. Parazvâne parlatma aracıyla parlatılır. Kamışın her iki tarafına yerleştirilen parazvâne, kamıştaki aşınmayı ya da olası bir çatlamayı önlemek amacıyla takılır. Başpâre ise gerek temiz ses elde etme gerekse dudaklarda olası bir yırtılmayı önlemek için takılır. Daha sonra Ney yapım ustası neyin ses ayarını (akortlama) yapar. Ayar tutmamışsa milim hesabı yapılarak kamıştan bir parça kesilir ve seslere tekrar bakılır (Kalaycıoğlu, 2011).

Fotoğraf 3.46. Ney Yapım Aşamasından ve Hatay Şenlik Günlerinden Görünümler

Ney, sulak alanlarda, muhtelif uzunluklarda yetişen kamış bitkisine gerekli tasarımın verilmesi sonucu elde edilen nefesli bir çalgıdır. Bu çalgıyı üfleyene "neyzen" denilmektedir (Ünaldı, 2008). Bilindiği üzere Türkiye 'de, geleneksel yapı içinde mistik bir anlam yüklenen "Ney"in özel bir yeri vardır. Bunu en güzel şekilde Mevlevilik

tarikatının kaynağı olan Mevlânâ Celâleddin-î Rumî'nin Mesnevî-i Şerîf' inde görmekteyiz. Mesnevi'nin ilk on sekiz beyitdeki başlıca karakter insana benzetilen, insanî özellikler taşıyan "Ney"dir. (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Fotoğraf 3.47. Satışa Sunulan Neylerden Bir Görünüm

Yapılan görüşmeler sonucunda Antakya'da yapılan neylerin dünya pazarında ve ülke içindeki satışlarda rol aldığını, özel olarak bu müzik sektöründe çalışan kişilerin bir ilgisinin olduğunu ve kendilerinden sürekli özel sipariş alındığını belirten ustalarımız mesleklerinin günümüz şartlarına ayak uydurduğunu ve geleceğinin parlak olduğu anlaşılmıştır. Almanya, Fransa gibi Avrupa ülkelerinin; müzik okulları ve müzik mağazalarına özel sipariş yapıp gönderdiklerini ve yılın her ayında bu siparişlerin geldiğini belirtmektedirler. Kendi adlarına da Almanya gibi Türklerin yoğun yaşadığı ülkelerde satışlar yapılmaktadır. Bunun yanında ülkemizin de hemen her ilinden özel sipariş yaptıklarını belirten ustalarımız yerli ve yabancı turistlerin müziğe çok ilgili oldukarını ve bunun sonucunda da neyin kendi kültürleriyle harmanlanmasıyla birlikte, ney yapımında önemli bir noktada bulunduklarını belirtmişlerdir. İnternet satışı, özel sipariş, elden satış gibi çeşitli yollardan yaptıkları neyleri satabilmektedirler. Ustalarımız işlerinin ehli olarak bölge de de, bölge dışında da ilgi görmektedirler. Yaratıcı turizm kapsamında bu en sanatının değerlendirilmesi fikrine oldukça sıcak bakmaktadırlar. Önemli bir potansiyeli olan ney yapımınıziyaretçi turistlerin gelip izlediklerini ve bundan hoşnutluk duyduklarını ifade etmektedirler. Bu anlamda var olan bir potansiyeli olumlu bir şekilde değerlendirmek ve yaratıcı turizm kapsamında daha güçlü bir şekilde bu sanatı ortaya koymak şüphesiz alınacak en önemli kararlardan biridir.

3.1.14. Semercilik

Semer en yaygın anlamıyla, yük ve binek hayvanı olarak kullanılan at, eşek ve katır gibi hayvanların taşıyacakları yükün hayvanın sırtına zarar vermemesi için ağaç iskelet üzerine deri ile keçe arası semer otu ile doldurulup sarılarak dikilen bir eşyadır. Semere palan, semer otuna palan otu da denir (Türktaş, 2015).

El sanatı olarak nitelendirilen ürünlerin çoğu toplumun ihtiyaçları sonucunda doğmuş ve üretimi devam etmiştir. Bu bağlamda semerci eskiden taşımacılıkta kullanılan önemli bir meslek dalı iken, günümüzde giderek kaybolmaya yüz tutmuştur (Öztürk, 2005).

Antakya'da dükkânı bulunan ustamız 40 yıldır bu işi yaptığını ve geçmişten günümüze 3 kuşaktır ailecek semerci olduğunu belirtmektedir. Çocukluktan babadan öğrendiği mesleğini bugün aynı şekliyle devam ettirmekte ve çırak yetişmediği için bu zanaatın gelecekte yerini alamayacağından endişe duymaktadır. 90'lar da toprakları sürmek için gerekli olan at, eşek ve katır gibi yük ve çeki hayvanlara çok sayıda kişinin semer yaptırdığını belirten ustamız, bu dönemde mesleklerinin revaşta olduğunu belirtmektedir. Günümüzde tarım da makinalaşmaya birlikte ülkenin her yerine olduğu gibi Antakya'ya da yollar yapılmış ve önceleri hayvan gücü ile tarla süren çiftçiler günümüzde traktörle işlerini halletmektedirler. Artık semercilik mesleğinin eskisi kadar rağbet görmediğini ve müşterinin dükkâna gelmediğini onun müşterinin ayağına gittiğini ve durumun vehametinin kötü olduğunu ifade etmektedir. Gerçekten de ustamız haftanın belirli günleri dükkânında durup geri kalan günlerde gerek Antakya'nın gerek diğer yakın ilçelerin tarım ve hayvancılıkla uğraşılan bölgelerine gidip burada semerleri tamir etmektedir. Kazandığı ücretin çok düşük olduğunu belirten ustamız bu mesleğe çırak bulamamasını ve insanların bu mesleğe yönelmemesinin en büyük sebebinin bu olduğunu belirtmektedir. Semer geçmişte toplumumuzun ihtiyaç duyduğu ve günlük hayatta kullandığı ürün olduğundan günümüzde turizm amaçlı yapılan semerler oldukça dikkat çekmektedir. Sayıca çok fazla olmamasıyla birlikte yapılan semerlere çeşitli motifler ve aksesuarlar eklenerek dükkân önünde sergileyen ustalarımız; yabancı turistlerin dikkatini çektiğini, yerli turistlerin ise geçmişten bir anı olarak görüp duygusallaştığını belirterek bu mesleğin turizm yönünden geliştirilebildiğinde kendileri için de iyi olabileceğini belirtmektedirler. Yıllar içerisinde sayılarının giderek azaldığı

ve sayılarının bir elin parmaklarını bile geçmediği ustalarımız kendilerinden sonra bu mesleği devam ettiren kimsenin olmadığını ve bu yüzden de unutulmaya yüz tuttuğunu üzülerek ifade etmişlerdir.

Ustalarımızın el emeğiyle yaptığı bu el sanatları ürünleri yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilecek önemli unsurlardan biridir. Bir semerin yapılışının günlük ortalama 6-7 saat sürdüğü bir dükkânda semerin yapılış aşamalarında turistlerin de deneyim sağlaması kendi hisleri doğrultusunda semerlere aksesuar yerleştirmeleri şüphesiz ilgi çekici bir faaliyet olacaktır. Gerçek bir hayvan ölçüsü alınarak yapılan semerler, sadece turizm amaçlı ya da gerçekten ihtiyaç doğrultusunda satılırken daha küçük ölçekli semerler turistler açısından da satın alınır bir hediye olarak fark yaratabilmektedir. Yaşantımızdan izler taşıyan ve geçmişteki yaşadığımız zorluklar, bugünün rahatlığını bizlere hatırlatan bu semerler; gereken ekonomik ve kültürel destekle turizme kazandırılmalıdır. Konuyla ilgili bölgede ki sorumlu kişilerin ustalarımızın sorunları ile ilgilenip onlara hak ettiği değer verilmelidir. Bölgeye gelen tur şirketlerinin yaratıcı turizm kapsamında; bölgedeki el sanatlarını ve bu sanatı icra eden ustalarımızı ziyaret etmeli ve konuyla ilgili gerekli bilgilendirmeler ve eğlenceli aktiviteler yapılmalıdır. Unutulmaya yüz tutmuş bu kültür unsurlarımızı, bu sanatla uğraşan ustalarımızı ve farklı deneyimler sağlamadan bilindik turizm kalıpları ile bölgeye gelen turistleri topluma kazandırıp, onlara unutamayacakları deneyimler yaşatarak yaratıcı turizmin önemi ortaya çıkartılmalıdır. Bu şekilde bölge de hem ekonomik kalkınma oluşacak hem de sosyo-kültürel açıdan yenilik kazanıp turizm sektörü canlanabilecektir.

3.1.15. Sepet Örücülüğü

Sepet, ağaç dalları, sazlık otları, mısır sapı ve bataklık kamışlarının odunlaşmamış kısımlarından elde edilen liflerden faydalanılarak yapılan örgü sanatı olarak bilinir (Yavuz, 2006). Sepetçilik genelde bir el sanatı olduğu için her yöreye göre çeşitli şekilleri vardır. Örülen sepetin hangi amaçla kullanılacağı örgüsündeki malzeme kadar şeklini de belirler (Fotoğraf 3.48; Fotoğraf 3.49).

Günümüzde çok değişik sepet örme teknikleri vardır. Eskiden piyasaya sürülen sepetler bağ, bahçe ve balıkçılık ürünlerinin taşınması ve satılmak üzere pazara

götürülmesi için kullanılırdı. Kökü çok eskilere dayanan sepet örme sanatı, günümüzde ambalajlama tekniğinin gelişmesiyle yok olmaya yüz tutmuştur. Buna karşılık ince sepetçilik, özellikle de lüks sepetçilik gelişti. Sepetler kullanılacakları yerlere göre çeşitli boy ve biçimlerde yapılır (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Fotoğraf 3.48. Uzun Çarşıdaki Bir Sepetçi Dükkânından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.49. Sepet Örücülüğü ve Buğday Örücülüğü Yapan Bir İşletmeden Görünüm

Buğday sapı örmeciliği yapan işletmeler gibi internet ortamında satış yapamayan ürünlerini daha iyi bir şekilde pazarlayamayan, çağa henüz ayak uyduramamış sadece elden satış yapan bazı işletmelerin sepet örücülüğünün geleceği konusunda umutsuzluğa kapıldığını görmekteyiz. Bunun yanında yine gelişen teknolojiyle birlikte çoğu insanın farklı yollardan daha ucuz ve yenilikçi ürünlere yöneldiğini, gelen turist ve ziyaretçilerin sepet örme işlemlerini izlemek istediği fakat alışveriş yapmayıp bu aşamada internete yöneldikleri belirtilmektedir. Yaratıcı turizm açısından oldukça iyi bir

potansiyele sahip olan bu el sanatı turizme kazandırıldığında sönmeye yüz tutmuş bu geleneksel faaliyeti hem yeniden topluma kazandırmış, hem bu işi meslek olan yapan esnafın geleceğine ışık tutmuş hem de gelen turist ve ziyaretçilere yeni deneyimleyerek yaşatarak onları bölgenin sosyo-kültürel hayatına daha çabuk alışmış olacaklardır. Esnafa verilen destekle birlikte işletmelerinin iyileştirilmesi, doğru reklamcılık ve geniş pazarlama imkânlarının sunulması, tanıtımın yeterli şekilde yapılıp hem halkın hem de zanaatkârların bu konuda bilinçlendirilmesi hiç şüphesiz sepet örücülüğünü bölge de önemli bir meslek haline getirecektir (Fotoğraf 3.50).

Fotoğraf 3.50. Sepet Örücülüğünün Yapıldığı İmalathaneden ve Bazı Sepetlerden Görünümler

3.1.16. Sikkecilik

Sikke, madenin dökümüyle; ihtiyaç duyulan metalin darphanede işlenmesiyle elde edilir. Antik çağda darphane içinde sikkenin basılmasına yarayan bir örs, madeni ısıtmaya yarayan ocak, kalıpları hazırlamaya ve sikkeyi basmaya yarayan maden ve diğer aletler bulunurdu. Elektron, altın veya gümüş sikke haline gelecek olan resimsiz ve yazısız madeni parça (pul), başlangıçta küçük kalıplara dökülerek, sonraları yuvarlak

çubuklardan veya ince ve yassı tabakalar haline getirilmiş madenlerden kesilmek suretiyle elde ediliyordu. Sikkenin ön ve arka yüzüne konacak resim ve yazılar ise demir veya bronzdan yapılmış kalıplara bir sanatkâr tarafından madeni bir alet ile ters olarak kazılırdı. Bundan sonra sikkenin ön yüzünü verecek kalıp, örs üzerindeki çukurun içine konur, sikke olacak madeni parça bir kıskaçla tutularak ısıtıldıktan sonra bu kalıbın üzerine yerleştirilirdi. Sikkenin arka yüzünü meydana getirecek ve ucunda bir sapı bulunan üst kalıp da bu parçanın üzerine yerleştirildikten sonra, çekiçle bir veya birkaç defa üst kalıp sapının ucuna vurularak, kalıplar üzerindeki ters resimler, aralarında sıkışan madeni parça üzerine geçer ve sikke yapılmış olurdu. Bu işlem, kalıplar eskiyinceye kadar tekrarlanırdı (Atlan, 1976)

Antakya ilçesinde sikke yapım ustası bulunmamakla birlikte bölge dışında Harbiyeli tek bir ustamız mevcuttur. Kendi kardeşleri ve oğluna bu mesleği öğreten ustamız orijinallerine çok yakın imitasyonlar yaparak bu mesleği bugüne değin sürdürmüştür. Geçmişte kendisine ve mesleğine değer verilmediğini belirten ustamız günümüzde daha iyi anlaşıldığını ve hak ettiği değeri gördüğünü belirtmektedir. Sikke'ye meraklısı olan kişilerin yurt içinden ve yurt dışından sipariş verdiklerini belirten ustamız yerli ve yabancı müzelerde de ürünlerinin sergilendiğini ifade etmektedir.

Bakıldığında günümüzde sikkecilik, nümizmatikle aynı anlama gelmekte olup çoğu insan için sikke ve kâğıt para koleksiyonculuğu anlamını taşır. Çok zengin bir tarihe ev sahipliği yapmış olan Antakya'da ise sikkeciliğin alt meslek dalı olabilecek; Osmanlı ve Anadolu'da yaşadığı bilinen tüm uygarlıkları simgeleyen veyahut simgelerine uyarlama yaparak yüzük gibi turistik hediyelik eşyalar üretilmektedir. Geçmişin bu zengin tarihsel birikimini, o dönemlerin sikkelerini bugüne farklı yollarla taşıyan belli sanatçılarımız ve çalışma atölyeleri bulunmaktadır. Sikkeleri yapmak için de kullanılan bronz, gümüş ve altın hammedeler özellikle yüzüklerde de kullanılmaktadır. Yine o dönemin özelliklerini sergilemek amacıyla bu yüzükler özenle işlenmekte ve motif verilmektedir.

3.1.17. Taş İşlemeciliği (Heykel Tıraşlık ve Mozaik Yapımı)

Günümüz Hatay'da taş işçiliği birkaç şekil almıştır. Bunlar kaba taş yontmacılığı, heykelcilik ve mozaiktir (Çoruh ve Çaparlar, 2012). Hatay'ın merkez ilçesi olan Antakya şehrinde ise bu işi yapan birkaç usta bulunmaktadır. Taş, kimyası ve fiziki durumu değişiklik gösteren ve rengini içindeki maden, oksit ve tuzlardan alan, çeşitli minerallerden oluşan doğal katı maddelere denir (Menteşeli, 2007).

Fotoğraf 3.51. Sokak Tezgâhında Satılan Bazı Taş İşleme Ürünlerinden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.52. Bazı Mozaik Eserlerden Bir Görünüm

Taş işçiliğinin Antakya bölgesi'nde azaldığını ve neredeyse çok az usta bulunduğunu ifade etmek mümkündür. Babadan oğula geçen ve günümüze kadar devam eden usta-çıraklık ilişkisinin Antakya'da ki son temsilcisi Abdullah Özalp'tir.Ustamızın

atölyesi bulunmamakla birlikte ürünlerini evinde yapmaktadır. Evi Harbiye (Önceleri Antakya ilçesine bağlı olan Harbiye mahallesi 2012 yılında çıkan belediyeler yasası ile ilçe ilan edilen Defne ilçesine bağlanmıştır) mahallesinde olan ustamız bu mesleği 40 yıldan fazla süredir yapmaktadır. Sermayeye ihtiyaç duyulmadan sadece el emeğiyle bu sanatın icra edildiğini belirten ustamız tahsili yüksek kişilerin daha çok ilgi duyduğunu ve satın alma işlemini yaptığını belirtmektedir. Müşteri potansiyelinin maddi durumu iyi ve eğitim seviyesi yüksek kişilerden oluştuğunu belirten ustamız bölgede çoğu kişinin alım gücü olmamasından kaynaklı ürünlerinden alamadığını ifade etmiştir.

Heykeltıraşlık ustası, ilk iş olarak heykelin hatlarını kabaca belirler. Sonra değişik bıçaklarla en ince detaylara iner. Son olarak da perdahlama işlemi yapılır. En uygun taş malzemeler olan Kalker Şenköy'den, Alabastar Kayseri'den, Seyatit (siyah taş) Antakya'dan elde edilmektedir. Bu ham malzeme değişik ebatlarda çekiç, keski ve bıçakla şekillendirilir. Bunun yanında seyatit taşından süs eşyası (Fotoğraf 3.51) (hayvan figürlü biblolar, kolye uçları) ve muska (amulet) yapılmaktadır. Bu kolye uçlarının üzerindeki mermerden yapılmış figürler, Eski Yunan ve Roma mitolojik tanrı ve kahramanlar taklit edilerek ticari bir kaygıyla üretilmektedir (Eraslan, 2009).

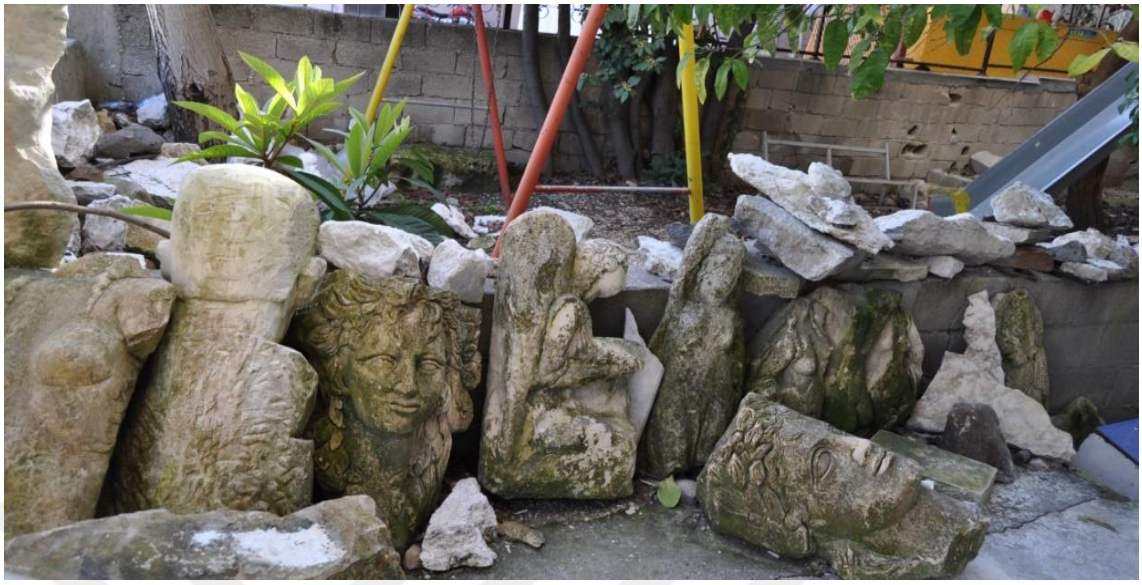
Hatay'da önemli olan taşlardan biri de serpantindir. Serpantin, büyük olmayan yumrular halinde topraktan çıkan özel bir taştır. Dünyada ki ünik atölyelerinden birinde bulunduğunu belirten ustamız çevredeki taşları, farklı model ve motifler işleyerek ortaya bir sanat çıkartmaktadır. Sadece bu yöreye ait taşlardan yontma ve heykel yapan ustalarımız ürünlerini aynı zamanda sergilemektedirler. Yurtdışından sipariş aldıklarını ve turistlerin Fransa, Almanya, ABD gibi ülkelerden bu sanatlarını görmek ve bilgi almak için geldiklerini belirtmektedirler. Gelir elde etmek için ve zaman geçirmek için bu mesleği yapan farklı meslek gruplarından emekli kişilerde bölgede mevcuttur. Her yağmur yağdığında derelerden bu taşları elde ettiklerini belirten, bu işle hobi olarak ilgilenen emekliler; bu işi severek yaptıklarını ve ek gelir sağladıklarını ifade etmişlerdir.

Bölgedeki kaba taş yontmacılığı ve taş işçiliği (Fotoğraf 3.53) taşıdıkları kültürel etkiler ve emekler neticesinde önemli bir yere sahiptir. Bunun yanında bölgede heykelcilik zanaatıyla birlikte ustalarımızın fikirleri ikiye ayrılmaktadır.

Fotoğraf 3.53. İşlenmiş Taşlardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.54. İşlenecek Olan Taşlardan Bir Görünüm

Fotoğraf 3.55. Taş Ustasından Bir Görünüm



Fotoğraf 3.56. Taşların İşlendiği Atölyenin Bahçesinden Bir Görünüm

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu çağın ve teknolojinin avantajlarından yararlanamayan bazı ustalarımız mesleğin devamlılığı konusunda endişe duyup, çırak yetiştiremediğini ve kazançlarının belli bir seviyede olduğunu belirtirken; internet aracılığıyla kendi reklamlarını yapıp özellikle sosyal medya ile satışlarının arttığını belirten ustalarımız bu işin geleceğini parlak görmektedir. Nitekim her iki grubun temsilcileri de işlerini severek ve büyük bir özveriyle yapmakta ve turistlerin ilgisini çekmektedirler. Fakat bir grubun kendi reklamını yapmayıp, tanıtım da yetersiz olması o işletmelerin geleceğini tehdit altına düşürmekte olup, kendi reklam ve tanıtımını yapabilen işletmelerin ise iyi bir kazanç sağlamalarından ötürü ileriye dönük daha büyük ve umutlu planlar yaptığını görmekteyiz. Yaratıcı turizm kapsamında önemli bir potansiyeli bulunan taş işlemeciliği, kaba taş yontmacılığı ve heykelcilik; gerekli pazarlama olanakları, tanıtım ve reklam, doğru bilinçlendirme, ekonomik destek, işletmelerinin fiziki olarak düzenlenmesi, yer olarak daha işlek caddelerde bulunması tüm bu olumsuz düşünce ve gidişatları ortadan kaldırabilecek güçtedir. Bu anlamda gelen turistlerin bu sanata hak ettiği değeri gösterip ustalarımıza da umut ışığı olmaları kaçınılmaz olacaktır.

Fotoğraf 3.57. Heykel ve Mozaik Resim Yapıp Satan Bir İşletmenin Vitrininden Bir Görünüm

Mozaik; cam, mermer ve benzeri uygun malzemelerden özel olarak üretilen küçük renk parçacıklarını kireç, çimento harcı ya da çeşitli yapıştırıcı maddeler ile belli bir yüzeye yapıştırmak suretiyle yapılan resim veya dekoratif süsleme yöntemidir (Erkan, 2006).

Mozaik yapımının ilk aşaması, yapılacak duvar ya da taban üzerindeki sınırların belirlenmesi ve kullanılacak malzemenin hazırlanmasıdır. Mozaik taşları farklı ebatlarda prizmatik biçiminde kesilerek, uygulanacak yüzey üzerine aralarındaki uyuma dikkat edilerek yapıştırılır. Taşların özellikle bir yüzeyinin düz olmasına dikkat edilir. Yan yana geldiklerinde uygun düşmelerini sağlamak için bazı kenarları törpülenerek, pürüzleri giderilir (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Fotoğraf 3.58. Mozaik Sanatının Farklı Din ve Kültürlerle Ortaya Çıkarttığı Ürünlerden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.59. Turizm Amaçlı Yapılan Taş İşçiliği ve Mozaik Eserlerden Bir Görünüm

Yapılan arazi çalışmasında bu işlemi 10 yaşını doldurmamış çıraklar bile yapabilmekte olduğu görülmüştür. Oldukça eğlenceli ve dikkat çekici olan mozaik yapımında ilk olarak yapmak istenilen ürünün bir taslağı hazırlanmaktadır. Turizme yönelik satışa odaklanan işletmelerde çok satan motiflerin resmi renkli baskı yoluyla çıkartılmakta ve bu resimlerin üzerinde işlem yapılmaktadır. Önceleri daha iri ve büyük taneli gelen mozaik taşları günümüzde fabrikada belirlenmiş ebatlarda kesilerek daha kolay ve zengin bir kullanım için bir bütün olarak getirilmektedir ve yapılan ürüne göre kerpeten benzeri kesici aletler ile bu taşlar yapılacak sanat eserine göre farklı boyutlarda kesilmektedir. Kesilen bu taşlar çeşitli yapıştırıcılar ile hazırlanmış taslak resmi üzerine renklerine ve boyutlarına göre yerleştirilmektedir. Kuruduktan sonra çeşitli pano, çerçeve, çanta gibi birçok ürünün tasarımına bütünleşmiş edilmekte ve hediyelik eşya olarakta satılmaktadır.

Fotoğraf 3.60. Fabrikadan Alınan Mozaik Taşlarından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.61. Mozaik Yapılan Atölye Masasından Bir Görünüm

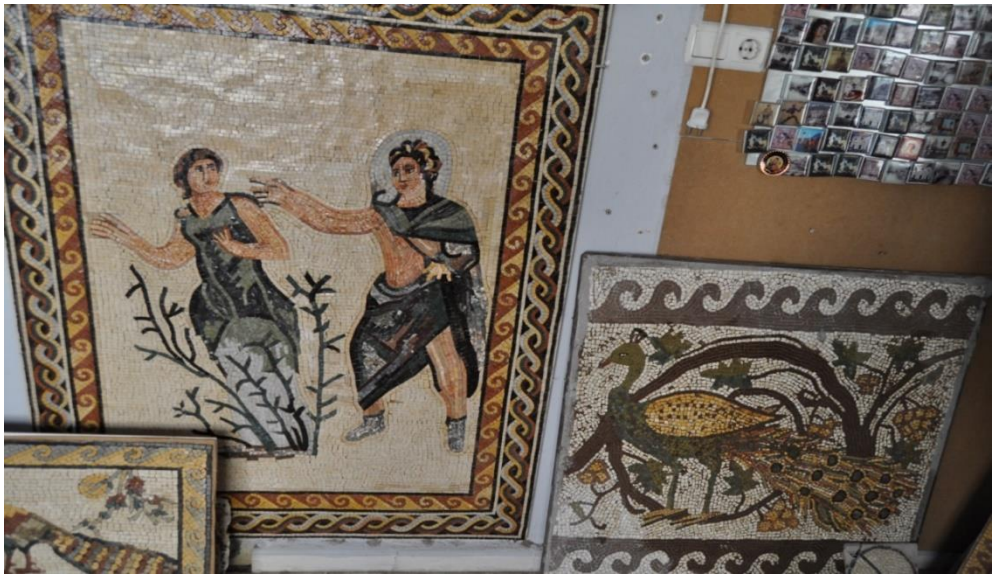
Fotoğraf 3.62. Mozaik Taşlarının Şekil Verilip Yerleştirilme Aşamasından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.63. Turizm Amaçlı Yapılmış Mozaik Desenli Çantalar

Mozaik sanatı, en eski sanat dalları arasında yer alır. Günümüzde ise modern sanat dallarından biridir. Günümüzün zevklerine uyum sağlamış olan mozaik sanatı, çok

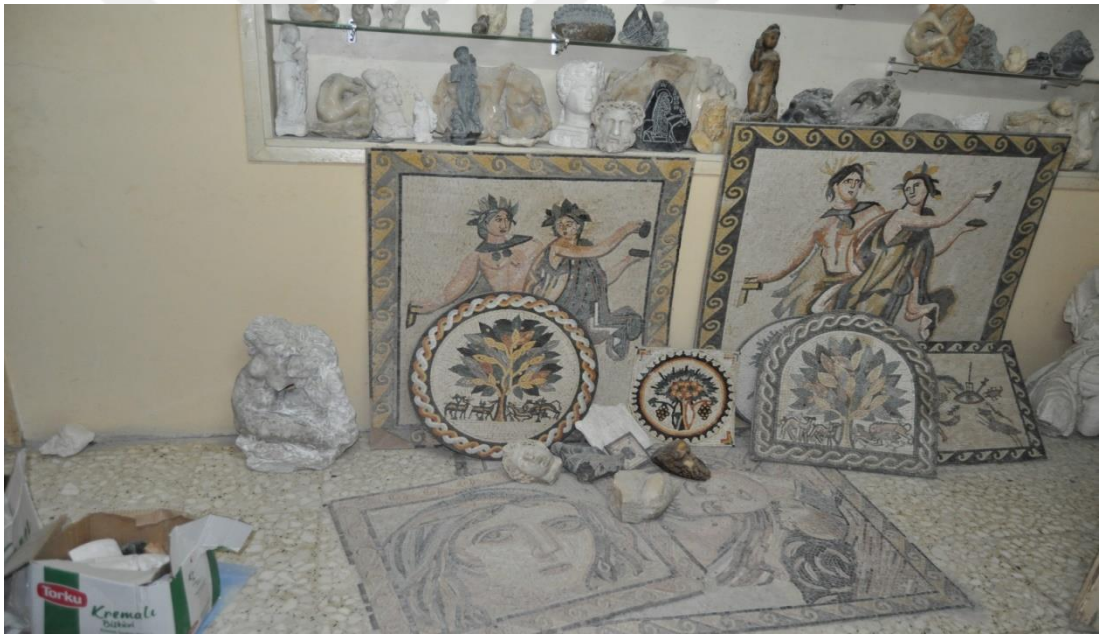
geniş bir kullanım alanına sahip olmakla birlikte yapıldıkları döneme, kullanım şekline ve yapım tekniğine göre çeşitlilik göstermektedir. Mozaik sanatı, Romalılar döneminde yaygın bir biçimde uygulanmış; yer, duvar ve çatı kemeri süslemelerinde kullanılmıştır. Ortaçağ boyunca Bizans İmparatorluğu'nda kamusal mimaride ve kiliselerin dış cephe süslemelerinde yer almıştır (Erkan, 2006).

