



T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA
BİLİM DALI

YÜKSEK
LİSANS
TEZİ

ALANYA'DA TURİZMİN
KENTSEL KÜLTÜREL DOKU
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

MEHMET SEFA DUMAN

SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK
LİSANS PROGRAMI

Antalya, 2021

T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**ALANYA'DA TURİZMİN KENTSEL KÜLTÜREL DOKU ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mehmet Sefa DUMAN

Danışman

Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

Antalya, 2021

DOĞRULUK BEYANI

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

..... / /

Adı-Soyadı

İmzası

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Mehmet Sefa DUMAN'ın bu çalışması 16.07.2021 tarihinde jürimiz tarafından Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programında **Yüksek Lisans Tezi** olarak **oy birliği/oy çokluğu** ile kabul edilmiştir.

İMZA

Başkan : Prof. Dr. Ahmet KÖÇ
(Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler
Eğitimi Bölümü)

Üye : Doç. Dr. Mevlüt GÜNDÜZ
(Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim
Bölümü)

Üye (Danışman) : Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA
(Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler
Eğitimi Bölümü)

YÜKSEK LİSANS TEZİNİN ADI:

ONAY: Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulunun tarihli ve sayılı kararıyla kabul edilmiştir.

TEŞEKKÜR

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

Tez çalışması süreci boyunca bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan değerli hocam Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA’ya, yüksek lisans eğitim sürecinde üzerimde emekleri olan bölüm hocalarım Prof. Dr. Ahmet KÖÇ ve Doç. Dr. Nadire Emel AKHAN’a, araştırma konuma destek veren Alanya Belediyesi’ne ve Alanya Belediye Başkanı Adem Murat YÜCEL’e, görüşme yaptığım katılımcılara ve yüksek lisans bölüm arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Mehmet Sefa DUMAN

ÖZET

ALANYA'DA TURİZMİN KENTSEL KÜLTÜREL DOKU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Mehmet Sefa DUMAN

Yüksek Lisans, Sosyal Bilgiler Eğitimi Ana Bilim Dalı

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

Temmuz, 2021, 108 Sayfa

Turizm sektörü ortaya çıktığı ilk günden itibaren kapsadığı bölgeler üzerinde farklı etkiler yaratmıştır. Bu çalışmanın amacı Alanya'da yaşayan insanların, turizm faaliyetlerinin kentsel ve kültürel doku üzerindeki etkilerine ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi olarak durum çalışması kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yoluyla belirlenen 15 kişi oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama formu olarak araştırmacı tarafından geliştirilen ve uzman görüşleri doğrultusunda son şekli verilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilerin değerlendirilmesinde betimsel analize başvurulmuştur. Yapılan betimsel analiz sonucunda yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan 17 sorunun her birine ilişkin çeşitli kategoriler elde edilmiştir. Katılımcıların Alanya'da yaşama tercihlerine ilişkin, Alanya'yı çok sevmeye, yaşadığı şehre hizmet etme arzusu, doğal ve kültürel zenginliklere sahip olması, Alanya'da turizm sektöründe çalışma, yerleşim alanlarının denize yakın olması ve Alanya'da doğma ve ailenin Alanya'da ikamet etmesi olmak üzere 6 kategori ortaya çıkmıştır. Katılımcıların turizm sektörü öncesi ve sonrasında kültürel yapıdaki değişime ilişkin; turizm öncesi dönemdeki kültürel yapı, turizm sonrası dönemdeki kültürel yapı, turizmin kültürel etkileri ve kültür turizminin gelişimi olmak üzere 4 kategori belirlenmiştir. Katılımcıların turizm sektörünün kentsel ve mimari etkilerine ilişkin, turizme bağlı kentsel ve mimari etkiler, turizme bağlı yapısal çeşitlilik, turizm öncesi dönemdeki kentsel yapı ve rekabet ortamı ve kentsel kimlik olmak üzere 4 kategori tespit edilmiştir. Genel olarak görüşme yapılan kişilerden elde edilen verilere göre turizmin Alanya'nın son yarım yüzyıldaki gelişmesinde en önemli paya sahip sektör olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca turizmin Alanya üzerinde kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel boyutlarda çeşitli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara dayalı olarak ortaya çıkan sonuçlar temelinde araştırmacılara, sektör işverenlerine, yerel ve merkezi yönetim erklerine yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kentsel ve Mimari Doku, Kültür, Alanya.

ABSTRACT

EFFECTS OF TOURISM ON URBAN CULTURAL TEXTURE IN ALANYA

Mehmet Sefa DUMAN

Master, Department of Social Studies Education

Thesis Manager: Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA

July, 2021, 108 Pages

The tourism sector has created different effects on the regions it covers since the first day it emerged. The aim of this study is to reveal the views of people living in Alanya about the effects of tourism activities on the urban and cultural texture. Qualitative research method and case study research design were used in the research. The participants of the research consisted of 15 people determined by criterion sampling, one of the purposeful sampling methods. In the research, a semi-structured interview form developed by the researcher and finalized in line with expert opinions was used as a data collection form. Descriptive analysis was used in the evaluation of the data obtained from the participants. As a result of the descriptive analysis, various categories were obtained for each of the 17 questions in the semi-structured interview form. Regarding the preferences of the participants to live in Alanya, the desire to love Alanya very much, to serve the city where they live, to have natural and cultural riches, to work in the tourism sector in Alanya, to be close to the sea in residential areas, and to be born in Alanya and the family's residence in Alanya, 6 categories emerged. Regarding the change in the cultural structure of the participants before and after the tourism sector; 4 categories were determined: the cultural structure in the pre-tourism period, the cultural structure in the post-tourism period, the cultural effects of tourism and the development of cultural tourism. Regarding the urban and architectural effects of the tourism sector of the participants, 4 categories were identified: tourism-related urban and architectural effects, tourism-related structural diversity, urban structure and competitive environment in the pre-tourism period, and urban identity. According to the data obtained from the interviewees in general, it has been understood that tourism is the sector that has the most important share in the development of Alanya in the last half century. In addition, it has been concluded that tourism has various effects on Alanya in cultural, economic, architectural and environmental dimensions. Based on the results obtained from the research, some suggestions were presented to researchers, sector employers, local and central government powers.

Keywords: *Tourism, Urban and Cultural Texture, Culture, Alanya.*

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLOLAR VE ŞEKİL LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	vii

BÖLÜM I

Giriş.....	1
1.1. Problem Durumu.....	4
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi.....	6
1.4. Sayıtlar	7
1.5. Sınırlılıklar	7
1.6. Tanımlar	7

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Tarihsel Süreçte Turizm.....	8
2.1.1. Turizmin Kültürel Etkileri.....	9
2.1.2. Turizmin Ekonomik Etkileri	13
2.1.3. Turizmin Mimari (Yapısal) Etkileri	16
2.1.4. Turizmin Çevresel Etkileri.....	18
2.2. Turistik Bir Destinasyon Olarak Alanya.....	20
2.2.1. Alanya’da Turizmin Kültürel Etkileri.....	24
2.2.2. Alanya’da Turizmin Ekonomik Etkileri	26
2.2.3. Alanya’da Turizmin Mimari (Yapısal) Etkileri	29
2.2.4. Alanya’da Turizmin Çevresel Etkileri	31

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....	34
3.2. Çalışma Grubu	35
3.3. Veri Toplama Aracı	36
3.4. Verilerin Analizi	37
3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik	37

BÖLÜM IV

BULGULAR

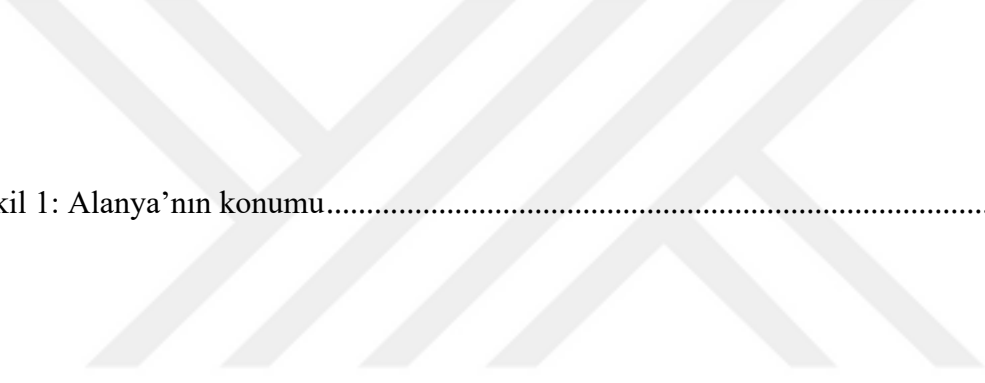
4.1. Alanya’da Yaşama Tercihlerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri.....	38
4.2. Katılımcıların Alanya’nın Demografik Yapısına İlişkin Görüşleri	41
4.3. Alanya’daki Nüfus Yapısında Turizm Sektörünün Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri	44
4.4. Turizm Sektörü Öncesinde ve Sonrasında Kültürel Yapıyla İlgili Katılımcıların Görüşleri	47
4.5. Turizm Sektörünün Kentsel ve Mimari Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri	50
4.6. Katılımcıların Alanya’nın Yöresel Kültürüne İlişkin Görüşleri	53
4.7. Farklı Kültürlerin Alanya’da Ağırlanması ve Turizm Etkisine İlişkin Katılımcıların Görüşleri	56
4.8. Alanya Yerel Kültürünün Kente Yeni Gelen İnsanları Benimsemesine İlişkin Katılımcıların Görüşleri	59
4.9. Yeni Kültürlerin Yaşatılmasına İlişkin Katılımcıların Görüşleri.....	62
4.10. Turizme Bağlı Karmaşıklıkların Kültürel Etkilerine Yönelik Katılımcıların Görüşleri	65
4.11. Alanya’nın Tarihsel Süreçte Değişen Görünümüne İlişkin Katılımcıların Görüşleri .	68
4.12. Turizmin Ekonomik ve Sosyal Yapıdaki Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri .	71
4.13. İnsan Etkinliklerine, Etkileşimlerine ve Binaların Kullanımına İlişkin Katılımcıların Görüşleri	75
4.14. Alanya’nın Coğrafi Özelliklerinin Değişimleri Etkileme Durumuna İlişkin Katılımcıların Görüşleri	79
4.15. Turizmden Sonra Mekânsal Etkileşim Konusunda Katılımcıların Görüşleri	82

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma.....	86
5.2. Öneriler	92
KAYNAKÇA	94
EKLER	103
EK 1.....	104
EK 2.....	106
İNTİHAL RAPORU.....	107

TABLÖLAR VE ŞEKİL LİSTESİ

Tablo 1: Turizmde Döviz Geliri ve Döviz Giderine Bağlı Pozitif-Negatif Etki	14
Tablo 2: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiyatlarıyla)	15
Tablo 3: Alanya'ya Gelen Yabancı Turist Sayısının Antalya ve Türkiye İçindeki Yeri	21
Tablo 4: Alanya'nın 1985-2019 Arasındaki Bazı Yıllarda Nüfus Sayıları	23
Tablo 5: Alanya'da Hizmet Veren Bakanlık Belgeli ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri	27
Tablo 6: Alanya'da Ziyaretçi Sayılarına Göre Turizm Gelirlerinin Yıllar Bazında Dağılımı ..	28
Tablo 7: Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	35
	
Şekil 1: Alanya'nın konumu.....	20

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt: Aktaran

ALTSO: Alanya Ticaret ve Sanayi Odası

BAE: Birleşik Arap Emirlikleri

GSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla

KBOH: Kişi Başı Ortalama Harcama

KTB: Kültür ve Turizm Bakanlığı

OECD: Organisation for Economic Cooperation and Development (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı)

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

UN: United Nations (Birleşmiş Milletler)

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

UNWTO: United Nation World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)

YİGM: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü

BÖLÜM I

GİRİŞ

Toplumların yaşantılarını etnik, kültürel, mimari, sosyal ve ekonomik yapısı bakımından etkileyen olaylar ve durumlar vardır. Bunlara örnek olarak tarım, hayvancılık, sanayi sektörlerinin yanı sıra üretim faaliyetleri, iş ve eğitim imkanları ile yaşam kaynakları gibi etkiler gösterilebilir. Bu durumların belli bir bölgede bir arada bulunan toplumun, kent yaşantısının şekillenmesinde önemli payı vardır. Bu paya sahip etkilerden biri de turizmdir. Uslu (1990) turizmi, insanların geçici olarak bir yerden başka bir yere başta dinlenme ve tatil amaçlı olmak üzere sağlık, kültür, spor, diğer toplumları tanıma vb. amaçlar doğrultusunda giderek, orada konaklamaları şeklinde tanımlamaktadır. Mathieson ve Wall'a göre (1982) turizm, insanların istirahat etme ve çeşitli ihtiyaçlarını karşılama amacıyla belirli bir süreliğine yaşadıkları yerden ayrılmalarıdır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizmi, insanların, sürekli olarak bulundukları olağan ortamlarının dışındaki yerlerde ticari ve ekonomik kazanç elde etmeden, geçici olarak konaklamaları ile ortaya çıkan ilişkilerin tümü olarak tanımlamıştır. Turizm, geçtiğimiz son yarım yüzyılda ciddi ilerleme kaydederek pazar büyüklüğü ve ekonomik potansiyeli ile dünyanın önde gelen endüstrilerinden biri olmuştur. Bu durumun oluşmasında sosyal yapının, teknolojik gelişmelerin, üretim biçimlerinin ve turizm pazarının niteliğinin etkili olduğu görülmektedir (Akoğlu Kozak, Evren, & Çakır, 2013).

Turizm amacıyla ülkemizi ziyaret eden insanlara turist diyebiliriz. McIntosh ve Goeldner'e göre (1986) turist, tatil yapma ve vakitlerini değerlendirme amacıyla gittikleri bölgede en az 24 saat kalan insanlara denir. Turistlerin ziyaret ettikleri bölgede sürekli olarak yaşayan, çeşitli sektörler üzerinden geçimlerini sağlayan ve o bölgenin kalkınmasında (turizm, ekonomik, kültür, ticari, eğitim, sağlık vb. alanlarda) rol alan insanlara yerli halk diyebiliriz. Daha farklı bir ifade ile yerli halkı; belli bir bölgede, hep beraber ortak bir yaşam tarzını benimseyerek hayatını sürdüren büyük insan topluluğu şeklinde tanımlayabiliriz (Dönmezer, 1984). Turistlerin, gittikleri bölgelerde insanlarla etkileşimi kaçınılmazdır. Bu durum o bölgedeki yerli halkın turistlerle karşılaştığı andan itibaren geçerlidir. Tayfun'a göre (2002), yerli halk ile turistler arasında hayat tarzı, kişisel ilişkiler, tüketim hareketleri, fikir, düşünce, kılık kıyafet ve kültürel alanda çeşitli etkileşimler olabilmektedir. Bu etkileşimler sonucunda gerek yerli halk gerekse yabancı turistler karşılıklı olarak birbirlerine bazı özellikler ve değişimler kazandırmaktadır. Ancak literatürde bu durum daha çok, yabancı turistlerin gittikleri ülkelerde yerli halkın yaşantısını etkilediği yönündedir (Roney, 2011). Özellikle gelişmişlik

anlamında birbirine uzak ülkelerde bu etkileşim kendisini daha fazla belli etmektedir. Kültürel-ekonomik-sosyal yaşantı vb. alanlarda birbirine denk veya yakın olan ülkelerde ise turist yerli halk etkileşimi daha az olmaktadır (Demircioğlu, 1997).

Ülkemize göre daha gelişmiş ülkelere gelen turistler kendi yaşam tarzlarını, gelenek ve göreneklerini tatile geldikleri bölgede de sürdürebilirler. Bu gibi durumlarda yerli halk tarafından kabul edilip, benimsenen olgular olduğu gibi tam tersi tepki çekebilene, bölgenin örf, adet ve kültürüne aykırı davranışlar yerli halk tarafından kabul görmemektedir (Gürbüz, 2002). Örneğin; gelişmiş ülkelere gelen turistlerin çevre temizliğine duyarlılığı, insan ilişkilerinde genellikle pozitif olmaları ve kitap okuma kültürleri yerli halk tarafından benimsenebilir. Ancak yerli halk kültürünü tehdit edici bazı unsurlar tepki görebilir. Özellikle bölgedeki geleneksel düzenin olumsuz etkilenmesi, gençlerin ahlaki yönden zayıflayacakları düşüncesi yerli halkı rahatsız edebilir (Gürbüz, 2002). Bu gibi durumlarda da turistler ile yerli halk arasında kültür çatışmaları yaşanabilir.

Turizmin olduğu yerde yabancı turistler ile bölge halkı arasında yaşanabilecek bir başka etkileşim ise konuşulan dildir. Turistler gittikleri bölgede kendi dillerinin veya bildikleri bir dilin konuşulmasını isterler. Tabi bu durum, turistlerin temasta olduğu o bölgede çalışan turizm personeli için geçerlidir. Böylece turizmde faaliyet gösteren insanlar yabancı turistlerle anlaşabilmek için onların dillerini öğrenmeye çalışırlar (Coltman, 1989). Yeni dillerin öğrenilmesi yerel halkın gelişimine katkı sağlar. Ancak bu durum gündelik hayatta yabancı kelimelerin Türkçe cümleler arasına karışmasına yol açabilir. Ryan'a göre (1991), turistlerle sık sık yabancı dil konuşan yerli halklar, kendi dillerinin bir miktar erozyona uğramasına neden olmaktadır. Çünkü farklı bir dili konuşmaya alışan insanlar bir süre sonra gündelik hayatta kendi dilleri içinde yabancı kelimeleri daha sık kullanmaya başlarlar (Tayfun, 2002). Bu durum dilimizin zamanla kaybolmasına neden olabilir ve asırlardır süregelen dil kültürümüzü yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bırakabilir.

Kentlerin geçmişten günümüze kendilerine özgü biriktirdiği kimlikleri vardır. Bu kimlik dışardan bir etkileşim olmadığı sürece nesilden nesile korunabilir. Oğurlu'ya göre (2014), kentler dünya üzerinde uzun yıllar sonucunda birer kimlik oluşturmuş ve günümüze kadar o kimlikle anılarak gelmişlerdir. Ancak küreselleşen dünyada teknolojinin hızla ilerlemesi ve ulaşım da zamanın kısalıp, konforun artması kozmopolit kent kimlikleri ortaya çıkarabilmektedir. Bu duruma sebep etkenlerden birisi de turizmdir. Turistler tarafından cazibe merkezi olarak görülen kentlerde yerel halk ile turist etkileşimi kentin kimliği üzerinde yeniliklere ve değişimlere sebep olabilmektedir.

Son yüzyılda ülkeler, tarım ve sanayinin dışında ekonomik olarak çeşitli arayışlara gitmişlerdir. Bu arayış neticesinde insanların toplu olarak seyahat etmeleri ile ortaya çıkan turizm, devletlerin ekonomik olarak gelişmesindeki önemli unsur haline gelmiştir (Çamyamaç, 2017). Bu yüzden ülkeler, turizmi yatırım politikalarına dahil ederek bu alanda ilerlemeye çalışmışlardır. Özellikle sanayi üretiminden yoksun gelişmeye çalışan devletler, turizm kaynağı niteliği taşıyan unsurlarını geliştirerek aktif kullanmaya çalışmışlardır (Çeken, 2008). Böylece dünyaca ünlü, tanınmış turizm bölgeleri ortaya çıkmıştır. Somut bir örnek olması için bu konuda Birleşik Arap Emirlikleri'nde (BAE) bulunan Dubai şehrini ele alabiliriz. Turizm alanında önemli bir faaliyeti olmayan Dubai, 20. asır sonundan itibaren petrole dayalı ekonomiye alternatif olarak turizm harcamalarını arttırmıştır. Günümüzde ise tatil amacıyla insanların ilgisini çekebilecek cazibe merkezi haline gelmeye başlamıştır (Yersel, 2010).

Ülkemiz yakın tarihinde de turizme verilen önem artmış ve belirli yerlerde turizm bölgeleri ön plana çıkmıştır. Günümüzde bu bölgeleri daha çok “turizm destinasyonu” olarak adlandırmaktayız. Özdemir'e göre (2007) turizm destinasyonu, o bölgede sahip olduğu doğal ve yapay turizm kaynakları ile turistlerin ilgisini çeken, birçok kurumla bağlantılı karmaşık bir yapıdır. Turistlerin ilgisini çekmeyi sağlayacak önemli etken ise o bölgedeki doğal ve yapay unsurların pazarlanmasıdır. Destinasyon pazarlamasında etkili dört ilke vardır. Bunlar; destinasyon imajının oluşturulması, destinasyon markasının geliştirilmesi, destinasyon vizyonunun ifade edilmesi ve destinasyonun konumlandırılmasıdır akt. (Kavacık, Zafer, & İnal, 2012). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre (2007b), ülkemiz turizm destinasyonları arasında en önde gelen kentimiz İstanbul'dur. Konum olarak Avrupa ve Asya kıtalarını birleştiren bir noktadadır. Derin tarihi ile Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarına başkentlik yapmış olması, konaklama imkanları ve ulaşım ağlarının gelişmiş olmasıyla İstanbul; her yıl ortalama 8 milyon ziyaretçiyi ağırlamaktadır (Şarkaya İçellioğlu, 2014). İstanbul'un turizmde; konum, tarih, ulaşım imajından farklı olarak kıyı turizmüne sahip destinasyonlarda turistler daha çok deniz, kum ve güneşi tercih etmektedirler. Ülkemizde bu alanda, özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde yer alan Antalya, Muğla, Aydın, İzmir illeri kıyı sahili boyunca ön plana çıkan birçok turistik destinasyon bulunmaktadır. Doğal ve beşeri unsurları, tarihi birikimi, deniz, kum, ve güneşiyle Antalya'nın Alanya ilçesi bu destinasyonlar arasında önde gelen bir kenttir. Yakın tarihinden beri Alanya'daki turizm imajı markalaşmış, uluslararası turizm piyasasına konumlanmış ve vizyonunu genişletmiştir.

Alanya'da turizm amaçlı ilk faaliyet, 1948 yılında bulunan ve doğal bir güzellik olan Damlataş Mağarası'nın 1954 yılında sağlık turizmine sunulmasıyla başlamıştır. Doğal

güzelliklerin yanında Alanya Kalesi, Kızıl Kule, Selçuklu Tersanesi ve Tophanesi gibi tarihi yapılar da ilerleyen yıllarda turistlerin ilgi gösterdiği yerler arasına girmiştir (Akış, 2007). Ancak Erdem'e göre (2001), Alanya en çok deniz turizmiyle ön plana çıkmakta ve buna sebep olarak bölgedeki ören yerlerinin azlığı gösterilmektedir.

1.1. Problem Durumu

Her kentin kendisine özgü bir kültürü ve yaşantısı vardır. Bu kültür ve yaşantı, o kentte bulunan toplumun asırlardır nesilden nesile aktarılan birikimleri sonucunda varlığını korur. Ancak bazı durumlarda bu kentsel birikim değişime veya dönüşüme uğrayabilir. Hatta uzun yıllar öncesinden gelen oturmuş kültür zamanla tamamen ortadan kalkabilir. Buna sebep olan durumlar arasında sayısız birçok neden vardır. Bu nedenler arasında kentin ekonomik, ticari, siyasi, sağlık, eğitim vb. sebeplerle alıp-verdiği göçü, teknolojinin ilerlemesi ile insanlar arasında yeni iletişim ve etkileşim türlerinin oluşabilmesi gibi etkiler örnek verilebilir. Bu etkilerin yanı sıra kent kültürünün yapısının şekillenmesindeki önemli bir başka unsur da turizmdir. Turizmin olduğu bir kentte bölge halkının turistlerle olan etkileşimi kaçınılmazdır. Bu etkileşim sonucunda turizm kentindeki yerli halk ile turistler arasında karşılıklı kültür aktarımı gerçekleşebilmektedir. Çünkü turizm amacıyla bir bölgeye dışardan gelen misafirler, gittikleri yere alışkanlıklarını, yaşam tarzlarını ve kendilerine ait değerleri de götürmektedirler (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010) akt. (Özel, 2014). Örf, adet, gelenek, görenek, dil, din, evlilikler, insan ilişkileri, ailevi ve akrabalık bağları gibi uzun yıllar süregelen birçok farklı kültür birikimi turizmin etkisiyle zamanla değişime uğrayabilir. Araştırmanın giriş bölümünde böyle bir durumda daha çok turistlerin baskın taraf olduğundan ve yerli halkı etkilediklerinden bahsedilmiştir. Özellikle aile yapılarında gelenek ve göreneklerle ilgili bazı değişimler vardır. Bu değişimlere yerli-yabancı evlilikleri, kızların turizmde çalışmaları, aile içinde kadınların etkisinin artması gibi örnekler verilebilir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010) akt. (Özel, 2014).

Ülkemizde kıyı turizminde aktif destinasyonların özellikle yaz aylarında yabancı turist bakımından fazla ziyaretçileri olmaktadır. Son yıllarda ise bu ziyaretler kalıcı hale gelmeye başlamıştır. Turistik gezi için bölgeye gelen yabancı ziyaretçiler yazlık veya tamamen yerleşme amacıyla turizm destinasyonlarından konutlar satın almaya başlamışlardır. Mutluer ve Südaş'a göre (2005), ülkemize gelen yabancı uyruklu insanlar daha çok batıdaki kıyı bölgelerimizden konutlar almaktadırlar. Bu durum neticesinde daha çok yaz aylarında olan turist-yerli halk kültürel etkileşimi, yabancılara konut satışıyla bütün yıla yayılmıştır. Doğan'a göre (2004) akt.

(Özel, 2014), turizm kentlerinde turistlerin yapısı, yapılan seyahatin türü, bölge halkının dışarıyla ve turistlerle olan ilişki şekilleri kültürel etkileşim düzeyini etkilemektedir.

Günümüzde, kıyı turizm destinasyonlarında ikamet eden yabancılar veya turistler ile yerli halk arasında zaman zaman kültür uyumsuzluğu yaşanabilmektedir. Bu duruma bağlı olarak kültürel çatışmalar, sosyal uyumsuzluk, ahlaki değerlere aykırılık gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Yabancılarla aynı bölgede yaşamaya yeterince adapte olamamış yerlilerin olduğu kentlerde, benzer sorunlara daha fazla rastlanmaktadır.

Uzun yıllar boyunca süregelen deniz, kum ve güneş imajının yanı sıra tarihi yapısı, doğal güzellikleri, konaklama imkanları ve kültürel dokusuyla ön plana çıkan Alanya'da yabancı insanlarla yerli halk etkileşimi oldukça fazladır. Alanya'nın; ekonomik, sosyal ve idari olarak merkezi bir pozisyonda olması, uluslararası turizm piyasasında güvenli bir kent olarak bilinmesi, hava, kara ve deniz yollarında kolayca ulaşılabilir bir konumda bulunması kentin cazibe merkezi haline gelmesinde etkili olmuştur (2020-2024 Alanya Belediyesi Stratejik Planı, 2020) Bu unsurlar kente olan ilgiyi arttırmış, yurtdışı ve yurtiçinden göç almasını sağlamıştır. Yurtdışından gelen göçler, genellikle yazları turistik gezi amacıyla Alanya'yı ziyaret edenlerin bu kentte yaşama isteklerine bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Böylece yabancı uyruklulara konut satışında Alanya, ülkemizde önemli bir konuma yükselmiştir. Yurtiçinden gelen göçler ise daha çok turizm sektöründe çalışabilmek için ülkemiz doğu ve güneydoğu vilayetlerinden olmaktadır. Turizmin yükselişe geçtiği yaz aylarında mevsimlik işçi olarak gelenler arasında tıpkı yabancı turistlerde olduğu gibi Alanya'dan konut satın alıp kente yerleşen aile ve insan sayısı da fazla miktardadır. Bu duruma bağlı olarak Alanya, kozmopolit bir kent yapısına ve kültürel çeşitliliğe sahip olmuştur.

Turizm faaliyetlerinin kentlerin ve yerel kültürlerin üzerindeki etkilerini inceleyen yerli ve uluslararası literatürde pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir (Butler, 1980; Raymond ve Brown, 2007; Demirkaya ve Çetin, 2010; Demirkaya, 2012; Demirkaya, Sarı ve Ertürk, 2012; Çal ve Demirkaya, 2012; Aksoy, Karakuş ve Çetin, 2013; Baltacı ve Çevirgen, 2020; Matthew, Ede, Osabohien, Ejemeyovwi, Ayanda ve Okunbor, 2021).

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Alanya'da turizm sektörünün kent üzerindeki olumlu veya olumsuz kültürel etkilerini Alanya'da yaşayan yerli ve yabancı insanların görüşlerine başvurarak ortaya koymaktır. Araştırma içeriğindeki sorularla turizmin Alanya üzerindeki

ekonomik, yapısal (mimari), sosyal ve çevresel etki düzeylerine de cevaplar aranmıştır. Bu genel amaca bağlı olarak araştırmada yanıtı aranan sorular şunlardır:

- Alanya’da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkileri nelerdir?
- Alanya’da turizmin mimari yapılar üzerindeki etkileri nelerdir?
- Alanya’da turizmin kent ekonomisi üzerindeki etkileri nelerdir?
- Alanya’da turizmin çevresel etkileri nelerdir?
- Turistik bir destinasyon olarak Alanya’nın marka değeri nedir?
- Turizmin, Alanya’nın demografik yapısı üzerindeki etkileri nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizm, kentlerin kültürel dokularının şekillenmesinde oldukça etkili bir sektördür. Bu etki, bir bölgedeki turizmin ne denli faal durumda olduğuna bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. Ülkemizde kıyı turizmine sahip kentler, havaların ısınmasıyla insan hareketliliği bakımından canlanmaya başlar. Yaz aylarında maksimum seviyeye ulaşan bu canlılık, yerli ve yabancı insanların bir arada bulunmasıyla kültürel çeşitliliğe sebep olur. Ülkemizde kıyı turizmine sahip kentler arasında önde gelen destinasyonlardan biri olan Alanya; yaz aylarında yapılan turistik ziyaretlerle, yurtiçi ve yurtdışından aldığı göçün etkisiyle önemli bir kültürel çeşitliliği bünyesinde barındırmaktadır. Araştırma, turizm sektörüne bağlı olarak Alanya’da:

- Turist ve yerli halk etkileşiminin hangi düzeyde olduğunu belirlemede,
- Turizm öncesi dönem ile turizm sonrası dönemi karşılaştırmada,
- İlçe nüfusunun şekillenmesinde turizm sektörünün payını ve etkisini belirlemede,
- Turizm sektörünün gelişmesiyle değişim gösteren kültürel dokunun ortaya konulmasında,
- Turizm faaliyetleri ile kentsel ve mimari yapılanmanın nasıl etkilendiğini belirlemede,
- Turizmin ekonomik anlamda etkisinin ortaya konulmasında,
- Turizm ile insanların sosyal ve çevresel yaşantılarının belirlenmesinde, yapılacak tüm çalışmalara belge niteliğinde katkı sağlayacaktır.

Yoğun turizm faaliyetlerinin bulunduğu bir kentte bir arada yaşayan yerel halk ve yabancıların, kent yaşantısıyla ilgili genel anlamda görüşlerinin alınması bölge turizminin

gelişimine katkı sağlayacak ve varsa sorunların çözümü için faydalı olacaktır. Nitekim Doğan ve Üngören'e göre (2010), turizm kentinde yaşayan insanların sektördeki gelişimle ilgili görüş ve önerilerini almak, kendilerini bu sürece etki eden önemli bir unsur olarak görmelerini sağlayacaktır.

1.4. Sayıtlılar

Araştırmanın temel sayıtlıları şunlardır;

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

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma;

- Alanya'da turizmle ve turizmin gelişme süreciyle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkisi olan belirli 15 katılımcı,
- Mekân olarak Alanya ilçesi,
- Tümü 18 yaşından büyük, yetişkin bireyler,
- Zaman olarak 2020 Ekim ve 2021 Nisan ayları,
- Ulaşılan kaynaklar ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Destinasyon: Turistlerin yaşadıkları bölgenin dışında tatil yaptığı, dinlendiği, çeşitli etkinliklerle vakit geçirdiği ve turistlerin ilgisini çekebilecek ürünlerin sergilendiği yerlerdir (Buhalis, 2000) akt. (Tekin, 2017).

Kültür: Birçok gerçek ve nesnel durumu bünyesinde tutan oldukça büyük bir alandır. Doğumdan ölüme kadar geçen sürede insana daha çok çevresel anlamda etki eden her şey (konuşulan dil, gelenek-görenek, insan ilişkileri vb.), o kişinin içinde bulunduğu kültüre göre değişim gösterebilmektedir (Albayrak & Özmen, 2018).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Tarihsel Süreçte Turizm

İnsanlar, bulundukları ortamları belirli aralıklarla bir süreliğine değiştirme ihtiyacı duyarlar. Bu durum, doğası gereği insanların sürekli olarak öğrenip, keşfedebilecekleri yeni arayışlara yönelme isteklerinden kaynaklanır. Özellikle yaşanan şehrin dışında; farklı kültürlerin, tarihi yerlerin ve doğal güzelliklerin keşfedilme merakı, dünya üzerinde belirli bölgelerde turizm sektörünün doğmasına sebep olmuştur. Doğanay ve Zaman'a göre (2016), turizmde başrol insandır ve onun içindeki bir yerden başka bir yere seyahat etme isteği turizmin önemli dinamiklerindendir. 20. yüzyıl sonrasında ulaşım ağlarının, teknolojinin, konaklama imkanlarının ve insanlar arası iletişimin aktarılacağı alternatif kanalların gelişmesiyle turizm, tarım ve sanayi sektörleriyle yarışabilecek kadar önemli bir sektör haline gelmeye başlamıştır.

Araştırmanın giriş kısmında turizmin tanımına ilgili literatür araştırılarak yer verilmiştir. Ancak günümüzde turizmin, karmaşık yapısı ve pek çok farklı alanda hizmet veren sektör olması sebebiyle standart (sabit) bir tanımı bulunmamaktadır (Yersel, 2010). Bu nedenle tarihte bilinen bazı önemli tanımlar örnek olarak kullanılmaktadır. Turizmin, modern anlamda ilk tanımını 1905'te Alman E. Guyar-Freuler yapmıştır. Buna göre turizm; gelişen ekonomik faaliyetler, oluşan dinlenme ihtiyacı ile sanayide ve ulaşımında yaşanan gelişmeler neticesinde insanlar arasında oluşan ilişkiler şeklinde tanımlanmıştır (Akoğlan Kozak, 2012).

Turizm, ortaya çıktığı ilk zamanlarda verdiği haz ile statü ve yaşantı olarak gelişmiş toplumlarda daha çok görülmeye başlamıştır (Akoğlan Kozak, Evren, & Çakır, 2013). Gartner (1996) bu dönemi modern öncesi turizm paradigmasının etkili olduğu dönem olarak adlandırmaktadır. Ancak günümüze kadar gelen süreçte insanların seyahati, konaklaması ve azami ihtiyaçlarının karşılanmasındaki imkanların gelişmesiyle beraber turizm destinasyonlarında rekabetin artması statü farkını azaltmaya başlamıştır. Orhon'a göre (1977) akt. (Yersel, 2010) 1850'li yıllar sonrasında demiryolları ve buharlı gemilerin gelişmesi gibi teknik alanda yapılan yeniliklerle ulaşım hızlanmış ve seyahat masrafları azalmıştır. Bu duruma bağlı olarak dünya üzerindeki turizm faaliyetleri belirli bir zümreye ait olmaktan çıkıp, daha farklı ekonomik düzeye sahip insanları da etkisi altına almıştır.

Yaşanılan toplumsal ve teknolojik gelişim ile değişimlerle birlikte seyahat etmek bir hak olarak evrensel bildirilerle güvence altına alınmıştır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları

Evrensel Bildirgesi'nin 13. Maddesinde de belirtildiği gibi herkes, bir devletin sınırları içerisinde serbestçe dolaşma ve yerleşme hakkına sahiptir (TBMM, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi). Yoğun çalışma koşullarında bireyler kendilerine tanınan izin, tatil gibi hakları dinlenme ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kullanmaktadırlar. Bu nedenle insanlar bu haklarını maddi imkanlarına göre, bulunduğu ortamı değiştirip başka şehirleri veya ülkeleri keşfederek ve en önemlisi oralarda tatil yapıp, dinlenerek geçirmeyi tercih ederler. Söz konusu dinlenme olduğunda turistler daha çok deniz kenarı, plaj turizminin aktif olduğu destinasyonları tercih etmektedirler. Eralp'e göre (1983), 1800'lü yılların yaklaşmasıyla deniz, kum, güneş ve faydalı sulara talebin artması sonucunda, bu gibi doğal güzelliklerin bulunduğu bölgelerde turizm için plaj ve kaplıca kentleşmeleri oluşmaya başlamıştır. Bu durum turizmin, günümüze kadar geçen sürede daha sistemsal ve kurumsal olarak ilerlemesinde önemli bir aşama olmuştur. Nitekim şu anda dünya üzerinde geçimini sadece deniz turizmi üzerinden yapan çok sayıda turizm destinasyonu bulunmaktadır.

