

ÇEVRESEL İMAJ - KİMLİK - ANLAM BAĞLAMINDA
AKDENİZ BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM BİNALARININ İNCELENMESİ

DOKTORA TEZİ

Y.Mimar Mualla KANCIOĞLU
(502922108)

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 15 Şubat 2001

Tezin Savunulduğu Tarih : 15 Ağustos 2001

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mine İNCEOĞLU

Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Uğur ERKMAN (İ.T.Ü.)

Doç. Dr. Türkan ULUSU URAZ (İ.T.Ü.)

Prof. Dr. Altan AKI (Y.T.Ü.)

Prof. Dr. Işık AYDEMİR (Y.T.Ü.)

AĞUSTOS 2001

ÖNSÖZ

Bu araştırmada, bireyin psikolojik gereksinimlerini karşılamaya yönelik olan çevresel imaj-kimlik-anlam oluşturulması konuları üzerinde durulmakta; bu konulara ilişkin olarak Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm alanlarında yapılanları incelemek amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında, önemli planlama kriterleri olması yanında kullanıcıların da tercihini içermesi bakımından; mevcut çevreye uyumlu yapılar planlanması ve mekanların kullanıcıların algısal-zihinsel gereksinimlerini karşılamaya yönelik olması gerekliliği üzerinde özellikle yoğunlaşmaktadır.

Araştırma esnasında, her türlü öneri ve yardımlarından dolayı Sayın Prof. Dr. Mine Inceoğlu'na; katkılarından ötürü Sayın Doç. Dr. Türkan Ulusu Uraz'a; turizm binaları hakkında bilgilendiren sayın mimar ve yöneticilere; ayrıca her türlü emeklerinden ötürü sayın anne ve merhum babama teşekkürlerimi sunarım.

Ağustos 2001

Mualla KANCIOĞLU

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	V
ŞEKİL LİSTESİ	VII
ÖZET	XI
SUMMARY	XV
1. GİRİŞ	1
2. TURİZM-ÇEVRE İLİŞKİSİ	3
2.1. Çevre Sistemi	3
2.2. Bireyin Çevreyi Algılama-Bilme ve Değerlendirme Sistemi	5
2.2.1. Çevresel Algı	6
2.2.2. Çevresel Bilme	8
2.2.3. Çevresel Değerlendirme	9
2.2.4. Genel Yorum	10
2.3. Birey-Çevre Etkileşim Sistemi	10
2.4. Turizm ve Çevre	14
3. İMAJ-KİMLİK VE ANLAMIN, BİREY-ÇEVRE ETKİLEŞİMİ BAKIMINDAN ÖNEMİ	17
3.1. Psikolojik Gereksinimleri Karşıllayan Çevresel Nitelikler	17
3.2. Çevresel İmaj	18
3.3. Çevresel Kimlik	21
3.4. Çevresel Anlam	23
3.5. İmaj-Kimlik-Anlam İlişkisi	26
3.6. Turizm Binalarında İmaj-Kimlik ve Anlam Oluşturma Biçimleri	27
3.6.1. Türkiye'deki Turizm Binalarının Tasarımında Kullanılan Mimari Yaklaşımlar	27
3.6.2. Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki Turizm Binalarının Mimari Üslublarına Göre Örnekler Eşliğinde İncelenmesi	29
3.6.3. Turizm Binalarının Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi Genelinde Bir Değerlendirmesi	35
3.6.4. Akdeniz ile Çevrili Avrupa Ülkeleri'ndeki Turizm Binalarından Örnekler	36
4. TÜRKİYE'NİN AKDENİZ BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM BİNALARININ, ÇEVRESEL İMAJ-KİMLİK VE ANLAM BAKIMINDAN İNCELENMESİ	39
4.1. Alan Çalışmasının Amaç-Yöntem ve Modeli	39
4.1.1. İnceleme Modeli	44
4.2. Alan Çalışması Kapsamındaki Yörelere ve Turizm Binalarının Özellikleri	48
4.2.1. Akdeniz Kimliği	48
4.2.2. Antalya-Kaleiçi Yöresi	49

4.2.3. Antalya-Kemer Yöresi	50
4.2.4. Muğla-Bodrum Yöresi	51
4.2.5. Kaleiçi-Kemer-Bodrum Yörelerinin Tercih Nedenleri Üzerine Bir Değerlendirme	52
4.2.6. Alan Çalışması Kapsamındaki Turizm Binalarının Özellikleri ...	52
4.3. Alan Çalışmasının Değerlendirilmesi	61
4.3.1. Turizm Binalarının Tercihinde Etkili Olan Kriterler	61
4.3.2. Turizm Yörelerinin Kimliğine İlişkin Kullanıcı Yorumları	69
4.3.3. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemi Üzerine Değerlendirme	74
4.3.4. Turizm Binalarının Etkin Mimari Özelliklerinin Belirlenmesi	80
4.3.5. Turizm Binaları ve Çevresine İlişkin Kullanıcı Yorumları	86
4.3.6. Turizm Binalarında Mimarın Kullandığı Tasarım İlkeleri, Oluşturduğu Anlam-İmaj ve Bu Konudaki Kullanıcı Yorumları	91
5. SONUÇLAR	96
KAYNAKLAR	100
EKLER	108
Ek. A. Turistler İçin Hazırlanan Anket Formu 1	108
Ek. B. Turistler İçin Hazırlanan Anket Formu 2	110
Ek. C. Mimarlar İçin Hazırlanan Görüşme Formu	111
Ek. D. Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri ..	112
Ek. E. İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri ..	120
Ek. F. Birinci Etap Alan Çalışmasına İlişkin Veri Tabloları	122
Ek. G. İkinci Etap Alan Çalışmasına İlişkin Sonuçlar	155
Ek. H. Alan Çalışmasının Kapsamındaki Binaların Mimarları İle Yapılan Görüşmeye İlişkin Sonuçlar	157
ÖZGEÇMİŞ	160

TABLO LİSTESİ

Tablo 4.1.	Birinci ve İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcı Sayılarının Turizm Yapılarına Göre Dağılımı.	39
Tablo 4.2.	Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri	40
Tablo 4.3.	Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri	41
Tablo 4.4.	İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri	43
Tablo 4.5.	İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri	44
Tablo 4.6.	Alan Çalışması Yapılan Turizm Binalarının Genel Özellikleri ...	53
Tablo 4.7.	Alan Çalışması Yapılan Turizm Binalarındaki Rekreatif ve Ortak Kullanım Alanları	54
Tablo 4.8.	Turizm Binasının Tercih Ediliş Nedenlerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması	66
Tablo 4.9.	Turistlerin, Turizm Binasını Tercih Ediliş Nedenlerinin Belirlenmesi	68
Tablo 4.10.	Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer, Muğla-Bodrum Yörelerinin Kimliğini Oluşturan Unsurların Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması	73
Tablo 4.11.	Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması.	79
Tablo 4.12.	Turistlerin, Turizm Binalarının Mimari Özelliğine Verdikleri Önemin Belirlenmesi	79
Tablo 4.13.	Turistik Tesislerin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması	85
Tablo 4.14.	Marina Otelinin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi	86
Tablo 4.15.	Türk Evi Otelleri'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi ..	87
Tablo 4.16.	Club Alda Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi	87
Tablo 4.17.	Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi	88
Tablo 4.18.	Champion Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi	89
Tablo 4.19.	Manastır Otelinin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi	89

Tablo 4.20. Mercure Oteli'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi 90

Tablo 4.21. Myndos Oteli'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi 90



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1.	Çevresel Algılama, Bilme ve Değerlendirme Sürekliliği	6
Şekil 2.2.	Algısal Döngü Modeli	7
Şekil 2.3.	Algılama Modeli	7
Şekil 2.4.	Çevrenin Algılanması	8
Şekil 2.5.	Çevrenin İmajlara Göre Değerlendirilmesi	9
Şekil 2.6.	Çevresel Değerlendirme Modeli	9
Şekil 2.7.	Bireyin Çevresel Nitelikleri, Değerlendirmede Kullandığı Ana Tanımlayıcılar ve İlişkileri	10
Şekil 2.8.	Çevresel Etki ile İnsan Kapasitesi Arasındaki Adaptasyon Seviyesi	11
Şekil 2.9.	İnsan-Çevre Etkileşiminin Temel Süreçleri	12
Şekil 2.10.	İnsan ve Çevresi Arasındaki Algısal Bağlar	12
Şekil 2.11.	İnsan ve Çevresi Arasındaki İlişkiler	13
Şekil 2.12.	Sosyal Çevre ve Yapısal Çevre Arasındaki Etkileşim Sistemi.	14
Şekil 2.13.	Turizm Sektörünün Bileşenleri	15
Şekil 3.1.	İmajların, Birey Davranışı İle İlişkisi	20
Şekil 3.2.	Semiyotik Üçgen Modeli	25
Şekil 3.3.	Hjelmslev'in Bölünme Modeli	25
Şekil 3.4.	Milta Tatil Köyü'nden Genel Görünüş	29
Şekil 3.5.	Çamyuva Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	30
Şekil 3.6.	Çamyuva Tatil Köyü Çarşı Binasından Bir Görünüş	30
Şekil 3.7.	Salima Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	31
Şekil 3.8.	Demir Turizm Kompleksi Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş ...	32
Şekil 3.9.	Manastır Otel'i'nin Orta Avlusundan Bir Görünüş	32
Şekil 3.10.	Pamfilya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	33
Şekil 3.11.	Pamfilya Tatil Köyü Resepsiyon Binasından Bir Görünüş	33
Şekil 3.12.	Club Aldiana Turizm Kompleksi Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	34
Şekil 3.13.	Aquarius Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	35
Şekil 3.14.	Le Lavandou-Fransa Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	36
Şekil 3.15.	Kamarina-İtalya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	36
Şekil 3.16.	Kalamata-Yunanistan Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	37

Şekil 3.17. Porto Petro-İspanya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	37
Şekil 3.19. Port Grimaud-Fransa Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş	38
Şekil 3.18. Port Grimaud-Fransa Tatil Köyü Genel Yerleşim Kısmı Planı	38
Şekil 4.1. Turizm Binasının Olası Tercih Edilme Nedenleri.	44
Şekil 4.2. Yöresel Kimliği Belirleyen Olası Unsurlar.	45
Şekil 4.3. Tesisin Mimari Özelliğinin Önemini Belirleyen Olası Unsurlar	45
Şekil 4.4. Zihinde Kalıcı Etki Oluşturan Olası Mimari Özellikler	46
Şekil 4.5. Turizm Binalarının Değerlendirilmesi İçin Olası Kriterler	46
Şekil 4.6. Tesiste Kullanılan Olası Tasarım İlkeleri.	47
Şekil 4.7. Antalya-Kaleiçi'nden Genel Bir Görünüş.	50
Şekil 4.8. Antalya-Kemer'den Genel Bir Görünüş.	51
Şekil 4.9. Muğla-Bodrum'dan Genel Bir Görünüş.	52
Şekil 4.10. Marina Otel'inden Bir Görünüş.	55
Şekil 4.11. Türk Evi Otelleri'nden Bir Görünüş.	56
Şekil 4.12. Club Alda Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.	56
Şekil 4.13. Club Alda Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.	57
Şekil 4.14. Club Aquamarine Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.	57
Şekil 4.15. Club Aquamarine Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.	58
Şekil 4.16. Champion Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.	58
Şekil 4.17. Champion Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.	59
Şekil 4.18. Manastır Otel'inden Bir Görünüş.	59
Şekil 4.19. Mercure Otel'den Bir Görünüş.	60
Şekil 4.20. Myndos Otel'den Bir Görünüş.	60
Şekil 4.21. Marina Otel'i'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	61
Şekil 4.22. Türk Evi Otelleri'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	61
Şekil 4.23. Club Alda Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	62
Şekil 4.24. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	62
Şekil 4.25. Champion Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	63
Şekil 4.26. Manastır Otel'i'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	63
Şekil 4.27. Mercure Otel'i'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	64
Şekil 4.28. Myndos Otel'i'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi	64
Şekil 4.29. Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	69

Şekil 4.30. Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	69
Şekil 4.31. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	70
Şekil 4.32. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	70
Şekil 4.33. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	71
Şekil 4.34. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	71
Şekil 4.35. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	72
Şekil 4.36. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	72
Şekil 4.37. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	74
Şekil 4.38. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	75
Şekil 4.39. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	75
Şekil 4.40. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	76
Şekil 4.41. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	76
Şekil 4.42. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	77
Şekil 4.43. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	77
Şekil 4.44. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	78
Şekil 4.45. Marina Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	80
Şekil 4.46. Türk Evi Otelleri'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	81
Şekil 4.47. Club Alda Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	81
Şekil 4.48. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	82
Şekil 4.49. Champion Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	82
Şekil 4.50. Manastır Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	83
Şekil 4.51. Mercure Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	83
Şekil 4.51. Myndos Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi	84

ÇEVRESEL İMAJ - KİMLİK - ANLAM BAĞLAMINDA AKDENİZ BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM BİNALARININ İNCELENMESİ

ÖZET

Bu araştırmada, bireyin psikolojik gereksinimlerini karşılamaya yönelik olan çevresel imaj-kimlik-anlam oluşturulması konularına yer verilmekte; bu konulara ilişkin olarak Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm alanlarında yapılanları inceleyerek kullanıcı beklentilerini ve kullanıcı-tasarımcı iletişimini belirlemek amaçlanmaktadır.

Doğal ve yapısal çevrenin özgün nitelikleri ile yeni yapılar arasında kurulması gereken optimum ilişki, çevresel değerlerin korunması yanında, bireyin görsel ve psikolojik temelli çevresel beklentilerini karşılayabilen bir çevre sistemini de oluşturmaktadır.

Bireyin doğal-yapay ve sosyo-kültürel çevresiyle iletişim biçimi, hayat tarzını belirleyici bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle, çevresel niteliklerin veya iletişim biçiminin değişmesiyle; bireyin hayata bakış tarzı, yaşama biçimi, ruhsal durumu gibi sistemlerin etkilenmesi veya farklılaşabilmesi mümkündür.

Birey-çevre iletişimi sonucunda birey çevresini yorumlamakta; bu bilgileri kısa-orta-uzun süreli olmak üzere hafızasına yerleştirmektedir. Bireyin deneyimsel alt yapısını oluşturacak bilgi birikimlerinin temeli, çocukluk ve gençlik yaşlarına dayanmakta olup; bu birikimler, bireyin çevreyi algılama, bilme ve değerlendirilmesinde esas belirleyici faktörü oluştururlar. Bireyin eski ve yeni deneyimlerine ilaveten, bireyin o andaki ruh durumu, kişilik özellikleri, kültürü, eğitimi, mesleği, yaşı vb. faktörler kaçınılmaz olarak bireyin çevre ile iletişiminin yönünü tayin ederler.

Bireyin algısal-zihinsel gereksinimlerine bağlı olarak çevreden beklentileri, bireysel farklılıklar gösteren geniş kapsamlı özelliklerden oluşmaktadır. Bu nedenle, birey veya grubu sadece optimum düzeyde tatmin edebilen bir çevre oluşturulması amaçlanabilir.

Çevre, duygusal açıdan bireyi tatmin edebilmeli; yani birey üzerinde güzel duygular uyandırabilmeli, huzur ve güven vermelidir. Bunların yanı sıra, çevre bireyi kendisi hakkında düşündürebilmeli, etkileyebilmelidir. Bütün bunlar beraberinde belli bir imajı, kimliği ve anlamı taşıyan çevrenin korunması veya oluşturulması gerektiğini yansıtmaktadır.

Çevresel imaj, kimlik ve anlam kavramları, birbirleriyle yakın ilişkili ve benzer özelliklere sahip olmakla beraber, bazı özel hususlar ile birbirinden ayırt edilebilir:

- İmaj, gerçek çevrenin kişisel yoruma dayalı olarak zihinde şema haline dönüşmesi sürecidir.
- Kimlik, birey-çevre iletişimi neticesinde, çevrenin özgün ve belirgin karakterini oluşturan niteliklerin farkında olunması ile belirlenir. Kimliği, belirleyen birey; oluşturan ise çevresel özelliklerdir.
- Anlam, çevrenin sunduğu sözsüz mesajları, bireyin duygusal algısıyla kavraması neticesinde belirlenen etkileyici özelliklerden oluşmaktadır.
- Çevrenin kimliği, toplumun farkına vardığı çevresel değerlerden oluşur. Çevrenin imajı ve anlamı ise, bireyin çevreyi değerlendirilmesine bağlı olarak belirlenir.

Turizm binası ve bulunduğu yörenin etkin değerlerine ilişkin olarak, kullanıcıların tercih, beğeni ve değerlendirmelerini öğrenmek; bina ve çevresinde oluşturulan imaj-kimlik-anlam hakkındaki kullanıcı görüşlerini belirlemek; ayrıca yapısal çevrenin tasarımcıları ile kullanıcıları arasındaki iletişimi irdelemek amacıyla alan çalışması yapılmıştır.

Alan çalışması, gözlem, görüşme ve anket yöntemlerini kullanarak Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer ve Muğla-Bodrum'da yeralan toplam sekiz turizm binasında yapılmıştır. Turizm binalarının yetkilileri ile yapılan görüşmeler neticesinde binaya ait özel bilgilere; kullanıcılar ve mimarlarla yapılan anketler ile alan çalışmasının amacına yönelik sorulara cevap alınmaya çalışılmıştır.

Alan çalışmasının sonuçları şöyle özetlenebilir:

- Antalya-Kaleiçi'ndeki turizm binalarının tercih edilmesinin en önemli nedenleri, tarihi bir çevrede olması, deniz manzarasına hakim olması ve yörenin ikliminin ılıman oluşu olarak sıralanabilir.
- Antalya-Kemer'deki turizm binalarının tercih edilmesinin en önemli nedenleri, doğal güzelliklerin yoğun olduğu çevrede olması, denizden yararlanabilme olanağı ve yörenin ikliminin ılıman oluşu olarak sıralanabilir.
- Muğla-Bodrum'daki turizm binalarının tercih edilmesinin en önemli nedenleri, doğal güzelliklerin yoğun olduğu çevrede olması, denizden yararlanabilme olanağı, çevrede tarihi doku ve kalıntıların bulunuşu, binanın sunduğu konfor koşulları ile yörenin ikliminin ılıman oluşu olarak sıralanabilir.
- Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan unsurlar, tarihi bir çevre olması, deniz manzarasına hakim olması ve iklimin ılıman oluşudur.
- Antalya-Kemer Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan unsurlar, doğal güzellikler, denize ait özellikler ve iklimin ılıman oluşudur.
- Muğla-Bodrum Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan unsurlar, denize ait özellikler, doğal güzellikler, tarihi doku ve kalıntılar ve iklimin ılıman oluşudur.
- Yörelerin her birinin tercih edilme nedenleri ile kimliğini oluşturan unsurlar karşılaştırıldığında, genelde aynı özellikler olduğu görülmektedir. Denilebilir ki, yöreler kazandıkları kimlikleri nedeniyle turist çekmektedir.

- Turistlerin, turizm binalarının mimari özelliğine önem verdikleri görülmüştür. Turistlerin hemen hepsinin, Akdeniz'deki turizm binalarının Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmalarına birinci derecede önem verdikleri; yine turistlerin çoğunun, farklı bir mimari çevrenin yaratılmasına ikinci derece önem verdikleri görülmüştür. Turistlerin, turizm binalarının servis ve olanakları konusunda öncelikli tercihlerde bulunmamalarından, servis hizmetine önem vermedikleri anlamı çıkartılamaz. Çünkü, araştırma yapılan binalar birinci sınıf tatil köyleri veya dört-beş yıldızlı otellerden oluşmaktadır; bu nedenle bu binaları tercih edenler zaten belirli bir servis hizmetini beklemektedir.
- Antalya-Kaleiçi Yöresi'ndeki turizm binaları, bina-sokak ilişkisini yansıtan kentsel dokusu ve geleneksel mimari anlayışı sergileyen bina cepheleri ile turistlerin zihninde kalıcı etki yaratmaktadır. Ayrıca, binanın iç dekorasyon özellikleri de ilgi çekmektedir.
- Antalya-Kemer Yöresi'ndeki turizm binaları, doğal çevre düzenlemeleri ile turistlerin zihninde kalıcı etki yaratmaktadır. Ayrıca, binalar arasında oluşturulan kentsel doku da ilgi çekmektedir.
- Muğla-Bodrum Yöresi'ndeki turizm binaları, birbirlerine benzeyen biçim ve oranları, dış görünüşleri ve binalar arasındaki kentsel doku ile turistlerin zihninde kalıcı etki yaratmaktadır. Ayrıca, binaların iç mekan özellikleri de ilgi çekmektedir.
- Turizm binaları ve çevresinin, tercih edilme nedenlerinin, zihinde kalıcı etki yaratan faktörlerinin ve kimliğini oluşturan unsurların, genelde yörelerin ağırlıklı olarak sahip olduğu çevresel değerlerden meydana geldiği belirlenmiştir.
- Bireyin bina ve çevresine ait tercih ve beğenilerinin yaş, eğitim, kültür, gelir vb. faktörlerden dolayı çok farklı olabilmesi; tüm bireyleri optimum olarak tatmin edebilen mimari çevrelerin oluşturulabilinmesi konusundaki güçlüğü belirtmekte olup, önemini vurgulamaktadır.
- Bu araştırmaya göre, kullanıcıların çoğunun, mimarın tasarım amaçlarının farkında olduğu, iletmek istediği imaj ve anlamları aynen veya yaklaşık olarak algıladığı belirlenmiş olup; mimar-kullanıcı iletişiminin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, bina tasarım ve yapımı sırasında öncelikli olarak çevresel niteliklerin (doğal, tarihi, kültürel veya yöresel çevre nitelikleri gibi) korunması gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. Mevcut çevresel nitelikleri gözeterek yapılan bina tasarım ve uygulamaları, çevrenin en az tahrip edilmesine, çevreden en iyi şekilde yararlanılmasına, doğanın dengesinin korunmasına ve dolayısıyla ekonomik bir yapılanmaya neden olacaktır. Ayrıca, çevrenin kullanıcılarının da, bu konunun üzerinde ısrarlı bir şekilde yoğunlaşması da, çevre bilincinin günümüzdeki önemini vurgulamaktadır. Bina tasarım sürecinde, çevreye uyumlu yapılar planlanması yanında; mekanların, kullanıcıların psikolojik gereksinimlere cevap verecek biçimde planlanması gerekliliğinin de ön plana alınarak, belirgin kimlik-anlam-imajın ortaya konulması da ana amacı oluşturmaktadır. Çevresel verilerle uyumlu ve algısal-zihinsel gereksinimlere cevap veren yapılar, çevrenin korunması ve bireyin psikolojik gereksinimlerinin giderilmesi bakımından iki farklı yönü olan,

fakat birbirleriyle içiçe olup, ortak bir amaca hizmet etmektedir. Bu ise, birey-çevre etkileşim sisteminin en iyi düzeyde kurulması sonucunda bireyin fiziksel ve psikolojik temelli ihtiyaçlarının giderilmesi amacıdır.



EXAMINATION OF THE TOURISTIC BUILDINGS IN MEDITERRANEAN REGION ON IMAGE - IDENTITY - MEANING ASPECTS

SUMMARY

In this study covers the environmental image - identity - meaning creation for the individual's psychological requirements and it is aimed to determine the user expects for those made in the touristical sites in Mediterranean region and user-designer communication.

The optimum relation that has to be established between the authentic characteristics of the natural and structural environment and new buildings, in addition to the protection of the environmental values it creates an environmental system that replies the individual's environmental expectations based on the visual and psychological needs.

The individual's communication method with his natural artificial environment determines his lifestyle. Therefore when the environmental characteristics or communication method is changed, individual's life perspective, lifestyle, psychic state and other such systems might also be effected and changed.

As a result of the individual environment relation, the individual interprets his/her environment and takes this information into his/her mind for short, long or middle terms. The information that shall constitute the experience infrastructure of the individual based on the childhood and youth years, they are the main determinant factor for individual's understanding, knowledge and evaluation of the environment. In addition to the previous and new experience of the individual, the current mental state of the individual, personal characteristics, his/her culture, education, occupation, age and other such factors determines the direction of the individual's environmental communication.

Depending on the perspective and mental requirements of the individual, his/her expectations from the environment consists of different characteristics with a large coverage. Therefore, it can be aimed to creating an environment that satisfies the individual and the group at the optimum level.

The environment should be able to satisfy the individual in the sensitive aspects and give reliability and peace of mind. Besides these, environment should make the individual think about it and effect him/her. All these reflect the requirement for the protection or creation of an environment having a certain image, identity or meaning.

Although environmental image, identity and meaning concepts have similar and related meanings, in some ways they are different than each other;

- Image is the process of making a schema in the mind of the individual from the real environment by his/her personal interpretation.,
- Identity is determined by the realization of the authentic and dominant characteristics as a result of the individual - environment communication. Individual determines the identity but environment characteristics create it.
- Meaning consists of the effective characteristics determined by the understanding of the preamble messages of the environment by the sensitive perception of the individual.
- Identity of the environment consists of the environmental values realized by the community. The image and meaning of the environment is determined by the evaluation of the environment by the individual.