Fotoğraf 3.64. Çok Çeşitli Desen ve Motifler Taşıyan Mozaik Eserlerden Bir Görünüm



Fotoğraf 3.65. Hayvan ve İnsan Motiflerinden Yapılan Mozaik Eserlerden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.66. El ile İşlenmiş Mozaik Taşlardan Bir Görünüm



Fotoğraf 3.67. Mozaik ve Taş İşlemeciliği İmalathanesinden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.68. Mozaik Sanatçısından Bir Görünüm

Antakya merkezde turizm amaçlı özel taşlardan sunumluk tabak, tepsi ve aydınlatıcı da yapılıp satılmaktadır. Bu anlamda daha fazla kazanç sağladıkları belirten ustalarımız hem mozaik ürünlerinde hem özel taşları işleyip şekil verme konusunda çırak yetiştirdiklerini, ilginin fazla olduğunu ve bu işi özveriyle yaptıklarını belirtmektedirler. Özellikle mozaik sanatı için günlük grupların geldiğini, taş işlemiciliğini de öğrenmek istediklerini söylemişlerdir. Gelen bu grupların onlarla birlikte bu mesleği icra ettiklerini belirten ustamız mesleğin geleceğini parlak görmektedir. İnternet aracılığıyla çok sayıda sipariş aldıklarını ve satış yaptıklarını belirten işletmeler, genel olarak yurt içinde İstanbul, yurt dışında Arabistan'dan bu siparişlerin olduklarını ifade etmiştir. Çalışanlarının çoğu kadın olmakla birlikte gelen turistlere çay kahve ikram ederek onların sürece daha kolay dahil olmalarını sağladıklarını belirtmişlerdir. Mozaik ve turizm amaçlı özel taşların işlendiği bu atölyede ve diğer işletmelerde gerçekten de yaratıcı turizm anlamında önemli bir potansiyel bulunmaktadır. Kendi sanatlarını aslında bir nevi yaratıcı turizm kapsamında da kullanmaktadırlar. Gelen turistlerin mozaik yaptığını, deneyimleyip öğrendiklerini ve sonrasında da satın alarak ayrıldıklarını ifade etmek gerekmektedir. Bunun yanında bir

kez gelen turistler sonrasında tekrar gelmekte, sipariş vermekte ve başka turistleri de getirmektedir. Bu şekilde oluşan turist sayısında ki artış şüphesiz yapılan doğru tanıtım ve pazarlama ile atılan doğru adımlar neticesinde yaratıcı turizm kapsamında çok büyük kitlelere ulaşabilir ve hatta bu sanat Antakya'nın dışına çıkarak bir dünya markası haline getirilebilir.

Fotoğraf 3.69. Turizm Amaçlı Satılan Bazı İşlenmiş Taş Aksesurlar ve Eşyalardan Görünümler

Fotoğraf 3.70. Turizm Amaçlı Satılan Özel Taşlarlardan Bir Görünüm

Turistlere sunulan bu taşlar hem tek olarak satılmakta hem de isteğe göre turistin seçtiği bu taşlar ile kolye, bileklik vb. ürünler yapılıp satılmaktadır. Turist sürece dâhil edilmekte ve kendi isteği doğrultusunda ürünü kendi de yapabilmektedir.

Fotoğraf 3.71. Özel Olarak Tane Şeklinde İşlenip Satılan Taşların Ne İçin Kullanıldığını Gösteren Kılavuzdan Bir Görünüm

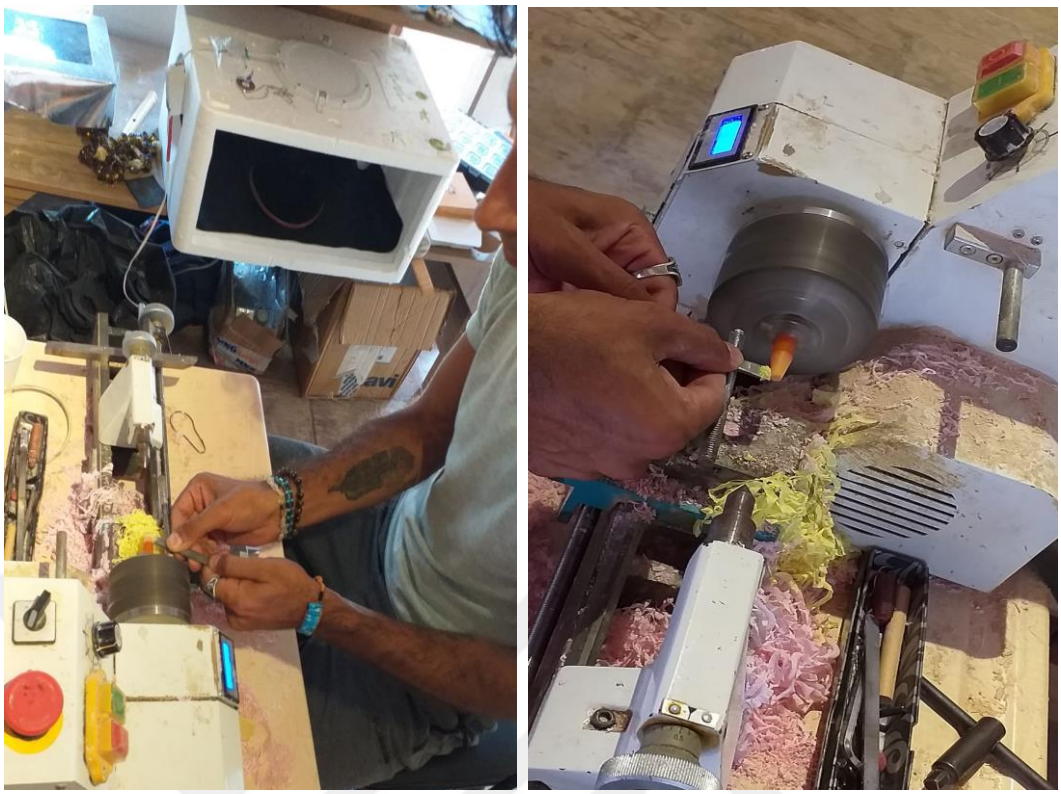
Fotoğraf 3.72. Özel Taşlarla Yapılan Hediyelik ve Sunumluk Ürünlerden Bir Görünüm

Antakya şehrinde mozaik ve heykelcilik dışında taş işçiliği olarak yüzük, kolye ve bileklik gibi daha uygun fiyatlı turizm ürünleri de yapılıp satılmaktadır. Bölgede ki Hatay Kadın Kooperatifine ait işletmedeki ustalarımız bu işi severek yapmaktadırlar. Yurt dışından ve yurt içinden oldukça fazla talep olduğunu belirten ustamız bu mesleği

kendi çabalarıyla edindiğini ve asıl işi olan öğretmenlikten istifa edip burada taşlarla ilgilendiğini belirtmiştir. Sipariş ettikleri taşları atölyede şekillendirip zımparaladıktan sonra istenilen siparişe göre kolye, bileklik, küpe, tesbih gibi ürünler yapmaktadırlar. Atölyelerinde 3 erkek 1 kadın bulunduğunu ve herkesin aslında farklı bir mesleği olduğunu fakat Antakya bölgesinin kültürüyle harmanlaşmış taş işçiliğini yapmak için hepsinin işlerini bırakıp Antakya'ya yerleşerek bu ürünlerin imalatını yapıp ekonomiye katkıda bulunduklarını belirtmiştir. Bir kolyenin yapım aşamasını bizlerle paylaşmış ve yaptığı kolyeyi bizlere hediye eden ustamız destek aldığını fakat bu desteğin artması gerektiğini belirtmiştir.

Fotoğraf 3.73. İnce Taş İşçiliği Yapan Ustamızın Atölyesinden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.74. Tespihlerden Bir Görünüm



Fotoğraf 3.75. Taşa Şekil Verme İşleminden Görünümler

Fotoğraf 3.76. Taşın Pürüzsüz Hale Getirilme İşleminden Görünümler

Fotoğraf 3.77. Kolye Yapılarak İçin İşlenen Taşa Delik Açılıp Kolye Ucunun Takıldığı İşlemden Görünümler

Fotoğraf 3.78. Hediye Olarak Yapılan Kolyemizden ve Diğer Hediyelik Ürünlerden Görünümler

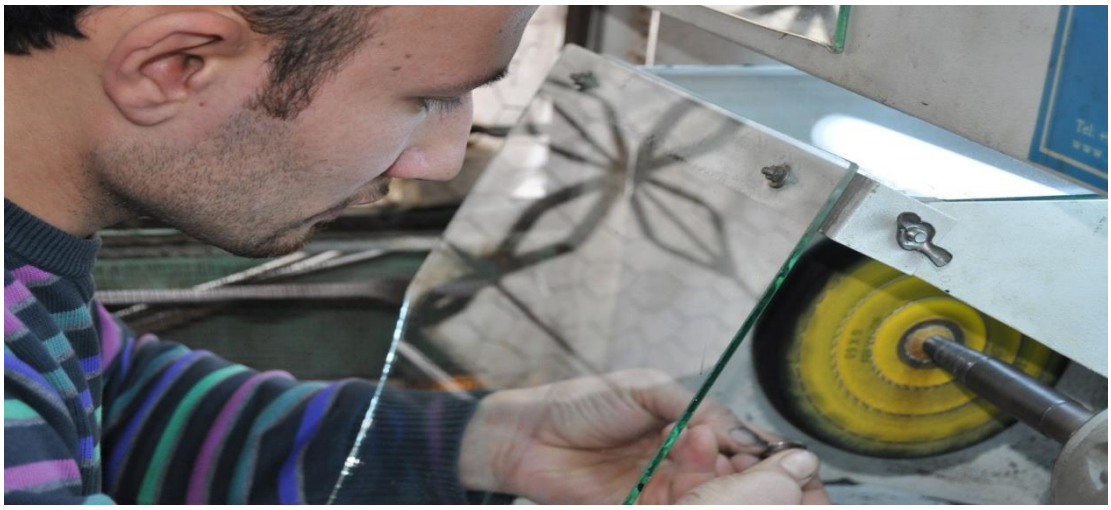
Yaratıcı turizm kapsamında oldukça yüksek bir potansiyeli bulunan bu meslek, turistler tarafından ilgi çekmekte ve bu ürünler dünyanın çeşitli bölgelerinden gelen

turistler tarafından satın alınmaktadır. Avusturya, Almanya, Filistin ve özellikle Arap ülkelerinden gelen turistlerin işletmelerini görmek ve sadece alışveriş yapmak için değil, hem bu el sanatının yapılışını izlemek hem bilimsel olarak araştırma ve inceleme yapmak hem de Antakya'nın sosyo-kültürel değerlerinin bu el sanatı üzerindeki etkisini öğrenmek için geldikleri ifade edilmiştir. Bunun yanında işletmelerinin merkezi bir konumda olması ve Hatay Kadın Kooparatifleri'nin onlara sunduğu bir alanda olması çok sayıda turistin uğramasına katkı sağlamıştır. Çok memnun ayrılan turistlerin işletmelerine daha sonrasında tekrar geldiklerini de ifade eden ustamız çırak yetiştiremedikleri için mesleğin devamlılığı konusunda endişelerini de belirtmişlerdir.

Bunun yanında Antakya'nın sosyo-kültürel özelliklerini de yansıtan özel tasarımlı taş işçiliği ve mozaik sanatıyla yapılan kolye ve yüzüklerde bulunmaktadır. Geçmiş medeniyetlerin sembollerini üzerine taşıyan bu ürünler, geçmişte ve günümüz de önemli birer aksesuar olarak kullanılmaktadırlar. Bunun yanında özellikle tarihteki önemli kişilerin portrelerinde bile bu değerli taşları taşıyan yüzükler dikkat çekmiştir. Taşıdıkları bu taşların her birinin farklı özellikte olmasının yanı sıra, üzerlerine işlenen etnik desenlerinde her birinin farklı bir hikâyesi ve temsil ettiği bir ideolojisi vardır. Bu anlamda farklı kültür ve inançtaki insanların her biri kendileri için özel anlam taşıyan bu aksesuarlara geçmişte olduğu gibi günümüzde de değer vermektedir. Bu özel tasarımlı yüzükler; günümüzde çok sayıda kişi tarafından kendi isteklerine uygun bir şekilde tasarlanıp işlenerek sahibine teslim edilebilmektedir. İster ustalarımızın kendi ilham kaynaklarıyla ister verilen siparişin detaylarına göre yapılan bu aksesuarlar önemli bir el emeği istemektedir. Öncelikle parmak ölçüsü alınmakta olup sonrasında istenilen modele ve motife göre yüzük tasarlanmaktadır. Taslağı oluşturulan yüzüklerde kullanılan taş belirlenmekte ve işlenmekte olup sonrasında tek tek yüzüğün kenarlarına motif işlenmekte ve sonunda tüm bu işlemler birleştirilerek ortaya bu medeniyet aksesuarları çıkarılmaktadır.

Fotoğraf 3.79. Taş İşçiliği ile Yapılmış Özel Motifli Yüzüklerden Görünümler

Fotoğraf 3.80. Özel İşlemeli Yüzüklerin Yapıldığı İmalathaneden Bir Görünüm



Fotoğraf 3.81. Bölgedeki Taş ve Madenlerin Süs Eşyası Haline Geldiği İmalathaneden Bir Görünüm

Antakya'da ki yüzük ustalarıyla yapılan görüşmelerde sanatlarını severek icra ettikleri ve özellikle son dönemlerde bu sanata ve üretilen ürünlere ilginin arttığı öğrenilmiştir. Özellikle sosyal medya reklamları ile daha fazla satış yaptıklarını belirten ustalarımız yaratıcı turizm kapsamında bu sanatın değerlendirilmesine sıcak bakmaktadırlar. Hem taş işçiliği bakımından hem de geçmiş tarihin izlerini madenlere işledikleri motifler bakımından bir kültür mozaiği oluşturan ustalarımız yeterli ekonomik destek ve tanıtım yapılırsa bu el sanatlarının bulunduğu yerden çok daha iyi bir yere geleceğini belirtmektedirler. Gerçekten de taş işçiliği yapan ustalarımız gerek sadece taş yontmacılığı ile gerek heykelcilik ve mozaik ile gerekse bu anlamda hem madeni hem de taşları birlikte işleyip turizm amaçlı yapılan bu ürünler ile Antakya önemli bir potansiyel taşımaktadır. Genel olarak çırak yetiştiriciliği ile ilgili sorun yaşanıldığı ve bunun sebebinin çıraklara gerekli ekonomik ve sosyal desteği sağlayamadıkları olduğunu belirtmektedirler. Kazançlarının yalnızca kendilerine yettiğini belirten ustalarımız az maaşa çırak bulamadıkları için bu mesleği yapmak isteyenlerin sayısının az olduğunu belirtmektedirler. Bu süreçte yeterli ekonomik destek verildiği takdirde daha kolay çırak yetiştirebileceklerini, bu sanatın ileriki nesillere aktarılabileceğini ve günümüzde ki popülerliğinin kullanılarak yaratıcı turizm kapsamında önemli bir noktaya getirilebilineceğini ifade etmişlerdir.

3.1.18. Tenekecilik

Teneke, yumuşak çelikten yapılmış üstü kalayla kaplı ince bir saçtır. Tenekeci ise, tenekeden araç gereç yapan kişidir (Çoruh ve Çaparlar, 2012).

Fotoğraf 3.82. Tenekecilik Yapan Ustamızdan Bir Görünüm

Antakya şehrinde bakıldığında Uzun Çarşı'da günümüzde tenekecilik faaliyeti ile uğraşan sadece iki ustanın kaldığı tespit edilmiştir. Mustafa Gürler ile yaptığımız

görüşme sonucunda tenekecilik mesleğinde geçmişte 180'e yakın parça işi yaptıklarını fakat günümüzde bu sayının tek hanelere düştüğünü belirtmiştir. Bakıldığında bölgeye gelen turistlerin çoğunluğu bölgeyi ziyaret ederken ustamızın el sanatını nasıl icra ettiğiyle ilgilendiğini ve onu izlediğini belirtebiliriz. Bunun dışında alış veriş yapmak için sadece yer halk ziyaret etmekte ve pek fazla kazanç sağlanılamamaktadır. Baba mesleği olarak devam edilen tenekecilik, işletmelerin kendilerine ait olmasından kaynaklı geçim sağlamak amacı ile yapılmaktadır. Mesleğin devamlılığın olmayacağını düşünen ustalarımız bu anlamda yetkililerden de destek göremediklerini belirtmektedirler. Bakıldığında üretim yapabilmek içim malzemeye ihtiyaç duyulmakta fakat malzeme temin edebilecek kurumlardan olumsuz yanıt almaktadırlar. Bakıldığında bu mesleği icra eden son tenekeciler bölgede değer görmemekte ve desteklenmemektedirler. Genellikle hafta sonu cumartesi günleri ve bayramlarda satış yaptıklarını belirten ustalarımız babadan kalma bu mesleklerini işletmeler kendilerine ait olduğu için devam ettirebilmektedir. Çok düşük bir kazanç sağladıklarını belirtmekteler ve işletmeler kendilerine ait olmasaydı bu işi devam ettiremeyeceklerini ifade etmektedirler.

Fotoğraf 3.83. Bazı Teneke Ürünlerinden Görünümler

Diğer yandan bu meslekte çırak yetişmemekte ve çocuklarının da bu işi yaparak geçinemeyecekleri için bu mesleği tercih etmemektedirler. Gerçekten de çok düşük ücretlerle günü kapatmakta olan bu zanatçılar geleceğe dair ümit beslememektedirler. Mesleğin son temsilcileri olduğunu ifade ederek gelişen ve değişen bu dünya da artık yaptıkları ürünlere ihtiyaç kalmadığını ve sadece bir aç ürün ürettiklerini ifade etmişlerdir. Bu ürünlere bakıldığında bunlar; döner küreği, baca körüğü, şiş kutusu,

mangal kafesi, dondurma kaşığı, huni ve buz rendesidir. Şehirde açılan avm'lerin işlerini daha da olumsuz etkilemekte olduğunu düşünen ustalarımız yaratıcı turizm kapsamında mesleklerinin değer görebileceğini ve canlanacağını düşünmektedirler. Hediyelik eşya ve ufak tefek ürünlerle geçimlerini zar zor sağlamakta olan ustalarımız ve bu durumdan oldukça şikâyetçi ve mutsuzdur. Bu meslek için gerekli olan adımların başında ekonomik ve psikolojik destek verilmesi gerekmektedir. Bunun yanında bölge halkı ve esnafı, yetkili kurumlar konu ile ilgili bilinçlendirilmeli, yayım eğitimi verilmelidir. Bunlara ek olarak tanıtım ve reklam ile turistler bu bölgeye çekilmeli ve unutulmaya yüz tutmuş bu el sanatlarının gün ışığına çıkarak hakettiği değeri görmesi gerekmektedir.

3.1.19. Üfleme Cam Sanatı

Cam, temel hammaddeleri silisyum dioksit, potasyum karbonat, sodyum karbonat ve kalsiyum karbonat olan ve bu hammaddelerin beraberce yüksek sıcaklıklarda (ortalama 1500 ºC) eritilmesiyle akışkan hale gelen, soğuduğunda sertleşen, saydam, yarı saydam veya şekilsiz ve kristalleşmeden katılaşan yapay bir maddedir. Bakıldığında camn üretilmesi de yukarıda belirtilen maddelerin eritilmesi ile elde edilen harman ile başlamaktadır. Ana madde olan kum öğütülüp 1500 ºC'lerde eritilirken buna soda ve kireç eklenilip camın kırılganlık özelliği azaltılır. Bunun yanında camın renkli olması istenirse de bu harmana farklı maddeler de eklenebilmektedir. Camın yapısını oluşturan silis; kum veya kuvars kumudur, soda; ergime derecesini düşürürken aynı zamanda camın işlenmesini kolaylaştırır ve kireç de sertleşmeyi sağlar (Kanyak, 2007).

Fotoğraf 3.84. Cam İmalathanesinden Bir Görünüm

Belli bir süreye kadar eriyip harmanlaşan bu maddeyi usta fırından alarak fıska dediğimiz işlemi yapar. Bu işlem elde edilen maddenin kalıplara dökülüp oval bir top

şeklini almasıdır. Sonrasında dökme kalıplara çubuk yardımıyla üflemeye başlayarak cam bir balon elde edilir. Burada şekillendirme işlemi devreye girer ve ergimiş cama çeşitli üfleme teknikleriyle şekil verilir. Kalıbın merkezine üflenerek cam şişirilir ve kalıptaki desenler oluşturulur. Camın ergimiş haldeyken şekillenmesi bu sanatın sınırlılıklarını ortadan kaldırmıştır.

Fotoğraf 3.85. Cam Ustası Sanatını İcra Ederken Bir Görünüm

Dünyada camın ilk elde edildiği yerleşim bölgelerinden birinin Antakya-Suriye-Filistin civarı olduğu düşünülmektedir. Antakya ve civarında bu yöreye özgü yeşil cam üfleme sanatı çok gelişmiş ve eski camların eritilip tekrar kazanım yöntemiyle üretim yapılmıştır (Kalaycıoğlu, 1996).

Camın anavatanı olarak bilinen Antakya'da geçmişten günümüze kadar çok sayıda cam atölyesi ve cam ustası bulunmaktadır. Döneminin en yoğun olduğu yıllar 1940'lara kadar ki süre olmakla birlikte bu süreye kadar gezgin cam ustaları Antakya ve çevresini gezerek kırık camları toplayıp bunlardan yeniden cam elde etmişlerdir. Bunun yanında bölgede ki ilk yerleşik cam atölyesini Asaf ASFUROĞLU açmıştır. Asaf usta döneminin Suriyeli cam ustalarını kendi bünyesinde toplamış ve kardeşi Ali

Asfuroğlu'da İstanbul'daki büyük cam fabrikasına çalışmaya giderek bu işle ilgili deneyim kazanıp bilgi edinmiştir. Yıllar boyu cam şişe ve kavanoz üretmişler ve bu ürünleri Anadolu'ya satmışlardır. 1964 yılında çeşitli sebeplerden ötürü üretimi durduran aile geçmişten günümüze kadar cam üfleme sanatının çok sayıda aileye geçim kaynağı olduğunu belirtmektedir. Uzun bir süre bölgede cam atölyeler varlığı bu anlamda sürdürebilmişlerdir fakat zamanla plastik ürünlerin ortaya çıkışıyla birlikte bölgede ki atölyeler de olduğu gibi Antakya cam fabrikası da yakın tarihte kapanmıştır.

Fotoğraf 3.86. Üfleme Cam Sanatıyla Yapılmış Ürünlerden Görünümler

Asıl mesleği dişçilik olan ustamız yollarının kesiştiği Sami Coşkun'dan ders alarak Roma, Bizans ve Fenike döneminde yapılmış özel tasarımlı şişelerin imitasyonunu yapmaya başlamıştır. Çok fazla ilgi gören bu gözyaşı şişeleri, parfüm ve ilaç şişeleri, zehir kapları, yüzükler, kolye uçları ve antik mühürleri bir süre boyunca T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı DÖSİM mağazalarında satışa sunulmuş, çeşitli sergilerde ve ören yerlerde, müzelerde gösterime çıkmıştır (URL 4). Mağazalar özelleştikten sonra bu el sanatlarına olan ilginin azaldığını belirten ustamız 2002 yılından sonra sürecin değiştini ifade etmiştir. O dönemde bu durumun kendisine ciddi bir isteklendirme sağladığını belirten ustamız günümüzde ise anneannesinden kalan tarihi antik cam evinde cam severlerle buluşmaktadırlar.

Fotoğraf 3.87. Bölgedeki Bazı İşletmelerde Satılan Renkli Cam Kavanozlarından Bir Görünüm

Bu işe hobi olarak başladığını belirten ustamız gördüğü ilgiden kaynaklı olarak bu sanatını yapmanın artık göreve döndüğünü ve bu yüzden Antik Cam Evi'ni oluşturduğunu belirtmektedir. Bunun yanında yurt dışından ve yurt içinden sürekli sipariş aldığını ve ilgili kurumlardan her zaman destek gördüğünü ifade etmektedir. Pandemi sürecinde turistik gezilerin yasaklanmasıyla birlikte cam ürünlerini sergilediği Antik Cam Evi'ne gelen ziyaretçilerin azaldığını belirten ustamız bu günlerde eskisi kadar ilgi göremediğini belirtmiştir. Yaptığımız ziyarette sadece bir kadın personelin çalıştığı bu antik cam evinde oldukça ilginç ve birbirinden güzel el sanatları bulunmaktadır.

Fotoğraf 3.88. Sergilenen Bazı Cam Ürünlerden Bir Görünüm

Fotoğraf 3.89. Roma, Bizans, Fenike Döneminde Yapılmış Bazı Cam Ürünlerinin Röprodüksiyonlarından Görünümler

Yapılan görüşmeler neticesinde yaratıcı turizm kapsamında oldukça önemli bir potansiyele sahip olan cam üfleme sanatı turistlerinde bir hayli ilgisini çekmektedir. Kış ayları dışında sürekli olarak yoğun bir ziyaretçisi bulunmaktadır. İstanbul, Ankara, Mersin, Adana, Gaziantep gibi büyük şehirlerden ve İspanya, Almanya, ABD gibi ülkelerden turist ağırlayan ustamız aynı zamanda bu bölgelere siparişte göndermektedir. Bu sanata ilginin çok fazla olduğunu ve öğrenmek isteyen çok kişi olduğunu belirten ustamız bu işi hobi olarak yaptığı için çırak olarak eleman yetiştirmemektedir. Fakat oğlunun da bu işi hobi olarak yapacağını umut etmektedir. Turistlerin mesleğin geçmişi hakkında bilgi edinmek, bilimsel araştırma ve inceleme yapmak, Antakya'nın sosyo-kültürel değerlerinin bu el sanatı üzerindeki etkilerini görmen, cam üfleme sanatının yapılışını görmek ve alışveriş yapmak için geldiklerini belirten ustamız bu el sanatınn yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesine de sıcak bakmaktadır. Destek olmadan parasal getirisinin de zor olacağından mesleğin geleceği ile ilgili şüpheleri bulunan ustamız çeşitli yabancı pazarlarda ve turistik bölgelerdeki mağazalarda satış olduğunu belirtmektedir. Nitekim bu sanatın reklam ve tanıtımın iyi yapılması sonucunda var olan potansiyeli ortaya çıkacak ve çok sayıda turistin ve bölge insanının dikkatini çekecektir.

Fotoğraf 3.90. Satışa Sunulan Bazı El Sanatları Ürünlerinden Bir Görünüm

3.1.20. Yemenicilik

Eraslan (2009)'a göre yemeni, elle dikilen mumyalanmış ipliklerle sağlamlaştırılmış ayakkabılar olup ömürleri en az 5 yıldır. Söylemez (2009)'e göre ise yemeni; bacakların yarısına kadar çıkan ve çedik denen sarı deriden yapılmış mest ve

üzeri giyilen aynı deriden yapılmış “cevari mesti” denilen ayakkabı giyeceğine denilmektedir ve aynı zamanda Anadolu ve Rumeli’de geçmişte kısa, uzun konulu çizme, keçe çizme, çarık, dolak sade nalın yemeniler oldukça yaygındı. Ancak bugün yemeni derisi bulmak mümkün olmamaktadır. Antakya’nın tek kalan yemeni ustasının yerini alacak hiç kimse yoktur. Çocuklarına mesleği öğretmek istese de, onlar başka işlere yönelmişlerdir (Eraslan,2009). Ülkemizde bugün Gaziantep ve Kilis gibi güneydoğuda daha yaygın olan yemeni, Hatay’da eskisi kadar ilgi görmemektedir.

Yemenicilik, Antakya’da artık unutulmaya yüz tutmuştur. Geçmişte yemenicilik yapan ustaların çoğunluğu geçimini sağlayabilmek için ayakkabı, çanta gibi fabrikasyon ürünlerinin tamirini yapmaktadırlar ve neredeyse yemeni hiç üretmemektedirler. Bunun yanında bölgede ki halk oyunları ve tiyatrolar için bazı dönemler sipariş aldıklarını ve ancak o zaman istenilen sayıya göre (yemeni derisi bulunmadığından) teke derisinden üretmektedirler. Bilinen son yemeni ustası olan Muhammed GÜRBÜZ ise artık hayatta değildir. Bu anlamda yaptığımız arazi çalışması neticesinde bölgede görüşebileceğimiz bir yemenici ustasına rastlayamadık. Oğluyla yaptığımız görüşmede babasının vefat ettiği haberini üzülerek aldık. Bu sanatın artık icra edilmediğini ve üzgün olduğunu belirten sanatçımızın oğlu babasının bu mesleği severek yaptığını fakat son yıllarda hak ettiği değeri göremediğini ve yemeni talep edilmediği için çok iyi futbol topu yaptığını ve bu alanda ünlendiğini belirtmiştir. Nitekim artık bu sanatın icra edilmemesi diğer el sanatları ustalarının da korktuğu bir sonuç olmuştur. Gerekli kurum ve kuruluşların unutulmaya yüz tutmuş, öğretecek ustaları kalmamış bu sanatların gün yüzüne çıkartılması ve sürdürülebilirliğinin artırılması için destek vermelidir.