Deniz, kum ve güneşin olduğu bölgelerde hava şartlarının iyi ve doğal güzelliklerin bol olması, o bölgeyi yaşanılabilir yer olması bakımından ön plana çıkarmaktadır. Bu nedenle deniz turizminin olduğu destinasyonlarda ziyaretçi sayısı fazladır. Ayrıca ziyarete gelenler arasında, yaşanılabilir şehir olması sebebiyle oraya tamamen yerleşmek isteyen insan sayısı da fazladır. O yüzden turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı sayısı, turizmin olmadığı kentlere göre daha yüksektir. Bölgede bu durum ticarete de yansımaktadır. Turizm destinasyonları; gelen yabancı ziyaretçilere hizmet edebilmek, süreklilik sağlamak ve en önemlisi ekonomik bir gelir elde edebilmek için çok sayıda iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu iş gücü ihtiyacı genellikle dışarıdan destinasyon bölgesine yapılan geçici veya kalıcı göçlerle karşılanmaktadır. Bölge nüfusunun sayısı ve yapısı, sektörde çalışma amacıyla yapılan göçler ile destinasyonu ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin bir arada bulunması sonucunda önemli derecede etkilenmektedir. Dolayısıyla ortaya karmaşık bir nüfus yapısı çıkmaktadır. Bu durum, destinasyon bölgesindeki yaşamı kültürel, ekonomik, mimari (yapısal) ve çevresel açılardan etkilemektedir.

2.1.1. Turizmin Kültürel Etkileri

Kültür, tanım olarak çok geniş bir alana hakimdir. Raynold Williams, kültürün yüz altmış dört tanımının olduğunu söylemektedir (Gökalp, 2013). Taylor'a göre (1991) kültür, belli bir grubun içinde bulunan insanın yaşantısını, geleneklerini, bilgisini, sanatını ve yeteneklerini içeren çok boyutlu bir kavramdır. Emekli'ye göre (2006) kültür, insanın doğayla uyum içinde hayatını devam ettirebilmesi için ortaya çıkardığı her şeydir. Her toplumun

kendisine özgü bir kültürü vardır. Bu özgünlük insanların birbirinden farklı özelliklere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Böylece yaşamın olduğu her yerde kültürel çeşitlilik insanlar tarafından sürekli olarak devam ettirilmektedir. Nitekim bir insanın hayatındaki pek çok şey doğrudan veya dolaylı olarak o insanın kültürüyle bağlantılıdır. Çünkü insan, belli koşulların içine doğar. Bu koşullar çerçevesinde kendisini var eder. Nerede kiminle büyüdüğümüz, kültürel kodlarımız ve çevremiz kimliğimizi oluşturur. Örneğin; bir bebek dünyaya geldiği günden itibaren bulunduğu ortamın ve çevresindeki kişilerin kültürüyle yetişmeye başlar. Zamanla konuştuğu dil, gündelik yaşantısı, kıyafet tercihi, ailevi bağları, örf ve adetleri bu kültüre göre oluşum gösterir (Albayrak & Özmen, 2018).

İnsan, doğası gereği sosyal bir varlıktır ve sosyalleşme ihtiyacı duymaktadır. Sosyalleşmeye bağlı olarak insanlar, bulundukları mekânın veya kentin dışına çıkarak yeni yerleri keşfetmek, gezmek, dinlenmek ve tatil yapmak isterler. İnsan, insanı tanımak ve ona dair yeni şeyler öğrenmek ister. Yani insanın olduğu yerde kültür ve kültürel etkileşim vardır. Gürkan'a göre (1996), yaşadığı yerden başka bir yere giden kişi sadece coğrafi olarak değil, toplumsal ve kültürel olarak da farklı bir yaşam alanıyla karşılaşır. Bu karşılaşmalar sonucunda turizm bölgesi, farklı kültürlerin buluşma noktası haline gelmektedir. Tüm bu etkileşimler değerlendirildiğinde turizm ve kültür birbirinden bağımsız düşünülemez iki kavramdır. Çünkü turizmin olduğu yerde insan vardır. İnsan da toplumsallaşma sürecinde kazandığı kimliğiyle kültürün üreticisi ve taşıyıcısı konumundadır. Turizm, yerel kaynakların öne çıkarılarak korunmasını mümkün kılar. Yerel kimlikler, yaşam biçimleri, konuşulan dil, sosyal ilişkiler, gelenek ve görenekler destinasyonun kültürel kimliğini oluşturur. Bir destinasyonun kültürel kimliği o yerin çekicilik unsurunu oluşturur. Kültürel öğelerin korunması çekicilik unsurunun devam ettirilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizmin çevre ve kültürel miras üzerinde olumsuz etkilerini en aza indirmek amacıyla “Küresel Turizm Etiği İlkelerinin” oluşturulmasına öncülük etmiştir. Genel olarak küresel turizm etiği ilkeleri; turizm etkinliklerinin geleneksel kültür ürünleri, eserleri, folklorik öğelerin bozulması ve bu değerlerin standartlaşması yerine, onları zenginleştirecek şekilde planlanması ve yerel nüfusun turizmin doğrudan olumlu etkilerinden yararlanmasını gerektğini belirterek turizmin devamlılığı için kültürel ve fiziksel değerlerinin özgünlüklerinin korunarak kullanılması gerektiğini vurgular (Uslu & Kiper, 2006).

Kültürel anlamda özgünlüğünü koruyabilen destinasyonlar, sadece doğal güzellikleri veya beşeri unsurlarıyla ön planda olan turizm bölgelerine göre alternatif çekicilik unsuruna sahiptirler. Ancak son yıllarda ulaşım ve konaklama alanlarında yaşanan gelişmeler sonucunda,

turizm kentlerindeki kültürel dokunun özgünlüğünün korunması giderek zorlaşmaya başlamıştır. Dünya üzerinde artan nüfus, kolay ulaşım, konforlu konaklama ve destinasyonlar arası artan rekabetten kaynaklı ucuz tatil fırsatı insanların sık sık bu bölgelere giderek orada vakit geçirmelerini sağlamaktadır. Bu durumun olumlu veya olumsuz birçok farklı sonucu vardır ancak özellikle kültürel alandaki etkisi daha fazladır. Çünkü sürekli olarak dışarıdan misafir alan destinasyonun kendisine özgü kültürü koruması zordur ve oraya gelen insanların yerel halkla kültürel etkileşimi kaçınılmazdır. Ryan'a göre (1991) bu etkileşim, yerel halk ile turizm destinasyonuna gelen turistler arasında karşılıklı olabilir. Ancak destinasyona gelen turist sayısı düşükse, yerel halk turistler üzerinde kültürel anlamda daha yüksek etki yaratabilir. Turist, tatile çıktığı andan itibaren kültürel etkileşime açık hâle gelir. Örneğin; yolculuk sırasında, konaklama yerinde, bir mekânda yemek yerken, bir ortamda bulunurken, alışveriş yaparken, turistik tesisleri gezerken kültürel aktarımda bulunabilir veya kendisi farklı bir kültürden etkilenebilir (Reisinger, 1994) akt. (Tayfun, 2002). Bu bağlamda en çok etkilenen kültürel öğelerden biri konuşulan dildir.

Dil, dünyaya geldiğimiz ilk andan itibaren çevreden duyduğumuz sesler ile hafızamıza işlemeye başlar. Büyümeye devam ettikçe duyduğumuz bu sesleri çıkarmaya başlarız ve gün gelir o sesler kelimelere, hatta cümlelere dönüşür. İnsanın içinde bulunduğu yaşam alanı, konuşacağı dili etkileyen en önemli faktördür. Hangi coğrafyada hayata geldiysek, ilk olarak o bölgede konuşulan dil yaşamımıza işlemeye başlar. Bu durum bir yaşam döngüsü şeklinde devam eder. Böylece dilin nesilden nesile aktarımı gerçekleşmiş olur. Genetik olarak değil de insan etkileşimiyle aktarıldığı için dil bir kültürel öğedir. Demir'e göre (2014), geçmişten günümüze kültürel aktarımının en etkili yöntemi dildir. Dil sayesinde kültür, yapısı bozulmadan sonraki kuşaklara aktarılır. Günümüzde insanlar gerek kendi ana dillerine tam anlamıyla hakim olabilmek, gerekse dünya üzerinde en çok konuşulan yabancı dilleri öğrenebilmek için dil konusunda donanımlarını geliştirmeye çalışırlar. Dil bilme avantajını kullanarak daha iyi bir işte çalışabilmek, yurt dışı seyahatlerinde kolay iletişim kurabilmek ve çağı yakalayabilmek için giderek küreselleşen dünyada insanlar, bu tarz yönelimlere sevk edilmiştir. Özellikle tatil amaçlı yapılan yurt dışı seyahatlerinde konuşulan ana dilden farklı olarak yabancı dillere ihtiyaç duyulmaktadır. Rehbersiz olarak yapılan turistik gezilerde, seyahate başlanılan andan itibaren uluslararası konuşulan dillere veya gidilen bölgenin yerel diline belli bir düzeyde sahip olunması gerekebilir. Dolayısıyla dil bağlamında farklı kültürel etkileşimlere tatile çıkılan andan itibaren açık hâle gelinir.

Tatile gidilen yerde azami şartlarda bile olsa insanlarla iletişime ihtiyaç duyulur. Bunun sonucunda bölgedeki yerel halk ve turistler, ortak bir dilde buluşabilmek için yabancı dil öğrenirler. Bu durum turizm bölgelerine giden insanlar ve o bölgede yaşayan yerel halk için olağan bir şeydir. Yani bir turizm destinasyonunda yabancı dil bilme ve konuşulma oranı, turizmin olmadığı bir bölgeye göre daha fazladır. Bu konuda Ürgüp ve Acıgöl üzerinde araştırma yapan Tayfun (2002), turizm destinasyonu olan Ürgüp'te yaşayan insanların yabancı dil bilme oranının, turizm destinasyonu olmayan Acıgöl'e göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Hegde'ye göre (2004), kültür ve dil birbirinden ayrı düşünülemez. Kültürün ve dilin anlamlı olması aralarındaki bağa bağlıdır akt. (Er, 2006). Buna göre bir milletin dilini detaylı olarak gözden geçirmemiz, o milletin kültürü ve genel yapısı hakkında fikir sahibi olmamızı sağlar (Er, 2006). Turizm destinasyonunun cazibe merkezi olması, insan yoğunluğu bakımından orayı aktif kılmaktadır. Bölgesel olan bu hareketlilik insanlar arası diyalogdan kaynaklı kültürel etkileşimi kaçınılmaz hâle getirir. Özellikle yeme-içme yapılan kafeler ve restoranlar ile alışveriş yapılan yerlerde, otel konaklamalarında yabancı dil konuşulması turistlerin istediği şeylere daha kolay ulaşabilmelerini sağlar. Böylece yerel halk ile turistler arasında zaman zaman kültürel etkileşim yaşanabilir. Karşılıklı konuşma gerektiren bu etkileşimde en önemli kültürel aktarım aracı ise dildir. Bu durum olumlu veya olumsuz olabilecek farklı sonuçları doğurur. Nitekim yerel halk düzeyinde yabancı dil gelişimi, yeni kültürlerin tanınması ve farklı bakış açıları kazanılması gibi olumlu etkileri ortaya çıkarabilir. Ancak yabancı dilin sık kullanımı, ana dilde bilinen kelimelerin zamanla kaybolması ve dilin zarar görmesi gibi olumsuz durumlara da sebep olabilir.

Dil, kültürel aktarım yaparken yeni alışkanlıklar edinmemize sebep olabilir. Bu durum milli, manevi ve ailevi kültürel öğelerimizde bazı kalıcı değişikliklere yol açabilir. O nedenle turizm destinasyonlarında kültürel etkileşimin dil boyutunda ya da farklı şekillerde aktarımı gelenek ve göreneklerimizi etkiler. Bu konuda Marmaris üzerinde araştırma yapan Özel (2014), turizmin geleneksel aile yapısı ile gelenek ve görenekleri sosyo-kültürel boyutta etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Geçimini turizm sektörü üzerinden yapan ailelerin, yaz aylarındaki insan ve iş yoğunluğu sebebiyle çocuklarına ayırdıkları vakit oldukça azdır. Anne veya babasından kopuk yetişen çocuklar aile kültüründen giderek uzaklaşabilmektedirler. Tuna'ya göre (2007) turizmin olduğu bölgelerde kuvvetli aile içi bağ düşüktür. Ayrıca ailedeki yetişkinlerin çocuklar üzerindeki kontrolü zordur.

Turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halkın bazı kesimi yabancı turistlerle olan kültürel etkileşime açık bir şekilde yeni kültürleri kolayca benimseyebilirken, bazı kesimler de kendi öz değerlerinin devamı için ona sahip çıkmaktadırlar. Örneğin; kılık kıyafet tercihi, sosyal yaşantı, insan ilişkileri, ailevi ve dini değerler ile çalışma ve tatil kültürü gibi etmenler yerli-yabancı etkileşimi düzeyinde zamanla değişim gösterebilmektedir. Karşılıklı etkileşim ile oluşan kültürel kaynaşma, yakınlaşma veya duygusal bağ sonucunda yerli ve yabancı boyutunda evlilikler olabilmektedir. Bu durum, ailelerin de dahil olmasıyla beraber farklı kültürlerin ortak noktada buluşmasını sağlamaktadır. Yabancılarla yapılan evliliklerde zaman zaman kültürel çatışmalar olsa da bu durumun aşıldığı ilişkiler, ülkeler arasındaki dostluğun ve toplumdaki hoşgörünün pekiştirilmesine katkı sağlayabilir (Özel, 2014).

Turizmin kültürel etkilerinin bu denli fazla olmasının başlıca sebepleri arasında insanların maddi açıdan ihtiyaçlarını karşılayan bir sektör olması vardır. Tatil yapmak için bütçelerine uygun yerleri talep eden turistler ile geçimini turizm üzerinden yapan insanlar doğal olarak aynı bölgede buluşmaktadırlar. Bu durum, turizmin ekonomik anlamda etkilerinin bir göstergesidir.

2.1.2. Turizmin Ekonomik Etkileri

İnsanlar, yoğun çalışma koşullarının olduğu iş hayatlarından arda kalan boş vakitlerini birikimleri doğrultusunda tatil ve dinlenme amacıyla değerlendirebilirler. Bir tatil için ihtiyaç duyulan azami miktardaki tüm harcamalar ekonomik hareketliliğe neden olur. Dolayısıyla turizm ile ekonomi arasında önemli bir bağ vardır. Turizmin ekonomik hareketlilik üzerindeki etkisi nedeniyle elde edilen gelirlerin belirlenebilmesi için günümüzde de geçerliliğini koruyan, Birleşmiş Milletler (UN) istatistik uzmanları tarafından 1937 yılında hazırlanan ortak kriterler, OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) tarafından kabul edilmiştir (Akova). Ülkeler için ciddi bir gelir kaynağı olan turizm, ekonomik potansiyelinin yüksek olması sebebiyle devletlerin yatırım politikalarını etkilemektedir. Hatta günümüzde bazı ülkelerin ekonomik gelirleri sadece turizme bağlıdır (Akova). Turizm faaliyetlerinde bulunan ülkeler bu sektörü ekonomik açıdan *bacasız sanayi* olarak tanımlamaktadırlar (Topallı, 2015). İlban'a göre (2008) turizm, pek çok ülkede yarattığı ekonomik etkiyle vazgeçilemez bir sektör olmuştur.

Bir turizm destinasyonuna giden turist beraberinde döviz getirir ve oradaki yerel paraya olan talebin artmasına neden olur (Göksan, 1978). Ulusal parası değerlendirilen bir ülkenin enflasyonu azalır, dış alım gücü artış gösterir. Döviz, yarattığı ekonomik etkiyle istihdam, dışsattım, yatırım, tüketim ve kamu gelirleri gibi alanlarda bölgenin gelişimine katkıda bulunur.

Ülkeler yaptıkları ihracatlar üzerinden döviz girdisi elde ederken, bünyesinde doğal güzellikler ve tarihi unsurlar bulunduran ülkeler gelen turistler üzerinden alternatif döviz girdisine sahip olurlar (Akova). Turizm sektöründen elde edilen döviz girdisi, döviz giderinden daha fazla olan ülkelerde turizm ekonomik verileri olumlu yönde etkilenir. Döviz gideri, döviz girdisinden fazla olan ülkelerde ise bu durum turizm ekonomik verilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Buna göre, turizm sektöründen ekonomik anlamda olumlu bir sonuç alınması için döviz gelirinin döviz giderinden fazla olması gerekir (Bahar & Kozak, 2006).

Tablo 1: Turizmde Döviz Geliri ve Döviz Giderine Bağlı Pozitif-Negatif Etki

Döviz Geliri	>	Döviz Gideri	➡	Pozitif Etki
Döviz Geliri	<	Döviz Gideri	➡	Negatif Etki

(Bahar & Kozak, 2006).

Turizmin ekonomik etkileri, ülkeler ve destinasyonlar arasında rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur. Her yıl daha fazla turist ağırlayarak turizmden yüksek gelir elde etmek isteyen ülkeler; ulaşım, konaklama ve sosyal aktivite unsurları üzerinden kendilerini sürekli güncellemeye çalışırlar. Özkul ve Demirer'e göre (2012), hangi sebeple seyahat edilirse edilsin, yapılan tüm seyahatlerin ekonomik olarak en büyük yararını seyahat edilen ülke görmektedir. Bu durum destinasyonların markalaşma ve dünyada tanınan bir cazibe merkezi haline gelme stratejilerini belirlemede oldukça önemlidir (Unur & Çetin, 2017). Bir destinasyonun marka değeri ne kadar yüksek olursa elde ettiği ekonomik gelir de o kadar yüksek olur. Destinasyon, gelen turist sirkülasyon miktarıyla doğru orantılı olarak dışardan veya içerden yatırımlar alır. Oteller, plajlar, sosyal cazibe yerleri, turistik alışveriş merkezleri gibi turizm tesisleri ile havaalanları, kara ve deniz yolları gibi ulaşım hatlarının gelişim göstermesi buna bağlıdır. Yapılan tüm yatırımlar destinasyonun marka değerine ve isminin tanınırlığına katkıda bulunur. Turizm nedeniyle yapılan yatırımların önemli bir katkısı da bölge istihdamıdır. Turizmde oluşturulan istihdam diğer sektörleri de etkileyerek genel anlamda olumlu bir ekonomik etki yaratır (Akova). İş gücüne duyulan ihtiyacın artmasıyla bölge halkı, turizm sektörü üzerinden geçimini yapar. Hatta bölge halkının iş gücü ihtiyacını karşılayamadığı zamanlarda destinasyon, dışardan göç alarak bu açığı kapatmaya çalışır. Bu durum ekonomik nedenlerden dolayı turizm bölgelerinin zamanla kozmopolit bir yapıya dönüşmesine neden olur.

Turizmden elde edilen gelir, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınması ile cari açıklarının azaltılmasında önemli rol oynar. Turizmden gelen döviz girdisi ülke içindeki

piyasalarda harcanarak ekonomik çarkları harekete geçirir ve bölgedeki diğer sektörlerle de can suyu olur. Yurtiçinde dolaylı yollarla dolaşan para, kişi başına düşen gelir seviyesini etkileyebilir. Geleneksel el sanatları, hediyelik eşya gibi yöresel faaliyetler ile balıkçılık ve çiftçilik gibi çeşitli mesleklerin turizme yönelik çalışmalarının olması ekonomik gelir bakımından bu meslek gruplarına olumlu yansır. Bunun sonucunda maddi olarak gelişim gösteren halkın bu faaliyetlere ve mesleklere olan ilgisi artacak, elde edilen gelirler teşvik sağlayacak ve bu da bölge kalkınması için faydalı olacaktır (Yersel, 2010).

Dünya’da ekonomik yönden ciddi turizm geliri elde eden pek çok destinasyon vardır. Bu destinasyonlar arasında önde gelen şehirlerden biri Dubai’dir. Yersel’e göre (2010) Dubai, 2007 senesinde dünya üzerinde en çok ziyaret edilen destinasyon olmuştur. Bu durumun ekonomik olarak getirileri de fazla olmuştur. Nitekim Dubai’de turizmin, gayri safi yurt içi hasılaya (GSYİH) olumlu yönde oldukça önemli etkisi vardır.

Ülkemiz; üç tarafının denizlerle çevrili olması, ılıman iklim kuşağında yer alması, tarihi, kültürel yapısı ve doğal güzelliklerinden dolayı her yıl milyonlarca ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır. Bu nedenle turizm, ülkemiz için önemli bir gelir kaynağıdır. Topallı’ya göre (2015), gelişmiş veya gelişmekte olan birçok ülkede turizmin GSYİH’daki etkisi ve oranı yüksektir. Ancak ülkemizde, turizmin GSYİH’da genel olarak %3 ile %5 arasında değişim gösteren düşük bir oranı bulunmaktadır. Tablo 2’de Türkiye’de 1998-2009 seneleri arasında turizmden elde edilen gelirlerin GSYİH’daki oranları gösterilmiştir.

Tablo 2: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiyatlarıyla)

Yıllar	GSYİH (Milyon TL)	GSYİH (Milyon \$)	Gelir (Milyon \$)	Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı (%)
1998	70.203	270.947	7.808	2.9
1999	104.596	247.544	5.203	2.1
2000	166.658	265.384	7.636	2.9
2001	240.224	196.736	10.066	5.1
2002	350.476	230.494	11.900	5.2
2003	454.781	304.901	13.203	4.3
2004	559.033	390.387	15.887	4.1
2005	648.932	481.497	18.153	3.8

2006	758.391	526.429	16.850	3.2
2007	843.178	648.754	18.487	2.8
2008	950.534	742.094	21.950	3.0
2009	952.559	616.703	21.249	3.4

(yigm.ktb.gov.tr)

Turizmden elde edilen gelirlerle beraber refah seviyesi yükselmesine bağlı olarak destinasyonlara yapılan bazı yatırımlar, o bölgede hızlı bir değişime neden olmaktadır. Birçok turizm destinasyonunun doğal yapısı bu yatırımlar sonucunda artan çeşitli yapılaşmalarla bozulmaktadır. Bu durum, turizmin mimari boyutta etkisini göstermektedir.

2.1.3. Turizmin Mimari (Yapısal) Etkileri

Bir bölgede turizm kaynaklarının fark edilmesinden sonra oraya olan ilgi ve talepte genellikle artış gözlemlenir. Dolayısıyla o bölge, insan hareketliliği bakımından daha canlanır. İnsan yoğunluğunun olduğu yerlerde hemen her şeye ihtiyaç duyulabilir. Barınma ihtiyacı, genel ihtiyaçların başında gelmektedir. Tatile giden bir insan, gittiği yerde konaklamak ister. Bölgenin konaklama kapasitesi oradaki turist sayısının belirlenmesinde önemli bir unsurdur. Artan veya azalan taleplere bağlı olarak turizm bölgesi, konaklama konusunda farklı yatırımlar alabilir. Kısa Ovalı'ya göre (2007) yüksek turist hareketliliğinin olduğu kıyı turizm destinasyonlarında otel, pansiyon, tatil köyü gibi konaklama yerlerinin yapılması sonucunda betonlaşmaya bağlı olarak görsel kirlilik oluşmaktadır. Bu durum destinasyonların, turizmden önceki dönemlerde sahip olduğu doğal yapısını koruyamadığının bir göstergesidir. Sadece turistlerin tatil yapmaları amacıyla yapılan tesisler değil, geçimini yapmak için turizm bölgesine yerleşen insanlar da barınabilecekleri bir yere ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle tatil destinasyonlarında, turizmin başladığı sonraki dönemlerde hızlı bir şehirleşme görülür.

Ülkemizde modern anlamda turistik konaklama amacıyla yapılan ilk yapılaşmalar 1840'lardan sonra ortaya çıkmıştır (Çavuş, Ege, & Çolakoğlu, 2009). Daha çok İstanbul'da yapılan bu yapıların ilk örneği 1841 yılında faaliyete geçen "Otel d'Angleterre'dir" (Gülersoy, 1979) akt. (Akova). Daha sonrasında turizm amacıyla yapılan diğer konaklama tesislerinden bazıları; Büyük Londra Otel, Summer Palace, Ankara Palace, İzmir Palace, Efes Oteli gibi İstanbul, Ankara ve İzmir gibi turistik ve tarihi özellikleriyle bilinen insan potansiyelinin yüksek olduğu şehirlerdeki oteller olmuştur (Akova).

Turizm bölgesinin aldığı göçlere bağlı olarak yapılan imar düzenlemeleriyle, ihtiyaçlar doğrultusunda yüksek katlı yeni yapılara yer açılmaktadır. Günümüzde pek çok turizm destinasyonu doğal tatil beldesi olmaktan çıkıp kentleşmenin ve yapılaşmanın olduğu yerlere dönüşmüştür. Örneğin; Marmaris'te turizm 1950'li yıllardan sonra başlamıştır. O dönemden önce Marmaris'te turizme yönelik konaklama tesisleri bulunmamaktaydı. Yörede yerli halkın evleri vardı ve turizmin başlamasıyla gelen turistler konaklama tesisi olmadığı için yerli halkın evlerinde kalmışlardır. Gelen turistleri evlerinde konaklatan yerel halk, bu durumdan önemli gelir elde etmişlerdir (Marmaris Belediyesi, 2006). Daha sonraki yıllarda bölge turizmi daha sistemli ve kurumsal hale gelmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak yapılan konaklama tesisi sayısı önemli derecede artmış, bölgeye yapılan göçler ve kalıcı yerleşmeler sonucu oluşan bina yapılaşmalarıyla Marmaris, günümüzde kent kültürünün oturduğu ve betonarme yapıların yoğun olduğu bir şehir halini almıştır.

Turizm destinasyonlarında artan mimari yapılaşmaların beraberinde getirdiği bazı sonuçlar vardır. Müstakil bahçeli evlerden yüksek katlı apartmanlara dönüşen yörelerde insan ve komşuluk ilişkileri düzeyinde zamanla belirgin farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizm öncesi dönemlerde daha az nüfus ve birbirini tanıyan insan kitlesi varken, turizm sonrası dönemlerde bölgede artan bir nüfus vardır. Farklı mimari yapıların ve binalaşmanın ortaya çıkmasıyla komşuluk ilişkileri ve insanların birbirini tanıma düzeyi zayıflamıştır. Kısa Ovalı'ya göre (2007), turizm bölgelerinde artan karmaşık yapılaşmalar yerel kimliklerin yok olmasına ve mimari açıdan kimliksizliğe neden olmaktadır. Mavi ve yeşil renk tonlarının hâkim olduğu kıyı turizmi destinasyonları, zamanla görsel orijinalliğinden kopup, yerini denizlerin doldurularak alan yaratıldığı ve doğal bitki örtülerinin yerine farklı tesisler ile binaların yapıldığı, kendisine has yerel kimliğinden uzak beşeri ortamlara dönüşmüşlerdir.

Yabancıların, turizm bölgelerindeki konutlara artan talepleri doğal yapının değişmesindeki bir başka etkileyici unsurdur. Yöresel kültüre ait hane düzenleri yerini, yabancı uyruklu insanların oturma kültürüne göre değişen mimari yapılara bırakmaktadır. Günümüzde birçok turizm destinasyonunda yerel halkla birlikte yaşayan yerleşik yabancı uyruklu insanlar ve bu insanların ikamet ettiği evler vardır. Mutluer ve Südaş'a göre (2005), Türkiye'nin batısında yer alan kıyı turizminin olduğu Antalya, İzmir, Muğla gibi illerdeki destinasyonlarda ve İstanbul'da yabancıların mülk edinimi fazladır. Kıyı turizminin olduğu bölgelerdeki konutlara en çok talep Almanya, İngiltere, Hollanda, İrlanda ve İskandinav ülkelerine ait vatandaşlardan gelmektedir. Böylece turistik bölgelerdeki mimari yapıların sahip olduğu özellikler, genelde bu ülkelerin vatandaşlarının alışkın olduğu oturma düzenine göre

şekillenmektedir. Bu durum turizmin, bölge üzerindeki mimari etkilerinin bariz bir göstergesidir.

Doğal kaynaklarıyla ön plana çıkan bölgelerde turizme bağlı şehirleşmenin artması ekolojik denge üzerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Buna bağlı olarak bazı çevresel kirlenmeler ve bozulmalar yaşanabilmektedir. Yanlış yapılan şehir planlamaları sonucunda oluşan hatalı yerleşim yerleri doğal çevreye zarar verebilmektedir. Örneğin bir turizm destinasyonunda şehirleşme ne kadar artarsa bitki örtüsü tahribatı, arazilerin yanlış kullanımı, su ve hava kirliliği gibi olumsuz durumlar da o kadar artar (Akova). Bu durum turizmin çevresel etkilerini göstermektedir.

2.1.4. Turizmin Çevresel Etkileri

İnsanlar, yaşamlarını devam ettirebilmek için öncelikle temel ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar. Ekonomik imkanların gelişmesi ihtiyaçların giderilmesinde önemli rol oynar. Bu nedenle insanlar, öncelikle ekonomik imkanlarını geliştirmeye çalışırlar. Turizmin, ortaya çıktığı ilk zamandan itibaren ekonomik açıdan giderek gelişen ve büyüyen bir sektör halini alması, insanların gelir elde edebilmek için bu sektör üzerinde çeşitli faaliyetlerde bulunmasına neden olmuştur. Doğal güzellikleri ve tarihi unsurları içinde bulunduran turistik bölgeler, turizm faaliyetleri ile ekonomik gelir elde edilebilmesi için elverişli yerlerdir. Konaklama tesislerinin inşası, ulaşım hatlarının oluşturulması, alışveriş yerlerinin yapılması, sosyal aktivite ve etkinlik alanlarının oluşturulması gibi altyapı ve üstyapı çalışmaları turizm faaliyetlerinden bazılarıdır.

Ticari ve ekonomik açıdan canlılık oluşturulması, istihdam yaratılması ve insanların refah seviyelerinin turizme bağlı olarak yükseltilmesi istenirken, yapılan faaliyetlerin beraberinde oluşturacağı etkiler ikinci plana atılabilmektedir. Bu durumun oluşturacağı en önemli etkilerin başında doğal çevrenin bozulması veya tahrip olması gelmektedir. Karakaş ve Güngör'e göre (2015), turizm amacıyla yapılan yatırımların çevre düzenine olan etkisi göz ardı edilmektedir. Böylece bazı çevresel sorunlar ortaya çıkmaktadır. Turizmin olduğu hemen her yerde benzer problemlerin yaşanması bu sektörün geleceğini tehlikeye atmaktadır (Erdoğan, 2003). Inskeep (1991), turizm ve çevreyi birbirine bağlayan etmenler için üç kriter belirlemiştir. Bu kriterler; doğal çevre içindeki pek çok etkileyici unsurun turistleri kendisine çekmesi, turizmde kullanılan alanların çevresel boyutta etkilerinin olması ve turizme yönelik yapılan yapılaşmaların çevreyi yansıtmasıdır akt. (Karakaş & Güngör, 2015).

Hızla küreselleşen dünyada çevre sorunlarının artmasıyla beraber bilinçli yapılan çevreci turizm faaliyetleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Çevre bilinciyle ilgili toplumların bilgi seviyelerinin genel olarak yükselmesi ve gündelik yaşamda çevreci uygulamaların popülerliğinin artması sonucunda turizm destinasyonları, kriterlerini bu çerçevede belirlemeye başlamışlardır. Sürdürülebilir bir turizm için destinasyonlar, yatırım politikalarını çevresel etkileri gözeterek güncellemektedirler (Yıldız & Kalağan, 2008). Bu durum turizmin çevre üzerindeki olumlu etkilerini göstermektedir. Örneğin; tarihi nitelikte değer taşıyan bölgelere turistik ilgilere bağlı olarak araştırma-geliştirme ve bölgenin statüsünü koruma çalışmaları yapılmaktadır. Tam tersi bir durumda turistik olarak ilgi görmeyen tarihi mekân, önemsenmeyebilir ve zamanla bakımsız hale gelerek kaybolabilir. Ayrıca, yerel düzeyde çevre bilincinin düşük olduğu turizm destinasyonlarına gelen turistler, örnek olabilecek çevreci davranışlarıyla bölge halkını etkileyebilirler (Avcıkurt, 2007).

Turizmin, olumlu olabilecek çevresel etkileri örnekler bakımından belirli ve sınırlıdır. Ancak bu durum turizmin olumsuz olabilecek çevresel etkilerinde daha geniş bir yelpazeye sahiptir. Örneğin; turistik ziyaretlere açılan bazı doğal ortamlar, zamanla özgünlüğünü yitirebilir ve insan hareketliliğine bağlı olarak çevre kirliliğine maruz kalabilir (Doğan T. , 2012). Bir başka örnek ise; çevresel önlem alınması konusunda masraftan kaçan tüm turizm işletmeleri, özellikle kıyı destinasyonlarında denizlere ve deniz canlıları yaşamına ciddi zararlar vermektedirler. Turizmin olduğu bölgelerde havanın, suyun, toprağın, arkeolojik kalıntıların ve doğal bitki örtüsünün zarar görmesi diğer bazı olumsuz çevresel etkilerdendir (Karakaş & Güngör, 2015). Meydan'a göre (1998), turizmin olumsuz etkilerini en aza indirgeyebilmek ve bunların önüne geçebilmek için alınması gereken bazı önlemler şunlardır;

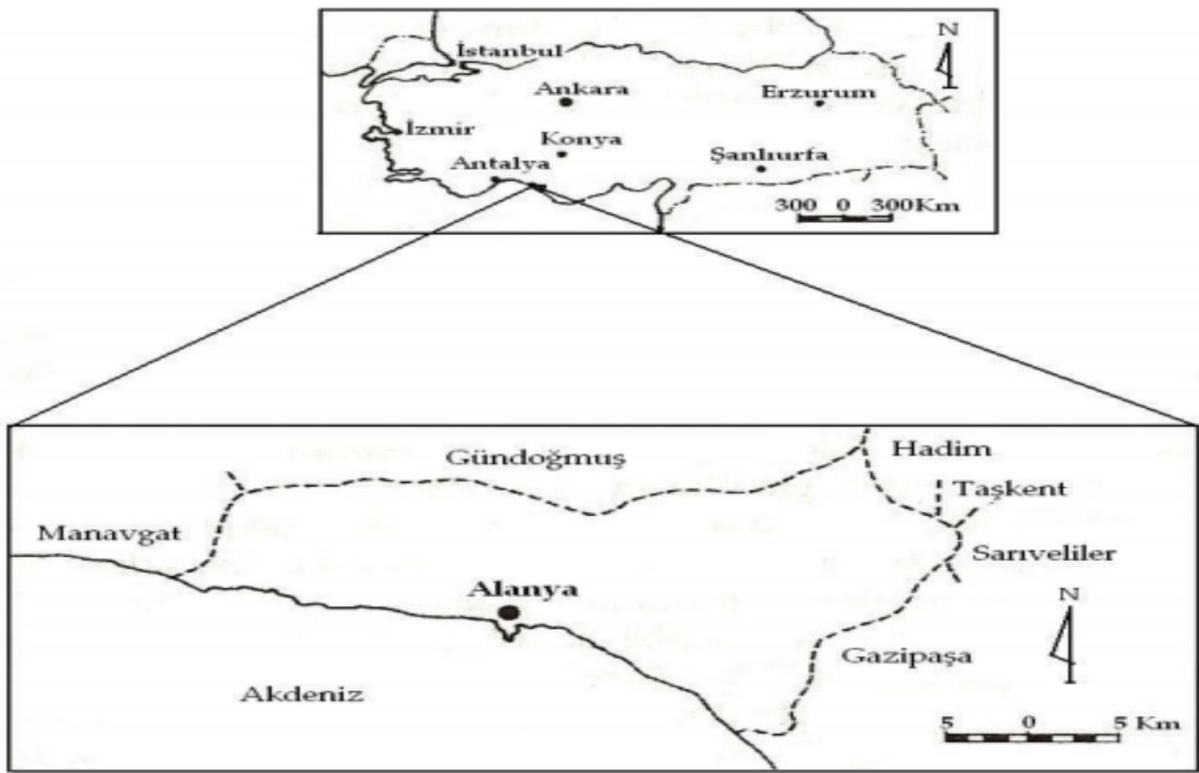
- Eldeki kaynakların gereksiz kullanımından kaçınılmalıdır. Doğal kaynakların korunmasına özen gösterilmelidir.
- Tüketim fazlalığına bağlı atıkların oluşması engellenmelidir.
- Yerel halk düzeyinde çevresel bilinçlendirmeler yapılmalıdır.
- Turizm faaliyetleri belirli planlar ve stratejiler çerçevesinde yürütülmelidir.