Related to the touristical buildings and the dominant values of the area where it is situated in, the works are based on understanding of the users preference, enjoyments and evaluations; determination of the user opinions on the image identity-meaning of this building and its surroundings; and study on the communication between the designers and users of the structural environment.

Area study was carried out by using observation, interview and poll methods at eight touristical buildings in Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer and Muğla-Bodrum. While the interviews are made with the touristical buildings managers to find out the information related to the building, the answers for the questions on the aim of the area work are tried to be found by the polls given to the users and designers.

The result of the area study can be summarized as follows:

- The most important reasons to prefer the touristical buildings in Antalya-Kaleiçi are the building that are in a historical environment, having a sea view and the mild climate conditions in the area.
- The most important reasons to prefer the touristical buildings in Antalya-Kemer are the buildings that are in an environment reach of natural beauties, the availability of the sea and the mild climate conditions in the area.
- The most important reasons to prefer the touristical buildings in Muğla-Bodrum are the buildings that are in an environment reach of natural beauties, the availability of the sea, the existence of the historical buildings and construction in the area, comfort of the building and the mild climate conditions in the area.
- The factors that make the identity of the Antalya -Kaleiçi region for the tourists are the historical environment, having a sea view and mild climate conditions.
- The factors that make the identity of the Antalya -Kemer region for the tourists are the natural beauties, sea characteristics and mild climate conditions.
- The factors that makes the identity of the Muğla-Bodrum region for the tourists are the natural beauties, sea characteristics, historical buildings and structures and mild climate conditions.

- When we compare the reasons for preference and identity factors for each region, it can be seen that they are the same characteristics in general. It can be concluded that the regions are attracting tourists by the identity obtained by them.
- It was seen that the tourists consider the architectural structure of the touristical buildings. Nearly all the tourists mentioned that it is primarily important for them that the touristical buildings in Mediterranean have to reflect the characteristics of Mediterranean and Turkey; and most of the tourist also state that they secondarily consider to create a different architectural environment. We can not conclude that the tourists are not pay any attention to the service and other facilities since the tourist do not make priority choices for the service and other facilities of the touristical buildings. The reason is that the touristical buildings where we carried out our study were five star hotels and first class holiday villages. Therefore those preferring these buildings have some service expectations.
- Touristical buildings in Antalya-Kaleiçi region create a permanent effect on the tourists' minds by the city structure reflecting the building street relationship and building claddings reflecting the traditional architecture. Furthermore the internal decoration of the building is also attractive for tourists.
- Touristical buildings in Antalya-Kemer region create a permanent effect on the tourists' minds by natural environment landscapes. Furthermore the city structure created among the buildings is also attractive for tourists.
- Touristical buildings in Muğla-Bodrum region creates a permanent effect on the tourists minds by their similar shapes and sizes, outer views and city structure between the buildings. Furthermore the place structure of the buildings is also attractive for tourists.
- It was determined that touristical buildings and its surroundings' reason of preferences, factors creating temporary effects in mind are as a result of the dominant values of the regions and environmental values.
- Since-the preferences and likes of the individual for the individual and his/her environment can vary according to different factors such as age, education, culture, income, etc., it is very difficult to create an architectural structure that satisfies all the individuals at the maximum level and the importance of this is emphasized.
- According to this study, it was determined that most of the users are aware of the design purposes, understands the image and meanings identically or similarly and the architect and user communication is at medium levels.

The data obtained as a result of this study, shows that first of all the environmental characteristics (such as natural, historical, cultural or regional environmental characteristics) has to be protected during the building design and construction. Building design and applications made by considering the existing environmental characteristic results the minimum destruction of the environment, maximum benefiting from the environment, protection of the environmental equilibrium and there-

fore economical construction. Furthermore intensive requirements of the environment users on this subject also emphasize the importance of the environmental conscious on these days. At the building design stage, besides planning the buildings suitable with the environment, these places should also satisfy the psychological requirements of the users and therefore a definite identity-meaning-image should also be determined. The buildings that are in accordance with the environmental data and satisfying the perceptive and mental requirements have two different aspects- environmental protection and satisfying the physiological requirements of the individual- but both of them are in close relation with each other and serves for the same purpose. This is the satisfaction of the individual requirement stem from physical and psychological needs by using the individual-environment interact on system in the best way.



1. GİRİŞ

Çevrenin bireye sunduğu sonsuz olanaklar ile bireyin bu çevreyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirmesi sonucunda oluşmuş güçlü birey-çevre etkileşim sistemi mevcuttur. Bireyin çevreyi kendi amaçlarına göre değiştirmesi belli kurallar ve disiplinler neticesinde kurulabilirse; çevreden en iyi şekilde yararlanılmakta, çevrenin özdeğerlerini kaybetmesi önlenmiş olmaktadır.

Mevcut çevre, bireye fiziksel gereksinimlerini karşılayabilen bir ortam sunduğu gibi, bireyin psikolojik gereksinimlerini karşılayabilen çevresel nitelikleri de beraberinde sunmaktadır. Bireyin öngörülen fiziksel ve psikolojik temelli ihtiyaçlarının giderilmesi çabalarının bilinçli bir sürecin ürünü olması neticesinde; hem çevrenin kontrollü büyüme ve gelişmesi, hem de bireyin ruh sağlığı olumlu olarak etkilenmektedir.

Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm yerleşmeleri, doğal ve yapısal çevre özelliklerinin yoğunluğu ve son yıllarda hızlı bir gelişim süreci içinde bulunmalarından ötürü, mevcut çevre ve yeni yapıların ilişkisi konusunda ilginç örnekler sunmaktadır. Bu turizm yerleşmelerinde, yoğun inşaat haklarının uygulanması ve geleneksel dokuya uyumsuz yapıların planlanması neticesinde bazı çevresel olumsuzluklar meydana geldiği gözlenmektedir. Özellikle, Kuşadası, Bodrum, Marmaris, Alanya gibi merkezler, bugün artık büyük bir kent görünümündedir; yoğun turizm yapılanmasından ötürü geleneksel karakterlerini yitirmişlerdir. Buralarda, beldenin tarihsel dokusuna ters düşebilecek binalar yapılmıştır. Yeni yapıların planlanmasında, kentin özgün dokusu ve mimari özelliklerinin korunması yönünde bağlayıcı önlemler de alınmadığı için, ortaya çıkan fiziksel büyüme ve yayılma, betonlaşmış bir çevreyi oluşturmuştur. Antalya Kenti de, Kaleiçi Semt'i'ndeki koruma çabaları dışında, kentiçi ve yakın çevresindeki yoğun yapılar nedeniyle geleneksel silüetini yitirmiştir.

Yukarıda değinilen, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde yeralan turizm binaları uygulamalarında yaşanan bazı olumsuzluklar (çevre kirlenmesi, görsel kirlenme, mevcut kimliğin yok olması gibi) ve bu yerleşmelerde imaj-kimlik-anlam oluşturma adına yapılanlar, 'çevresel imaj-kimlik ve anlam bağlamında Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm yapılarının incelenmesi' başlıklı araştırmanın yönlendiricisi olmuştur.

Bireyin psikolojik temelli ihtiyaçları, çok geniş kapsamlı çevresel ve mekansal beklentileri içermekte; mevcut çevre-yeni yapılar arasında kurulması gereken optimum ilişki, belirli bir imajı yansıtabilen çevrelerin oluşturulabilmesi, mevcut kimliğin

korunması, anlam ifade eden çevrelerin yaratılması gibi konuları da kapsamına almaktadır. Bireyin önemli psikolojik ihtiyaçlarından bazılarını oluşturan çevresel imaj, kimlik ve anlamın incelenmesi, bu araştırmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Ayrıca bu konular, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde yer alan ve son yıllarda hızlı bir gelişim gösteren turizm binalarını ele alan bir alan çalışmasıyla da irdelenmektedir. Gözlem, görüşme ve anket yöntemlerinin kullanıldığı bu alan çalışması ile, yeni yapıların yörenin doğal ve yapısal çevresiyle ilişkisi, bireyin bina ve çevreyi tercih etme nedenleri ve değerlendirmesi; ayrıca çevrenin sunduğu imaj-kimlik-anlam üzerine kullanıcı görüşleri ve bu ifadelerle mimarın tasarım kriterleri arasındaki benzerlik ile farklılıkları saptamak amaçlanmaktadır.



Rapoport (1977), insanı saran çevreyi dört çevre birimi olarak açıklar:

- Davranışsal çevre : Birey veya grupların eylemlerinin oluşturduğu bir sistem,
- Algısal çevre : Bireyin çevreyi algılaması ve anlamlandırması sonucunda zihinde oluşan bir çevre sistemi,
- İşlemsel çevre : Birey veya grubun eylemlerini gerçekleştirdikleri mimari mekanlar sistemi,
- Coğrafi çevre : Diğer çevre birimlerini saran doğal çevre sistemi.

Brogden (1979), çevreyi mekansal ve algısal çevre olarak iki farklı düzeyde inceler:

- Mekansal çevre: - Tüm doğal elemanlar (iklim, su, toprak, topoğrafya, bitki örtüsü, hayvan yaşamı vb. gibi)
- Tüm yapay elemanlar (yollar, köprüler, binalar, mobilyalar vb. gibi)
- Algısal çevre : Bireyin amacına, statüsüne, gelirine, eğitimine, mesleğine, kültürüne vb. özelliklerine göre çevreyi algılaması, bilmesi ve değerlendirmesiyle zihninde oluşan çevre sistemi.

Çevre sistemini açıklayan dört sistem teorisinin benzerlikleri ve farklılıklarının incelenmesi:

- Steele ve Çubuk'un çevreyi doğal ve yapay olarak somut bir düzeyde, sosyal-kültürel (toplumsal ilişkiler) olarak soyut bir düzeyde ele aldığı görülmektedir.
- Brogden'in somut düzeyde, çevreyi ele alış biçimi diğerlerinininki gibi doğal-yapay çevre biçiminde iken; soyut düzeyde ise, insanın toplumla olan ilişkisi yerine insanın iç dünyasında oluşturduğu ilişkilere dayanmaktadır.
- Rapoport ise, çevre sistemini, insanın mekan içindeki hareket ve düşünceleri ile mekanları kuşatan doğal çevre olarak ele almakta; biraz daha farklı yaklaşmaktadır.

Bu yaklaşımlar çerçevesinde; çevre sistemi, şu şekilde genelleştirilebilir:

- Doğal çevre : Evreni ve evrende kendiliğinden varolan tüm oluşumları, nesneleri, canlıları içeren çevre sistemi.

- Yapay çevre : Doğal çevre üzerinde oluşturulmuş tüm yapay ürünleri içeren çevre sistemi.
- Sosyo-kültürel çevre : Birey veya grubun doğal-yapay çevresi ve birbirleriyle etkileşimi sonucunda oluşan psiko-sosyal ve kültürel ilişkileri içeren çevre sistemi.
- Algısal çevre : Bireyin çevreyi algılayarak birtakım anlamlar yüklemesi sonucunda zihninde oluşturduğu çevre sistemi.

Ayrıca, yapay çevrenin kapsamında olan tarihi ve yöresel çevre gibi özel çevre tanımlamaları vardır. Tarihi çevre, belli bir üsluba veya döneme ait eski mimari eserlerin oluşturduğu kentsel çevreyi; yöresel çevre, geleneksel özellikleri yansıtan anonim mimari ürünü olan kırsal çevreyi ifade etmektedir.

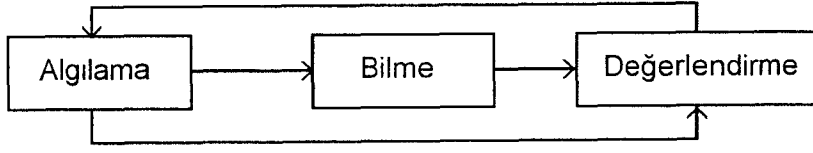
Ittelson (1976), çevrenin algısal ve anlamsal özelliklerine değinerek, bu özellikleri şöyle sınıflandırmaktadır:

- Çevrenin keşfedilen bir mekan olması,
- Çevrenin çok yönlü olması,
- Çevrenin kapsamının geniş olması,
- Çevrenin, yüklenilen bilgiden daha fazlasını sunması,
- Çevredeki algılanabilir özelliklerin eylemlere neden olması,
- Çevrenin, eylemlerin yönlerini belirleyici anlamlar ve güdüsel mesajlar sunması,
- Çevrenin, daima ayırt edici nitelikleri veya ruhu sunması.

Çevrenin, belirgin ayırt edici özellikleri veya farklı ruhu yansıtması nedeniyle; her ne kadar benzer çevreler oluşturulsa bile; her çevrenin farklı çağrışımlara, kendine özgü imaj-kimlik ve anlama sahip olması kaçınılmazdır. Çünkü, çevrenin ayırt edici nitelikleri sadece estetik ve sistematik bir ilişkiyi içermez; aynı zamanda sosyal-kültürel aktivitelerin bir bölümünü de kapsamaktadır.

2.2. Bireyin Çevreyi Algılama-Bilme ve Değerlendirme Sistemi

Çevresel algılama, çevrenin duyu organları aracılığıyla hissedilmesi; çevresel bilme, çevrenin algılanmış biçiminin zihinde bilinmesi, anlaşılması, gruplandırılması, öğrenilmesi ve zihinsel şemalar haline getirilmesi; çevresel değerlendirme ise, çevrenin niteliklerinin tanınması sonucunda belirli seçimler yapma, karar verme ve davranışlarda bulunma süreci olarak tanımlanabilir (Rapoport, 1977). Çevrenin algılanması, bilinmesi ve değerlendirilmesinin sürekliliği Şekil 2.1’de görülmektedir.



Şekil 2.1. Çevresel Algılama, Bilme ve Değerlendirme Sürekliliği (Rapoport, 1977)

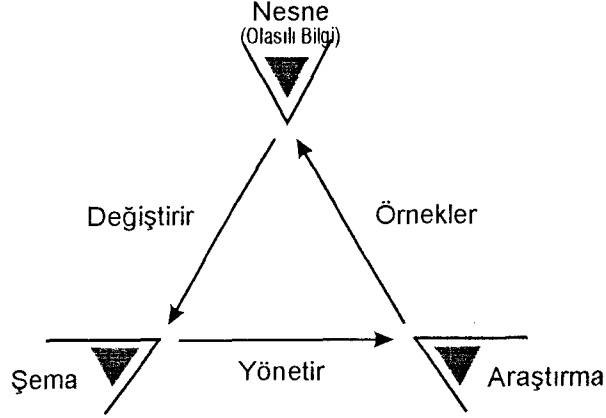
2.2.1. Çevresel Algı

Ittelson (1960), fiziksel çevreyi algılama ve yorumlamayı, insan psikolojisi-gelişimi-deneyimi, kültürel gruplar ve dış uyarıcının arasındaki ilişkiyi içeren karmaşık bir süreç olarak tanımlamaktadır (Sanoff, 1991). Ayrıca, Ittelson (1976), çevresel alginın, etkileme, yönlendirme, sınıflandırma, sistemleştirme ve yönetme olmak üzere belirli süreçler sonucu oluştuğunu, ve bu süreçlerin sürekli birbirleriyle etkileşim içinde olduğunu belirtmektedir.

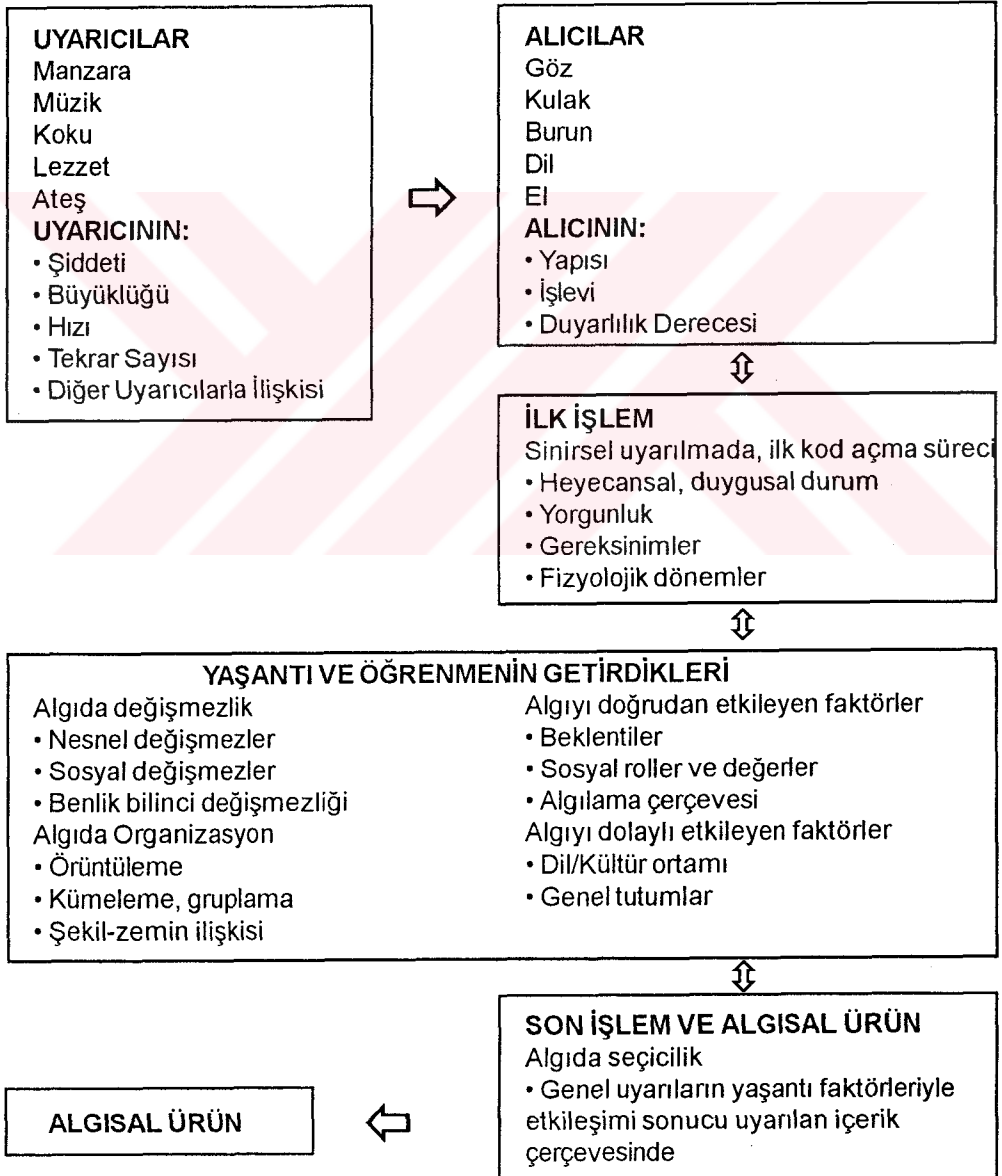
Çubuk ve diğerleri (1977) de, algılamayı, bir nesneyi ya da olayı duyum yoluyla yalın bir biçimde ve dikkatini yoğunlaştırarak bilinç alanına alma, anlama, sezme ve kavrama olarak tanımlamaktadır. Desai (1980) ise, algıyı, bireyin tutum ve davranışları ile çevredeki bilginin tipi ve kaynağına bağlı olarak belirlenen; bireyin zihninde çevresine ait oluşan bir imaj olarak ifade etmektedir.

Neisser (1976), algıyı, döngüsel bir düzende, üç aşamalı bir süreç olarak açıklamaktadır. İlk aşama, bireyin çevresini araştırması ve bu araştırmaların beklentisel şema tarafından yönetilmesini; ikinci aşama, araştırma sonucu elde edilen bilginin özgün şemayı değiştirmesini; üçüncü aşama, bu değişimin daha ileri düzeyde araştırmayı yönetmesini içermektedir (Şekil 2.2)(Gür, 1996).

Cüceloğlu (1993a), bireyin çevresel uyarıları algılamasını, alıcılar, ilk işlem, yaşantı ve öğrenmenin getirilerinden yararlanma, son işlem ve algısal ürün olmak üzere dört aşamalı bir süreç olarak incelemektedir (Şekil 2.3).

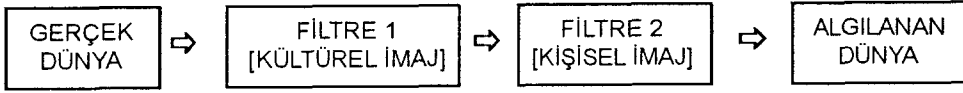


Şekil 2.2. Algısal Döngü Modeli (Neisser, 1976).



Şekil 2.3. Algılama Modeli (Cüceloğlu, 1993a)

Gerçek çevrenin mesajları üzerinde kültürel ve kişilik faktörleri, filtre işlevi görmektedir; çevrenin algılanmış biçimi ile gerçek biçimi arasındaki farkları, bu filtrelerin nitelikleri belirlemektedir. (Şekil 2.4) (Rapoport, 1997).



Şekil 2.4. Çevrenin Algılanması (Rapoport, 1997)

Algılama sırasında, beyin, bireyin içinde bulunduğu durumdan beklentilerine, geçmiş deneyimlerine, diğer duyu organlarından gelen başka duylara, toplumsal ve kültürel etkenlere bağlı olarak işlem yapmaktadır (Cüceloğlu, 1993b).

2.2.2. Çevresel Bilme

Rapoport (1977), çevresel bilmeyi, algılanmış nesne veya olayın sınıflandırılması, düzenleme yoluyla tanınması-anlamlandırılması olarak ifade etmektedir. Bu bakış açısına göre, bilişsel süreçlerin en önemli fonksiyonlarından biri, bilgiyi azaltmak olup; karmaşık çevreyi önceden sezilebilen, düzenli, yönetilebilen bir çevreye dönüştürmektedir. Moore (1979) da, çevresel bilmenin, davranış tepkilerinin tümü ve dış uyarıcı arasındaki ortak etkileşim sonucu oluşan bir süreç olduğunu; çevrenin farkında olunan ve bilinen çeşitli biçimlerine tekabül ettiğini belirtmektedir. Krampen (1989) ise, çevresel bilmeyi, çevrenin nesnel tanımlamaları ile kişisel bilgi arasındaki ilişki olarak tanımlamaktadır.

Moore (1979), bireyin çevreyi bilmesinde hafıza imajların rolü olduğuna değinerek, dört tip hafıza imajından bahsetmektedir:

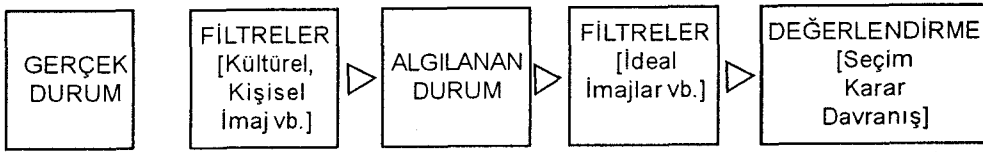
- Şehirselsel bilişim haritası, yani bina veya yerleşim alanına ait öznel bilgiyi içeren hafıza imajları,
- Bir yerleşim alanındaki çeşitli binaların ayrıntılı ve etkileyici özelliklerini içeren hafıza imajları,
- Dilbilimsel sınıflandırma sistemine veya bilmeye ilişkin ilgi alanlarını içeren hafıza imajları,
- Bireyin çevreye yüklediği anlamları, sezgileri ve sembolleri içeren hafıza imajları.

Bilişsel süreçler sonucunda oluşan bilişsel şemaları, Downs ve Stea (1977), bireyin çevresi hakkındaki bilgiyi elde etmesi, kodlaması, depolaması, anımsaması ve şifreyi çözmesiyle oluşan psikolojik bir dönüşüm süreci olarak açıklamaktadır. Passini (1984) ise, bilişsel şemayı, bireylerin çevrelerini anımsamasına, verdiği kararları davranışa dönüştürmesine olanak sağlayan bir uygulama sistemi olarak ifade

etmektedir. (Sanoff, 1991) Bilişsel şemalar, bireye ait (eğitim, yorumlama yeteneği gibi) ve çevreye ait (karmaşıklık düzeyi, bilginin yetersizliği gibi) özelliklere bağlı olarak biçimlenmektedir.