3.1.21. Düğüm-Örgü (Makrame)

Makrome, düğüm danteli demektir. İpliklerin çeşitli şekillerde ilmek tarzında düğümlenmesi ile meydana gelmektedir. Makrome kelimesi, 19.yüzyılın ortalarında itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Makrome örtü kenarlarında saçak olarak kullanıldığı gibi ipliklerin çeşitli şekillerde düğümlenmesi ile değişik süs eşyası da yapılmaktadır (Çetin, 1986). İlmek ve düğümlerden oluşan bir çeşit danteldir. Giyside, süslemede ev aksesuarlarında kullanılmaktadır. Birçok iplikle yapılmaktadır. Farklı bağlama iğneleri bulunmaktadır (Eronç, 1984). Makrome kumaşa elişi görüntüsü verecek şekilde ipliğin düğümlerle örülmesidir (Udale, 2014). Arapça bir sözcük olan makrome, araç

kullanmadan elle yapılan ve birbiri arasından geçirilen ipliklerin oluşturduğu bir örgü sanatıdır. Makrome, üreticiliğe açık bir düğümleme tekniğidir. Giyim aksesuarı olarak kullanılacak ürünlerin yanında, abajur gibi ev aksesuarları da yapılabilir (MEB, 2011). Düğüm en eski tekstil üretim tekniklerindendir. İlkel insanlar ihtiyaçlarını önce liflerden ip yapmayı öğrendiği, sonra düğüm tekniklerini bularak üretimler yaptığı ve tekniği daha da geliştirerek örme ve dokumaya geçtiği sanılmaktadır (Akbostancı,1999). Bu dönemden itibaren dokuma sanayinden ayrı olarak gelişmeye başlayan Makrame, kendi başına bir sanat dalı haline geldi. Osmanlılar döneminde okullara taşınan düğüm-örgü (makrame) sanatı sürekli değişimler göstererek gelişti. 20. Yüzyıl başlarında önem kazanan makrame, ülkemizde 1960'lardan sonra Halk Eğitim Merkezlerinin önayak olmasıyla köylerimize kadar yayıldı. Bu çalışmalarda çanta, kemer, gazetelik, şapka, masa örtüsü gibi düşük maliyetli, fakat oldukça dayanıklı ürünler üretildi (Deniz, 2002). Yüzyıllarca devam eden bu dekoratif tekstil ürünleri zamanla çeşitlemeler göstererek günümüze kadar gelmiştir (Yıldız, 2022). Yok olmaya yüz tutmuş bu zanaat Antakya sokaklarının ardında hala varlığını sürdürmektedir. Ev hanımlarının ve kadın koperatifleri derneğinin içerisinde hali hazırda dönemlik olarak yapılan bu el işi sanatı günümüzde pek rağbet görmemektedir. Geçmişten izler taşıyan bu el işi sanatı pazarlandığı takdirde yaratıcı turizm potansiyeline sahiptir.

3.1.22. El Sanatları İmalat ve Satış Yerleri

Hatay'da ki bazı el sanatları imalat ve satış yerleri aşağıdaki gibidir. Hatay Valiliği resmi sayfasından tüm satış yerlerinin bilgilerine erişilebilir.

Tablo 3.1. Hatay İlindeki Bazı El Sanatları İmalat ve Satış Yerleri

No	Adı Soyadı	Sanatı	Adres
1	Refik BÜYÜKAŞIK	İpek Dokuma	Çağlayan Mah.Ürgen Cad. Harbiye/Antakya
2	Yılmaz BÜYÜKAŞIK	İpek Dokuma	Çağlayan Mah. Harbiye/Antakya
3	Arat İPEK	İpek Dokuma	Atatürk Cad. No:9 Alaaddin Cilli İlk Öğr Ok. Karşısı Samandağ
4	Reyye BOZOĞLAN	İpek Dokuma	Cumhuriyet Mah. İpek Sok. No:30 Antakya
5	Gülhan YOLCU	İpek Dokuma	Gazi Mah. 2. Sok. No:2 Antakya
6	Nilüfer YÜCEDAL	İpek Dokuma	Akasya Mah. 61. Sok. No:9/2 Antakya
7	Nesrin DUDAKLI	İpek Dokuma	Gazi Mah. 5. Sok. No:3 Antakya
8	Nilüfer SABAN	İpek Dokuma	Kışlasaray Mah. Mitatpaşa Cad. Yıldız Apt. No:22/14 Antakya
9	Gülhan YILDIRIR	İpek Kozası Süsü	Seldiren Köyü-Samandağ
10	Durdunaz GÜNAYDIN	İpek Üzerine Ebru Tasarımı	Cumhuriyet Mah. Kantarma Sok. No: 20 Antakya
11	Aliye Sema (ODUNCU)	Defne Ve İpek Tasarımı	Hacı Ömer Alpagot Mah. 1. Sok. No: 5/2 Antakya

	KAHRAMAN		
12	Ahmet BOSTANCI	Mozaik-Heykel	Reyhanlı Yolu Üzeri St.Pierre Yolu Kavşağı No.2 Antakya
13	Mehmet BOSTANCI	Mozaik -Serpantin Taş İşlm/	Gazipaşa Mh. Kurtuluş Cd. No:52/B Antakya/Hatay
14	Mehmet DAŞKAPAN	Mozaik-Resim	Halisli Mah. Atatürk Bul. No:224 Ptt Karşısı Harbiye-Antakya
15	Halide USANMAZ	Mozaik Sanatçısı	Çevre Yolu Küme Evler Emirhan Apt. Antakya
16	Miktat YALMAN	Minyatür Koyun/Heykel	Mustafa Kemal Mah. 28.Sok. No:19 Reyhanlı
17	Mete BAÇKIR	Ressam-Heykeltıraş	Mustafa Kemal Mah. Ali Yücel Cad. 58/10 Antakya/Hatay
18	Selahattin DENİZ	Heykel- Seramik	İskenderun Sanatevi Şehit Yüzbaşı Ferit Güneş Cad. No.40 İskenderun
19	Erol TAŞSÖKEN	Döküm-Heykel	Zenginler Mah. Kahraman Sok. No:23 Antakya/Hatay
20	Rıfat ÜSTÜNDAĞ	Heykel- Rölyef Ve Resim	Nergizlik Köyü Rıfat Üstündağ Sanatevi İskenderun
21	Abdullah ÖZALP	Mozaik-Taş İşleme (Heykel)	Karye Mah. Harbiye/Antakya
22	Ali GÜLER	Serpantin Taşişlemeciliği	Sümerler Mah. 2. Güzel Sok. No:10 Antakya
23	Tahsin YILDIRIM	Serpantin Taş İşlemeciliği	Hürriyet Mah. 132. Sok. No:10/5 Harbiye
24	Alper YILDIRIM	Ney Yapımı	Öğretmenevi-Antakya
25	Cemil KAHİLOĞULLARI	Ney Yapımı	Cemal Gürsel Mah. Kilise Cad. No:61/3 Samandağ
26	İzzet ÖZKAN	Ney Yapımı Ve İcra	Altınçay Mah. Çadır Sok. No:25 Antakya
27	Ali Zeynel ÇİFTÇİ	Mey-Zurna Yapımı	Esentepe Mah. 51. Sok. No:5 Antakya/Hatay
28	Selim ASLANYÜREK	Zamır Ustası	İsmailli Mah.Atatürk Cad.Harbiye-Antakya
29	Niyazi KÖLEOĞLU	Buğday Sapı Örücülüğü	Altınkaya Beldesi Altınözü-Hatay
30	Şemme AY	Buğday Sapı Örücülüğü	Enek Köyü-Altınözü
31	Nuriye AVCI	Buğday Sapı Örücülüğü	Babatorun Köyü-Altınözü
32	Fatma BOZ	Buğday Sapı Örücülüğü	Karaköse Beldesi-Yayladağı
33	Edibe BELLUR	Buğday Sapı Örücülüğü	Fevzi Çakmak Mah. Hastane Cad. Abdulhay Apt. No:8 Kat.3 Daire 21 Antakya
34	Nurten SIKAR	Sepet Ve İskemle Örücülüğü	Yeşilpınar Beldesi Yeşilyurt Cad.31. Sok. No:2
35	Abdullah ÖZDEMİR	Sepet Örücülüğü	Kırkasırlık Türkyurdu Cad.Cindi Hamamı Karşısı No:C/7 Antakya
36	Temel REİS	Ahşap Oyama- Taş Heykel	Sümerbank Cad. No:5 Reyhanlı
37	Behzat BÖKE	Ahşap Oyma	Sanayi Sitesi 310 Sok.No:31 İskenderun
38	Ali ALTUN	Mobilya Oyma	Yeni Sanayi Sitesi. 9. Cad. Antakya
39	Davut KAZAR	Sedef İşleme	Helena Sedefli Mobilya. İstiklal Cad. Antakya
40	Hüsamettin ŞERİFOĞLU	Hat Sanatçısı	Hürriyet Mah. 35. Sk. No:30/6 İskenderun
41	Atıf SOĞUKSU	Hat Sanatçısı-Ressam	Sümerler Mah. Harbiye Cad. Efe Apt. No: 61 (İş Bank Şub.Karşısı) Antakya
42	Ali Taner DAĞ	Kaligrafi Hat Sanatı	Meydan Cad.No: 68 Servet Kuyumculuk Antakya
43	Zeynep-Naim GÜLBOL	Yakma Resim	Gülbol Yakma Resim Atöly. Gazipaşa Mah. Kurtuluş Cad. No:54
44	Hüseyin BİLGİN	Yakma Resim	Havuzlar Mah. 4. Sok. No: 13 Antakya
45	Yusuf ALTUNAY	Ressam-Mozaik	Hürriyet Cad. Antik Beyazıt Otel Yanı. Antakya
46	Şahnaz YILMAZ	Ressam	Kışlasaray Mah. Fevzi Çakmak Cad. Sanat Galerisi (Valilik Karşısı) Antakya
47	Perihan ÇAPAR	Ressam	Şehit Nevzat Cad. Vilayet Karakolu Karşısı Kaya Apt. No:2antakya /Hatay
48	Fazıl DOĞANAY	Ressam	Kanatlı Mah. Kunduracı Abbuş Sok. Kerem Apt. No:2 Antakya
49	Nezihe KARAKAYA	Ressam	Türkmenbaşı Cad. Kanatlı Mah. No:37 Mahmut Karakaya Apt. Kat.3antakya/Hatay
50	Gülcan DENİZ	Ressam	Zet Sanat Kışlasaray Mah. Kurtuluş Cad. Kurtuluş Eczanesi Yanı İzmir Apt. Zemin Kat Antakya
51	Semih AKBAY	Ressam	Uğur Mumcu Bulvarı Mehmet Güleryüz 4.Apt. 32/C:D Çekmece/Antakya
52	Ali TAŞ	Ressam	Gazi Mah. 8.Sok. Antakya
53	Canseven BAHÇECİ	Ressam	Gülbahçe Mah. Kurtuluş Cad.

			No:19 Antakya
54	Dt. Şadi ASFUROĞLU	Antik Üfleme Cam-Röllef Cam	Silahlı Kuvvetler Cad. Ümit Apt. Antakya
55	Seval BAKLACI GÜCEL	Folklorik Bebek	İstiklal Cad. Modern Çarşı. No: 145 Antakya
56	Abdulla AKAR	Kilim Dokumacısı	Kurtuluş Cad. No:73 Antakya
57	Nahya GÜZELYURT	Yorgancılık	Samankaya Köyü/Antakya
58	Halil İbrahim SÜNER	Semer Ustası	Meydan Cad. No: 133 Antakya
59	Semire MARANGOZOĞLU	El Sanatçısı	Atatürk Mah.Yavuz Sk. Mana Apt. Kat:3 Samandağ
60	Ayşe BARUTÇU	Taş Boyama	Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı /Belen
61	Nedim YALÇINKAYA	Su Kabağı Sanatı	Koyunoğlu Beldesi -Koyunoğlu Orta Okulu Samandağ
62	Mehmet SÖNMEZ	Kendir İpliğinden Örücülük	Bağrıyanık Mah.Ulu Sok. No:9 Antakya
63	Suat KANATLI	Ressam	Silahlı Kuvvetler Cad. Saray Apt. Saklı Ev Karşısı Antakya
64	Selva GÜVEN	Ressam	Silahlı Kuvvetler Cad. Saray Apt. Saklı Ev Karşısı Antakya/Hatay
65	Tülay GENÇ	İpek Dokuma	Harbiye Cad. Sümerler Mah.Çinçin Sok. No:8 Antakya
66	Turgut CAMLI	Ebru-Minyatür-Tezhip Sanatçısı	Zenginler Mah. Gazipaşa İşhanı Arkası Antakya
67	Nursel BOLAT	İğne Oyası	Atatürk Mah. Namık Kemal Sok. No:15 Antakya
68	Emel KURBAN	İğne Oyası	Armutlu Mah. Söğütlü Sk. Ersu Apt.D.1 No:5 Antakya
69	Mehmet ESKİOCAK	Mozaik Sanatçısı	Reyhanlı Yolu Üzeri St. Pierre Kavşağı No:2 Antakya
70	Türkay ŞAN	Hüsn-İ Hat	Akdeniz Vergi Dairesi Md. İskenderun/Hatay
71	Seher CAN	İğne Oyası	Çiğdede Mah. Deniz Plaj Cad.No:25 Samandağ
72	Sevcan Azazi BİLGİN	Mozaik-Antik Taş	Subaşı Mh. İnönü Cd. Kartal Sk. No:17 Defne/Hatay
73	Pınar YILMAZ	Ressam	Kanatlı Mh. Bayramoğlu Apt. No:19 Daire:7 Antakya/Hatay
74	Mesude SEYYAH	İğne Oyası	Uğur Mumcu Cad: Deniz Sitesi Dervişan Tesisleri 5/Blok Defne/Hatay
75	Gülabi BAKLACI	İpek Dokuma	Çağlayan Mah. Erler Cad. Gümüşgöze Sok. No:7 Defne/
76	Fulya GENÇ	İpek Dokuma	Sümerler Mah. Harbiye Cad. Çin Çin Sok. No:18 Defne
77	Erdem ÜREK	Kilim Dokuma	Kurtuluş Cad. Sakarya Sok. No: 6 Antakya
78	Tevfik PAKLACI	İpek Dokuma	Cumhuriyet Cad. Ziyaret Sok.No:7 Gümüşgöze/Defne
79	Müzeyne HAYTAOĞLU	Cam Ve Ebru	Fevzi Çakmak Cad. Ciccin Apt. No:18 Kat:3 Daire 11
80	Semire ERDEM	Heykeltraş-Ahşap Tasarım	Anayazı Mah. Atatürk Sok. No:4 Antakya
81	İsmail KAYA	Keman Yapımı	Sanayi Sitesi 324/3 No:4 İskenderun
82	Âdem SUBAŞI	Ahşap Oyma	Lilit Ahşap Sanat Atölyesi Kurtuluş Cad. Affan Kahvesi Civarı Antakya
83	Mervan ALTINORAK	Mozaik-Heykel Ustası	Yeni Mah. Ahmet Uyan Cad. Tijen 4 Apt. 16/16 Reyhanlı/Hatay
84	Mustafa GÜZELŞEMME	İpek Böcekçiliği	Cumhuriyet Cd. Gümüş Mh No:37 Defne/Hatay
85	Songül BİRİNCİ	İpek Dokuma	A. Taner Kışlalı Cd. Yayladağı Yolu Üzeri Sutaşı Mh. No:40 Samandağ/Hatay
86	Elif KOCAOĞLU	Mozaik Yapımı	Pınarbaşı Mh. 50. Sk. No:46 Defne/Hatay
87	Mesut KEREMOĞLU	Mozaik Yapımı	Harbiye Mh. Ürgen Cd No:189 Kat.3 Defne/Hatay
88	Mutia KEREMOĞLU	Mozaik Yapımı	Harbiye Mh. Ürgen Cd No:189 Kat.3 Defne/Hatay
89	F. Serap AKGÖL	Mozaik Taş Tasarım	Kanatlı Mh. Hakkı Dede Sok. Boyacıgil Apt. No:3/8 Hatay
90	Semih ÖZALP	Taş Oyma	Harbiye Mh. Karyer Cad.No:123 Harbiye-Defne/Hatay
91	F.Serap AKGÖL	Mozaik Taş Tasarım	Kanatlı Mh. Hakkı Dede Sok. Boyacıgil Apt.No:3/8 Hatay

92	Ülkan KARABACAK	Mozaik Yapımı	Taş Dünyası Güzelburç Mah. E75 Karayolu Üzeri Özat Sitesi Antakya
93	Hülya BÜYÜKLEYLA	İpek Dokuma	Harbiye Mah. Atatürk Cad. Önder Sok. Gönül Apt. No:13 Defne
94	Döne ŞAHİN	Mozaik Yapımı	Ürgen Paşa Mah. 22. Sok. Tatar Apt.2/4 Antakya
95	Türkan BARUTÇU VAİSHO	Ressam	Kurtuluş Cad. Gülbahçe Mah. No:27 Kat.1 Antakya
96	Ali BENGİ	Tezhip-Minyatür	Uzun Çarşı Kurşunlu Han Kat.2 Antakya
97	Zekeriya ÇAKMAK	Ahşap Oyma-Hat Sanatı	Yeni Mah.71. Sk.No:8/9 Hassa
98	Ahmet Suat ANLAR	Su Kabağı	Ardıçlı Mh. Hatay Cad. No:8 Hassa
99	Semire CANITEZ	Halı-Kilim Dokuma	Aksaray Mh. Aslan Apt. No:1antakya
100	Hüsniye ZELLUH	Yorgan Dikimi	Armutlu Mh. Turunçlu Cd. Akbaylar Sitesi S. Gün Apt. No:6 Defne
101	Süheyla HOCAOĞLU	İğne Oyası	Fatikli Mh. Mustafa Aşık Cd. No:9/1 Altınözü
102	Necla YILMAZ	İğne Oyası - Kilim Dokuma	Çiğdede Mh. 2 Nolu Sağlık Ocağı Melüt Gümüş Sk. Samandağ
103	Semire DAĞ	İğne Oyası- Yorgan Dikimi	Çiğdede Mh. Mevlüt Gümüş Sk. Samandağ
104	Havva ÖZGÜN	Buğdağ Sapı Örücülüğü	Anayazı Mh. Yeni Sk. 272 Hatay
105	Hatice TAYLAN	Tığ İşi Ve İğne Oyacılığı	Güldere Mh. Gülderen Sk. 200/1 Antakya
106	Belgin EKMEKÇİBAŞI	Kilim Dokuma	Akevler Mh. Mertkan Apt. A Bolk Kat:1 No:4 Antakya
107	Emel ARSLAN	Su Sümbülü Ve Kendir Örücülüğü	Mehmet Aslan Cd. Deniz Yolu No:83 Samandağ
108	Şehide BERBEROĞULLARI	İğne Oyacılığı	Fatikli Mh. Damla Sk. No:5 Altınözü
109	Leman BERBEROĞULLARI	İğne Oyacılığı	Fatikli Mh. Damla Sk. No:5 Altınözü
110	Aliye RAMAZANOĞLU	İğne Oyacılığı	Fatikli Mh. Hidayet Sk. No:4 Altınözü
111	Ayşegül KOCAOĞLU	İğne Oyacılığı	Fatikli Mh. Mustafa Aşık Cd. No: 3 Altınözü
112	Vecihe HAMMUTOĞLU	İğne Oyacılığı	Fatikli Mh. Orta Sk. No: 14 Altınözü
113	Salaheddin VAISHO	Ressam- Mozaik	Güllübahçe Mh. Kurtuluş Cad. No:27 Kat:1 Antakya
114	Sümeyya DURAN	Mozaik Yapımı	Yeni Mh. 118 Sok. No:14 Reyhanlı
115	Berrin YARDIMCI	İpek Dokuma	Akevler Mh. Ayşe Fıtnat Cd. Cumaali Apt. No:17 Antakya
116	Selva PEKMEZ	Tezhip Ve Minyatür	Karşıyaka Mh. Defne
117	Müjgan AÇIKALIN	Tezhip Ve Minyatür	Kanatlı Mh. Bekir Efendi Sk. Halit Özal Apt. No:3 Antakya
118	Sibel İPEK	Tezhip Ve Minyatür	Emlak Bank Evleri B1 No:3 Antakya
119	Ahmet Sabri GÜRÇAĞLAR	Tezhip Ve Minyatür	Meydan Cd. No:82 Antakya
120	Zeynel Abidin ASLANYÜREK	Kamış Flüt Yapımı	Hürriyet Mh. Yaşar Doğu Cd. Taç Sk. No:2 Defne
121	Remziye ÇOBAN	Kıymetli Metal Ve Taş İşlemecili	Gazi Mh. Menderes Cd. 10. Sk. No:31/7 Antakya
122	Ferhan ÇAMCI	Gümüş İşleme	Saraykent Mh. Şükrü Balcı Cd. 118 Afet Evleri E-F-6/B Blok Kat:3 No:6 Antakya
123	Dudu FEN	İğne Oyacılığı	Atatürk Cd. Kanatlı Mh. Hacı Hakkı Dedebey Sk. Deniz Apt. Kat:2 Antakya
124	Müzeyyen ÖZKAYA	İğne Oyacılığı	
125	Serpil SULTANOĞLU	Mozaik Yapımı	Turunçlu Mh. Atatürk Cd. No:3 Defne
126	İzzettin RÜZGAR	Ressam	Karaağaç Mh. Şarkkonak Sağlık Ocağı Yanı Arsuz
127	Servet BAYBO	Ney Yapımı	Silahlı Kuvvetler Cd.Gülbahçe Mh. Döner Sk. No: 8 Antakya
128	Dilşad BULANIK	Tezhip	Ürgenpaşa Mh. Yüzbaşı Asım Cd. No: 89 Kat: 4/17 Antakya
129	Zekiye BULANIK	Tezhip	Ürgenpaşa Mh. Yüzbaşı Asım Cd. No: 89 Kat: 4/17 Antakya
130	Saadet HÜZMELİ	İpek İplik Üretimi Ve Elde Eğirme	Sutaşı Mh. Arif Hüzmeli Cd. No:66 Samandağ
131	Azize CAN CUCİ	İğne Oyası	Adnan Menderes Cd. 15. Sk. Huzur Sitesi Huzur 3

			Kat:4 D:12 Antakya/Hatay
132	Nehle SOLAK	Takı Tasarım (İpek Üzerine Nakış İşi)	Affan Mah. Kurtuluş Cd.Antakya
133	Dilara ALTINORAK	Mozaik Ve Heykel	Yeni Mh. Ahmet Uyan Cd. Tijen Apt. Reyhanlı
134	Münire ALTINORAK	Mozaik Ve Heykel	Yeni Mh. Ahmet Uyan Cd. Tijen Apt. Reyhanlı
135	Suat KOÇ	Mozaik	Affan Mah. Kurtuluş Cd. Antakya
136	Eser MANSUROĞLU	Mozaik	Harbiye Mah. 1043 Sok. Defne
137	Seyda PARLAKALIN YILDIZ	Keçe Yapımı	Cemal Gürsel Mah. Abacı Sok.Mahmut Cabir Apt. 5/21 Samandağ
138	İsmail DEMİREL	Ahşap Oyma (Naht Yapımı)	Anayazı Mh. Atatürk Sk. No:4 Antakya
139	Zeynep KAYAALP	Toprak Seramik	Kırk Asırlık Türk Yurdu Cd. No:71 Ulucami Mah. Antakya/Hatay
140	Menel HÜZMELİ	Mozaik	Fevzi Çakmak Mh. Akıncılar Sk. No:2 Affan Antakya/Hatay
141	Aylin KIRATLI	Ahşap Boyama Ve Süsleme	Cumhuriyet Mh. Mh. Kantarma Sk. Asfur Apt 6/4 Antakya /Hatay
142	Emel DUMAN	İpek Dokuma	Harbiye Mh. Atatürk Cd. No:17 Özcihan Otel Yanı Harbiye Defne/Hatay
143	Cemal ORUÇ	Ahşap İşi(Çıkrık)	Sivas Şehitleri Cd. Güneş Sk No:1 Samandağ/Hatay
144	Yasemin Nur ÜLKER	Ev Aksesuarları Ve Tasarım	75. Yüzyıl Cd 116 Sk. Asena Apt 5/18 Antakya/Hatay
145	Emel TEMİZKAN	Buğday Sapı Örücülüğü	Güney Söğüt Mh. Güneysöğüt Sk.No:171 Defne/Hatay
146	Abdülkerim ÖZALAN	Hat Sanatı	Cebrail Mh. 3. Valilik Sk. Kutlular Apt. No:14 Antakya/Hatay
147	Ayten SAKUÇOĞLU	Mozaik Yapımı	Kışlasaray Mh. 2. Şube Sk. Sakuçoğlu Apt. 12/4 Antakya/Hatay
148	Bediye GALİOĞLU	Mozaik Yapımı	Kurtuluş Cd. Zenginler Mh. Havra Karşısı 51/B Antakya/Hatay
149	Esmihan ARSLAN	Mozaik Yapımı	Subaşı Mh. Samandağ Yolu Üzeri No:208 Defne/Hatay
150	Mediha KAVASOĞLU	Mozaik Yapımı	Anafartalar Cd. Gazipaşa Mh. No:13 Antakya/Hatay
151	Leman BARUTÇU	Mozaik Yapımı	Turunçlu Cd. Armutlu Mh. Akbaylar Sit. Blok 2 24/5 Defne/Hatay
152	Şaziye YALÇIN	Mozaik Yapımı	Odabaşı Mh. İlk Evler Yaşam Kent Sit. D:1 No:3 Antakya/Hatay
153	Süleyman SAATÇİ	Takı İşleri(Heykelcik Yapımı)	Zenginler Mh. Profesör Dr. Ataman Demir Sk. No:15 Antakya/Hatay
154	Ayhan BİLECİK	Hazeran Örücülüğü	Emek Mh. 1 Temmuz Sk. No:2 Antakya/Hatay
155	Zübeyde KABLAN	Buğday Sapı Örücülüğü (Cimem)	Tokdemir Mah. No: 52 Altınözü/Hatay
156	Naci SAVAŞ	Bıçak Yapımı	Aksaray Mah. Mehmet Kafadar Cad. 50.Sok. No:11 Antakya/Hatay
157	Nedime KARADENİZ	Buğday Sapı Örücülüğü (Cimem)	Tokaçlı Mah. Köprübaşı Sok. No:9 Altınözü/Hatay
158	Selma DOKUR	Hasır Örücülüğü	Armutlu Mah. Turunçlu Cad. Osman Şahin Apt. No: 3/1 Defne/Hatay
159	Aysel HOROZ	Folklorik Bez Bebek Yapımı	Ürgen Paşa Mah. 21.Sok. Süreyya Apt. 2/8 Antakya/Hatay
160	Atra GÜZELYURT	Buğday Sapı Örücülüğü (Cimem)	Samankaya Mah. 5220 Sok. No:1 Defne/Hatay
161	Hasan Bedi BELLİ	Ahşap Minyatür Tasarım	Harbiye Cad. Aşağıokçular Mah. Defne/Hatay
162	Memduh YİĞİT	Deri İşleri Ve Tasarım	Saray Cad. Merkez Antakya/Hatay
163	Esra TAZE	Buğday Sapı Örücülüğü	Altınkaya Altınözü/Hatay
164	Mustafa SÖNMEZ	Ahşap Figür Ve Ahşap Oyuncak Tasarımı	Sanayi Sitesi 311 Sk. No:40 İskenderun/Hatay

3.2. GASTRONOMİK ÖZELLİKLERİ

Dünyanın en eski ve köklü milletlerinden biri olarak Türkler, çok geniş bir coğrafyada, oldukça değişik kültürler, medeniyetler, toplumlar ile temas kurarak, dünyanın büyük dinlerine mensup olmuşlardır. Sonuç olarak da çok renkli ve son derece zengin bir kültür mirası ortaya koyarak tüm bu medeniyetlerin izlerini taşıyan yeni bir bütünlük oluşmuştur (Çatalbaş, 2011). Hatay ilimiz ise buna en güzel örnektir.

Toplumların kültürel bir parçası olarak yüzyılların birikimini ve çeşitliliğini taşıyan yemek kültürü, sadece bir karın doyurmaktan öte, törenlerin dinsel merasimlerin, düğünlerin, eğlencelerin, ölümlerin, festivallerin ve pek çok toplumsal davranışın vazgeçilmez öğelerinden birisi olmuştur (Beşirli, 2010). Bu bilinç ile yola çıkacak olursak Hatay ilinin birçok konuda ki renkli mozaiğini gastronomik etkileşim yönüyle ele alarak bu noktada ortaya çıkmış mutfak kültürü ve gastronomik özelliklerinden bahsedeceğiz.

Hatay, bulunduğu coğrafi konumun getirmiş olduğu avantajlar sayesinde farklı dinsel ve kültürel grupların zengin ve köklü kültürünü barındırmaktadır. Tarih boyunca bu bölgede çok farklı medeniyetler yaşamış olup bu medeniyetler kendi inançlarını, adet ve geleneklerini de yemek kültürlerine yansıtmışlardır. Bu zengin ve köklü kültürün en önemli unsurlarından birisi de yılların birikimi ile meydana gelmiş ve bir sanata dönüşmüş olan yemek kültürüdür. Hatay'ın yemek kültürü tarihsel süreç içerisinde hem birçok kültürün etkileşimi hem de birçok faktörün etkilisiyle oldukça zengin ve karmaşık bir yapıya sahip olmuştur. Ortadoğu ile benzerlikler göstermesinin yanı sıra Anadolu ile de pek çok ortak yemek çeşitliliğine ve geleneğine sahiptir(Güzel ve Önçel, 2018).

Tarihsel zenginliği, değişik etnik ve dinsel grupların varlığı sayesinde karmaşık bir yapıda olan Hatay mutfak kültürü, yemek yemenin bir ihtiyaçtan çok yemek için yaşama felsefesini de özelliklerinde barındırmaktadır (Türk ve Şahin, 2004; Şahin, 2012).

Geçmişten günümüze baktığımızda uzun süre kültürel, tarihi ve dini çekicilikleri ön planda olan ve kendine has birçok özelliği ile özgün bir mutfağa sahip olan Hatay mutfağında 600'ün üzerinde yemek çeşidi bulunmaktadır. Bu özelliğiyle Hatay için UNESCO'nun yaratıcı şehitler ağı kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilmek için 2014

yılında başvuru yapılmış ve kabul edilmiştir (Cömert, 2014; Akdağ, 2015; Kaypak ve Uçar, 2018).

Hatay'ın merkez ilçesi olan Antakya; birçok dinden ve inançtan insanların, cami, kilise ve havra da huzur içinde, bir arada yaşamasının örneği olarak; inanç turizminin merkezi olan bir kültür şehridir (Canpolat, 2017). Kısaca bu durumu konumuzla ilgili özetleyecek olursak eğer; bu kadar güzelliği içerisinde barındıran Hatay, elbette ki insanımızın temel ihtiyacı olan yeme-içme etkinliğini bu tarihsel süreçteki tüm yaşanmışlıklarla ve çeşitli kültürlerin varlığıyla birleştirip yeni tatlar ortaya çıkarmıştır. Tıpkı mimari çeşitliliği gibi mutfak kültüründe de adeta bir kültür mozaiği oluşturmuştur (Tablo 3.2).