Turizmin, tarihsel süreçte sürekli gelişerek günümüze kadar ulaşması bu sektörün yarattığı etkinin büyüklüğünü göstermektedir. Kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel boyuttaki turizm etkileri insan yaşamı üzerinde kendisini en çok belli eden etkilerdendir. Dünyadaki tüm turizm destinasyonlarında benzer turizm etkileri ortaya çıkmaktadır. Ülkemizde İstanbul, Antalya, Muğla ve İzmir gibi önde gelen turizm destinasyonlarına sahip şehirlerde bu etkilerin somut örnekleri mevcuttur. Bu konuda Antalya'nın Alanya ilçesinde turizmin; tarihsel

süreci, mevcut potansiyeli, kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel etkileri kuramsal çerçeve bağlamında incelenmiştir.

2.2. Turistik Bir Destinasyon Olarak Alanya

Alanya; Türkiye'nin yedi bölgesi arasında yer alan Akdeniz Bölgesi'nde, Antalya ilinin doğu sınırları içerisinde, Akdeniz'e kıyısı olan bir yerleşim yeridir. Konum olarak 36°30'07" ve 36°36'31" kuzey enlemleri ile 31°38'40" ve 32°32'02" doğu boylamları arasında yer almaktadır. Kapladığı alan yaklaşık olarak 2085 km²'dir (Akış, 2007).



Şekil 1: Alanya'nın konumu

Yazları sıcak ve kurak, kışları ise ılık ve yağışlı bir ikliminin olması, kolay ulaşılabilir konumu, verimli ovaları, etrafının dağlarla çevrili olması, uzun sahil hattıyla deniz kıyısında yer alması ve doğal bir limana sahip olmasıyla beraber Alanya, tarih boyunca insanların ilgisini çekmiştir. Bu nedenle birbirinden farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Tarihte bilinen en eski adı Gökkarga anlamına gelen “Coracesium”dur. Şehrin Bizanslılara geçmesiyle adı “Calanoros” olmuştur. Bu ad “Güzel Dağ” anlamına gelmektedir. 1220’li yıllardan sonra Anadolu Selçuklu Devleti’nin hükümdarı olan Alaaddin Keykubat, burayı fethederek şehrin

adını “Alaiye” yapmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra Gazi Mustafa Kemal Atatürk, kentin “Alaiye” olan adının “Alanya” olarak değiştirilmesini istemiştir (Kapancı, 2008).

Alanya, tarihe kaynaklık eden değerlerinin yanı sıra, bünyesindeki doğal güzellikleriyle de cazibe merkezi olmuştur. Şehir merkezinin 30 kilometre doğusuna ve 30 kilometre batısına kadar uzanan toplamda 60 kilometrelik sahili, yaylaları, akarsuları ve çayları, yıllık ortalama 22°C’ye yaklaşan hava sıcaklığı turizm sektörü faaliyetlerinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Alanya’da turizm faaliyetleri ilk kez 1950’li yıllardan sonra başlamıştır. O dönemlerde tesadüfen keşfedilen Damlatış Mağarası’nın solunum yoluyla insan sağlığına faydalı olması öncelikle yerli turistlerin, ardından Alman turistlerin Alanya’ya turizm amacıyla gelmelerini sağlamıştır. 1960’lı yıllara gelindiğinde deniz, kum, güneş gibi turistik çekiciliği olan diğer doğal güzelliklerin etkisiyle turizm sektörü Alanya’da hız kazanmaya başlamıştır (Kocaman, 2012).

1980’li ve 1990’lı senelere gelindiğinde turistler tarafından turizme yönelik artan talepler ciddi boyutlara gelmiştir. Bu durumla doğru orantılı olarak kente yapılan turizm yatırımları da artmaya başlamıştır. Ayrıca, Alanya Belediyesi tarafından turizm faaliyetlerine renklilik kazandırmak amacıyla farklı organizasyonlar düzenlenmeye başlanmıştır. Bu organizasyonlardan bazıları ülke ve dünya çapındaki sempozyumlar, triatlon ve plaj voleybolu turnuvalarıdır (Akış, 2007). 2000’li yıllar, Alanya’ya gelen turist profillerinde değişikliklerin olmaya başladığı yıllardır. Yani 2000 öncesinde ağırlıklı olarak Alman turistler varken, bu dönemden sonra Rusya, Hollanda, Ukrayna ve Polonya gibi farklı ülkelerden de turistler gelmeye başlamıştır. 2010’lu yıllar Alanya’da, turizmde istikrarlı büyümenin ve gelişmenin sürdürüldüğü yıllardır. Alanya Ticaret ve Sanayi Odası (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2010) verilerine göre, 2010 yılında Alanya’ya yaklaşık olarak 9,3 milyon turist gelmiştir. O dönemde 678 turistik tesis ve 157.875 yatak kapasitesine sahip olan ilçe, gelen turistleri konaklama açısından sorunsuz olarak misafir etmiştir. Tablo 3’te 1996-2010 yılları arasında Alanya’ya gelen yabancı turist sayısının Antalya ve Türkiye içindeki yeri gösterilmiştir.

Tablo 3: Alanya’ya Gelen Yabancı Turist Sayısının Antalya ve Türkiye İçindeki Yeri

Yıllar	Gelen Turist Sayısı			Antalya’nın Payı (%)	Alanya’nın Payı (%)	
	Türkiye	Antalya	Alanya		Türkiye	Antalya
1996	8.582.000	2.498.402	592.870	29,1	6,9	23,7

1997	9.789.000	2.865.068	698.628	29,3	7,1	24,4
1998	9.752.000	2.671.198	617.312	27,4	6,3	23,1
1999	7.464.000	1.750.678	418.537	23,5	5,6	23,9
2000	10.412.000	3.380.008	677.340	32,5	6,5	20,0
2001	11.569.000	4.317.064	866.130	37,3	7,5	20,1
2002	13.247.000	4.938.404	1.029.350	37,3	7,8	20,8
2003	13.958.000	4.681.948	988.785	33,5	7,1	21,1
2004	17.517.000	6.047.108	1.106.000	34,5	6,3	18,3
2005	21.122.000	6.882.246	1.464.686	32,6	6,9	21,3
2006	19.819.000	6.011.183	1.357.554	30,3	6,9	24,6
2007	23.017.000	7.291.356	1.510.000	31,7	6,6	20,7
2008	26.379.000	8.564.523	1.715.000	32,5	6,5	20,0
2009	27.077.000	8.350.869	1.654.975	30,5	6,1	20,0
2010	28.632.000	9.334.171	1.848.607	32,6	6,5	19,8

(www.kultur.gov.tr, 2007) akt. (Sarı, 2010), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2010) akt. (Kocaman, 2012).

2010 yılı sonrasında Alanya'ya gelen turist sayısı istikrarlı olarak her sene artış göstermiştir. ALTSO Alanya ekonomik raporu verilerine göre, 2014 yılında Alanya'ya gelen turist sayısı yaklaşık olarak 2,8 milyondur (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2014). 2019 yılı verilerine göre ise 6.693.646 ziyaretçi Alanya'ya gelmiştir (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019). Ancak 2020 yılı mart ayından itibaren Koronavirüs (Covid-19) salgınının başlamasıyla beraber uluslararası uçuşlarda büyük oranda azalmalar görülmüştür. Bu durum turizm sektörünü önemli derecede etkilemiştir. Birçok otel, turistik işletme ve turizm faaliyetlerinde bulunan tesisler 2020 yaz sezonunu tamamen kapalı olarak geçirmiştir.

Turizm, destinasyonlardaki demografik yapıyı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Buna göre Alanya’da, nüfus artış miktarında ve nüfus yapısının şekillenmesinde turizm sektörünün etkisi fazladır. İklim, konum, ulaşılabilir imkanlar ve turizme bağlı ekonomik faaliyetler yaşanılabilir bir şehir niteliğini Alanya’da ön plana çıkarmaktadır. Bu nedenle Alanya, yurt içinden ve yurt dışından çok sayıda göç almaktadır. Yurt içinden yapılan göçleri daha çok, turizm sektöründe iş bulma veya ticaret yapma amacıyla doğu ve güneydoğu bölgelerinden gelen insanlar ile yazlık tatil amacıyla İstanbul, Ankara gibi batı ve iç bölgelerden gelen insanlar oluşturmaktadır. Yurt dışından yapılan göçleri ise Alanya’ya tatil yapmak için gelen ve ardından kente yerleşen yabancı uyruklu insanlar oluşturmaktadır.

Turizm faaliyetlerinin yükselişe geçtiği 1980’li yıllardan günümüze kadar geçen sürede şehrin nüfusu genellikle her yıl belli miktarda artış göstermiştir. 1985 yılında 87.080 olan kent nüfusu 2000 yılına kadar geçen sürede %304 artarak 264.240 olmuştur (Kocaman, 2012). Turizm sonrası dönemde kentteki en büyük nüfus artışı bu dönemde gerçekleşmiştir. Koronavirüs (Covid-19) salgını başlamadan önce, aktif turizm faaliyetlerinin olduğu 2019 yılındaki nüfus sayısı 327.503’tür (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019). Tablo 4’te Alanya’nın 1985-2019 arasındaki bazı yıllarda nüfus sayısı gösterilmiştir.

Tablo 4: Alanya’nın 1985-2019 Arasındaki Bazı Yıllarda Nüfus Sayıları

Alanya’da Yıllara Göre Nüfus Sayıları	Yıllar	1985	2000	2008	2009	2010	2011	2012
	Toplam Nüfus	87.080	264.240	233.919	241.451	248.286	259.787	264.692
	Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Toplam Nüfus	276.277	285.407	291.643	294.558	299.464	312.319	327.503

(Kocaman, 2012), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2014), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019).

Türkiye’deki ilçelerin nüfus ortalamasının üzerinde bir nüfus sayısına sahip olan Alanya’nın demografik olarak karmaşık bir yapısı vardır. Bu durumun oluşmasında en önemli faktör kentteki turizm sektörüdür. Turizmin kentteki gelişimi kültürel, ekonomik, mimari (yapısal) ve çevresel anlamda bazı etkileri ortaya çıkarmaktadır.

2.2.1. Alanya’da Turizmin Kültürel Etkileri

Alanya turizm öncesi dönemde, nüfus sayısı bakımından az, insan etkinlikleri yönüyle zayıf bir kasaba niteliğindeki yerleşim yeridir. Bölgede yaşayan yerel halk sınırlı imkanlarla, daha çok tarım ve hayvancılıkla uğraşarak yaşamını sürdürmüştür. Ancak; bölgenin deniz kıyısında yer alması, tarihinde farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması ve bu medeniyetlerden kalan tarihi kalıntıların olması, elverişli havası, yer altı ve yer üstü kaynakları yakın tarihte giderek ön plana çıkan, tanınan bir yerleşim yeri olmasını sağlamıştır. Alanya’nın sahip olduğu unsurlar bölgeye olan ilgi ve merakı arttırmıştır. Yaşanılabilirlik açısından yüksek potansiyelin olması nedeniyle yerli ve yabancı insanlarda Alanya’ya yönelik talep oluşmuştur. Böylece Alanya’da ilk turizm faaliyetleri ortaya çıkmıştır.

Bölgedeki turistik talebe bağlı olarak artan insan hareketliliği, kasaba niteliğindeki Alanya’nın zamanla giderek kent haline dönüşmesinde etkili olmuştur. Nüfus yapısı, binalaşma, ticari faaliyetler ve insan etkileşimlerinde yaşanan değişimlerin zamanla yerel halk düzeyinde kültürel etkileri oluşmaya başlamıştır. Turizm öncesi dönemde kasaba kültürüne sahip, müstakil evlerde oturan ve birbirini tanıyan bölge halkının arasına, turizmin başlamasıyla beraber dışarıdan gelen yeni insanların katılması, kent kültürü yapısına geçişin ilk aşaması olmuştur. 1970’li yıllarda, konaklamak için yeterli miktarda otel ve pansiyon olmadığı için şehre gelen misafirler yerli halkın evlerinde kalmışlardır (Kocaman, 2012). Kültürel etkileşim açısından yerli ve yabancı düzeyinde doğrudan temasın kurulduğu ilk yakınlaşmalar bu tarihlerde gerçekleşmeye başlamıştır.

1980’lerden 2000 yılına kadar geçen sürede kentteki turizm sektörü faaliyetlerine bağlı olarak %304 oranında artan nüfus, kültürel açıdan insan etkileşimlerine de hız kazandırmıştır. Bu durumun oluşmasında turizmde iş gücü ve eleman ihtiyacına karşılık olarak bölgeye göç eden insanlar ile Alanya’yı gezip görme amacıyla dışarıdan gelen yabancı uyruklu insanların kenti benimseyip, kalıcı olarak yerleşmeleri etkili olmuştur. Yabancı düzeyinde yapılan yerleşimler günümüzdeki “yerleşik yabancı” kavramını ortaya çıkarmıştır. Yıldırım ve Ayhan’a göre (2019), hız kazanan küreselleşme hareketleri, yerleşik yabancı kavramının oluşmasında ve farklı ülkelerden insanların aynı bölgede bir arada yaşamasında etkili olmuştur. Alanya’daki yerleşik yabancıların varlığının tanınması ve yerel kurumlarla bağlantılarının artırılması için belediye tarafından danışma organı niteliğindeki “Alanya Belediyesi Yabancılar Meclisi” uygulaması başlatılmıştır (Daoudov, 2015).

Alanya, dünyanın pek çok farklı ülkesinden, farklı milletlerden gelen insanları ağırlamaktadır. Yıldırım ve Ayhan (2019), Alanya Yabancılar Meclisi’yle ilgili olan

araştırmalarında; Alanya'ya tatil amaçlı 99 farklı ülkeden insan geldiğini ve 79 farklı millettten insanın Alanya nüfusu içinde yer alarak kültürel çeşitlilik oluşturduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, Alanya'da yerleşik 17.000 yabancı bulunduğunu, bunların 15.000'den fazlasını Avrupa'dan gelen insanların oluşturduğunu ve yabancı uyruklu insanların Alanya'da 40.000'den fazla mülke sahip olduklarını eklemişlerdir.

Yabancı insanların Alanya içindeki hareketliliği yerel düzeyde kültürel etkilere neden olmaktadır. Yerli-yabancı insan ilişkileri ve kurulan bağlar, bölgedeki düğün, sünnet ve cenaze törenleri gibi etkinliklere yabancı uyruklu insanların katılımını arttırmıştır. Bu durum yerli halkın yabancıları kabul edip, benimsemesi ve yabancıların da yerli halk kültürüyle ilgili yeni şeyler öğrenebilmek istemesinden kaynaklıdır. Bu anlamda karşılıklı uyumun sağlanmasıyla Alanya, modern kültürün yaşatıldığı bir şehir hâlini almıştır (Akış, 2007).

İnsanlar kendi kültürlerinin dışında yeni kltrleri keşfetmek isterler. Bu durum kültürel turizm kavramını ortaya çıkarmıştır (Yersel, 2010). Turistik ziyaret için gelen misafirler yerel halk ile karşılıklı etkileşimde bulunurlar. Örneğin; Alanya'nın asırlardır süregelen kendisine has, yöresel özellikleri vardır. Yemek kültürü ve geleneksel kılık kıyafetleri bunlardan bazılarıdır. Bu zellikler nesiller boyu aktarılarak günümüze kadar gelmiştir. Ancak turizme yönelik ilk faaliyetlerin ortaya çıkmasından sonra Alanya'nın yöreye has kültürel özelliklerinde değişimler gözlenmeye başlanmıştır. Akış'a göre (2007), Alanya halkının açık bir toplum olması turizmden kaynaklıdır.

Alanya'nın dil, din, gelenek ve görenek boyutunda tarihinden gelen yerel bir kültürel kimliği vardır. Bölgedeki yerli insanların çoğunluğunu yayla kültürüne sahip olan yörükler oluşturmaktadır. Turizm ncesi dönemlerde kendilerine ait yöresel bir ağızla konuşan bu insanların, turizm sonrası döneme denk gelen çocukları, farklı toplumların oluşturmaya başladığı Alanya'da günümüz modern Türkçesi'ni ve farklı yabancı dilleri konuşma ihtiyaı duymaktadırlar. Bu durum Alanya'da turizmin dil boyutundaki kültürel etkilerini göstermektedir.

Alanya yrk kültüründe ailevi değerlere ve örf-adetlere fazla önem verilmektedir. Küçüklerin, büyüklerini saydığı ve ailelerin çocuklar üzerindeki denetim mekanizmasının olduğu kültürel ögeler her nesil devam etmiştir. Ancak turizmin gelişmesiyle beraber bu sektörde çalışmaya başlayan geç nesillerin zamanla öz değerlerine yönelik tutumlarında değişiklikler olmuştur. Yabancı turistlerle gelişen ilişkiler, iş yoğunluğu bakımından yüksek tempoda geçen yaz sezonları ve şehirde ortaya çıkan farklı cazibe unsurları ailevi bağı koruyan değerler ile gelenek-görenekleri zayıflatmıştır.

Turistik bir destinasyon olan Alanya’da, yerli ve yabancı insanların kadın-erkek düzeyinde olan yakınlaşmaları evliliklere neden olabilmektedir. Ailevi olarak kültürel etkileri olan bu durumun dini yönden de etkileri vardır. Nitekim dini inancı zayıf olan bireyler, evlendiği kişinin sosyal yaşantısına ve ailesine uyum sağlayabilmek için dinini değiştirebilmektedir.

Turizmin Alanya üzerinde birçok etkisi vardır. Son kırk yılda hız kazanan turistik faaliyetler bölgede ticareti canlandırmış ve gelir elde edebilme açısından kentte hareketliliğe neden olmuştur. Bu durum turizmin, Alanya üzerindeki ekonomik anlamda etkilerini göstermektedir.

2.2.2. Alanya’da Turizmin Ekonomik Etkileri

Alanya, turizm öncesi dönemlerde tarım, hayvancılık, balıkçılık gibi ekonomik faaliyetler ile yerel düzeyde ticaretin yapıldığı bir yerleşim yeri idi. Bölgede yaşayan yerel halk ve ticari faaliyetlerde bulunmak için dışarıdan gelen sınırlı sayıdaki insanlar geçimlerini daha çok bu sektörler üzerinden sağlardı. Ancak; hayvancılık faaliyetleri yer şekillerinden kaynaklı uygun alan bulunmadığı için, balıkçılık faaliyetleri ise araç-gereç bakımından yeterli donanımına sahip olunmadığı için gelişme gösterememiştir. Bu nedenle tarımsal üretime bağlı faaliyetler turizm öncesi dönemde Alanya’nın en önemli geçim kaynağı olmuştur. Ayrıca 1960’lı yıllarda, daha çok gemi yapımı için kullanılan kereste gibi orman ürünleri bölge ticaretinde kullanılmıştır. Daha sonraki yıllarda başka şehirlere giden ulaşım güzergahlarının yapılmasıyla, tarımsal ürünlerin pazar alanı Alanya dışına kadar genişlemiştir (Kocaman, 2012).

Doğal güzellikler ile tarihi unsurlara sahip Alanya, bu özelliklerinin keşfedilmesiyle dışarıdan gelen insan talebine karşılık ciddi yatırımlar almaya başlamıştır. Bu durum bölgede turizm hareketlerinin başlamasına neden olmuştur. 1970’lerde bölgede yeterli miktarda konaklama yeri olmadığı için gelen turistleri “ev pansiyonculuğu” adı altında evlerinde konaklatan yerel halk, bu durumdan önemli ekonomik gelir elde etmişlerdir. 1980’lerden sonra verimli tarım arazilerinin yerine turistik tesisler yapılmıştır. Özellikle kıyıya yakın olan tarım alanlarının neredeyse tamamı, turizm faaliyetlerine bağlı olarak bölgedeki dağlara yakın kuzey bölgelere taşınmıştır (Kapancı, 2008).

1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu sonucunda Alanya’nın doğu ve batı kesimleri turizm bölgesi olarak ilan edilmiştir. Bu durum sonucunda hız kazanan turistik tesis yatırımları bölgede kalabalık turistik grupların ağırlamasında etkili olmuştur. Böylece Alanya,

ülkemizde kitle turizminin yapıldığı ilk destinasyon olmuştur (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2012). Bölgede Turizm Teşvik Kanunuyla beraber öncelikle pansiyon, apart otel ve 3 yıldızlı otel sayılarında, 2000’li yıllardan sonra ise 4 yıldızlı otel ve 5 yıldızlı otel sayılarında artış görülmüştür. Gelen turistlerin ekonomik düzeylerine göre konaklama tesislerinin çeşitlilik göstermesi toplam ziyaretçi sayısını olumlu yönde etkilemiştir. Oda ve yatak sayısının fazla olması sürdürülebilir turizm açısından bölgeye fayda sağlamıştır. Tablo 5’te 2011-2019 yılları arasında Alanya’da Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli ve Alanya Belediyesi belgeli toplam konaklama tesisi, oda ve yatak sayısı gösterilmiştir.

Tablo 5: Alanya’da Hizmet Veren Bakanlık Belgeli ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tesis	678	677	614	642	652	662	637	619	631
Oda	70.199	73.685	74.434	82.431	84.835	86.437	81.607	81.167	82.350
Yatak	157.875	164.651	163.968	180.563	186.971	190.320	179.369	176.993	180.202

(ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2012), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2014), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2017), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019).

Bir turizm destinasyonunun marka değeri doğal güzellikleri, kültürel ve tarihi unsurlarının yanı sıra sahip olduğu konaklama tesisleri, işletmelerinin kalitesi, ulaşım ağının gelişmişlik seviyesi ve güven ortamı ile belirlenir. Alanya 1980 yılı sonrasında 2020 yılına kadar geçen sürede marka değerini sürekli olarak yükseltmiştir. Bu durumun kent üzerindeki ekonomik yansımaları oldukça fazladır. Yıllık bazda düzenli olarak artan ziyaretçi sayısı ile orantılı olarak elde edilen turizm geliri, kentin en önemli geçim kaynağıdır. Koronavirüs (Covid-19) salgını öncesi son turizm sezonu olan 2019 yılında Alanya’ya toplam 6.693.646 yerli ve yabancı ziyaretçi gelmiştir. Kişi başı ortalama harcamanın 666 \$ olduğu sezonda turizmden elde edilen toplam gelir 4.457.968.236 \$’dır. Tablo 6’da 2008-2019 yılları arasında Alanya’ya gelen ziyaretçi sayılarına göre elde edilen turizm gelirleri gösterilmiştir.

Tablo 6: Alanya’da Ziyaretçi Sayılarına Göre Turizm Gelirlerinin Yıllar Bazında Dağılımı

Yıllar	K.B.O.H (Dolar)	Toplam Ziyaretçi	Toplam Gelir (Dolar)
2008	635	2.746.086	1.743.764.610
2009	580	3.857.761	2.237.501.380
2010	546	3.327.176	1.816.638.096
2011	565	3.272.062	1.848.715.030
2012	798	3.617.884	2.887.071.432
2013	824	3.487.500	2.873.700.000
2014	828	4.598.642	3.807.675.576
2015	756	4.730.476	3.576.239.856
2016	705	2.750.877	1.939.368.285
2017	681	3.166.001	2.156.046.681
2018	647	5.680.359	3.675.192.273
2019	666	6.693.646	4.457.968.236

***Kişi Başı Ortalama Harcama (K.B.O.H)**

(ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2014), (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019).

Alanya’da turizmden elde edilen gelirlerin önemli bir kısmı işletmeler üzerinden olmaktadır. Turizmin ortaya çıktığı ilk yıllardan 2000’li yıllara kadar geçen sürede yeme-içme işletmeleri ile turistik alışveriş yerleri daha çok, günümüzde Alanya Çarşı Mahallesi olarak adlandırılan bölgede kümelenmiştir. Ancak son yıllarda turistik işletmeler; bölgenin ekonomik sebeplerden dolayı sürekli göç alması, turizm yatırımlarının çeşitlenmesi ve gelen turist sayısının yükselmesine bağlı olarak Alanya’nın doğusunda ve batısında yer alan mahallelere kadar yayılmıştır. Tekstil, hediyelik eşya, takı, deri mağazaları, restoran, kafe, bar ve gece kulübü tarzında olan turistik işletmeler, bölge istihdamının önemli unsurudur. İşletmelerin bölgede geniş bir alana yayılması ve çeşitlenmesi beraberinde rekabet ortamını doğurmuştur.

Ekonomik olarak daha fazla gelir elde etmek isteyen bazı işletmeler, turistleri rahatsız ve taciz ederek zorla satış yapmaya çalışmaktadır. Bu durum turizmde çalışan insanların da tanımladığı, bir nevi esnaf tacizi olan “hanutçuluk” kavramı olarak adlandırılmaktadır. Hanut, müşteriye ürün veya mal satan dükkân sahibinden alınan komisyondur (Üngören, Arslan, & Kaçmaz, 2015). Hanutçu ise, müşteriye dükkân sahibiyle buluşturan ve satış karşılığında komisyon alan kişidir (Kekeç, 2012), (Boztaş, 2009) akt. (Üngören, Arslan, & Kaçmaz, 2015). Turistleri oldukça rahatsız eden bu tür olaylar Alanya Belediyesi ve Alanya Emniyet Müdürlüğü tarafından alınan önlemlerle azaltılsa da turizmin devamı için toplum bilincinin geliştirilmesi zaruridir.

Alanya, tarihsel süreç içinde turizme bağlı ekonomik ve ticari gelişmeler sayesinde kasaba olmaktan çıkıp kent görünümü hâlini almıştır. Bu durumun oluşmasında en temel faktör mimari yapılaşmadaki değişimdir. Bu değişim Alanya’da turizmin mimari yapılar üzerindeki etkisini göstermektedir.

2.2.3. Alanya’da Turizmin Mimari (Yapısal) Etkileri

Tarihsel süreçte farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan Alanya, yapısal olarak bu medeniyetlere ait izler taşımaktadır. Syedra Antik Kenti, Alanya Kalesi, Kızılküle, Alanya Tersanesi bunlara örnektir. Bölgenin tarihi açıdan ön planda olmasında, jeopolitik konumunun etkisi yüksektir. Alanya tarihinde yerleşim alanları, coğrafi olarak üç farklı bölgeye ayrılmıştır. Bunlardan birincisi; içinde Alanya Kalesi’nin de bulunduğu tarihi yarımadadır. Dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı daha güvenli bir bölge olduğu için bu alanda ilk yapılaşmalar görülmüştür. İkinci bölge olarak nitelendirdiğimiz alan, yarımada’nın dışında kalan ve sahilden dağlara kadar devam eden Alanya ovasıdır. Bu alan; günümüzde doğal görünümün bozularak, binalaşmanın ve farklı yapılaşmaların en çok görüldüğü yerdir. Üçüncü bölge ise; düzlüklerin bitip dağların yükseltisinin başladığı, Alanya’yı daha yukarılardan gören yerlerdir (Yerliyurt, 2002) akt. (Kocaman, 2012).

Turizm öncesi dönemde bölgenin mimari yapısını, genel olarak tek katlı, iki katlı, üç katlı bahçeli müstakil evler ile konak şeklindeki yapılar oluşturmaktadır. Dolayısıyla Alanya, turizm faaliyetlerinin bölgede ilk kez başladığı 1950’lerden sonra 1970’li yıllara kadar kasaba niteliğine sahiptir. Sonradan giderek canlanan turizm faaliyetlerine bağlı olarak sürekli göç alan bölgede artan nüfus sayısı, yeni yapılaşmalara neden olmuştur ve kasabadan kent statüsüne geçişi hızlandırmıştır. Bu durum, yeşil alanların ve bahçelerin yok edilerek yerine farklı mimari yapıların ve inşaat alanlarının yapılmasına neden olmuştur. Bu yapıların başında apart otel,

pansiyon gibi fiziki olarak küçük binalar ile sonradan yapılan ve daha geniş alanları kapsayan tatil köyleri, 3 yıldızlı, 4 yıldızlı ve 5 yıldızlı otel kompleksinde konaklama tesisleri gelmektedir. 1980'lerden sonra günümüze kadar geçen sürede kıyıya yakın yerlere yapılan bu yapılar, doğal sahil görünümünü değiştirmiştir. Akış'a göre (2007), Alanya'da sahil taraflarında mevcut orman alanı neredeyse hiç kalmasa da günümüzde İncekum ile Alanya arasında ve Gazipaşa ile Alanya arasındaki bazı yerlerde kızılçam ormanları vardır. Yine de son zamanlarda oradaki ormanlar da turistik tesisler yapılma ihtimalinden dolayı risk altındadır.

Bölgede turizme bağlı olarak canlanan ticaret, farklı mimari özelliklere sahip çeşitli işletmelerin açılmasına neden olmuştur. Günümüzde, yerli-yabancı ziyaretçilerin ihtiyaçları ve zevkleri dikkate alınarak tasarlanan kafe, restoran, lokanta ve eğlence kulüpleri modern bir yapıdadır (Akış, 2007). Ayrıca artan nüfusun konut ihtiyacı nedeniyle yapılan modern binalar, Alanya'nın şehir görünümüne sahip olmasında etkili olmuştur. Konut ihtiyacında yerleşik yabancılardan fazla talep gelmektedir. 2019 Alanya Ekonomik Raporu'na göre (ALTSO), 2019'da Alanya'da 80 ülkeden 6.590 kişi mülk edinmiştir. Geçmişten günümüze Alanya'da toplamda 102 ülkeden 45.756 kişi mülk edinmiştir. Konut artışıındaki diğer önemli etken ise turizm amaçlı yapılan ve daha çok bölge dışından gelen yerli veya yabancı ziyaretçilerin yazlık olarak kullandıkları ikinci konutlardır. Alan yetersizliği ve artan talep nedeniyle ekonomik yarış içine giren inşaat şirketleri, Konaklı, Türkler, İncekum, Demirtaş, Mahmutlar ve Kestel gibi Alanya merkezinin dışında yer alan mahallelerde sahile yakın veya sahilden uzak iç kısımlarda ikinci konut projeleri yapmışlardır (Akış, 2007).

Kentteki turizm olanaklarının gelişmesi çerçevesinde ulaşım ve altyapıda ciddi yatırımlar yapılmıştır. Şehrin çehresinin değişmesinde ve bugünkü mimari görüntüsünün oluşmasında bu durumun etkisi fazladır. Kara, hava ve deniz yolunda turizm sonrası dönemde yaşanan hızlı gelişmeler turizm sektörünün, şehir planlamasında ve gelişiminde yapısal boyutta etkisinin bir göstergesidir. Karayolunda; tatilcilerin kıyıya kolay ulaşımı için doğu ve batı sahil şeridi boyunca uzanan D-400 karayolu ile kent içindeki trafiği rahatlatıcı alternatif ana arter güzergâhları, turizm sonrası dönemde yapılmıştır. Hava yolunda; yerli ve yabancı ziyaretçilerin doğrudan Alanya'ya ulaşabilmeleri için yapılan, şehrin doğusundaki Gazipaşa ilçesinde yer alan havalimanı, Alanya'ya 35 km uzaklıktadır. Deniz yolunda; kruvaziyer gemilerin uğrak noktası olabilmesi için yapılan liman, Alanya'ya turistlerin gelmesinde farklı bir ulaşım seçeneğidir (Kavacık, Zafer, & İnal, 2012). Bir turizm destinasyonunun daha kaliteli hizmet verebilmesi için başarılı olması gereken alanların başında altyapı çalışmaları gelmektedir.

Alanya’da, turizme bağılı elde edilen gelirler şehrin kalkınmasında kullanılmıştır. Bu nedenle altyapı çalışmaları, Türkiye’deki birçok şehre göre daha önce tamamlamıştır (Akış, 2007).

Alanya’ya yapılan tüm yatırımların çevresel karşılığı olmaktadır. Turizm faaliyetlerinin başladığı yıllardan sonra artan nüfusla beraber hızlı şehirleşmenin görülmesi, bölgenin doğal yapısının bozulmasına ve çevresel boyutta olumlu veya olumsuz bazı etkilere neden olmuştur. Bu durum turizmin, Alanya’da çevresel anlamda etkilerini göstermektedir.

2.2.4. Alanya’da Turizmin Çevresel Etkileri

Turizm destinasyonları, beşeri unsurlarının yanında doğal yapılarıyla da turistlerin ilgisini çekerler. Sağlık açısından olumsuz bir durum oluşturma ihtimali olan bazı çevresel sorunlar, destinasyona yönelik turist talebini negatif olarak etkileyebilmektedir. Çünkü çevre faktörü, günümüzde tatil planı yapan turistlerin kriterleri arasında yer almaktadır.

Turizm öncesi dönemler olarak nitelendirilen 1950’li yıllar öncesinde, mavi ve yeşilin bulunduğu bir yerleşim yeri olan Alanya, doğası, temiz havası ve çevre kirliliğinden uzak yapısıyla örnek bir kasaba niteliğindedir. Bölgede turizm faaliyetlerinin ilk kez başladığı yıllarda çevresel anlamda etkiler fark edilmese de bu durum uzun vadede kendisini göstermiştir. Turizmin sektör haline gelmesiyle, bölgede hızlı bir kentleşme süreci yaşanmıştır ve oksijen kaynağı olan ormanlar ile çeşitli bahçelerin yerini betonarme yapılar almıştır.

Alanya, yazları sıcak ve kurak, kışları ise ılık ve yağışlı olan Akdeniz iklimi özelliklerine sahiptir. Yaz aylarında ortalama sıcaklık genellikle 30°C’nin üzerinde, ortalama nisbi nem oranı ise %60 seviyelerinin üzerindedir (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019). Turizmin gelişimiyle paralel olarak artan yapılaşmalar, özellikle kent merkezinin yazları ferahlıktan uzak, basık ve bunaltıcı hâle dönüşmesine neden olmuştur. Akış’a göre (2007), Alanya’da dağ meltemleri ile deniz meltemlerinin estiği yön olan kuzey-güney yönünde yapılmayan cadde ve sokaklar, rüzgârın kentin iç kesimlerine kadar ilerlemesine engel olmaktadır.

Turizm Teşvik Kanunu’nun çıkarılmasının ardından, 1989 yılında Alanya’nın doğu ve batı kesimleri turizm bölgesi olarak ilan edilmiştir. Turizm yatırımı konusunda devletten destek alan yerli-yabancı yatırımcılar, kentin doğu ve batı kıyılarına oteller ile farklı turistik tesisler inşa ettirmişlerdir (Kocaman, 2012). Plajların aktif olarak kullanımı bu dönemden sonra başlamıştır. Turizm öncesi dönemlerde temiz olan sahil ve deniz suyunun, bölgeye yapılan tesislerin ardından yoğun insan kullanımına bağılı olarak kirlilik seviyesi yükselmiştir (Akış,

2007). Turizm faaliyetlerinin ilk zamanlarında tesis işletmecilerinin, plajları kullanan insanların, yerel yönetimin çevre ve deniz kirliliği konusunda bilinç seviyesi düşük olsa da sonraki yıllarda edinilen tecrübelerle birlikte bu durum, bölgede özen gösterilen bir husus haline gelmiştir. Nitekim 2021 yılı itibariyle Alanya’da halk ve tesis plajlarında toplam 73 adet mavi bayrak bulunması, sahil düzenine ve deniz temizliği verilen önemin göstergesidir. Mavi bayrak, halka açık kullanımı olan deniz suyunun temizlik oranını ve plajların standart seviyeye uygunluğunu denetleyen ülkelerarası bir programdır (www.mavibayrak.org.tr). Bunun dışında Alanya Kaymakamlığı’na bağlı kurulan Alanya Deniz ve Çevre Kirliliği Komisyonu, plajlarda ve denizlerde kirlilik olmadığını belirtmektedir akt. (Kavacık, Zafer, & İnal, 2012).