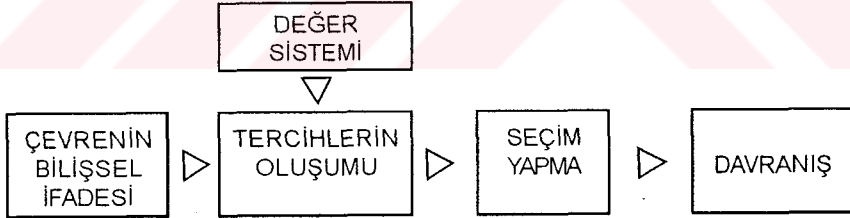
2.2.3. Çevresel Değerlendirme

Rapoport (1977), çevrenin imajlara göre değerlendirilmesine ilişkin model önermekte; bu görüşe göre, çevre seçeneklerinin, zihinsel bilme stili, kişilik gibi filtrelerden geçerken içinde bulunulan fiziksel, toplumsal ve kültürel ortamın etkisi altında elenerek sayılarının azaldığını ifade etmektedir. Sayıları azalan bu seçenekler ise, ideal imajlar gibi öznel ölçütleri içeren filtrelerden geçerek tekrar elenmekte, ve böylece son seçim yapılabilir. (Şekil 2.5)



Şekil 2.5. Çevrenin İmajlara Göre Değerlendirilmesi (Rapoport, 1977)

Timmermans (1982), bireylerin çevreye ait seçim ve kararlarının, bireyin çevre hakkındaki bilişsel ifadesi ile değer sisteminin ortak etkileriyle oluştuğunu önermektedir (Şekil 2.6) (Garling ve Golledge, 1989)

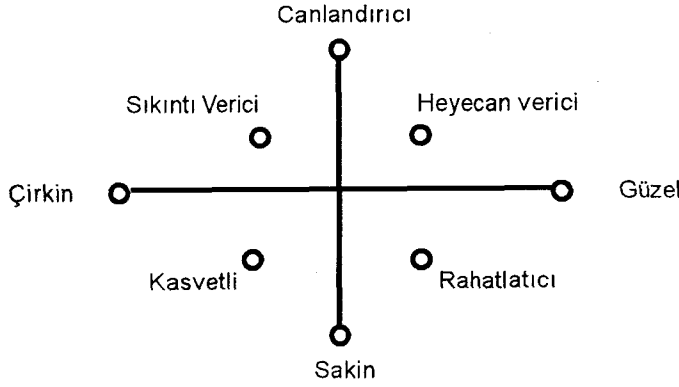


Şekil 2.6. Çevresel Değerlendirme Modeli (Timmermans, 1982)

Nasar (1988a), çevresel değerlendirmeyi, bireysel hislerin bir ifadesi olduğu savından yaklaşılarak iki aşamaya ayırmaktadır. İlki, çevrenin görsel kalitesinin kavranılmasına ilişkin algısal-bilişsel yargılamaları; ikincisi ise, hislerden oluşan duygusal yargılamaları içermektedir.

Russel (1988), bireyin, çevresel nitelikleri değerlendirmede kullandığı ana tanımlayıcıları ve ilişkilerini içeren bir model geliştirerek, etkin değerlendirmeyi iki sürece ayırmaktadır. Bu süreçlerden birisinde güzel-çirkin arasındaki bir ayırım; diğesinde ise, canlandırıcı-sakin arasındaki diğer bir ayırım yapılmakta olup, genel bir değerlendirmeyi içermektedir. Şekil 2.7’de gözlendiği gibi, ikili değerlendirmeler

sonucunda, mekan içerisinde bireyin hissettiği duygular, heyecan verici, rahatlatıcı, sıkıntı verici veya kasvetli olabilmektedir.



Şekil 2.7. Bireyin Çevresel Nitelikleri, Değerlendirmede Kullandığı Ana Tanımlayıcılar ve İlişkileri (Russell, 1988)

Çevrenin değerlendirilmesinde, mekanların, binaların sadece görünen, açık işlevleri değil; gizli ve simgesel işlevleri de etkili olmaktadır. Mekanların gizli ve simgesel işlevleri, çevrenin psikolojik, toplumsal ve kültürel yönlerini içermekte; mekanın birey için taşıdığı öneminin belirlenmesinde etkin rol oynamaktadır. (Çakın, 1988)

2.2.4. Genel Yorum

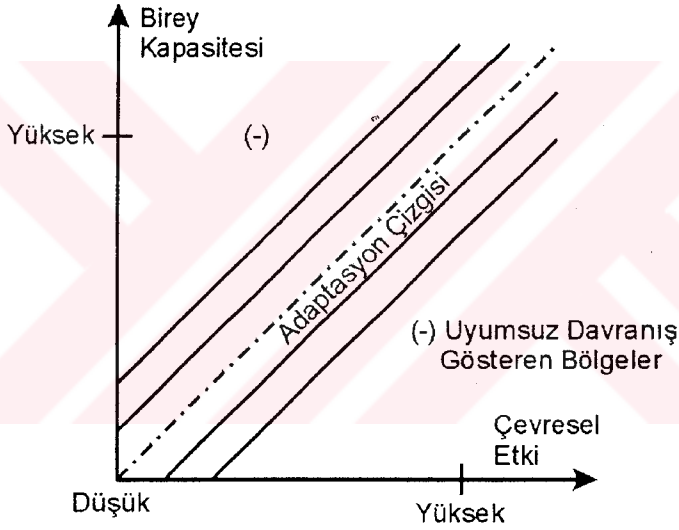
Bireylerin kişilik özelliklerinin, o anki ruh durumunun, o andaki mekana ait beklentilerinin veya anılarının, ait olduğu sosyal ve kültürel ortamların, sosyal statüsünün, gelir düzeyinin vb. durumların birbirinden farklı oluşu; doğal olarak farklı bireylerin aynı bina ve çevreyi algılama, bilme ve değerlendirmesinin de farklılaşmasına yansıyabilmektedir. Bireylerin fiziksel ihtiyaçlarının yanı sıra, psikolojik gereksinimlerinin karşılanmasını gerekli kılan mimarlık disiplini için bu konu önem taşımakta olup; bireylerin farklı istek ve beğenilere sahip olmaları nedeniyle, yoğun birey gruplarına hizmet verebilen mekanların planlanması, tasarlanması ve uygulanması sürecinde optimum çözüm bulunabilmesi gibi önemli bir problem çözümünü beraberinde sunmaktadır.

2.3. Birey-Çevre Etkileşim Sistemi

Bireyin içinde yaşadığı çevresi, yaptığı eylemler ve amacı değişse de, temel insan ve çevre bağıntıları değişmemektedir. Bu bağıntılar, biyolojik, psikolojik, fiziksel, sosyal özellikler olup; insanın yetenek, kapasite ve sınırlarına bağlı olarak karmaşık bir sistem meydana getirmektedir. Birey-çevre etkileşim sistemi kapsamı içerisinde, bireyin

doğal, yapay ve sosyo-kültürel çevresiyle iletişimi ve hatta bu iletişimin onun iç dünyasına yansıma biçimi de yer almaktadır.

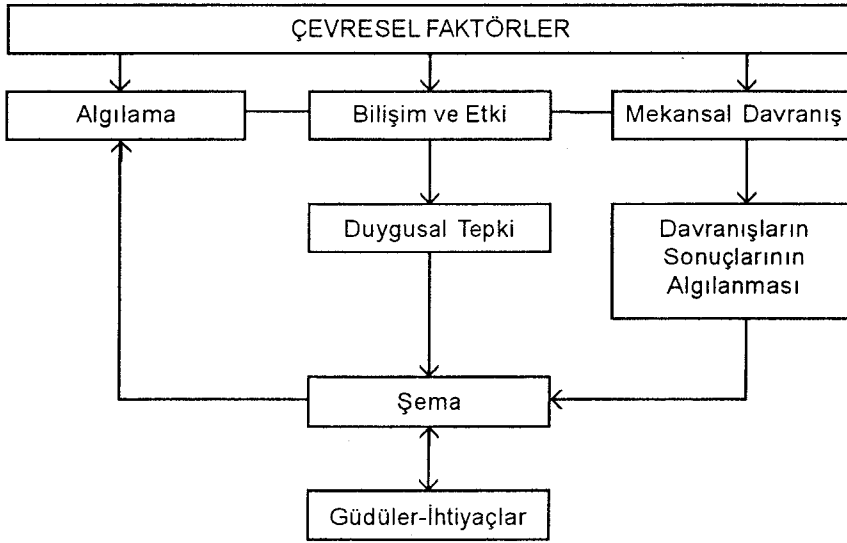
Çevrenin birey üzerindeki etkisi, stres oluşturabilecek kadar güçlüdür. Çevresel stres olarak belirtilen bu kavram yaşam kalitesinin bir göstergesi olup, bir adaptasyon problemini açıklamaktadır. Çevresel stresin oluşmasında etkili olan faktörler, çevresel uyarı kaynakları, organizmik faktörler ve kültürel faktörler olmak üzere üç gruba ayrılabilir. Çevresel stres oluşturan uyarı kaynakları, bio-kimyasal olgular, fiziksel olgular, psikolojik olgular ve sosyo kültürel olgular olarak nitelendirilebilir. Çevresel stresi belirleyen adaptasyon seviyesi, birey kapasitesi ve çevresel etki arasındaki ilişkiye bağlı olarak belirlenmektedir. (Ünlü, 1993) Çevresel etkinin artışı ile birey kapasitesinin artışı aynı oranda olduğu zaman adaptasyon sağlanabilmekte; aksi halde ise uyumsuz davranışlar ortaya çıkabilmektedir (Şekil 2.8).



Şekil 2.8. Çevresel Etki ile İnsan Kapasitesi Arasındaki Adaptasyon Seviyesi (Lawton ve Nahemow, 1973).

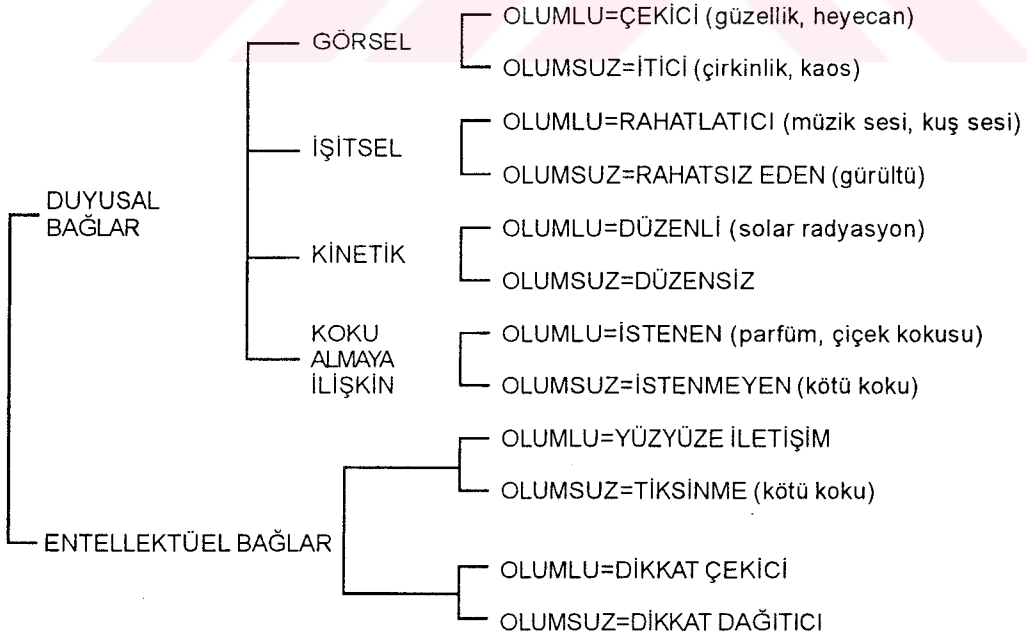
İnsan-çevre etkileşim sistemine ilişkin geliştirilen modellerin yaklaşımları farklı bakış açılarını içermekte olup, bazıları şöyle özetlenebilir:

Gibson (1966), insan hisleri ve eylemlerinin doğal-yapay ve sosyo-kültürel çevrenin faktörleri tarafından etkilendiğini, dolayısıyla sınırlandığını ifade etmektedir. Bu model, çevresel faktörlerin etkileri altında, bireyin çevredeki bilgiyi algısal süreçler aracılığıyla elde etmesi, zihinsel şemaya ve davranışa dönüştürmesi örüntüsüne dayanmaktadır. Ayrıca, zihinsel şemanın, algısal süreçler, bireyin hisleri, ihtiyaçları ve deneyimlerinin ortak etkileri sonucunda oluşumunu içermektedir. (Şekil 2.9) (Lang, 1987)



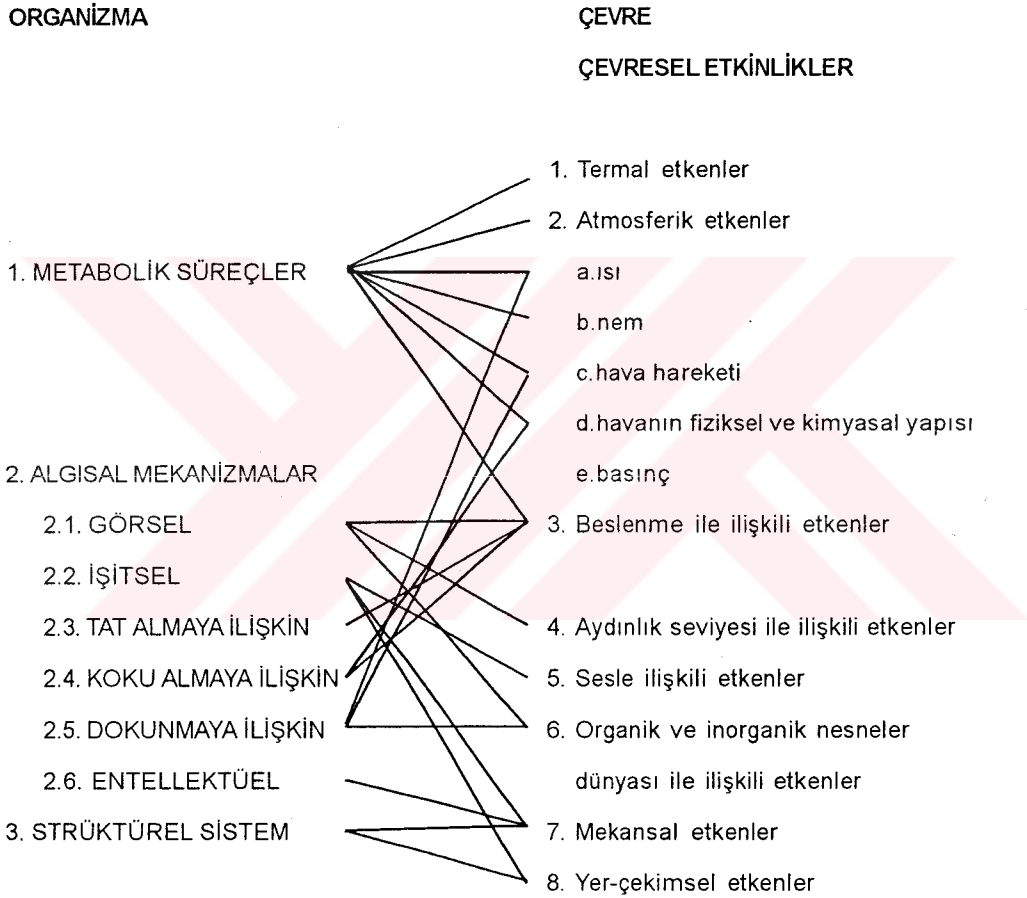
Şekil 2.9. İnsan-Çevre Etkileşiminin Temel Süreçleri (Gibson, 1966).

Banz (1970), birey ile toplumsal, doğal ve yapay çevreler arasında bulunan duyusal, entellektüel ve işlevsel bağlara değinerek bir model önermektedir. Birey ve çevresi arasındaki ilişkilerde bu bağların hepsinin aynı değerde olmadığını savunarak; yapay çevreyi biçimlendirmede duyusal ve entellektüel bağların önemini vurgulamaktadır. Duyusal ve entellektüel bağların, olumlu ve olumsuz yönleri bulunduğunu belirtmektedir. (Şekil 2.10) (Özkarakoç, 1981)



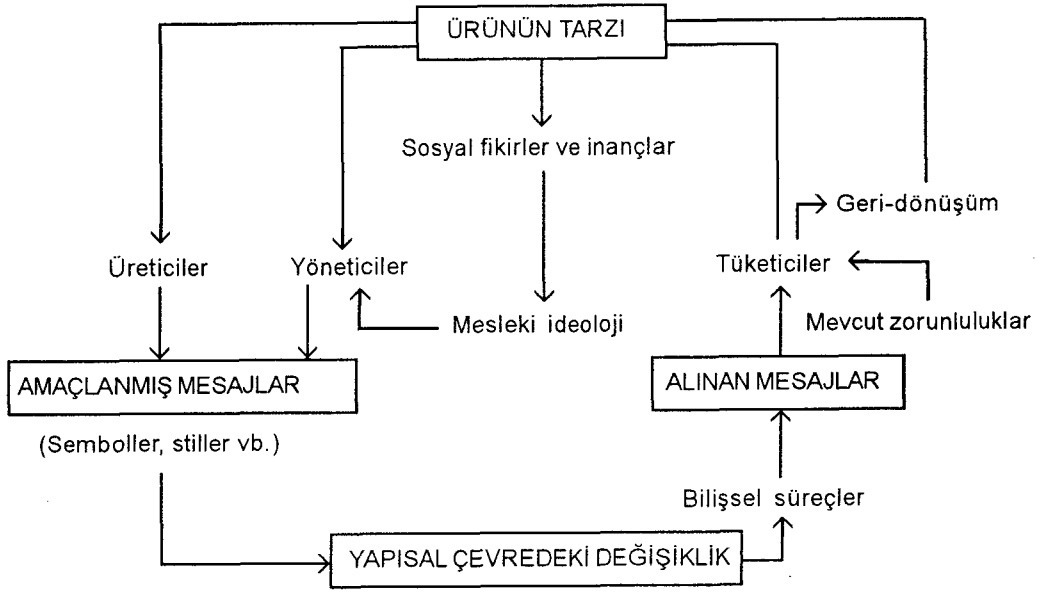
Şekil 2.10. İnsan ve Çevresi Arasındaki Algısal Bağlar (Banz, 1970)

Fitch (1970), birey ve ürünlerinin yer aldığı çevreyi fiziksel konforun sağlanmasına yönelik olarak incelemektedir. Bireyin olgusal çevreye tamamen bağımlı olduğuna değinen Fitch, bu çevreyi sekiz temel bileşene ayırmaktadır. Bunlar, termal, atmosferik, beslenme ile ilgili, ışık ile ilgili, sesle ilgili, organik ve inorganik nesnelerle ilişkili, mekansal ve yer-çekimsel etkenleri içermektedir. Bireyi ise, üç temel mekanizma olarak tanımlamaktadır. Bunlar, metabolik, algısal, strüktürel sistemlerdir. Bu kurguya dayalı olarak kurulan olgusal çevre ve insan arasındaki etkileşimlerin karmaşıklığı Şekil 2.11’de görülmektedir.



Şekil 2.11. İnsan ve Çevresi Arasındaki İlişkiler (Fitch, 1970)

Knox (1984), yapısal çevrenin, birey veya grup davranışı üzerinde engel olucu, kolaylaştırıcı, özendirici veya değiştirici etkileri olabileceğini kabul ederek; yapısal çevrenin sosyal bölünmeleri, ideolojik güçleri ve politik bölünmeleri nasıl etkileyeceğine ait bir model önermektedir (Şekil 2.12) (Lawrence, 1989).



Şekil 2.12. Sosyal Çevre ve Yapısal Çevre Arasındaki Etkileşim Sistemi (Knox, 1984).

Bireyin doğal-yapay ve sosyo-kültürel çevresiyle iletişim biçimi, hayat tarzını belirleyici bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle, çevresel niteliklerin veya iletişim biçiminin değişmesiyle, bireyin hayata bakış tarzı, yaşama biçimi, ruhsal durumu gibi önemli özellikler etkilenebilmekte ve hatta farklılaşabilmektedir.

Birey-çevre iletişimi sonucunda birey çevresini yorumlamakta; kısa-orta-uzun süreli olmak üzere zihninde bilgi birikimleri oluşturmaktadır. Bireyin, deneyimsel alt yapısını oluşturacak bilgi birikimlerinin temeli çocukluk ve gençlik yaşlarına dayanmakta olup; bu birikimler, bireyin çevreyi algılama ve değerlendirmesinde esas belirleyici faktörü oluştururlar. Bireyin eski ve yeni deneyimlerine ilaveten, bireyin o andaki ruh durumu, kişilik özellikleri, kültürü, eğitimi, mesleği, yaşı vb. faktörler kaçınılmaz olarak bireyin çevre ile iletişiminin yönünü tayin ederler.

Birey-çevre etkileşimi sonucunda, çevre bireye fiziksel gereksinimlerini karşılayan ortamlar sunduğu gibi, psikolojik gereksinimlerini karşılayan bazı özellikleri de beraberinde sunmalıdır. Bu özellikleri karşılamaya yönelik olan çevresel imaj, kimlik, anlam oluşturulması süreçlerinden bahsedilebilir.

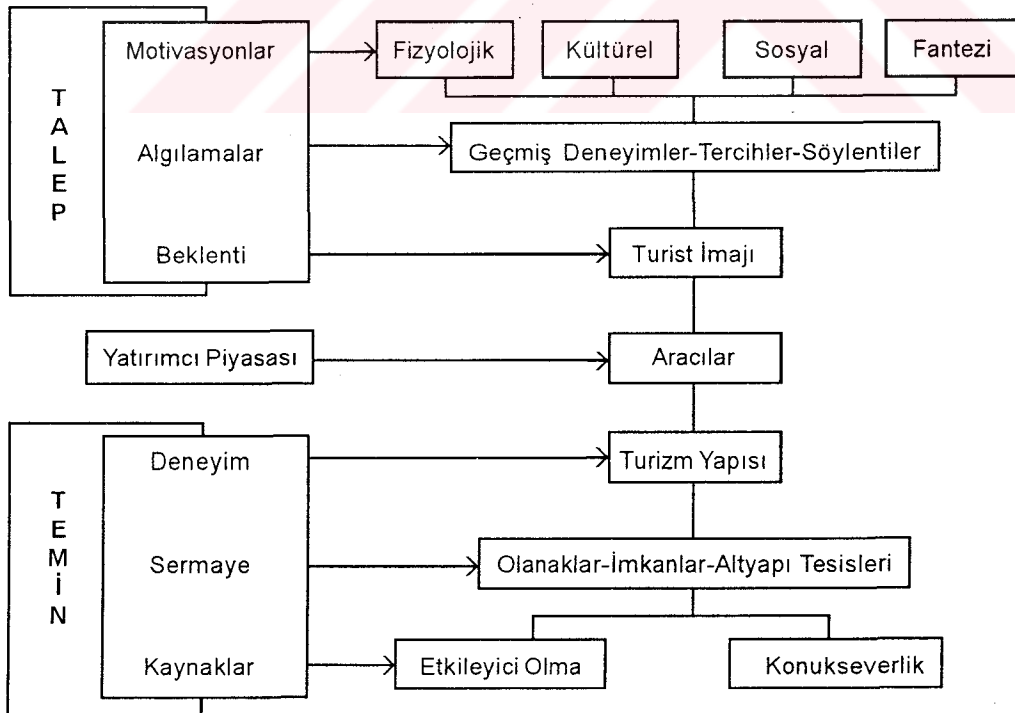
2.4. Turizm ve Çevre

Turizm binalarının özellikle doğal, tarihi, kültürel ve yöresel çevre değerlerinin yoğun olduğu yerlerde bulunması, mevcut çevre ile yeni yapılar arasındaki ilişkinin önemine ve gerekliliğine işaret etmektedir. Turizmin bireye, tatil olanakları yanı sıra çevresel değerleri de beraberinde sunan bir olgu olmasından dolayı, turizm ve çevre arasında varolan ve kurulması gereken özel ilişkilerin varlığından sözedilebilir.

Turizmi, yapı olarak incelersek, talebe dayalı ve temin edici olmak üzere iki yönünden bahsedilebilir (Şekil 2.13). Turizmin talep edici yönü, bireyi harekete geçiren motivasyonlar, tatil yöresinin seçimini etkileyen algılamalar ve turist beklentileri olarak üç grupta incelenebilir. Bireyin motivasyonu ve algıladığı seçenekler neticesinde, amacına ve beklentisine bağlı olarak zihinde belirli bir imaj oluşmaktadır. Bu imaj, bireyin geçmiş deneyimleri, kişisel tercihleri ve etrafındakilerden edindiği bilgilerin ortak sentezi olarak meydana gelmektedir (Murphy, 1985). Turizmin temin edici yönünü ise, turizm alanının doğal, sosyal ve kültürel kaynakları ile bu alana yapılan yatırımlar neticesinde oluşan turizm yapısı oluşturmaktadır (Briassoulis, 1995).