Tablo 3.2. Hatay Mutfak Kültürüne Ait Geleneksel Yemekler

Hatay Mutfak Kültürüne Ait Geleneksel Yemekler	
Et Yemekleri	Tepsi Oruğu, Oruk (İçli Köfte) Domatesli Aş, Kimyonlu Biberli Aş, Mercimekli Aş, Firikli Aş, Çüğ Köfte, Kabaklı Aş, Keşürlü Pirinç Pilavı (Kapuska), Sarma İçi(Kısır), Patatesli Köfte, Sıraysil, Mütebli
Sebze Yemekleri	Kumbursiye, Toğga Çorbası, Ekşi Aşı, Yoğurt Aşı, Tuzlu Yoğurt Çorba, Mahulta, Aya Köfteli Çorba, Şişbörek, Ekşii Çorba
Bugurlu Yiyecekler ve Aşlar	Tepsi Oruğu, Oruk (İçli Köfte), Domatesli Aş, Kimyonlu Biberli Aş, Mercimekli Aş, Firikli Aş, Çiğ Köfte, Kabaklı Aş, Keşürlü Pirinç Pilavı (Kapuska), Sarma İçi (Kısır), Patatesli Köfte, Sıraysil, Mütebli
Çorbalar	Kumbursiye, Toğga Çorbası, Ekşi Aşı, Yoğurt Aşı, Tuzlu Yoğurt Çorba, Mahulta, Aya Köfteli Çorba, Şişbörek, Ekşili Çorba.
Dolma ve Sarmalar	Etli Lahana Sarma, Patlıcan Dolması, Kuru Patlıcan Dolma, Zeytinyağlı Yaprak Sarması, Zeytinyağlı Zilk Sarması, Mumbar.
Mezeler ve Salatalar	Bakla, Ali Nazik, Cevizli Biber, Humus, Tarator, Turplu Tarator, Havuçlu Tarator, Patlıcan Yoğurtlama, Abugannuş, Zeytin, Roka Salatası, Zahter Salatası, Zeytin Salatası, Zilk Sapi Yoğurtlaması, Taze Sürk Salatası, Küflü Sürk Salatası, Taze Çökelek Salatası.
Hamur	Kete, Kerebic, Kömbe, Külçe, Semirsek (Sembusek), Ispanaklı Börek,

İşleri	Kaytaz Böreği, Biberli Ekmek, Katıklı Ekmek.
Tatlı ve Reçeller	Peynirli İrmik Helvası, Künefe, Kabak Tatlısı, Taş Kadayıfı, Züngül, Şam Tatlısı, Haytalı, Kebbet Reçeli, Patlıcan Reçeli, Ceviz Reçeli, Turunç Reçeli, Ayva Reçeli
Süt Ürünleri ve Yiyecekler	Künefelik Peynir, Cara (Testi) Peyniri ve Çökeleği, Sürk (Çökelek), Küflendirilmiş Sürk, Burma Peynir, Ezme Peynir (Yaprak Peynir), Tuzlu Yoğurt, Kahvaltılık Tuzlu Yoğurt, Sünme Peynir (Çile Peyniri).

Kaynak: Şahin, K. (2012) Hatay Mutfak Kültürü ve Yemekleri, Hatay Valiliği

Belirtilen birçok neden ve etken neticesinde bu çalışmada gerek doğal güzellikleri gerekse zengin kültürü nedeniyle gastronomi turizmi açısından da önemli bir bölge olan Hatay'ın mutfak kültürü incelenmiş, bu kapsamda yöresel yemekler de yukarıda detaylı bir şekilde ortaya konulmuştur. Bu arazi çalışması esnasında deneyimlemeye fırsat bulduğumuz bazı yemek, meze ve salataların içeriği, yapılışı; yaratıcı turizm açısından yemek kültürünün ve çeşitliliğinin önemi burada ele alınmaya çalışıldı.

Fotoğraf 3.91. Antakya Lezzetlerinden Görünümler

Hatay, gastronomi alanında UNESCO tarafından 'Yaratıcı Şehirler Ağı'na 2015 yılında dâhil edilmiştir ve bu anlamda da Hatay mutfağının lezzetleri tescillenmiştir. 600 çeşit yemek ve tatlının bulunduğu Hatay mutfağı Gaziantep'ten sonra ülkemizde bu ödüle layık görülen ikinci şehir olmuştur. Bu neticede şehrin belediye başkanı bölgede ki eski Antakya evi olan Aslanlı Konağı 'UNESCO Hatay Gastronomi Evi' olarak

restore etmiş ve yerli yabancı turistlerin beğenisine sunmuştur. Antakya şehrinde bulunan bu gastronomi evinin yaratıcı turizm kapsamında Hatay yemek kültürünün turistlere tanıtılması ve onlara bu lezzetlerin tattırılması oldukça önemli bir süreçtir. Bakıldığında 30'u aşkın çalışanları ve 180 kişilik kapasiteleri ile gün içinde kahvaltı, öğlen ve akşam yemeği hizmetleri verilmektedir. Yıl içerisinde 30-40 turun Hatay mutfağını görmek için işletmelerine geldiğini ve bu yemekleri tanımak istediğini belirten aşçımız, Hatay mutfağının keşfedilmemiş, unutulmaya yüz tutmuş yemeklerini yaparak yerli ve yabancı birçok turistin ilgisini çektiklerini belirtmiştir. Bu anlamda yaratıcı turizm kapsamında büyük bir potansiyele sahip olan bu mutfak geleceğe dair ümit vermektedir.

Fotoğraf 3.92. Kahvaltı'da Meze Olarak Sunulan Sürk Yani Çökelekden Bir Görünüm

Antakya bölgesine ait olan sürk yani çökelek ile yoğurt, biber salçası, zeytinyağı, kekik ve baharatlar karıştırılarak yoğrulur. Hamur kıvamına gelip özleştirilir. Birkaç gün kurutulmaya bırakılır. Sonrasında farklı şekillerde isteğe göre kesilerek zeytinyağı içerisinde sofralarda yerini alır.

Fotoğraf 3.93. Humustan Bir Görünüm

Yine bir meze çeşidi olan humus (Fotoğraf 3.93.) nohuttan yapılmaktadır. Bir gün önceden ıslatılan nohut kaynatılır. Ezilene kadar pişirilir ve soğumaya bırakılır. Soğuyan nohut ezmesi ile buzlu su incelene kadar robotla çekilir. Tahin, limon suyu, sarımsak, kimyon, buzlu su ve tuz eklenerek karıştırılır. Tabağa serilen humusun üzerine baharat, garnitür gibi isteğe bağlı ürünler koyularak zeytinyağı dökülüp servis edilir.

Fotoğraf 3.94. Zahter Salatasından Bir Görünüm

Kekik salatası diye de adlandırılan zahter; dağ kekiği, yeşil soğan ve maydanozun doğranıp karıştırılmasıyla oluşturulur. Mevsimsel ürünlere göre domates, kapya biber de eklenebilmektedir. Son olarak zeytinyağı, nar ekşisi ve tuz eklenerek servis edilir.

Fotoğraf 3.95. Katıklı Ekmek, Zeytinli (Zeytinyağı İle Açılmış) Börek ve Külçeden Bir Görünüm

Katıklı denilen biberli ekmeği bölgede oldukça sevilen bir lezzettir. Yapımı ise un, maya, tuz ve suyun karıştırılıp yoğrularak hamur tutulur. İç malzeme için tatlı veya acı biber salçası, zeytinyağı, çökelek, soğan (küp küp doğranır), beyaz susam, kırmızı susam, çörek otu, rezene, kimyon ve tuz karıştırılarak yoğrulur. Sonrasında ele zeytinyağı sürülerek hamurdan küçük parçalar alınarak künt denilen yuvarlak pürüzsüz bir top elde edilir buna yumakta denir. Elle düz daire şekli verilen ekmeklerin üzerine hazırlan iç konulur. Yörede bu ekmekler tandırı olan evlerde bir aparat yardımıyla tandırın yüzeyine tutturularak pişirilirken işletmelerde fırınlarda pişirilmektedir. Tat olarak oldukça lezzetli olan bu ekmekler sadece Antakya'da değil Hatay şehrinin hemen her bölgesinde oldukça ilgi görmektedir.

Fotoğraf 3.96. Bölgedeki Sokak Fırınında Yapılıp Satılan Kıymalı Ekmek, Biberli Ekmek ve Semizotlu Ekmekten Bir Görünüm

Fotoğraf 3.97. Sokak Fırıncısının Yaptığı Kaytaz Böreğinden Bir Görünüm

Bölgede oldukça sevilen kaytaz böreği için öncelikle un, sıvıyağ, karbonat ve yoğurt karıştırılarak hamur elde edilir ve 30 dakika dinlendirilir. İç harcı için kıyma, soğan (çok küçük olacak şekilde doğranır), domates salçası, nar ekşisi, maydanoz, tuz ve karabiber karıştırılır ve dinlendirilmiş hamurun üzerine yayılır. Hamur, iç sürülmeden önce ceviz büyüklüğünde alınıp yağlanarak açılır sonrasında katlanıp tekrar yağlanıp açılır ve bu işlem 4 kez tekrar edilir. Sonrasında harç konulup fırına verilir ve pişirilir. Sorasında sofralara servis edilir.

Sokak lezzetleri olarak baktığımızda Öcce ile yapılan dürümler bölgede oldukça popülerdir. Burada öncelikle öccenin ne olduğunu ifade etmemiz gerekmektedir. Öcce ince doğranmış yeşil soğan, ince doğranmış maydanoz ve yeşil nanenin; sarımsak, un, yumurta, pul biber, karabiber ve tuz ile birleştirilerek kıvamsı bir hamur elde edilmesiyle oluşur. Harmanlanan bu ürünler dinlendirilir ve sıvıyağda alt ve üst tarafı pişirilerek servise hazır hale gelir. Bu şekilde restoranlarda ve evlerde sofralara sunulan öcce sokakta ise dürüm olarak hazırlanıp satılır.

Fotoğraf 3.98. Hatay Gastronomi Evinin Sunduğu Yöresel Öcce'den Görünümler

Yeşillikten yapılan Öcce'nin sokaktaki yorumu ise şu şekildedir; sıcak olan tırnaklı pideye zeytinyağlı, salçalı biber sürülmektedir. Üzerine haşlanmış yumurta doğranmaktadır. Sonrasında tamamı yeşilliklerden oluşan kızartılan öcce doğranır. Çökelek sürülür. İsteğe göre domates doğranıp eklenir, maydanoz ve nane eklenerek baharat serpilir. Dürüm haline getirilen bu malzemeler Antakya'nın sokaklarında seyyar araçlarda satışa sunulmaktadır. Fiyat olarak gayet uygun olan bu dürüm hem turistlerin

hem de yerel halkın sevdiği lezzetler arasındadır. Dürümün iç harcını merak eden bölgede ki yabancılar ustalarımızla iletişim kurmakta ve tatları tek tek sorup öğrenmek istemeklerdir. Yerli ve yabancı turistlerin ilgisinden hoşnut olan seyyar satıcılarımız bu zengin yemek kültürünün, Hatay lezzetlerinin bu şekilde sokaklarda insanların beğenisine sunularak hafızalara kazınmaktadır. Yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi şüphesiz bölge için oldukça eğlenceli ve kazançlı olacaktır.

Fotoğraf 3.99. Seyyar Araçta Öcce Dürümü Yapımından Görünümler

Bu ve bunun gibi sokak lezzetlerinin bulunduğu Antakya şehri gastronomi açısından da yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilir. Hatay usulü döner ekmek, bici bici, haytalı gibi çeşitli ürünler sadece kafe ve restoranlarda değil bu şekilde sokak

aralarında, çarşı ve pazarlarda da gösterime çıkıp, seyyar araçlarda yapılıp satılmaktadır. Bu sokak lezzetlerinin yani Antakya'ya özgü kültürel yemeklerin bu şekilde yerli ve yabancı turistlere kolaylıkla ulaşması yaratıcı turizm anlamında önemli bir potansiyeldir.

Süt ve mısır nişastasından yapılan şekerli ya da şekersiz (isteğe bağlı) muhallebinin kaynatılıp koyu kıvam almasıyla ana maddesi oluşturulmaktadır. Dolaba kaldırılarak soğumaya bırakılır. Servis edilirken doğranarak kâseye koyulur üzerine gül suyu dökülür buna bici bici denmektedir. Eğer bu karışıma limon suyu da dökülür ise bunun adına da haytalı denmektedir. Sokakta ki bici bici ve haytalı lezzetlei çoğunlukla şekerli muhallebiden yapılmaktadır. Kafe ve restoranlarda ise şekersiz muhallebiden yapılan bu lezzete özel bir dondurma koyulmakta ve üzerine gül suyu dökülerek haytalı adı ile ikram edilmektedir.

Fotoğraf 3.100. Haytalı Tatlısından Bir Görünüm

UNESCO Hatay Gastronomi Evi şeflerinin yayınladığı kitapta oruk ara sıcak olarak ifade edilirken sac oruğu ana yemek listesinde yerini almaktadır. Şeflerimizin ifadesine göre oruk; kıymalı iç malze için az yağlı kıyma kavrulur, soğan zeytinyağı,

tuz, maydanoz, karabiber ve kıyılmış ceviz eklenerek karıştırılıp soğumaya bırakılır. Yağsız et, ince bulgur, biber salçası, soğan ve baharatlardan oluşan köfte harcından; ceviz büyüklüğünde parçalar alınarak işaret parmağı etrafında döndürülerek ince uzun hale dönüştürülür. İçine kıymalı harç konularak ağzı kapanır. Bu içli köfteler kızdırılmış ayçiçeği yağında kızartılır ve kâğıt havlu üzerinde fazla yağı süzdürülerek servise sunulur.

Fotoğraf 3.101. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Oruktan Bir Görünüm

Sac oruğunda ise kuyruk yağı eritilir, orta yağlı dana kıyma kavrulur, kuru soğan, tuz, karabiber ve kimyon eklenerek hafif ateşte karıştırılarak pişirilir. Soğumaya bırakılır. Dış harç için ise köftelik bulgur suyla ıslatılıp dövülmüş köftelik et ile harç yapılır ve 15 dakika dinlenmeye bırakılır. Biber salçası eklenip 10 dakika yoğrulur ve dinlendirilir. Sonrasında ele zeytinyağı sürülerek harçtan parçalar koparılıp yuvarlak şekil verilir. İçine harç konur ve yeniden dış harç ile kapatılır. Bastırılır, kenarları düzeltilir ve ters düz edilerek pişirilir. Kesilerek servis edilir.

Fotoğraf 3.102. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Sac Oruğundan ve İç Harcından Görünümler

Antakya'da sevilen bir diğer lezzet ise kâğıt kebabıdır. Hazırlanma süresi oldukça kısa olan bu yemek orta yağlı kıyma, maydanoz, sarımsak, taze biber (yeşil yâda kırmızı), karabiber ve tuzdan oluşmaktadır. Taze olarak kullanılan biberler tohumlarından arındırılır. Maydanozla beraber ince ince kıyılır. Kıyma, karabiber ve tuz ilave edilerek yoğrulur ve 3 eşit parçaya bölünür. Yağlı kâğıda salça sürülerek yuvarlak şekilde açılır (salça sürmeden sadece kâğıt ıslatılarakta açılmaktadır). Tepsiye dizilerek isteğe göre üzerine fomates, biber konularak fırında pişirilir ve tercihe göre lavaş pide üzerinde servis edilir.

Fotoğraf 3.103. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Yemek Kitabındaki Kâğıt Kebabından Bir Görünüm

Fotoğraf 3.104. Şehirde Yer Alan Bir İşletmenin Yaptığı Kâğıt Kebaptan Bir Görünüm

Yine hemen hemen aynı malzemeler kullanılarak soğan, maydanoz, kırmızı taze biber, sarımsak ince ince doğranır. Kıyma ve baharatlar ile birlikte yoğrulur ve kiremit tavaya konulur. Kıymasında kuzu ve dana eti karıştırlır, biraz da kuyruk yağı koyan

ustamız içerisine çok baharat dökmemektetir (Etin lezzetinin ön plana çıkması için). Tavanın ise şöyle bir özelliği mevcuttur; kalıptan çıkarılan kiremit tava kullanıma başlanmadan önce kuyruk yağına bulanır ve fırına atılır. Bir gün boyunca bekletilir sonrasında kullanıma hazıra gelir. Hazırlanan harç tavaya düz bir şekilde yayılır. Üzerine biber ve domates eklenerek fırına verilir. Bu yemekleri yapan bazı işletmelerimiz kıymalık eti de de kasaptan canlı canlı alarak pişirmekte ve yaratıcı turizm kapsamında oldukça önemli bir potansiyele sahip olmaktadır.

Fotoğraf 3.105. Şehirde Yer Alan Başka Bir İşletmenin Yaptığı Kâğıt Kebaptan Bir Görünüm

Yine hem Hatay'ın hem de Antakya'nın bilindik ve ünlü lezzetlerinden olan künefe ülkemizin hemen her yerinde adını markalaştırmıştır. Tel kadayıftan, henüz mayalanması tamamlanmamış tuzsuz taze peynirden oluşan künefe tatlısı ince kenarlı tepsilerde yapılmaktadır. Tereyağının eritildiği bu tepsilerde tel kadayıflar yağla harmanlanarak tek tek ayrılır yanı tiftiklenir ve ateşten alınır. Tepsi tekrar yağlanır ve tel kadayıfın bir kısmı tepsiye yayılıp sıkıca bastırılır. Üzerine suyundan arındırılan peynir dağıtılır. Üzeri tekrar tel kadayıfla kapatılır. El yardımı ile üzerine basar gibi yapılarak bastırılıp sıkıştırılır. Altı pembeleşinceye kadar ocakta döndürülerek kızartılır. Ters çevirip aynı işlem tekrar edilir. Bu süreçte şeker, su ve limon suyundan oluşan şerbet yapılır ve soğumaya bırakılır. Soğuyan şerbet künefe tatlısının üzerine dökülür ve dilimlenerek servis edilir.

Fotoğraf 3.106. Künefe Tatlısının Sunuma Hazırlandığı Halinden Görünümler

Fotoğraf 3.107. Servise Sunulan Künefe Tatlısından Bir Görünüm

Antakya'nın yemek kültürünü incelediğimiz de gerçekten de bölgede ki zengin kültür mozaiğini görebilmekteyiz. Şehrin iklim özellikleri de göz önüne alındığında

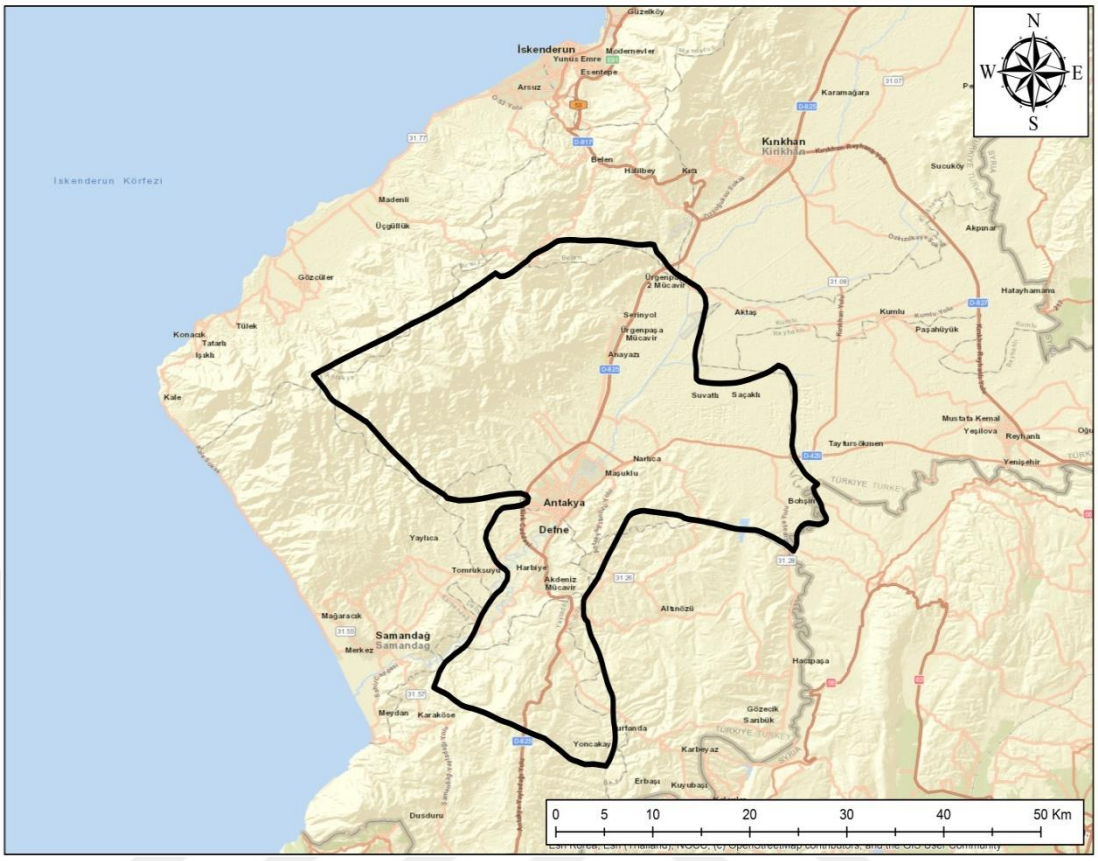
çoğu yemeğin zeytinyağlı olduğunu ve yeşilliklerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Bunun yanında baharat yolundan geçen Antakya şehrinde salatalardan hemen hemen bütün yemeklere kadar çok ve çeşitli sayıda baharat kullanılmakta ve şüphesiz bu şehrin geçmiş tarihlerde yaşadığı kültür etkileşimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanında yemek isimleri de bölgedeki farklı toplumların bir arada yaşamasından kaynaklı olarak farkı dillerde de ifade edilmektedir. Tek bir kültürün yoğun olduğunu söylemenin mümkün olmadığı araştırma sahamızda yemekler hem et ağırlıklı hem de sebze ağırlıklıdır. Bunun yanında baharat ve zeytinyağı tüm ürünlerin vazgeçilmez parçaları olmuştur. Bakıldığında kültür zenginliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış bu sokak lezzetleri ve toplumun her kesimi tarafından bilinen ve yapılan Hatay mutfak lezzetleri bu anlamda yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmelidir. Gastronomi turizminde oldukça ön planda olan Hatay, yaratıcı turizm konusunda da hem lezzetleri bakımından hem de bu lezzetlerin sokağa taşınması bakımından oldukça değerlidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANTAKYA ŞEHRİ'NİN TURİZM ALTYAPISI

4.1. ULAŞIM

Bir yerin ulaşım faaliyetlerinin gelişmesi o yerin coğrafi ve ekonomik özellikleriyle bağlantılıdır. Bölgenin coğrafyası ulaşımda karayolunu, demir yolunu hatta deniz ve havayolunu bile etkilemektedir. Engebenin fazla olduğu coğrafi bölgelerde ulaşım az gelişmiş olup tünellere, geçit ve köprülere ihtiyaç duyulmuştur. Tünel ve köprülerin yapımı ise oldukça maliyetlidir. Bu da ulaşımın gelişmesini sınırlandıran en önemli etmenlerden biridir. Kara ve demir yolunun varlığı, havaalanı ve limanlara yakınlık şüphesiz turizmin gelişmesinde başlıca rol oynayan etmenlerdir. Ulaşım imkânlarının artığı coğrafyalarda turizmin gelişmesi çok daha kolaydır. Turizm de yolların iyileştirilmesi, kalitesinin arttırılması, otomobil sahipliğinin artması, havayolu ve denizyolu taşımacılığının geliştirilip, kapasitelerinin arttırılması, güzergâhların zenginleştirilmesi bu kolaylıklardan bazılarıdır. Turizm için elverişli olan yerin; erişilebilirliği yüksek, zaman ve fiyat bakımından avantajlı olması gerekmektedir (Emekli, 1998). Bir yere seyehat etmek isteyen kişi gideceği yere en kısa ve ucuz yollardan konforlu bir şekilde ulaşmak isteyecek, ulaştığı yerde ise yine ulaşımın bu özelliklerini görmek isteyecektir. Mesafe, zaman ve ücret üçlüsünün en avantajlı olduğu, erişilebilirliğin en yüksek olduğu bu bölge şüphesiz turizm içinde en uygun yerlerden biridir (Zaman,2012).



Harita 4.1. Antakya'nın Ulaşım Haritası

Antakya Şehri, Anadolu'yu güneye bağlayan Kral yolu üzerinde kurulmuş olup, çeşitli transit yollarında buradan geçmesiyle geçmişte doğunun ticaretine hâkim bir merkez durumuna gelmiştir. Hatta bu ana ticaret yollarından kaynaklı bu şehir ilkçağda Roma ve İskenderiye kentlerinden sonra üçüncü büyük kent olmuştur (Turgut 1986). Günümüze bakıldığında ise, nüfus artışıyla birlikte hızlı ve çarpık bir kentleşme meydana gelmiş ve bunun bir getirisi olarak; yüksek otomobil artışı gözlenmiştir. Bu gelişmelere karşılık ulaşım altyapısı aynı gelişmeyi gösteremediği için ulaşım sorunlarını beraberinde getirmiştir (Yıldız, 2015). Çalışma sahasına bakıldığında bulunduğu ilin doğu ve batısının dağ ve platolarla kaplı olması ulaşımın kuzey güney yönlü gelişmesine sebep olmuştur. Ulaşımın bu yönde gelişmesinin bir diğer sebebi ise ilin, ülkenin en güney noktasında bulunup, ülkeye dik bir konumla bağlı olmasıdır. Bu faktörler şehirdeki demir ve kara yolunun yetersiz olmasına sebebiyet vermiştir. Antakya'da ulaşım ağı güney doğu yönünde yoğunluk kazanmış olup batı kıyısında bulunan İskenderun limanı ve bu limanın bağlı bulunduğu Toprakkale-İskenderun demiryolu bulunmaktadır. Şehrin doğusuna ulaşımın yoğunluk kazanmasında sınır

komşularımızın olması etkili olmuştur. Hatay ilimizde toplam 3 sınır kapısı ve bunların bağlı bulunduğu yol güzergâhları vardır. Suriye'ye açılan bu üç sınır kapısı da sırasıyla, insani yardımların bölgeye ulaştırılmasına yönelik açılan Zeytin Dalı Kara Sınırkapısı, Cilve Gözü sınır kapısı ve Yayladağ sınır kapısıdır. Bu kapılar sayesinde bölgede ki ulaşım altyapısı ve ticaret gelişmeye başlamıştır. Antakya şehrine bakacak olduğumuzda ise ulaşım çevre illerden Antakya merkezine yoğunlaşmış olup asi nehri boyunca ve bu nehri dikine kesen yollar mevcuttur. Yollar ve yerleşim yapısı incelendiğinde Hatay şehrinin ulaşım yönünden en gelişmiş ilçesi olduğu düşünülmektedir. Merkezinde ise Havaş dediğimiz havaalanı bulunmaktadır.

4.1.1. Karayolu

Hatay ilinde 80 km (asfalt betonu) otoyol, 370 km devlet yolu, 265 km il yolu olmak üzere toplam 715 km yol ağı bulunmaktadır. Devlet yollarının 212km'si asfalt betonu, 117 km'si sathi kaplamalı yol olup 41 km'si yol geçit verilemez diğer yol, 322,05 km'si de bölünmüş yoldur. İl yollarının ise 64 km'si asfalt betonu, 186 km'si sathi kaplamalı yoldur. 8 km'si parke,7 km'si geçit verilemez diğer yol ve 59,31 km'si de bölünmüş yoldur (Tablo 3.1). İl ve devlet yollarının toplam uzunluğu 635 km'dir. Bunun 579 km'si asfalt yol olup, 381,86 km'si bölünmüş yoldur (KGM,2022).

Günümüzde Hatay'da en gelişmiş ulaşım sistemi karayolu ulaşımıdır. İl genelinde herhangi bir ulaşım güçlüğü söz konusu değildir. Ulaşım ağındaki bu durum araç sayısında da kendini göstermiştir. Nitekim Hatay Valiliğinin 2016 verilerine göre Hatay'daki karayolu taşıt sayısı 452.124 adettir. Bu değer Türkiye'deki araç sayısının %2,14'ünü oluşturmaktadır. Hatay araç sayısı yönüyle bütün illerarasında 12. sırada yer alır. Özellikle Cilvegözü ve Yayladağı sınır kapılarının varlığı ve sınır ticaretinebağlı olarak, il genelinde taşımacılık faaliyetlerinin geliştiği ve dolayısıyla çekici ve kamyon türü araçların sayısının fazla olduğu göze çarpar (Hatay Valiliği,2016).

Tablo 4.1. Satıh Cinslerine Göre Yol Ağı (km)

Satıh Cinslerine Göre Yol Ağı (km)								
Hatay	**Asfalt Yollar**			**Parke**	**Stabilize**	**Toprak**	**Diğer Yollar**	**Şebeke Uzunluğu**
	Asfalt Betonu	**Sathi Kaplama**	**Toplam**					
Otoyol	80	-	80	-	-	-	-	80
Devlet Yolu	212	117	329	-	-	-	41	370
İl Yolu	64	186	250	8	-	-	7	265
Toplam	356	303	659	8	-	-	48	715

Kaynak: KGM

4.1.2. Havayolu

9 Aralık 2007 tarihinde Hatay ilinin tek havalimanı olarak ülkemizin en güneyinde açılan Havaş, Antakya ilçesine 25 km, İskenderun ilçesine 45 km uzakta olup dönemin başbakanı tarafından uçuşlara açılmıştır. 20 Haziran 2008 yılında Uluslararası Hava Hudut Kapısı ilan edilerek 4 Eylül 2008'de dış hatlarda ilk uçuşları KKTC'ye karşılıklı olarak başlamıştır. Hatay havalimanı o dönemde 3000x45 metrelik 04/22 doğrultulu beton kaplama bir piste sahipken, 8 Mart 2011 yılında yeni iç ve dış terminal binası yapılmıştır. Bu binanın alanı 5000 m²'ve büyüklüğü 46.826 m²'dir. Sefer düzenleyen uçaklara baktığımızda ise bunlar THY, AnadoluJet, Pegasus, Nas Air, Sun Express olup; güzergâhları da İstanbul, Ankara, İzmir, Lefkoşa, Cidde ve Riyad'dır. Havaalanının Antakya ve İskenderun'a servisi olup, Kırıkhan ilçesine de sadece THY'nın kendi yolcu servisi bulunmaktadır (DHMİ, 2020).