Günümüzde Alanya merkezinde konut yapılabilecek arazi sayısı yok denecek kadar azdır. Şehir ortamından uzaklaşmak isteyen insanlar yaylalara talep etmektedirler. Bu nedenle asırlardır süregelen yaylacılık faaliyetleri, turizme bağlı kentleşmeden dolayı çevresel olarak etkilenmektedir. Cimrin’e göre (1996), Son yıllarda, Alanya yaylarında eski zamanlardan kalma, en fazla iki katlı olan, çevresel olarak olumsuz etki yaratmayan ahşap ve taş evlerin yerine, daha fazla kata sahip beton binalar yapılmaktadır.

Alanya’da turizm faaliyetlerinin çevresel anlamda etki yarattığı başka bir durum da ışık ve ses kirliliğidir. Kent merkezindeki işletmeler, oteller ve eğlence yerleri turistlerin görsel olarak dikkatini çekebilmek için led ışık, projektör ve diğer elektrikli ışık kaynakları olmak üzere fazla miktarda ışığa neden olan elektrikli kaynaklar kullanmaktadırlar. Özellikle yaz aylarında bölgenin elektrik enerjisi ihtiyacını karşılamakta zorlanan trafolar da sık sık arızalar görülmekte ve buna bağlı elektrik kesintileri yaşanabilmektedir.

Tatilini müzik ve dans bağlamında eğlenerek geçirmek isteyen turistler bölgedeki gece kulüpleri ile barlara gitmektedirler. Gece yarısına yakın saatte başlayan müzik sesleri, sabaha karşı saatlere kadar devam etmektedir. Özellikle Alanya çarşı mahallesinde yer alan ve barlar sokağı olarak adlandırılan bölgedeki eğlence mekânlarında yüksek seste çalınan müzik sesi, bölgeye uzak yerlerden bile duyulabilmektedir. Alanya Belediyesi, yaz sezonunda eğlence yerlerindeki gürültü kirliliğini kontrol altında tutabilmek için müzik kapanış saatini gece yarısından sonra saat 03:00 olarak belirlemiştir (www.alanya.bel.tr). Kentte ses kirliliği oluşturan diğer etmenlerin başında trafik gürültüsü gelmektedir. Yaz aylarında yerli ve yabancı ziyaretçilerin nüfus sayısının artmasına bağlı olarak trafik yoğunluğunda da artışlar görülmektedir. Araçların çıkardıkları korna ve motor sesleri bölgede ses kirliliğinin artmasına neden olmaktadır.

Turizm sektörünün sürdürülebilir olması oldukça önemlidir. Yapılan yatırımların karşılığının alınması, istihdamın artarak devam etmesi ve destinasyonların marka değerinin korunması için turizmin planlı ve sistemli bir şekilde üzerine katarak ilerlemesi, yani sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bu durumun sağlanabilmesi için çevresel değerlere özen gösterilmeli ve toplumda çevre bilinci oluşturulmalıdır. Daha önemlisi ise, turizm faaliyetlerinde bulunurken doğal çevrenin yapısının bozulmadan gelecek nesillere bırakılmasıdır (Kavacık, Zafer, & İnal, 2012).



BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçlarının hazırlanması ve uygulanması ile ulaşılan verilerin analizinde kullanılan yöntem ve teknikler açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada; konunun kapsam ve özelliklerine uygun yöntem olarak nitel yaklaşım benimsenmiştir. Nitel araştırma sonuçlarının herkes için geçerli olmaması ve kendiliğinden oluşan olay, olgu veya davranışlara odaklanarak devam etmesi (Büyüköztürk, 2004) araştırmanın yönteminde etkili olmuştur. Bu amaçla Alanya’da yaşayan insanların turizmin Alanya’daki kentsel ve kültürel yapı üzerindeki etkilerinin derinlemesine incelenmesi için nitel araştırma stratejilerinden biri olan durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması, gerçeklerle ilgili veri toplayıp, ardından elde edilen verilerin analizini yaparak sonuçlara ulaşmaktır (Aytaçlı, 2012).

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme tekniği, araştırmayı yapan kişi ile araştırma konusu kapsamında yer alan kişiler arasında önceden planlanarak yapılan sözlü diyaloglardır (Cotien & Manion, 1994) akt. (Türnüklü, 2000). Yıldırım ve Şimşek’e göre (2008) görüşme, bir araştırma konusunda fikirlerini ve görüşlerini paylaşan insanlarla yapılan etkinliktir. Görüşme için, araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış sorular görüşme yapılan kişiye sorulur. Sorulan sorular katılımcının kendi bakış açısına göre cevaplanır (Türnüklü, 2000). Görüşme teknikleri; yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve odak grup görüşmesi olarak birbirinden ayrılır (Yıldırım & Şimşek, 2008).

Bu araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı soruları önceden hazırlar. Ancak araştırmacı, sadece hazır sorulara bağlı kalmaz ve görüşmenin gidişatına göre sorulara şekil vererek katılımcının cevaplarını detaylandırmasında etkili olabilir (Türnüklü, 2000). Bu bağlamda, Alanya’da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkilerini içeren araştırma konusu kapsamına uygun 15 farklı katılımcıya yarı yapılandırılmış görüşme soruları sorulmuştur. Bu amaçla 17 adet soru içeren yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Formda yer alan ilk sorular daha çok kaynak kişiler hakkında bilgi almak amacıyla hazırlanmıştır. Sonraki kısımda Alanya’da turizm

sektörüyle birlikte ortaya çıkan kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel anlamda etkiler ile geçmişten günümüze değişim sürecini incelemeye yönelik geliştirilen açık uçlu sorulara yer verilmiştir.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Antalya ili, Alanya ilçesi sınırları içinde ikamet eden, yaşamının tamamını veya belli bir kısmını Alanya’da geçiren 15 kişi oluşturmaktadır. 10 erkek ve 5 kadından oluşan katılımcıların en yaşlısı 63, en genci 23 yaşındadır. Yaş ortalaması 39,9’dur. Katılımcıların; meslek, yaşam tarzı ve Alanya’nın yakın tarihte değişimine canlı şahit olma özelliklerine göre turizm sektörüyle çeşitli bağlantıları vardır. Buna göre katılımcılar arasında; Alanya Belediye Başkanı’nın ve Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi’nden bir akademisyenin yanı sıra, bir otel müdürü, turizmde işletme sahibi altı esnaf, doğma-büyüme Alanyalı üç kişi, Alanya’ya sonradan yerleşmiş iki yabancı uyruklu kişi ve komşu ilçeden gelerek Alanya’ya yerleşen bir öğretmen yer almaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcının Kodu	Doğum Yeri	Cinsiyet	Alanya’da Yaşama Süresi (Yıl)	Yaşı	Yaptığı İş	Durumu
K1	Alanya	Erkek	46	46	Belediye Başkanı	Evli
K2	Alanya	Erkek	38	38	Öğretim Görevlisi	Evli
K3	Muş/Malazgirt	Erkek	19	27	Turizm Esnafı	Bekar
K4	Yozgat	Erkek	35	46	Turizm Esnafı	Evli
K5	Malatya	Erkek	25	31	Turizm Esnafı	Evli
K6	Antalya/Gazipaşa	Kadın	20	25	Öğretmen	Bekar
K7	Almanya/Hamburg	Kadın	20	41	Öğretmen	Türk ile evli yabancı

K8	İngiltere	Kadın	28	39	Öğretmen	Türk ile evli yabancı
K9	Alanya	Erkek	59	59	Emekli	Bekar
K10	Alanya	Kadın	40	40	Ev Hanımı	Evli
K11	Antalya/Gazipaşa	Erkek	45	63	Turizm Esnafı	Evli
K12	Mardin	Erkek	24	25	Turizm Esnafı	Bekar
K13	Ankara	Erkek	20	30	Turizm Esnafı	Bekar
K14	Kayseri	Erkek	6	51	Otel Müdürü	Evli
K15	Alanya	Kadın	23	23	Öğrenci	Bekar

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen, iki alan uzmanı ve bir ölçme ve değerlendirme uzmanının görüşleri doğrultusunda son şekli verilen birinci bölümü kişisel bilgiler, ikinci bölümü ise açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılmıştır. Ayrıca ilgili literatür taramasında kitaplar, dergi makaleleri, tez çalışmaları, kurum raporları, web sayfaları ve belgeleri gibi ikincil veri kaynakları kullanılmıştır.

1950’li yıllardan sonra turizm faaliyetlerinin ilk kez görülmeye başlandığı Alanya’da, sektörün hız kazanmasıyla ortaya çıkan kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel etkilerin belirlenmesinde Alanya’da turizmin gelişim sürecine tanıklık eden, turizm sektörü faaliyetlerinde bulunan, şehir hakkında kapsamlı bilgi sahibi olan ve halen Alanya’da yaşayan kaynak kişilerin anlatılarına başvurulmuştur. Bu amaçla araştırmacı tarafından 4 Mart ve 28 Nisan 2021 tarihleri arasında toplam 15 kaynak kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 15 Nisan tarihinde Alanya Belediye Başkanı Adem Murat Yücel ve Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi’nde Öğretim Görevlisi Dr. Abdülkadir Ünal ile görüşülmüştür. 17 Mart tarihinde Alanya Türkler mahallesinde yer alan Long Beach Otel müdürü Taner Tan ile görüşme yapılmıştır. 16 Mart ve 28 Nisan tarihleri arasında, Alanya’da turistik işletme ve dükkân sahibi

olan altı turizm esnafı (Sezer Öksüz, Barış Mollavelioğlu, Selahattin Uysal, Bülent Sarıaslan, Sercan Karadeniz, Cebrail Bozkurt) ile görüşülmüştür. 9 Mart tarihinde doğma büyüme Alanyalı olan Tuğba Yiğit, Rabia Biber ve Mehmet Demirtunç ile görüşmeler yapılmıştır. 4 Mart ve 19 Mart tarihlerinde yabancı uyruklu olup Alanya’da uzun yıllardır ikamet eden Julia Mürtezaoğlu ve Layla Arıdaş ile 16 Mart tarihinde Antalya Gazipaşalı olan fakat uzun yıllardır Alanya’da ikamet eden öğretmen Gamze Ceylan ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan tüm görüşmelerde kaynak kişilerin onayı ile ses kaydı alınmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Ses kayıtları, araştırmacı tarafından detaylı bir şekilde incelenmiştir. Sorulan sorulara verilen her cevap ayrı ayrı yazıya geçirilmiştir. Ardından her kişiye ait farklı görüşme dosyaları oluşturulmuştur. Görüşmelerden elde edilen veriler, betimsel analiz yoluyla çözümlenmiştir. Betimsel analizde amaç; elde edilen verileri belirli bir temaya uygun olarak düzenlemek, yorumlamak ve değerlendirmektir (Yıldırım & Şimşek, 2008). Ayrıca Alanya’da turizmin kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel etkilerinin belirlenmesinde görüşmelerden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Bu veriler, araştırma kapsamında yanıtı aranan soruların cevaplarını oluşturacak şekilde bulgulara dökülmüş ve bu çerçevede değerlendirilmiştir.

3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmanın geçerliliği için her aşamayla ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir. Verilerin aktarımında görüşme yapılan kişilerin fikirleri doğrultusunda yorumlar yapılarak okuyucuya, araştırmayla ilgili sonuçlarda daha objektif değerlendirmelerde bulunabilme imkânı verilmiştir. Elde edilen verilerin belirli bir düzende olabilmesi için ayrıntılı betimleme yapılmıştır. Ayrıntılı betimleme, bir araştırmada verilerin karmaşık yapıda olmaması için araştırmacının düşünceleri eklenmeden düzenlenmesidir (Lincoln & Guba, 1985) akt. (Ulubey, 2018). Ayrıca araştırma konusuyla ilgili farklı bakış açılarına ulaşılması için birbirinden farklı yaşantılara sahip çeşitli meslek gruplarından 15 katılımcıyla görüşülmüştür. Yıldırım ve Şimşek’e göre (2008), araştırmaya katılan katılımcılara ait bilgilerin detaylı olarak anlatılması, araştırma boyunca yapılan çalışmaların açıklanması ve analizlerin kapsamlı yapılması araştırmanın teyit edilmesi için önemlidir. Bu nedenle araştırmanın bulgular bölümünde eldeki tüm veriler ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, araştırmada cevabı aranan sorulara benzer olarak alt başlıklarda sıralanmıştır. Bunlar;

- 1- Alanya’da Yaşama Tercihlerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 2- Katılımcıların Alanya’nın Demografik Yapısına İlişkin Görüşleri
- 3- Alanya’daki Nüfus Yapısında Turizm Sektörünün Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 4- Turizm Sektörü Öncesinde ve Sonrasında Kültürel Yapıyla İlgili Katılımcıların Görüşleri
- 5- Turizm Sektörünün Kentsel ve Mimari Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 6- Katılımcıların Alanya’nın Yöresel Kültürüne İlişkin Görüşleri
- 7- Farklı Kültürlerin Alanya’da Ağırlandığı ve Turizm Etkisine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 8- Alanya Yerel Kültürünün Kente Yeni Gelen İnsanları Benimsemesine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 9- Yeni Kültürlerin Yaşatılmasına İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 10- Turizme Bağlı Karmaşıklıkların Kültürel Etkilerine Yönelik Katılımcıların Görüşleri
- 11- Alanya’nın Tarihsel Süreçte Değişen Görünümüne İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 12- Turizmin Ekonomik ve Sosyal Yapıdaki Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 13- İnsan Etkinliklerine, Etkileşimlerine ve Binaların Kullanımına İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 14- Alanya’nın Coğrafi Özelliklerinin Değişimleri Etkileme Durumuna İlişkin Katılımcıların Görüşleri
- 15- Turizmden Sonra Mekânsal Etkileşim Konusunda Katılımcıların Görüşleri

4.1. Alanya’da Yaşama Tercihlerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, ‘‘Neden Alanya’da yaşamayı tercih ediyorsunuz?’’ sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde altı farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 5 katılımcı Alanya'yı çok sevme,
- 1 katılımcı yaşadığı şehre hizmet etme arzusu,
- 5 katılımcı doğal ve kültürel zenginliklere sahip olması,
- 8 katılımcı Alanya'da turizm sektöründe çalışma,
- 2 katılımcı yerleşim alanlarının denize yakın olması,
- 3 katılımcı Alanya'da doğma ve ailenin Alanya'da ikamet etmesi, gibi nedenlerle Alanya'da yaşama tercihlerini dile getirmişlerdir.

5 katılımcı, Alanya'yı sevme nedenlerini farklı gerekçelerle açıklamışlardır. Bu durum, Alanya'nın kent olarak bir cazibe merkezi olmasının ve insanların ilgisini çektiğinin göstergesidir.

a) Alanya'yı çok sevme (K1, K4, K5, K6, K12)

K1: Çünkü Alanya'yı çok seviyorum. Yukarıda söylediğim gibi bu şehirde doğdum ve bu şehre hizmet etmeyi tercih ettiğim için bu şehirde yaşıyorum. Üniversiteyi bitirdim ve şehrimde tekrar geri döndüm. 2 dönem Kestel Belediye Başkanlığı, 7 yıldır da Alanya Belediye Başkanlığı olmak üzere 17 yıldır başkanlık yapıyorum.

K4: 37-38 sene önce ailemle beraber buraya tatil amaçlı gelip giderdik. Daha sonraki senelerde çok beğendiğimiz için buradan ev aldık ve yerleştik.

K5: Geçimimi burada turizm üzerinden yapıyorum ve bu şehri seviyorum.

K6: Aslen Gazipaşalı olmama rağmen Alanya'da yaşamayı tercih ettim. Çünkü Alanya'yı seviyorum. Alanya'daki yerleşim yerlerinin denize çok yakın olması, Alanya kalesi ve yazları turizm açısından hareketli geçmesi gibi etmenler ilgimi çeken özellikler. Buraya alıştığım için başka bir yerde yaşamayı şu anda düşünmüyorum.

K12: Ailem burayı tercih etmiş iş sebebiyle.

Alanya'ya ve Alanya halkına hizmet etme arzusuyla 1 katılımcı, Alanya'da yaşamayı tercih etme nedenini açıklamıştır. Bu durum kent içinde, kentin gelişimine katkı sağlayacak insanların çalışmalarının olduğunun bir göstergesidir.

b) Yaşadığı şehre hizmet etme arzusu (K1)

K1: Bu şehre hizmet etmeyi tercih ettiğim için bu şehirde yaşıyorum. Şehrimde olan hizmet aşkımı ve borcumu ödüyorum.

4 katılımcı, Alanya'nın doğal ve kültürel zenginliklere sahip olması gerekçesiyle Alanya'da yaşamayı tercih etme nedenlerini açıklamışlardır. Bu durum, Alanya'da asırlardır biriken bir kültürel varlığın olduğunun ve çok çeşitli doğal unsurlarının olduğunun bir göstergesidir.

c) Doğal ve kültürel zenginliklere sahip olması (K2, K8, K10, K15)

K2: Alanya coğrafi ve kültürel olarak benzeri olmayan bir güzelliğe sahiptir. O yüzden burada yaşıyorum.

K8: Babamın isteğiyle beraber Alanya'nın güzelliği, kültürü ve iş olanaklarının fazla olması sebebiyle tercih ediyorum.

K10: Alanya'nın iklimi çok güzel olduğu için atalarımız buraları seçmiş bizde bu güzel yerde yaşamaya devam ediyoruz. Alanya her konudan iyi bir yer. Biz burada yaşayarak çocuklarımızın da burada yaşayabilmesi için bir miras bırakmaya çalışıyoruz.

K15: Alanya kendine özgü bir iklim yapısına sahip. Yazları sıcak kışları Türkiye'nin diğer yerlerine göre ılık bu iklim yapısı benim burada yaşamayı tercih etmemin en büyük sebebi. Ayrıca büyük kentlerdeki gibi araç trafiği, gürültü ve hava kirliliği yok. Deniz kenarında oluşu sebebiyle istediğim zaman denize girip dinlenebiliyorum.

Alanya yerel ekonomisinin lokomotifi olan turizm sektörüne bağlı olarak Alanya'da yaşama nedenlerini açıklayan 8 katılımcı vardır. Bu durum, nüfusun büyük bir bölümünün turizme bağlı olarak kentte ikamet ettiğinin göstergesidir.

d) Alanya'da turizm sektöründe çalışma (K3, K5, K7, K8, K9, K11, K13, K14)

K3: İşimiz gereği, babamın mesleği gereği. Turizmle ilgilendiği için Alanya'da yaşamak durumundayım.

K5: Geçimimi burada turizm üzerinden yapıyorum ve bu şehri seviyorum.

K7: Çünkü burada benim ailem var. İyi bir iş buldum ve kaliteli bir hayat yaşıyorum.

K8: Babamın isteğiyle beraber Alanya'nın güzelliği, kültürü ve iş olanaklarının fazla olması sebebiyle tercih ediyorum.

K9: Alanya benim doğduğum şehir. Ailem ve işim burada.

K11: Burası turizm kenti ve geçimimi buradan yapıyorum.

K13: Turizm işi yapıyorum. Bir dönem Marmaris'te de bulunmuştum ama Alanya'ya yerleştikten sonra burası daha cazip geldi. Hem işimiz burada hem de turizmi seviyorum. Yani ekmek parası için buradayım.

K14: İşim nedeniyle Alanya'dayım. Çünkü turizmle uğraşıyorum ve turistik bir tesiste genel müdürlük yapıyorum. Ama işim olmasa ve imkanlarım olsa yine burada yaşamayı isterim.

2 katılımcı, Alanya'nın bulunduğu konuma bağlı olarak Alanya'da yaşama nedenlerini açıklamışlardır. Buna göre, kentteki yerleşim alanlarının sahile yakın olması Alanya kıyı turizminin önemini ve denizellik etkisini göstermektedir.

e) Yerleşim alanlarının denize yakın olması (K6, K15)

K6: Alanya'daki yerleşim yerlerinin denize çok yakın olması, Alanya kalesi ve yazları turizm açısından hareketli geçmesi gibi etmenler ilgimi çeken özellikleri.

K15: Alanya kendine özgü bir iklim yapısına sahip. Yazları sıcak kışları Türkiye'nin diğer yerlerine göre ılık bu iklim yapısı benim burada yaşamayı tercih etmemin en büyük sebebi. Ayrıca büyük kentlerdeki gibi araç trafiği, gürültü ve hava kirliliği yok. Deniz kenarında oluşu sebebiyle istediğim zaman denize girip dinlenebiliyorum.

3 katılımcı Alanya'da yaşama nedenlerini; Alanya'da doğup, büyüme ve aile hayatlarını orada sürdürmeleri olarak açıklamışlardır. Buna göre, Alanya'da geleneksel aile yapısının korunmasına ve bunun devam ettirilmesine ilişkin kültüre sahip bireyler vardır.

f) Alanya'da doğma ve ailenin Alanya'da ikamet etmesi (K9, K10, K12)

K9: Alanya benim doğduğum şehir. Ailem ve işim burada.

K10: Alanya'nın iklimi çok güzel olduğu için atalarımız buraları seçmiş biz de bu güzel yerde yaşamaya devam ediyoruz. Alanya her konudan iyi bir yer. Biz burada yaşayarak çocuklarımızın da burada yaşayabilmesi için bir miras bırakmaya çalışıyoruz.

K12: Bende burada büyüdüm ve Alanya'yı seviyorum.

4.2. Katılımcıların Alanya'nın Demografik Yapısına İlişkin Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya'nın demografik yapısı (nüfus yapısı) hakkında neler biliyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 6 katılımcı bilinen güncel nüfus sayısı ve büyüklük,
- 11 katılımcı göç alma durumu ve nüfus artışı,

- 5 katılımcı nüfus yapısı ile ilgili görüşlerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 6 kişi, demografik yapıyla ilgili olarak Alanya nüfusunu sayısal anlamda net ifade etmişlerdir. Bu durum, kent içinde nüfusun güncel gelişimini takip eden insanlar olduğunun göstergesidir. Nüfusun sabit kalmayarak her geçen yıl belirli miktarda artması, bölge insanının bu artışı yakından gözlemlemesinin nedenleri arasındadır.

a) Bilinen güncel nüfus sayısı ve büyüklük (K1, K2, K5, K6, K7, K15)

K1: Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre ilçemizin 2020 yılı nüfusu 333 bin 104 olarak belirlendi. Alanya bu sayı ile 24 ili geride bıraktı. Antalya'nın en kalabalık 3. İlçesiyiz

K2: Alanya'da yaklaşık 330 bin nüfus var.

K5: Alanya Antalya'nın en büyük ilçelerinden biri. Yaklaşık 330 bin nüfusa sahip.

K6: Alanya'nın üç yüz bini aşkın nüfusu var.

K7: Alanya çok büyük veya çok küçük bir şehir değil o yüzden de burayı tercih ettim. Alanya bir sahil şehri. Alanya'nın nüfusunun 330 bin olduğunu dolayısıyla kalabalık bir şehir olduğunu biliyorum.

K15: Alanya, Akdeniz bölgesi kıyı şeridinde yer alan Antalya ilinin en büyük ilçelerinden biridir. Alanya'nın nüfusu 333 bini geçmiş durumda. Türkiye'nin çoğu ilinden bile fazla bir nüfusa sahip.

Alanya'nın demografik yapısıyla ilgili 11 katılımcı, kentin daha çok turizme bağlı nedenlerle yurt içinden ve yurt dışından göç alarak nüfusunun artmasıyla ilgili yorumlar yapmışlardır. Bu durum Alanya'nın, göç alma potansiyeli yüksek olan şehirler arasında olduğunun göstergesidir.

b) Göç alma durumu ve nüfus artışı (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K10, K11, K13, K14, K15)

K1: Turizmin en belirgin gelir kaynağı olması nedeniyle sürekli göç alan bir şehrimiz var. Bununla birlikte yerleşik yabancı nüfusumuz da oldukça fazla. Resmi kayıtlara göre 100 üzerinde milletten 31 binden fazla yerleşik yaşayan yabancı bulunmaktadır. 40 binden fazla da mülk sahibi yabancımız var.

K2: Bunların 50 bine yakını yerleşik yabancılar diye biliyorum. Ayrıca Alanya sürekli iç göç alan bir yerdir.

K3: Alanya çok farklı kültürlere ve çok farklı nüfuslara, farklı ülkelerden gelen vatandaşlara ev sahipliği yapan bir ilçe. Büyüyen ve gelişen bir nüfusu var. Özellikle yazları nüfusta artış oluyor.

K4: Alanya'nın nüfusu her sene artıyor ve sürekli göç alıyor. Ticaret ve turizm gibi ekonomik nedenlerden kaynaklı nüfusunun çoğaldığını biliyorum.

K5: Yaşanılabilir bir şehir olduğu için sürekli göç alıyor. O yüzden kozmopolit bir nüfus yapısı var.

K6: Fakat bu nüfusun yüzde yirmisini buraya sonradan yerleşmiş yabancıların oluşturduğunu düşünüyorum. Özellikle Mahmutlar, Kargıcak ve Sugözü mahallelerinde yabancıların yaşadığını belirtmek isterim.

K10: Son yıllarda Alanya'nın nüfus yapısı çok hızlı gelişmektedir. Yerli yabancı nüfus çok fazla artmaya başladı. Ben bu durumdan dolayı memnun değilim. Şehrimiz küçük olduğu için çok kalabalık oluyor. Yaz mevsiminde nüfus üçe dörde katlanıyor. Ancak turizm sektörü için bu kalabalıktan da memnunuz.

K11: Alanya 45 yıl önce küçük bir kasabaydı. 7-8 bin civarında nüfusu vardı. Ama turizmin başlamasıyla dışardan gelen misafirlerin ve gelenlerin buraya yerleşmesiyle büyük bir göç almıştır.

K13: Buraya tatil yapmak için gelip burayı beğenen ve daha sonra buradan ev olarak yerleşen yabancılar da var.

K14: Eskiden çok daha sınırlı ve göç almayan bir yapı gözlemlerken turizmle beraber nüfus yapısında seri artışlar olduğunu canlı olarak gözlemleme şansım oldu.

K15: Alanya bir turizm bölgesi olduğundan dolayı sürekli göç alıyor.

Alanya'nın demografik yapısıyla ilgili 5 katılımcı, farklı kültürlere ve farklı milletlere mensup insanların bir arada yaşamasıyla ilgili görüşler belirtmişlerdir. Bu durum, Alanya'da çok çeşitli kültürel yapıların varlığıyla ve kozmopolit yapıda bir insan kitlesine sahip olmasıyla ilişkilendirilebilir.

c) Nüfus yapısı (K8, K9, K12, K13, K15)

K8: Alanya çok karışık bir nüfusa sahip. Yerli ve yabancı insanlar karışık olarak bulunmakta ve dünya üzerinden birçok vatandaşın bulunduğu bir yerdir.

K:9 Büyüyen bir nüfus var. Alanya yerli ve yabancı insanların beraber yaşadığı gelişen bir şehir. Türkiye'nin ve dünyanın farklı yerlerinden insanları burada görebilirsiniz.

K12: Yerel halkıyla beraber turizm ve çeşitli iş olanakları sebebiyle göç aldığı için karma bir demografik yapısı var.

K13: Alanya turizm şehri olduğu için yerli var. Rusya, Almanya ve İskandinav ülkeleri ağırlıklı olarak yabancı turistler var.

K15: Alanya'da her dilden, her ırktan insan görebilirsiniz.

4.3. Alanya'daki Nüfus Yapısında Turizm Sektörünün Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Sizce Alanya'nın son yıllardaki nüfus yapısının şekillenmesinde turizm sektörünün yeri ve etkisi nedir?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 8 katılımcı turizmde iş gücü ihtiyacı nedeniyle oluşan etkiler,
- 5 katılımcı ekonomik nedenlerden kaynaklı etkiler,
- 4 katılımcı yaşanılabilirlik ve doğal güzellikler,
- 6 katılımcı turizm nedeniyle yapılan iç ve dış göçler olarak görüşlerini ifade etmişlerdir.

Katılımcılar arasından 8 kişi, Alanya nüfusunun şekillenmesinde, turizm sektöründe oluşan iş gücüne ve eleman ihtiyacına bağlı oluşan etkilerden söz etmişlerdir. Katılımcıların çoğunluğunun bu durumu ifade etmesi, turizmin kent nüfusu üzerindeki etkilerinin göstergesidir.

a) Turizmde iş gücü ihtiyacı nedeniyle oluşan etkiler (K1, K2, K5, K8, K10, K11, K14, K15)

K1: Turizm sektörü biliyorsunuz çeşitlendi. Yıldızlı otellerimizin sayısı arttı. Yamaç paraşütü, yat turizmi, trekking, sağlık turizmi, spor gibi alternatif turizm alanları çoğalınca da bu alanlarda çalışacak personele ihtiyaç duyulmaya başlandı. Hâl böyle olunca da kalifiye ya da kalifiye olmayan insan gücü Alanya'ya göç etmeye başladı.

K2: Turizm sektöründe çalışanlar Alanya nüfusunda mevsimsel ve sürekli olarak oransal hacme sahiptir. Böylece nüfusta turizme bağlı değişimler sık yaşanmaktadır.

K5: Bence çok etkisi var. Alanya bir turizm kenti. Bu şehre turizm amaçlı çalışmak ve geçim yapmak için gelen çok insan var.

K8: İstihdam olarak önemli ve bu yönünden dolayı diğer çevre illerimizden insanların gelip yerleştiği bir yer. Bunların sonucunda Alanya daha kalabalık bir hale geldi.

K10: Çok fazla yerli insan yaz aylarında iş imkanlarından dolayı Alanya'ya geliyor.

K11: Turizmdeki işletmelerde çalışan personeller nüfusun şekillenmesinde etkilidir.

K14: Hem istihdam üzerinde çok yüksek etkisi var hem de etkileşim nedeniyle ve bununla ilgili hizmetler üretmeden dolayı da çok yüksek bir gelişim hatta göç alma vardır.

K15: Türkiye'den olduğu kadar yabancı ülkelerden de gelip burada yaşayan, çalışan insanlar var.

5 katılımcı Alanya nüfusunun şekillenmesinde, turizmin ekonomik anlamdaki etkilerinin önemine değinmişlerdir. Bu durum, turizm sektöründeki ekonomik hareketliliğin Alanya'da fazla olduğunun ve kentin en önemli geçim kaynağının turizm üzerinden yapıldığını göstermektedir.

b) Ekonomik nedenlerden kaynaklı etkiler (K4, K9, K13, K14, K15)

K4: Nüfusun şekillenmesinde en önemli etki turizme bağlı ticarettir. Turizmde canlılık devam ettikçe nüfus artacak, turizm sekteye uğradığı müddetçe de nüfus azalacaktır. Alanya'nın göç verip göç almasındaki ana neden turizmdir.

K9: Turizm Alanya'nın en önemli geçim kaynağı. Nüfusa da etkisi büyük. Hatta bu konuda en önemli pay turizme ait diyebilirim. Turizm ilerledikçe ve geliştikçe Alanya nüfusu da gelişip arttı.

K13: Alanya'da turizm en önemli gelir kaynağı. Son yıllarda tarım da buna eklenince ikisi birleşti. O yüzden tarımdan anlayan ülkemizde Anadolu insanı da buraya göç edebiliyor. Ama en önemli sektör turizm olduğu için turizmin etkisi fazladır.

K14: Alanya'da turizmle birlikte hareketlenme, kabuk değiştirme başladı. Bildiğiniz gibi turizm sosyo-kültürel, ekonomik ve katma değeri olan en yüksek sektörlerden birisidir. Bunun demografik etkileri olmadığını söyleyemeyiz.

K15: Bence Alanya'nın nüfus yapısının şekillenmesindeki en önemli etken turizm sektörüdür. İnsanlar Alanya'ya turizm sektöründe çalışmak, geçimlerini sağlamak için geliyor.

Katılımcılar arasından 4 kişi, Alanya'nın sürdürülebilir bir yaşam ortamına ve doğal güzelliklere sahip olmasına bağlı artan turizm faaliyetleri boyutunda turizmin nüfusa etkisini değerlendirmişlerdir. Alanya içinde yer alan turizme yönelik tüm doğal ve beşeri unsurlar

kentteki turizm faaliyetlerine katkı yapmakta ve dolayısıyla kent nüfusunun şekillenmesine etki etmektedir.

c) Yaşanılabilirlik ve doğal güzellikler (K5, K8, K10, K15)

K5: Yaşanılabilir bir turizm kenti olduğundan yerleşik yabancı sayısı da fazla.

K8: Alanya'da turizmin olması tatilciler için çok önemli.

K10: Turizm nüfus yapısının şekillenmesi üzerinde çok etkili. Yabancılar Alanya'yı tatil için çok fazla tercih ediyor.

K15: Ayrıca Alanya'ya gezmek için gelmiş, belli bir süre kaldıktan sonra buranın iklimini ve yaşam koşullarını beğendiği için burada yaşamaya devam etmiş kısacası sonradan "Alanyalı" olmuş insanlar var.

6 katılımcı, turizm faaliyetlerine bağlı oluşan iç ve dış göçlerin Alanya nüfusuna etkisiyle ilgili görüşler belirtmişlerdir. Yaz sezonu döneminde veya kalıcı yerleşim olarak yapılan göçlerin tümü Alanya nüfusunun şekillenmesinde önemli paya sahiptir.

d) Turizm nedeniyle yapılan iç ve dış göçler (K6, K7, K9, K11, K12, K14)

K6: Turizmin etkisiyle nüfusun belli bir kısmını yabancılar oluşturmaktadır.

K7: Turizmden dolayı burayı değiştiren birçok turist var. Bu nedenle Alanya nüfusu daha da artıyor. Benim gibi turistler burada yaşamaya başladılar. Onlar da burada aile kurdular.

K9: Yurt içi ve yurt dışından buraya fazla talep var. İnsanlar tatil, ekonomik veya başka farklı nedenlerden kaynaklı Alanya'ya gelip yerleşiyorlar.

K11: Buraya tatil için gelip sonradan yerleşen insanlar nüfusun şekillenmesinde etkilidir.

K12: Kesinlikle turizm Alanya'nın göç almasında büyük rol oynuyor. Bu yüzden her yaş grubundan ve Türkiye'nin hemen her yerinden gelen insanlar burada yaşıyor.

K14: Hem misafirler bağlamında çeşitlilik hem de çalışmak için gelen insanlarımızla da çeşitliliğin aktığı, eski lokal yöresel yapının daha da gelişerek zenginleştiğini gözlemleyebiliyoruz.

4.4. Turizm Sektörü Öncesinde ve Sonrasında Kültürel Yapıyla İlgili Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya’nın turizm sektörü öncesinde ve sonrasındaki kültürel yapısı hakkında neler söylemek istersiniz?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 7 katılımcı turizm öncesi dönemdeki kültürel yapı,
- 11 katılımcı turizm sonrası dönemdeki kültürel yapı,
- 6 katılımcı turizmin kültürel etkileri,
- 1 katılımcı kültür turizminin gelişimi ile ilgili görüşlerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 7 kişi, turizm öncesi dönemdeki kültürel yapıyla ilgili fikirlerini paylaşmışlardır. Daha çok yaş ortalaması yüksek olan kişilerin bu konuyla ilgili görüşlerini belirtmeleri, genç kuşağın Alanya’nın turizm öncesi dönemdeki kültürel yapıyla ilgili yeterli araştırma yapmadıklarını ve yetersiz bilgiye sahip olduklarını gösterebilir.

a) Turizm öncesi dönemdeki kültürel yapı (K2, K5, K6, K7, K8, K9, K11)

K2: Alanya’nın turizm sektörü öncesi ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanırken, turizmle birlikte farklı kalemler ekonomik girdi sağlamışlardır.

K5: Turizm öncesi dönemde yerel halkın belli, oturmuş bir kültürü vardır.

K6: Turizm öncesinde Alanya’da yerli halkın kendisine ait örf, adet ve aile kültürü vardır. Eskiden Alanya’ya özgü yöresel düğünler olurken, şu anda daha farklı evlilik törenleri olmaktadır.

K7: Alanya’da şu an olan pek çok şey turizm öncesi dönemde yoktu ve küçük bir şehirdi.

K8: Turizmden önce Alanya daha çok köy yeri gibiydi.

K9: Yörük diyarındır Alanya. Eskiden yaylalarda yüksek yerlerde yaşırdık. Yazları serin olduğu için güzel olurdu. Dolayısıyla yaylacılık kültürü ağırlıklıydı. Tarımsal üretim bölgesiydi Alanya. İnsanlar bu sektör üzerinden geçim yapar ve ona göre yaşarlardı.

K11: Turizmden önce burası küçük bir kasaba olduğu için Alanya’nın yerli halkı ve turizmin ilk başladığı 1976-1977’li yıllarda dışardan gelen hippy tarzında turistler olurdu.