Son yıllarda turizm alanlarında oluşturulan, mevcut doğal ve yapısal çevre ile uyumsuzluk gösteren binalar veya bina grupları, sadece fiziksel çevreyi olumsuz yönde etkilemekle kalmayıp; aynı zamanda bireylerin zihinlerinde olumsuz grafik simgeler bırakmakta, görsel kirlenmeye de neden olmaktadır. Turizm alanlarında görsel kirlenmeye neden olan etkenler, üç grupta toplanabilir:

- Planlamaya ve uygulamaya ilişkin etkenler (yasal eksiklikler, denetim yetersizliği, hızlı kentleşme, işçilik ve malzeme, işlev dışı kullanımlar gibi sorunlar)
- Eğitime ilişkin etkenler (sosyo-kültürel çevrenin gelişim süreci dışında kalması gibi sorunlar)
- Ekonomik etkenler (kısa sürede hızlı yapı üretme ihtiyacı gibi sorunlar)



Şekil 2.13. Turizm Sektörünün Bileşenleri (Murphy, 1985).

1950 yılından itibaren hızla gelişen kitle turizmi ve politikasında gözlenen olumsuzluklara karşı olarak 'yeşil turizm, sorumlu turizm, pozitif turizm, alternatif turizm, yumuşak turizm' gibi kavramların tümünü içeren 'sürdürülebilir turizm kavramı' ortaya konulmuştur. Sürdürülebilir turizm tanımının ortak öğeleri, beş ana başlık altında toplanabilir (Himmetoğlu, 1995):

- Doğal ve insan yapımı kaynakların optimum biçimde uzun süreli kullanımı,
- Mekan yerleşim dokusunun korunması,
- Ekonomik ve sosyal eşitlik,
- Kalite kavramına bağlılık,
- Sosyal katılım.

Rauhe (1992), yumuşak turizmin amaçlarını, mevcut doğal ve yapısal çevrenin korunması, mevcut sosyo-kültürel çevrenin yaşam biçiminin korunarak gelişim süreci içinde bulundurulabilmesi, çevrenin taşıma kapasitesinin tam olarak saptanılması olarak özetlemektedir. Yaygın bir uygulama alanı olan kitle turizminin özellikleri, güneş-deniz ağırlıklı, eğlenceyi ön plana alan, açık alanlarda sınırlı aktivitelerin yer aldığı, yatak kapasitesini arttırmayı hedefleyen, genellikle kıyı kesiminde yeralan, doğal çevreye müdahale edebilen, mevcut bina stoğunu kullanmayan, endüstrileşmiş yöntemleri ve malzemeleri kullanan, kompleks tasarımları içeren bir anlayış olarak sıralanabilir. Kitle turizmine tepki olarak gelişen yumuşak turizmin özellikleri ise, doğaya göre planlanan, doğada yapılabilen aktivitelerin yer aldığı, kapasiteyi düşük tutmayı hedefleyen, her alanda gerçekleştirilebilen, doğal çevreyi koruyan, mevcut bina stoğunu değerlendiren, yerel malzeme ve teknikleri kullanan, sade tasarımları içeren bir anlayış olarak sıralanabilir. (İnceoğlu ve diğ., 1992)

Son yıllarda ülkemizde, kitle turizmine yönelik olarak oluşturulan turizm binalarının, mevcut çevresel öğelerle ilişkilerinde olumsuzluklar gözlenmekte; çoğu beldelerin bugün plansız gelişen büyük kentler haline dönüştüğü görülmektedir. Bugün turizmin neden olduğu olumsuzluklar, sürdürülebilir turizm politikasının izlenilmeyişinden kaynaklanmakta; ve çok yönlü etkenlerin ortak sonuçlarını sunmaktadır. Ayrıca, mevcut doğal ve yapısal çevrenin yeterince korunamaması yanında mevcut sosyo-kültürel çevrenin de korunamadığı gözlenmektedir. Ülkemizdeki uygulamalarda, turizm yörelerine ait sosyo-kültürel değerler, sadece geleneksel kıyafetlerle hizmet verilerek, geleneksel yiyecekler sunularak ve benzeri şekillerde sergilenmeye çalışılmaktadır.

3. İMAJ-KİMLİK VE ANLAMIN, BİREY-ÇEVRE ETKİLEŞİMİ BAKIMINDAN ÖNEMİ

3.1. Psikolojik Gereksinimleri Karşılayan Çevresel Nitelikler

Bireyin algıladığı çevresel kalite, bir psikolojik yapılanma olup, öznel değerlendirmeyi içermektedir. Bu tür değerlendirmeler, çevre hakkındaki birey hislerinin bir çeşit belgeleridir. Voogd (1994), çevresel kaliteyi oluşturan bileşenleri, sürdürülebilirlik, işlevsellik, sağlamlık, hoş olma, çeşitlilik, güzellik, emniyet ve canlılık olarak açıklamaktadır.

Uyumlu mimari çevrenin öğeleri ile bireyin psikolojik gereksinimleri arasında sıkı bir ilişki vardır. Bu ilişki düzenindeki görsel çevre öğeleri, pozitif-negatif öğeler, doluluk-boşluk öğeleri, ışık-gölge ve yatay-düşey fon öğelerinden; psikolojik gereksinimler ise, birlik, emniyet, düzen, değişmezlik, durağanlık, süreklilik, odaklaşma, ölçek-oran, karşıtlık, belirsizlik, sürpriz, egemenlik, hareketlilik ve parlaklık öğelerinden oluşur. (Özkarakoç, 1981)

Bell (1993), bir tasarımdaki görsel amacın, farklı düzenleri dengelemek ve doğal alanın anlamına uymak olduğuna değinerek; şu görsel tasarım ilkeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır:

- Birlik ilkesi (Tamamlayıcı birlik, bütünle ilişkisi olan karşıtlıkların amaçlı kullanımını içerir.)
- Çeşitlilik ilkesi (Çeşitliliğin, birlik ilkesi ile dengede olması gerekli olup, çok fazla çeşitlilik görsel karmaşaya sebep olabilir.)
- Doğal mekanın ruhuna ilişkin ilke (Bir yerin diğerine göre özel ve eşsiz kalitede olmasını içerir.)

Görsel nitelikli bir imaj karşılaştırması için Lynch (1960), Boston, Jersey City ve Los Angeles olmak üzere üç Amerikan şehirde araştırma yapmıştır. Araştırma neticesinde, bireyler, çevrenin anlamı, konsepti ve imaj kalitesinin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, meydanlar, yeşil alanlar, yolların hareketliliği ve görsel kontrastlar gibi belirli özelliklerin kent mekanı içerisinde önemli olduğu ifade edilmektedir. Nasar (1988b) da, görsel çevrede aranılan özellikleri tespit etmek amacıyla iki farklı kültürü temsil eden Amerikan ve Japon halkının görüşlerinden

yararlanmıştır. Bu araştırma sonucunda, görsel çevrenin yenilik, karmaşıklık, düzenli olma, doğallık, netlik, bakımlı ve dikkat çekici olma gibi özelliklerinin üzerinde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Yeniliğin oranında azalma, çeşitlilik oranında artma, binalar arasındaki kontrastlık, iyi derecede bakımlı ve düzenli olma, doğal bitki örtüsünün korunması, yönlendirici işaretlerin azalması kullanıcıların tercih ettiği çevresel kaliteleri oluşturmaktadır.

Ward ve Russell (1981), hoş, heyecan verici ve sakin olma özelliklerinin, bir çevrenin vazgeçilmez vasıfları olarak açıklamaktadır (Nasar, 1988a). Kaplan ve Kaplan (1982) da, bir çevrede bulunması istenilen özellikleri, uyum ve karmaşa, okunabilirlik ve gizemlilik gibi çelişkili kavramların birlikteliği olarak sıralamaktadır (Heath, 1988). Nasar (1988a), orta düzeydeki karmaşıklık ve yüksek düzeydeki uyumluluğun birarada bulunmasıyla hoş olma özelliğinin yüksek düzeye ulaştığını belirtmektedir.

Stefanou (1992), bireyi psikolojik olarak etkileyen çevresel özellikleri şöyle sıralamaktadır:

- imaj oluşturabilme
- okunabilirlik
- anlamlı olma
- çağrışım oluşturabilme
- özgünlük
- mevcut çevreye uyum
- çevresel öğelerin birbirleriyle uyumu
- çevrenin öğelerinin çeşitliliği

Bireyin psikolojik gereksinmelerine bağlı olarak çevreden beklentileri, bireysel farklılıklar gösteren geniş kapsamlı özelliklerden oluşmaktadır. Bu nedenle, birey veya grubu optimum düzeyde tatmin eden bir çevre oluşturulması amaçlanabilir. Çevre, duygusal açıdan bireyi tatmin edebilmeli; yani birey üzerinde güzel duygular uyandırabilmeli, huzur ve güven vermelidir. Bunların yanı sıra, çevre bireyi kendisi hakkında düşündürebilmeli, etkileyebilmelidir.

3.2. Çevresel İmaj

Çevresel imajlar, gözlemci ve çevresi arasındaki iki yönlü sürecin ürünüdür. Çevre, belirgin özellikleri ve ilişkileri sunar; gözlemci ise, amaçları doğrultusunda bu bilgileri seçer, sınıflandırır ve etkili olanları hafızasına yerleştirir. İmajlar, çevresel niteliklerin gruplandırılması ve belirli kurallara göre biraraya getirilmesiyle mevcut gerçekliğin zihinsel temsilcilerini oluştururlar.

Brewer ve Treyens (1981), zihinsel şemanın hafızada oluşum sürecini beş aşamalı olarak tanımlamaktadır (Pipkin, 1988):

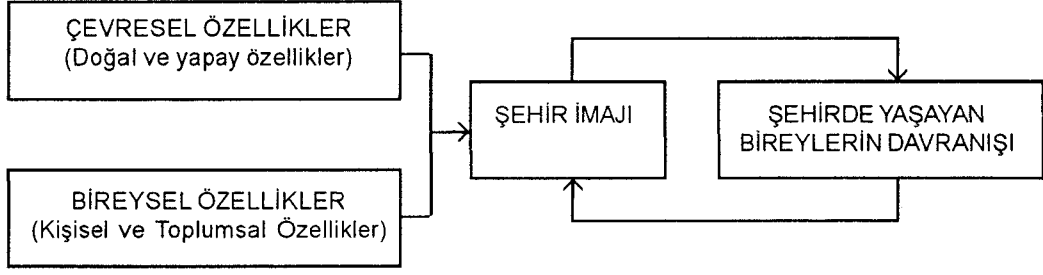
- Saptanan bilginin kodlanması,
- Yeni bilginin çerçevesini oluşturma,
- Farklı kaynaklara ait bilgiler ile bütünleştirme,
- Mevcut bilginin düzenleme ön sürecinden geçmesi,
- Mekanı sözlü olarak açıklayan bilgiyi oluşturma.

Lynch (1960), çevresel imajı, fiziksel dış dünyanın insan zihninde yeralan, genelleştirilmiş resmi olarak tanımlamaktadır. Rapoport (1977) da, çevresel imajı, bireylerin deneyimlerine dayalı olarak çevreyi algılamaları neticesinde, nesnelerin zihinde biçimlenerek şemaya dönüşmesi süreci olarak açıklamaktadır. Baud-Bovy ve Lawson (1977), imajı, bütün hedef bilgilerin, etkilerin, ön yargıların, hayal güçlerinin ve duyuşsal düşüncenin ortak bir ifadesi olarak tanımlamaktadır. Aydınli (1993) ise, çevresel imajı, bireyin çevresiyle tarihsel, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel ilişkileri neticesinde amaçlı olarak seçtiği ve kalıcı etki yaratan biçimsel özelliklerin bilişsel ve duyuşsal alanda bir bütün oluşturduğu bir zihinsel şema olarak tanımlamaktadır.

Yürekli (1977), çevresel imajın, bitmiş ve tamamlanmış bir şey olmayıp çelişkiler ve eksiklikler gösterdiğine değinerek, gerçek çevre ile çevre imajı arasında birebir ilişki olmadığını belirtmektedir. Zihinde geliştirilen imaj, uzaklıklar, açılar vb. gibi değişmez bir ilişki modeli yerine; yakınlık, ayrılık, kapalılık ve süreklilik gibi topolojik ilişkilere dayanmaktadır. Bu nedenle zihinsel imajda şekil ve ölçüler saptırılmış, mekansal ilişkiler değiştirilmiş, uzaklıklar farklılaşmış, bazı alanlarda ayrıntılar azaltılmış, bazılarında artırılmıştır. Bunlara rağmen, çevre imajında güçlü bir topolojik değişmezlik vardır. Arnheim (1969), imajın, resimler, semboller veya işaretler olarak bulunabileceğini belirterek, bunları imajın fonksiyonları olarak kabul etmektedir.

Lynch (1960), çevresel imajı, strüktür, kimlik ve anlam olmak üzere üç bileşene ayırmaktadır. İşlevsel bir imajın, diğerlerinden farklılığının ifadesi olarak bir objenin kimliğine gereksinim duyduğuna; bu objenin gözleyen ve diğer objelerle arasında mekansal ve örgüsel ilişkisi olduğuna; ayrıca bu objenin gözleyen için duygu ve düşünce bakımından anlam ifade etmesi gerektiğine değinmektedir.

Krupat (1985), bireyin bulunduğu çevre içindeki davranışları ve tepkilerinin, geliştirdiği çevre imajını yansıtmakta olduğunu; ve bireyin bu imaj ile çevreden edindiği bilgileri yorumlayarak eylemlerini düzenlediğini belirtmektedir (Şekil 3.1).



Şekil 3.1. İmajların, Birey Davranışı İle İlişkisi (Krupat, 1985)

Çevrenin okunabilirlik derecesinin, bireyin çevreye ilâştireceğı imajı etkileyebilmesinden ötürü; çevrenin okunabilirliğı, çevresel imaj ile bağlantılı bir çevresel özelliktir. Okunabilir bir çevre, şekil, renk vb. aracılığıyla oluşturulan kimlik, etkin strüktür, çevrenin tanımlayıcı zihinsel imajları gibi tarif edici düzenlemelerden meydana gelmektedir. (Shulz, 1980) Okunabilir çevre, bireyin çevreyi kolay ve doğru algılamasına yardımcı olur; çevre içerisinde, yönünü bulabilmede rahatlık hissettirerek, bireyde güven duygusu yaratmaktadır.

Harrison ve Howard (1972), okunabilir ve bireyi düşünceye sevkeden binalarda olması gereken üç özelliğe değinmektedir (Krupat, 1985):

- Binanın fiziksel görünümüyle ilgili özellikler (stil, renk vb. görsel özellikler),
- Binanın konumuna ilişkin özellikler (referans noktası veya merkezi bir noktaya yakın oluşu gibi)
- Binanın sembolik öğeler sunması (kültürel birlikteliğı ifade eden semboller vb.)

İmajların nitelikleri şöyle sıralanabilir:

- İmajlar, bireyin dış dünya ile düzenli bir ilişki kurmasına yardımcı olur.
- İmajlar, bir nesnenin özel bir şekli olup, soyut ve somut uyarıcı bilgilerden oluşan zihinsel şemalardır.
- İmajlar, bireylerin duygu ve tecrübelerine dayalı olarak şekillenir.
- İmajlar, fikirleri, değerleri, inançları, ideal düşünceleri ortaya koymanın etkin bir tarzıdır.
- İmajlar, bireyin çevreyi tanımasına ve dolayısıyla güven hissinin oluşumuna yardımcı olur.
- İmajlar, bireyin çevresine karşı olan tepki ve davranışlarını etkiler.

3.3. Çevresel Kimlik

Çağdaş psikoloji kuramcıları, kimliğin birey veya topluma özgü çok özel bir durum olmasının yanısıra; varlığın özünden çok diğerleriyle etkileşiminden doğan, diğerleriyle kıyaslanarak tarif edilebilen bir durum olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, kimliği oluşturan karakteristiklerin, soyut veya öze ait olsalar bile mutlaka algılanabilir biçimsel özelliklere tekabül ettiği belirtilmektedir (Balamir, 1993).

Massey (1994) de, mekanın kimliğinin, mekana ait özelliklerden çıkartılamayacağını; kullanıcı ile mekan arasındaki iletişimin neticesinde ortaya çıkan özel bir durumun ifadesi olduğunu açıklamaktadır. Abel (1997) ise, mekanın kimliğinin oluşturulmasında etkileyici olabilme özelliği üzerinde durulması gerekliliğini, bunun da sınırsız sayıda fikirleri sunabilen biçimsel ifadeye dayanarak yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, Correa (1983), kimliğin bir süreç olduğuna değinerek, kimliğin üretilmeyeceğine ve amaçlı yapılan bir şey olamayacağına değinmektedir.

Kimlik, bir varoluş tarzının ürünüdür. Bir kimliğin oluşumu, belli koşulların sürekliliği neticesinde gerçekleşmektedir. Bu koşullardan bazıları şunlardır (Gürsel 1993):

- Kültürel miras veya gelenekler,
- Toplumun gereksinimlerinin nitelik ve karakteri,
- Coğrafya, topoğrafya, iklim, doğa ve doğanın engebelerinden meydana gelen faktörler,
- Ulusun ürettiği teknoloji,
- Değişen şartlara uyabilme yeteneği.

Rapoport (1981), özel ve halk kimliği olmak üzere kimliği iki belirgin tipe ayırmaktadır. Özel kimlik, bireyin veya bireyin ait olduğu grubun kimliğinin ortaya konulması; halk kimliği ise, bireyin diğer bireylerle arasındaki farkın belirlenmesi olarak açıklanabilir. (Yanar, 1993)

Kentsel kimlik, bir kentin veya çevrenin doğal, yapay elemanları ve sosyo-kültürel özellikleriyle tanımlanır. Bu özelliklerin içinden belirgin, etkileyici olabilenleri kentin kimliğini oluşturmaktadır. Kent kimliğini oluşturan özelliklerden bazıları şöyle sıralanabilir (Hacıhasanoğlu ve Hacıhasanoğlu, 1995):

- | | |
|-----------------------|---|
| - Coğrafi özellikler | (Örnek: İstanbul boğazı ile, Venedik kanalları ile kimlik kazanmıştır.) |
| - İklimsel özellikler | (Örnek: Akdeniz Bölgesi ılıman iklimiyle kimlik kazanmıştır.) |

- Anıt yapıları (Örnek: İstanbul camileri, Paris Eyfel Kulesi, Moskova Kremlin Sarayı ile anılır.)
- Kent meydanları veya sokakları (Örnek: Venedik S.Marco Meydanı, Londra Hypark ile tanınır.)
- Folklorik veya sosyo-kültürel özellikler (Örnek: Viyana valsleri, Rio karnavalı ile ünlüdür.)

Kentlerin genel karakteri, bulunduğu doğal çevrenin belirgin özellikleri ile, çağlar boyunca onun üzerindeki yapılanmaların, peyzaj düzenlemelerinin mimari ve tarihsel özelliklerinin birikimi sonucu belirlenir. Tarih, mimarlık ve kentleşme kültürünün dinamizmi, İstanbul, Venedik, Roma, Siena, San Francisco, Paris gibi kentleri ölümsüz kılar. Geçmişte atılan doğru kentleşme tohumları kentleri tarihe maletmiş ve kişiliklerini oluşturmuştur (Karaman, 1989). Yeni kentleşme olguları ise, bu tarihsel oluşumlara, çizgilere, kitlelere, doğal veriler, silüet verileri ve algılama ilkeleri ışığında yaklaştığı zaman uyum sağlayabilir.

Çevresel kimlik, çevreyi algılama ve anlamlandırmayla ilgili geniş bir kapsama sahip olmakla birlikte, günümüzde kimlik, ya soylu bir geçmiş, ya da iddialı bir geleceği yansıtan imajlarda aranılmaktadır. Bir anlamda, içinde yaşanan günün özgül koşulları ile mücadele edilmeyerek, geçmişle geleceğin ilişkisinin kurulmasına, tarihselci bir çizgide ilerleyerek çözüm aranılmaktadır. Bu yaklaşımdaki problemin özünü, kültürel sürekliliğin kesintiye uğraması oluşturmaktadır.

Ülkemizde kimlik konusu, daha çok iki eksenle gündeme gelmiştir. Birincisinde, mimari ürünün kültürel kaynağına dayanarak doğulu-batılı, ulusal-evrensel, geleneksel-çağdaş gibi farklılıklar içeren bir üslup tartışması olarak ele alınmaktadır. İkincisinde ise, mimari ürünü diğerlerinden farklı kılacak olan dil arayışlarının türünü ve sonuçta varılan öznelliğin, çeşitliliğin sınırları araştırılmaktadır. (Balamir, 1993)

Bir yörenin veya kentin kimliğinin belirlenmesinde, yörenin doğal özelliklerine ait veriler; planlama karar ve uygulamaları gibi kanun koyucu düzenlemeler; yapısal çevrenin mimari üslubu, dili gibi mimari özellikler; toplumun sosyo-kültürel değerleri olarak sayılabilecek faktörlerden bir veya birkaçı etkin rol oynamaktadır. (Hacıhasanoğlu ve Hacıhasanoğlu, 1995) Zaman içerisinde, kimlik oluşumunu etkileyen faktörlerin bir veya birkaçının değişimine paralel olarak, kentin mevcut kimliğinin de bir miktar değişime uğraması doğaldır. Ancak, değişimin miktarı, yörenin veya kentin genel karakterini zedelemeye başladığında bazı sorunlardan sözedilebilir. Geçmişe ait değerlerin günümüze kadar taşınması, korunması ve canlı tutulması, ülkelerin ve toplumların kültürel geleneğine verdiği önemi yansıtmakla beraber; çevresel kimlik oluşumu-kültürel geleneklerin sürekliliği arasındaki ilişki nedeniyle de çevresel kimliğin de korunması söz konusudur.

3.4. Çevresel Anlam

Doğal ve yapısal çevreler, duygusal olarak hissedilebilir olmaları yanısıra, bireylerin duygusal olarak etkilenebilecekleri özellikleri de bünyelerinde taşımakta, bazı sözsüz mesajlar veya anlamlar sunmaktadır.

Moles (1966), bir nesnede mevcut olabilecek bilgiyi estetik ve anlamsal olmak üzere ikiye ayırmaktadır (Weber, 1995):

- Estetik bilgi: Duyguları ve gizli hisleri ortaya çıkaran dönüştürülemeyen bilgi,
- Anlamsal bilgi: İşaretler aracılığıyla yorumlanabilen, temsili sunuşları içeren bilgi.

Colquhoun (1990), 'biçim, figür ve tipin' anlam yükleme işlevi üzerinde durarak şöyle açıklamaktadır:

- Biçim, doğal bir anlamı olan veya kabullerden ve çağrışımlardan arınmış; kendisinden başka hiçbir anlamı olmayan soyut bir görünüştür.
- Figür, kabuller ve çağrışımlarla beslenen; ancak kültürel bağlamda anlam kazanan bir görünüştür.
- Tip, tek binaların sonsuz değişken biçimlerinin altında yatan değişmez biçimler olarak görülebilir veya parçalı bir biçimde ulaşan tarihsel kalıntılar olarak görülebilir.

Lawrence (1987), bir binanın hissedilebilen ve ölçülebilen olarak ekonomik, değişim, estetik, kullanım değerlerinden; iletişimsel olarak duygusal ve sembolik değerlerinden bahsetmektedir (Lawrence, 1989). Laswell (1979), güçlü bir eserin korku stratejisi (görkemini göstererek) veya hayranlık stratejisi (ilgileri kendinde toplayarak) olmak üzere iki yöntemle bildiri sunduğunu belirtmektedir (Knox, 1982).

Richardson (1980), nesnelerin anlamlarını, bireysel hisleri içermenin ötesinde, bireylerin ona gösterdikleri tepkinin bir yorumu olarak nitelendirmektedir. Bonta ve Blau (1980) de, nesnelerin, biçime ve anlama ilişkin olmak üzere iki farklı yönüne değinerek; anlamın, biçimin bir soyutlaması olduğunu; biçimin özelliklerden, anlamın ise değerlerden oluştuğunu ifade etmektedir. Panofsky (1955), nesnenin sunduğu doğal ve olgusal anlamlar ile bireyin deneyimlerine dayalı olarak nesneye yüklediği anlam olmak üzere, nesnenin farklı anlamlar taşıdığını belirtmektedir (Gür, 1997).

Rapoport (1982), bireylerin çevrelerini bilişsel şemalarına dayalı olarak anlamlandırdığı ve ortamın anlamının bireyin davranışını yönlendirdiğini belirtmektedir. Weber (1995), anlamın, biçimin ötesinde birşeylere dayandığını, nesnenin veya mekanın konseptinde yer aldığını belirterek; biçimin anlamla ve anlamın da belirli ifadelerle sınırlandırılmayacağını açıklamaktadır.

Gibson (1950), anlamı, somut, kullanım, alet ve makine, değer ve duygusal, işaret, sembol anlamları olmak üzere altı aşamaya ayırmaktadır (Lang, 1987). Hersberger (1974) de, anlamın bireyin duygusal olarak etkilendiği özelliklerden oluştuğuna değinerek; anlamı, temsili, tepkisel, duygusal, yararsal ve yargısal anlam olmak üzere beş aşamalı olarak ele almaktadır (Lang, 1987).