Tablo 4.2. Yıllık Hatay Havaalanı Tüm Uçak Trafiği

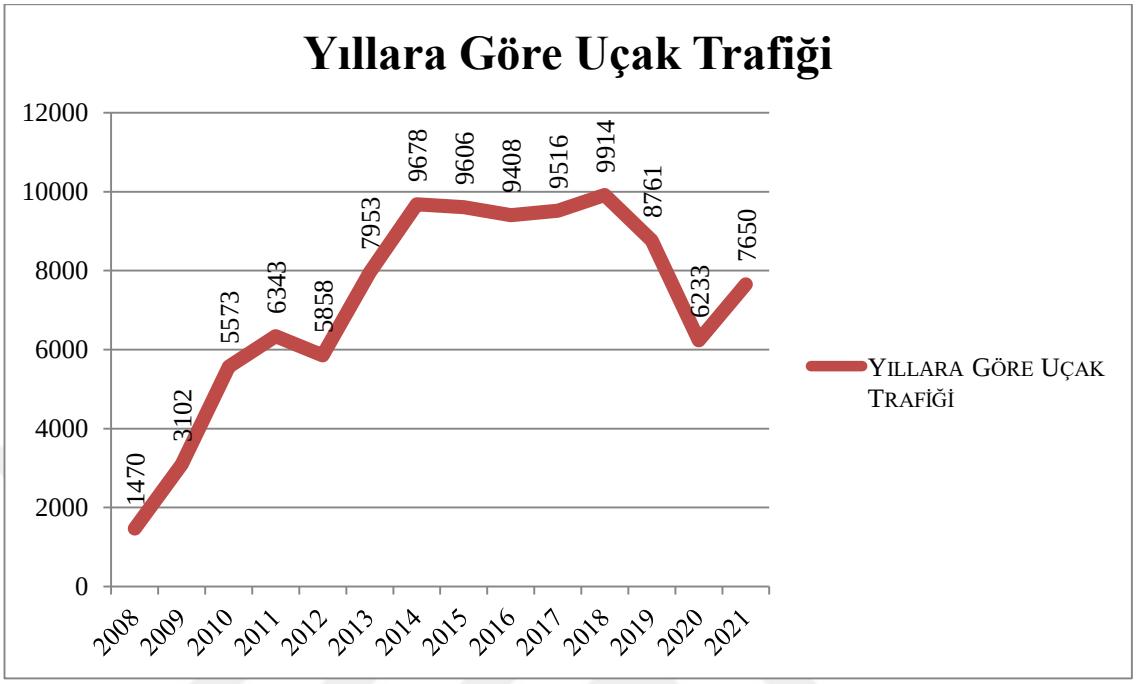
Hatay Havalanı Tüm Uçak Trafiği			
Yıllar	**İç Hat**	**Dış Hat**	**Toplam**
2017	7208	2308	9516
2018	7710	2204	9914
2019	6662	2099	8761
2020	5573	660	6233
2021	7302	348	7650

Kaynak: DHMİ

2017 yılından 2021 yılına kadar verilen Hatay havalimanındaki tüm uçak trafiğiyle Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğünden alınan Türkiye Geneli Uçak Trafiği arasında bir oranlama yapıldığında bu 5 yılda İç Hatlarda ki trafikte Hatay'ın Türkiye Geneli uçak trafiği oranı 2017'de %0,792'yken bu oran 2018'te artmış olup, 2019'da azalmış, 2020 ve 2021 yıllarında ise yeniden artmıştır. Fakat bu oran son yılda bile %0,988 olup %1'lik bir paya ulaşamamıştır. Bunun yanında dış hatlardaki payı 2021 yılına kadar hep azalmıştır. Toplam iç dış hatlarda ise bu pay %0,635'te kalmıştır.

2017 yılında 1.914.017 olan ülke çapındaki tüm uçak trafiğinde Hatay Havalimanının öneminin oldukça az olduğunu görmekteyiz. Yine diğer yıllarda da bu rakamlar sırasıyla 2018 de 2.017.220, 2019'da 2.034.430, 2020'de 1.055.168 ve 2021'de 1.466.860 olup Hatay Havalimanının tüm uçak trafiğinin bu verilerdeki payı oldukça düşüktür. Uluslararası ticaretin kilit noktası olan bu şehir günümüzde hakettiği değeri maalesef görememektedir. Antakya merkeze oldukça yakın ve ulaşımı kolay olan Havaş yurt içinde daha fazla tercih edilirken yurt dışında ki seyehatlerde özellikle pandemi başlangıcından itibaren çeşitli yasaklar ve sebepler yüzünden daha az tercih edilmiştir. Yine Pandeminin başlangıcı olarak kabul gören 2020 yılında tüm verilerde diğer yıllara oranla ciddi düşüşler yaşandığı görülmüştür. Yurt dışı ve yurt içi seyahatleri yasaklanmış olup, Covid salgını sebebiyle çeşitli zamanlarda uzun ve kısa

süreli olarak sokağa çıkma yasağı uygulanmış ve bu yasak ve önlemler neticesinde seyahatler, seferler büyük oranda azaltılmıştır.



Şekil 4.1. Yıllara Göre İç Hat-Dış Hat Toplam Uçak Trafiği Grafiği

Kaynak: DHMİ

9 Aralık 2007 yılında açılan Hatay Havalimanın uçak trafiğine bakıldığında açıldığı dönemden 2011 yılına kadar uçak sayılarında sürekli bir artış görülmüştür. İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük yolcu kapasitesine sahip havalimanlarıyla girdiği rekabette başlangıçta iyi bir noktada sayılan Hatay havalimanı 2010 yılında başlayan Arap baharından oldukça olumsuz etkilenmiş olup bu sürecin yoğun yaşadığı yıllarda uçak trafiği de azalmıştır. Hatay bulunduğu konum itibari ile özel bir yerdedir. Akdeniz'e kıyısı olan bu şehir Arap ülkelerine hem deniz yoluyla hem de kara yoluyla komşu olup, bu ülkelerde ki gelişmelerden de en hızlı etkilenen şehirlerden biridir. Nitekim 15 Mart 2011 yılında başlayan Suriye içsavaşıda bölgede büyük tedirginlik yaratan olaylardan biridir. Bu senelerden itibaren ülke olarak sınır bölgelerimizde ki güvenliği en üst seviyeye çıkartarak bölgenin huzurunu korumayı başarmış olsakta bu tarz korku ve endişe verici etmenler toplumu pskolojik olarak etkilemektedir. Bu da yurt içi, yurt dışı ulaşımını ve doğrudan turizmi olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Yine grafiğe bakıldığında 2015 yılı ve sonrasında ülkemizde yaşanan Askeri Darbe ülke içi huzursuzluğa sebebiyet vermiş bu da seyehatları önemli noktada etkilemiştir. Son

olarak yukarda bahsedildiği gibi 2020 yılı itibariyle ortaya çıkan Covid-19 virüsü tüm dünya da ulaşımı olumsuz yönde etkileşmiştir. Günümüzde ise etkilerinin yavaş yavaş ortadan kalktığını söylemek mümkündür.

4.1.3. Denizyolu

Antakya şehri'nin denize kıyısı yoktur. Bu yüzden herhangi bir deniz yolu bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra Antakya Şehri'nin içinde bulunduğu Hatay ilinin denize kıyısı olması bu şehri ekonomik, sosyal ve kültürel birçok yönden etkilemektedir.

Hatay'da sanayi ve ticarete bağlı olarak gelişme gösteren diğer bir ulaşım sistemi denizyolu olup, bu noktada İskenderun Limanı özellikle Ortadoğu ülkelerine yönelik ticari sevkiyatlarda aktarım fonksiyonuyla ön plana çıkmıştır. Limanın kapasitesi, donanımı, etki bölgesi ve taşınan yük miktarı göz önüne alındığında, hinterlandının sadece Hatay ve Türkiye ile sınırlı olmadığı, aynı zamanda Doğu Akdeniz ve Ortadoğu'nun en önemli limanlardan biri konumunda olduğu anlaşılmaktadır (Hatay Valiliği, 2022).

Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları işletmesi'ne bağlı yedi limandan (Haydarpaşa, Izmir, Mersin, Derince, Samsun, İskenderun, Bandırma) birisi olan İskenderun Limanı, gemilerin her türlü açık deniz tesirlerinden etkilenmeyecek biçimde 1400 metre batı ve 430 metre iç liman mendirekleriyle çevrilerek güney ve kuzey rüzgârlarına karşı koruma altına alınmıştır. Zaten doğal olarak da liman, kısmen güney ve doğudan: Nur Dağları (Amanos) tarafından (Musa Dağı 1231 m, Kızıl Dağ 1750 m, Migir Tepe 2240 m), batidan; iskenderun Kör- fezi'nin batı yakasını oluşturan Misis Dağı (769 m), Ceyhan Nehri'nin denize doğru ilerlemiş deltası ile korunmaktadır. Geçmişten günümüze kadar etkinliği çeşitli nedenlerle zaman zaman artarak veya azalarak bugüne kadar gelen, Türkiye'nin Akdeniz'de Mersin Limanı ile rekabet edebilecek durumunda olan çok önemli bir limanıdır. Limanın yurtiçi ve yurtdışı hinterlandı oldukça geniştir. Limanın yurtiçi bağlantısı Adana, Kayseri, Sivas, Malatya ve bütün Güneydoğu Anadolu illeri ile kara ve demiryolu ağı tarafından sağlanmaktadır. Yurtdışında ise; başta Ortadoğu ülkeleri olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleri ile bağlantısı mevcuttur (Koday, 1998).

Hatay'da sanayi kuruluşlarının fazla olması, ilin Ortadoğu ülkelerine yakın ve üç kıtanın kara ticaret yollarının ve bu ticaret yollarına bağlı deniz yollarının kesişim noktasında olması bölgede ulusal ve uluslararası ticaretin yoğun şekilde yapılmasına ve dolayısıyla İskenderun Limanının da Akdeniz'in önemli limanlarından biri haline gelmesine katkıda bulunmuştur. İskenderun Limanı, Çukurova, Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerine hizmet vermenin yanı sıra, Suriye, İran ve Irak gibi Orta Doğu ülkelerine transit geçişlerde hizmet etmektedir. Liman, ulusal demiryolu ve otoyollarla ticaret merkezlerine bağlıdır. Hatay'da denizyolu taşımacılığına hizmet eden İsdemir Limanı, AdvansaSasa Polyester Tesisleri, Asfalt İskelesi, Çekisan Şamandırası, Gübretaş Sarıseki İskelesi, Orhan Ekinci İskelesi ve Yazıcı İskelesi de bulunmaktadır (Yıldız, 2015). Aşağıda ki tablolarda İskenderun Limanının 2021 senesindeki yük, konteynır ve gemi sayıları istatistikleri verilmiştir.

Tablo 4.3. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Yükleme)

Yükleme					
İhracat			**Kabotaj Yükleme**	**Transit Yükleme**	**Toplam Yükleme**
Türk Bayraklı	**Yabancı Bayraklı**	**Toplam İhracat**			
409.260	20.549.587	20.958.847	5.452.644	332.459	26.743.950

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Ülke geneline baktığımızda yük istatistiklerinde ki yükleme işleminin toplam ihracat sayısı 153.763.658, kabotaj yükleme sayısı 31.184.349, transit yükleme sayısı 62.602.531 ve toplam yükleme sayısı 247.551.538'dir. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %13,63 ihracat, %17,48 kabotaj, %0,53 transit ve toplam yükleme %10,80 'dir. Bu oranlamalara baktığımızda ihracatta önemli bir paya sahip olan bu Limanın Antakya ilçesini de ekonomik yönden olumlu bir şekilde etkilemekte ve bulunduğu bölgede ticarette söz hakkı elde etmektedir.

Tablo 4.4. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Boşaltma)

Boşaltma					
İthalat			**Kabotaj Boşaltma**	**Transit Boşaltma**	**Toplam Boşaltma**
Türk Bayraklı	**Yabancı Bayraklı**	**Toplam İthalat**			
1.056.834	37.839.010	38.895.844	1.951.095	220.621	41.067.560

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Yine ülke genelindeki yük istatistiklerinde boşaltma işleminin toplam ithalat sayısı 232.633.060, kabotaj boşaltma sayısı 30,716.773, transit boşaltma sayısı 15.405.413 ve toplam boşaltma sayısı 278.755.246'dır. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %0,13 ithalat, %0,17 kabotaj, %0,005 transit ve toplam yükleme %0,10 'dur. İstatistiklere baktığımızda İskenderun Limanının ithalat rakamlarında ki düşüklük, ülke genelindeki ithalatta da payının düşük olmasına sebep olmuştur.

Tablo 4.5. 2021 Yılı İskenderun Limanı Yük İstatistikleri (Toplam)

Toplam					
Dış Ticaret			**Kabotaj**	**Transit**	**Yük Elleçme**
Türk Bayraklı	**Yabancı Bayraklı**	**Dış Ticaret**			
1.466.094	58.388.597	59.854.691	7.403.739	553.080	67.811.510

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

İhracat ve ithalatın toplamına baktığımızda dış ticaretin yük istatistikleri toplamda 386.396.718, kabotaj boşaltma sayısı 61.901.122, transit boşaltma sayısı 78.008.944 ve toplam yük elleçme sayısı 526.306.784'tür. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %15,49 dış ticaret, %11,96 kabotaj, %0,70 transit ve toplam yük elleçme %12,88'dir. Toplam dış ticaret payının bulunduğu bölgeden kaynaklı olarak önemli yere sahip olması hiç şüphesiz aynı il içerisinde bulunan diğer ilçeleri ve Antakya şehri'ni de olumlu etkilemiştir. Buna göre %15'lik bir oran ülke genelinde önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.6. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Yükleme)

Yükleme					
İhracat			**Kabotaj Yükleme**	**Transit Yükleme**	**Toplam Yükleme**
Türk Bayraklı	**Yabancı Bayraklı**	**Toplam İhracat**			
2.083	327.718	329.801	3.07315120	3.809	336.683

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Ülke geneline bakıldığında konteyner istatistiklerindeki yükleme işleminin toplam ihracat sayısı 4.677.414, kabotaj yükleme sayısı 410.755, transit yükleme sayısı 1.145.313 ve toplam yükleme sayısı 6.233.481'dir. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %7,05 ihracat, %0,74 kabotaj, %0,33 transit ve toplam yükleme %0,005 'tir. Bu oranlamalara baktığımızda ihracatta önemli bir paya sahip olan bu Limanın toplam yükleme de aynı öneme sahip olmadığı görmekle birlikte; İhracat oranını Antakya ilçesini de ekonomik yönden olumlu bir şekilde etkileyeceğini söylemek oldukça mümkündür.

Tablo 4.7. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Boşaltma)

Boşaltma					
İthalat			**Kabotaj Boşaltma**	**Transit Boşaltma**	**Toplam Boşaltma**
Türk Bayraklı	**Yabancı Bayraklı**	**Toplam İthalat**			
12.238	320.136	332.374	4.626	4.776	341.776

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Yine ülke genelindeki konteyner istatistiklerinde boşaltma işleminin toplam ithalat sayısı 4.744.227, kabotaj boşaltma sayısı 421.232, transit boşaltma sayısı 1.192.530 ve toplam boşaltma sayısı 6.357.989'dur. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %7 ithalat, %1.09 kabotaj, %0,40 transit ve toplam yükleme %0,005'tir. İstatistiklere baktığımızda İskenderun Limanının ithalat rakamlarında oldukça önemli bir yere sahipken toplam boşaltma oranı oldukça düşüktür.

Tablo 4.8. 2021 Yılı İskenderun Limanı Konteyner İstatistikleri (Toplam)

Toplam					
Dış Ticaret			Kabotaj	Transit	Toplam Konteyner Elleçme
Türk Bayraklı	Yabancı Bayraklı	Dış Ticaret			
14.321	647.855	662.176	7.699	8.585	678.460

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

İhracat ve ithalatın toplamına bakıldığında dış ticaretin konteyner istatistiklerinde toplamda 9.421.640, kabotaj boşaltma sayısı 831.986, transit boşaltma sayısı 2.337.843 ve toplam yük elleçme sayısı 12.591.470'tir. Bu rakamlara baktığımızda İskenderun Limanı'nın ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %7,02 dış ticaret, %0,92 kabotaj, %0,36 transit ve toplam yük elleçme %0,005 'tir. Toplam dış ticaret payının bulunduğu bölgeden kaynaklı olarak önemli yere sahip olması hiç şüphesiz aynı il içerisinde bulunan diğer ilçeleri ve Antakya şehri'ni de olumlu etkilemiştir. Fakat %7'lik oranla baktığımızda yük istatistiklerinden oldukça geride olan konteyner istatistikleri, Hatay'da gelişme düzeyi olarak biraz daha geriden gelerek bu alanda deniz ticareti bakımından daha az ön planda tutulduğunu göstermektedir.

Tablo 4.9. 2021 Yılı İskenderun Limanı Gemi İstatistikleri

Toplam Uğrayan Gemi Sayısı					
Türk Bayraklı		Yabancı Bayraklı		Toplam	
Gemi Sayısı	Gros Ton	Gemi Sayısı	Gros Ton	Gemi Sayısı	Gros Ton
748	6.228.523	3.886	74.457.554	4.634	80.686.077

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

Ülke geneline bakıldığında gemi istatistiklerindeki toplam gemi sayısı 51.199 olup, gros ton bakımından sayısı 829.618.101'dir. Bu rakamlara bakıldığında İskenderun Limanı'ndaki gemilerin ve gros tonun ülkemiz limanlarındaki yeri; yapılan küçük bir yüzdelik hesapla sırasıyla şu şekilde; %9,06 ve %9,72'tir. Bu oranlamalara baktığımızda gemi sayısı olarakta gros ton olarakta önemli bir paya sahip olan İskenderun Limanı, bulunduğu bölgede önemli bir yere sahiptir. İçinde bulunduğu Hatay ilinin de gelişiminde

bu anlamda önemli rol oynamaktadır. Bu da Antakya şehrini ve diğer ilçeleri olumlu şekilde etkilemektedir.

Tablo 4.10. Özelleşen Liman Kapasitesi- İskenderun Limanı

Özelleşen Limanlar		**Dökme Katı**	**Dökme Sıvı**	**General Kargo**	**Konteyner**	**Ro-Ro**
Birimi		**Ton**	**Ton**	**Ton**	**Teu**	**Araç**
İskenderun	**Liman Kapasitesi**	8.000.000	1.000.000	1.000.000	2.600.000	150.000
	İş Hacimleri	6.683.686	808.342	1.534.264	2.097.349	75.093
	Kapasite Kullanım Oranı %	84	81	153	81	50

Kaynak: TCDD İstatistik Yıllığı 2017-2021

Tablo 4.11. Özelleşen Liman Trafiği

Limanlar		**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
İskenderun	Yükleme	2.138	2.465	3.151	3.680	4.464
	Boşaltma	3.341	4.028	4.205	4.316	3.932
	Toplam	**5.479**	**6.493**	**7.356**	**7.996**	**8.396**
Genel Limanlar Toplamı	Yükleme	22.179	24.578	25.744	27.218	30.671
	Boşaltma	27.803	25.852	29.322	30.221	29.776
	Toplam	**49.982**	**50.430**	**55.066**	**57.439**	**60.448**

Kaynak: TCDD İstatistik Yıllığı 2017-2021

4.1.4. Demiryolu

TCDD'nin 2021 yılında yayımladığı 2017-2021 İstatistik Yıllığı'nda ki "İllere Göre Demiryolu Uzunlukları" adlı çalışmada Hatay ilinin toplam demiryolu uzunluğu

83 km'dir. Bu 83 km'nin tamamı konvansiyonel hat olup bölgede yüksek hızlı tren hattı ya da hızlı tren hattı bulunmamaktadır. Bununla birlikte bölgede tek Demiryolu hattının 1912 de açılan TCDD 6. Bölge sorumluluk alanında yer alan Toprakkale-İskenderun demiryolu olduğu bilinmektedir. Bu hatta bakıldığında hattın elektrikli hat uzunluğunda anahattı 60 km, tali hattı 15 km olup, toplamda 75 km uzunluğu bulunurken, sinyal hat uzunluğunda anahat 60 km, tali hattı ise 6 km olup, toplamda 66 km'lik bir sinyalli hat uzunluğu bulunmaktadır. Hat TCDD Taşımacılık tarafından işletilmekte olup, Mersin-İskenderun bölgesel trenlerine hizmet vermektedir. Hat güzergâhı İskenderun garından başlayıp sırasıyla Sarıseki, Payas, Dörtyol, Erzin, Toprakkale olup, buradan da Adana ve Fevzipaşa yönüne olmak üzere 2 ayrı yöne ayrılır. İskenderun garı ise hattın güney bitişinde yer almaktadır. Çoğunlukla yük trenleri tarafından kullanılmaktadır. Ana yolcu trenleri ise Mersin istikametinde kullanılmakta olup, İskenderun-Mersin Güzergâhlı bu trenler gün de 2 kez hizmet vermektedir. 1.tren 07:15'te ve 2. tren 16:40'ta hareket etmektedir. Yine Hatay Valiliği resmî sitesinde de bölgenin demiryolu ile ilgili şu bilgiler yer almaktadır: "İlde demiryolu ulaşımının gelişme gösterdiği söylenemez. Bu anlamda sadece Adana-Gaziantep arasındaki demiryolu hattından ayrılan bir tali hat İskenderun ilçesine kadar uzanır. Fakat bu hat daha çok yük taşımacılığına dönük olarak kullanılmaktadır" (URL 5).

Tablo 4.12. Elektrikli Hat Uzunlukları (2021)

Konvansiyonel Hat Kesimleri	Anahat (Tekhat)	Tali Hat	Genel Toplam
Toprakkale-İskenderun	60	15	75

Kaynak: TCDD İstatistik Yıllığı 2017-2021

Tablo 4.13. Sinyalli Hat Uzunlukları (2021)

Konvansiyonel Hat Kesimleri	Anahat (Tekhat)	Tali Hat	Genel Toplam
Toprakkale-İskenderun	60	6	66

Kaynak: TCDD İstatistik Yıllığı 2017-2021

Türkiye'nin en büyük limanlarından biri olan İskenderun Limanı'na da hizmet veren Toprakkale-İskenderun hattı hiç şüphesiz Hatay'ın ve Antakya'nın ticari

faaliyetlerinde büyük önem arz etmektedir. Bölgedeki şehir içi ve şehir dışı ticarette, bu güzergâh oldukça önemli bir yere sahiptir. Taşınan mal ve yüklerin bölge pazarına girmesi bçlgede ki ekonomiyi canlandırması yahut bölgede ki üretilen ürünlerin bu hat sayesinde şehir dışı pazarlara taşınması şehrin kalkınmasında rol oynamaktadır. Ekonominin canlanıp bölgenin ticari fonksiyonlarının artması ise turizmi olumlu etkilemekte bu da bölge halkının yüzünü güldürmektedir.

4.1.5. Seyehat Acentaları

Ticari bir amaçla kurulmuş, kişilerin turistik ihtiyaçlarının ve yer değiştirmelerinin sağlanmasında aracılık yapan seyahat acenteleri (Hacıoğlu, 2000), 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun (Kabul Tarihi: 14/9/1972, Yayımlandığı Resmi Gazete: Tarih: 28/9/1972 Sayı:14320) Birinci maddesine göre Seyahat acentası: Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticarî kuruluşu ifade eder.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığında ise seyahat acentası için şu ifadeleri kullanmıştır: "Seyahat acentaları, kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticarî kuruluşlardır"(URL 7).

Tablo 4.12. Antakya İlçesindeki Turizm Seyehat Acentaları (2022)

Acentanın Adı	Sınıfı	Merkez/Şube	Acentanın Adı	Sınıfı	Merkez/Şube
Titus Turizm	A	Merkez	HKB Turizm	A	Merkez
Keşif Turizm	A	Merkez	Meryem Turizm	A	Merkez
Keşif Turizm	A	Şube	Grand Turizm	A	Merkez
Al-Naz Turizm	A	Merkez	Hatay Ergen	A	Merkez
Abba Turizm	A	Merkez	Hatay Gezisaati Turizm	A	Merkez
Ant-Tur Antakya Turizm	A	Merkez	Nessem Turizm	A	Merkez
Kavaslar Turizm	A	Merkez	Medeniyetler Şehri Turizm	A	Merkez
Antakya Turizm	A	Merkez	Hirena Turizm	A	Merkez
Antakya Turizm	A	Şube	Loca Turizm	A	Merkez

Antıoch Travel Club Turizm	A	Merkez	Mihrimah Turizm	A	Şube
Jatur Turizm	A	Merkez	Oriks Turizm	A	Merkez
Sünas Turizm	A	Merkez	Gapjet Internatıonal Turizm	A	Merkez
Lulu Tur	A	Merkez	Sorbii Turizm	A	Merkez
Halep Turizm	A	Merkez	Sadeddin Turizm	A	Merkez
MFU Turizm	A	Merkez	Puan Tur	A	Şube
Asdika Turizm	A	Merkez	Tatilkolik Turizm	A	Merkez
Uydu Travel Turizm	A	Merkez	Stoa Hty Turizm	A	Merkez
Haron Turizm	A	Merkez	Hakikatli Turizm	A	Merkez
Ağalar Turizm	A	Merkez	Baybars Turizm	A	Merkez
O&Güzeller Turizm	A	Merkez	Vespasıanus Turizm	A	Merkez
Seleucıa Turizm	A	Merkez	Hatay Nas Turizm	A	Merkez
Nas Emad Turizm	A	Merkez	Özhakyol Turizm	A	Merkez
Vahid Turizm	A	Şube	Hatay Gezginler Durağı Turizm	A	Merkez
Şenlen Turizm	A	Merkez	Has Stars Holıdays Turizm	A	Merkez
Nazem Turizm	A	Merkez	Portakalım Turizm	A	Merkez
Gezi Turizm	A	Merkez	Meyni Tur Turizm	A	Merkez
Remon Turizm	A	Merkez	Hty Solmaz Turizm	A	Merkez
Antakya Esra Turizm	A	Şube	El Havvari Turizm	A	Merkez
Antakya Sultani Turizm	A	Merkez	Eryıl Turizm	A	Merkez

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Antakya şehrinde 6 adeti şube 52 adeti merkez olmak üzere toplamda 58 Seyehat Acentası bulunmaktadır. Bu seyehat acentalarının tümünün sınıfı A grubudur. Antakya da seyehat edebileceğimiz yaklaşık 40'a yakın otobüs firması bulunmaktadır. Türkiye'nin her yerine direk olarak kara ulaşımı gerçekleşmektedir. Şehirlerarası ulaşımda doğu ve kuzey bölgelerine yetersiz karayolu olmasından kaynaklı seferler uzun süreli olmaktadır.

4.1.6. Konaklama Tesisleri

Bir turizmin başarılı bir şekilde gelişmesi için karayolu, havayolu, eğitim, sağlık gibi alanlarda da büyük gelişmeler meydana gelmelidir. Bakıldığında havaalanları, terminaller, otogar ve tren istasyonları, hastaneler, çeşitli eğitimlerin verilmesi için yapılan eğitim okulları, konferans salonları ve bu gibi çeşitli faaliyetlerde hizmet veren

kurumlar devlet tarafından yapılmakta ve insanlara sunulmaktadır. Bunun yanında yine yeme-içme sektörü, eğlence sektörü içine alabileceğimiz kafe, lokanta ve barlar, konaklama imkânı veren oteller, konaklama tesisleri de turizm için gerekli hizmetler arasında yer almaktadır. Ulaşım, sağlık, eğitim, altyapı gibi Büyük yatırımlar gerektiren bu hizmetlerin bir kısmını yukarıda bahsedildiği gibi devlet karşılamaktadır. Diğer yandan konaklama, eğlence sektörü, yeme-içme sektörü, organizasyonlar ve diğer kolaylıklar ise büyük çoğunlukla özel sektör tarafından karşılanmaktadır. Özel yatırımcılar-turizmin başka yanlarıyla da ilgilenmekle birlikte özel sektörün karı en yükseğe çıkarmak amacına uygun olarak, yatırımları daha çabuk kazanca dönüştürebilecekleri konaklama ve tamamlayıcı (eğlence, yeme-içme vb.) sektörlere yönelmeyi tercih etmektedir (Özgüç, 1998)

Turizmin temel unsurlarından birini oluşturan konaklama, geceleme ve beslenmeyi ifade eden bir kavramdır. Herhangi bir alanda turizmin gelişmesi, çok büyük ölçüde, konaklama kapasitesine de bağlı olacaktır. Turizmdeki üç temel unsurdan (çekicilik, ulaşım, konaklama) ve arz kaynaklarından birisi olan konaklama, turizmin gelişme süreciyle bağlantılı olarak nitelik ve nicelik bakımından değişimlere uğramıştır. Günümüzde turistler için artık çok değişik konaklama şekilleri vardır. Bunları; ticari ve özel türde olanlar şeklinde ayırmak mümkündür. Birinci grup içine oteller, moteller, pansiyonlar, tatil kampları ve tatil köyleri girerken, ikinci gruba akraba ve arkadaş evleri ve özel konutlar olan ikinci evler dahil edilmektedir. Kamp yapma ya da karavan, hareketli ev, özel çadır ya da karavanlar, ticari kampingler de kendilerine ayrılan yerde konakladıkları için bir ara tip sayılmaktadır. Diğer taraftan konaklama kolaylıkları geleneksel ve tamamlayıcı şeklinde de ele alınmaktadır. Buna göre, otel ve moteller geleneksel konaklama tesisleri olurken: tatil kampları, kampingler, tatil köyleri, ikinci evler, öğrenci yurtları ve benzerleri de tamamlayıcılar grubuna girmektedir (Özgüç, 1998). Bu işletmeler, birinci derecede turistik işletmeler arasında yer alan, turistik mal ve hizmet üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenen işletmelerdir. Konaklama işletmeleri, seyahate çıkan bir insanın en önemli gereksinimidir. Bu nedenledir ki bir destinasyonda konaklama olanaklarının bulunup bulunmaması, kişinin seyahat kararını etkilemektedir (Usta, 2001).

Antakya'ya gelen turistlerin konaklayabileceği tesis sayısı geçmişten günümüze kadar artış göstermiş olması bölgede ki turizm ilgisinin giderek arttığının da bir

göstergesidir. Bakıldığında ilçe de Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletme Belgeli 20 tesis, Belediye Belgeli 13 tesis bulunmaktadır.