K3, K12, K13 ve K15 turizm öncesi dönem hakkında bilgi sahibi olmadıklarını belirterek yorumda bulunmamışlardır.

11 katılımcı, Alanya’da turizm sonrası dönemdeki kültürel yapıyla ilgili fikirlerini paylaşmışlardır. Katılımcıların çoğunun bu konuda görüş belirtmesi, turizmin bölge insanı üzerinde oluşturduğu kültürel anlamdaki etkiyi göstermektedir. Katılımcılara göre, yerli ve yabancı insanların kültürlerinin bir arada yaşatıldığı bir kent ortamı turizm sonrası dönemde ön plana çıkmıştır.

b) Turizm sonrası dönemdeki kültürel yapı (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12)

K1: 1950’li yıllarda ilçemizde başlayan turizm, giderek büyük bir sektör haline geldi. Biz bu hızlı büyümeyle birlikte değerlerimize sahip çıkarak onları gelecek nesillere aktaracak tedbirleri alıyoruz. Alanya Kalesi’nde yaptığımız restorasyon çalışmaları, kent müzelerimiz, bedesten, tarihi evlerin restorasyonu, Syedra Av Köşkü, Oba Medresesi, Hıdırellez Kilisesi’nin restorasyonu gibi pek çok örneği sayabiliriz. Yine Alanya Kalesi’nde tarihi bir evi restore ederek Alanya Mutfak Kültür Evi haline getirdik. Evin iç mekanlarında Alanya yemeklerinin pişirildiği mutfak araç ve gerekleri sergilenirken açık alanda ise yine Alanya lezzetleri pişirilecek. Yani burası bir müze gibi faaliyet gösterecek. Alanya mutfağını dünyaya tanıtmak için Alanya Belediyesi olarak Avrupa Culinary Heritage (Alanya Mutfak Mirası) üyeliğine dahil olduk.

K2: Turizm sektörü şehrin sosyo-kültürel gelişimine önemli katkı sağlamıştır.

K3: Turizm sektörü sonrasında Rusya, Almanya, Hollanda gibi farklı kültürlerden insanlar olduğu için kültür kaynaşması olmaktadır.

K4: Özellikle turizm sonrası dönemde yeni gelen insanlara bağlı yeni kültürler ortaya çıkmıştır.

K5: Turizmin etkisi ile bu dönem sonrasında yeni kültürlerin etkisiyle farklı bir kültürel yapı Alanya’da oluşmuştur.

K6: Turizmden sonra ise insanların giyim tarzları, yeme içmeleri ve kültürü değişti. Ayrıca yabancılarla evlilikler turizm sonrası dönemde giderek arttı. Bu nedenlerden dolayı kültürel yapı değişikliğe uğradı.

K7: Ancak Alanya’da turizm faaliyetleri başladıktan sonra turistlerin ihtiyacı olan her şey yapılmaya başladı. Restoranlar, eğlence yerleri, konaklama yerleri ve ekonomik faaliyetler turizme bağlı olarak artış göstermiştir.

K8: Turizmin gelmesiyle daha fazla kültürler burada buluştu ve kültür çeşitliliği oldu. Şehirleşme oldu. Zamanla kent kültürü gelişti diye düşünüyorum.

K9: Turizmden sonra da insanlar Alanya merkezinde yoğunlaştı. Farklı şehirlerden ve ülkelerden insanlar gelince de yeni kültürler ortaya çıktı.

K11: 1980 'den sonra turizme bağılı olarak Alanya çok değışti ve çok göç aldı. Bu durum kültürel çeşitliliğe sebep olsa da burada insanlar birbirleriyle uyumlu yaşıyorlar.

K12: Sektör kendini göstermeye başladığı dönemden itibaren Alanya 'nın kültürel yapısı değışim göstermiştir. İnsanlar birbirleriyle giderek kaynaşmaya başlamış ve aynı şehirde kültürlerini paylaşmışlardır.

Katılımcılar arasından 6 kişi, turizmin Alanya'da genel anlamdaki kültürel etkilerinden söz etmişlerdir. Bazı katılımcılara göre kentte, turizm öncesi dönemdeki kültürel yapıyı yaşatmaya çalışan insanlar varken, bazı katılımcılara göre de turizm sonrası dönemde kültür kaynaşmasına bağılı kültürel değışimler yaşanmıştır.

c) Turizmin kültürel etkileri (K4, K5, K7, K10, K13, K15)

K4: Alanya'da turizm öncesi dönemdeki kültürel yapıyla turizm sonrası dönemdeki kültürel yapı tabi ki birbirinden farklıdır. Yeni nesiller de sürekli değıştiğı için kültür de değışime uğramaktadır.

K5: Turizmin kültürel etkisi fazladır diye düşünüyorum.

K7: Turizm öncesi ve turizm sonrası dönem arasında çok fark var. Turizm olmadan Alanya'nın şu an olduğı gibi güçlü bir şehir olabileceğini düşünmüyorum.

K10: şu an yerli halkın büyük bir bölümü kültürünü eskisi gibi devam ettiriyor. Yerli halktan turizme büyük bir ilgi var. Geleneksel Alanya el sanatları tanıtılıyor. El sanatlarının tanıtılması için pazarlar kuruluyor. Turistler bunlara büyük ilgi gösteriyor. Alanyalılar kendilerine özgü konuşma şeklini hâlâ devam ettiriyor. "Engini alıver, endeni, ımık havalar" gibi. Turizm faaliyetleri ile birlikte kültürünü pazarlıyor. Alanya'nın sembolü haline gelmiş portakal, muz, avokado, muşmula gibi meyveler yerli yabancı turistlerin ilgisini çok fazla çekiyor.

K13: Buradaki insanlar gelen insanların giyinme şekillerine, yemek yeme şekillerine bakıyorlar. Örneğin benim burada butiğim var. Onların zevkine göre kıyafetler ve ürünler getiriyorum ve onlara göre satış yapıyorum. Restoranlar vs. İskandinavların veya diğerk yabancı turistlerin sevdiği yemekleri yapıyorlar. Menüsünü onlara göre şekillendiriyorlar. Turizm de onlara göre şekilleniyor. Plajdaki kum bile gelen turiste göre ayarlanıyor. Bu yüzden kültür turizme göre şekilleniyor diyebilirim.

K15: Benim çocukluğumdan bu yana bu şehirde turizm sektörü hâkim. Burada yaşayan insanlar işlerini, evlerini ve yaşam biçimlerini turizm faaliyetlerine göre şekillendiriyorlar. Örneğin; turizm sektörünün finansal getirisinden dolayı işler sektöre

göre şekilleniyor ve eğer müstakil, deniz kıyısına yakın veya turistik yerlere yakın bir eviniz varsa alt katını veya bahçesini kafe, otantik ilgi çekici bir mekân veya yöresel ürünler sattığınız bir yere çevirebiliyorsunuz. Bölgeye gelen yabancılarla iletişim kurmak ve daha fazla ürün satmak için onların dilini öğreniyorsunuz. Konuşurken kendi dilinize göstermediğiniz özeni onların diline gösteriyorsunuz. Bu şekilde de bir kültürel etkileşim oluyor.

Alanya’da turizm öncesi ve turizm sonrası dönemdeki kültürel yapıyla ilgili 1 katılımcı kent değerlerinin yaşatılmasının ve korunmasının turizme katkı sağlayacağını belirtmiştir. Buna göre Alanya’da günümüze kadar varlığını koruyabilmiş, kaybedilmemiş her kültürel öge aslında turizmin gelişimine ve bölgede hız kazanmasına olanak sağlamaktadır.

d) Kültür turizminin gelişimi (K1)

K1: Son yıllarda kültür turizmi en fazla gelişme gösteren alternatif turizm türleri arasına girmiştir. Bunu katıldığım fuarlarda çok daha iyi gözlemledim. Kültür turizmi; sanat, dil, tarih, din, mimari yapı, yemek, yaşam tarzı gibi geniş kapsamlı bir alana sahip. Kültür turizminin geliştiği bölgelerin tarihi ve kültürel mirasının korunmasına daha çok dikkat ediliyor. Alanya Kalesi örneğinde olduğu gibi. UNESCO kültür mirası adayımız devam ediyor. Şayet doğru bir kültür turizmi politikası geliştiremezsek bu sefer yerel kültürel varlıkların bozulmasına, orijinalliğini kaybetmesine hatta ve hatta yok olmasına bile sebep olabiliriz. Alanya’da kültürel değerlerimizin korunması konusunda başarılı olduğumuzu düşünüyorum.

4.5. Turizm Sektörünün Kentsel ve Mimari Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Turizm sektörü faaliyetlerinin Alanya’nın kentsel ve mimari yapılanmasındaki etkileri hakkında düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 8 katılımcı turizme bağlı kentsel ve mimari etkiler,
- 5 katılımcı turizme bağlı yapısal çeşitlilik,
- 4 katılımcı turizm öncesi dönemdeki kentsel yapı,
- 5 katılımcı rekabet ortamı ve kentsel kimlik ile ilgili görüşler ifade etmişlerdir.

Katılımcılar arasından 8 kişi, Alanya’daki kent yapılanması ve mimari boyuttaki gelişmelere etki eden en önemli faktörün turizm faaliyetleri olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre bölgedeki

turizmin, Alanya'nın genel kentsel görüntüsünün oluşmasında payı oldukça fazladır. Katılımcılar bu duruma sebep olarak son yarım yüzyılda ön plana çıkan turizm ile tesisleşmeyi, artan nüfusla beraber hızlı kentleşme ve mimari yapılaşmayı örnek göstermişlerdir.

a) Turizme bağlı kentsel ve mimari etkiler (K2, K3, K6, K9, K11, K12, K14, K15)

K2: Turizm sektörünün ihtiyaçlarına bağlı olarak ortaya çıkan turistik tesisler, şehrin çehresini değiştirmiş ve il merkezi havası vermiştir.

K3: Burası turistik bir yer olduğu için binaların ve caddelerin mimarisi daha çok turistlere ve onların yaşam tarzlarına yönelik yapılmaktadır. Hizmet sistemleri daha çok Avrupa tarzına döndü.

K6: Turizme bağlı olarak Alanya'da nüfusun arttığını ve buna bağlı bir yapılanmanın olduğunu söyleyebiliriz. Ancak genel anlamda turizmin Alanya'daki yapıları etkilediğini düşünmüyorum. Alanya, tüm dünyada olduğu gibi çağa uydurarak şehirleşmiştir.

K9: Özellikle merkezde kentleşme arttı. Binalarda kat sayısı yükseldi. Turizm sektörü Alanya'nın reklamını yapsa da burada doğal ortam ve yeşil alanlar yok oldu.

K11: Turizmle beraber çok büyük yapılaşmalar ve inşaatlar oldu. İnsanlar muz bahçelerinin ve portakal bahçelerinin olduğu yerlere inşaatlar yaptı.

K12: Göç almaya başladığı için turizmle beraber kentsel yapılanmasında artan nüfusa yetecek bir politika izlenmeye başlanmıştır. Bu yüzden bu bölgede nüfusun artışına göre sürekli yeni inşaatlar ve konutlar yapılmıştır.

K14: Kentsel ve mimari alanda çok büyük olumlu ve olumsuz gelişmeler beraber gözlemlenebiliyor. 1980'lerden bu yana turizm nedeniyle büyüme hızının çok yüksek olması, gerekli bilinç ve altyapı oluşumlarının sınırlı imkanlarla sancılı olarak gerçekleşmesiyle paralel her zaman doğruya ve güzele olan eğilim ağır basarak iyi örneklerin çoğalmasına, olumlu yönde gelişmelere, daha güzele doğru yol almaya devam ediyor. Yani iyi yönde bir gelişme var. Yerinde ve oturaklı yatırımlar gözlemleyebiliyoruz.

K15: Turistik açıdan çekiciliğin artması için kentsel ve mimari yapının dönüştürüldüğü ve çoğu yerde tarihi yapının korunduğu söylenebilir. Kimi bölgelere çok fazla otel yapılırken kimi bölgelerdeki tarihi binalar korunuyor.

5 katılımcı, Alanya turizminin kentte yapısal çeşitliliğe neden olduğunu belirtmişlerdir. Turizm faaliyetlerinin olduğu destinasyonlara yapısal boyutta renklilik ve çeşitlilik katılması insanların o bölgelere olan ilgisine katkı sağlayabilir. Bu nedenle Alanya'da da turizme bağlı birbirinden

farklı amaçlara hizmet eden ve görsel açıdan farklı mimari özelliklere sahip yapılar bulunmaktadır.

b) Turizme bağlı yapısal çeşitlilik (K4, K5, K7, K8, K9)

K4: Büyük bir etkisi vardır. Alışveriş merkezleri açılıyor, büyük ve yüksek katlı oteller yapılıyor, konutlar yapılıyor, aqua parklar yapılıyor. Bu nedenle turizmin Alanya’da mimari yapılar üzerinde çok etkisi vardır.

K5: Turizmin etkisi ile artan nüfusa bağlı olarak yüksek katlı binalar yapılmaya başlandı. Ayrıca özellikle otel sayısında ciddi bir artış oldu. Turistlerin ilgisini çekebilecek yabancı kültüre ait yapılar da son yıllarda arttı.

K7: Turizm sektörü faaliyetleri sebebiyle Alanya’ya çok sayıda yeni oteller yapılmıştır. Turistler için özel olarak, onların ihtiyacı olan apartlar, rezidanslar, havuzlar ve hamamlar yapılmıştır.

K8: Sonralarda gittikçe yoğunlaşan turizm sebebiyle bunlar daha lüks hale gelmeye başladılar. Apartmanlar, rezidanslar, siteler halinde yapılaşmalar görülmeye başlanmıştır.

K9: Her yer apartman, otel ve pansiyon oldu. Eskiden bu kadar alışveriş yapılacak işletme ve dükkân da yoktu.

4 katılımcı, Alanya’da turizm faaliyetleri başlamadan önce bölge mimarisi ve yapılaşması hakkında görüş belirtmişlerdir. Buna göre Alanya’da turizmden önceki dönemlerde yeşil alanların fazla, betonlaşmanın oldukça az olduğundan bahsedilmiştir.

c) Turizm öncesi dönemdeki kentsel yapı (K5, K6, K8, K11)

K5: Alanya çok katlı yapıların olduğu bir şehir değildi eskiden.

K6: Alanya’da eskiden çok katlı binalar yoktu. Genelde kale yamaçlarındaki gibi Alanya usulü eski evler vardı. Şu anda da kale yamaçlarındaki o evler koruma altında varlığını sürdürmekte.

K8: Turizm öncesi dönemlerde küçük, bahçeli, taş veya müstakil evlerde yaşanılırdı.

K11: Burada turizmden önce bahçeli müstakil evler vardı. Daha nezih bir yerdi.

5 katılımcı, Alanya’da aktif turizm faaliyetlerinin olmasına bağlı olarak yapılan düzensiz ve çarpık mimari yapılaşmaların fazla olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre Alanya’nın mimari anlamda kendisine özgü kentsel bir kimliğinin olmadığı söylenebilir.

d) Rekabet ortamı ve kentsel kimlik (K1, K10, K13, K14, K15)

K1: Turizm sektöründe acımasız bir rekabet var. Ülkeler daha çok turist çekebilmek için rakiplerinden farklı ürünleler bu piyasa dahil etmeye çalışıyor. Elbette bunun içinde mimari yapılanma da var. Alanya’da yüzlerce 2-3-4-5 yıldızlı oteller var. Bunlar bile kendi aralarında rekabet ediyor. Her otelin farklı mimari yapısı, çevre düzenlemesi mevcut. Bana kalırsa şehirlerin bir kimliği olmalı. Pazarlama yaparken toptan kenti pazarlamalıyız. Tesisleriyle, tarihiyle, kültürüyle, deniziyle, restoranları, eğlence mekanları, alış-veriş yerleri, peyzajı, sosyal alanları, akla ne gelirse kentin bir kimliği olmalı. Bunu da yerel yönetimler ve STK’lar ortak yapmalıyız.

K10: Şehir merkezindeki tarihi evlere tadilat yapılarak turizm hizmetine açıldı. Alanya evleri müzeleştirildi. Örneğin; Alanya Tersanesi eskiden harabelikti. Belli bir köşeden ileriye gidilmezdi. Tadilat yapıldı ve şu an turizme büyük katkı sağlıyor. Kaledeki yürüyüş yolları turistlerin daha iyi gezebilmesi için düzenlendi. Turistler yeni yapılan teleferiğe de büyük ilgi gösteriyor. Şehir turistlerin ilgisini daha iyi çekebilmek için cezbedici şekilde düzenleniyor. Alanya’da Beş yıldızlı oteller arttı. Çok fazla otel inşa ediliyor. Sahil kenarına çok çeşitli çevre düzenlemeleri yapıldı. Yürüyüş yolları, banklar, heykellerle dikkat çekicilik ve şehir kalitesi arttırıldı.

K13: Ben genelde turizm yerlerinde şehirleşmeyi çok uygun bulmuyorum. Bu durum daha önce yaşadığım yer Marmaris’te de öyleydi. Çünkü turizm şehrinin doğal bir yapısı olmalı ve o yapı bozulmamalı. Şehirleşme olduğu zaman, yani insanlar kalabalık olduğu zaman, binalar arttığı zaman şehrin değeri düşüyor. Alanya’da şehirleşme oranı çok arttı. Artık nüfus çok fazla. Turizmde bu kadar kalabalık bölge nerede var? Bence böyle şehirleşme turizmi her zaman olumsuz etkiler.

K14: Biraz daha doğaya, çevreye saygı da duyulmalı. Toplumda bu bilinç arttırılmalı ve güçlendirilmeli. Ve gelecek nesillere de aşılanarak taşınmalıdır diye düşünüyorum.

K15: İnsanların Alanya’yı turistik olarak tercih etmelerindeki en büyük etken deniz, kum ve güneş. Tüm düzenlemeler bu etkenlerin çekiciliğini ve bu çekiciliğin devamlılığını arttırmak üzerine kurulu.

4.6. Katılımcıların Alanya’nın Yöresel Kültürüne İlişkin Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya’da yerleşik ve kendine özgü bir kültürün yaşatıldığını düşünüyor musunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 9 katılımcı Alanya yerel kültürünün günümüzde yaşatıldığını düşünme,
- 3 katılımcı Alanya'ya özgü kültürel özellikler,
- 4 katılımcı yayla kültürü ve yaylacılık faaliyetlerinin önemi,
- 2 katılımcı nesilden nesile kültürel aktarım,
- 3 katılımcı kentsel ve ekonomik bağlamda kültürel değişim olarak görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 9 kişi, Alanya'nın kendisine özgü kültürünün günümüzde de devam ettiğini ifade etmişlerdir. Farklı milletlerden ve kültürlerden insanların bir arada yaşadığı Alanya'da yerel kültürün devam ettirilmesi, yerli halkın bu konuya verdiği önemin göstergesidir.

a) Alanya yerel kültürünün günümüzde yaşatıldığını düşünme (K2, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11, K15)

K2: Kendine özgü kültürün geliştirilmesinde ve korunmasında fayda vardır. Çünkü kültür, zamanla tamamen yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.

K4: Evet düşünüyorum. Alanyalı olmadığım için bu konuya çok hâkim değilim. Ancak yeme-içme, yaşantı, kıyafet olarak kendine özgü kültürleri vardır.

K5: Evet düşünüyorum Alanya'nın has Alanyalılar olarak tabir ettiğimiz belli bir kitlesi var. O insanlar arasında eskiden beri gelen ve günümüzde de yaşatılan kendilerine özgü bir kültür var.

K7: Evet kesinlikle düşünüyorum. Almanya'dan geldiğim için benim ayrı bir kültürüm var. Eşim Alanyalı ve evlendikten sonra aynı evde iki farklı kültüre sahip insanlar olarak yaşamaya başlamıştık. Günümüzde de bu durum devam ediyor. Onun kendisine ait kültürü var.

K8: Evet düşünüyorum. Ve hâlâ da yaşatıldığını düşünüyorum. Bazı yerler çok şehirleşmiş olsa da yine Alanya'nın o eski halinden eserler görmekteyiz.

K9: Evet ben bir Alanyalıyım ve bizim kendimize ait kültürümüz var.

K10: Yaşatıldığını düşünüyorum.

K11: Evet düşünüyorum. Yemeklerinde, insan ilişkilerinde ve komşuluk ilişkilerinde kendine özgü kültürü vardır.

K15: Alanya'nın hem kendine özgü bir kültürü var hem de yok. "Alanyalı" olarak adlandırılan yüzyıllardır burada yaşayan bir kesim var. Onlar kendilerine özgü yörük kültürlerini, yemeklerini hala yaşıyorlar.

3 katılımcı, Alanya'ya özgü kültürel özellikleri örnekleriyle belirtmişlerdir. Bu katılımcıların doğma-büyüme Alanyalı olmaları içinde bulundukları kültürel ortamı araştırmaya doğrudan aktarmaları açısından önemlidir.

b) Alanya'ya özgü kültürel özellikler (K1, K9, K10)

K1: Alanya'nın kendine özgü yerleşik bir kültürü var elbette. Şivesi, Hasbahçe Zeybeği, yemekleri, eski evleri, misafir ağırlama geleneği, nişan, düğün gelenekleri, örf ve adetleriyle geleneksel kültürüne sahip çıkan bir Alanyamız var.

K9: Akrabalık ilişkilerine önem veririz. Alanya yerlisi olan birçok insan burada birbirini tanır. Konuşmalarımız bu yöreye ait. O yüzden Alanyalı birisi konuştuğunda onun Alanyalı olduğunu anlarız. Alanya kültürüne ait yöresel kıyafetlerimiz var. Yöresel yemeklerimiz var. Kabak çiçeği dolması, ülübü, nohutlu hibeş bunlardan bazılarıdır.

K10: Yerli halk kara şalvarını, kasketini takıp dolaşıyor. Düğünlerde klasik Alanya kıyafetleri ve yemekleri hala yaşıtılıyor. Hâlâ Alanya sokaklarında kara Jawa motor görebilirsiniz.

4 katılımcı, Alanya'ya özgü kültürel özelliklerin yaşatılmasını yaylacılık faaliyetleri adı altında değerlendirmişlerdir. Buna göre, günümüzde Alanya kent merkezine dışarıdan gelerek yerleşen insan sayısının fazla olması, yerli halkın kültürünün fark edilmemesine neden olabilmektedir. Ancak yaylalardaki insanların çoğunluğunu Alanyalı insanların oluşturması, oralarda Alanya kültürünün yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır.

c) Yayla kültürü ve yaylacılık faaliyetlerinin önemi (K2, K3, K4, K10)

K2: Alanya'da yerleşik ve kendine özgü kültür sınırlı alanlarda yaşatılmaya çalışılmaktadır. Bu alanlar daha çok kent merkezinden uzaktaki yüksek yaylalardır.

K3: Alanya'nın merkezi değil ama kırsal kesimlerinde kendi özgü kültürü mevcut. Halen kültürüne bağlı Alanya'nın köklü ve yerli insanları oralarda yaşayarak kendi kültürlerini devam ettirmektedirler.

K4: Yaylalarda yaşayan insanların hâlâ severek şalvar giydiklerini biliyorum.

K10: Yazın yaylaya göçülüyor, kışın merkeze iniliyor. Eski yaylacılık geleneği devam ettiriliyor.

2 katılımcı, Alanya'ya özgü kültürel öğelerin günümüz Alanyalı gençlerinde ve çocuklarında giderek az görülmeye başladığını ifade etmişlerdir. Bu durum, Alanya'da yaşayan eski-yeni kuşak insanlar arasında kültürel kopukluklar olduğu anlamına gelebilir.

d) Nesilden nesile kültürel aktarım (K6, K13)

K6: Düşünüyorum ancak yeni nesil için bunu söyleyemem. Çünkü bu yerleşik kültür zamanla değişti.

K13: Evet düşünüyorum. Ama Alanya'ya ilk geldiğim zamanlara göre bu durumun giderek azaldığını da düşünüyorum. Çünkü jenerasyon değiştikçe kültür de değişiyor. Buraya ilk geldiğimizde bizim yaşımızda olan insanların çoğu büyüdü ve evlendi. Şimdi onların çocukları var. Eski kültürü devam ettirmekte zorlandıklarını düşünüyorum. Eskiden burada yapılan turizm şenlikleriyle günümüzdeki şenlikler arasında bile çok fark var artık.

Katılımcılar arasından 3 kişi, bölgedeki ekonomik imkanların ve şehirleşmenin gelişmesine bağlı olarak kültürel değişimler olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum, ekonomik gelişmişlik ve kentleşme insanların kültürel yaşantılarını etkileyebilmektedir şeklinde yorumlanabilir.

e) Kentsel ve ekonomik bağlamda kültürel değişim (K12, K14, K15)

K12: Eskiden yaşatılan bir kültür vardı ama özellikle son beş yıla bakarsak bu kültürü yaşatma durumu kaybolmaya başlamış durumda görünüyor. Bunun sebebi ise ekonomik olarak güçlenen Alanya halkının artık gelenek ve göreneklerden, kültürlerinden ziyade daha lüks ve gösterişli hayatı tercih ediyor olmalarıdır.

K14: 1980'lerden bu yana baktığımızda Alanya'da kendine has kültürel bir yapı vardır. Bu durumu işimiz gereği doğrudan yaşayamıyoruz. Fakat mesai arkadaşlarımızdan veya çevremizle olan etkileşimimizden de bunu hissedebiliyoruz. Sıcak kanlılık ve misafirperverlik anlayışı işin özünde var. Bu olduğu zaman turizmde var olabiliyoruz zaten.

K15: 30-40 yıldır Alanya'da yaşayan kişiler, turizmde çalışma veya Alanya'nın yaşam standartlarından dolayı gelenler "Alanyalı" olmaktan çok kendi kültürlerini yaşayan ve devam ettiren kişiler de var.

4.7. Farklı Kültürlerin Alanya'da Ağırlanması ve Turizm Etkisine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, "Alanya'nın farklı kültürlere ev sahipliği yapma durumu hakkında neler düşünüyorsunuz? Bunda turizmin etkisi nedir?" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde üç farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 3 katılımcı farklı kültürlere sahip yerli/yabancı insanların kente olan uyumu,

- 6 katılımcı farklı kültürlere sahip yerli/yabancı insanların birlikte yaşaması,
- 6 katılımcı turizm faaliyetlerine bağlı nedenlerle farklı kültürlerin bir arada bulunması olarak görüş ifade etmişlerdir.

Katılımcılar arasından 3 kişi, Alanya'nın farklı kültürel özelliklere sahip insanları ağırlamasıyla ilgili olarak görüş belirtmişlerdir. Buna göre, Alanya'ya sonradan yerleşen insanların kent ile olan uyumunda daha çok olumlu durumlar gözlemlenmektedir. Bu durumun oluşmasında yerli halkın misafirperverliği ve yeni kültürlere karşı hoşgörülü olmaları ile sonradan yerleşen insanların da Alanya'yı ve Alanya halkını sevmeleri, birlikte yaşama ortamına katkı sağlamıştır.

a) Farklı kültürlere sahip yerli/yabancı insanların kente olan uyumu (K1, K8, K14)

K1: Zamanla turist olarak gelen bu insanlar şehrimizden mülk edinmeye başladı. İyice tanınmaya başlayan şehrimize talep ciddi anlamda arttı. Şimdi Ruslar birinci sırada olmak üzere 100'den fazla ülke insanı bizimle yaşıyor. Bu insanlarla belediyemiz, kamu kurumlarımız ve halkımız arasında köprü vazifesi gören bir de Yabancılar Meclisimiz (Yeni Alanyalılar) var. Bu şehirde yaşayan herkes bizim hizmetlerimizden aynı oranda istifade ediyor. Bu insanların kendi kültürlerini yaşamaları için biz elimizden geleni yapıyoruz. Zaten pek çoğu kendi derneklerini kurmuş ve kültürlerini bu dernekler çatısı altında yaşıyor. Biz de onlara yardımcı oluyoruz. En büyük bayramları olan Noel'e kutlamaları için Yeni Yıl Pazarı adı altında bir pazar kurulmasına yardımcı oluyoruz. Belediye arkasındaki bu alanda hem kültürlerini yaşıyor hem de kültürlerini yerel halkla paylaşıyorlar.

K8: Ben buraya ilk geldiğimde hiç yabancılik çekmedim. Alanya bana iyi bir ev sahipliği yaptı ve hâlâ da yapıyor.

K14: Sıcak kanlılık ve misafirperver anlayış ile yabancı kültürlerden gelen misafirlerin kendilerini rahat ve güvende hissetmelerinin, doğal güzellikler içinde huzurlu bir tatil geçirmelerinin ve bunları ülkelerinde seslendirmelerinin sosyo-ekonomik ve kültürel hareketin çok hızlı artarak ivme kazanmasına neden olduğunu gayet açık şekilde gözlemliyoruz. Dolayısıyla turizm zaten sosyal bir olgudur ve bu kaçınılmaz bir şekilde her türlü yansımadır.

6 katılımcı, birbirinden farklı kültürel özelliklere sahip insanların aynı şehirde birlikte yaşamaları üzerine değerlendirme yapmışlardır. Buna göre, bazı katılımcılar kültürler arası uyumsuz durumlar olduğunu söylese de bazı katılımcılar zamanla uyumsuzluğun ortadan kalktığını ve insanların ortak paydalarda buluşabildiklerini ifade etmişlerdir.

b) Farklı kùltùrlere sahip yerli/yabancı insanların birlikte yaşaması (K4, K8, K9, K11, K13, K15)

K4: Zaman zaman kùltùr çatışmaları olsa da insanlar arasında bir şekilde uyum sağlanıyor.

K8: Zaman zaman kùltùr açısından zorlanmalar olsa da çok olumsuz bir şey olmadı. Çok hoşgörüyle karşıladılar bizi. Bizi üzecek bir şey de yaşatmadılar buradaki insanlar. Onlar da memnundı galiba bizim gelmemizden.

K9: Turizmin ilk yıllarında burada yaşayan halk, bu konuda yabancılik çekse de sonraki yıllarda yeni gelen insanlara ve yeni kùltùrlere giderek alışmışlardır.

K11: Herhangi bir sorun yaşanmıyor. Herkes birbiriyle genel olarak anlaşabiliyor. Dışardan gelen misafirler de bizim kùltürümüze uyum sağlıyorlar.

K13: Bizim halkımız zaten sıcak kanlı. Bir de bu işin içinde ticaret de olduğu için ilgi alaka artıyor. Tabi ki bunu kötü niyetli olarak kullanabilen insanlar da vardır. Bu durum dünyanın her yerinde bence böyledir. Ticaret yapayım derken Alanya'da bu şehrin turizm imajına zarar verebilecek insanlar var. Onun dışında genel olarak Alanyalı insanların ev sahipliği yapma konusunda rahat olduklarını düşünüyorum ve bunu da turistlerin hissettiklerini düşünüyorum.

K15: Alanya'da farklı kùltùrlerden bireylerin bir arada huzur içerisinde yaşaması yeni gelenler açısından da bir çekicilik oluşturmaktadır.

6 katılımcı, turizm faaliyetlerine bağlı nedenlerle farklı kùltùrlerin Alanya'da bir araya geldiğini belirtmişlerdir. Bu durum, Alanya'da kùltürel çeşitliliğin oluşmasındaki en önemli faktörlerden biri turizm sektörüdür şeklinde yorumlanabilir.

c) Turizm faaliyetlerine bağlı nedenlerle farklı kùltùrlerin bir arada bulunması (K4, K5, K6, K7, K10, K12)

K4: Tamamen turizmden kaynaklı olarak farklı kùltùrlerden insanların buraya daha çok ticaret yapma amacıyla gelip yerleştiklerini biliyorum.

K5: Alanya birçok farklı ülkeden insanı içinde barındırmaktadır. Bunun en önemli sebebi de turizmdir. Turizm sebebiyle yerli/yabancı göç sayısı oldukça fazladır. Buna bağlı olarak da Alanya'da kùltürel çeşitlilik fazladır.

K6: Turizmden dolayı Alanya'ya ülkemizden ve farklı dünya ülkelerinden gelerek yerleşen birçok insan var.

K7: En iyi örnek benim eşim. Çünkü o turizm sektöründe çalışıyor. Turist olarak Alanya'ya geldim ve eşimle tanıştıktan 5 yıl sonra evlendik. Bu duruma sebep olan şey

tabi ki Alanya’da turizmin olmasıdır. Benim gibi Alanya’ya farklı ülkelerden çok sayıda turist geliyor.

K10: Alanya’da birçok farklı kültür var. Turizmde çalışmak için gelenler kendi kültürlerini de beraberinde getiriyorlar. Konuşma şekillerinde, giyimlerinde kendi kültürlerini yansıtıyorlar. Yabancıardan da Alanya’ya yerleşenler var. Bunlar da kendi ülkelerindeki rahatlıklarıyla giyimleriyle burada yaşamaya devam ediyorlar. Turizm bu kültürel çeşitliliğin en büyük etkeni.

K12: Alanya’da turizmle beraber yerleşik turist sayısı çok arttı. Ülkenin ve dünyanın farklı bölgelerinden sürekli göç alıyor. Bunda turizmin büyük etkisi var.

4.8. Alanya Yerel Kültürünün Kente Yeni Gelen İnsanları Benimsemesine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya’nın yerleşik kültürel yapısı yeni gelenleri kendisine entegre etmekte midir?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 11 katılımcı yerel kültürün farklı kültürlerle uyumu ve ortak paydalarda buluşabilmeleri,
- 1 katılımcı ilgili çalışmaların yetersizliği,
- 2 katılımcı yaşam şartlarının zorluğu,
- 2 katılımcı yerel yönetim yaklaşımı,
- 2 katılımcı doğal güzellikler ve turizme bağlı etkenler olarak görüş belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 11 kişi, Alanya yerel kültürel yapısının yeni gelen insanları kendisine entegre etmesini, kültürel uyum ve ortak paydalarda buluşma çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Buna göre, Alanya yerel kültürü farklı kültürel özelliklere sahip insanları bünyesine kabul edebilmektedir. Katılımcılara göre bu durumun oluşmasındaki en önemli neden bölgedeki turizm faaliyetleridir.

a) Yerel kültürün farklı kültürlerle uyumu ve ortak paydalarda buluşabilmeleri (K1, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13)

K1: Alanya tarihten beri çok kültürlü, çok milletli bir yaşam kültürüne sahip olmuş. Anadolu Selçuklu Sultanı Alaaddin Keykubat’ın 13. yüzyılda Alanya’yı fethiyle birlikte bu gelenek daha da güçlenerek 800 yıldır devam ediyor. Bu nedenle olsa gerek yeni

gelen misafirlerimizin entegrasyonu konusunda sorun yaşanmıyor. Yerel halk yabancılara karşı misafirperverliğini ve hoşgörüsünü sürdürüyor.

K3: Alanya'da bir turist gelip kolayca entegre olabilir.

K4: Evet etmektedir. Çünkü Alanya sadece bir yerden değil, birçok yerden göç almaktadır. Yani sadece Doğu Anadolu veya İç Anadolu bölgelerinden değil, ülkemizin ve dünyanın her yerinden göç almaktadır. Ben de buraya ilk geldiğim zamanlarda uyum sağlamaya çalışırken hiç zorlanmadım. Küçük yaşta geldiğim için çabuk alıştım.

K5: Bence etmemektedir. Çünkü Alanya'nın biraz içe kapanık, dışa açık olmayan bir yapısı var.

K7: Evet tabii ki. Bana göre buraya gelen yabancı insanlar bu şehirde uzun süre kalmak istiyorlarsa eğer Türkçeyi ve Türk kültürünü öğrenebilirler. Buradaki insanlarla iletişime geçmek ve onlara ulaşmak çok kolay. Bu şehirde yaşayan insanlar tüm hayat şartlarına rağmen yardımsever ve paylaşımcıdır. O yüzden Alanya yeni gelenleri kendisine kolayca entegre etmektedir.

K8: E tabii ki Alanya büyüyen bir şehir olma yolunda. Yabancıların özel günlerini kutlama açısından özen gösteriyorlar. Hem kendi kültürlerine hem de yabancıların kültürlerine saygılılar. Bizler bu konuda yabancılık çekmiyoruz.

K9: Evet etmektedir. Zaten entegre etmeseydi Alanya'da turizm bu kadar ilerlemezdi. Sonradan buraya yerleşen insanlarla zaman zaman uyum problemleri yaşanmış olabilir. Ancak genel olarak Alanya kültürü dışarıdan buraya gelen insanları kabul etmektedir.