Rapoport (1982) ise, anlamı üç düzeyde incelenmektedir:

- Yüksek düzeydeki anlam: Kozmoloji, kültürel kalıplar, dünya görüşü, felsefi sistemler ve kutsal olgularla ilgilidir.
- Orta düzeydeki anlam: İnsan eylemleri ve davranışlarında etkili olan kimlik, statü, refah düzeyi gibi olgularla ilişkilidir.
- Düşük düzeydeki anlam: Günlük yaşamın her seviyesinde yaygın bir şekilde varolan yüzeysel anlamları içerir.

Antik dönemde ortaya çıkan açık/örtük anlam ayrımı, açık-düzanlam-asıl anlam / örtük-yananlam-çağrışımsal anlam gibi benzer kavramlarla günümüzde de devam etmektedir. Düzanlam, belli bir kültür çevresi içinde tüm toplumun üzerinde anlaşma sağladığı ve gündelik iletişimde bir göstergeyi görünce derhal akla gelen ilk anlamdır. Yananlam ise, düzanlamın yanında varlığını sürdüren ve daha soyut bir nitelikte olan diğer bir anlam türüdür. (Akın, 1990)

Turan (1980), bireyin çevre içindeki davranışını ve çevreye ilişkin yorumunu içeren süreç içerisinde, amaçlanmış anlam ve yüklenmiş anlam olmak üzere iki tür anlamın yer aldığını ifade etmektedir. Amaçlanmış anlam, bir amacı gerçekleştirmek için, çevre koşullarının doğrudan değerlendirilmesi ve bu etkinlik sonucu üretilen nesneye kişinin anlam vermesidir. Üretilen nesnede, önceden amaçlanmış bir anlam yatmaktadır; ve bu anlam, kişinin kendi yorumunu içermektedir. Yüklenmiş anlam ise, amaçlanmış anlamı kapsamakta; buradaki fark, nesneyi kullanan kişinin dışında başka birinin bir anlam vermesidir.

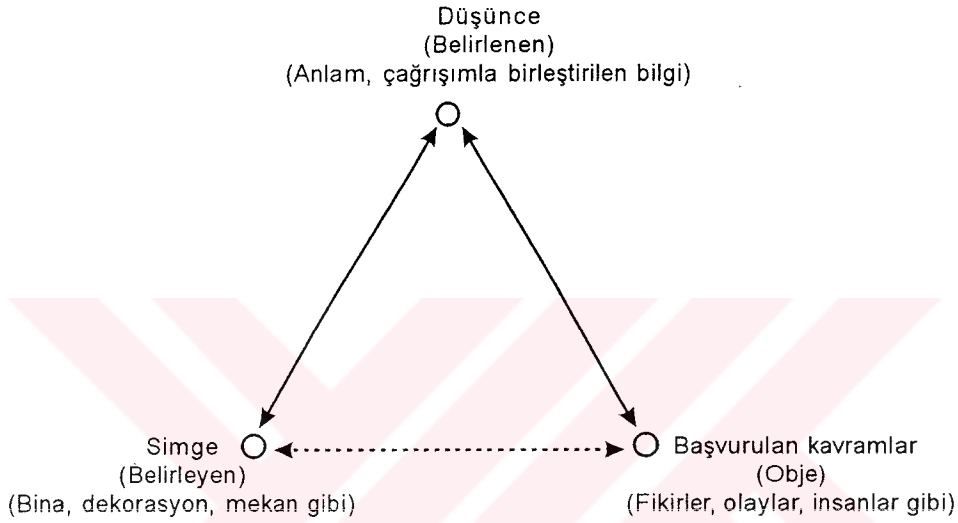
Rapoport (1982), anlam konusundaki çalışmaları üç temel prensibe dayandırmaktadır:

- Dilbilimin kurallarına dayandırılan semiyotik modellerin kullanıldığı yaklaşımlar,
- Sembollerini incelemeye yönelik yaklaşımlar,
- Sözsüz iletişime dayalı olarak geliştirilen yaklaşımlar.

Krampen (1989) ise, anlam konusundaki yaklaşımları semiyotik ve çevresel psikoloji olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Semiyotik yaklaşımda, anlam, işaretlerin özelliğinden kaynaklanmakta olup bireyin yorumuna dayanmaktadır. Çevresel psikolojide, anlam,

esas olarak çevre ve birey davranışı ilişkisine, yani etki ve tepkinin ortak sürecinin ürünü olarak değerlendirilmektedir.

Lang (1988), semiyotik yaklaşımı, simge, düşünce ve başvurulanan kavramların birbirleriyle ilişkilerini gösteren semiyotik üçgenle ifade etmektedir. Bu modelde, yapısal çevre belirleyen; belirlenen ise, yapısal kurgu ile birleştirilen anlamlar ve düşüncelerdir; ve bunlar, çoğu zaman başvurulanan kavramlar farklı olduğundan, bir birey veya gruptan diğerine farklılık göstermektedir. (Şekil 3.2)



Şekil 3.2. Semiyotik Üçgen Modeli (Lang, 1988)

Hjelmslev'e ait semiyotik modelde ise, işaret edilen / işaret edene benzer bir biçimde, içerik / ifade olarak işaretler iki düzeye bölünmektedir. Ayrıca, bu iki düzlem, biçim ve öz olarak iki alt bölünmeyi gerektirmektedir. (Şekil 3.3) (Jencks, 1980)



Şekil 3.3. Hjelmslev'in Bölünme Modeli (Jencks, 1980)

Morris (1938) semiyotik anlamı üç gruba ayırarak incelemektedir (Lawrence, 1989):

- Semantik (dizimsel) anlam: Elemanların biraraya gelişleri ve oluşturduğu yerleşim düzeninin sunduğu anlam,
- Sentaktik anlam : Elemanların temsil ettiği fikir veya tutuma bağlı olarak ilişkilendirilen anlam,

- Pragmatik (yararsal) anlam : Elemanın temsil ettiği sembol ile kullanıcısı arasındaki ilişkiye bağlı olarak oluşan anlam.

Schulz (1965), sembolizm yaklaşımını, yapısal benzerlikler kurarak, farklı bir nesneye veya ortama ait durumun temsil edilmesi olarak açıklamaktadır. Rapoport (1982), sözsüz iletişime dayalı yaklaşım üzerinde yoğunlaşarak; sözsüz iletişimin iki farklı şekilde kullanıldığına değinmiştir. Birincisini, metafor veya anoloji; ikincisini sözsüz tavrın düşünceye sevkeden yanı ile ilgili olarak açıklamaktadır.

Berggren, metaforu, yapısal, dokusal ve resimsel metafor olmak üzere üç gruba ayırmaktadır. Yapısal metafor, anoloji ile oluşturulan strüktürün soyut ilişkisini içermektedir. Dokusal metafor, kavramlar arasındaki benzerlik ve uyumsuzluğun duygusal sezgi ile belirlenmesini içermekte; genellikle kelimelere gönderme yapan imajların dolaylı birlikteliğini gerekli kılmaktadır. Resimsel metafor, farklı görsel imajlar arasındaki dolaysız iletişimi içermekte; hem duygusal hem somut bileşenlerin karşılaştırılması söz konusudur (Abel, 1997).

Bireyin çevreyi anlamlandırmasında, bireysel deneyim, kişilik özellikleri, bireyin duygusal yapısı ve ortamda bulunma amacı vb. gibi özellikler etkili olmakta; çevre; sahip olduğu veya tasarımcının yüklediği anlamdan daha farklı yorumlanabilmektedir. Tasarımcı ve kullanıcının anlamlarının belli bir ölçüye kadar farklılaşması kabul edilebilir. İdeal durum, duygular üretebilen bir yapısal çevrenin oluşturulması ve bu çevrenin kullanıcılar tarafından anlaşılabilmesidir. Bireyin çevreyle kurabileceği duygusal bağ, yalnızca estetik kaygı ön plana alınarak oluşturulamaz.

Hugh Casson'un (1969), "tasarımcının en iyi şekilde elinden çıkan bir eserin, eğer kullanıcısıyla yeterince iletişim kuramıyorsa, güzel bir abide olabileceğini; fakat asla ziyaretçi akınına uğrayan bir mekan olamayacağını" (Mahnke, 1996) ifade eden sözü, olması gereken tasarımcı-kullanıcı iletişimini vurgulamaktadır.

Birey için çevrenin bir anlam taşıması, her zaman doğal ve yapay özellikleri gerekli kılmayabilir. "Sen gelinceye kadar, tarla, orman, bahçe hepsi yalnızca boşluğu ifade ediyordu; sen gelince ise, onların hepsi mekana dönüştü" (Schulz, 1988) diyen Goethe, sevgi ve dostluğun mekanı anlamlı kılabilmesine değinmektedir.

3.5. İmaj-Kimlik-Anlam İlişkisi

Çevresel imaj, kimlik ve anlam kavramları, birbirleriyle yakın ilişkili ve benzer özelliklere sahip olmakla beraber, bazı özel hususları ile birbirinden ayırtedilebilir.

İmaj, gerçek çevrenin kişisel yoruma dayalı olarak zihinde şema haline dönüşmesi sürecidir. Kimlik de, birey-çevre iletişimi neticesinde, çevrenin özgün ve belirgin

karakterini oluşturan niteliklerin farkında olunması ile belirlenir. Kimliği, belirleyen birey; oluşturan ise çevresel özelliklerdir. Anlam ise, çevrenin sunduğu sözsüz mesajları, bireyin duygusal algısıyla kavraması neticesinde belirlenen etkileyici özelliklerden oluşmaktadır.

Çevrenin kimliği, toplumun farkına vardığı çevresel değerlerden oluşur. Çevrenin imaj ve anlamı ise, bireyin çevreyi değerlendirmesine bağlı olarak belirlenir.

3.6. Turizm Binalarında İmaj-Kimlik ve Anlam Oluşturma Biçimleri

3.6.1. Türkiye'deki Turizm Binalarının Tasarımında Kullanılan Mimari Yaklaşımlar

Turizm binalarının özellikle doğal, kültürel ve tarihi çevre değerlerinin yoğun olduğu yörelerde yer alması; mevcut çevre ile yeni yapılanlar arasında kurulacak optimum ilişkiyi öncelikle gerekli kılmaktadır. Ayrıca, bireyin psikolojik gereksinimlerine cevap verebilecek olan çevresel imaj-kimlik-anlam oluşturulabilmesi de önemle üzerinde durulması gereken bir sorundur. Son yıllarda ülkemizde yapılan turizm binalarının tasarlama sürecinde bu amaçların çözümüne yönelik olarak çeşitli stil, biçim ve arayışlar üzerinde durulmaktadır.

Atasoy ve Ulusu-Uraz (1991), son yıllarda ülkemizde yapılan turizm binalarında yöresel, Osmanlı veya Türk imajları ile bağlantılı olarak özgün ve tercih edilen bir atmosfere ulaşma amacından bahsederek, turizm mimarlığının yarattığı tutumları üç gruba ayırmaktadır:

- Yüzeysel süslemenin kullanımı,
- Yalnızca sembolik elemanların kullanımı,
- Mimari elemanların özel biçimlerinin kullanımı.

Şener (1989), ülkemizde yeni tasarlanan turizm amaçlı mimari çevrelerde verilen yöresel referansların niteliklerini iki ana grup altında ele almaktadır:

- Kurumsal ilkelerin (kuralların) gereği verilen yöresel referanslar,
- Kurumsal ilkeli (kurallı) olmadan bilinçli olarak verilen yöresel referanslar.

Ayrıca Şener (1989), kurumsal ilkeli olmayan ve ağırlığı tasarlayıcıların yorumuna bağlı olan referansları üç gruba ayırmaktadır:

- Turizmden gelen talebe bağlı olarak verilen ve özünde korunmuş yöresel çevre değerlerine gösterilen ilginin etkili olduğu referanslar,
- Mimari akımların etkisi ve tasarlayıcıların yorumuyla verilen referanslar (rasyonalizm, postmodernizm vb. gibi).

- Kullanıcı ihtiyaçlarının, yöre koşullarına uygun biçimde ve geçerliliği denenmiş unsurlarla karşılanması isteğinden ve iklimsel özelliklerden kaynaklanan referanslar.

Baytin (1994), yeni yapı tasarımında kullanılan mimari yaklaşımları üç ana başlık altında değerlendirmektedir:

- Üsluba bağlı yaklaşımlar: Kuramsal olmayan yöreselci tarz ile kuramsal mimari üslupları içeren bu yaklaşım, yeni yöreselcilik ve tarihselcilik olmak üzere iki kısımda incelenmektedir.
- Bağlamcı yaklaşımlar: Yeni tasarımların mevcut çevre ile uyumunu ön plana alan bir yaklaşım tarzı olup; bağlamcılık, mekancılık ve ekolojik yaklaşım olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır.
- Kuralcı yaklaşımlar: Mevcut çevrelerdeki yeni bina tasarımları üzerinde sınırlayıcı ve belirleyici etkileri olan imar kuralları, koruma kurul kararları ile tasarım uzmanları tarafından ortaya konan yapılanma koşullarını içeren yaklaşımlardır.

Ülkemizin Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm binalarının planlama-tasarlama sürecindeki çeşitli stil, biçim ve arayışları üzerinde yapılan incelemede, bu yaklaşımlar üç grup altında değerlendirilebilir:

- A. Yöresel mimariden esinlenen yaklaşımlar
- B. Tarihi ve kültürel dönemlerden esinlenen yaklaşımlar
- C. Yeni arayışlardan esinlenen yaklaşımlar (modern, dekonstrüktivist mimari vb. gibi)

Yukarıda değinilen tüm stiller, belirli tasarım süreçleri ile çeşitlenmekte ve zenginleşmektedir. Broadbent (1973), mimari formun oluşumunda kullanılan tipolojik (ikonik), pragmatik, analogik, kanonik olmak üzere dört tip tasarlama yönteminin olduğuna değinmektedir. Tipolojik tasarlama, iklimsel, kültürel ve toplumsal etkenlerle oluşturulmuş geleneksel veya yöresel çevreler, tasarımcının biçimlendirme etkinliğini yönlendiren imaj kaynağını oluşturmaktadır. Pragmatik tasarlama, mevcut malzemeyi kullanarak deneme-yanılma yoluyla en gelişmiş sonuç biçime ulaşan, bu bakımdan neden ile sonuç arasındaki ilişkiyi esas alan bir biçimlendirme yöntemidir. Analogik tasarlama, benzetme süreçleri aracılığıyla mimari biçimlerin oluşturulduğu bir yaklaşımdır. Kanonik tasarlama ise, belirli izgara, ölçü ve oranlar yoluyla mimari biçimlerin oluşturulduğu bir yaklaşımdır.

Smith (1974), Coyne ve diğ. (1990), tipolojik, pragmatik, analogik ve kanonik yaklaşımların yanısıra tasarımcının etkinliğini daha çok düşünce ve süreç bazına dayandıran ve biçimin düşünülmesindeki yöntem farklılıklarına dayanan bir diğer grup yaklaşımı önermekte; rutin (durgun), yenilikçi ve yaratıcı tasarım olmak üzere üç gruba ayırmaktadır. Rutin tasarım, mimari problemlerin mevcut biçimlerle

    lmeye çalışıldığı, bireysel yaratıcılığın olmadığı bir yöntemdir. Yenilikçi tasarımıda, bir tipin yeniden üretilmesinden çok, değiştirilmesi, uyarlanması yoluyla yeni biçimler elde edilmektedir. Yaratıcı tasarımıda ise, yeni ögeler ve yeni ilişkilerle tamamen yeni bir prototip yaratılmakta olup; daha çok yaratıcılık ön plandadır. (Ulus-Uraz, 1993)

Turuthan (1987), biçimin oluşturulmasına yönelik yöntemleri, aktarma, sıralama ve dönüştürme olmak üzere üç gruba ayırmaktadır. Aktarma yönteminde, yeni bir biçimi oluştururken, bilinen biçimlerin ögelerinden, bu ögeler arası ilişkiler,     ler ve oranlardan çeşitli şekillerde yararlanılmaktadır. Sıralama yönteminde, mevcut bir biçimin aynen aktarılmasıyla başlayan tasarlama faaliyeti, daha sonra bu biçimin problemi çözecek şekilde değiştirilmesi veya yeniden düzenlenmesi olarak ortaya konulmaktadır. Dönüştürme yönteminde, henüz yaşanmamış yeni bir durumu tasavvur ve ifade etmek amacıyla yeni düzenlerin yaratılması sözkonusudur.

Biçimin oluşturulmasına ilişkin olarak belirlenen aktarma, sıralama, dönüştürme süreçleri; referans ögelerinin aynen veya değiştirilerek kullanıldığı süreçler ile yoruma dayalı süreçler olmak üzere diğer bir başlık altında gruplandırılabilir.

3.6.2. Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki Turizm Binalarının Mimari  slublarına Göre  rnekler Eşliğinde İncelenmesi

A. Yöresel Mimariden Esinlenen Yaklaşımlar

A.1. Milta Tatil Köyü / Kemer-Antalya

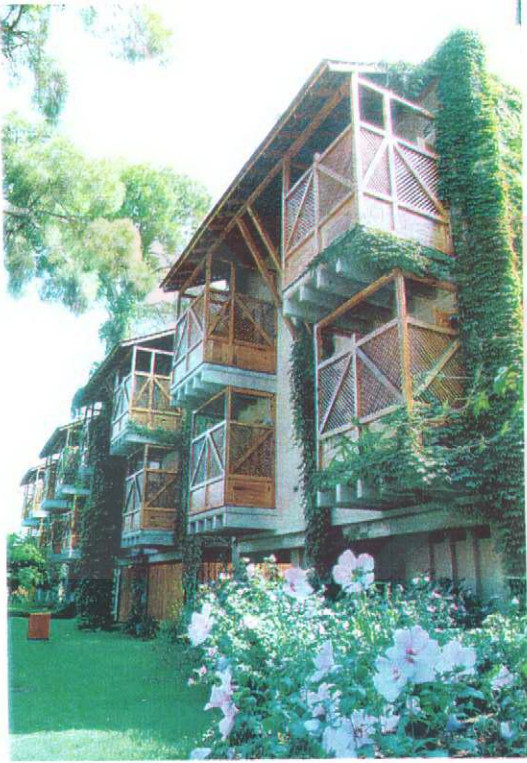
Milta Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, işlevlerin yansıtıldığı formların yöresel elemanlarla donatılması şeklinde bir ilke izlenmiştir. Bu amaçla, kafesler, cumbalar, yalnızca gölge saçağı olarak düşünülen çatılar, duvarlarda oluşturulan kademelerin üzerine örtülen kiremit benzeri renkli beton elemanlar kullanılmıştır. (şekil 3.4) (Yapı, 1987) Bu tasarımıda, yöresel referans ögelerinin aynen ya da değiştirilerek kullanıldığı gözlenmektedir.



şekil 3.4. Milta Tatil Köyü'nden Genel Görünüş (Yapı, 1987).

A.2. Çamyuva Tatil Köyü / Kemer-Antalya

Çamyuva Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, işlevsel çözümlemenin yanısıra kültürel kimlik arayışıyla mekansal nitelik oluşturmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, Anadolu ve yakın çevrenin toplumsal kültür belleğini hareket noktası alan bir tasarım prensibi içerisinde, kimlik arayışı ile özgün bir mekan oluşturmaya çalışılmıştır. Tasarımda, geçmişten alıntılar, çoğulcu mekansal öğeler, yeni bir bağlam içerisinde; ancak bir ironi dozuyla ve bütünleştirilerek kullanılmıştır. (Şekil 3.5-3.6) (Çavdar, 1989) Bu yapıların, yöresel ve tarihi çevrenin referans öğelerinin değiştirilerek kullanımı ile yorumu şeklinde bir tarzda tasarlandığı gözlenmektedir.



Şekil 3.6. Çamyuva Tatil Köyü
Çarşı Binasından Bir Görünüş
(Çavdar, 1989).

Şekil 3.5. Çamyuva Tatil Köyü
Konaklama Ünitelerinden Bir
Görünüş (Çavdar, 1989).



A.3. Salima Tatil Köyü / Beldibi-Antalya

Salima Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, doğal ve yöresel çevre ile uyumlu, sade bir biçim oluşturmak amaçlanmıştır. (Şekil 3.7) (İnceoğlu ve İnceoğlu, 1990). Ayrıca, sokak ve avlu, arkadlı çarşılar, evlerde yer alan hayat vb. gibi mimari özellikler, yöresel referanslar, mekan ve eleman ölçeğinde dönüştürülerek ve yorumlanarak kullanılmıştır. (İnceoğlu, 2001)



Şekil 3.7. Salima Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (İnceoğlu ve İnceoğlu, 1990).

A.4. Demir Turizm Kompleksi / Bodrum-Muğla

Demir Turizm Kompleksi'nde mimari yaklaşım olarak, yerel şehir tasarım ve kültürüne ait değerlerin yeni bir bağlam içerisinde ele alınması amaçlanmıştır. Konutlarda yer alan geniş yüzeylerin içerisindeki pencerelerin oluşturduğu saf geometrik düzenler, Akdeniz ve Türk-İslam kültürleri ile modern mimarinin sentezini yansıtmaktadır. Tasarımda, çeşitlilik, sadelik, sakinlik, mütevazilik gibi ilkeler kullanılmıştır (Şekil 3.8) (Cansever, 1989). Bu yapıların, yöresel çevrenin referans öğelerinin değiştirilerek kullanımı ile yorumunu içeren bir tarzda tasarlandığı gözlenmektedir.



Şekil 3.8. Demir Turizm Kompleksi Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (Kortan, 1993)

A.5. Manastır Oteli / Bodrum-Muğla

Manastır Oteli'nin tasarımında, özellikle doğal çevre ile uyum içerisinde olabilmek amaçlanmıştır; ve cam, selvi ağaçları gibi yöre halkı için anlam taşıyan doğal varlıklar aynen korunmuştur (Gürsel 1989). Yöresel eleman ve mekanların yorumlanarak yansıtılması biçiminde bir mimari üslub kullanılmıştır (Gürsel, 1998). Bu yapının alanında yer alan çatı örtüsü, duvarları yıkılmış olan chapel ile taşıyıcı duvarları, üst başlık kemeri olmayan kapı, eski ölçüleri korunarak yeniden yapılmıştır (Şekil 3.9) (Gürsel 1989). Bu yapı, çağdaş mimari üslubla, yöresel ve tarihi biçim ve mekan anlayışının değiştirilerek kullanımı ile yorumu olarak nitelendirilebilir.

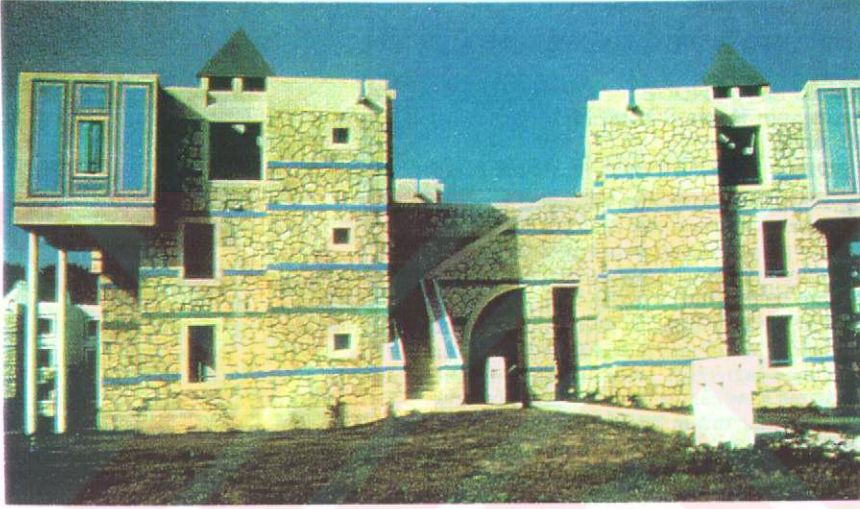


Şekil 3.9. Manastır Oteli'nin Orta Avlusundan Bir Görünüş (Gürsel, 1989).

B. Tarihi ve Kültürel Dönemlerden Esinlenen Yaklaşımlar

B.1. Pamfilya Tatil Köyü / Side-Antalya

Pamfilya Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, derinlemesine kültür boyutuyla özgün bir estetik oluşturmak amaçlanmış olup; Doğu'ya özgün bir görüş tarzı tasarımın temel yönlendiricisi olarak kabul edilmiştir. Bu amaçla, tasarımda, görüntüye giren satırlar çoğaltılarak, bunun yanısıra değişik yüzeylerde farklı renk kullanımlarıyla gölgenin etkinliği hafifletilerek kitlelerin yoğunluğu azaltılmaya çalışılmıştır (Şekil 3.10-3.11) (Çavdar ve Giritlioğlu, 1988). Bu tasarımda, tarihi ve kültürel dönemlere ait referans öğelerinin aynen ya da değiştirilerek kullanılması yanısıra; post-modern bir mimari anlayış izlendiği gözlenmektedir.