Tablo 4.13. İl Kültür Turizm Bakanlığından Turizm İşletme Belgeli Tesisler (2022)

Tesis Adı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis İlçesi
Anemon Antakya Otel	100	200	Antakya
Antik Beyazıt Otel	25	50	Antakya
Çankaya Konakları	21	42	Antakya
Gökçen	31	63	Antakya
Güngör Ottoman Palace Thermal Resort	252	504	Antakya
Hi Meydan	5	10	Antakya
Hidro Tesisleri	20	38	Antakya
Jasmin Konak	10	17	Antakya
Konak Avula Otel	30	59	Antakya
Le Reve	10	20	Antakya
Maison Gali	18	33	Antakya
Narin Otel	59	131	Antakya
Northhıll Hotel	31	62	Antakya
Orontes Otel	61	122	Antakya
Sami Akar Saray Otel	43	78	Antakya
Savon	43	86	Antakya
The Liwan Hotel	22	40	Antakya
The Museum Hotel Antakya*****	201	422	Antakya
The Shahut Otel	24	47	Antakya
WAXWING HOTEL Özel Belgeli	32	64	Antakya

Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

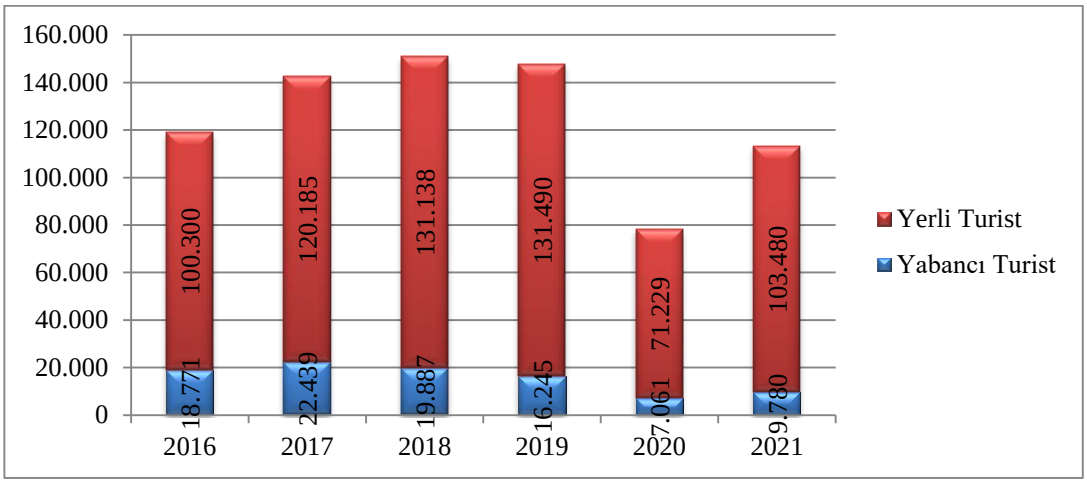
Antakya Şehri'nde Kültür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli çeşitli otel, hotel ve konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerden sadece bir tanesi beş yıldızlı olup, 201 oda ve 422 yatak kapasitesine sahip The museum hotel Antakya'dır. Waxwıng Hotel ise özel belgeli bir tesis olup bu da 32 oda ve 64 yatak kapasitesine sahiptir. Antakya şehrine baktığımızda şehirdeki işletme belgeli tesislerde toplam oda sayısı 1038, toplam yatak sayısı 2088'dir.

Tablo 4.14. Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri (2022)

Tesis Adı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis İlçesi
Affan Otel	10	12	Antakya
Antakya Konukevi Pansiyon	26	52	Antakya
Antakya Orman İşletme Müdürlüğü Misafirhanesi	8	16	Antakya
Antakya Öğretmenevi Ve Aso Müdürlüğü	93	171	Antakya
Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü	10	30	Antakya
Gaıa Suıtes Antakya	2	3	Antakya
Karayolları Misafirhanesi	10	46	Antakya
Mozaik Otel	24	70	Antakya
Mustafa Kemal Üniversitesi Lokal ve Misafirhanesi	30	50	Antakya
Polisevi Şube Müdürlüğü	20	42	Antakya
Tetrapole Günlük Konaklama Tesisi	6	7	Antakya
Voyage Elegante	13	20	Antakya
Yeral Oteli	14	33	Antakya

Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

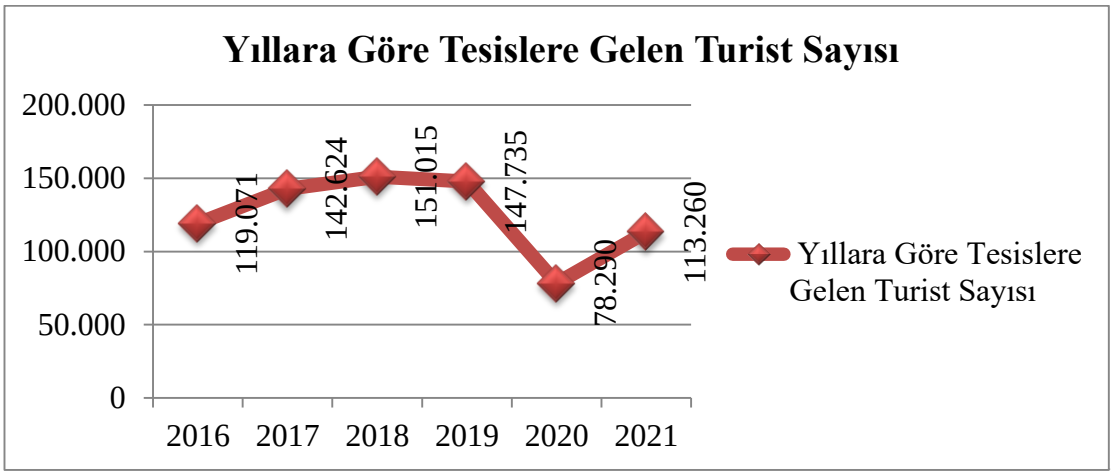
Belediye belgeli toplam 13 konaklama tesisi bulunan Antakya şehrinde otellerin dışında devlete ait resmî kurumların da konaklama hizmetinde payı olduğunu görmekteyiz. Çalışma sahasında 93 oda sayısı ve 171 yatak sayısı ile belediye belgeli konaklama tesislerinde en geniş kapasiteye sahip Antakya öğretmenevi ve aso müdürlüğü bunlardan biridir. Bölgede toplam belediye belgeli konaklama tesislerinde 256 oda sayısı ve 552 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Yukarıdaki verilere ek olarak Covid-19 virüsü kapsamında ortaya çıkan kısıtlamalar ve yasakların etkileri nedeni ile bir çok sektörde küçülmeye gidilmiştir. Konaklama hizmeti veren çeşitli küçük otel ve pansiyonlar bu süreçten olumsuz etkilenmiş ve bazıları hizmetlerini sonlandırmıştır. Geçmiş yıllara baktığımızda kapasitelerin günümüzden daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Yine bu tesislere gelen turist sayılarında da Pandemi sürecinden önce artış gözlenirken bu süreçte azaldığını; yasak ve kısıtlamaların kalkmasıyla birlikte sayıların yine artış gösterdiğini görmekteyiz.



Şekil 4.2. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Tesislere Geliş Sayısı

Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

2016 yılında turizm işletme belgeli konaklama tesisine gelen yerli yabancı turist sayısı toplamda 119.071 kişiyken 2017'de 142.624, 2018'de 151.025 ve 2019'da 147.735 gerilemiştir. Bu tarihe kadar artış gösterirken bu tarihte duraklayıp sonrasında turist sayısında azalmanın görülmesi 17 Kasım 2019 yılında başlayan ve günümüze kadar devam eden Covid-19 salgınıyla ilişkilendirilmektedir. Yine bakıldığında dünya genelinde yasak ve kısıtlamaların olduğu 2020 senesinde Antakya şehrinde ki turizm işletme belgeli konaklama tesisine gelen toplam turist sayısı 78.290'a düşmüştür. Alınan önlemler neticesinde kademeli olarak kaldırılan yasak ve kısıtlamalarla birlikte 2021 yılında bu sayı artmaya devam etmiş ve 113.260 kişi olarak kayıt altına alınmıştır. Yine baktığımızda yukarıda ki Şekil 4.2. de verilen verilerde son 6 yıl içerisinde ki turist sayılarının çoğunluğunu yerel turistlerin oluşturduğunu yabancı turistlerin ise oranının yalnızca %12,52 olduğunu görmekteyiz. Yerel turist sayısı yabancı turist sayısından her yıl fazladır. Yıllık ortalama 125 bin yerel, 15 bin yabancı turist ağırlanmaktadır. Son yıllarda bu oranlar sağlık sebeplerinden kaynaklı olarak dünya genelinde de düşmüştür.



Şekil 4.3. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Tesislere Geliş Sayısı

Kaynak: Hatay İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Turizm işletme belgeli konaklama tesislerine yılar içinde gelen turistlerin geceleme sayısına bakıldığında ise yine yerel turistlerin yabancı turistlere oranla daha fazla konakladığı görülmektedir. Fakat burada dikkat edilmesi gereken husus Antakya Şehrine gelen her yerli turist bir konaklma tesisinde kalmamaktadır. Akraba ve arkadaşlarının evinde konaklayarak da burayı gezip seyahat edebilmekteler. Bu yüzden burada verilmiş olan rakamlar ile genel bir yorumlama yapmak yanlış olucaktır. Verilen rakamlar yalnızca yukarıdaki ismi gecen oteller ve konaklama tesislerine gelen turistlerin geceleme sayısını ifade etmektedir.

Antakya Şehrinde 2006 yılında konaklayan turist sayısı 197.303 olup, bunun %16.5'ini (32.698) yabancılar, %83.4'ünü (164.605) yerli turistler oluşturmuştur. Yabancılarda ortalama kalış süresi 1.7 iken, yerlilerde bu süre 1.6 olarak gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı bu yıl toplamda %36.64 olmuştur. 2017 yılında yabancılarda ortalama kalış süresi 1.67 iken, yerlilerde bu süre 1.61 olarak gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı bu yıl toplamda %41.92 olmuştur. 2018'de yabancılarda ortalama kalış süresi 1.68 iken, yerlilerde bu süre 1.63 olarak gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı bu yıl toplamda %47 olmuştur. 2019'da yabancılarda ortalama kalış süresi 1.77 iken, yerlilerde bu süre 1.65 olarak gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı bu yıl toplamda %41.11 olmuştur. 2020'de yabancılarda ortalama kalış süresi 1.81 iken, yerlilerde bu süre 1.63 olarak

gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı bu yıl toplamda %18.04 olmuştur. 2019 yılına kadar yükselen bu oranlar 2019 sonu ve 2020 yılında düşüş yaşamıştır.

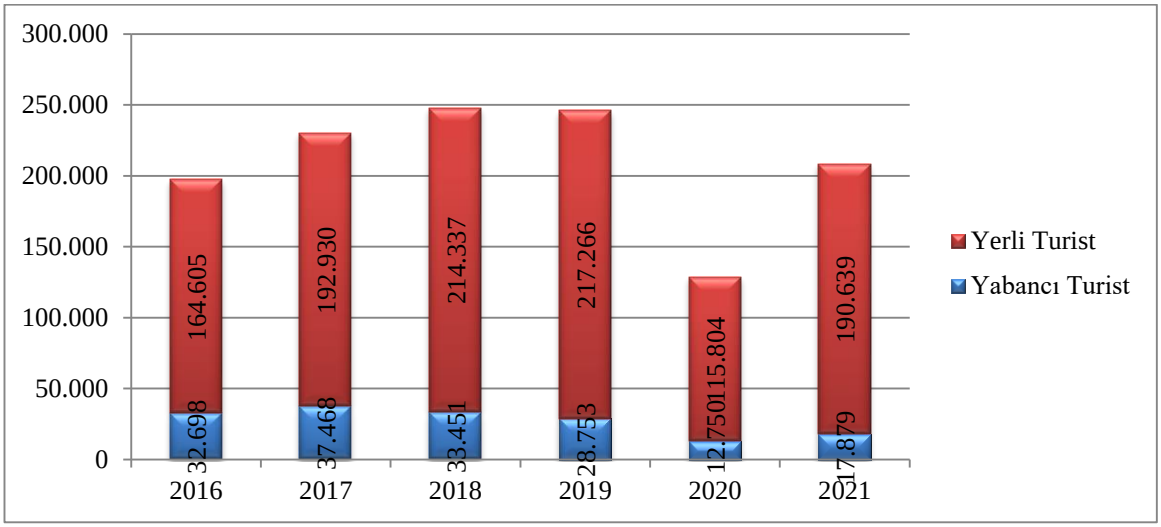
Tablo 4.15. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranlarının İlçe Bazında Dağılımı (2021)

	Tesise Geliş Sayısı	Geceleme	Ortalama Kalış Süresi	Doluluk Oranı (%)
Yabancı	9.780	17.879	1,83	2,50
Yerli	103.480	190.639	1,84	26,64
Toplam	113.260	208.518	1,84	29,14

Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

2021 yılında ise konaklayan turist sayısı 208.518 olup bunun %8.5'ini (17.879) yabancılar, %91.4'ünü (190.639) yerli turistler oluşturmuştur. Yabancı turistlerde ortalama kalış süresi 1.83 iken, yerlilerde bu süre 1.84 olarak gerçekleşmiştir. Konaklama tesisi doluluk oranı ise toplamda %29.14 olmuştur.

Tablo 4.15. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Geceleme Sayısı

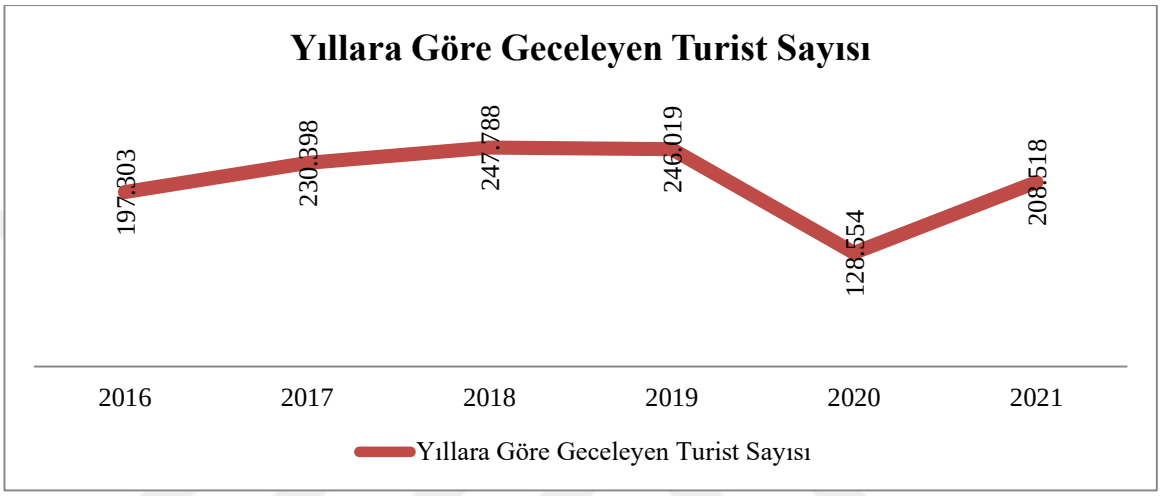


Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Yıllara göre bakıldığında yerli turistlerin konaklama oranının yabancı turistlerin konaklama oranına oranla daha yüksek olduğunu görülmektedir. İki verinin 6 yıldaki toplam oranlamasında yabancı turist oranı yerli turist oranının %14.87'sidir.

Konaklayan turist sayılarının toplamına baktığımızda ise %87.04'ü yerel turist, %12.95'ini yabancı turist oluşturmuştur. 2016 yılından 2021 yılına kadar baktığımızda yabancı turist oranlarının son yıllarda oldukça azaldığını bunun da pandemi süreciyle doğrudan bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 4.16. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Yıllara Göre Geceleme Sayısı



Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

2016 yılından 2019 yılı sonuna kadar artış gösteren konaklayan turist sayısı Covid-19 salgınından kaynaklı konulan yasak ve kısıtlamalar neticesinde 2020 yılında en düşük seviyeye ulaşmıştır. Sırasıyla 2016'da 197.303, 2017'de 230.398, 2018'de 247.788, 2019'da 246.019 ve 2020'de 128.554 kişidir. 2021 yılında turistlerdeki konaklama ivme kazanmış ve bu sayı 208.518'e kadar yükselmiştir.

4.1.7. Sağlık

Antakya Şehrine baktığımızda 43 adet aile sağlık merkezi, 104 adet aile hekimler birliği 1 adet Hatay Eğitim ve Araştırma Hastanesi ve MKÜ Sağlık Uygulama ve Araştırma Hastanesi, 4 adet özel hastane, 1 adet Özel Tıp Merkezi, 1 adet Özel Poliklinik ve 144 adet Eczane bulunmaktadır. Hatay Eğitim ve Araştırma Hastanesinin ilk binası 1939 yılında hizmete açılmıştır. 2001 yılında 250 yataklı yeni binasına taşınmıştır. Eylül 2013 tarihinde temelleri atılan yeni hastane binası, 139.798,04 m² arsa alanı üzerine, 94.464,45 m² kapalı alanı ile halkın hizmetine açılmış ve 2016 tarihinde hasta kabulüne başlamıştır. Eski devlet hastanesi 150 yatak ve 57 poliklinik sayısıyla ek

hizmet binası olarak hizmete devam etmektedir. Antakya Devlet Hastanesi, Ek hizmet binası (Eski SSK Hastanesi) ve Hatay Kadın Doğum ve Çocuk Hastanelerinin, Hatay Eğitim ve Araştırma Hastanesi yeni hizmet binasına taşınması ile birlikte toplamda 1130 yataklı kapasiteye ulaşmış olup, 172 poliklinik, 179 yataklı yoğun bakım ünitesi, 27 ameliyat odası, 47 yataklı hemodiyaliz ünitesi, 25 yataklı onkoloji servisi, 21 hasta kapasiteli kemoterapi ünitesi, 2 yataklı uyku laboratuvarı ve diğer birimleriyle ilçeye ve Hatay iline kaliteli bir hizmet sunmaktadır. Mustafa Kemal Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Hastanesi ise 2004 yılında hizmete açılmıştır. Hastane'nin resmî sitesinden aldığımız verilere baktığımızda aylık yaklaşık 24.000 hastanın ayaktan, 1700 hastanın yatarak tedavi gördüğü, 1200 hastanın ameliyat edildiği ve 24 saat acil servis hizmeti sunulan hastanenin, 349 yatak kapasitesi mevcuttur. Yine Antakya da Hatay Ağız ve Diş Sağlık Merkezi bulunmaktadır. Kamu Hastanelerinde toplam 1452 yatak sayısı bulunurken, özel hastanelerin toplam yatak sayısı 348'dir. İlçe hastanelerinde toplamda 1800 yatak sayısı mevcuttur.

Tablo 4.17. Antakya Şehri Sağlık Kurumları ve Personel Bilgisi (2019)

Antakya Şehri Sağlık Kurumları									
Kamu					**Özel**				
İlçe Müdürlüğü	ASM	AHB	Hastane	Yatak Sayısı	Hastane	Yatak Sayısı	Dal\Tıp Merkezi	Eczane	Özel Poliklinik
1	43	104	1+MKU	1452	4	348	1	144	1
Personel Bilgileri									
Uzman	Pratisyen	Diş Hekimi	Eczacı	Ebe\Hemşire	SHS	Diğer Personel	Toplam		
337	400	41	21	1236	615	1010	3660		

Kaynak: Antakya İlçe Sağlık Müdürlüğü (28 Mart 2019)

İlçedeki hastaneler ve özel sağlık merkezleri, kliniklerde toplam 337 uzman doktor, 400 pratisten doktor, 41 diş hekimi, 21 eczacı, 1236 ebe/hemşire, 615 sağlık hizmetleri sınıfı personeli ve 1010 diğer personellerle birlikte toplam 3660 personele sahiptir. Antakya şehri sağlık hizmetleri bakımından, Hatay ilinin merkezi durumundadır. Nitekim yataklı tedavi kurumları yani hastaneler, uzman, pratisyen, diş hekimi gibi personel sayıları dikkate alındığında Antakya şehrindeki kurumların diğer

kurumlardan sayısı fazla olduğu ve daha kapsamlı hizmet verildiği anlaşılmaktadır. Bu da ilçeyi sağlık hizmetlerinde önemli bir konumda tutmaktadır.

4.1.8. Eğitim

1992 yılında kurulup 1993-1994 yılında eğitim hayatına başlayan Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi bugün; 3 Enstitü, 13 Fakülte, 3 Yüksekokul, 9 Meslek Yüksekokulu, 1 Araştırma Uygulama Hastanesi, 1 Konservatuvar, 23 Araştırma Uygulama Merkezi ve Teknoloji Geliştirme Bölgesi ile eğitim-öğretim hayatını sürdürmektedir. Üniversitenin eğitim verdiği kurumların çoğunluğu Antakya merkezdedir. Üniverstenin resmî sitesinden alınan 2017 yılına ait bilgilere göre toplamda 25.259 öğrencisi bulunmaktadır. Bunun 10.085'i önlisans, 13.021'i Lisans, 2153'ü de Lisansüstü eğitim görmektedir. Lisansüstü eğitim gören öğrencilerin 1.914'ü yüksek lisans 239'u ise doktora öğrencisidir. Yine bu verilere göre 319 yabancı öğrenciye eğitim vermektedir. Üniversitenin yabancı uyruklu öğrencilerinin büyük bir kısmını Suriye uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır. Akademik personel sayısında 473 öğretim üyesi, 581 araştırma görevlisi, okutman ve uzman bulunmaktadır. Kütüphane Kitap Sayısına aktığımızda 45.628 adet kitabı bulunmaktadır. Kütüphane e-veritabanı sayısına baktığımızda e-kitap sayısı 181.943, e-dergi sayısı ise 79.107'dir.

Tablo 4.18. Antakya Eğitim Kurumları Bilgisi (2022)

Okul\Kurum	Derslik	Öğretmen	Öğrenci	İlkokul+Ortaokul	Genel Ortaöğetim	Mesleki/Teknik
265	3.243	5.186	110.733	33	22	26

Kaynak: Antakya İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

Yine Antakya Şehrinde üniversite dışında 265 okul ve eğitim kurumu, 33 ilkokul ve ortaokul, 22 genel ortaöğretim dediğimiz lise, 26 meslekî ve teknik lise vardır. 3.243 dersliği bulunan Antakya şehrinde 5.186 öğretmen ve 110.733 öğrenci bulunmaktadır. 383 bin nüfusu bulunan Antakya şehrinin hemen hemen 3'te 1'i öğrencidir (URL 7). Öğretmen ve öğrenci sayısına baktığımızda her 21 öğrenciye 1 öğretmen düştüğünü görmekteyiz. Ülke şartlarında iyi bir oran olan bu rakamda öğrenciler yeterli eğitim desteğini almaktadır. Yine üniversitedeki 25 bin öğrencinin bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik hayatına oldukça katkı sağladığı ticareti canlandırdığını söylemek mümkündür. Farklı şehirlerden ve ülkelerden gelen bu öğrenciler, Antakya Şehrinin

yaratıcı turizmiyle ilgili ortaya koyacağı faaliyetlerde aktif rol oynayıp olumlu etkilerde bulunacağı şüphesiz kolayca öngörülebilir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SWOT-AHP ANALIZINE GÖRE ANTAKYA ŞEHRINDE YARATICI TURIZM GENEL DURUMUNUN İNCELENMESI

5.1. ANALIZ SONUÇLARININ DEĞERLENDIRILMESI

Antakya Şehri'nin yaratıcı turizm konusundaki potansiyelinin AHP ve SWOT yöntemine göre analiz edilmesi sürecinde birinci aşamada SWOT yönteminin kriterleri ve 10 maddeyi geçmeyecek şekildeki dengeli alternatif ve alt kriterleri belirlenmiştir. Belirlenen bu kriterler tutarsızlık ve çelişki yaratmayacak şekilde en sade hale getirilerek düzenlenmiştir. Düzenlenmiş bu kriterler konuyla ilgili uzman olan 11 kişinin görüşlerini belirtmesi için anket formu şeklinde sunulmuştur. 1'den 9'a kadar sıralanan 9 puanlı ölçek ile kriterlerin birbirleri üzerindeki üstünlüğü ölçülmüştür. Ankette her maddenin ağırlığı diğer bir madde ile ikili olarak karşılaştırılmıştır. Hangi kriter diğerinden daha önemli sorusuna cevap aranmış ve önem seviyesini de 1'den 9'a kadar sıralanan ölçeklendirme sistemiyle öğrenmeye çalışılmıştır. Aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere G1 kriteri G2 kriteri ile karşılaştırılmıştır. Uzmanlardan hangi kriterin daha önemli olduğunu seçmesi istenmiştir. G1 kriterini daha önemli bulan uzmanların sarı alanı, G2 kriterini daha önemli bulan uzmanların mavi alanı işaretlemesi gerekmektedir. Bu işaretlemede önem değerine göre 9 puanlı ölçekte; az bir farkla önemli gördükleriyle çok farkla önemli gördüklerini sırasıyla 2'den 9'a kadar, iki kriterin aynı derecede öneme sahip olduğunu düşündüklerinde ise 1 puanı seçmeleri gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 5.1. Dereceleme Yöntemi

Merkezi ilçe olması yönünden ulaşımın kolay olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gelenek göreneklerin içinde yemek kültürü bakımından zengin bir çeşitliliğe sahip olması

(1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla 2-4-6-8:Ara değerler)

Uzmanlarla yüz yüze görüşme sağlanıp onların görüşlerine başvurularak veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler AHP-SWOT analizi ile

değerlendirilmiştir. Burada güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit kriterlerinin alt kriterleri birbiriyle ikili karşılaştırılmış ve bu kriterlerin ağırlıkları tespit edilerek; ikili karşılaştırma matrisi ve analitik hiyerarşi modeli oluşturulmuştur.

Güçlü yönlerde ki alt kriterlere baktığımızda 10 temel kriter öne çıkmıştır. Bu 10 kriterin AHP yöntemiyle ağırlıklarının belirlenmesi için 11 uzmanın görüşü alınmıştır. Bu aşamada her uzmandan 10 kriteri birbirleri ile ikli şekilde karşılaştırılması için 1'den 9'a kadar olan Likert ölçeğine göre değerlendirme yapılması istenmiştir. Uzmanların verdiği ölçek puanlarına göre her bir kriterin ağırlığı belirlenmiştir.

Tablo 5.2. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Güçlü Yön Kriterleri

Kriterler (Güçlü Yönler)	
G1	Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)
G2	Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması
G3	Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması
G4	Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması
G5	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
G6	Köklü bir tarihe sahip olması
G7	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
G8	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
G9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
G10	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması

Buna göre Antakya'nın yaratıcı turizmdeki güçlü yönlerini incelediğimizde G6 köklü bir tarihe sahip olması 0,217 ağırlıkla ilk sırada gelirken bunu G5 kodlu zengin bir kültürel birikime sahip olması kriteri 0,203 değeri ile takip etmektedir. Sırasıyla G7 kodlu 0,193 değerindeki iklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması kriteri, G10 kodlu 0,122 değerindeki işletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması ve G2 kodlu 0,104

değerindeki kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması kriteri yer almaktadır.

Tablo 5.3. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Güçlü Yön Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları

Alt Kriterler	**Kriter Değerleri**										**Ort. Ağırlık**	**Ort. Ağırlık %**	**Ağırlık Sıralaması**
G1	0,02	0,01	0,01	0,00	0,02	0,02	*0,02*	*0,02*	*0,01*	*0,02*	*0,0143*	*1.43*	***10***
G2	0,16	0,08	0,18	0,02	0,07	0,07	*0,19*	*0,16*	*0,17*	*0,06*	*0,1047*	10.47	***5***
G3	0,03	0,01	0,02	0,04	0,03	0,03	0,02	*0,06*	*0,02*	*0,02*	0,0276	*2.76*	***7***
G4	0,16	0,16	0,02	0,04	0,03	0,03	*0,02*	*0,14*	*0,15*	*0,12*	*0,0798*	*7.98*	***6***
G5	0,16	0,24	0,18	0,29	0,20	0,22	*0,19*	*0,14*	*0,15*	*0,12*	*0,2031*	*20.31*	***2***
G6	0,16	0,24	0,18	0,29	0,20	0,22	0,19	*0,18*	*0,15*	*0,25*	*0,2170*	*21.70*	***1***
G7	0,14	0,08	0,18	0,29	0,20	0,22	*0,19*	*0,16*	*0,13*	*0,25*	*0,1939*	*19.39*	***3***
G8	0,02	0,01	0,01	0,01	0,03	0,02	*0,02*	*0,02*	*0,02*	*0,03*	*0,0170*	*1.70*	***9***
G9	0,03	0,01	0,02	0,01	0,03	0,03	*0,03*	*0,02*	*0,02*	*0,02*	*0,0199*	*1.99*	***8***
G10	0,14	0,16	0,18	0,04	0,20	0,11	*0,10*	*0,08*	*0,17*	*0,12*	*0,1222*	*12.22*	***4***
CR:	0,09												

Ağırlık değerlerine baktığımızda G1 kodlu ulaşımın kolay olması 0,014 ağılıkla en son sırada gelirken G8 kodlu büyük yerleşim yerlerine yakın olması kriteri 0,017 değeri ile en düşük öneme sahip 2. kriter oluyor. Yine ağırlık değerine göre 0,019 ile G9 kodlu kültürel turizm rotası üzerinde yer alması kriteri, 0,027 değeri ile G3 kodlu yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması kriteri ve 0,079 değeri ile de G4 kodlu halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması kriteri gelmektedir. Güçlü kriterlerin CR değeri ise 0, 09 olarak belirlenmiştir.

Güçlü yönlerdeki kriterler AHP yöntemine göre değerlendirildiğinde ortaya bölgedeki en önemli ve güçlü kriterin köklü bir tarihe ve zengin bir kültürel birikime sahip olmasıdır. Ulaşımın kolay olması uzmanlara göre verilen kriterler arasında ki en az öneme sahip maddedir. Uzmanlara göre bölgenin tarihi, kültürü ,iklimin 4 mevsimde de turizme uygun olması, yemek çeşitliliğinin zengin olması buradaki yaratıcı turizm faaliyetleri için en önemli kriterlerdir. Ulaşımın kolay olduğu fakat böylesine zengin bir kültür ve tarihe sahip olmayan bir şehrin bu kadar çekici olmayacağını uzmanlar tarafından verilen bilgiler arasındadır. Yine bunun yanında işletmelerin turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği bir konumda yani merkezde olması da önemli güçlü kriterlerden biridir. Bakıldığında yemek kültürü için Antakya'ya gitmek isteyen bir grup turistin gittiklerinde şehrin merkezinde çeşitli sayıda lokanta ve restoranda yemek yeme ve bu yemeklerin tarihini öğrenebilecekleri kurumlar mevcuttur. Yine aynı bölgede yürüme mesafesinde çeşitli tarihi cami, kilise gibi yapılar mevcuttur. El sanatlarını icra eden zanaatkarların dükkanları yine bu bölgede bulunmaktadır.