K10: Konuşma dili olarak bir etki var. Alanya'nın şivesi konuşmaları etkiliyor. Ancak kıyafet seçimlerinde etkilendiklerini düşünmüyorum. Özgürce kendi giyimlerine devam ediyorlar.

K11: Buraya yeni gelen insanlar bu şehre kolayca adapte olabiliyorlar. Alanya'nın yerleşik kültürü bu duruma müsaade etmektedir.

K12: Daha çok büyükşehir yaşantısından gelenleri kendisine entegre etme oranının oldukça fazla olduğunu düşünüyorum. Çünkü Alanya ülkemizdeki birçok ilden daha büyük şehirleşmeye sahip.

K13: Evet çok rahat edebiliyor. Burası turizm şehri olduğu için insanlar başka yabancı insanlara alışkın. Bu bence çok önemli. Ben mesela Ankaralıyım. Bizim orada sokağımıza birisi taşındığında mahalleli kim acaba? nereden geldi? sorularını

sorabiliyor. Ama burada öyle bir durum yok. Çünkü bu şehirde yaşayan insanlar yabancı insanlara alışık. O yüzden kimse sorgulanmıyor ve yeni gelenler bünyesine kabul ediliyor. Zaten kabul etmese burada ne turizm gelişir ne de burası turizmden ekmek yiyebilir. Yobaz bir yer olur. Öyle bir durumda neden turist gelsin ki buraya?

1 katılımcı, Alanya'nın, yeni kültürleri misafir etme tutumunun dış pazarlarda daha fazla tanıtımının yapılması gerektiğinden söz etmiştir.

b) İlgili çalışmaların yetersizliği (K2)

K2: Bana göre yetersiz. Bu konuda daha fazla teşvik ve tanıtıma ihtiyaç duyulmaktadır.

2 katılımcı, Alanya'ya sonradan gelen insanların yaşamsal zorluklarla karşılaşabileceğini belirtmişlerdir. Buna göre, Alanya'ya sonradan yerleşen insanlar kente alışma sürecinde zorluklar yaşayabilmektedirler.

c) Yaşam şartlarının zorluğu (K3, K12)

K3: Farklı bir şehirden gelen insan yaşam açısından kolayca entegre olamaz. Çünkü hayat şartları diğer şehirlere göre pahalı. Burada geçim kolay olmadığı için turistik gezi dışında gelenler burada zorlanabilirler.

K12: Şehir kültürüne uzak insanlar buraya kolay kolay ayak uyduramayabilirler.

2 katılımcı, Alanya'ya yeni gelen insanların kente uyum sürecini yerel yönetim üzerinden değerlendirmişlerdir. Buna göre kentte, yeni gelen insanların uyum sürecini hızlandıracak çalışmalar yapılmakta ve farklı kültürlerin özel günlerine yönelik etkinlikler düzenlenmektedir.

d) Yerel yönetim yaklaşımı (K1, K8)

K1: Belediyemiz yeni gelenlerin uyumuna destek olmak için geçtiğimiz yıllarda “Hoş Geldin Komşum” sosyal destek projesini başlattı. Yeni gelenleri kurum olarak evinde ziyaret ederek destek oluyoruz.

K8: Yılbaşı kutlamaları, noel pazarı tarzında etkinlikler bunun göstergesidir.

2 katılımcı, Alanya'nın, sahip olduğu doğal güzelliklerden ve turizmden dolayı insanların ilgisini çektiğini belirtmişlerdir. Bu katılımcılara göre dışarıdan gelen insanlar Alanya yerel kültürünü benimsememektedir.

e) Doğal güzellikler ve turizme bağlı etkenler (K5, K15)

K5: Buraya sonradan yerleşen insanlar şehrin daha çok havasını, doğal güzelliklerini ve imkânlarını seviyor.

K15: Alanya'nın yerleşik kültürel yapısının yeni gelenleri kendisine entegre ettiğini düşünmüyorum. Çünkü Alanya denizi ve doğal güzellikleriyle bilinen bir yer. Yeni gelenlerin entegre olmasını gerektiren bir durum yok.

4.9. Yeni Kültürlerin Yaşatılmasına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya’da yerleşik kültürün yanında yeni kültürlerin de yaşamasına ilişkin hoşgörü var mıdır?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde altı farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 5 katılımcı yeni kültürlere yönelik yerel halkın olumlu tutumuyla ilgili,
- 3 katılımcı yeni kültürlerin varlığının halk nezdinde rahatsızlık yaratmasıyla ilgili,
- 1 katılımcı kutsal ve milli günler ile fiziki yapılar boyutunda hoşgörüyle ilgili,
- 2 katılımcı yabancıların kendi kültürlerini yaşayabilmeleriyle ilgili,
- 2 katılımcı yurt içinden göç eden insanların kendi kültürlerini yaşayabilmeleriyle ilgili,
- 3 katılımcı ekonomik ilişkiler bakımından hoşgörüyle ilgili görüşler ifade etmişlerdir.

5 katılımcı, Alanya’da yeni kültürlere karşı hoşgörüyle ilgili yerel halkın olumlu tutumları üzerinde değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre Alanya yerli halkı arasında, kentte bulunan farklı kültürel özelliklere sahip bireylerin kendi kültürlerini özgürce yaşayabilmelerini isteyen ve bunu hoşgörüyle karşılayan yerli insanlar vardır.

a) Yeni kültürlere yönelik yerel halkın olumlu tutumu (K3, K4, K6, K8, K10)

K3: Tabii ki de kesinlikle vardır. Çünkü Alanya farklı kültürlerden etkilenen ve bunlarla beslenen bir şehir. Dolaylı olarak insanları da bu durum etkiliyor.

K4: Ama genel anlamda bakınca buradaki insanlar yen gelen insanlara hoşgörülü davranmaktadırlar.

K6: Evet Alanya’da yeni kültürlere karşı hoşgörü vardır. Ben de yeni kültürlere karşı hoşgörülü ve saygılı olmaya çalışıyorum.

K8: Evet bence hoşgörölü yaklaşıyorlar. Hoşgörölü olmalılar da zaten. Alanya'ya bu yakışır diye düşünüyorum çünkü. Alanya bu yüzden seviliyor. Bu yüzden insanlar ölkelerini bırakıp buraya geliyorlar. Bence bu hoşgörü olmasaydı hiçbir yabancı kendini burada bu kadar rahat ve sanki kendi evinde gibi hissetmezdi.

K10: Alanya' da insanlar birbirlerinin költürlerine saygılı ve hoşgörölü davranıyorlar.

Katılımcılar arasında 3 kişi, farklı költürel özelliklere sahip insanların yerel halk düzeyinde rahatsızlığa neden olması üzerine değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Bu katılımcılara göre, yerli halk arasında Alanya'da farklı költürlerin yaşatılmasına yönelik hoşgörölü davranmayan insanlar bulunmaktadır.

b) Yeni költürlerin varlığının halk nezdinde rahatsızlık yaratması (K4, K5, K12)

K4: Zaman zaman illaki bir uyumsuzluk olabiliyor.

K5: Bence yerel Alanyalı halk yeni költürleri öğrenip o költürleri tanımaya karşı biraz ilgisiz ve isteksiz. Diğer költürler halkın bazı bölümü tarafından kabul görüp hoşgörüyle karşılanırken, bazıları tarafından ise kabul görmeyebiliyor.

K12: Alanya'nın eski insanların bu hoşgörölünün olduğunu düşünüyorum. Ancak yeni nesil pek hoşgörölü değil bu konuda. Genellikle farklı költürleri kabullenmek istemiyorlar bana göre.

1 katılımcı, Alanya'da farklı költürlere karşı hoşgörüyle ilgili olarak kutsal ve milli günler ile költürel anlamı olan fiziki yapıların varlığı üzerine değerlendirmede bulunmuştur. Buna göre, Alanya'da farklı költürlerin özel günlerinin anılması ve fiziki yapılar boyutunda özgürlüklerin tanınması kentteki hoşgörü kavramının bir göstergesidir.

c) Kutsal ve milli günler ile fiziki yapılar boyutunda hoşgörü (K1)

K1: Mahmutlar Mahallesi'nde bir Ortodoks kilisesi, Bektaş Mahallemizde Hıdırellez Kilisesi, Güllerpınarı Mahallesi'nde Aziz Nikolaus Kilisesi, Oba Mahallemizde Norveç Költür Evi'nde yabancı misafirlerimiz önemli gün ve bayramlarda kendi dini ve milli költürlerini yaşıyorlar. Noel, Paskalya gibi bayramlar ile milli günler, özgürlük günü vs.

2 katılımcı, Alanya'ya sonradan yerleşen yabancı uyruklu insanların kendi költürel değerlerini yaşayabilmeleri üzerine değerlendirmede bulunmuştur. Buna göre, yabancı uyruklu insanlar kendilerine ait yaşam biçimlerini Alanya'da da sürdürebilmektedirler.

d) Yabancıların kendi kültürlerini yaşayabilmeleri (K2, K7)

K2: Alanya bir hoşgörü şehridir, yerleşik yabancıların kendi sosyo-kültürel varlıklarını sürdürebilmeleri bunu kanıtlamaktadır.

K7: Evet ilgi gösteriyor. Ben bu şehirde kültürel açıdan hiç problem yaşamadım. Çünkü ben Türkçe öğrenmek ve insanlarla iletişime geçmek için çabaladım. Komşularımın çok iyi ilişkilerim var.

2 katılımcı, Türkiye içinden göç ederek Alanya'ya yerleşen insanların kendi kültürel değerlerini yaşayabilmeleri yönüyle değerlendirmede bulunmuşlardır. Bu durum, farklı şehirlerden göç eden insanların Alanya'da genel anlamda karşılıklı saygı çerçevesinde yaşadıklarının göstergesidir.

e) Yurt içinden göç eden insanların kendi kültürlerini yaşayabilmeleri (K9, K11)

K9: Genel olarak vardır diyebiliriz. Yurt içinden buraya gelen insanlar kendi kültürlerine göre yaşayabiliyorlar. Doğu ve Güneydoğu illerinden gelen insanlar Alanya'da bir araya gelerek kendi memleketlerinin derneklerini kurabiliyorlar.

K11: Evet vardır. Herkes birbirinin kültürüne saygı gösteriyor. Bugün buraya Antep'ten, Diyarbakır'dan, Ankara'dan, İstanbul'dan gelen farklı farklı insanlar var. Bu kültürel çeşitliliğe rağmen herkes birbirine saygılıdır.

3 katılımcı, Alanya'da farklı kültürlerle karşı hoşgörünün temelinde ekonomik nedenler olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre, Alanya'da turizme bağlı ekonomik hareketliliği arttırmak için kente gelen yabancı misafirlere karşı hoşgörü politikası uygulanmaktadır.

f) Ekonomik ilişkiler bakımından hoşgörü (K13, K14, K15)

K13: Günümüzde Alanya'nın yerleşik kültürü pek kalmadı bence. Karışık bir kültür var. Yurtdışından insanlar gelip buraya yatırım yapabiliyorlar. Ülkemizden insanlar da gelip burada yatırımlar yapabiliyorlar. O yüzden biraz da ticaretle alakalı bir durum bu hoşgörü meselesi.

K14: Bu durum gelişime paralel olarak oluştu ve olgunlaştı. Şu anda Alanya'da yaşayan yabancılardan da biliyoruz böyle bir hoşgörü kesinlikle var. Bu olmasaydı zaten ikinci konutlara olan talepten de bahsetmek pek mümkün olmazdı. İnsanlar güvende hissetmedikleri ve dışlandıkları bir bölgede veya ülkede yatırım yapmaz, konut satın almaz ve tatile gelmezler.

K15: Alanya’da hoşgörünün hâkim olduğunu söyleyebiliriz. İnsanlar yeni gelenleri özellikle de turistleri bir gelir kapısı olarak gördükleri için onlara oldukça hoşgörülü yaklaşmaktadır.

4.10. Turizme Bağlı Karmaşıklıkların Kültürel Etkilerine Yönelik Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Geçmişten bu yana turizm nedeniyle ortaya çıkan çeşitlilik ve karmaşıklığın kültürel değişim üzerindeki etkileri nasıldır?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 6 katılımcı günlük ve sosyal kent yaşantısına olan kültürel etkilerle ilgili,
- 3 katılımcı yerel halk üzerindeki kültürel etkilerle ilgili,
- 4 katılımcı insan etkileşimleri ve kültürel değişim ile ilgili,
- 2 katılımcı yabancılar üzerindeki kültürel değişim ile ilgili görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 6 kişi, turizme bağlı ortaya çıkan çeşitlilik ve karmaşıklığın kentteki kültürel etkileri boyutunda değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Buna göre, turizm faaliyetlerinin başladığı ilk zamanlardan günümüze kadar geçen sürede özgün ve saf bir kültüre sahip olan Alanya halk kültürü, turizmin etkisiyle karmaşık bir kültürel yapıya dönüşmüştür.

a) Günlük ve sosyal kent yaşantısına olan kültürel etkileri (K2, K4, K8, K10, K14, K15)

K2: Bazı kültürel öğeler unutulmaya yüz tutmuş olabilir, melez bir kültürel yapı ortaya çıkmış olabilir.

K4: Ortaya çıkan çeşitlilik ve karmaşıklık kültürel değişimi hızlandırmıştır. Bu durum bana göre Alanya’ya renklilik katmıştır.

K8: Bence iyi yönde etkiledi. Alanya’yı köy olmaktan çıkardı ve daha lüks hale getirdi. Bu durum hâlâ da böyle devam etmekte ve Alanya bu yüzden il olma yolunda. Ayrıca bu durum Alanya’nın kendi kültürünü etkileyerek değişime sebep oldu.

K10: Turizm nedeniyle ortaya çıkan çeşitlilik Alanya’nın gelişimine katkı sağlamaktadır. Turizm faaliyetleri daha başarılı sürdürülüyor. Tatilini yapan da çalışmak için gelen de Alanya’ya katkı sağlamış oluyor.

K14: Ben aslında bu karmaşıklığı dünya vatandaşlığına doğru gelişme ve zenginleşme olarak görüyorum. İnsanlar kendi kapalı dünyalarında kaldıklarında diğerlerini yanlış

anlama ve kabullenmeme gibi durumları yoğun olarak hissedebilirler. Oysaki turizm nedeniyle hem gelen misafirler hem de bizler birbirlerini insan gözüyle görüp gerçek dünyayı daha iyi hissedebilecek hale gelebiliyoruz. Algılarla yüklenmiş bilgilerin saf ve duru olanları ortaya çıkıyor, Asılsız ve algı oluşturmaya yönelik olanlar ise çöpe gidiyor. Geriye insan kalıyor. İnsan oldukça da zaten anlaşması kolay.

K15: Turizm Alanya'nın kültürel yapısına sürekli bir şey eklemektedir. Alanya'yı bir cazibe merkezi haline getirebilmek için yaşam biçimleri turizm odaklı değişmektedir. Bu değişimle beraber kültür de değişerek dönüşmektedir.

3 katılımcı, turizme bağlı oluşan çeşitlilik ve karmaşıklığı yerel halk boyutunda değerlendirmişlerdir. Buna göre, kendine özgü kültürel değerleri bulunan yerli Alanya halkı ve kentteki turizm nedeniyle farklı kültürel özelliklere sahip yabancı insanların bir arada bulunmaları sonucunda kültürel anlamda çeşitlilik oluşmuştur.

b) Yerel halk üzerindeki kültürel etkileri (K3, K11, K13)

K3: Her toplumun kendisine ait örf, adet ve geleneği vardır. Turistlerin de farklı bir yaşam tarzları ve yaşam stilleri var. Burada turist çoğunluğu olduğu için bizim de ister istemez yaşam tarzımız onlara göre değişiyor. Örneğin bir Anadolu ilinde veya Türkiye'nin herhangi bir yerinde akşam 6'da herkes evine giderken biz burada turistlere ayak uydurup gece 12'de evimize gidebiliyoruz. Gece 12'ye kadar pek çok yer açık Alanya'da.

K11: 35-40 yıl önceki turizm ortamıyla şimdiki turizm ortamı birbirinden çok farklı. Artan nüfusla beraber çeşitli kültürlerin buluşması Alanyalılar üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır. Alanyalılar, kültürel çeşitliliğe bağlı olarak daha ileri görüşlü ve kültürlü insanlar olmaya başlamışlardır.

K13: Yüksek bir etkisi vardır. Eskileri gören yaşı daha büyük insanlar bunu daha iyi fark ederler bence. Alanya göç alarak gelişmiş ve şehirleşmiştir. Zaten burada yaşayan yerli insanlar da dışardan gelmişlerdir. Alanya'nın köylerinde yaşayan yörükler var. Kim nereden hangi kültürü gördüyse o kültürü uyguluyor zaten.

4 katılımcı, Alanya'da turizmin neden olduğu çeşitlilik ve karmaşıklığı insan etkileşimleriyle oluşan kültürel değişim üzerinden değerlendirmişlerdir. Buna göre Alanya'da turizm faaliyetlerinin olması, farklı kültürlerle sahip insanların birbirleriyle olan etkileşimlerine zemin hazırlamaktadır.

c) İnsan etkileşimleri ile kültürel değişim (K1, K5, K6, K9)

K1: Turizm sadece ekonomik bir faaliyet değildir; sosyal, kültürel, toplumsal yapıyı da etkileyen bir faaliyettir. Meydana gelen değişiklikler, kişilerin yaşam biçimini değiştirmekle kalmaz. Yemek yeme alışkanlığından, giyim kuşamı, konuşmasından davranışlarına, inançlarına, aile yapısına varıncaya kadar ne varsa etkiler. Yalnız bu etkileşimden bizim için ne iyiye onu almalı, ona önem vermeliyiz, bunu yaparken de toplumsal değerlerimizi korumaya özen göstermeliyiz.

K5: Hızlı bir değişim gerçekleşmektedir. Özellikle genç kuşakta eski yerleşik kültürlerin hızla kaybolduğunu görmekteyiz. Şehirde insanların etkileşimi arttıkça kültür aktarımı olmaktadır.

K6: Turizmin kültürel değişim üzerindeki etkisi fazladır. Farklı kültüre sahip iki insan birbiriyle etkileşime geçtikten sonra birbirini etkileyebiliyor. Örneğin farklı kültüre sahip arkadaşımın giydiği kıyafet dikkatimi çekerse ben de ona benzer bir kıyafet giyebilirim. Kültürel etkileşim ile her şey olabilir.

K9: İnsan çeşitliliği ve nüfus karmaşası kültürel değişimi çok hızlandırmıştır. Alanya yüzölçümü olarak küçük bir alanda yer almaktadır. O yüzden insanlar genelde hep iç içedir. Kalabalık ortamlarda kültürel etkileşim artıyor.

2 katılımcı, Alanya’da turizme bağlı oluşan karmaşıklık ve çeşitliliğin yabancılar üzerindeki kültürel etkilerini yorumlamışlardır. Katılımcılara göre kentte, yabancı insanların kültürlerinin benimsenmesine yönelik gelişmeler yaşanmıştır.

d) Yabancılar üzerindeki kültürel değişim (K7, K12)

K7: Kendimden örnek vereceğim. Kültürel çeşitlilikten dolayı benim hiçbir sorunum olmadı. Şehirle uyumluyum.

K12: Öncelikle yerleşik turist nüfusunun artmasıyla birlikte onların da yararlanabileceği ve onların kültürlerine yönelik değişimler olmuştur ve olmak zorundadır. Göçle gelen nüfus, farklı bölgelerden geldiği için aynı şekilde bir kültürel değişiklik ve o kültürlere yönelik değişim olmuştur.

4.11. Alanya'nın Tarihsel Süreçte Değişen Görünümüne İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Turizmin başlamasından bu yana Alanya'nın genel görünüşünde hangi değişiklikler (kaybolan ya da azalan yapılar, bozulan silüetler, yeni yapılar vb.) oldu?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Katılımcılar bu sorunun cevabını daha çok turizm öncesi dönemdeki genel görünüm ve turizm sonrası dönemdeki genel görünüm olarak cevaplandırmışlardır. Buna göre;

- 6 katılımcı turizm öncesi dönemdeki genel görünüm,
- 11 katılımcı turizm sonrası dönemdeki genel görünüm,
- 4 katılımcı genel görünümün zamanla değişmesine neden olan etkenler,
- 2 katılımcı genel görünümü ve doğal silüeti koruma çalışmalarıyla ilgili görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 6 kişi, Alanya'nın turizm öncesi dönemdeki genel görünümüyle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre turizm başlamadan önce Alanya, narenciye ve tropikal meyve bahçelerinin yaygın olduğu kasaba niteliğine sahip bir yerleşim yeridir.

a) Turizm öncesi dönemdeki genel görünüm (K1, K2, K4, K9, K11, K15)

K1: Yukarıda belirttiğim gibi Alanya turizme kapılarını 1950'li yıllarda açmış. Daha bizler dünyaya bile gelmemiştik. O vakitler Alanya ilçe ama bir kasaba görünümündeymiş. Portakal ve muz bahçeleri için yerel mimariye sahip evler, merkezde bankalar, birkaç esnaf dükkânı, el sanatlarının olduğu küçük işletmeler, tamirhane ve zanaatkarlardan oluşuyormuş.

K2: Turizm öncesinde Alanya'da narenciye bahçeleri vardı.

K4: Ben Alanya'ya 1985 yılında geldim ve 10 yaşındaydım. Özellikle merkezdeki iskele bölgesi çok değişti. Eskiden oralarda fayton durakları vardı, motor taksiler vardı.

K9: Alanya turizmden önce portakal ve muz bahçelerinin yaygın olduğu yeşil alanların çok olduğu bir yerdi.

K11: Eskiden herkesin müstakil evi vardı ve önünde bahçesi vardı. Yeşil bir Alanya'ydı. Şimdi ise muz ve portakal bahçeleri yıkılmış yerlerine inşaatlar ve binalar yapılmıştır.

K15: Eski Selçuklu mimarisinden kalıntılar olarak kale yamacındaki evleri görebilirsiniz.

11 katılımcı, turizm sonrası dönemde Alanya'nın sahip olduğu genel görünümle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Katılımcılara göre turizmin gelişmesiyle beraber Alanya'da betonarme yapılaşmalar ve inşaat çalışmaları hız kazanmıştır. Günümüzde Alanya'da birbirinden farklı görüntüsü olan mimari yapılar vardır.

b) Turizm sonrası dönemdeki genel görünüm (K1, K2, K3, K4, K7, K9, K10, K12, K13, K14, K15)

K1: Ev pansiyonculuğuyla başlayan turizm, talep patlamasıyla birlikte hızla inşaat sektörünü geliştirmiş. Küçük otellerden, 5 yıldızlılara geçildi. Yeni işletmeler, şirketler, eğlence yerleri, halıcı, kuyumcu turizme hitap eden tüp sektörler hızla büyüdü. Alanya kasaba havasından çıkarak şehir silüetine büründü.

K2: Turizmden sonra bu bahçelerin yerine turistik tesisler inşa edildi.

K3: Benim gördüğüm kadarıyla yeşil alanlar daha azaldı. Bina sayısı ve kentselleşme daha da çoğaldı. Şehir giderek eski doğallığından çıkıyor.

K4: Zamanla bunların hepsi gitti ve daha modernleşmeye başladık. Günümüzde daha çok modern bir şehirleşme vardır.

K7: Turizmden sonra çok büyük değişiklikler oldu. Oteller, parklar ve eğlence yerleri bakımından Alanya çok gelişti. Ayrıca sürekli artan nüfusa rağmen çöp konusunda oldukça temiz bir şehir burası.

K9: Turizmden sonra buralara yerli ve yabancı insanlar gelmeye başladı. Gelen insanlardan sonra şehrin doğal ortamı değişmeye başladı. Plajlar çok değişti, iskele bölgesinde deniz doldurularak alan yaratıldı. Artık sadece merkez değil, Alanya'nın doğu ve batı taraflarındaki mahallelerde bile çok sayıda bina yapıldı.

K10: Eski doğa yani narenciye bahçeleri, tarım alanları kayboldu. Yerine oteller yapıldı. Kentsel dönüşümler gerçekleştirildi. Plajlar yapıldı. Taşlar ve elverişsiz deniz kenarları düzenlenerek kullanışlı hale getirildi. Yat limanları yapıldı. Eğlence mekanlarının sayısı arttı.

K12: Binalar ve oteller artmaya başladı. Bu tarz yapılara artan taleple birlikte doğal ortamlar hızla kaybolmaya başladı. Şu anda Alanya'da eski görüntüsünden uzak, büyük bir kent görüntüsü var.

K13: Alanya'nın bence kendisine ait bir silüeti yok. Bir sokağa giriyorsun binanın biri beş katlı, diğeri üç katlı, bir diğeri sekiz katlı... Özellikle turizmden sonra binalar arttı. Turizmden önce daha az karmaşık bir yapı vardı. Şimdi ise kafamızı çevirdiğimiz her

yer bina. Yapılan yollar ve şehrin üst taraflarına kadar yapılan evler var. Gidip görmediğimiz dağ tepelerde bile yerleşimler var artık Alanya'da.

K14: Alanya'ya geldiğim ilk yıllarda eski yapılar fazlaydı. Sonraki dönemlerde, özellikle 2000'lerde Alanya içinde kötü bir şehirleşme oluşumu gözlemledim.

K15: Ancak şehrin geri kalanına baktığınızda çarpık kentleşmenin arttığını, açılan her mağazanın turistik ürünlerin satışına yönelik olduğunu ve yeşil alanların azaldığını görebilirsiniz. Alanya'nın köylerinde bile yerleşik yapılar ve kültür dönüşerek turizme hizmet etmeye başlamıştır. Kıyı şeridindeki görkemli oteller ve beachler Alanya'nın yeni bitki örtüsü haline gelmiştir.

4 katılımcı, Alanya'daki genel görüntünün zaman içinde hızla değişmesine neden olan etkenlerden bahsetmişlerdir. Buna göre Alanya'daki turizm faaliyetlerinin gelişmesi, bölgedeki kentleşme sürecinin ve genel görüntünün değişmesinin önemli etkenlerinden biridir.

c) Genel görünümün zamanla değişmesine neden olan etkenler (K3, K5, K8, K13)

K3: Bu durum kaçınılmaz çünkü burası çok göç alan bir yer.

K5: Çok değişim oldu. Turizm sebebiyle Alanya'ya yapılan göçlerle nüfus arttı. Barınma ihtiyacının artmasıyla yeşil olan Alanya hızla betonlaştı. Eski müstakil ev kültürü yerine çok katlı apartmanlar geldi.

K8: Kaybolan yapılar maalesef var. Alanya büyüyüp kentleştikçe, binaların çoğalmasıyla eski bahçeler, tarım alanları ve seralar kayboldu. Kentleşme uğruna kendi yeşilimizden ve kendi doğamızdan olduk.

K13: Bu durumun etkileri arasında turizmin yüksek payı var. Çünkü turizmden dolayı turistlere satılan evler var. İş imkânı olduğu için ev kiralanması veya alınması lazım.

2 katılımcı, Alanya'nın genel görüntüsünün ve doğal silüetinin korunmasına yönelik görüşler belirtmişlerdir. Buna göre, bölgede turizm nedeniyle artan insan hareketliliğine bağlı olarak genel görünümün ve doğal silüetin korunması sınırlı bir şekilde yapılmaktadır.

d) Genel görünümü ve doğal silüeti koruma çalışmaları (K1, K14)

K1: Bu gelişmelerle birlikte yerel yönetimler geleneksel kültürü, geleneksel mimariyi korumaya çalıştı. Ancak bağ ve bahçeleri korumak o kadar kolay olmadı. Çünkü vatandaşa verilen bir hak var ve bunu yönetici çevreyi korumak adına vatandaşın elinden alamaz. Her ne kadar 18. madde imar uygulaması ile bunu bir ölçüde yapsa da bazen bu da yeterli olmayabiliyor.

K14: Hâlâ şehir içinde ciddi trafik sorunları da vardır. Bir master plan çerçevesinde özellikle şehir içinde trafik düzenlemeleri gibi rahatlatıcı uygulamaların yapılması gerekir.

4.12. Turizmin Ekonomik ve Sosyal Yapıdaki Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Turizmin başlamasıyla ekonomik ve sosyal yapıda meydana gelen değişimler ve bunların şehir üzerindeki etkileri nelerdir?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 11 katılımcı ekonomik etkiler bağlamında,
- 2 katılımcı olumsuz durumlara sebep olan ekonomik etkiler,
- 6 katılımcı sosyal yapıya genel etkiler,
- 2 katılımcı sosyal yapıya olumlu etkiler,
- 2 katılımcı sosyal yapıya olumsuz etkiler bağlamında görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 11 kişi, Alanya’da turizmin neden olduğu ekonomik ve sosyal yapıdaki değişimleri ekonomik etkiler boyutunda değerlendirmişlerdir. Buna göre, Alanya’da turizm pazarı geçmişten günümüze geçen sürede kentin en önemli geçim kaynağı haline gelmiştir. Turizm faaliyetlerine bağlı olarak bölgede ekonomik hareketler hız kazanmış, yatırımlar artmış ve gelişen bir kent görüntüsü ortaya çıkmıştır.

a) Ekonomik etkileri bağlamında belirtilen görüşler (K1, K2, K3, K5, K7, K8, K9, K10, K11, K13, K14)

K1: Turizme bağlı olarak şehrin büyümesiyle birlikte ekonomide büyüdü. Halkın refah seviyesi arttı. Üretici malına daha kolay pazar bulmaya başladı, ürünler oteller tarafından direkt üreticiden satın alınmaya başladı. Yeni işyerleri, alışveriş merkezleri açıldı. İş imkanları arttı. Neredeyse geliri sadece tarıma bağlı olan ilçemiz turizmle birlikte kalkındı. Yeni istihdam olanakları doğdu.

K2: Şehirde turizm ekonomisi ve buna bağlı iş kolları oluştu. Günümüzde nüfusun büyük bölümü turizm sektörü üzerinden geçimini yapmaktadır.

K3: Alanya’nın başlıca geçim kaynağı turizmdir. Ekonomik açıdan gelir kapısı olduğu için oldukça fazla etkisi vardır.

K5: Turizm sebebiyle kent merkezinden beldelere kadar çarşılar ve oteller yapıldı. Buna bağlı olarak nüfusun önemli bir bölümü ekonomik olarak geçimini buralardan yapmaya başladı.

K7: Turizmden sonra özellikle esnaflar için önemli bir maddi gelir elde edilmeye başlamıştır. İş yerleri açıldı. Alanya'ya ilk geldiğim yıllarda burada sadece birkaç mağaza vardı şimdi ise her yerde mağazalar var.

K8: Ekonomik katkı tabii ki oldu. Özellikle yabancıların gelmesiyle bu durum yükselişe geçti. Buradaki insanlar belki şu an o kadar değil ama turizmin ilk başladığı yıllarda yani seksenli yıllardan sonra çok güzel paralar kazandılar.

K9: Turizmden önce ekonomik çeşitlilik azdı. Daha çok tarımla uğraşılırdı. Turizmden sonra otelcilik faaliyetleri ve turistik alışveriş yerleri sayısı çok arttı. Çünkü buralara çok sayıda turist gelmeye başladı ve insanlar daha çok para kazanmaya başladı. Bazı sezonlar kötü geçse de bana göre burada turizm işi yapan insanların ekonomik durumu iyi.

K10: Turizm öncesi ağırlıklı olarak tarımdan geçim sağlanırken turizm ile birlikte turizm faaliyetlerine yönelim artmıştır. Çünkü ekonomik açıdan ciddi kazançlar sağlanmaktadır. Halkın gelir seviyesi artmıştır. Alanya turizm faaliyetleriyle Akdeniz bölgesini kalkındırmaktadır. Alanya turizm faaliyetlerinin ve kazancın bol olmasıyla yerli yabancı yatırımcıları kendine çekmektedir.

K11: Turizmden sonra olumlu gelişmeler oldu. Ekonomik açıdan bu işle uğraşan herkes para kazanabildi. Eskiden Alanya'da birkaç tane küçük otel vardı. Şimdi ise 5 yıldızlı büyük oteller var. Bunlar hep turizmin etkisiyle oldu. İşletme sayısı oldukça arttı.

K13: Turizm gerek ülkemiz için ekonomik açıdan önemli bir gelir kaynağıdır. Bu durum Alanya açısından ise çok çok daha önemlidir. Örneğin İstanbul'un da turizm geliri çok yüksek hatta Türkiye'de turizm geliri en yüksek olan il İstanbul'dur. Ama İstanbul'un fabrikaları var, işletmeleri var yani daha farklı ekonomik alanları var. Ama Alanya'da turizm ekonomik anlamda tektir. Turizm olmadığı zaman Alanya bitiktir.

K14: Malumunuz turizmin katma değeri çok yüksek bir sektör olması, harcanan bir doların dört dolarlık katma değer yaratması, yirmi beş sektörü direkt, diğer sektörleri ise dolaylı olarak etkilemesi müthiş bir istihdam oranlarına katkıyı da içine koyduğunuzda, ekonomik potansiyeli ve başka ekonomileri de etkileyen bir sektör. Dolayısıyla bunun yansımaları da fazladır. Bu durum şehrin fiziksel koşulları, alt yapı meseleleri, lojistik hatlarıyla ilgili yatırımlarını zorluyor. Yeni yatırımlar kaçınılmaz

hâle geliyor. Normal zamanlardaki ihtiyaçlardan kat kat fazla insana ev sahipliği yapmak ve bu ihtiyaçlara cevap üretmek zorunda kalınıyor. Sadece yüksek sezonda bir tesiste bile günlük dört bin beş yüz kişi (çocuklar dahil) misafir, iki yüz elli civarında personel, günübirlik ziyaretçiler ve yardımcı unsurlar geldiği zaman böyle bir ilave nüfus anında binmekte. Bu gerekliliklere de cevap üretilmek zorunda. Zaman zaman bölgede zorlanılsa da insanların severek katlandığı tatlı bir baskı oluşturuyor.

2 katılımcı, turizmin neden olduğu ekonomik etkilerin yarattığı olumsuzluklarla ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre, turizmden yüksek gelir elde etmek isteyen yatırımcılar ve işletmeciler oluşan rekabet ortamı nedeniyle kent imajına zarar verebilmektedir.

b) Olumsuz durumlara sebep olan ekonomik etkiler (K6, K11)

K6: Turizmin ekonomik açıdan katkı sağladığını düşünüyorum. Özellikle 10-15 yıl önce turizmden fazlaca gelir elde edebilen ailelerimiz vardı. Fakat şu anda Alanya’da bulunan halkın ve esnafın turistleri rahatsız ederek kaçırmamasından ötürü turistlerin Alanya’yla ilgili olarak yönünü değiştirdiğini düşünüyorum. Eskiden, 10-15 yıl önce ise çok elit bir turizm vardı. Günümüzde Alanya’ya gelen turistler kalite bakımından düştü. Esnafımızın da kalitesi düştü diyebilirim.

K11: Pandemi dolayısıyla son bir yıldır turizmden gelen ekonomik gelir azaldı.

Katılımcılar arasından 6 kişi, turizmin sosyal yapı üzerindeki etkileriyle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Katılımcılara göre Alanya’daki turizm faaliyetleri bölgedeki sosyal ve kültürel yapıyı etkilemektedir. Bu durum daha çok yerli ve yabancı insanlar arasında karşılıklı olmaktadır.

c) Sosyal yapıya genel etkileri bağlamında belirtilen görüşler (K1, K3, K4, K5, K7, K15)

K1: Sosyal yapıyı da etkiledi; turizm sadece ekonomik bir olay değil. Dolayısıyla turizm hareketleri aileyi, bireyi ve toplum yapısını da etkiledi.

K3: Bu durum sosyal ve kültürel yapıyı da etkilemektedir.

K4: Turizmle beraber belli sezonlarda insanlar para kazanmıştır. Bu grafik inişli çıkışlıdır. Yani burada insanlar 2 sene iş yapıp iyi para kazanmışlarsa sonraki 2 sene de ekonomik olarak düşük geçen sezonlar da olmuştur. Ama genel olarak burada yaşayan halk turizme bağlı illaki sosyal ve ekonomik olarak gelişmiştir.

K5: Kentin sosyal yapısı, oluşan kozmopolit yapıyla ciddi değişim gösterdi. Hızla artan yerli yabancı etkileşimi var. Yerli-yabancı evlilikleri arttı.