Şekil 3.10. Pamfilya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (Çavdar ve Giritlioğlu, 1988).



Şekil 3.11. Pamfilya Tatil Köyü Resepsiyon Binasından Bir Görünüş (Çavdar ve Giritlioğlu, 1988).

B.2. Club Aldiana Turizm Kompleksi / Side-Antalya

Club Aldiana Turizm Kompleksi'nde mimari yaklaşım olarak, geleneksel Türk konaklama tesisi olan kervansaraylar ile külliye'nin çağdaş yorumunu ortaya koyabilmek amaçlanmıştır. Bu amaçla, mimari elemanların kullanılışı ve mekan ilişkilerinde sade bir anlayış izlenerek orijinal biçim oluşturulmaya çalışılmıştır (Şekil 3.12) (Özer, 1990). Bu tasarımda, tarihi ve kültürel dönemlerin referans öğelerinin değiştirilerek kullanımı ile yorumunu içeren; aynı zamanda post-modern bir mimari tarz izlendiği gözlenmektedir.



Şekil 3.12. Club Aldiana Turizm Kompleksi Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (Tanyeli, 1990).

C. Yeni Arayışlardan Esinlenen Yaklaşımlar

C.1. Aquarius Tatil Köyü / Alanya-Antalya

Aquarius Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, işlevsel olanı kullanarak sade bir biçim oluşturmak amaçlanmıştır (Şekil 3.13) (Bozkurt, 1988). Bu amaçla, beyaz duvarlar, geometrik boşluklar, teras çatılar vb. gibi mimari öğeler kullanılmıştır. Bu tasarımda, çağdaş mimari üslubun referans öğelerinin değiştirilerek kullanımı ile yorumu şeklinde bir tarz izlendiği gözlenmektedir.



Şekil 3.13. Aquarius Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (Bozkurt, 1988).

3.6.3. Turizm Binalarının Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi Geneline Bir Değerlendirmesi

Turizm yapılarının tasarımında, çevresel özelliklere uyum ve kullanıcının fiziksel ve psikolojik gereksinimlerine çözüm getirme yanında; yatırımcı ve işletmecinin istekleri doğrultusunda yönlendirildiği bir gerçektir. Ancak, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki turizm yapılarının çok azında sadece işlevlerin yansıtıldığı formların kullanıldığı; çoğunda ise yerel ve tarihi geleneklere dayanılarak oluşturulmaya çalışılan bir mimarlık söylemi olduğu söylenebilir. Bu söylemin, sadece pencere oranlarına, saçak ve benzeri özellikler düzeyine indirgenerek oluşturulmasının ya da bazı eleman veya plan şemasının değiştirilerek kullanılmasının doğruluğu tartışılabilir. Ancak, yöresel anlayışı sunan tasarımlar, çevrenin kültürüne uygun biçimler üretebildiği, birey-çevre ve teknoloji arasındaki ilişkiyi kurabilen bir sisteme sahip olabildiği, ayrıca biçimlerin ötesinde yöre halkına ait anlamları kullanabildiği ölçüde başarılı olabilmektedir. Yine aynı şekilde, tarihselci anlayışı sunan tasarımlar, tarihsel biçimleri, öğeleri kullanırken temel ekolojik, estetik ve kültürel tavırları birleştirerek, bütüncül bir tavırla ve çağa uyabilen yeni anlamlar oluşturabilirse başarılı olabilmektedir.

Genellikle, imaj-kimlik ve anlam oluşturma çabalarının, bireyin algısal-zihinsel gereksinimlerini karşılayanın yanı sıra etkileyici bir biçim oluşturmaya dönüştüğü görülmektedir. Tüketime yönelik biçimsel çabalardan çok, çevrenin bozulmasını engelleyecek, o yöreye uygun ve mekan özellikleri yorumlanmış yapıların oluşturulması çevre kalitesini olumlu etkilemektedir. Öncelikli olarak çevresel veriler ve kullanım özelliklerini gözönünde tutan ve belirli bir söylemi olan her tür mimari arayışların çevreyle özdeşleşmesi mümkündür. Aksi takdirde, çevresel değerlerimizin yoğun olduğu bu alanlar, denemeler uğruna, çeşitli stilleri andıran kitlelerin sergilendiği "show-roomlar" haline dönüşmektedir.

3.6.4. Akdeniz ile Çevrili Avrupa Ülkeleri'ndeki Turizm Binalarından Örnekler

Akdeniz ile çevrili Avrupa ülkelerinden Fransa, İtalya, Yunanistan ve İspanya'ya ait turizm binaları uygulamaları incelenmiştir. (www.clubmed.com) Gözlemlenen örnekler, genellikle sade biçim ve görünüşleri ifade eden, yöresel veya çağdaş mimari üslubu yansıtan uygulamaları içermekte olup; Fransa, İtalya ve Yunanistan'a nazaran İspanya'nın kıyılarını daha yoğun bir şekilde kullandığı görülmektedir.

Aşağıda görülen Fransa ve İtalya'ya ait örnekler, sade bir anlayışla yöresel mimari üslubu yansıtmaktadır. (Şekil 3.14-3.15) Yunanistan'a ait örnek de, sade bir anlayışla çağdaş ve yöresel mimari üslubun sentezini sergilemektedir. (Şekil 3.16) İspanya'ya ait örnek ise, yine sade bir anlayışla çevreye uyumlu bir çağdaş mimari üslubu sunmaktadır. (Şekil 3.17)



Şekil 3.14. Le Lavandou-Fransa Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (www.clubmed.com).



Şekil 3.15. Kamarina-İtalya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (www.clubmed.com)

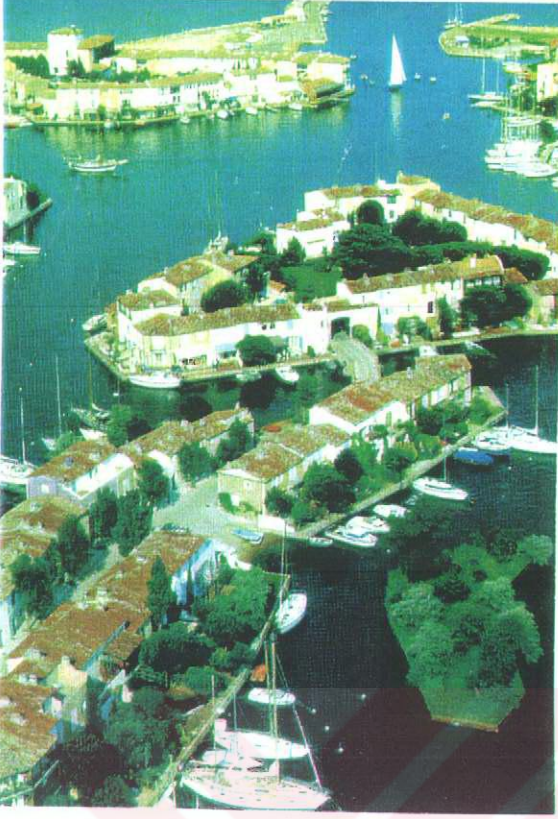


Şekil 3.16. Kalamata-Yunanistan Tatil Köyü Konaklama ünitelerinden Bir Görünüş (www.clubmed.com)



Şekil 3.17. Porto Petro-İspanya Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden Bir Görünüş (www.clubmed.com)

Fransa'ya ait diğer ilginç bir örnek olarak Port-Grimaud Tatil köyü verilebilir. Bu tatil köyü, yapay su kanalları etrafında sıralanan yapı gruplarından oluşmaktadır. Oluşturulan bu yapay su kanalları, sıkışık ve yoğun yapı gruplarını kabul edilebilir bir yoğunluğa dönüştürmektedir. Tasarımda, yerel mimarinin yorumu biçiminde bir anlayış kabul edilmiş olup; ancak özgün cephenin gerisinde yenilikçi bir organizasyon oluşturulmuştur. (Şekil 3.18-3.19) (Spoerry, 2000) Daha önceden varmış gibi, yeniden yapılan bu örneklerin mimari değeri çok tartışılır olmakla birlikte; mevcut çevredeki belirli değerleri vurgulayarak kullanılması açısından ilginç bir örneği oluşturmaktadır.



Şekil 3.18. Port Grimaud-Fransa
Tatil Köyü Genel Yerleşim Kısmı
Planı (Spoerry, 2000)



Şekil 3.19. Port Grimaud-Fransa Tatil Köyü Konaklama Ünitelerinden
Bir Görünüş (Spoerry, 2000)

4. TÜRKİYE’NİN AKDENİZ BÖLGESİ’NDEKİ TURİZM BİNALARININ, ÇEVRESEL İMAJ-KİMLİK VE ANLAM BAKIMINDAN İNCELENMESİ

4.1. Alan Çalışmasının Amaç-Yöntem ve Modeli

Turizm binası ve bulunduğu yörenin etkin değerlerine ilişkin olarak, kullanıcıların tercih, beğeni ve değerlendirmelerini öğrenmek; bina ve çevresinde oluşturulan imaj-kimlik-anlam hakkındaki kullanıcı görüşlerini belirlemek; ayrıca yapısal çevrenin tasarımcıları ile kullanıcıları arasındaki iletişimi irdelemek alan çalışmasının amacını oluşturmaktadır.

Tablo 4.1. Birinci ve İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcı Sayılarının Turizm Yapılarına Göre Dağılımı.

Turizm Binasının Adı	Bulunduğu İl-İlçe	1. Etap Ankete Katılımcı Sayısı (Ek.D)	2. Etap Ankete Katılımcı Sayısı (Ek.D)
Marina Oteli	Antalya-Kaleiçi	22	-
Türk Evi Otelleri	Antalya-Kaleiçi	20	12
Club Alda Tatil Köyü	Antalya-Kemer	23	-
Club Aquamarine Tatil Köyü	Antalya-Kemer	22	6
Champion Tatil Köyü	Antalya-Kemer	23	15
Manastır Oteli	Muğla-Bodrum	30	11
Mercure Oteli	Muğla-Bodrum	24	-
Myndos Oteli	Muğla-Bodrum	27	-
Toplam		191	44

Uygulama çalışması, gözlem, görüşme ve anket yöntemlerini kullanılarak Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer ve Muğla-Bodrum’da yer alan toplam sekiz turizm binasında yapılmıştır (Tablo 4.1). Turistik tesislerin yetkilileri ile yapılan görüşmeler neticesinde yapıya ait özel bilgilere; kullanıcılar (Tablo 4.2-4.3-4.4-4.5) ve mimarlarla yapılan anketler ile alan çalışmasının amacına yönelik sorulara cevap alınmaya çalışılmıştır.

Tablo 4.2. Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri (Ek-D).

Tesisin İsmi	Katılımcı Sayısı	Katılımcıların Özellikleri														
		Uyruğu (%)		Cinsiyeti (%)		Yaş Grubu (%)							Eğitimi (%)			
		Yerli	Yabancı	Kadın	Erkek	15-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	>71	İlk	Orta	Lise	Yüksek
Marina Oteli	22	50	50	55	45	9	32	28	13	18	-	-	-	9	22	69
Türk Evi Otelleri	20	20	80	58	42	20	25	25	20	10	-	-	-	5	11	79
Club Alda Tatil Köyü	23	52	48	43	57	13	44	35	4	4	-	-	-	-	13	46
Club Aquamarine Tatil Köyü	22	91	9	53	47	14	53	29	4	-	-	-	-	-	28	72
Champion Tatil Köyü	23	22	78	36	64	17	22	22	4	31	4	-	-	-	13	46
Manastır Oteli	30	74	26	34	66	-	59	13	18	7	3	-	-	6	12	76
Mercure Oteli	24	41	59	45	55	-	31	37	23	9	-	-	-	-	50	50
Myndos Oteli	27	33	67	48	52	-	63	7	16	7	7	-	-	-	4	56

Tablo 4.3. Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri (Ek-D).

		Katılımcıların Özellikleri																						
		Mesleği (%)																						
Tesisin İsmi	Katılımcı Sayısı	Tüccar-Esnaf	Doktor	Hukukçu	Mühendis	Mimar	Ekonomist	Kimyager	Biyolog	Gazeteci	Yönetici	Öğretmen	Sanatçı	Pilot	Turizmci	Hemşire	Tekniker	Muhasebeci	Polis	Sekreter	Memur	İşçi	Öğrenci	Emekli-Ev Han.
		Marina Oteli	22	33	4			9				9	19		4	4							4	14
Türk Evi Otelleri	20	27			21	5	5			5	5										5	5	11	11
Club Alda Tatil Köyü	23	35	5		11		5					5	5										23	11
Club Aquamarine Tatil Köyü	22	8	13		5	5	5				5	5			24	5	5			5	5	5	5	
Champion Tatil Köyü	23	21						6	6		6				14	14	6		6				21	
Manastr Oteli	30	18	4	4	13	10						8			22			8			13			
Mercure Oteli	24	19	4	4	10		4					10				4	4	4			10	4	9	14
Myndos Oteli	27	19			4							15	9			4	4	4	4		15	9	9	4

Turistlere yöneltilen birinci etap anket sorularının amaçları Ŗyle sıralanabilir (Ek-A):

- Turizm binasının tercih edilme nedenlerini belirlemek,
- Turizm binasının bulunduğu yörenin kimliğine iliŖkin kullanıcı grŖlerini tespit etmek,
- Turizm binalarının mimari özelliğine verilen önemi belirlemek,
- Turizm binasının bireyi etkileyen mimari özelliklerini saptamak,
- Turizm binası ve çevresine iliŖkin kullanıcı değerlendirmelerini öğrenmek.

Turistlere yöneltilen ikinci etap anket sorularının amaçları Ŗyle sıralanabilir (Ek-B)

- Turizm binasına ait, kullanıcıların farkında olduğu tasarım ilkelerini saptamak,
- Turizm binasının, kullanıcılara aėrıŖtırdıėı kavramları ve anlamları öğrenmek,
- Turizm binası ve yakın çevresinin imajı hakkındaki kullanıcı yorumlarını tespit etmek.

Mimarlara yöneltilen soruların amaçları Ŗyle sıralanabilir (Ek-C):

- Bina-evre iliŖkisinde önem verilen tasarım ilkelerini öğrenmek,
- Binanın tasarımında baŖvurduėu anlam ve simgeleri, ve bu metaforların tercih nedenini belirlemek,
- Bina ve yakın çevresinde oluŖturulmak istenen imajı öğrenmek.

Tablo 4.5. İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri (Ek-E).

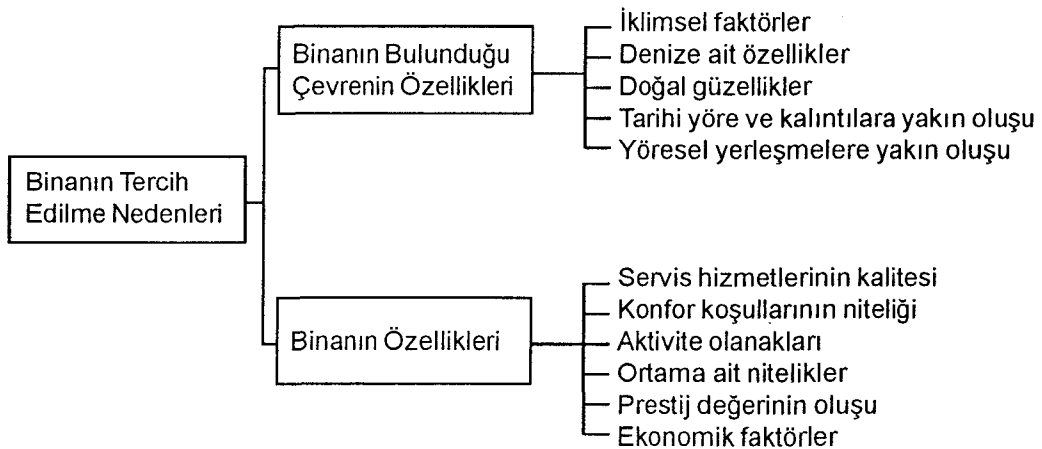
Tesisin İsmi	Katılımcı Sayısı	Katılımcıların Özellikleri											
		Mesleği (%)											
		Tüccar-Esnaflar	Doktor	Avukat	Mühendis	Mimar	Öğretmen	Ekonomist	Yönetici	Turizmci	Hemşire	Sekreter	Emekli-Ev Han.
Türk Evi Otelleri	12	34	8	8	-	-	8	8	-	-	17	-	17
Club Aquamarine Tatil Köyü	6	-	-	-	-	-	-	68	-	16	-	16	-
Champion Tatil Köyü	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manastır Oteli	11	26	-	12	12	12	-	-	26	-	-	-	12

4.1.1. İnceleme Modeli

Kullanıcıların, turizm binaları ve çevresine ait tercih-beğeni-değerlendirmelerini öğrenmeyi amaçlayan; mimar-kullanıcı iletişimini irdeleyen modelin inceleme sürecinin aşamaları şöyle sıralanabilir:

- Turizm Binalarının Tercihinde Etkili Olan Kriterlerin Saptanması:

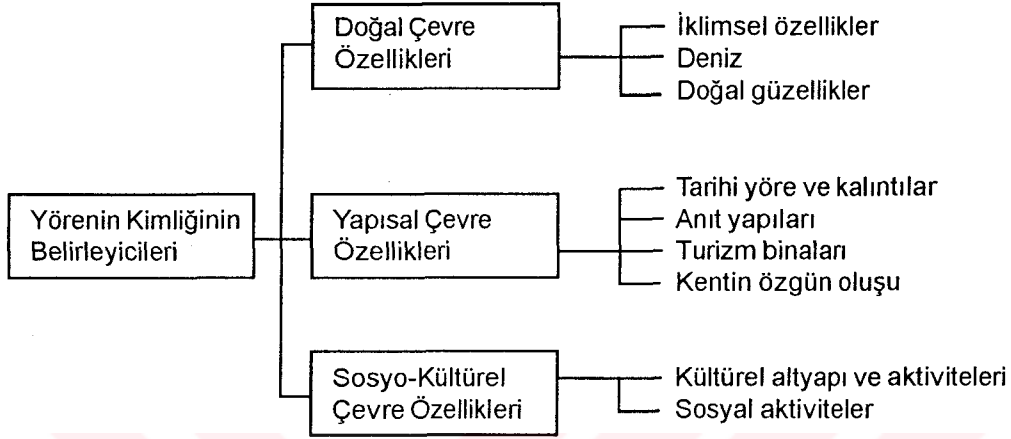
Turizm binalarının tercih edilme nedenleri, binanın bulunduğu çevreye ilişkin özellikler ve binaya ait özellikler olmak üzere iki ana bölüme ayrılabilir (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Turizm Binasının Olası Tercih Edilme Nedenleri.

- Turizm Binasının Bulunduğu Yörenin Kimliğinin Kullanıcılar Tarafından Yorumlanması:

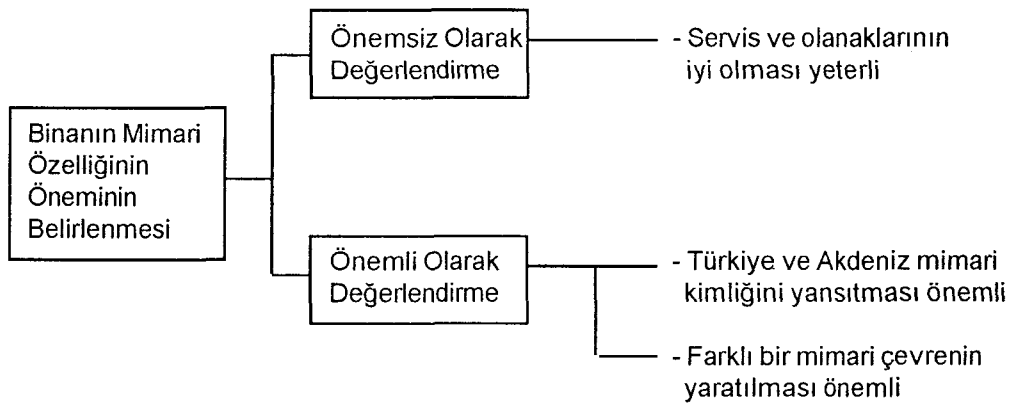
Yörenin kimliğinin belirleyicileri, doğal çevre, yapısal çevre ve sosyo-kültürel çevre özellikleri olmak üzere üç temel bölüme ayrılabilir (Şekil 4.2).



Şekil 4.2. Yörenin Kimliğini Belirleyen Olası Unsurlar.

- Turizm Binasının Mimari Özelliğine Verilen Önemin Belirlenmesi:

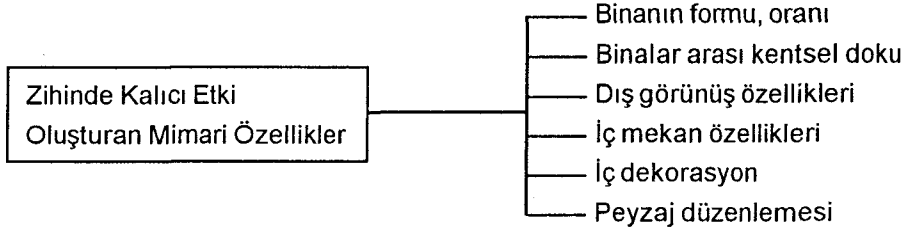
Binanın belirli bir mimari özelliğe sahip olmasının, kullanıcıların farkında olduğu, önemli bulduğu bir husus olup olmadığına; veya daha çok servis hizmetlerinin kalitesi üzerinde yoğunlaşıldığına dair konulara açıklık getirmek amaçlanmaktadır (Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Tesisin Mimari Özelliğinin Önemini Belirleyen Olası Unsurlar

- Turizm Binasının Bireyin Zihninde Kalıcı Etki Oluşturan Mimari Özelliklerini Saptanması:

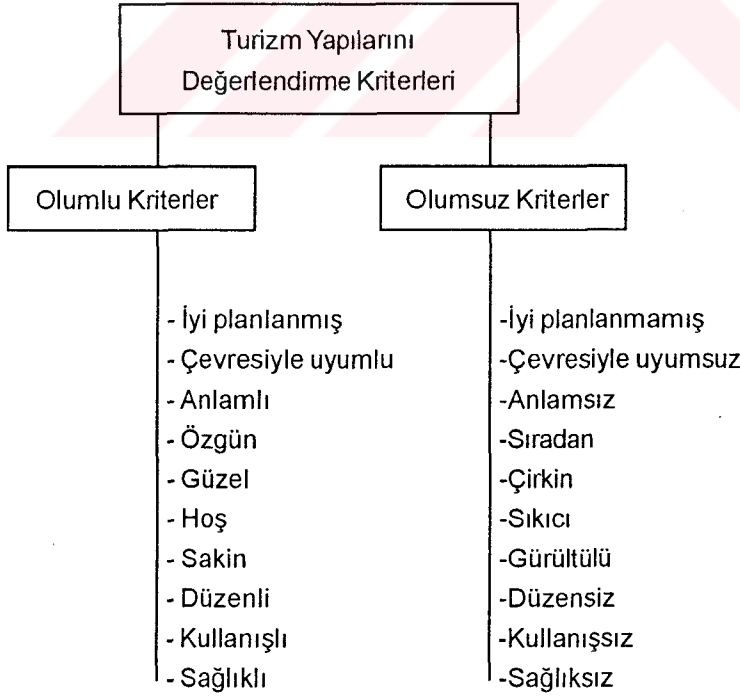
Bireyin zihninde kalıcı etki oluşturan niteliklerin belirlenmesi yanında; bu niteliklerin mevcut çevresel niteliklerin yansımaları veya binaya özgü olduğuna dair izlenimleri de öğrenmek amaçlanmaktadır (Şekil 4.4).



Şekil 4.4. Zihinde Kalıcı Etki Oluşturan Olası Mimari Özellikler

- Turizm Binası ve Çevresinin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi:

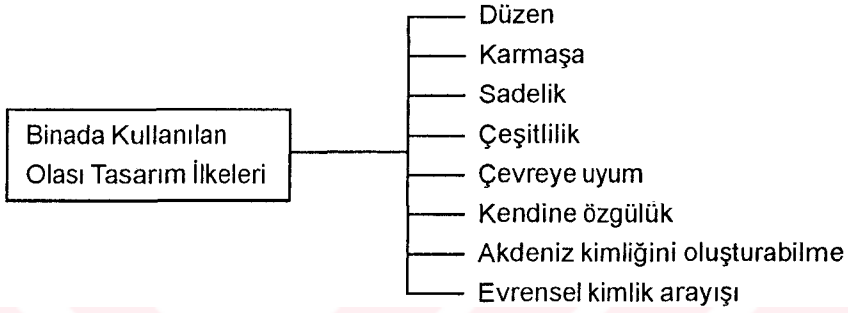
Binanın değerlendirilmesi yanında, turistlerin yerli-yabancı, kadın-erkek, çeşitli yaş grubu ve eğitiminin bu değerlendirmedeki etkisini gözlemlemek amaçlanmaktadır. (Şekil 4.5)



Şekil 4.5. Turizm Binalarının Değerlendirilmesi İçin Olası Kriterler

- Mimarın Binanın Tasarımında Kullandığı Kriterler ile Bu Konudaki Kullanıcı Yorumlarının Değerlendirilmesi:

Mimarın bina-çevre ilişkisinde kullandığı tasarım kriterlerinin mevcut çevrenin değerlerini koruyan veya daha farklı olduğuna ilişkin belirlemeyi yapmak, ve bunu kullanıcının dikkatini çeken tasarım prensipleriyle karşılaştırmak amaçlanmaktadır. (Şekil 4.6)



Şekil 4.6. Tesiste Kullanılan Olası Tasarım İlkeleri.