İç çevre unsurlarından olan bir diğer kriterimiz zayıf yönlerde ki alt kriterlerde ise yine 10 temel kriter oluşturulmuştur. Bu kriterlerinde güçlü yönlerdeki alt kriterler gibi AHP yöntemiyle ağırlıkları 11 uzmanın görüşü alınarak belirlenmiştir. Bu aşamada da her uzmandan 10 kriterin birbirine karşı ikili karşılaştırılması için 1'den 9'a kadar olan Likert ölçeğine göre değerlendirme yapılması istenmiştir. Uzmanların verdiği bu ölçek puanlarına göre her bir zayıf yön kriterinin ağırlığı belirlenmiştir.

Tablo 5.4. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Zayıf Yön Kriterleri

Kriterler (Zayıf Yönler)	
Z1	Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması
Z2	Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması
Z3	Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi
Z4	Yaratıcı turizme konu olan ürün ve hizmetlerin pazarlama olanaklarının sınırlı olması
Z5	Tanıtımın yetersiz olması
Z6	Bu alanların tur acenteleri ve rehber tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Z7	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması

Z8	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Z9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (ekonomik vs.)
Z10	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması

Buna göre Antakya'nın yaratıcı turizmdeki zayıf yönlerini değerlendirdiğimizde Z9 kodlu bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (ekonomik vs.) 0,252 ağırlık değeri ile ilk sırada yer alırken, Z4 kodlu yaratıcı turizme konu olan ürün ve hizmetlerin pazarlama olanaklarının sınırlı olması kriteri 0,189 ile ikinci en yüksek ağırlığa sahip değer olmuştur. En yüksek ağırlığa sahip kriterler sıralamasında Z9 ve Z4'den sonra Z8 kodlu zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları 0,172değeri ile Z5 kodlu tanıtımın yetersiz olması kriteri 0,156 değeri ile ve Z10 kodlu yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması kriteri 0,075 değeri ile yerini almaktadır.

Tablo 5.5. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Zayıf Yön Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları

Alt Kriterler	**Kriter Değerleri**										**Ort. Ağırlık**	**Ort. Ağırlık %**	**Ağırlık Sıralaması**
Z1	0,02	0,02	0,01	0,05	0,03	0,03	0,01	0,02	0,03	0,01	0,0213	2.13	**8**
Z2	0,02	0,02	0,00	0,03	0,02	0,02	0,00	0,02	0,03	0,01	0,0160	1.60	**9**
Z3	0,07	0,13	0,03	0,03	0,03	0,12	0,03	0,02	0,03	0,05	0,0503	5.03	**7**
Z4	0,10	0,13	0,23	0,21	0,28	0,14	0,23	0,16	0,26	0,11	0,1899	18.99	**3**
Z5	0,12	0,13	0,16	0,10	0,14	0,14	0,23	0,16	0,13	0,16	0,1562	15.62	**4**
Z6	0,01	0,02	0,00	0,03	0,02	0,02	0,00	0,02	0,04	0,01	0,0145	1.45	**10**
Z7	0,07	0,13	0,03	0,03	0,02	0,14	0,03	0,02	0,04	0,05	0,0504	5.04	**6**
Z8	0,19	0,13	0,23	0,21	0,14	0,14	0,23	0,16	0,13	0,11	0,1724	17.24	**2**
Z9	0,19	0,15	0,26	0,21	0,28	0,12	0,20	0,32	0,26	0,44	0,2529	25.29	**1**
Z10	0,19	0,15	0,03	0,10	0,05	0,14	0,03	0,08	0,03	0,05	0,0757	7.57	**5**
CR:	0,09												

Ağırlık değerlerinden Z6 kodlu bu alanların tur acenteleri ve rehber tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi kriteri 0,014 değeri ağırlık sıralamasında en son sırada

yerini alırken 0,016 değeri ile Z2 kodlu yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması kriteri sondan ikinci sırada yer almaktadır. Yine baktığımızda Z1 kodlu yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması kriteri sondan üçüncü Z3 kodlu yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi kriteri sondan dördüncü ve Z7 kodlu atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması sondan beşinci olmuştur. Bu üç kodun ağırlık değeri ise sırasıyla Z1'in 0,021 , Z3'ün 0,0503 ve Z7'nin 0,504'dür. Zayıf kriterlerin tutarlılık (CR) değeri ise 0, 09 olarak belirlenmiştir.

Değerlendirme kısmına gelecek olursak 11 kişilik uzmandan alınan verilerde Antakya ilçesinin yaratıcı turizminde en etkili olan zayıf yönlü kriteri bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (ekonomik vs.) faktörü olan Z9 kodlu maddedir. Diğer kriterlerin zayıf olmasının temelinde de esasen bu madde yatmaktadır. Bakıldığında zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları, bu turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması, tanıtımın yetersiz olması, gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması hemen hemen sektöre yeterli desteğin verilmemesinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden de kriterler arasında en yüksek ağırlık bu maddeye verilmiştir. Geri kalan kriterlere baktığımızda da yine en yüksek ağırlığa sahip bu kriterle doğrudan ve dolaylı bir ilişkileri olduğunu görmek oldukça mümkün kılınmıştır.

Dış Çevre Unsurlarından biri olan fırsatlar kriteri bölgedeki yaratıcı turizm gelişimini olumlu etkileyen faktörlerden biridir. Karar vericilerin AHP yöntemiyle ağırlıkları belirlerken zorlanmamaları adına kriterlerimiz 10 adeti geçmemektedir. Fırsatlar kriterindeki alt kriterlerimizde yine aynı uzmanların görüşü alınarak 10 kriterin birbirine karşı karşılaştırılması için Likert ölçeği ile bir değerlendirme yapmaları istenilmiştir. Bu değerlendirmelere göre her bir fırsat kriterinin ağırlığı belirlenmiştir.

Tablo 5.6. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Fırsat Kriterleri

Kriter (Fırsatlar)	
F1	Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması
F2	Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması
F3	Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması
F4	Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması

F5	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
F6	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
F7	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
F8	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu turizm türüne doğru eğilim göstermeleri
F9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
F10	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması

Buna göre Antakya'nın yaratıcı turizmdeki fırsatları değerlendirdiğimizde ilk sırada 0,439 değerindeki F10 kodlu Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması kriter bulunmaktadır. Bunu sırasıyla takip eden 0,103 değerindeki F9 kodlu kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması kriteri, 0,085 değerindeki F4 kodlu yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması kriteri, 0,072 değerindeki F3 kodlu yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması kriteri gelmektedir.

Tablo 5.7. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Fırsat Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları

Alt Kriterler	**Kriter Değerleri**										**Ort. Ağırlık**	**Ort. Ağırlık %**	**Ağırlık Sıralaması**
F1	0,05	0,08	0,03	0,06	0,05	0,05	0,07	0,03	0,07	0,05	0,0544	5.44	**8**
F2	0,05	0,08	0,06	0,06	0,05	0,05	0,07	0,03	0,07	0,09	0,0611	6.11	**7**
F3	0,11	0,08	0,06	0,06	0,05	0,15	0,07	0,03	0,07	0,05	0,0724	7.24	**4**
F4	0,05	0,08	0,06	0,06	0,11	0,15	0,14	0,10	0,07	0,05	0,0853	8.53	**3**
F5	0,05	0,08	0,06	0,03	0,05	0,15	0,07	0,10	0,03	0,05	0,0652	6.52	**6**
F6	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,03	0,01	0,07	0,0185	1.85	**10**
F7	0,05	0,08	0,06	0,03	0,05	0,15	0,07	0,06	0,03	0,09	0,0657	6.57	**5**
F8	0,05	0,08	0,06	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,01	0,05	0,0342	3.42	**9**
F9	0,05	0,08	0,06	0,06	0,11	0,15	0,14	0,29	0,07	0,05	0,1037	10.37	**2**
F10	0,49	0,38	0,54	0,58	0,49	0,10	0,34	0,29	0,59	0,45	0,4390	43.90	**1**
CR:	0,09												

Tabloda F5 kodlu kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması kriteri ve F7 kodlu yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması kriterinin yaklaşım olarak 0,065 değeri ile aynı ağırlığa sahip olduğunu görülmektedir. Buradan bu iki kriterin de eşit derecede öneme sahip olduğu bilgisini çıkarmak mümkündür. Yine 0,061 değerinde ki F2 kodlu turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması kriter sondan dördüncü ağırlığa sahipken 0,054 değerinde ki F1 kodlu yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması kriteri de 8. ağırlık sıralamasına sahiptir.

Son olarak ise ağırlığı en düşük olan ve en az öneme sahip olan fırsat kriterleri arasında 0,018 değeri ile F6 kodlu sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması kriter ve 0,034 değerinde ki F8 kodlu yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu turizm türüne doğru eğilim göstermeleri kriter yer almaktadır. Fırsat kriterlerinin CR değeri ise 0, 09 olarak belirlenmiştir.

Yine dış çevre unsurlarından bir diğer kriter olan tehditler bölgedeki yaratıcı turizmin mevcut durumunu, gelişimini ve potansiyelini olumsuz etkileyen faktörlerden biridir. Bu yüzden Karar vericilerin AHP yöntemiyle ağırlıkları belirlerken zorlanmamaları adına kriterlerimiz 6 adetten oluşmaktadır. Tehditler kriterindeki alt kriterlerimizde yine 11 uzmanın görüşü alınarak bu kriterlerin birbirleriyle karşılaştırılıp puan verilerek değerlendirilmesi istenilmiştir. Bu değerlendirmelere göre her bir tehdit kriterinin ağırlığı belirlenmiştir.

Tablo 5.8. Antakya'da Yaratıcı Turizmi Değerlendirmesinde Kullanılan Tehdit Kriteleri

Kriter (Tehditler)	
T1	Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması
T2	Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı
T3	Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf) olması
T4	Göçmen ve mülteci sorunu olması
T5	Sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
T6	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi

Yukarıda verilen Antakya'nın yaratıcı turizmdeki tehdit kriterlerini AHP yöntemiyle değerlendirildiğinde T4 kodlu göçmen ve mülteci sorunu olması kriteri 0,234 değeri ile en yüksek ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Yine baktığımızda bu T2 kodlu sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı kriterin 0,208 değeri en yüksek ağırlığa sahip ikinci kriterken 0,180 değerine sahip T1 kodlu yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması kriter üçüncü sırada gelmektedir.

Tablo 5.9. Antakya'da Yaratıcı Turizm Adlı Çalışmada Kullanılan Tehdit Kriterlerinin AHP Yöntemi ile Belirlenen Ağırlıkları

Alt Kriterler	**Kriter Değerleri**						**Ort. Ağırlık**	**Ort. Ağırlık %**	**Ağırlık Sıralaması**
T1	0,20	0,20	0,06	0,22	0,17	0,28	0,1804	18.04	**3**
T2	0,20	0,20	0,29	0,22	0,17	0,14	0,2082	20.82	**2**
T3	0,10	0,02	0,03	0,02	0,17	0,02	0,0525	5.25	**6**
T4	0,20	0,20	0,29	0,22	0,17	0,28	0,2343	23.43	**1**
T5	0,20	0,20	0,03	0,22	0,17	0,14	0,1466	14.66	**5**
T6	0,10	0,20	0,29	0,11	0,17	0,14	0,1778	17.78	**4**
CR:	0,06								

En alt sırada yer alan ve diğer maddeler arasında ağırlığı yani önem derecesi en az olan kriter ise T3 kodlu alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf) olması maddesidir. Ağırlık değeri ise yalnızca 0,052'dir. Bunun yanında T5 kodlu sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması kriter 0,146 değerinde iken T6 kodlu salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi kriteri 0,177 değerindedir. Tehdit kriterlerinin CR değeri ise 0, 09 olarak belirlenmiştir.

SONUÇ

Yaratıcı turizm, geçmişten günümüze değin önemini giderek artıran ve çeşitli tartışmalara yol açan, kimi için bir turizm türü iken kimi için birçok turizm türüne entegre edilen bir yaklaşım olarak ifade edilmiştir. Nitekim son yıllarda büyüyen ve gelişen turizm sektörü içerisinde önemli bir yer edinmiştir. Araştırmalarda 21. yy turistlerinin turizmde yeniliğe gittiği ispatlanmış ve yaratıcı turizm de bu yenilikçi anlayışından oldukça büyük bir pay almıştır. Bu yeni anlayışla birlikte dünyada ki tüm gelişmiş ekonomiler turizm içerisinde kültüre önem vermiş ve bu konuda rekabetçi bir tutum sergilemeye başlamışlardır. Dünya da ilk yaratıcı turizm adına Barselona şehri ön plana çıkarılmış ve 2005 yılında turistlere bu kenti keşfedip halk ile etkileşime girip, halktan olmayı onları anlayabilmeyi ve onlar gibi hissetmeyi deneyimlemeleri için ‘‘Barcelona Creative Tourism’’ ağını kurmuşlardır. Yine dünyadan bu şehirlere Paris’i, St. Petersburg’u, Sante Fe’yi örnek verebiliriz. Ülkemizde ise bu durum değerlendirildiğinde özellikle bazı bölge ve şehirlerde yıllar geçtikçe önemli bir artış gözlemek oldukça mümkündür. Bilindiği üzere Anadolu’nun her karış toprağı rengarenk kültür mozaikleriyle doludur. Her bölgenin kendine has bir kültürü, tarihi ve geçmişi bulunmakta ve tüm bu bileşenlerin sonucunda farklı kültürden insanlar yetişmektedir. Ülkemizde günümüzde yaratıcı turizm kapsamında ön plana çıkan şehirler içerisinde Hatay ve Gaziantep örnek verilir. Yine bakıldığında yerel bazılı Nevşehir ilinin Avanos şehrinde de çanak yapımı ulusal olarak ün kazanmıştır. Böyle zengin kültür potansiyeline sahip olan topraklarımızda şüphesiz Hatay’ın Antakya şehri ilk 10 sıralamaya girebilecek donanımdadır. 2017 yılında UNESCO’nun gastronomi alanında ‘‘Yaratıcı Şehirler Ağı’’na dahil edilen Hatay günümüzde çeşitli alanlarda kendini gösteren bir şehir olmuştur. Gerek yerel değerleri gerek yemek kültürleri, mimari yapısı, dini turizmi gibi birçok açıdan dikkat çeken bir şehirdir Bu potansiyelin ortaya çıkıp ekonomiye ve turizme kazandırılması öngörülmüştür.

Yapılan çalışmada Antakya Şehri’nin günümüzde unutulmaya yüz tutmuş olan el sanatları ön plana çıkarılmış, bu el sanatlarının nerede kimler tarafından, nasıl yapıldığı ifade edilmeye çalışılmış, zanaatkârların istek ve görüşleri alınarak temel sorunlar ve çözümleri sunulmaya çalışılmıştır. Şehir de büyük Maraş depremi öncesinde çok sayıda atölye ve dükkân bulunmakla birlikte ortak problemin yerel ve bölgesel kaynaklı

desteklerin yapılmaması ve turistlerden bu anlamda faydalanılamaması olarak belirlenmiştir. Yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilen bu el sanatlarının sayıca çokluğu ve yılın her döneminde yapılabilmesi bölgede ki turizm potansiyeli için oldukça önem arz etmektedir. Antakya'da yemek kültürü, çeşitli din ve ırktaki insanların bir arada yaşayışından kaynaklı yerele özgü yaşayış ve iletişim şekilleri, geçmişten günümüze getirilen el sanatları yaratıcı turizm için sunulan faktörler arasında yer almaktadır. Çalışmada çeşitli el sanatları ile ilgilenen 47 kişi ile röportaj yapılmış, onların sorunları dinlenmiş ve beklentilerinin neler olduğu öğrenilmiştir. Yapılan bu yüz yüze görüşmeler sonucunda ayakkabıcılık, bakırcılık, bıçakçılık, demircilik, dericilik, kalaycılık, semercilik, tenekecilik ve yemenicilik gibi el sanatlarının günümüzde eskiye nazaran rağmet olmadığını, insanların bu sanatlara artık önem vermediğini ve bu işleri artık zanaat olarak değil geçim gayesi ile yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu el sanatlarının yapıldığı birçok atölyenin fiziki durumunun kötü olması, görünüm olarak yetersiz, alan olarak küçük ve pazarlama olarakta sıkıştırılmış, hizme yerlerde olması zanaatkarları oldukça üzmekte ve satışlarını da bu anlamda oransal olarak çok düşürmektedir. Yetkililerden herhangi bir destek almadıklarını belirten ustalarımız yeni çırak yetiştirecek maddi güçlerinin de olmadığını ve kalifiyeli eleman yetiştirmedikleri için bu sanatları icraa eden son kişiler olduklarını belirtmişlerdir. Antakya'daki turistlerin ilgisini çeken bu el sanatlarının turistlerin doğru şekilde yönlendirilmesi ve atölyelerinin daha işlek bir alanda çeşitli düzenleme ve programlar ile reklamlarının yapılması bu işletmeleri yeniden ayağa kaldıracak önlemlerden bir kaçıdır. Bunun yanında bölge de üfleme cam yapımı, ahsap oymacılığı, defne yağı sabunu yapımı, ipek böcekçiliği ve dokuma, kilim dokumacılığı, taş işlemeciliği, heykeltıraşlık ve mozaik yapımı bölgede bilinen ve tanınan el sanatları içerisinde yer almaktadır. Atölyeden atölyeye değişen görüşen içerisinde eğitim seviyesi yüksek turistlerin kendilerinden alışveriş yaptıklarını, icra ettikleri bu el sanatlarını onlarında deneyimleyerek öğrendiklerini ve daha fazla destek ve reklam ile yaratıcı turizm kapsamında önemli bir büyüme ve gelişme sağlayacaklarını belirtmişlerdir. Yine sahamızdaki bir diğer çalışmamız ise bölgede yaratıcı turizm ile ilgili uzman 11 kişiye anket uygulanmış ve AHP-SWOT analizleri kapsamında belirlenmiş fırsat ve tehditer, güçlü ve zayıf yönler sayısal bir sonuçla ortaya konmuştur. Bu sonuçlar kapsamında bölgede ki en güçlü özellikler köklü bir tarihe ve kültürel birikime sahip olması ve bunun yaratıcı turizm kapsamında oldukça

önemli bir yere sahip olmasıyken en zayıf yönlerinin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilecek olan bu arz faktörlerine yeterli ekonomik desteğin verilmemesi ve bu anlamda zanatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları olarak belirlenmiştir. Gerçekten de yaptığımız görüşmelerde her bir atölye sahibinin kendisine has bir sıkıntısı olduğu ve özellikle maddi sorunların yarattığı olumsuz bir pskolojik süreçten geçtikleri görülmüştür. Yine bakıldığında sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlayabilecek olan bu yaratıcı turizm, popülerleşince turistlerinde bu turizm türüne eğilimi artacağı fikri fırsatlar içerisinde ilk sıralarda yerini almaktadır. Bir diğer soruna bakacak olduğumuzda ise bölgede ki alt-üst yapı yatırımlarının zayıf ve yetersiz olmaları, sosyo-kültürel yöre yapısının bozulabilme ihtimali en büyük tehditler arasında yerini almıştır. 6 Şubat büyük Maraş depreminde bu tehditlerin gerçeğe dönüşerek bir faciaya yol açtığını, bölgede yüz yüze görüşme yaptığımız, ziyaret edip atölyelerini gezdiğimiz ve hatta uzman görüşü alabilmek adına anket düzenlemek için gittiğimiz çeşitli resmî kurumlarının bile yerle bir olduğunu üzülerek belirtmemizde fayda olacaktır. Bölgedeki en büyük sorunlardan biri olan yapı yatırımlarının yetersizliği, atölye ve eski Antakya evleri gibi bölgenin turizme önemli katkı sağlayan birçok yeni ve eski lokantaların, işletmelerin, yerel halkının yaşadığı konutların bugün moloz yığınına dönüşmesine ve binlerce insanın canına mal olmuştur.

Bu çalışma kapsamında, hem bölge halkının kendi kültürel değerlerini daha doğru ve samimi bir şekilde ortaya çıkarmalarına hem de unutulmaya yüz tutmuş kültürel faaliyet ve sanatların tanıtıcı akademik faaliyetler ile tekrar gündeme gelip gelişmesine yardımcı olma amacıyla bu çalışma yapılmış olup, günümüzde ‘Büyük Maraş depremi öncesi Antakya’ şehri ile ilgili bilgi vermekte ve o döneme ait turizm potansiyelinden bahsetmektedir. Bunun yanında bölge halkının daha yakından tanınması ve medeniyetlerin bir arada yaşadığı zengin bir kültüre sahip olan Antakya şehrinin hem ülkemizde hem de Dünya’da bugünkü yerinden daha önemli bir yere yükselmesi, yaşanan acı olayların izlerinin en kısa sürede silinmesi ve bölgenin yeniden hem ekonomik hem turistik açıdan kalkınarak hakettiği değeri görmesi yöre halkına sağlayacağı yararlardan birkaç tanesidir. Bu anlamda Antakya şehrinin yeniden kalkınması ve eski halinden daha iyi bir yer haline gelebilmesi için şüphesiz yaratıcı turizm oldukça önemlidir fakat tüm bu iyileşmeler ve yenilenmelerin sadece işletme ya da bireysel olarak gerçekleşmesi mümkün olmadığından yerel ve ulusal yönetimlerin

desteği alınarak, milli bir duruş sergilenerek en kısa sürede ayağa kaldırılması ve bölgede ki huzur yeniden sağlanması gerekmektedir. Yapılacak olan yeni yatırımlar ve kalkındırma projeleri ile bölgede ki ekonomik faaliyetler ve turizm faaliyetleri de canlanacatır. Bu anlamda yaratıcı turizm bölge halkının geçmişine tutunup yaşadığı ağır travmaları aşmalarını ve hatta yaratıcı turistlerle kurdukları etkileşimlerde onlarla birlikte yeni deneyimler kazanmalarına ve yaşanan acı günlerin gölgesinde güzel anılar biriktirerek geleceğe umutla bakmalarına fayda sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, Ş. (2014). ‘‘Hatay Büyükşehir Belediyesi’’. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (5) , 54-76.

Akbostancı İ. (1999). *‘‘Plastik Sanatlarda Tekstilin Yeri’’.* (Sanatta Yeterlik Tezi), *Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü,* İstanbul.

Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O., Benli, S. (2015). “Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay’ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma”, *1. Eurisia International Tourism Congress.*

Akgül, K. (2021). *‘‘Kırsal Kalkınma Bağlamında Türkiye’de İpek Böcekçiliği: Bursa İli Örneği’’* (Yüksek Lisans Tezi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı), (28-30).* Balıkesir.

Akşit Aşık, N. (2014) *‘‘Yaratıcı (Kreatif) Turizm’’, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7* (31), 786-795.

Aktaş, M. (2006). ‘‘Pisidia Antiocheia’sı Kent Sikkeleri’’, (Yüksek Lisans Tezi), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüarkeoloji Anabilim Dalı Klasik Arkeoloji Bilim Dalı,* Konya, 2-3.

Alagöz, C. (1943). ‘‘Coğrafya Gözüyle Hatay’’, *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih – Coğrafya Fakültesi Dergisi*, Cilt: Iı-Sayı: 1, Ankara.

Aliağaoğlu, A.Ve Uğur, A. (2010). *‘‘Şehir Coğrafyası’’*, Nobel Yayın Dağıtım.

Arıtan, A.S. (1993). “Ciltçilik’”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Tdv Yayınları,) 7/557.

Atalay, İ. (1994). ‘‘*Türkiye Vejetasyon Coğrafyası’’.* Ege Üniversitesi Basımevi.

Atalay, İ. (2002). ‘‘*Türkiye’nin Ekolojik Bölgeleri’’.* Orman Bakanlığı Yayını, No: 163

Ateş, Ş.,Keçer, M., Osmançelebioğlu, R., Kahraman, S. (2004). *''Antakya (Hatay) İl Merkezi Ve Çevresinin Yerbilim Verileri''*. Mta Genel Müdürlüğü Jeoloji Etütleri Dairesi Başkanlığı

Atlan, S. (1976). ''1947-1967 Yılları Side Kazıları Sırasında Elde Edilen Sikkeler''.

Başeymez, F. (2009). ''Çok Kültürlülük Açısından Hatay; Sosyolojik Bir Yaklaşım''. (Yüksek Lisans Tezi), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.* 35-38

Baykan, E. (2007). ''Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması'', Ankara: *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı,* (Master Tezi),

Bezirci, Z. (2001). ''Konya'da Bulunan Bakır İşçiliği Ürünü Eserler Ve Konya İli Bakır İşçiliğinin Bugünkü Durumu'', (Yüksek Lisans Tezi), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ,* Konya, 26-27.

Bodger, D. (1998). "Leisure, Learning, And Travel", The Journal Of Physical Education, Recreation & Dance, 69 (4), 28-31.

Bozkurt, S. G. (2019). ''Antakya'nın Geleneksel Evlerinin Avlu Özellikleri Üzerine Bir İnceleme (A Study On The Courtyard Features Of The Traditional Houses Of Antakya)''. Turkish Journal Of Forest Science, 3(1), 1-12.

Çalışkan, A. (2020). ''Hatay'ın Ekoturizm Potansiyeli Ve Yerel Halkın Ekoturizme Bakış Açısı'', (Yüksek Lisans Tezi), *T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.*

Camuz, E., Gül, A. (2022). ''Hatay İli, Defne, Antakya, Samandağ Ve Yayladağı İlçelerinde İpek Böceği Yetiştiriciliğinin Genel Durumu, Sorunları Ve Çözüm Önerileri'', *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 27* (3), 540-548.

Cömert, M. (2014). ‘‘ Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi Ve Hatay Mutfağı Örneği’’ *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 2* (1), 64-70.

Çelik Mehmet, A., Karabulut, M. (2014). ‘‘Antakya-Kahramanmaraş Grabeninde Kızılçam (Pinus brutia Ten.) Orman Alanları ile Yağış Arasındaki İlişkilerin MODIS Verileri (2000-2010) Kullanılarak İncelenmesi’’, *Coğrafi Bilimler Dergisi, 12*(1),49-68.

Çeribaş, M. (2007). “Türklerde Demirciler Ve Şamanlar”, *Türk Kültürüve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, *42*, 114.

Çetin, U. (1986). *‘‘El İşleri’’*, Flaş Matbaacılık.

Çiftyürek, M. (2022). ‘‘Tarihi Antakya Sabunhanelerinde Geleneksel Sabun Üretim Süreci Ve Bu Süreçte Kullanılan Teçhizatlar’’,*Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , Cilt (*19), *Sayı (*49), 473-491

Çoruh, H., Çaparlar, A. (2012). *‘‘Yaşayan El Sanatları Ve Sanatkârıyla Hatay (Tarihten-Günümüze)’’*, Hatay Valiliği, Yayın No: 17

Değerliyurt, M. (2013). *‘‘Antakya Şehri Ve Yakın Çevresinde Meydana Gelen Erozyonun Coğrafi Dağılışı Ve Analizi’’*, International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic *Volume* (8/8), Summer, Ankara. 1745-1764.

Deniz, M. (2002). *‘‘Düğüm-Örgü Makrame’’*, Dilem Yayınevi, 7. Baskı

Demirer, D. (2015). ‘‘Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği Kapsamında Edebiyat Turizminin Yönetici Ve Tüketici Perspektifinden Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma’’. (Yüksek Lisans Tezi), *Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* 273.

Dinç, Y., Usun, Ç. (2020). ‘‘Sabun Üretimi Bakımından Kent Kimliği Ve Sabunhanelerin Endüstriyel Miras Kapsamında Değerlendirilmesi: Antakya Örneği’’, *Coğrafya Dergisi, Sayı* (40), 1-10.

Dinç, Y. (2015). ‘‘Antakya (Hatay) Şehir Coğrafyası’’, (Yüksek Lisans Tezi), *Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalı,* 6.

Doğanay, H., Zaman, S.(2022). *‘‘Türkiye Turizm Coğrafyası’’.* Pegem Yayınları, 8. Baskı.

Doldur, H., Kartal, M. (2022). ‘‘Türkiye’de Deri Sanayisinin Mekânsal Dağılışı’’, *Ege Coğrafya Dergisi*, *31*(1), 55-67.

Eldem, S.H. (1984). *“Türk Evi Osmanlı Dönemi”*. Cilt I., T.A.Ç. Vakfı Yayıncılık.

Ekim, Y. (2006), “Pazırık Kurganları, Buluntuları Ve Arkeolojik Açıdan Değerlendirilmesi”, *(*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Ana Bilim Dalı*, Ankara.

Emekli, G. (2003).‘‘Kültür Mirasının Kültürel Turizm Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi’’, *2. Coğrafi Çevre Koruma Ve Turizm Sempozyumu,* (16-18), 43-49

Emekli, G.,Ve Soykan, F. (2011). “Opportunities Of Utilizing Natural And Cultural Resources Ofbornova Izmir Through Tourism”. *Procedia Social And Behavioral Sciences*, *Cilt*: (19), 181–189.

Eraslan, A. (2009). ‘‘Antakya Ve Çevresinde El Zanaatları’’. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Mustafa Kemal University Journal Of Social Sciences Institute), Cilt/Volume*: (6) *Sayı/Issue:* (12), 373-402.

Ercan, A., M.(2002). ‘‘Gelibolu Yarımadası’nın Geçiş Dönemi Âdetleri Üzerine Bir İnceleme (Doğum- Düğün- Ölüm)’’, (Doktora Tezi), *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 139.

Erkan, O. (2006). ‘‘Mozaik Sanatı Ve Büyük Saray Mozaikleri Restorasyon Çalışmaları’’, (Yüksek Lisans Tezi), *Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, 5-8.

Eronç, Y.P. (1984). ‘‘Giyim Süsleme Teknikleri’’, Milli Eğitim Basımevi.

Ghazinooryl, S., Abdi, M., Azadegan, M.(2011). ‘‘Swot Methodology: A State-Of-The- Art Revıew For The Past, A Framework For The Future’’, *Journal of Business Economics and Management, 12*(1), 25.

Godbey, G. (2008). *‘‘Leisure İn Your Life: New Perspectives’’*. State College, Pa: Venture Publishing, Inc.

Gordin, V., Matetskaya, M. (2012). “Creative Tourism İn Saint Petersburg: The State Of The Art”, *Journal Of Tourism Consumption And Practice, 4* (2), 55-77.

Gülüm, E. (2015). ‘‘Yaratıcı Turizm - Halk Kültürü İlişkisi Ve Yerelin Popülerleşmesi’’, *Millî Folklor Dergisi, 27* (105), 87-98.

Güven, A. (2016). ‘‘Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yaratıcı Turizm: Antalya İli Örneği’’, (Yüksek Lisans Tezi), *Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Ana Bilim Dalı*, 5-7.