K7: Eskiden insanlar sadece evinde çay-kahve içerlerdi ancak turistlerin dışarda gezmeleri için kafe ve restoranlarda istediğinizi içebilirsiniz. Bu büyük bir değişimdir. Burada Türk insanların daha çok evlerinde yemeyi ve içmeyi sevdiklerini gözlemledim. Ancak turistlerde, özellikle genç turistlerde bu durum çok farklı. Onlar daha çok dışarda yemek yemeyi, bir şeyler içmeyi ve eğlenmeyi severler. O yüzden Alanya bu konuda eskisi gibi değil.

K15: Açılan mağazalar, restoranlar, eğlence aktiviteleri vb. etkinlikler hep turizm faaliyetlerine gelen turist yapısına göre şekillenmektedir.

2 katılımcı turizmin Alanya'daki sosyal yapı üzerinde neden olduğu olumlu etkiler yönüyle değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre Alanya'daki turizm faaliyetleri kentin sosyal yapısına zenginlik ve renklilik katmıştır.

d) Sosyal yapıya olumlu etkileri bağlamında belirtilen görüşler (K2, K9)

K2: Bu durum sosyal yapıda kültürel zenginlik meydana getirdi.

K9: Bu durum sosyal yapıyı da etkiledi. İnsanların oturduğu evler, kıyafetler, arabalar değişerek daha modern oldu.

2 katılımcı, turizmin Alanya'daki sosyal yapı üzerinde neden olduğu olumsuz etkiler yönüyle değerlendirmede bulunmuşlardır. Katılımcılara göre, bölgedeki turizm faaliyetleri başta aile hayatı ve evlilikler olmak üzere eski doğal yaşantı üzerinde de çeşitli olumsuzluklara neden olmaktadır.

e) Sosyal yapıya olumsuz etkileri bağlamında belirtilen görüşler (K1, K12)

K1: Bu etkileşimin olumlu yanlarının yanı sıra olumsuz yanları da var elbette. Yabancı evlilikler hem ülkemizde arttı hem de hem de yurt dışına evlenmek için giden gençlerimizin sayısı arttı. Turizm sektöründe çalışan gençlerimiz arkadaş edinerek yurt dışında çıktı. Böylelikle aile yapısı da zarar görmeye başladı.

K12: Bu da aynı zamanda tarım alanlarının azalmasına, daha çok otellere ve binalara yerini bırakmasıyla birlikte ister istemez eski sosyal köy yaşamı veya kırsal yaşam yerini şehir yaşantısına bırakmıştır. Ekonomik olarak iyiye gitse de şehir, sosyal ve kültürel olarak zayıflamıştır diyebiliriz.

4.13. İnsan Etkinliklerine, Etkileşimlerine ve Binaların Kullanımına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “İnsan etkinlikleri, etkileşimleri ve binaların kullanım amaçlarında hangi değişimler yaşandı?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 8 katılımcı turizme bağlı insan etkinlikleri,
- 1 katılımcı gelen turist profilleri,
- 9 katılımcı binaların kullanım amaçlarındaki değişimler,
- 4 katılımcı insan etkileşimleri,
- 3 katılımcı yerel yönetimin kent turizmine yönelik düzenlediği organizasyonlarla ilgili görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 8 kişi, Alanya’daki insan etkinlikleri, etkileşimleri ve bina kullanım amaçları değişimiyle ilgili turizme bağlı insan etkinlikleri boyutunda değerlendirmede bulunmuşlardır. Turizmin olduğu bir bölgede insanların farklı etkinlikler yapabileceği çeşitli aktivitelerin olması gerekmektedir. Bu kapsamda Alanya’da da çeşitli insan etkinlikleri yapılmaktadır.

a) Turizme bağlı insan etkinlikleri (K1, K2, K3, K4, K9, K11, K12, K13)

K1: Turizmin hedef büyütmesiyle birlikte yerel ölçekte düzenlenen kermeslerin, panayırların yerini uluslararası festivaller, spor organizasyonları, kongreler, konferanslar, konserler aldı artık. Daha büyük kitlelere hitap etmek isteyen sektör temsilcileri farklı etkinliklerle misafirlerini ağırlamak istiyor.

K2: Şehirde ekonomik potansiyeli yükseltme hedefiyle insan etkinlikleri, etkileşimleri ve binaların kullanımı geliştirilme çalışılmıştır. Bu kapsamda konserler düzenlenmekte ve insanların kaynaşmasında etkili olan çeşitli organizasyonlar yapılmaktadır.

K3: Yabancıların dini bayramlarında kutlamalar yapılıyor. Örneğin; paskalya. Turizm festivalleri yapılıyor bunlar da daha çok yabancılara yönelik.

K4: Şehirde turizme bağlı konserler ve festivaller sezondan sezona farklılık gösteriyor, artıp azalabiliyor. Turizm başladıktan sonra kapsamlı turizm festivalleri yapılmaya başlanmıştır.

K9: Turizmden sonra insanların yaşantıları çok değişti. İnsan sayısı artınca etkinlikler de arttı. Sergiler, müzeler, kongre merkezleri, konser alanları yapıldı. Her yıl mayıs veya haziran aylarında düzenlenen turizm ve sanat festivali var. Bu festivalde Alanya'da 3-4 gün süren şenlikler, eğlenceler ve konserler düzenleniyor.

K11: Turizmden sonraki yıllarda konserler olmaya başladı. Bisiklet yarışları gibi sportif faaliyetler düzenleniyor. Atatürk koşuları oluyor. Yılda bir kez turizm festivali yapılıyor. Turistlere özel yılbaşı kutlamaları ve paskalya etkinlikleri oluyor.

K12: İnsan etkinliklerinde daha çok turizme yönelik değişimler yaşandı. Bu etkinlikler daha çok, insanların ilgisini çekecek ve renklilik yaratacak türden etkinlikler.

K13: Turizmden sonra Alanya'daki insan etkinleri çok değişti. Alanya'ya gelindiğinde genel olarak yapılacak etkinlikler bellidir. Onun dışında farklı olarak Bungee Jumping gibi çok fark yaratmayacak yenilikler gelmiş olabilir. Ancak genel çerçevede gece kulüplerine gidiliyor, Dim Çayı'na gidiliyor, rafting veya safari yapılır, denize gidilir. Bu durumlar benim geldiğim zamandan beri hep aynıdır.

1 katılımcı, gelen turist profillerinin zaman içindeki değişimine bağlı görüş belirtmiştir. Geçmişte sadece tek tip turistlerin olduğu Alanya, günümüzde farklı milletlerden insanların tatil yaptığı yer hâlini almıştır.

b) Gelen turist profilleri (K1)

K1: Son yıllarda Alanya'nın da turist profili değişti. Alanya-Almanya arasındaki ilişkiyi anlatmak için büyüklerimizin Alanya için küçük Almanya benzetmesi artık değişti. Alanya, Rusların, Arapların, İskandinav ülkeleri, Polonyalılar, Litvanyalılar ve Ukraynalı turistlerin artık tatil tercihleri arasında ilk sırada. Hal böyle olunca günümüz turistleri sadece kum, deniz, güneş üçlüsü için gelmiyor. Ayrıca seyahat eden nüfus gençleşti. Böylece turizmcilere her kesime hitap eden ürünler sunma zorunluluğu doğdu.

9 katılımcı, Alanya'daki binaların kullanım amaçlarının zaman içindeki değişimiyle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Kentte turizmle ilgili farklı alanlara hizmet etmesi için çeşitli yapılar inşa edilmiştir. Ayrıca halkın yaşadığı yerleşim bölgesinde çok katlı beton binaların arttığı ve bu binaların mimarisinin farklı kültürlere yönelik yapıldığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

c) Binaların kullanım amaçlarındaki değişimler (K1, K4, K5, K6, K10, K12, K13, K14, K15)

K1: Binaların kullanım alanlarına gelince onlarda da değişikli oldu. Yeni yapılan büyük otellerin hemen hepsi kongre turizmine hitap edecek lüks salonlar dizayn etti. İklim açısında 8 ay turizme elverişli bir şehrimiz olduğu için büyük toplantıları, spor kamplarını şehre çekmek için eski tesisler kendilerini yeniledi, yeni yapılanlar da bunları göz önüne alarak altyapını hazırladı.

K4: Eskiden ufak çapta kongre yapılan salonlar varken günümüzde daha büyük ve yeni yerler yapılmaktadır.

K5: Kültür ve kongre merkezinin kullanımında artış var.

K6: Otellerin kullanımı zamanla daha düzene girdi. Özellikle Türkler ve İncekum bölgesinde daha güzel ve elit oteller yapıldı. Sıralama ve düzen açısından şehri ve kentleşmeyi bozmadan yapılaşmalar olduğunu düşünüyorum.

K10: Bazı binalar iş hanlarına dönüştürüldü. Eskiden ev olarak kullanılan binalar dekore edilerek sergileniyor.

K12: Binalar ise haliyle nüfusun yaşaması amacıyla kullanılmaya başlandı. Okul, hastane ve farklı kamu kurumu binaları sayısı eski zamanlara göre çok arttı.

K13: Yapılan evler ise artık burada yaşayan insanlara göre değil de dışarıdan gelen tatilcilere ve turistlere göre yapılıyor. Örnek veriyorum bizim kültürümüzde evlerde ayrı mutfak olur. Salon veya diğer odalar ise ayrı olur. Ancak yabancıların kültüründe bu durum öyle değil. Onlar mutfakla odayı beraber kullanıyor. Daha küçük evleri sevebiliyorlar. Bizde de bu tarz küçük ama etkili değişimler yaşanmıştır.

K14: Turizmden doğan taleplere cevap vermek amacıyla parklar, rekreasyon alanları, idari ve imari kentsel düzenlemeler yapılması zorunlu hale geldi. Misafirlerin gelişmişlik düzeylerine yönelik bina ve hizmet uygulamaları da harmanlanarak uygulamaya girdi.

K15: Geçmişten günümüze eğlence mekanlarının sayısı hızla artmaktadır. Eskiden içinde yaşanan binalar da turizmin gelişmesiyle bir dönüşüm geçirerek adeta bir müze gibi sergilenmektedir.

4 katılımcı, Alanya'daki insan etkileşimleriyle ilgili düşüncelerini paylaşmıştır. Buna göre, turizm nedeniyle farklı kültüre sahip insanlar bir araya gelerek özellikle kültürel alanda olmak üzere karşılıklı etkileşimde bulunmaktadır.

d) İnsan etkileşimleri (K1, K7, K10, K15)

K1: Covid-19 pandemisi başlamadan önce şehrimize bir yılda 3.5 ile 4 milyon turist geliyordu. Yazın nüfus yerleşik nüfusumuzun neredeyse 3 katına çıkarak 1 milyona ulaşıyordu.

K7: Apartmanlarda yaşayan yerli insan ve yabancı uyruklu insan çeşitliliği çok arttı. Bence birçoğu birbiriyle çok güzel iletişim kuruyorlar.

K10: İnsanlar yaşamlarını turizm faaliyetlerine göre şekillendiriyor. Gelen turistlerle iletişim kurmak için onların dilini öğreniyor, onların tercih edeceği kıyafetleri satıyor, sevdikleri müzikleri açıyorlar.

K15: Bence gözlemlenen en önemli etkileşim yerli-yabancı evlilikleridir. Turizm faaliyetleri sonucu etkileşim haline giren bireyler özellikle de erkekler yabancı kadınlarla evlenmektedirler. Alanya'daki diğer bir önemli etkileşim alanı ise konserler ve eğlence mekanlarında gerçekleşmektedir.

3 katılımcı, Alanya'daki yerel yönetimin kent turizminin gelişimi açısından düzenlediği insan etkinlikleri boyutunda değerlendirme yapmışlardır. Yerel yönetimin yaptığı birbirinden farklı kültürel etkinlikler, kente gelen ziyaretçilerin keyif almalarını sağlayacak eğlence etkinlikleri bu durumun göstergesidir.

e) Yerel yönetimin kent turizmine yönelik düzenlediği organizasyonlar (K1, K5, K8)

K1: Biz de yerel yönetim olarak Alanya turizmine düzenlediğimiz kültürel ve sportif aktivitelerle destek veriyoruz. Kültür, Turizm ve Sanat Festivali, Uluslararası Heykel Sempozyumu, Uluslararası Caz Festivali, Uluslararası Yeni Yıl Pazarı (Noel Pazarı) gibi etkinliklerle. Bunların yanı sıra Alanyamızda, içinde Uluslararası Triatlon Yarışları'nın da yer aldığı yıllık 60 spor organizasyonu düzenleniyor.

K5: Şehirdeki kültürel faaliyetler turizmin etkisiyle uluslararası bir hale büründü. Alanya Turizm Festivali ve Alanya Caz Festivali buna örnek olabilir.

K8: Alanya belediyesinin çalışmaları kapsamında her yıl yapılan turizm festivalleri, noel pazarları, caz festivalleri insanları bir araya getirip bazı farklı etkinlikleri yapmaları Alanya için güzel değişimlerdir.

4.14. Alanya'nın Coğrafi Özelliklerinin Değişimleri Etkileme Durumuna İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Alanya'nın coğrafi özelliklerinin (iklimi, yer şekilleri, yükseklik, bitki örtüsü vb.) meydana gelen değişimleri etkileme durumu nasıl olmuştur?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde beş farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kategorilere göre;

- 6 katılımcı şehrin planlanmasına ve düzenlenmesine etkileri,
- 7 katılımcı iklim etkisi,
- 4 katılımcı bulunduğu konumun etkileri,
- 6 katılımcı yer şekilleri etkisi,
- 4 katılımcı bitki örtüsü etkisiyle ilgili görüşler belirtmişlerdir.

Katılımcılar arasından 6 kişi, Alanya'nın coğrafi özelliklerinin turizme yönelik değişimleri etkileme durumuyla ilgili düşüncelerini paylaşmışlardır. Buna göre, Alanya'nın elverişli arazisinin sınırlı olması nedeniyle şehir yerleşimi ile turizm tesisleri genel olarak mesafenin korunmadığı sık bir şekilde, dar alanlar üzerine inşa edilmiştir.

a) Şehrin planlanmasına ve düzenlenmesine etkileri (K1, K2, K4, K11, K13, K15)

K1: Turizm aktiviteleri elbette mekânları da şekillendirdi. Ancak Alanya'da turizm tesisleri özellikle merkezde yoğunlaştığı için şehrin coğrafi yapısında belirgin bir değişim olmadı. Yamaçlara doğru artan yerleşim ise tesis değil daha çok ikinci konutlar dediğimiz yazlıklar da oldu. Kapsamlı bir şehir planlaması ile coğrafi yapımızı korumaya çalışıyoruz.

K2: Turistik tesisler için yeteri kadar boş alan olmaması şehirde sıkışmışlık havası da oluşturmaktadır.

K4: Dağlara kadar inşaat alanları, oteller ve binalar yapılmaktadır. Bu nedenle iklim ve coğrafyanın değiştiğine inanıyorum.

K11: Yapılan inşaatlar sebebiyle yeşillik alan azalmıştır. Binalar sebebiyle ferah olmayan havasız ortamlar artmıştır. Sıkışan bir şehir var.

K13: Şehrin bina yapılanması kötü ve ferah değil. Bir turistin şehrin sokaklarında dolaşmak isteyeceğini zannetmiyorum. Çünkü hepsi derme çatma özensiz yapılmış.

K15: Binalar ile birlikte yeşil alan sayısı azalmıştır. Plajların artmasıyla beraber deniz doldurulmuştur. Bu önemli bir değişimdir. Çünkü deniz kenarlarının daha fazla kullanılması için deniz bu doğrultuda şekillendirilmektedir. Coğrafi yapının otellere ve turizm faaliyetlerine yönelik şekillendirilmesi olası bir deniz yükselmesinde veya beklenen bir iklim krizinde önemli sorunlara yol açacaktır. Ayrıca tarım alanlarının kapatılıp otel yapılması da gelecek açısından önemli bir sorundur.

7 katılımcı, Alanya'daki coğrafi etkileri bölge iklimi boyutunda değerlendirmişlerdir. Alanya'nın yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı havası turizm için elverişlidir. Dolayısıyla Alanya, özellikle yaz aylarında aktif kıyı turizminin olduğu bir destinasyondur.

b) İklim etkisi (K2, K4, K5, K6, K9, K10, K11)

K2: Akdeniz iklimine bağlı coğrafi ve meteorolojik özellikler şehrin kendine özgü bir tatil destinasyonu olma fırsatını ortaya çıkarmıştır.

K4: Alanya'nın iklimi turizmi sürekli etkilemiştir. 1980-1990'lı yıllarda kışları Alanya'ya çok fazla yağmur yağardı. Sıcaklığa bağlı olarak Nisan-Mayıs aylarında hava serin olduğu için daha çok yaşlı insanlar gelmektedir. Yazları ise Haziran Temmuz-Ağustos aylarında havanın çok sıcak olması sebebiyle yaşlılar tercih etmiyor ve daha çok gençler geliyor. Tekrar Eylül-Ekim aylarında hava serinleyince yaşlı turistler gelmektedir. Yani havanın değişimine göre gelen turistlerin yaş grubu da farklılık göstermektedir.

K5: Alanya'nın kışları ılıman yazları sıcak olan iklimi deniz turizminin önemli derecede etkin olmasını sağlamaktadır. İkliminin elverişli olması turizmin gelişmesi için doğal bir etken olmuştur.

K6: Alanya'nın tercih edilmesindeki en büyük etkilerden bir tanesi de bizim sıcak bir iklime sahip olmamızdır.

K9: Alanya genelde sıcak bir iklime sahiptir. Gelen turistler havanın sıcak olmasıyla sahillerde denize giriyorlar.

K10: İkliminden dolayı genellikle insanlar denize girmek, tatil yapmak için Alanya'ya geliyorlar. Alanya denince akla ilk olarak deniz, kum ve güneş geliyor. Bu iklim yaşayış biçimlerini, yenilen yemekleri, giyim şekillerini etkiliyor.

K11: Alanya'nın havası çok güzel. Yazları kırk derece sıcaklıklara ulaşan bir havası var. Kışları ise güzel hava olduğunda insanlar denize girebiliyorlar. İklimi oldukça elverişli. Burada yaz-kış tatil yapılabilir.

4 katılımcı Alanya'nın jeopolitik konumunun turizmi etkilemesiyle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. İnsanların kolayca ulaşabilecekleri bir konumda bulunması, sahip olduğu doğal plajları ve kıyı destinasyonu olmasıyla Alanya, turizmin kendiliğinden gelişebileceği doğal unsurlara sahiptir.

c) Bulunduğu konumun etkileri (K3, K6, K8, K12)

K3: Turistlerin burayı tercih etmelerindeki en önemli sebep Alanya'nın denize yakın olması ve havasının güzel olmasıdır. Bu durum coğrafi açıdan turizmi çok etkiliyor.

K6: Alanya'da insanlar denizi çok seviyorlar. Turistler deniz, kum ve güneşe ilgi gösteriyorlar.

K8: Alanya'nın havası, suyu, bulunduğu konum itibarıyla bir günde dört mevsimi de yaşayabiliyoruz burada. İstersek yüksek yerlerde kar yağışı olan yerleri gezebiliyoruz. İstersek sahile geçip güneşlenebiliyoruz. Her şey var burada olmayan hiçbir şey yok bence.

K12: Liman şehirlerinden biri olması ve doğal güzellikleri Alanya'da; coğrafi olarak turizmin gelişmesinde, göç almasında, insanların buraya ilgi göstermesinde en temel etkili olan sebeplerdendir.

Alanya'da kıyıdan yükseltinin başladığı bölgeler vardır. Bu nedenle yerleşim yerleri belli bir bölge üzerinde bulunmaktadır. 6 katılımcı, Alanya'nın yer şekilleriyle ilgili olarak sınırlı bir bölgede şehrin gelişiminin mümkün olduğunu ifade etmişlerdir.

d) Yer şekilleri etkisi (K5, K6, K7, K9, K10, K13)

K5: Dağlık ve engebeli olsa da şehir sınırlı olan Alanya Ovası üzerine kurulu.

K6: Mesela kale bölgesi çok güzel bir manzaraya sahip, dağlarımızda turistik aktivite olarak yamaç paraşütleri yapılabilir.

K7: Etrafının dağlık olması şehrin belli bir bölgede yoğunlaşmasına neden olmuştur.

K9: Bu bölgede düz araziler çok az Alanya'nın etrafı genelde kıyıda sonra yükselen dağlarla çevrilidir. O yüzden yamaç paraşütü faaliyetleri de yapılmaktadır.

K10: Damlatış Mağarası'nın astım hastalarına olan olumlu etkisinden dolayı herkes bölgeye büyük bir ilgi gösteriyor.

K13: Şehrin üst tarafı dağ alt tarafı ise deniz. Ortada ise belli bir arazi var sadece. O yüzden şehir merkezindeki en küçük yer bile değerlendirilmeye çalışılıyor.

4 katılımcı Alanya'daki turizm faaliyetlerine bağlı olarak zamanla değişen bitki örtüsüyle ilgili değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre, Alanya'da artan yapılaşmalar nedeniyle yeşil alanlar turizm öncesindeki geçmiş dönemlere göre oldukça azalmıştır.

e) Bitki örtüsü etkisi (K4, K9, K10, K14)

K4: Bölgede yeşil alan da fazlaydı. Günümüzde ise Alanya'da yeşil alan kıtlığı var.

K9: Günümüzde yeşil alan yok denecek kadar azdır. Ayrıca Alanya'da muz ve avokado gibi tropikal meyveler meşhurdur.

K10: Bitki örtüsü ilgi çekici ve rengarenk olduğu için insanlar Alanya'nın doğal güzelliklerinden çok etkileniyor.

K14: Alanya'da, doğada mimari yapılanmalar nedeniyle biraz hırpalanma oluştu. Muz gibi değişik tropikal meyvelerin yetiştirilmeye başlanması, diğer bazı tropik meyve ve bitki çeşitliliğinin artırılması, sera üretiminin yaygınlaşması gibi zenginlikler bölgeye taşındı.

4.15. Turizmden Sonra Mekânsal Etkileşim Konusunda Katılımcıların Görüşleri

Katılımcıların, “Turizmin başlamasından günümüze Alanya'da mekânsal etkileşim (örneğin önceden çevre köyler, Ankara vb. günümüzde ise Almanya, Rusya, Çin vb.) konusunda hangi değişimler yaşanmıştır?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dört farklı tanımlama kategorisinin ortaya çıktığı görülmektedir. Katılımcılar bu soruyu daha çok turizm öncesi dönem ve turizm sonrası dönem açısından ele alarak cevaplamışlardır. Buna göre;

- 10 katılımcı turizm öncesi dönemdeki mekânsal etkileşim,
- 11 katılımcı turizm sonrası dönemdeki mekânsal etkileşim,
- 2 katılımcı mekânsal çeşitlilik ve değişim,
- 3 katılımcı yatırımlara bağlı artan mekânsal etkileşim bağlamında görüşlerini ifade etmişlerdir.

Katılımcılar arasından 10 kişi, Alanya'da turizm faaliyetleri başlamadan önceki dönemlerde mekânsal anlamda insanların etkileşimlerini değerlendirirken daha çok çevredeki yakın yerleşim yerlerinden gelenlerin olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca gelen insan yoğunluğu turizm sonrası döneme göre oldukça düşüktür. Bu durum, Alanya'da turizm öncesi dönemlerde mekânsal etkileşim boyutunda hareketliliğin günümüze göre daha az olduğunun göstergesidir.

a) Turizm öncesi dönemde mekânsal etkileşim (K3, K4, K5, K6, K8, K9, K11, K12, K14, K15)

K3: Turizm öncesi dönemde ise Isparta, Konya, Mersin gibi yakın illerden ve yakın çevreden gelenler olduğunu düşünüyorum.

K4: Turizmden önce daha çok yerli olmak üzere buraya gelen insanlar vardı ama sayı çok azdı.

K5: Turizm öncesi dönemde bu şehre yurtiçinden belli başlı vilayetlerden, komşu illerden veya yakın bölgelerden ziyaretler olurdu.

K6: Turizm öncesi dönemde de Alanya'ya gelenler vardı ancak turizm sonrası dönemde gelenler daha fazladır. Turizm öncesi dönemde gelenler Alanya'ya tatile gelip gezmek için daha çok yurtiçinden ve yakın illerden gelen ziyaretçilerdir.

K8: Turizm öncesi dönemde çevre illerden gelenler oluyordu. Mesela Antalya, Konya, Karaman, Mersin, Anamur gibi yakın çevrelerden gelenler olurdu.

K9: Alanya eskiden insanların yoğun olarak geldiği bir yer değildi. Daha çok bu bölgelerdeki köylerden, fazla uzak olmayan şehirlerden insanlar gelirdi.

K11: Turizm başlamadan önce burada iki otel varmış. Bunlardan biri ‘‘Banana Otel’dir.’’ Oraya tamamen İstanbul ve Ankara’dan gelen yerli turistler olurdu. Küçük pansiyonlar vardı ve orada kalırlardı. Hatta bazı insanlar bayramlarda birer odasını pansiyon şeklinde gelen misafire verirlerdi.

K12: Turizmle Alanya'nın dışarıya açılmadan önce daha çok çevre illerden ziyaretçi alıyor olması, ülke içindeki kültürel etkileşime ve değişimlere neden olmuştur.

K14: Alanya'ya eskiden iç turizme yönelik, daha doğrusu bu bölgelerde yaşayan insanların yakınlarını ziyaretleri vardı. Görev gereği gittikleri ve çalıştıkları yerlerdeki eş-dost-akrabaları davet edenlerle sınırlı bir turizm vardı ve imkanları da kısıtlı bir yapıdaydı.

K15: Alanya eskiden daha çok tarımsal faaliyetleriyle bilinen bir bölgeydi. Isparta, Gazipaşa veya başka ilçelerden tarım faaliyetlerinde mevsimlik işçiler gelirdi.

11 katılımcı, Alanya'da turizmin başlamasından sonraki dönemlerde mekânsal boyutta insan etkileşiminin nasıl değiştiğiyle ilgili olarak genel anlamda büyük bir artış yaşandığını ifade etmişlerdir. Bu durum, Alanya'da turizmle birlikte mekânsal etkileşim boyutunda önemli değişimlerin yaşandığının göstergesidir.

b) Turizm sonrası dönemde mekânsal etkileşim (K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K14, K15)

K2: Mekânsal olarak etkileşim alanı oldukça büyümüştür. Eskiden sadece yakın köyler, beldeler veya iller ile etkileşim varken günümüzde uluslararası düzeyde dünyanın pek çok farklı ülkesiyle mekânsal etkileşim vardır.

K3: Benim buraya ilk geldiğim yıllarda daha çok İskandinav ülkelerinden ve diğer Avrupa ülkelerinden gelen turistler vardı. Son yıllarda bunlara giderek Rus, Ukraynalı, Kazak, Bulgar, Macar turistler de eklendi. Giderek çeşitlilik arttı.

K4: Benim bildiğim ilk önce 1985’li yıllarda buraya Alman ve Hollandalı turistler geliyordu. Şu anda ise gelen turistler tamamen karışık. Artık dünyanın hemen her yerinden insanlar geliyor. Ekvator’dan gelen insan bile gördüm. Son yıllarda ağırlıklı turist geldiği ülkeler Rusya, Ukrayna ve İskandinav ülkeleridir.

K6: Turizm sonrası dönemde Rusya, Almanya ve İskandinav ülkelerinden gelenler fazladır. Özellikle 15 yıl önce yaz aylarında İskandinav ülkelerinden gelen yabancı turist sayısı fazlaydı.

K7: Turizm başladığından beri Alanya’nın kapısı Almanya ve İskandinav ülkeleri olmak üzere herkese açıldı.

K8: Turizmden sonra daha çok İngiltere, Rusya, Ukrayna ile Almanya ve Hollanda gibi bütün Avrupa ülkelerinden tatile gelenler oldu.

K9: Turizmden sonra ilk olarak Almanlar gelmeye başladı. Zaman geçtikçe turizm burada gelişti ve şu anda Rusya’dan, Ukrayna’dan, neredeyse bütün Avrupa ülkelerinden, İran’dan ve Arap ülkelerinden çok sayıda insan geliyor.

K11: Turizm başladıktan sonra ise hemen her ülkeden insanlar buraya gelmektedirler. İran’dan, Rusya’dan, Almanya’dan, Avusturya’dan, Hollanda’dan gelen insanlar güzel bir tatil geçirip mutlu bir şekilde buradan ayrılıyorlar.

K12: Dışarıya açıldıktan sonra dünya ülkelerinden ziyaretçilerin gelmesi ve ziyaret sonrasında beğenip buraya yerleşenlerin etkisiyle beraber uluslararası bir kültür etkileşimi ortaya çıkmıştır.

K14: Bu bakirliği keşfeden, özellikle İskandinav ülkelerinin bu tarz bakir yerlerdeki hareketleri bir acente kanalıyla pansiyonların, evlerin turizme katılmasıyla gelişen bir yapının daha sonra toplu, kitlesel bir turizme doğru yönelmesi Alanya’yı bütün dünyaya açtı. Yani yalnızca belli bölgelerin tatil merkezi değil. Tabi Türkiye’deki turizmin gelişmesine paralel olarak da burası ayrı bir destinasyon olarak ortaya çıktı. Bugün ise

bütün dünyanın değişik ülkelerinden çok fazla ziyaretçi alabilen, doğal güzellikleriyle dünyada ender yerlerden bir tanesi, Selçuklulardan bu yana süregelen tarihiyle göz bebeği bir Alanya var.

K15: Turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle farklı ülkelerden turistler gelmektedir.

2 katılımcı turizme bağlı olarak Alanya’da mekânsal çeşitliliklerin ve zaman içinde değişimlerin olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre, Alanya’da turizm faaliyetlerinin gelişimine olanak sağlamak için mekânsal boyutta alternatif aktiviteler ve çalışmalar yapılmaktadır.

c) Mekânsal çeşitlilik ve değişim (K1, K10)

K1: Turizmdeki çeşitlilik, alternatif turizm arayışları şehir merkeziyle birlikte köyleri ve yaylaları da etkiledi. Gününbirlik ziyaretlerin yanı sıra gecelemeli ziyaretler de başladı. Trekkingle ilgilenenler, dağcılığı sevenler köylere Alanya’nın dağlarına çıkmaya başladı. Hatta arsa satın alarak kendi konaklama alanlarını oluşturanlar bile var.

K10: Alanya bir cazibe merkezi olduğu ve dışarıya iyi reklam edildiği için özellikle turistlerin ilgisini çekiyor. Alanya’da ev, arsa, otel gibi yerler alıp işletiyorlar.

3 katılımcı, turizme bağlı nedenlerle Alanya’ya yapılan yatırımların Alanya’da mekânsal etkileşimi arttırdığını ifade etmişlerdir. Buna göre, Alanya’daki çeşitli turizm yatırımları ve imkanların geliştirilmesi bölgeye gelecek insan sayısını etkilemektedir.

d) Yatırımlara bağlı artan mekânsal etkileşim (K5, K8, K15)

K5: Günümüzde ise ulaşımın gelişmesiyle mesela Antalya-Alanya karayolu, Gazipaşa havaalanı ve otellerin artması gibi unsurlarla turizme talep artmış ve dünyanın pek çok yerinden özellikle Avrupa’dan, Rusya’dan, Orta Doğu ülkelerinden insanlar gelmeye başlamış ve etkileşim artmıştır.

K8: Teknoloji geliştikçe ulaşım da kolaylaştı. Turizm sonrası dönemde, yani şimdi dünyanın dört bir yanından insanlar çok rahatlıkla ister Antalya havaalanına, ister Gazipaşa havaalanına gelerek kısa bir süre içerisinde Alanya’ya ulaşabiliyorlar

K15: Alanya’ya birçok ülkeden yatırımcı gelmekte oteller veya firmalar kurmaktadır. Bunun yanında özellikle Konya gibi çevre illerden bireyler turizm sektöründe çalışma amaçlı gelmektedir.

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde ilk olarak, araştırma konusu kapsamında incelenen literatür değerlendirilmiştir. Ardından araştırma yöntemi olarak kullanılan, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular tartışılmıştır. Son olarak bu alanda yapılabilecek yeni araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Sonuç ve Tartışma

İnsanlar yaşamsal faaliyetlerine devam edebilmek için çeşitli arayışlara yönelmişlerdir. Bu arayış, tarım ve sanayi gibi sektörlerde üretimlerin yapılmasına neden olmuştur. Yakın tarihe bakıldığında, tarım ve sanayinin yanı sıra turizm gibi farklı sektörler ortaya çıkmaya başlamıştır. Ana amacı ekonomik gelir elde etmek olan turizm sektörü, tarım ve sanayideki gibi üretim devamlılığı gerektirmeyen bir hizmet sektörüdür. Ayrıca döviz girdileri ile ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli pay sahibidir (Çeken, 2008). Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi gibi etkenler turizm faaliyetlerinin hız kazanmasını sağlamıştır. Günümüzde ekonomik gelir çeşitliliğine sahip gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine ciddi katkı yapan turizm sektörü, birçok ülkenin de tek gelir kaynağıdır. Ekonomik etkilere bağlı olarak insan hayatına doğrudan etki edebilen turizm sektörünün kültürel, mimari ve çevresel boyutta etkilerinin olduğu da anlaşılmıştır.

Turizmin kültürel etkileriyle ilgili çok sayıda araştırma yapıldığı fark edilmiştir. Kuramsal çerçevede incelenen kaynaklara göre, birbirinden farklı kültürel özelliklere sahip insanlar, turizme bağlı nedenlerle aynı bölgede bulunduklarında doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim halinde olmaktadır. Bu etkileşim daha çok kültürel alanda olmaktadır. Böylece turistik özellikleri olan bir turizm destinasyonuna tatil amaçlı gelen yerli ve yabancı uyruklu insanlar ile o bölgede yaşayan yerel halk arasında kültürel etkileşim meydana gelmektedir. Konuşulan dil, örf-adet, gelenek-görenek, insan ilişkileri, sosyal yaşantılar, aile yapısı ve evlilikler gibi kültürel özellikler üzerinde karşılıklı yerli-yabancı etkileşimi olmaktadır. Bu durum eskiden beri varlığını sürdüren yöresel kültürel özelliklerin zamanla değişmesine, hatta tamamen yok olmasına neden olmuştur. Nitekim geçmiş dönemlerde yaşamış insanlara göre,

turizm bölgesinde doğup büyümüş yeni nesil olarak adlandırılan bireylerde yerel anlamdaki eski kültürel özellikleri bilme ve yaşatma oranı daha azdır.

İlgili literatür taramasında turizmin mimari (yapısal) ve çevresel etkilerine yönelik yapılan çalışmaların, turizmin ekonomik ve kültürel etkileri alanında yapılan çalışmalara göre daha az olduğu fark edilmiştir. Buna göre turizmin, daha çok ekonomik ve kültürel alandaki etkilerine ilgi gösterildiği sonucuna varılmıştır. Mimari ve çevresel anlamda yapılan araştırmalara göre bir turizm destinasyonunda mimari yapılaşmalar, turizm öncesi dönem ve turizm sonrası dönem olarak ayrılabilir. Turizm faaliyetlerinin henüz başlamadığı bölgelerde eski zamanlardan beri varlığını koruyan, doğal görünümüne sahip denizler, plajlar, bahçeler, ormanlık alanlar ve yaylalar turizmin başlamasından sonra eski doğal yapısını kaybetmeye başlamışlardır. Turizm alanı olarak ilan edilen ve yoğun talep alan bölgelerde turistik tesislere bağlı yapılaşmalar ile kentleşme hız kazanmıştır. Bu nedenle çarpık kentleşmeler ortaya çıkmıştır. Plajların ve denizlerin kullanımında doğal ortamı tehlikeye atan sonuçlar olmuştur. Özellikle denizlerin doldurularak yapılan alan yaratma çalışmaları, plajların etkin kullanımı için yapılan sahil düzenlemeleri turistik bölgelerde turizm öncesi döneme göre farklı bir görüntünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Turistik bölgenin sıcak iklimine bağlı olarak yaylalara giden insanlarda artan talep nedeniyle, yaylalarda da yüksek katlı binalar ve apartmanlar yapılmaya başlanmıştır. Benzer bir şekilde Sarı (2010), Alanya İlçesi'nin alternatif turizm kaynakları adlı çalışmasında Alanya'da yayla kavramının çok önemli olduğunu, yaylalarda geleneksel yaylacılıktan farklı olarak yapılaşmaya gidildiğini öne sürmüştür.