- Mimarın Binaya Yüklediği Anlam ile Kullanıcının Belirlediği Anlamın Karşılaştırılması:

Mimar ve kullanıcıların, binaya yükledikleri anlamların karşılaştırılması ile mimar-kullanıcı iletişimi irdelenmektedir. Ayrıca, yapıya yüklenen anlamların, doğal ve yapısal çevre verilerine veya bireyin duygularına ilişkin olması hususu da incelenmektedir.

- Mimarın Bina ve Yakın Çevresinde Oluşturduğu İmaj ile Kullanıcının Belirlediği İmajın Karşılaştırılması:

Mimar ve kullanıcının bina ve yakın çevresine ilişkin imajlarını karşılaştırarak, mimar-kullanıcı iletişimi irdelenmektedir. Ayrıca, belirlenen imajların, doğal-yapısal çevre verilerine dayalı imajlar veya ortamın bireyi etkilemesi ile oluşan imajlar olması konusu da incelenmektedir.

4.2. Alan Çalışması Kapsamındaki Yöreler ve Turizm Binalarının Özellikleri

4.2.1. Akdeniz Kimliği

Akdeniz havzası, kentleşme tarihinin en eski bölgeleri arasında yer alır. Akdeniz kıyılarını diğerlerinden ayıran bir özellik, etrafındaki kıyı parçalarını birbirine bağlayan denizin özelliğiyle ilgilidir. Akdeniz'in kapalı bir deniz olma özelliği, onu çevreleyen topraklardaki denizcilik, ticaret ve kültürel gelişimi etkilemiş; bölgenin doğal çevre değerlerinin korunmasını sağlamıştır. Ortak deniz çevresinde yaşama imkanı, toplumları paylaşmaya, katılımcılığa ve iletişim kurmaya zorlamış; kültürel gelişimi hızlandırmıştır.

Akdeniz Bölgesi'nin tamamı, yerleşim biçimlerinde ve insan davranışlarında birçok ortak karakteristikler göstermektedir. Küçük ve orta büyüklükteki geleneksel Akdeniz kıyı kentleri, yapı malzemelerinde, mimari biçim ve yerleşim modelinde belirgin özel karaktere sahiptir. - Evlerin kapalı bölümleri yanında bahçe, teras, avlu gibi açık alanların bulunması; yapılarda özellikle taş ve ahşap gibi yerel malzemenin kullanılması; manzara açısını genişleten cumbalar ve gölge için kullanılan çatı saçakları gibi yapı elemanlarının tekrarlanması; binalar arasında oluşan iklimin zorladığı dar sokaklar ile meydanların yer alması; geleneksel Akdeniz mimarisinin bazı özelliklerini oluşturmaktadır. - Mekanlarda varolan Akdeniz kimliği, kültürler arasındaki karşılıklı ilişkilerin neticesinde oluşmuş bir birikimi yansıtmaktadır. (Shmueli, 1981) Yörenin ılıman iklimi, doğal çevrenin sunduğu olanaklar, tarihi doku ve kalıntılar, yöresel çevreye ait mimari özellikler, Akdeniz kimliğini oluşturan başlıca unsurlardır.

Akdeniz çevresinde sayısız yerleşim alanları kurulmuş olmakla birlikte, kendi içindeki çeşitliliğe rağmen, bir tek Akdeniz kültürü ve lisanında birleşme sağlanabilmiştir. Ancak son kavimlerin istilacı niteliğe sahip olmaları, geçmişteki kültürün parçalanmasına neden olmuştur. Bugün Akdeniz çevresindeki, ulaşım ve iletişimdeki rahatlığa ve gelişen ekonomiye rağmen; kültürel, dinsel, dilsel, politik, ekonomik, sosyal ve benzeri açılardan önemli ölçüde parçalanmalar mevcuttur. (Papaioannou, 1981)

Yöresel, kültürel, rekreasyonel ve ticari aktivitelerin toplum üzerinde yarattığı canlılık Akdeniz hayatının özünü oluşturmaktadır. Akdeniz'deki mekanlar, yazın gölge, kışın ılık bir ortam sağlayacak biçimde; mekanlar arasındaki ilişkiler ise çeşitli seviyelerde mahremiyet ve bireyler arası ilişkileri düzenleyecek şekilde biçimlendirilmiştir (Weiner, 1981).

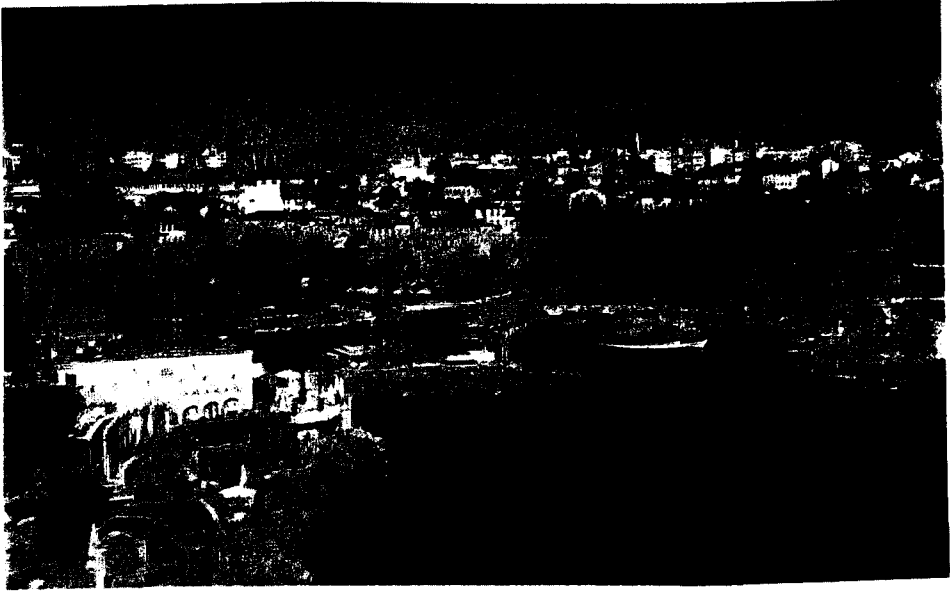
Son yıllarda, pek çok şey değişime uğramış; köylerin nüfusu göçler sonucunda azalmış ve kentsel alanlar genişlemiş, kıyı alanlarında nüfus artışı olmuştur. Meydana gelen bu değişiklikler nedeniyle çevrenin birey ve aktiviteleri için geçmişte taşıdığı anlam özelliğini yitirmeye başlamıştır. Bu durum da, çevrenin tanımlanabilmesini güçleştirmekte; çevrenin orijinal kimliğinin kaybolmasına veya değişimine neden olmaktadır. Ancak, hala bozulmamış doğal çevre özellikleri, korunmuş bazı tarihi ve yöresel çevre özellikleri bölgede yer almakta olup; bir Akdeniz kimliğinden sözedilebilir.

4.2.2. Antalya-Kaleiçi Yöresi

Yerel malzemeyle yapılan, sade biçim ve görünüşleri sunan (cumba, saçak, çatı gibi yapı elemanları ile geometrik pencere düzenlerinin kullanılması), binaların birbirleriyle ilişkilerinde geometrik olmayan bir düzen ve dar sokaklarla bağlanma gibi özellikleri sergileyen Kaleiçi yapıları, yöresel mimarinin genel karakteristiğini yansıtmaktadır. Binalar ve arasındaki ilişkilerde geleneksel çevrenin özelliklerinin yansıtılması, tarihi surların bulunuşu ile iklimin ılıman oluşu, Kaleiçi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlardır.

Sur duvarları arasında yer alan tarihsel kent çekirdeği, 1967 yılında koruma kapsamına alınmıştır; 1973 yılında ise bu çekirdeğin eski liman ve yakın çevresine ait kısmının kamulaştırılarak restore edilmesi, yaşatılması kararlaştırılmıştır. Söz konusu bölge, liman çevresinde yer alan eski ticaret ve depo yapılarının yer aldığı bölüm ile sur üstünde kalan eski Türk ev ve konaklarının bulunduğu bölüm olmak üzere iki ayrı fonksiyonel karaktere sahip bir alandır. Eski limanın yat limanı ve yakın çevresinin de turizm amaçlı konaklama ve eğlence alanları olarak kullanılması uygun görülmüştür. (Turizm Bankası, 1986)

Kaleiçi'ndeki mevcut yapılara genellikle turizm yapısı işlevi kazandırılmış olup, eski yerleşim biçimi ve özellikleri korunmaya çalışılmıştır. Farklı kalite ve özellikleri sunan bu turizm yapılarında genel olarak konaklama mekanları, restoranlar, barlar ve yüzme havuzları bulunmaktadır. Turizm yapılarının bir kısmının iyi bir standarda, bir kısmının ise düşük standarda sahip olduğu bu yörenin, dolaşım alanları ile alış-veriş mekanlarının geçmişi anımsatan bir biçimde; ancak bakımındaki yetersizlik ve belli bir kalitenin altında oluşu da dikkat çekmektedir. (Şekil 4.7)



Şekil 4.7. Antalya-Kaleiçi'nden Genel Bir Görünüş.

4.2.3. Antalya-Kemer Yöresi

Kemer, 20-30 yıl öncesinde, Antalya Kenti'ne gelişmemiş yollarla bağlanan, çoğunlukla portakal bahçelerinin yer aldığı bir Akdeniz köyü görünümündeydi (Paksoy, 1995). Geçmişte sadece, binanın küçük kapalı bölümleri yanında teras, avlu gibi açık alanların yer aldığı, sade biçim ve görünüşleri olan, yerel malzemeyi kullanan tarzda yapılmış olan evler ile geniş bahçelerden oluşan bir Kemer Yöresi'nden bahsedilebilirdi. Ancak, Konyaaltı kıyılarının bitiminden batıya doğru uzanan, Kemer ve Kumluca ilçelerini de kapsayan çok geniş alanın 1988 yılında milli park ilan edilmesinden sonra; Olympos-Bey Dağları sahil milli parkının koruma kapsamı dışındaki kıyılar, turizm yatırımlarına açılmıştır. (Paksoy, 1995) ve böylece bu yörede turizm yapıları hızla çoğalmıştır.

Turizm politikasının yayılmasıyla, portakal bahçeleri, kumsallar, yeşil alanlar; üst düzey oteller, birinci sınıf tatil köyleri ve yollar ile donatılarak yapay beldelere dönüştürülmüştür. Yaygın turizm yapılarının yer aldığı Kemer'in merkezinde bireyi uyaracak öğelerin sayısı azdır; burada birbiri yanında sıralanmış dükkanların oluşturduğu çarşı ile bitiminde yat limanı yer almaktadır. Yat limanının bitiminde bulunan küçük burnun üzerinde ise bir zamanlar yaz ve bahar aylarını Bey Dağları'nın yaylalarında geçiren yörüklerin anısı yaşatılmaktadır. Doğal güzelliklerin yoğunluğu, denizin kullanılabilirliği ile iklimin ılıman oluşu Kemer'in şu andaki kimliğini oluşturan başlıca unsurları oluşturmaktadır.

Kemer'deki turizm yapılarının çoğu, belli gelir düzeyindeki müşterilerin gidebileceği ve girişleri oldukça kontrollü olan, kendi içine dönük olarak işletilen büyük tesislerden oluşmaktadır. Kemer'deki bu yeni yapılanmaların herbirinin kendi içinde farklı bir ortam oluşturması, yörenin bir bütün olarak algılanmasını zorlaştırmakta; burasının büyük turizm binalarının yer aldığı bir belde olarak çağrışmasına neden olmaktadır. (Şekil 4.8)



Şekil 4.8. Antalya-Kemer'den Genel Bir Görünüş.

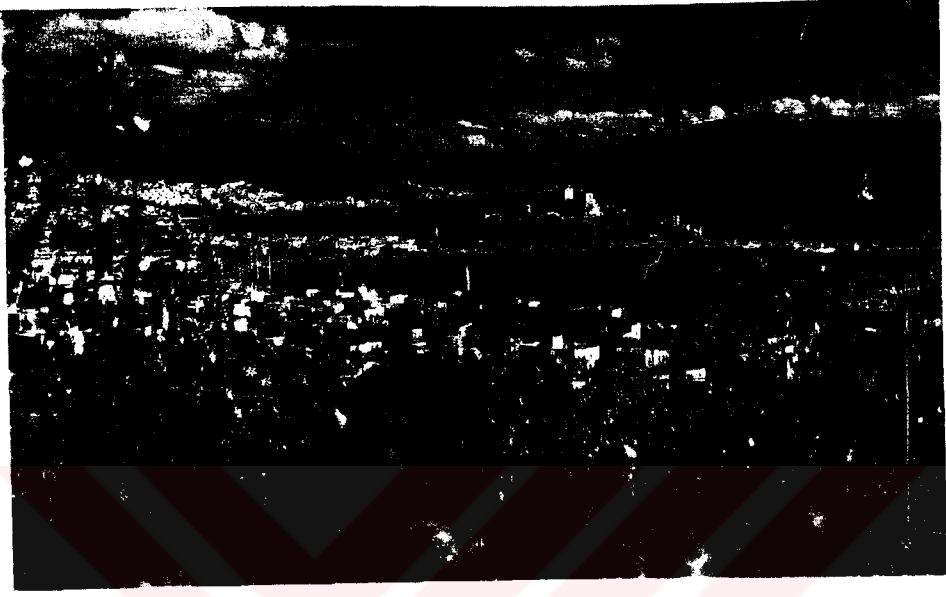
4.2.4. Muğla-Bodrum Yöresi

Bodrum Kenti, tarihinden gelen mekansal özellikleri; dar sokaklar çevresinde oluşan tek katlı, detaysız, basit ve küçük yapıları ile geçmişteki izlerini taşımaktadır (Kaptan, 1997). Binaların sade biçim ve görünüşleri (düz duvar yüzeyleri, geometrik pencere düzenleri ile teras çatının kullanılması gibi); binalar arasında oluşturulan geometrik olmayan düzenler ve dar sokakları ile Bodrum yapıları geleneksel mimari anlayışı yansıtmaktadır. Son yıllarda, sayılarında artış olan turizm yapıları da, dış görünüşleri ile geleneksel mimariyi aynen veya yorumlayan tarzda planlanmıştır. Bu yapıların çoğunun ise, iç mekansal özellikleri bakımından ise, kendine özgü olmadığı veya yöresel üslubu yansıtmadığı; evrensel bir nitelik taşıdığı söylenebilir.

Binalar ve binalar arası ilişkilerde geleneksel çevrenin özelliklerinin yansıtılması, tarihi dokunun yer alması, deniz manzaraları ile denizin kullanılabilirliği, iklimin ılıman oluşu Bodrum'un kimliğini oluşturan başlıca unsurlardır.

Bodrum'un çekim merkezi olma sürecini hızlandıracağı ve mevcut çevrenin zarar görebileceği endişesi nedeniyle, havaalanı ve yeni yat limanının yer seçimi ve

kapasitesi, ölçek dışı yapılanmalar, uzmanlarca da doğru bulunmamaktadır (Kaptan, 1997). Yoğun yapılaşması ve dolayısıyla yeşil alanların azalması nedeniyle, adeta Bodrum beyaz renkli beton kutuları ile donatılmış bir görünüm kazanmıştır (Şekil 4.9).



Şekil 4.9. Muğla-Bodrum'dan Genel Bir Görünüş.

4.2.5. Kaleiçi-Kemer-Bodrum Yörelerinin Tercih Nedenleri Üzerine Bir Değerlendirme

Gözlem ve görüşmeler neticesinde Kaleiçi'ni daha çok yabancı turistler ile yaş ortalaması yüksek ve eğitilmiş kişilerin tercih ettiği belirlenmiştir. Kemer ve Bodrum'u tercih edenlerin % 40'ını yerli turistler, % 60'ını yabancı turistler oluşturmaktadır; konaklamaya gelen turistlerin yaş ve eğitimleri konusunda ise değişkenlikler söz konusu olmaktadır. (Yada, 1998)

Kaleiçi'nde konaklayan turistler daha çok tarihi çevrede yaşamayı arzu eden birey gruplarından oluşmaktadır. Kemer'e gelen turist grupları ise daha çok dinlenme, eğlenme, yüzme ve spor ağırlıklı turizmi tercih etmektedir. Bodrum'a gelen turist grupları da, daha çok eğlenme ön planda olmak üzere dinlenme, yüzme ağırlıklı turizmi tercih etmektedir.

4.2.6. Alan Çalışması Kapsamındaki Turizm Binalarının Özellikleri

Antalya-Kaleiçi'nde Marina ve Türk Evi Otelleri'nde; Antalya-Kemer'de Club Alda, Club Aquamarine ve Champion Tatil köyleri'nde; Muğla-Bodrum'da Manastır, Mercure ve Myndos Otelleri'nde alan çalışması yapılmıştır.

Tablo 4.6. Alan Çalışması Yapılan Turizm Binalarının Genel Özellikleri (Turizm Yapısı Yetkilileri ile Kişisel Görüşme, Eylül 1998).

Turistik Tesisin Adı	Bulunduğu İlçe	Merkeze/ Hava Alanına Uzaklığı (km)	İşletmeye Açılış Yılı	İşletmeci Firma	Proje Müellifi	Doluluk oranı (%)			Uyruğuna göre turist oranı (%)			Odalardaki imkanlar			
						Yaz	Kış		Yerli	Yabancı		Tel.	TV	Mini Bar	Klima Banyo
Marina Oteli	Antalya /Kaleiçi	0/12	1988	Güney Turizm A.Ş.	Kazım İspihani	100	35		10	90		●	●	●	●
Türk Evi Otelleri	Antalya /Kaleiçi	0/12	1991	Karmen Turizm Ltd.	Karmen Turizm Ltd	80	35		10	90		●	○	●	●
Club Alda Tatil Köyü	Antalya/ Kemer	30/40	1987	Ener Holding	Özgönül Aksoy	90	-		40	60		●	○	●	●
Club Aquamarine Tatil Köyü	Antalya/ Kemer	30/40	1991	Yapitur A.Ş.	Harun Özer	75	25		40	60		●	●	●	●
Champion Tatil Köyü	Antalya/ Kemer	30/40	1987	Ayık A.Ş.	Vedat Dalokay	90	20		40	60		●	●	●	●
Manastır Oteli	Muğla/ Bodrum	3/45	1987	İndeks Turizm A.Ş.	Ersen Gürsel	100	60		40	60		●	●	●	●
Mercure Otel	Muğla/ Bodrum	3/45	1991	Mercure		80	-		40	60		●	●	●	●
Myndos Otel	Muğla/ Bodrum	3/45	1986	AGS Turizm A.Ş.	Ertiil Ayaydın	100	40		40	60		●	●	○	●

Turizm binalarının bulunduğu il-ilçe, merkeze-havaalanına uzaklık, işletmeye açılış yılı, işletmecisi firma ve proje müellifi, yaz-kış mevsimlerine göre doluluk oranları, konaklamayan yerli-yabancı turist yüzdesi, oda-yatak sayıları ile odalarda bulunan imkanlar tablo 4.6'da; turizm yapısında yer alan genel kullanım ve rekreasyon alanları tablo 4.7'de görülmektedir.

- Marina Otel / Antalya-Kaleiçi

Marina Otel, dört eski eser binanın aslına uygun olarak restore edilmesiyle oluşmuştur. Otel'in tasarımında, Akdeniz yumuşaklığı ile geleneksel Türk motifleri sentezini yansıtmak amaçlanmıştır. Bu amaçla Roma-Türk Sentezini (Akdeniz sentezini) içeren kemer ve sütunlar kullanılmıştır (Şekil 4.10) (İspahani, 1998)



Şekil 4.10. Marina Otelinden Bir Görünüş.

- Türk Evi Otelleri / Antalya-Kaleiçi

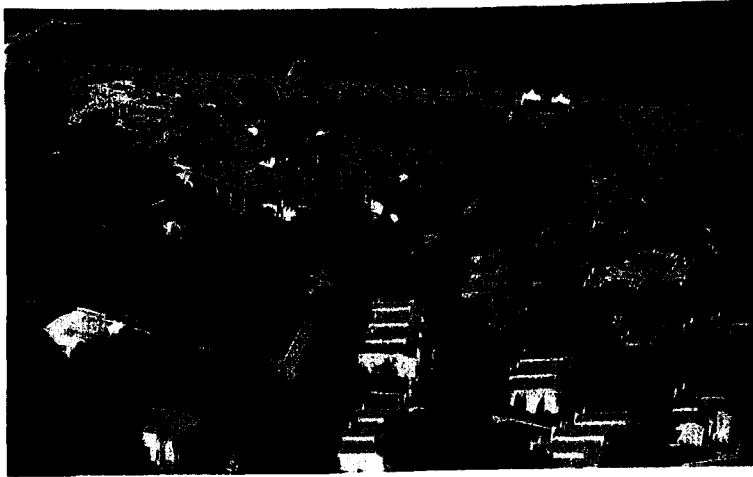
Türk Evi Otelleri'nin tasarımında, tarihi surlarla bütünleşen bir çevrede yer alabilme imkanını iyi kullanmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, geleneksel Türk evlerinin çizgilerini yansıtmak için simgeler kullanılmıştır. (Şekil 4.11) (Nazik, 1998)



Şekil 4.11. Türk Evi Otelleri'nden Bir Görünüş.

- Club Alda Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Club Alda Tatil Köyü'nde mimari yaklaşım olarak, sınırlılık-esneklik-çelişki gibi kavramlara başvurularak karşıtlığın birliği ilkesi vurgulanmıştır. Ayrıca çevresel öğeler de kullanılmıştır. Özellikle bireylere ev simgesini anımsatmak için çatı elemanı üzerinde yoğunlaşmıştır (Şekil 4.12-4.13) (Aksoy, 1998)



Şekil 4.12. Club Alda Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.



Şekil 4.13. Club Alda Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.

• Club Aquamarine Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tasarımında, doğal ve tarihi çevreye uyum sağlamak amaçlanmıştır. Bu amaçla, konaklama ünitelerinde Anadolu'ya özgün avlu tipi yerleşim; iç mimari ve süslemede Anadolu Türk motifleri kullanılmıştır. Ayrıca, tarihsel dönemi anımsatması amacıyla Likyalılara ait mimari biçimler kullanılmıştır (Şekil 4.14-4.15) (Özer, 1998)



Şekil 4.14. Club Aquamarine Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.



Şekil 4.15. Club Aquamarine Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.

• Champion Tatil Köyü / Antalya-Kemer

Champion Tatil Köyü'nün tasarımında, çağdaş mimari üslubun kullanımı yanında yöresel çevre referans değerlerinin de yer aldığı görülmektedir. Yöresel çevre referans değerleri olarak, ahşap balkon, kafes, saçak ve benzeri elemanlar kullanılmıştır (Şekil 4.16-4.17).



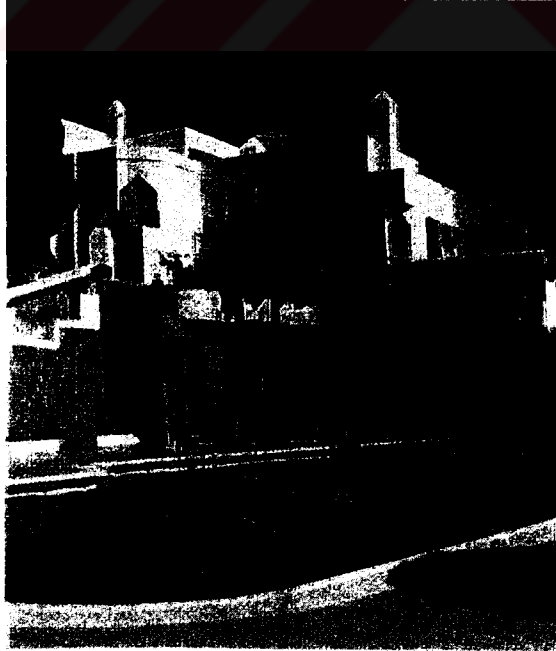
Şekil 4.16. Champion Tatil Köyü'nden Genel Bir Görünüş.