Güven, A. (2016). *‘‘Yaratıcı Turizm Kapsamında Antalya İli Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi’’*. 3rd International Congress On Social Sciences, China To Adriatic, Antalya, Congress Book, 27-30.

Güzel, S., Önçel, M. (2018). ‘‘Destinasyonların Çekicilik Unsuru Olmasında Gastronomi Turizminin Rolü: Hatay Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma’’. *International Gastronomy Tourism Studies Congres.*

Hafeez, K., Malak, N., Zhang, Y. B. (2007). ‘‘Outsourcing Non-Core Assets And Competences Of A Firm Using Analytic Hierarchy Process’’, *Computers And Operations Research, 34*(12): 3592–3608

Hemmati, R., B.,, Abbasi, B., (2013). "Creative Tourism Entrepreneurship İn Rasht", *Advances İn Environmental Biology, Cilt*: 8(7), 2006-2012.

Hoşgören, M. (2000). ''*Jeomorfolojinin Ana Çizgileri I''*. Rebel yayıncılık.

Howgego, C. (1998). *''Sikkelerin Işığında Eskiçağ Tarihi (Çev: Oğuz Tekin)''*. Homer Kitabevi, 30.

Ivcevic, Z., Mayer, J. D. (2009). ''Mapping Dimensions Of Creativity İn The Life Space*Creativity Research Journal*, *21*(2-3), 152–165.

Jelincic, D. A., Zuvela, A.(2012), ''Facing The Challenge? Creative Tourism İn Croatia'', *Journal Of Tourism Consumption And Practice, 4* (2), 78-90.

Kalaycıoğlu,M. (2011). *''Hatay İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü Folklor Araştırmacılarının Yaptığı Alan Araştırmalar''*. Hatay Halk Bilimi, Antakya Belediyesi Kültür Yayını.

Kanyak, S. (2009). ''Cam Fırınlarının Tarihsel Gelişimi'', (Yüksek Lisans Tezi), *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi,* İstanbul, 4.

Karagel, H., Üçeçam Karagel, D.(2014). ''Tarihi Bir Ticaret Merkezinin Pazarlama Coğrafyası Kapsamında Analizi: Uzunçarşı (Antakya /Türkiye)'', *European Journal Of Research On Education, 2* (Special Issue), 166-184

Karakılçık, Y. ve Erkul, H. (2002). ''*Sürdürülebilir Akarsu Yönetimi ve Tersine Akan Asi Nehri*''. Detay Yayıncılık.

Kaya, D., Mesci, U.(2002). ''Sivas'ta Bıçakçılık'', Sivas, 14.

Kaypak Ş., Uçar A. (2018). "Antakya Kentinin Yemek Kültürüne Bakışı", *International Journal of Academic Value Studies, 4*(18), 190-202.

Keleş, R. (2004). "Kentsel Dönüşümün Tüzel Altyapısı'', *Mimar-İst, Sayı:* 2, 74-75.

Keleş, Ruşen (2004), "Çevre Yönetimi", Environmental Research And Education Center, *Çevre Koruma Vakfı*.

Keleş, Ruşen (2004), "*Yerel Yönetim Ve Özerklik*", Antakya Kent Kurultayı Bildiriler Kitabı, Tmmob İnşaat Mühendisleri Odası Yayınevi.

Keleş, Ruşen (2004), "Yerel Siyaset, Yönetimler, Yapı Ve İşleyiş", *Kent Gündemi, Ocak,* 30-32.

Kılıç, A., Yayan, G. (2010).''Adana İli Tufanbeyli İlçesi Çakırlar Köyü Avşar Kilimleri', *Gazi Türkiyat Türkoloji Araştırmaları Dergisi, Sayı* (6).

Koca, H., Çetin, B. (2005). ''Yatağan Kasabasında Ev Tipi İmalat Sanayinin Coğrafi Esasları''. *Doğu Coğrafya Dergisi, Sayı*: (14), 179-208.

Koçer, O. (2021). ''Hatay Yöresinde Yetişen Thymbra Sricata L. (Zahter/Karabaş Kekiği) Bitkisinin Uçucu Yağ Oran ve Bileşenlerinin Belirlenmesi''. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, Sayı:* (27), 446-449.

Koday, S. (1998). ''İskenderun Limanı'', *Türk Coğrafya Dergisi*, (33), 211-235

Korkmaz, H., Fakı, G. (2014). ''Kuseyr Platosunun İklim Özellikleri'', *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt*: (6). *Sayı*: (12), 324-350.

Korkmaz, H. & Karataş, A. (2009). ''Asi Nehri'nde Su Yönetimi Ve Ortaya Çıkan Sorunlar'', *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(12),18-40 .

Korkmaz, H. (2007). ''Kuruluşundan Günümüze Antakya'da Su'', *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:17*(1),69–96.

Kurak Açıcı, F., Ertaş,Ş., Sönmez,E. (2017). ''Sürdürülebilir Turizm: Kültür Turizmi Ve Kültürel Miras :'Sustainable Tourism: Culture Tourism And Cultural Heritage'', *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 3*(1), 52-66.

Kuşçu, V. (2008). ''Samandağ'ın (HATAY) Beşeri ve İktisadi Coğrafyası'', (Basılmamış Doktora Tezi), *Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı.*

Meb. (2011). *''El Sanatları Teknolojisi, 'Makrome Abajur''*, Mesleki Ve Teknik Eğitim Okul/Kurumlarında Uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında Yer Alan Yeterlikleri Kazandırmaya Yönelik Olarak Öğrencilere Rehberlik Etmek Amacıyla Hazırlanmış Bireysel Öğrenme Materyali, 3-5.

Minhua, J.(2010). "Searching For Our Own Pueblo" Reflections On A Visit To The Magic City Of Santa Fe", Creative Tourism A Global Conversation - How To Provide Unique Creative Experiences For Travelers Worldwide, 156-161.

Ohridska-Olson, R., Ivanov, S. (2010). "*Creative Tourism Business Model And Its Application İn Bulgaria*". Proceedings Of The Black Seatourism Forum, Cultural Tourism-The Future Of Bulgaria, 23-39.

Ooi, C. S. (2007)."Creative Industries And Tourism İn Singapore", Tourism, Creativity And Development, Der: Richards G., Ve Wilson, J., 240-251, London: Routledge.

Öncü, T. (1992),''Yaratıcılığın Betimlenmesi Ve Yaratıcılık Üzerine Çevresel Etkiler'', *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*, *14* (1), 255-264.

Öcal, T.,Güleş, M.(2022). ''Samandağ İlçesinin Tarihi-Kültürel Mirasının Turizm Potansiyeli'', *Dünya Coğrafyası Ve Kalkınma Perspektifi Dergisi , 1* (1) , 1-19.

Özbirecikli, M., Kaya, M. (2022). ''Ayakkabı Üretim İşletmelerinin Kurumsal Yapısı Ve Maliyet Muhasebesi Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma: Antakya Örneği'',*Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, *Sayı* (94), 133-150.

Özdamar, H.(2020). ''Yalvaç'ta Dericilik Ve İnovatif Deri Ürünleri Tasarımı'',(Sanatta Yeterlik Tezi), *Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat Ve Tasarımı Anasanat Dalı*, 89-105.

Özdaşlı, K., Özdaşlı, E., Alparslan, A. M. (2010). "Yaratıcı Turizm: Isparta İli Profili ve Uygulama Modeli Önerisi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 7* (1), 17-24.

Özdeniz, E., Özbey, B. G., Kurt, L., Bölükbaşı, A. (2017). ''Serpantin Ekolojisi ve Türkiye Serpantin Florası'na Katkılar'', *Toprak Bilimi ve Bitki Besleme Dergisi, 5* (1), 22-33.

Özdemir, M. (2016). ''Hammadde Ve Üretim Bağlamında Uşak İlinde Dericilik'', *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi , Cilt*: (9), *Sayı*: (18),333- 339.

Özentürk Tezgel, A. (2008). ''Samsun İli'nin Vezirköprü İlçesi'ndeki Geleneksel Meslekler'',(Yüksek Lisans Tezi), *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,* 39.

Özgüç, N. (2017). ''*Turizm Coğrafyası-Özellikler ve Bölgeler''*. Çantay Kitabevi.

Özsolak, İ., Yeşilay, S. (2017). ''Sıcak Cam Üfleme Tekniğinde Lüster Etkisinin Araştırılması'', *Tübav Bilim Dergisi, Cilt*: (10), *Sayı*: (4),21-28.

Özşahin, E. (2010). ''Asi (Orontes) Nehri Deltasındaki (Hatay/Türkiye) Doğal Çevre Sorunlarına Coğrafi Bir Yaklaşım/A Geographıcal Approach At Natural Envıronment Problems In The Ası (Orontes) Rıver Delta (Hatay/Turkey)'' , *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 7* (13), 445-475.

Özşahin, E. (2010). ''Antakya'da (Hatay) Yer Seçiminin Jeomorfolojik Özellikler Ve Doğal Risk Açısından Değerlendirilmesi" , *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:* (13), *Sayı*: (23),1–16.

Özşahin, E. (2015). ''Hatay İlinde Macera Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi'', *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic ,Cilt: (* 10/2).

Öztürk, İ. (2005). ''Türk El Sanatlarının Günümüzdeki Durumu (Tarihçe, Sorunlar, Öneriler)''. *Sanat Dergisi,(*7), 67-75.

Öztürk, S., Sarıyıldız, G. (1997). "Antik Çağ'dan Günümüze Temizliğin Değişmeyen Sembolü Sabun", *Tombak, Sayı*: (15). 42-43.

Prentice, R., ve Andersen, V. A.(2007). ''Creative Tourism Supply: Creating Culturally Empathetic Destinations'', Tourism, Creativity and Development, Der: Richards G., ve Wilson, J., 89-106.

Raymond, C. (2009). "The Practical Challanges Of Developing Creative Tourism", Creative Tourism: A Global Conversation, Wurzburger, R., Aageson, T., Pattakos, A., Ve Pratt, S., Sante Fe, New Mexico: Sunstone Press, 145-157.

Raymond, C.(2003). "Case Study – Creative Tourism New Zealand", 1-5.

Reyhanoğulları, M. (2019). ''Suriye İç Savaşının Sosyo-Mekânsal Yansımaları: Antakya Örneği'', (Yüksek Lisans Tezi), *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Beşeri Ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı,* 31.

Richards, G., Raymond, C. (2000), "Creative Tourism", *Atlas News,* (23), 16-20.

Richards, G., Wilson, J. (2007). ''Tourism, Creativity And Development'', London: Routledge.

Richards, G. (2009). ''Tourism Development Trajectories- From Culture To Creativity?'', Asia Pacific Creativity Forum On Culture And Tourism, Jeju Island, Republic Of Korea, 3-5 Haziran.

Richards, G. (2013). ''Creative And Relational Tourism İn Barcelona'', Atlas Cultural Tourism Group Expert Meeting On Alternative And Creative Tourism, Barcelona, June.

Richards, G. (2005).''Creativity: A New Strategic Resource For Tourism'', Tourism, Creativity And Development: Atlas Reflections, Association For Tourism And Leisure Education, Arnhem, Der. Swarbrooke, J., Smith, M. And Onderwater, L.,11–22.

Richards, G. (2000), ‘‘World Culture And Heritage And Tourism’’, *Tourism Recreation Research, 25* (1), 9-18.

Richards, G. (1996). ‘‘*Cultural Tourism İn Europe*’’. Cabı, Wallingford, Re-İssued İn 2005 İn Electronic Format By The Association For Tourism And Leisure Education (Atlas).

Richards, G., (2009). ‘‘Creative Tourism And Local Development’’, Creative Tourism: A Global Conversation, Der. Wurzburger, R., Pattakos, A. Ve Pratt, 78-90, Santa Fe: Sunstone Press.

Richards, G., (2009), ‘’Creativity And The Art Of Distinction’’ Creative Spaces For Cultural Tourism, İstanbul, 19-21 Kasım.

Richards, G. (2014). “Creativity And Tourism İn The City”, Current Issues İn Tourism, *17* (2), 119–144.

Richards, G. (2011), “Creativity And Tourism: The State Of The Art”, *Annals Of Tourism Research, 38* (4), 1225-1253.

Richards, G. (2001). “The Experience Industry And The Creation Of Attractions”, Cultural Attractions And Europeantourism, Der.Richards G., Usa: Cabı Publishing.

Richards, G., Marques L. (2012). ‘‘Exploring Creative Tourism: Editors Introduction’’, *Journal Of Tourism Consumption And Practice*, *4* (2), 1-11.

Richards, G., Wilson, J. (2008). ‘‘From Cultural Tourism To Creative Tourism. Part 2: Changing Structures Of Collaboration’’, Arnhem: Atlas.

Richards, G., Wilson, J. (2006). “Developing Creativity İn Tourist Experiences: A Solution To The Serial Reproduction Of Culture?”, *Tourism Management, 27* (6), 12091223.

Saçlı, Ç., Ve Öztürk, F. (2020). 'İpekçilik Kültürü Ve Turizm: Paydaşların Hatay'da İpekçiliğe Yönelik Görüşleri', *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,,Cilt*: (19), *Sayı*: (76), 1916-1930.

San, İ. (2017). ''Sanat Ve Eğitim: Yaratıcılık Temel Sanat Kuramları Sanat Eleştirisi Yaklaşımları''.Ütopya Yayınevi, 2-204, 160.

Samen, S. (2008). ''İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi'', *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17* (2), 363-378.

Saaty, T.L. (1994). ''How To Make A Decision: The Analytic Hierarchy Process'', *Interfaces, 24*(6): 19–43.

Say Özer, Y. (1996). ''Ticaret Mekânlarının Oluşum Ve Gelişim İlkelerinin İncelenerek Tipolojik Açıdan Sınıflandırılması'', (Basılmamış Doktora Tezi), *Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.*

Selçuk, K. (2008). ''Nahçivan Devlet Halı Müzesi'nde Bulunan Halı Kilim Ve Düz Dokumalar'', (Yüksek Lisans Tezi), *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ,* 10.

Sökmen, S. Ve Balkanal, Z. (2018). ''Bitlis'te Geleneksel Ayakkabıcılık: "Harik" Ve Son Usta Haydar Yılmaz'', *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20* (1), 383-400.

Söylemez, F. (2009). ''Amasya İli Suluova İlçesinde Ve Köylerinde Bulunan Yöresel Başlıklar Ve Kıyafetler'', (Yüksek Lisans Tezi), *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, 26.

Şahin, C. B., Mert, A., Akçalı, C. T. (2017). ''Hatay Yöresinde Doğal Olarak Yayılış Gösteren Bazı Tıbbi Bitkilein Ekonomik Önlemlei ve Kullanımları'', *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 10* (1), 35-37.

Şahin, Z. (2004). "Sarız (Kayseri) Yöresi Düz Dokumaları, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı*: (14),195.

Tekin, M. (2000). ‘‘*Hatay Tarihi’’*. Atatürk Kültür Merkezi Bakanlığı Yayınları, Birinci Baskı, Ankara, 7-10-11- 21-23-45.

Tolun Denker, B. (1976). ‘‘*Şehiriçi Arazi Kullanımı’’*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayın No:2054, Coğrafya Enstitüsü Yayın No: 83.

Topçu, F. (2022). ‘‘Gaziantep’te Geleneksel El Sanatlarının Sürdürülebilir Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi’’, (Yüksek Lisans Tezi), *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı*, 41.

Topçu, M. (2003). ‘‘Şehir Morfolojisi Üzerine Bir Çalışma: Konya Ve Antakya’nın Tarihi Dokularının Karşılaştırılması’’, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.*

Tosun, H., Çınar, N. (2020). ‘‘Kültürel Miras Bağlamında Derilerin Fiziksel Özellikleri Ve Ham Derinin İşlenmesi’’, *Sanat Tarihi Dergisi,* 29-2, 371-397.

Tuigong, Dr., Kipkurgat, Tk., Madara, Ds., (2015). ‘‘Mulberry And Silk Production İn Kenya’’.*Textile Science And Engineering,* 5: 201.

Turgut, N. (1986). ‘‘Antakya Tarihi Ticaret Merkezi Mekânsal Yapı Değişim Ve Gelişim Sürecinin Kent Ticaret Merkezi Planlamasına Etkinliği’’, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.*

Tümertekin, E. (1982). *‘‘Ekonomik Coğrafya’’*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Türk, H., Şahin, K., (2004). ‘‘Antakya Geleneksel Yemek Kültürü’, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1* (2).

Türktaş, Z. (2015). *‘‘Semercilik, Süpürgecilik Ve Sepetçilik’ Konya Kitabı Xv (Kaybolmuş Ve Kaybolmaya Yüz Tutmuş Meslekler)’’*, (Edt. K. Çınar), Konya Ticaret Odası, 377- 387

Udale J. (2014). *''Moda Tasarımında Tekstil ve Moda, Moda Tasarım Temelleri''* 02. Çeviren: Güngör H., Literatür Yayınları.

Ulusoy, A., Akdemir, T. (2013). *'' Mahalli İdareler''*. Seçkin Yayınevi. 8.

Ünaldı, T. (2008). ''2000'li Yıllarda Türkiye'de Ney Sazı, Tavırları Ve Bu Tavırların Belli Başlı İcracıları'', (Yüksek Lisans Tezi), *Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,* 12.

Unesco (2006). "Towards Sustainable Strategies For Creative Tourism. Discussion Report Of The Planning Meeting For 2008", *International Conference On Creative Tourism,* 25-27.

Uslu, O. (1990), ''Turizm Ve Çevresel Etkileri'', *Turizm Ve Çevre Konferansı, Sayı*: (3-5),19-47.

Yalçın, B.(2016). ''Nasıl Zanaat Ve Halk Sanatları Şehri Olunur?'', *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt*: (1) , *Sayı*: (1), 22-25-26.

Yavuz, A. (2006). ''Cumhuriyet Döneminde Ankara Kalesi'ndeki Geleneksel El Sanatları'',(Yüksek Lisans Tezi) *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,* 39.

Yavuz, Ş. (2008). ''Süsleme Sanatında Rumi Motifi Ve Tarihsel Gelişimi'', Yüksek Lisans Tezi), *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,*10-11.

Yıldız, D. (2022). ''Dekoratif Tekstil Sanatlarının Takı Tasarımında Kullanımı'', *Social Sciences Research Journal, 11* (2), 198-211.

Yıldız, F. (2005). ''Raylı Toplu Taşıma Sistemlerinin Hatay İli Antakya İlçesi İçin İncelenmesi'', (Yüksek Lisans Tezi),*Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü,*11-19.

Yorulmaz, A. (2006). ''Bilgisayar Destekli Ortopedik Ayakkabı Kalıp Tasarımı Ve İmalatı'',(Yüksek Lisans Tezi), *Makine Eğitimi Anabilim Dalı Makine Eğitimi Programı,* 3-4.

Zaman, M. (2012). *''Trabzon İlinin Turizm Coğrafyası (Potansiyel-Alternatifler-Planlama)''*. Atatürk Üniverstesi Edebiyat Fakültesi Yayınları Araştırmalar Serisi, 417.

Zencirci, F.D. (2021). ''Sağlıklı Kentler Projesi Üzerine Bir Çalışma: Batı Akdeniz Bölgesi Swot-Ahp Analizi'', (Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı*, 40-60.

Zenker, S. (2009). "Who' s Your Target? The Creative Class As A Target Group For Place Brandin", *Journal Of Place Management And Development, 2*(1),23-32.

Zoğal, V., Emekli, G. (2017). ''Yaratıcı Turizme Kavramsal Ve Coğrafi Bir Yaklaşım'', *Ege Coğrafya Dergisi, 26*(1), 21-34.

İnternet Kaynakları

URL1: https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri (17.05.2022)

URL2: https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121206-1.htm#:~:text=MADDE%201%20%E2%80%93%20(1)%20Ayd%C4%B1n,il%20belediyeleri%20b%C3%BCy%C3%BCk%C5%9Fehir%20belediyesine%20d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Ft%C3%BCr%C3%BClm%C3%BC%C5%9Ft%C3%BCr (24.11.2022)

URL3: https://www.mynet.com/dunyanin-en-uzun-kilimi-antakyada-dokundu-180100788189 (14.04.2023)

URL4: https://antakyacammuzesi.com/antakya-cam-muzesi-hakkinda/ (19.02.2022)

URL5: http://www.hatay.gov.tr/sosyal-ve-cografi-durum (11.12.2022)

URL6: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9648/seyahat-acentasi.html#:~:text=Seyahat%20acentalar%C4%B1%2C%20k%C3%A2r%20amac%C4%B1%20ile,vas%C4%B1tas%C4%B1%20ile%20pazarlayabilen%20ticar%C3%AE%20kurulu%C5%9Flard%C4%B1r. (01.07.2022)

URL7: https://antakya.meb.gov.tr/ (01.08.2022)

http://www2.unwto.org/members/states [Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)]

(11.06.2022)

www.hatay.ktb.gov.tr. (12.19.2021)

https://hatay.ktb.gov.tr/TR-201511/el-sanatlari.html (20.12.2021)

http://www.hatay.bel.tr/hatay/hatayin-tarihi/ (17.10.2022)

http://www.hatay.gov.tr/sosyal-ve-cografi-durum (17.10.2022)

http://www.unutulmussanatlar.com/2013/12/oymaclk-sanat_44.html) (20.12.2021)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Ayakkab%C4%B1c%C4%B1l%C4%B1k) (20.12.2021)

https://www.istanbulsanatevi.com/sanat-terimleri-kavramlar/cilt-sanati-ciltcilik-nedir/) (20.12.2021)

http://yemenicihayriusta.com.tr (25.12.2021)

https://medium.com/sec402/ge%C3%A7mi%CC%87%C5%9Ften-g%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCze-kalaycilik-977dbf789017 (25.12.2021)

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/hatay/kulturatlasi/pek-dokumaciligi901855 (22.12.2021)

https://www.bolgegundem.com/kalayci-nedir-nasil-olunur-ne-is-yapar-meslek-kodu-234926h.htm (22.12.2021)

https://www.erdincbal.com/neyin-yapilisi.html (30.12.2021)

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/hatay/kulturatlasi/ney-yapimi (17.02.2022)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Semer (01.12.2021)

http://uflemecam.com/ufleme-cam-blog.aspx?id=2 (02.12.2021)

https://tr.wikipedia.org/wiki/N%C3%BCmismatik#Sikke (17.02.2022)

https://turk.deminasi.com/ (11.12.2022)

https://expo2021hatay.com/hatay/sanat/cam-ufleme/ (02.12.2021)

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/hatay/kulturatlasi/antik-cam-ufleme-sanati (02.12.2021)

https://antikcamevi.com/hakkimizda/ (02.12.2021)

EKLER

EK 1. Anket Formu

Ek 2. Araştırma İzni

ANKET

Bu anket, Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nden Dr. Öğr. Üye. Çağlar Kıvanç Kaymaz'ın yürütücülüğünde, Atatürk Üniversitesi Coğrafya Yüksek Lisans Öğrencisi Rümeysa Söyler ile birlikte başlatılan **"Antakya Şehri'nde Yaratıcı Turizm"** konulu tez çalışması için hazırlanmıştır.

Anketimizi cevaplayarak vereceğiniz desteği çalışmamız için çok önemsediğimizi belirtir, gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Dr. Öğr. Üye. Çağlar Kıvanç KAYMAZ *Rümeysa SÖYLER*

Demografik Sorular

1-Cinsiyet

Kadın ( ) Erkek ( )

2- Yaş

20-29 ( ) 30-39 ( ) 40-49 ( ) 50-59 ( ) 60 ve üstü ( )

3-Eğitim durumu*

İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) MYO ( ) Fakülte ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )

*Mezun olduğunuz veya devam etmekte olduğunuz eğitim durumunuzu hangi seçenek ise

işaretleyebilirsiniz.

4- Mesleki deneyiminiz

0-5 yıl ( ) 5-10 yıl ( ) 10-15 yıl ( ) 15-20 yıl ( ) 20 yıl ve üstü ( )

Aşağıda **Antakya Şehri'nin SWOT-AHP Yöntemine Göre Yaratıcı Turizminin Analiz Edilmesinde** Kullanılacak Kriterlerin, Önemine Göre O Kritere Yakın Olan Rakamı İşaretlemeniz Gerekmektedir. Rakamlar İse 1-9 Arası Önem Derecesini Belirtmektedir. "1" En Zayıf Önem İlişkisini Gösterirken, "9" İse Bir Kriterin Diğerine Göre Çok Daha Fazla Önemli Olduğunu Vurguladığınızı Gösterecektir.

Değerlendirme Örnekleri

1- Aşağıda karşılaştırılan kriterlerden, "Sahanın Güçlü Yönlerini Belirleme" hususunda daha öncelikli olduğunu düşündüğünüz ölçütün yakın/ yanındaki kutucuklardan işaretleme yapınız. Örneğin; "Gençlik için istihdam yaratması" kriteri daha önemli ise puanlamayı aşağıdaki sarı renkli alandan seçiniz. "Kültür medeniyet bakımından çeşitliliğe sahip olması" kriteri daha önemli ise puanlamayı turuncu renkli alandan seçiniz.

Gençler için istihdam olanağı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zengin bir kültürel birikime sahip olması

Tablo 1. Değerlendirme Ölçeği

Önem Derecesi	**Anlam**
1	Öğeler eşit önemde veya aralarında kayıtsız kalınıyor
3	1. Öğe 2.'ye göre biraz daha önemli veya biraz daha tercih ediliyor
5	1. Öğe 2.'ye göre fazla önemli veya fazla tercih ediliyor
7	1. Öğe 2.'ye göre çok fazla önemli veya çok fazla tercih ediliyor
9	1. Öğe 2.'ye göre aşırı derecede önemli veya aşırı derecede tercih ediliyor
2,4,6,8	Ara değerler

Kaynak: Saaty, (1990, s. 15)'dan faydalanılarak hazırlanmıştır.

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin **“Antakya İlçesinin Güçlü Yönlerinin Yaratıcı Turizm**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla

Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültür açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Köklü bir tarihe sahip olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Ulaşımın kolay olması (Hava-Kara-Deniz)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması

Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Köklü bir tarihe sahip olması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Kültürel açıdan yöreye özgü yemek çeşitliliğinin zengin olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması

Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Köklü bir tarihe sahip olması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Yerel el sanatları ile özgün bir yere sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zengin bir kültürel birikime sahip olması
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Köklü bir tarihe sahip olması
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması

olması																		
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Halkın ve zanaatkarların ılımlı ve misafirperver olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Zengin bir kültürel birikime sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Köklü bir tarihe sahip olması
Zengin bir kültürel birikime sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Zengin bir kültürel birikime sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
Zengin bir kültürel birikime sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Zengin bir kültürel birikime sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Köklü bir tarihe sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması
Köklü bir tarihe sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
Köklü bir tarihe	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm

sahip olması																		rotası üzerinde yer alması
Köklü bir tarihe sahip olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Büyük yerleşim yerlerine yakın olması
İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
İklimin bu turizm faaliyetini yılın dört mevsiminde yapılabilmesine olanak sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Büyük yerleşim yerlerine yakın olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması
Büyük yerleşim yerlerine yakın olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması
Kültürel turizm rotası üzerinde yer alması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İşletmelerin ziyaretçi ve turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği konumda bulunması

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin **“Antakya İlçesinin Zayıf Yönlerinin Yaratıcı Turizm**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla

Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanıtımın yetersiz olması
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkârların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)

Yaratıcı turizm bilincinin bölgede yeterince gelişmemiş olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanıtımın yetersiz olması
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Yaratıcı turizmin	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu turizm

yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması																		faaliyetinin sahip olduğu potansiyelin farkında olunmaması
Yaratıcı turizmin yeni bir sektör olmasından dolayı ilginin az olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanıtımın yetersiz olması
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Yeni çırak ve kalifiyeli elemanın yetişmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması

Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanıtımın yetersiz olması
Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Yaratıcı turizme konu olan unsurların pazarlama olanaklarının sınırlı olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Tanıtımın yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi
Tanıtımın yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması

Tanıtımın yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Tanıtımın yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Tanıtımın yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması
Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Bu alanların tur acenteleri ve rehberler tarafından ziyaret rotasına dahil edilmemesi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları
Atölye ve	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli

işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması																		desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu turizm faaliyetinin sahip olduğu potansiyelin farkında olunmaması
Atölye ve işletmelerin fiziksel olarak yetersiz olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)
Zanaatkarların bu turizm türüne umutsuz ve çekimser yaklaşmaları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması
Bu sektöre yeterli desteğin verilmemesi (Ekonomik vs.)	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm konusunda gelişmiş bölgelerin gerisinde kalması

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin **“Antakya İlçesinin Fırsatlarının Yaratıcı Turizm**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla

Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya’nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması

Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Yaratıcı turizmin ulusal ve uluslararası alanda Antakya'nın tanıtımı için bir araç olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi

sunması																		ve sosyal etkileşimi artırması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Turizm sektöründe yeni iş alanları oluşturarak istihdama katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı

sağlaması																		olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Yörenin turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Yerel halk ve zanaatkarlar için alternatif gelir kaynağı oluşturması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması

Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması
Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması
Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı

																		sunması
Sürdürülebilir turizm bilincinin artmasına olanak sağlaması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri
Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Yaratı turizm için yapılan ziyaretlerin yöre halkının sosyal yapısını geliştirmesi ve sosyal etkileşimi artırması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması
Yaratıcı turizm popülerliğinin artmasına bağlı olarak turistlerin bu türe doğru eğilim göstermeleri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması
Antakya'nın kent turizminin gelişimine katkı sunması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kadın ve genç istihdamına katkıda bulunması

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin **“Antakya İlçesinin Tehditlerinin Yaratıcı Turizm**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla

Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı
Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf) olması
Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Göçmen ve mülteci sorunu olması
Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
Yerel el sanatlarının unutulmaya yüz tutması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi
Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf)olması
Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Göçmen ve mülteci sorunu olması
Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
Sınır komşularındaki iç savaş ve bundan dolayı güvenlik kaygısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi
Alt ve üst yapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Göçmen ve mülteci

yatırımlarının yetersiz (zayıf)olması																		sorunu olması
Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf)olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	osyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz (zayıf)olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi
Göçmen ve mülteci sorunu olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	osyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması
Göçmen ve mülteci sorunu olması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi
Sosyo-kültürel açıdan yörenin yapısının bozulması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Salgın hastalıkların (Covid-19) yaygın olarak görülmesi

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Rümeysa SÖYLER
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Y. Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	26.04.2023