Turizm faaliyetlerinin ilk kez ortaya çıkmasından sonra, turizm destinasyonlarının hızlı değişimleri çevresel anlamda etkilere neden olmuştur. Oluşan insan yoğunluğu ve bölgedeki hareketlilik üretim-tüketim gibi yaşamsal faaliyetlerin artmasında etkili olmuştur. Bu durumun sonucunda turizm bölgelerinde plastik, cam, kompozit, metal, bitkisel, organik ve kimyasal atık türlerinde artışlar yaşanmıştır. Böylece kent kirliliği ile deniz kirliliği oranları yükselmiştir. Özellikle yaz aylarındaki nüfus artışları, turizm bölgelerindeki trafik hareketliliğinin artmasında çok etkilidir. Bu durum, araçların egzozlarından çıkıp havaya karışan karbonmonoksit ve hidrokarbon gibi insan sağlığına ve çevreye zararlı gazların bölgede giderek çoğalmasına neden olmaktadır. Ayrıca trafik yoğunluğuna bağlı gürültü kirliliği miktarı da artış göstermektedir. Turizm bölgelerinde, diğer gürültü kirliliği nedenleri arasında yüksek seste müzik çalınan eğlence kulüpleri de yer almaktadır.

Ülkemizin güzide turizm yerlerinden biri olan Alanya'da da turizmin ilk kez ortaya çıkmasından itibaren pek çok farklı gelişmeler ve etkiler yaşanmıştır. Bu durumla ilgili yapılan

araştırma sayısı oldukça fazladır. Alanya’da turizmin hız kazanmasından sonra kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel olarak oluşan etkiler, araştırmacıların bu bölge üzerindeki ilgisini yoğunlaştırmıştır. İncelenen araştırmaların çoğunluğunda Alanya’da yapılan turizm faaliyetlerinin bölge halkı ile dışardan gelen yerli ve yabancı insanlar üzerinde kültürel anlamda bir etki yarattığı saptanmıştır. Ortaya çıkan bu sonuç, Demirkaya ve Çetin’in (2010) Alanya ve çevresinde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin yörenin kültürel özellikleri üzerinde birtakım değişikliklere neden olduğunu gösteren bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Alanya’da 1950’li yıllardan bu yana ilerleyen turizm faaliyetleri bölgede yaşayan yerel halkın hayatının değişmesine neden olmuştur. Turizm öncesi dönemde daha çok kasaba kültürünün hâkim olduğu bölgede yaşayanlar, birbirini tanıyıp benzer kültürel özellikler gösteren insan kitleleridir. Ancak turizmin gelişme göstermesiyle beraber bölgeye gelen yeni insan tipleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu durum her geçen yıl daha da artmış ve insanların birbiriyle olan karşılıklı etkileşimi kaçınılmaz hale gelmiştir. Daha çok yaz aylarında tatil amacıyla gelenlerin bölgeye kalıcı olarak yerleşmeleriyle yılın 12 ayı yerli/yabancı insanlar arası etkileşime açık bir ortam oluşmuştur. Günümüzde Alanya’da yaklaşık 17.000 yabancı uyruklu insan yaşamaktadır (Yıldırım & Ayhan, 2019). Kentte turizme bağlı artan insan çeşitliliği farklı kültürlerin buluşmasına zemin hazırlamıştır. Bölgede yaşayan insanlarda en az bir yabancı dil bilme seviyesi ve İngilizce dışındaki yabancı dillerin konuşulması oranı fazlalaşmıştır. Geleneksel aile yapısında, kültürel etkileşime bağlı değişimler yaşanmıştır. Yabancılarla yapılan evliliklerin oranı Alanya’da fazladır. Ayrıca yabancıların yerel halkın yaşantısına uyum sağlamaya çalışması daha önce yapılan araştırmalarda belirtilen durumlardandır. Bu sonuç, Aksoy, Karakuş ve Çetin’in (2013), turizmin yerli halkın geleneksel kültüründe deformasyona neden olduğuna ilişkin bulgularıyla örtüşmektedir.

Turizm faaliyetlerinin Alanya’da çok etkin bir sektör olmasının başında sağladığı ekonomik getiriler yer almaktadır. Yapılan araştırmalarda Alanya’nın en önemli gelir kaynağının turizm olduğu belirtilmiştir. Covid-19 salgını öncesindeki son sezon olan 2019 sezonunda Alanya, tüm zamanların rekorunu kırarak turizmden 4.457.968.236 \$ gelir elde etmiştir (ALTSO, Alanya Ekonomik Rapor 2019). Ekonomik getirinin yüksek olduğu bölgeye, yerli ve yabancı yatırımcılar tarafından yapılan yatırımlar yıllık çekilen cirolarla orantılı bir şekilde artmaktadır. Yatırımlar beraberinde sağladığı istihdamla bölgenin kalkınmasında ve refahında etkili olmaktadır. Oluşan iş gücü ihtiyacına bağlı Alanya’ya yapılan yurt içi ve yurt dışı göçlerin oranı da son yıllarda önemli miktarda yükselmiştir.

Alanya’da turizmin çeşitli alanlardaki etkileri üzerinde yapılan araştırmalarda mimari ve çevresel açıdan etkiler de ele alınmıştır. Turizmin hız kazanması, kasaba niteliğindeki Alanya’nın hızla kentleşmesine neden olmuştur. Bu durumun oluşmasında en önemli etken bölgenin turizme bağlı yoğun göç almasıdır. Turizmin başlamasından sonra yabancı turistler açısından cazibe merkezi hâline dönüşen Alanya’da pansiyon, apart otel, 3-4-5 yıldızlı otel ve benzer turistik tesis sayısında ciddi artışlar yaşanmıştır. Bölgede artan insan hareketliliği ile devlet ve yerel belediyeçilik üzerinden yapılan altyapı ve üstyapı çalışmaları gelişme göstermiştir. Günümüzde Alanya, ülkemizde il statüsünde olan birçok yerleşim yerine göre daha büyük bir nüfusa, oturmuş kent kültürüne ve daha gelişmiş imkanlara sahiptir. Bu gelişmişlik beraberinde çevresel sorunlara da neden olmaktadır.

Turizmin ortaya çıkmasıyla birlikte artan insan hareketliliğine bağlı doğa tahribatı, betonarme yapılaşmalar, atık fazlalığı ve hava, ışık, gürültü gibi çeşitli çevre kirliliklerinin artması Alanya’da bazı çevresel sorunlara neden olmuştur. Yapılan araştırmalarda Alanya’nın turizm öncesi dönemde narenciye bahçelerinden oluşan yeşil alanlarla dolu olduğundan bahsedilmektedir. Turizm sonrasında barınma ihtiyacına bağlı konut sayısında ve konaklama ihtiyacına bağlı yatak sayısında büyük artış olmuştur. Bu nedenle bölgedeki yeşil alan miktarında önemli oranda azalma meydana gelmiştir. Alanya’nın doğu ve batısındaki sahillerin neredeyse tümünün otellerin kullanımına verilmesi ya da halka açık plajların oluşturulması deniz ve kumsal kirliliğinin oluşmasına neden olmuştur. Ancak bu gibi kirlilik durumlarını önlemek amacıyla yerel belediye ve kaymakamlık önemli çalışmalar yapmaktadır. Araştırmalara konu olan diğer çevresel sorunlar ise ışık ve ses kirliliğidir. Alanya’ya görsel zenginlik katmak amacıyla yüksek güçte aydınlatma araçlarının kullanılması ışık kirliliğine yol açmaktadır. Ayrıca özellikle yaz aylarında artan yoğun trafik ve eğlence mekânlarında çalan yüksek sesteki müzikler, gürültü kirliliğine neden olmaktadır.

Araştırmanın bulgular kısmında elde edilen verilere göre turizmin, Alanya’nın nüfus yapısı, sosyal ve kültürel yapısı, mimari yapılanması, ekonomik yapısı ve kentin genel görünüşü üzerinde etkileri vardır. Yapılan görüşmelerde Alanya’nın sürekli göç alan bir yerleşim yeri olduğundan bahsedilmiştir. Yükselen nüfus grafiğinin ortaya çıkmasında en önemli etken kentteki turizmdir. Alanya’ya sonradan yerleşen yerli ve yabancı insanlar, şehrin karmaşık bir demografik yapısının olduğunu göstermektedir. Bu durum Alanya’yı kültürel açıdan çok etkilemiştir. Ortaya çıkan bu sonucun Baltacı ve Çevirgen’in (2020), özellikle Alanya’ya yerleşen yabancıların yerel kültür üzerinde çeşitli etkileri olduğu, demografik yapının

farklılaşması ve beraberinde yaşam kültüründeki değişimlere dikkat çektikleri bulgularıyla benzeştiği görülmektedir.

Görüşme yapılan kişiler, turizm öncesi dönemlerde Alanya'ya ait yöresel kültürün olduğunu ancak turizm sonrası dönemde bu durumun değişme gösterdiğini ve eski kültürel özelliklerin sınırlı bir şekilde yaşatıldığını söylemişlerdir. Yerel halkın sahip olduğu gelenek-görenekler, kıyafet ve yeme-içme tercihleri gibi kültürel birikime sahip unsurlar karşılıklı insan etkileşimleri ile zamanla değişebilmektedir. Aile hayatı ve yapılan evlilikler eskiye göre daha farklıdır. Günümüzde geniş aile kültürü giderek azalmıştır ve yabancılarla yapılan evliliklerin sayısı yükselmiştir. Alanya'da turizmle ilgilenen ve bu sektörde çalışan insanların çoğu belli bir düzeyde yabancı dil konuşurlar. Bu durum dil boyutundaki kültürel etkileri göstermektedir. Ayrıca bazı katılımcılar kültürel etkileşimin sadece yerlilere yönelik olduğunu değil karşılıklı olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre yabancı uyruklu insanlar Türk kültürüne ait öğeleri benimseyebilmektedirler. Alanya 99 farklı ülkeden gelen insanlara ev sahipliği yapmaktadır (Yıldırım & Ayhan, 2019). Kültürel açıdan çok çeşitliliğin bir göstergesi olan bu durum aynı zamanda farklı kültürlerle karşı gösterilen hoşgörünün kanıtı niteliğindedir. Kentte kültürel özgürlüğe ve yeni oluşumlara fırsat verilmeseydi kültürel açıdan çok çeşitlilik olmayabilirdi. Böylece turizm ve insan potansiyeli daha düşük olurdu. Bu sonuç, Çal ve Demirkaya'nın (2017) kültürel çeşitliliğin ve korunmasının önemini ortaya koydukları bulgu ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcılardan elde edilen verilere göre Alanya, turizm öncesi dönemde çok katlı binaların olmadığı, müstakil bahçeli evlerin yaygın olduğu bir bölgeydi. Turizmden sonra hızlı bir kentleşme gerçekleşmiş apartman ve otel tarzında binaların sayısı çok artmıştır. Kent mimarisi turistlerin zevkine ve ilgisine göre şekillenmeye başlamıştır. Evlerin iç dizaynı ve tasarımları yabancı kültürlerle uygun düzenlenmiştir. Bu gibi mimari etkilerin oluşmasında turizmin doğrudan etkisi vardır. Hızlı kentleşme beraberinde bir takım tarihi değerleri yok etmemektedir. Alanya'da tarihten kalan miraslar koruma altına alınmıştır ve zamana yenik düşmeleri hâlinde restorasyon, bakım, onarım gibi çalışmalar yapılmaktadır. Bu sonuç, Demirkaya'nın (2012) Antalya'nın kültürel miras unsurlarının yeterince korunmadığı ve özen gösterilmediği yönündeki bulgusundan farklılaşmaktadır.

Alanya'da turizm faaliyetleri yaklaşık 70 yıldır varlığını sürdürmektedir. Bu sürede bölgenin genel görünümü çok değişmiştir. Turizm faaliyetlerinin ilk yıllarında Alanya, merkezinde birkaç esnaf dükkânı bulunan, küçük el sanatları dükkânlarının yer aldığı, tamirhane ve zanaatkârlardan oluşan kasaba görünümünde bir ilçedir. O zamanlarda yeşil

alanlar oldukça fazlaydı. Günümüze kadar geçen sürede varlığını koruyabilen tarihi yapılar, kale yamaçlarında yer alan eski Selçuklu mimarisinden kalan yapılar ve hâlâ kent merkezinde bulunan bazı müstakil ahşap evlerdir. Turizm sonrası dönemdeki genel görünümde, betonlaşmanın yoğunlukta olduğu yapılar ve yeşil alan azlığı görülmektedir. Konutlarla beraber oteller, eğlence mekânları, parklar, büyük ve küçük işletmeler başlıca yapılardandır. Kavacık, Zafer ve İnal'ın (2012), Alanya'da turizm destinasyon markalaşması üzerine yaptıkları çalışmada, Alanya'da ortaya çıkan çarpık kentleşme, geçmiş dönemlerde imar projelerine yapılan aşırı müdahaleler, plajlarda görülen ekolojik tahribat, trafik ve gürültü kirliliği gibi sorunlara dikkat çekmişlerdir.

Turizmin ekonomik anlamda etkileri bu sektörün gelişmesindeki ana etkindir. Bununla ilgili olarak katılımcılar; turizm öncesi dönemde Alanya'da tarım, balıkçılık ve bazı küçük işletmeler üzerinden gelir elde edildiğini ancak turizmin başlamasından sonra en önemli ekonomik gelir kaynağının turizm üzerinden elde edildiğini belirtmişlerdir. Turizmin en önemli katkısı bölgedeki istihdama olmuştur. Sadece yerel halk üzerinde değil, dışardan çalışmak veya ticaret yapmak amacıyla Alanya'ya gelen insanlar turizmin ekonomik katkılarından faydalanmışlardır. Böylece refah ve kalkınma oranı yükselmiştir. Bu sonuç Demirkaya, Sarı ve Ertürk'ün (2012), Burdur halkının kültürel miras turizmine ilişkin görüşlerini inceledikleri çalışmalarında iddia ettikleri turizmin beraberinde yerli halka yeni iş ve istihdam olanakları sunacağı bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Turizme canlılık katmak ve kentin bu anlamdaki marka değerini yükseltmek için yapılan sosyal ve kültürel etkinlikler vardır. Buna göre Alanya'da her yıl düzenlenen konserler, festivaller, yarışmalar, spor organizasyonları, kongreler ve konferanslar turizmin gelişmesine paralel olarak artmıştır. Kentteki binaların kullanım amaçları yapılan etkinlikler kapsamında farklılık göstermektedir. Bu durum insanların etkileşimi için uygun zemini hazırlamıştır. Yaşanılabilir bir şehir olma değeri bakımından Alanya, bu tür organizasyonlarla ön plana çıkarak yoğun talep almaktadır.

Yapay imkânların gelişebilmesi için doğal şartların elverişli olması gerekir. Alanya'da coğrafi koşullar kıyı turizminin gelişim göstermesi için uygundur. Yaz aylarında yüksek sıcaklıkların olması, denize kıyısının bulunması ve doğal plajların olması Alanya'nın tatil bölgesi olma statüsünü güçlendirmektedir. Kıyı ovasının küçük olması konut yapılabilecek yerleşim yeri alanlarının sınırlı kalmasına neden olmuştur. Bazı yerlerde yükseltinin kıyıdan hemen sonra başlaması, yamaç paraşütü faaliyetlerinin yapılmasına olanak sağlamaktadır.

Turizm faaliyetleri başlamadan önce Alanya'daki insan hareketliliği düşüktü. O dönemle ilgili olarak katılımcılar; sadece yakın çevre illerden, ilçelerden ve beldelerden gelen insanların olduğunu belirtmişlerdir. Ancak turizm sonrası dönemde başta Almanya ve İskandinav ülkeleri olmak üzere Hollanda, Polonya gibi Avrupa ülkeleri, bazı Arap ülkeleri ile Rusya gibi ülkelerden gelen insanlar olmaya başlamıştır.

5.2. Öneriler

Bu çalışmada Alanya'da turizmin kentsel kültürel doku üzerindeki etkilerine yönelik tutumları ortaya koyabilmek için turizmin Alanya'da kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel anlamda etkilerinin büyüklüğü araştırılmıştır. Araştırma konusu kapsamında incelenen literatürden ve yapılan görüşmelerde elde edilen verilerden hareketle bazı önerilerde bulunulmuştur. Bunlar:

- Alanya'ya özgü yerel kültürel öğelerin korunması ve yaşatılması için yöreye özgü kültürel etkinlik çalışmalarını arttırmak,
- Türkçe'nin yabancı diller karşısında geride kalmasını ve dil öğelerinin zamanla kaybolmasını önlemek için yabancılara Türkçe öğretim kursları vermek. Buna göre yerli ve yabancı insanlar arasında Türkçe diyalogları yaygınlaştırmak,
- Turizmden elde edilen gelirlerin ileriye dönük arttırılması için reklam çalışmalarını arttırmak,
- Turistik işletmelerin rekabet ortamına bağlı olarak turistleri rahatsız edici tüm davranışlarının önüne geçebilecek yasakları ve kuralları genişletmek,
- Yatırımcıları Alanya'ya çekebilmek için turizm teşvik programlarını ve pazarlama çalışmalarını geliştirmek,
- Alanya'daki nüfus karmaşasını kontrol altında tutmak için rastgele yapılan göçleri belli bir düzene koymak,
- Alanya'ya özgü mimari bir görüntünün oluşması için yüksek katlı yapıları yasaklamak ve yeni yapılacak yapılara Alanya'ya özgü belirli kriterler getirmek,
- Ötekileştirme ve ayrımcılık yapmadan, insanların barışçıl bir şekilde yaşama kültürlerini geliştirmek için yapılan etkinlikleri ve çalışmaları ortak değerlere göre uygulamak,

- Alanya’da yok olan bitki örtüsünü yeniden oluşturarak yeşil alan çalışmalarına hız kazandırmak ve doğal dengenin bozulmasını önleyecek çalışmalarda bulunmak.

Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için öneriler:

- Yerli ve yabancı görüşme yapılacak kişi sayısı artırılarak çeşitlendirilebilir,
- Alanya’nın turizmdeki marka değerinin ve imajının diğer ülkelerde nasıl olduğuyla ilgili uluslararası anketler yapılabilir,
- Araştırma kapsamı genişletilerek ülkemizdeki genel turizme göre Alanya’nın yeri araştırılabilir.

Alanya, turizme yönelik sahip olduğu tüm zenginlikleriyle Türkiye turizminde önemli bir pazar alanıdır. Bu durumun kalıcı ve sürdürülebilir olması için turizm değerlerini yaşatacak, koruyacak ve geliştirecek tüm önlemler alınmalı ve toplumda bu bilinç oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akış, A. (2007). Alanya'da turizm ve turizmin Alanya ekonomisine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilgiler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 15-32.
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Aksoy, B., Karakuş, U., & Çetin, T. (2013). İlköğretim öğrencilerinin turizm, turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 17(54), 45-58.
- Albayrak, A., & Özmen, Ö. N. (2018). Turizm gelişimi ile kültürel kimlik olgusu arasındaki ilişki: Alaçatı örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 129-150.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Balıkesir: Detay Yayıncılık.
- Aytaçlı, B. (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baltacı, F., & Çevirgen, A. (2020). The impacts of second home tourism on socio-cultural and economic life: the resident's perspectives. *Journal of the Geographical Institute*, 70(3), 273-288.
- Boztaş, H. (2009). Turist rehberlerinin vergisel durumu. *Vergi Dünyası*, 333, 114-121.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). *Sosyal Bilimler için veri analizi elkitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Caunce, S. (2001). *Sözlü tarih ve yerel tarihçi*. (B. B. Can, & A. Yalçinkaya, Çev.) İstanbul: Türkiye Ekonomik Ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Cimrin, E. (1996). Traditional "Yayla" houses in the vicinity of Alanya. *The Middle East Technical University in the Department of Architecture, Unpublished Master Thesis*.
- Coltman, M. (1989). *Introduction to travel and tourism. An international approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Cotien, L., & Manion, L. (1994). *Research methods in education (4th ed.)*. London: Routledge.
- Çal, Ü. T., & Demirkaya, H. (2017). Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının kültürel mirasın korunmasına yönelik görüşleri. *XI. International Turkic Culture, Art and Protection of Cultural Heritage Symposium/Art Activity "Turkey-Belarus Relations"*, (s. 61-67). Baranovich/Belarus.
- Çamyamaç, A. (2017). Dünya Turizm Örgütü. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8(2), 159-186.
- Çavuş, Ş., Ege, Z., & Çolakoğlu, O. E. (2009). *Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 293-306.
- Daoudov, M. (2015). *"Türkiye'de yabancıların uyumunda yerel yönetimlerin rolü", uluslararası göç ve mülteci uyumu sorununda kamu yönetiminin rolü*. (Y. Bulut, Dü.) Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Demir, D. (2014). Yabancı dil olarak Türkçe öğretim kitaplarının kültürel içeriği. *Hacettepe Üniversitesi Yabancı Dil Olarak Türkçe Araştırmaları Dergisi*(1), 53-62.
- Demircioğlu, A. (1997). Turizm-çevre etkileşimi bakımından sürdürülebilir turizm planlaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12(2), 135-147.
- Demirkaya, H. (2012). Antalya'da kültürel miras turizmine yönelik nitel bir çalışma. *VI. Uluslararası Türk Kültürü, Sanatı ve Kültürel Mirası Sempozyumu/Sanat Etkinlikleri (Arkeoloji, Sanat Tarihi, Mimari, Bilim, Tarih, Edebiyat, Sanat ve Folklor)*. Milano, İtalya.
- Demirkaya, H., & Çetin, T. (2010). Residents' perceptions on the social and cultural impacts of tourism in Alanya (Antalya-Turkey). *Erzurum Kültür ve Eğitim Vakfı (EKEV) Akademi Dergisi*, 14(42), 383-392.
- Demirkaya, H., Sarı, C., & Ertürk, M. (2012). Burdur halkının kültürel miras turizmine yönelik düşünceleri. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, (s. 1051-1067). Kemer/Antalya.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Doğan, H., & Üngören, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Doğan, T. (2012). Turizm ve çevre ilişkisi bağlamında ekoturizmin çevre üzerine etkileri. *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Koordinasyon Merkezi Başkanlığı Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi*. Ankara.
- Doğanay, H., & Zaman, S. (2016). *Türkiye turizm coğrafyası*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dönmezer, S. (1984). *Sosyoloji* (9. Baskı b.). Ankara: Savaş Yayınları.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Er, K. O. (2006). Yabancı dil öğretim programlarında kültürün etkileri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 39(1), 1-14.
- Eralp, Z. (1983). *Genel turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu.
- Erdem, S. (2001). Turist harcamalarının yöresel kalkınma sürecine ekonomik etkileri (Alanya örneği). *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir*.
- Erdoğan, N. (2003). Kitle turizmi, alternatif turizm ve ekoturizmde sürdürülebilirlik üzerine bir değerlendirme. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli Ve Güncel Sorunları Konferansı*, (s. 3-4). Çankırı.
- Gartner, W. (1996). *Tourism development: principles, process and policies*. New York: John Wiley & Sons.
- Gökalp, E. (2013). *Sosyolojiye giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Ofset.
- Gülersoy, Ç. (1979). Türkiye'nin ilk oteli Hotel d'Angleterre. *TTOK Belleteni*, 61(340), 2-8.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*(1-2), 49-59.
- Gürkan, M. İ. (1996). Turizmin sosyal yapı üzerindeki etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-119.

- Hegde, M. N. (2004). *A coursebook on language disorders in children*. San Diego-London: Singular Publishing Group Inc.
- İlban, M. O. (2008). Seyahat acenta yöneticilerinin destinasyon marka imajı algıları üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8(1), 121-152.
- İncegöl, S. (2010). Sosyal Bilgiler dersinde örnek bir sözlü tarih uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı*. İstanbul.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kapancı, M. (2008). Alanya Kaleiçi Evleri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Konya.
- Karakaş, A., & Güngör, H. Y. (2015). Turizm faaliyetlerinin çevreye etkisi. *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Çevre Sorunları Sempozyumu*, 24-25.
- Kavacık, M., Zafer, S., & İnal, M. E. (2012). Turizmde destinasyon markalaması: Alanya örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(39), 169-192.
- Kekeç, N. (2012). Grup folkloru bağlamında Tahtakale esnafı ve geliştirdikleri dilsel kodlar. *Milli Folklor*, 12(94), 50-57.
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *Megaron, YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2(2), 64-79.
- Kocaman, S. (2012). Destinasyon yönetimi kapsamında marka kimliğine etki eden faktörlerin marka imajına etkisi: Alanya örneği. *Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı*, Antalya.
- Kozak, M. (Dü.). (2012). *Genel turizm bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2010). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills (California): Sage Publications.
- Marmaris Belediyesi. (2006). Tarih. *Marmaris Belediyesi Yerel Tarih Bülteni*, 1(4), 2.

- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. London: Longman.
- McIntosh, R., & Goeldner, C. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley&Sons İnc.
- Meydan, S. (1998). Sürdürülebilir turizm gelişimi ve güney Antalya turizm gelişim projesi alanına yönelik bir anket uygulaması sonuçları. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 82-95.
- Mutluer, M., & Südaş, İ. (2005). Yabancıların Türkiye'de mülk edinimi: coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2), 45-55.
- Oğurlu, İ. (2014). Çevre-kent imajı-kent kimliği-kent kültürü etkileşimlerine bir bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 13(26), 275-293.
- Orhon, E. (1977). *Turizmin kalkınmadaki fonksiyonu*. Ankara.
- Özdemir, G. (2007). Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri: izmir için bir destinasyon model önerisi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir*.
- Özel, Ç. H. (2014). Turizmin sosyo-kültürel boyutta ortaya çıkardığı etkilerin incelenmesi: Marmaris örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(42), 57-68.
- Özkul, E., & Demirer, D. (2012). Şehirlerin turistik markalaşmasında kalkınma ajanslarının rolü, bölge planları üzerine bir doküman incelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 157-181.
- Reisinger, Y. (1994). Social contact between tourists and hosts of different cultural backgrounds. *Tourism: The State Of Art*, 743-754.
- Ritchie, D. A. (1995). *Doing oral history*. New York: Twayne Publishess.
- Roney, S. (2011). *Turizm: bir sistemin analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ryan, C. (1991). *Recreational tourism: a social science perspective*. London: Routledge.
- Sarı, C. (2010). Alanya ilçesinin alternatif turizm kaynakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 1-28.
- Şarkaya İçellioğlu, C. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: turizm potansiyeli açısından İstanbul'un swot analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(1), 37-55.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007b). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-11.
- Taylor, H. C., Lobel, S. A., & McLeod, P. L. (1991). Effects of ethnic group cultural differences on cooperative and competitive behavior on a group task. *Academy of Management Journal*, 34(4), 827-847.
- Tekin, . (2017). Artırılmış gerçeklik uygulamalarının destinasyon pazarlamasında incelenmesi: seyahat acentaları ile ilgili bir araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı*, Konya.
- Topallı, N. (2015). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: 1963-2011. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*(14), 339-352.
- Tuna, M. (2007). *Turizm, evre ve toplum (Marmaris rneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-549.
- Ulubey, . (2018). Aday ğretmen yetiştirme programının değerlendirilmesi evaluation of novice teacher training program. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2), 480-502.
- Unur, K., & etin, N. (2017). Kızkalesi'nin turizm destinasyonu olarak marka algısı. *İşletme ve İktisat alışmaları Dergisi*, 5(2), 63-79.
- Uslu, A., & Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara rneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Uslu, O. (1990). Turizm ve çevresel etkileri. *Turizm ve evre Konferansı* (s. 19-47). Ankara: Türkiye evre Sorunları Vakfı Yayını.
- ngren, E., Arslan, S., & Kaçmaz, Y. Y. (2015). Bir turist taciz türü olarak hantuluğun turistler üzerindeki etkisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 15(32), 129-174.
- Yerliyurt, B. (2002). Kent kimliği kent estetiği ve turizm olgusu paralelinde değişen Alanya'nın kentsel estetik sorunları üzerine irdelemeler ve örnek alan çalışması olarak seçilen

Atatürk Caddesi ile ilgili öneriler. *Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.*

Yersel, M. (2010). Turizmin Dubai ekonomisine katkısı (2000 ve sonrası). *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu İktisadi Anabilim Dalı.*

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, B., & Ayhan, B. (2019). Küreselleşmenin kent yönetimlerinde meydana getirdiği değişim: Yabancılar Meclisi, Alanya örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 598-618.

Yıldız, Z., & Kalağan, G. (2008). Alternatif turizm kavramı ve çevresel etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*(35), 43-45.

İnternet Kaynakları

Akova, İ. Genel Turizm Bilgisi. İstanbul. 04 04, 2021 tarihinde http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/genelturizmbilgisi.pdf adresinden alındı.

ALTSO. *Alanya Ekonomik Rapor 2010*. 04 15, 2021 tarihinde www.altso.org.tr: https://www.altso.org.tr/?option=com_content&task=view&id adresinden alındı.

ALTSO. *Alanya Ekonomik Rapor 2012*. 04 21, 2021 tarihinde www.altso.org.tr: <https://www.altso.org.tr/yayinlarimiz/alanya-ekonomik-rapor/alanya-ekonomik-rapor-2012/> adresinden alındı.

ALTSO. *Alanya Ekonomik Rapor 2014*. 04 16, 2021 tarihinde www.altso.org.tr: <https://www.altso.org.tr/yayin-kategorisi/alanya-ekonomik-rapor/> adresinden alındı.

ALTSO. *Alanya Ekonomik Rapor 2017*. 04 21, 2021 tarihinde www.altso.org.tr: <https://www.altso.org.tr/yayinlarimiz/alanya-ekonomik-rapor/334871/> adresinden alındı.

ALTSO. *Alanya Ekonomik Rapor 2019*. 04 16, 2021 tarihinde www.altso.org.tr: <https://www.altso.org.tr/yayin-kategorisi/alanya-ekonomik-rapor/> adresinden alındı.

TBMM, *İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi*. 03 2021 tarihinde tbmm.gov.tr: https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf?TSPD_101_R0=08ffcef486ab2000261e35c2fc1f25e4ac5d804da45f61fd5a826b131fd5762e1e014614e4c8f3fb08a175d0d914300004af300594ef86bbe5cbc78e47c227ce03228a1cd784750102bc9ab3765d88cc46001f72f484c734e22 adresinden alındı.

UNWTO. 04 24, 2021 tarihinde Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü: <https://www.unwto.org/> adresinden alındı.

www.alanya.bel.tr. 04 27, 2021 tarihinde <https://www.alanya.bel.tr/Haber/20276/ISYERLERININ-ACILIS-VE-KAPANIS-SAATLERI-YENIDEN-BELIRLENDI#:~:text=Alanya%20merkezde%20bulunan%20disko%2C%20bar,saati%20ise%2004.00%20olarak%20belirlendi> adresinden alındı.

www.kultur.gov.tr. (2007). 04 16, 2021 tarihinde <https://www.ktb.gov.tr/> adresinden alındı.

www.mavibayrak.org.tr. 04 26, 2021 tarihinde Mavi Bayrak Türkiye:
http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=7 adresinden alındı.

04 08, 2021 tarihinde yigm.ktb.gov.tr: <https://yigm.ktb.gov.tr/> adresinden alındı.

2020-2024 Alanya Belediyesi Stratejik Planı. (2020). 03 03, 2021 tarihinde www.alanya.bel.tr:
<https://www.alanya.bel.tr/Stratejik-Plan> adresinden alındı.





EKLER

EK-1

Bu görüşme formunda; “Alanya’da Turizmin Kentsel Kültürel Doku Üzerindeki Etkileri: Bir Sözlü Tarih Çalışması” isimli araştırma kapsamında, Alanya’da ikamet eden belirli katılımcıların turizm sektörü ile Alanya’da oluşan kentsel kültürel doku hususunda düşüncelerini ifade etmeleri istenecektir.

Mehmet Sefa DUMAN

Akdeniz Üniversitesi

Eğitim Bilimleri Enstitüsü/Sosyal Bilgiler Eğitimi

Yüksek Lisans Öğrencisi

GÖRÜŞME FORMU

Araştırma Konusu:

Alanya’da Turizmin Kentsel Kültürel Doku Üzerindeki Etkileri: Bir Sözlü Tarih Çalışması

Görüşme Soruları

1. Aslen nerelisiniz?
2. Kaç yıldır Alanya’da ikamet ediyorsunuz?
3. Neden Alanya’da yaşamayı tercih ediyorsunuz?
4. Alanya’nın demografik yapısı (nüfus yapısı) hakkında neler biliyorsunuz?
5. Sizce Alanya’nın son yıllardaki nüfus yapısının şekillenmesinde turizm sektörünün yeri ve etkisi nedir?
6. Alanya’nın turizm sektörü öncesinde ve sonrasındaki kültürel yapısı hakkında neler söylemek istersiniz?
7. Turizm sektörü faaliyetlerinin Alanya’nın kentsel ve mimari yapılanmasındaki etkileri hakkında düşünceleriniz nelerdir?
8. Alanya’da yerleşik ve kendine özgü bir kültürün yaşatıldığını düşünüyor musunuz? Lütfen bu konudaki düşüncelerinizi açıklayabilir misiniz?
9. Alanya’nın farklı kültürlerle ev sahipliği yapma durumu hakkında neler düşünüyorsunuz? Bunda turizmin etkisi nedir?
10. Alanya’nın yerleşik kültürel yapısı yeni gelenleri kendisine entegre etmekte midir? Lütfen açıklayınız.

11. Alanya’da yerleşik kültürün yanında yeni kültürlerin de yaşamasına ilişkin hoşgörü var mıdır? Lütfen açıklayınız.
12. Geçmişten bu yana turizm nedeniyle ortaya çıkan çeşitlilik ve karmaşıklığın kültürel değişim üzerindeki etkileri nasıldır? Lütfen açıklayınız.
13. Turizmin başlamasından bu yana Alanya’nın genel görünüşünde hangi değişiklikler (kaybolan ya da azalan yapılar, bozulan silüetler, yeni yapılar vb.) oldu?
14. Turizmin başlamasıyla ekonomik ve sosyal yapıda meydana gelen değişimler ve bunların şehir üzerindeki etkileri nelerdir?
15. İnsan etkinlikleri, etkileşimleri ve binaların kullanım amaçlarında hangi değişimler yaşandı?
16. Alanya’nın coğrafi özelliklerinin (iklimi, yer şekilleri, yükseklik, bitki örtüsü vb.) meydana gelen değişimleri etkileme durumu nasıl olmuştur?
17. Turizmin başlamasından günümüze Alanya’da mekânsal etkileşim (örneğin önceden çevre köyler, Ankara vb. günümüzde ise Almanya, Rusya, Çin vb.) konusunda hangi değişimler yaşanmıştır? Lütfen açıklayınız.



T.C
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KURUL KARARI



TOPLANTI TARİHİ : 23.12.2020
TOPLANTI SAYISI : 21
KARAR SAYISI : 288

Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü öğretim üyesi **Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA**'nın danışmanlığını, **Mehmet Sefa DUMAN**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*Alanya'da Turizmin Kentsel Kültürel Doku Üzerindeki Etkileri: Bir Sözlü Tarih Çalışması*" konulu çalışmanın, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

e-imzalıdır

Prof. Dr. Osman ERAVŞAR
Kurul Başkanı

Başkan
Prof. Dr.
Osman ERAVŞAR

Başkan Yrd.
Prof. Dr.
Bahattin ÖZDEMİR

Üye
Prof. Dr.
Hilmi DEMİRKAYA
(A.Ü. Bilimsel Araştırma ve
Yayın Etiği Yönergesinin 9/6
maddesi gereği kararın
görüşüldüğü toplantıya
katılmamıştır)

Üye
Prof. Dr.
Mustafa ŞEKER

Üye
Prof. Dr.
Adnan DÖNMEZ

Üye
Prof. Dr.
Abdullah KARAÇAĞ

Üye
Prof. Dr.
Eyyup YARAŞ

ALANYA'DA TURİZMİN KENTSEL KÜLTÜREL DOKU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BİR SÖZLÜ TARİH ÇALIŞMASI

ORJİNALLİK RAPORU

% 1	% 1	% 1	% 0
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	alanya.akdeniz.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
2	www.futourismcongress.com İnternet Kaynağı	<% 1
3	www.ices-uebk.org İnternet Kaynağı	<% 1
4	Submitted to Anadolu University Öğrenci Ödevi	<% 1
5	paperzz.com İnternet Kaynağı	<% 1

Alıntıları çıkart

üzerinde

Eşleşmeleri çıkar

< 35 words

Bibliyografyayı Çıkart

üzerinde

BİLDİRİM

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

Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezim sadece Akdeniz Üniversitesi yerleşkesinde erişime açılabilir.

Tezimin 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

06/08/2021

Mehmet Sefa DUMAN