Şekil 4.17. Champion Tatil Köyü Binası'ndan Bir Görünüş.

• Manastır Oteli / Bodrum-Muğla

Manastır Oteli'nin tasarımında, özellikle doğal çevre ile uyum içerisinde olmak amaçlanmıştır. Ayrıca, yöresel mimari eleman ve mekanların yorumlanarak yansıtılması şeklinde bir üslub kullanılmıştır. (Şekil 4.18) (Gürsel, 1998)



Şekil 4.18. Manastır Oteli'nden Bir Görünüş.

- Mercure Otel / Bodrum-Muğla

Mercure Otel'i'nin tasarımında, çağdaş mimariyi yansıtan formların yanında, Bodrum'un geleneksel mimari öğelerinin yorumlanarak kullanılması biçiminde bir tarz izlenmiştir. (Şekil 4.19)



Şekil 4.19. Mercure Otel'den Bir Görünüş.

- Myndos Oteli / Bodrum-Muğla

Myndos Oteli'nin tasarımında, doğal çevreyi korumak ve yöresel mimariyi yansıtmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, Bodrum'un geleneksel bina tipolojisi yanısıra eski Akdeniz mimarisini anımsatan Lidya-Frigya mezarları, Osmanlı kavuklukları, amforalar ve benzeri motifler kullanılmıştır. (Şekil 4.20) (Ayaydın, 1998)



Şekil 4.20. Myndos Otel'den Bir Görünüş.

4.3. Alan Çalışmasının Değerlendirilmesi

4.3.1. Turizm Binalarının Tercihinde Etkili Olan Kriterler

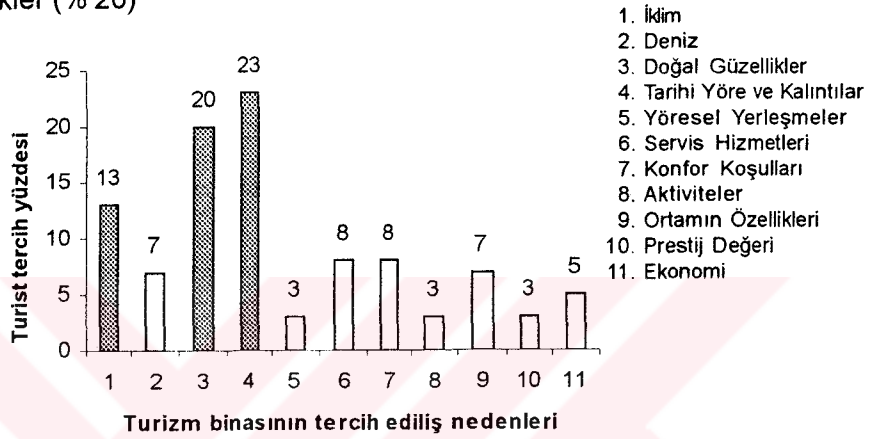
• Bina Ölçeğinde Değerlendirme

Marina Oteli'nin tercih ediliş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.21):

1- Tarihi çevre (% 23)

2- Doğal güzellikler (% 20)

3- İklim (% 13)



Şekil 4.21. Marina Oteli'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelerine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.1).

Türk Evi Otelleri'nin tercih ediliş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.22):

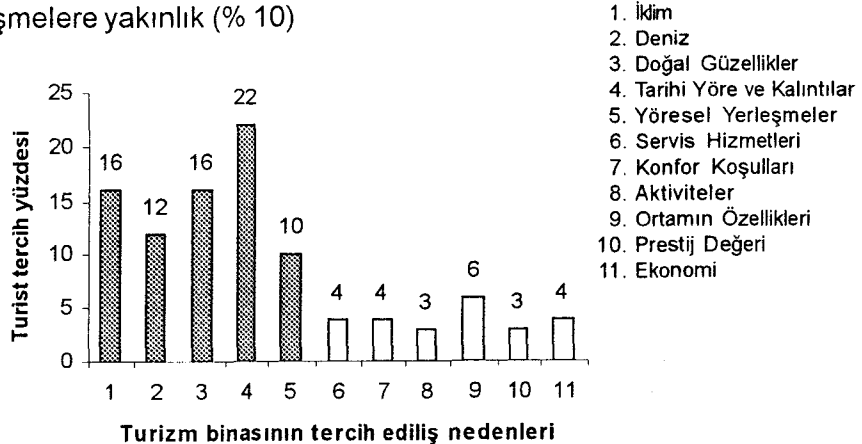
1- Tarihi çevre (% 22)

2- Doğal güzellikler (% 16)

2- İklim (% 16)

3- Deniz (% 12)

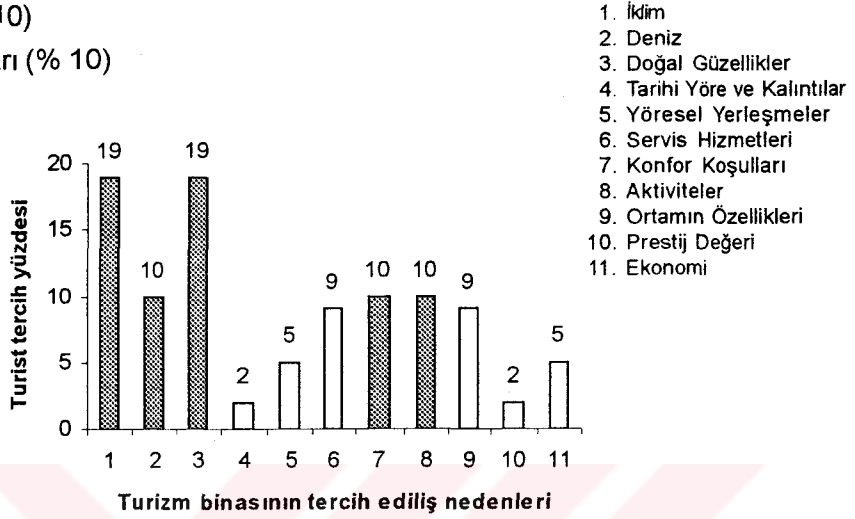
4- Yöresel yerleşmelere yakınlık (% 10)



Şekil 4.22. Türk Evi Otelleri'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelerine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.4).

Club Alda Tatil köyü'nün tercih ediliş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.23):

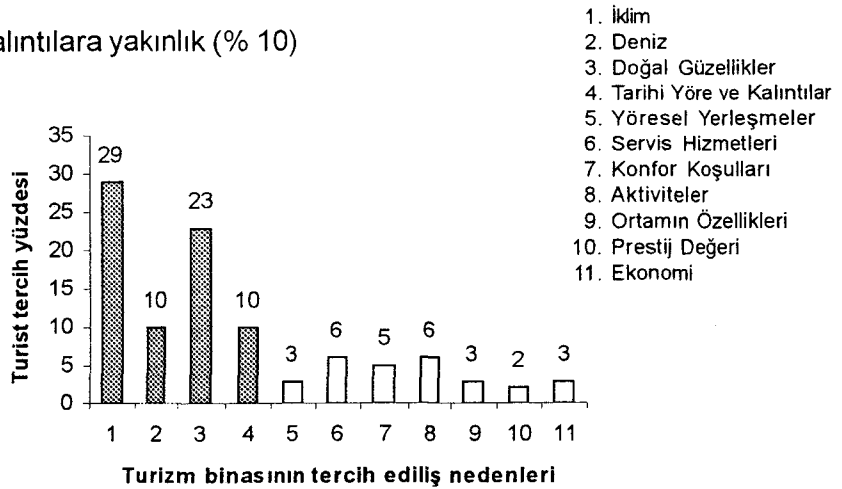
- 1- İklim (% 19)
- 1- Doğal güzellikler (% 19)
- 2- Deniz (% 10)
- 2- Aktiviteler (% 10)
- 2- Konfor koşulları (% 10)



Şekil 4.23. Club Alda Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelereine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.5).

Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tercih ediliş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.24):

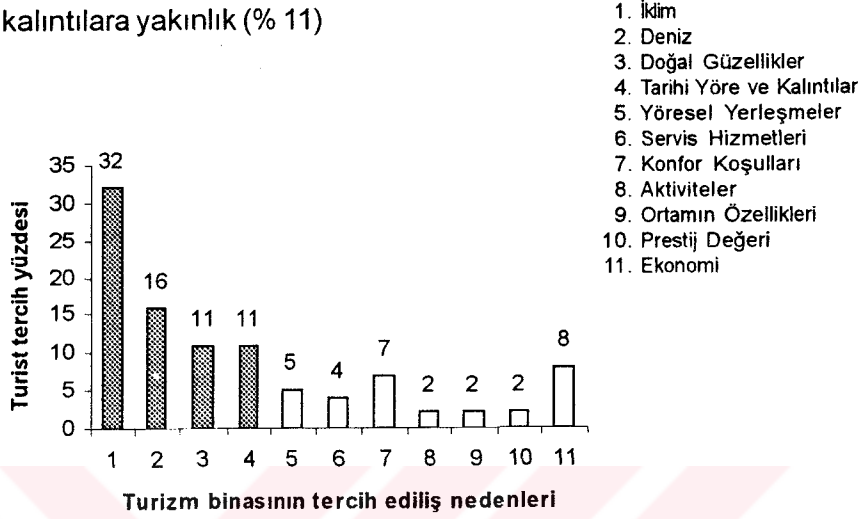
- 1- İklim (% 29)
- 2- Doğal güzellikler (% 23)
- 3- Deniz (% 10)
- 3- Tarihi yöre ve kalıntılara yakınlık (% 10)



Şekil 4.24. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelereine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.8).

Champion Tatil köyü'nün tercih edilış nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.25):

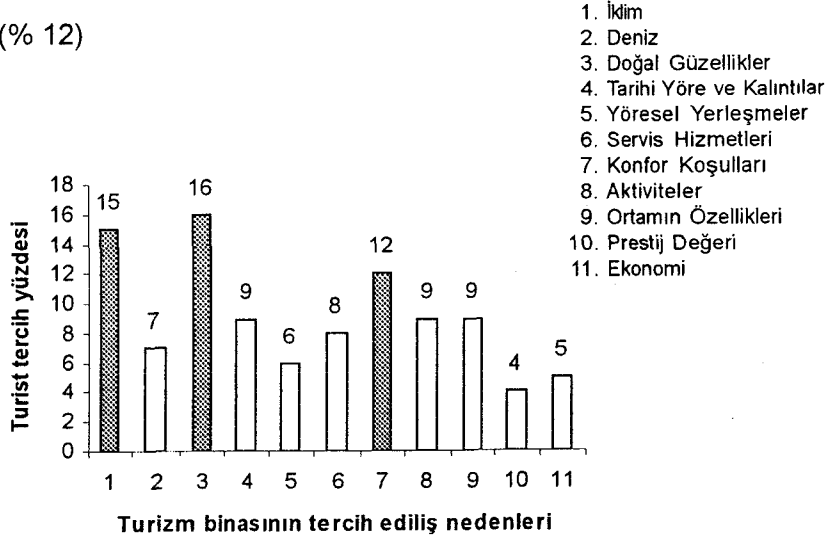
- 1- İklim (% 32)
- 2- Deniz (% 16)
- 3- Doğal güzellikler (% 11)
- 3- Tarihi yöre ve kalıntılara yakınlık (% 11)



Şekil 4.25. Champion Tatil Köyü'nün Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi (Kasım 1998) (Ek F.9).

Manastır Otel'i'nin tercih edilış nedenlerinin en önemli olanları şöyledir (Şekil 4.26):

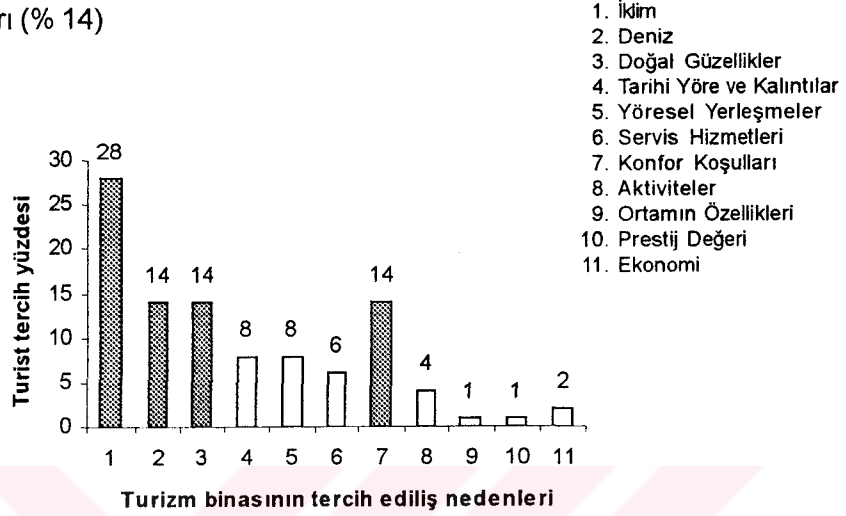
- 1-Doğal güzellikler (% 16)
- 1-İklim (% 15)
- 2-Konfor koşulları (% 12)



Şekil 4.26. Manastır Otel'i'nin Tercih Ediliş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelere Göre Belirlenmesi (Kasım 1998) (Ek F.10).

Mercure Otel'i'nin tercih edil ş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir ( ekil 4.27):

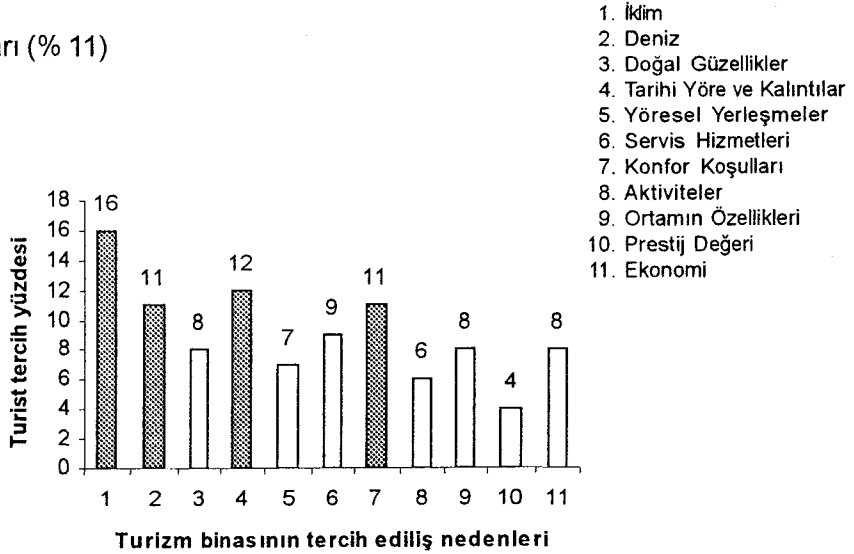
- 1- İklim (% 28)
- 2- Deniz (% 14)
- 2- Doğal güzellikler (% 14)
- 2- Konfor koşulları (% 14)



Şekil 4.27. Mercure Otel'i'nin Tercih Edil ş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelerine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.11).

Myndos Otel'i'nin tercih edil ş nedenlerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir ( ekil 4.28):

- 1- İklim (% 16)
- 2- Tarihi doku ve kalıntılara yakınlık (% 12)
- 3- Deniz (% 11)
- 3- Konfor koşulları (% 11)



Şekil 4.28. Myndos Otel'i'nin Tercih Edil ş Nedenlerinin, Turistlerin Tercih Yüzdelerine Göre Belirlenmesi (Ekim 1998) (Ek F.14).

- Binanın geleneksel mimari anlayışı sergilemesi, tarihi binalar ve sokaklar arasında yer alması, deniz manzarasına hakim olması ile yörenin ılıman iklime sahip oluşu, Marina Oteli ve Türk Evi Otelleri'nin önemli ve ortak tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır. Ayrıca, yöresel yerleşmelere yakınlık da Türk Evi Otelleri'nin önemli tercih nedenlerindendir.

- Yörenin ılıman iklime sahip oluşu, binanın doğal güzelliklerinin yoğun olduğu bir çevrede yer alması ile denizin kullanılabilirliği, Club Alda, Club Aquamarine ve Champion Tatil Köyleri'nin önemli ve ortak tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır. Ayrıca, binada yer alan aktiviteler, konfor koşulları Club Alda Tatil Köyü'nün; tarihi yöre ve kalıntılara yakınlık da Club Aquamarine ve Champion Tatil Köyleri'nin önemli tercih nedenlerindendir.

- Yörenin ikliminin ılıman oluşu, binanın deniz ve yörenin manzarasına hakim oluşu ile binanın sahip olduğu konfor koşulları Manastır Oteli'nin önemli tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır. Yörenin ikliminin ılıman oluşu ile sahip olduğu doğal güzellikler, denizin kullanılabilirliği ile binanın sunduğu konfor koşulları Mercure Oteli'nin önemli tercih edilme nedenleridir. Yörenin ikliminin ılıman oluşu ile yörede yer alan tarihi doku ve kalıntılar, denize yakınlık ile binanın sunduğu konfor koşulları Myndos Oteli'nin önemli tercih edilme nedenlerini açıklamaktadır.

• Yöre Ölçeğinde Değerlendirme

Antalya Kaleiçi'ndeki turizm binalarının en önemli tercih edilme nedenleri şunlardır (Tablo 4.8):

- Turizm binasının eski eser binaların yenilenmesi ile oluşması ve bu nedenle geleneksel mimariyi yansıtması
- Turizm binasının tarihi binalar ve sokaklar arasında yer alması
- Turizm binasının deniz manzarasına hakim olması ve bu nedenle güzel bir doğal görüntüyü sunması
- Yörenin ikliminin ılıman oluşu

Antalya-Kemer'deki turizm binalarının en önemli tercih edilme nedenleri şunlardır (Tablo 4.8)

- Yörenin ikliminin ılıman oluşu
- Turizm binasının doğal güzelliklerin yoğun olduğu çevrede yer alması
- Turizm binasının deniz kıyısında bulunuşu ve denizden yararlanabilme olanağı

Muğla-Bodrum'daki turizm binalarının en önemli tercih edilme nedenleri şunlardır (Tablo 4.8)

- Yörenin ikliminin ılıman oluşu
- Turizm binasının doğal güzelliklerin yoğun olduğu çevrede yer alması
- Denizden yararlanabilme olanağı
- Çevredeki tarihi doku ve kalıntılar
- Turizm binasının sunduğu konfor koşulları

Tablo 4.8. Turizm Binasının Tercih Ediliş Nedenlerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması (1998).

Turizm binasının tercih ediliş nedenleri	Önem Dereceleri (1: 1. Derece önemli)							
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer			Muğla Bodrum		
	Marina Oteli	Türk Evi Otelleri	Club Alda	Club Aquamarine	Champion Tatil Köyü	Manastır Oteli	Mercure Otel	Myndos Otel
İklim	3	2	1	1	1	1	1	1
Deniz		3	2	3	2		2	3
Doğal Güzellikler	2	2	1	2	3	1	2	3
Tarihi Yöre ve Kalıntılar	1	1		3		3		2
Yöresel Yerleşmeler		3						
Servis Hizmetleri			3					3
Konfor Koşulları			3			2	3	3
Aktiviteler			2			3		
Ortamın Özellikleri			3			3		3
Prestij Değeri								
Ekonomi								

Marina Oteli, Türk Evi Otelleri, Aquamarine ve Champion Tatil Köyleri'nde yapılan alan çalışması sonucunda, turizm binalarının tercihinde, yörenin genel niteliklerinin binanın özelliklerinden daha etkili olduğu; Club Alda Tatil Köyü, Manastır, Mercure ve Myndos Otelleri'nde yapılan alan çalışması sonucunda ise, turizm binalarının tercihinde yöreye ait genel niteliklerin ağırlıklı olması yanısıra, binanın özelliklerinin de etkili olduğu görülmektedir.

Marina ve Mercure otelleri ile Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan alan çalışmasında, yerli-yabancı turiste göre, turizm binalarının tercihinde etkili olan faktörlerin karşılaştırılması yapılabilmekte olup (Ek F.71); yerli ve yabancı turistlerin tercih etme nedenlerinin birbirleriyle benzer ve yöre ölçeğindeki değerlendirmeye yakın ilişkili olduğu söylenebilir. Ancak, turizm binasının denizle olan ilişkisine, yerli turistin önem verdiği, yabancı turist ise, üzerinde durmadığı gözlenmektedir.

Akdeniz Bölgesi'ndeki tatil köyünde yapılan, yerli ve yabancı turistlerin turizm binasını tercihinde etkili olan kriterleri belirlemeye yönelik diğer bir araştırmanın sonuçları da şöyle sıralanabilir (Tablo 4.9) (İnceoğlu ve diğ., 1991):

Yerli turistlere göre:

- 1- İklimin ılıman oluşu,
- 1- Denizin temiz oluşu ve kullanılabilirliği,
- 2- Doğal güzellikler,
- 2- Turizm binasında yeralan aktiviteler,
- 3- Servis hizmetlerinin iyi oluşu,
- 3- Turizm binasının sunduğu konfor koşulları.

Yabancı turistlere göre:

- 1- İklimin ılıman oluşu,
- 2- Tarihi yöre ve kalıntılara yakın oluşu,
- 3- Denizin temiz oluşu ve kullanılabilirliği,
- 4- Çevredeki yerleşmeler,
- 4- Servis hizmetlerinin iyi oluşu,
- 4- Turizm binasında yeralan aktiviteler.

Diğer araştırmanın sonuçları, yerli ve yabancı turistlerin, turizm binasını tercihindeki öncelikli faktörlerin ağırlıklı olarak yöreye ait genel niteliklerden oluştuğunu, bunların yanısıra binanın özelliklerinin de etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.9. Turistlerin, Turizm Binasını Tercih Ediş Nedenlerinin Belirlenmesi
(İnceoğlu ve diğ., 1991).

Turistlerin, tatillerini bulundukları tatil köylerinde geçirmelerinin sebepleri	Yerli turistler							Yabancı turistler						
	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	Önem derecesi
İklim	6	3	3	2	4		1	7	4	1		3		1
Denizin temiz oluşu	7	3	2	3	1	4	1	4	3	2			1	3
Doğal güzellikler	4	6	3	2	1	3	2	1						
Tarihi yöre ve kalıntıların oluşu		2	1	1	2	2		5	5	2			1	2
Çevredeki yerleşmeler	1			1	3			1	3	3	1	1		4
Servis hizmetlerinin iyi oluşu	1	6	5	4		4	3	1	3	3		2		4
Konfor koşulları	4	2	4			1	3		1	4	3	1	2	
Aktiviteler	5	4	4	3	2		2	1	4	1	5			4
Sakin, dinlenme ortamı	1	1	4	6	4			2		3	1	2	1	

- Bir binanın tercih edilmesinde etkili olan kriterler; binanın özellikleri kapsamında, binanın bulunduğu çevrenin genel nitelikleri ve binaya ait özellikler olarak; bireysel özellikler kapsamında ise, bireyin çevreyi algılama sistemi, kişilik özellikleri, sosyo-kültürel yapısı ile seyahat deneyimleri ile ilişkili olarak belirlenmektedir.

4.3.2. Turizm Yörelerinin Kimliğine İlişkin Kullanıcı Yorumları

• Bina Ölçeğinde Değerlendirme

Marina Oteli'nde yapılan araştırmaya göre, Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.29):

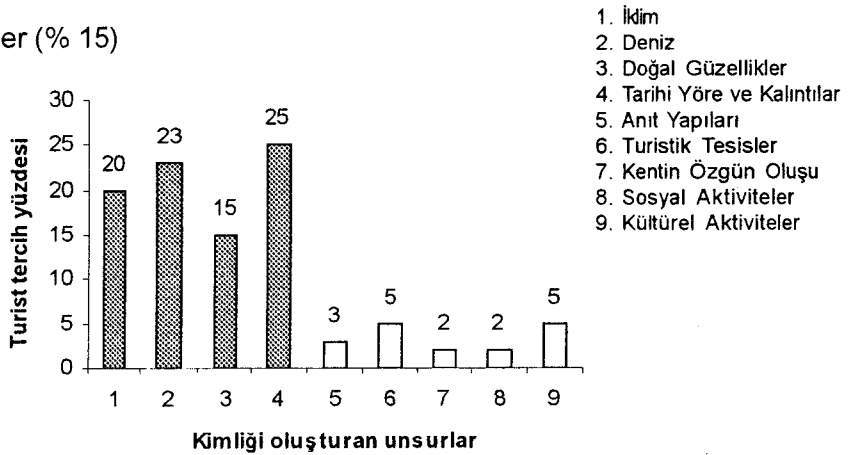
- 1- Tarihi yöre ve kalıntılar (% 21)
- 2- Doğal güzellikler (% 19)
- 3- Deniz (% 14)
- 4- İklim (% 11)
- 4- Anıt yapıları (% 11)



Şekil 4.29. Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Marina Oteli'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.15).

Türk Evi Otelleri'nde yapılan araştırmaya göre, Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.30):

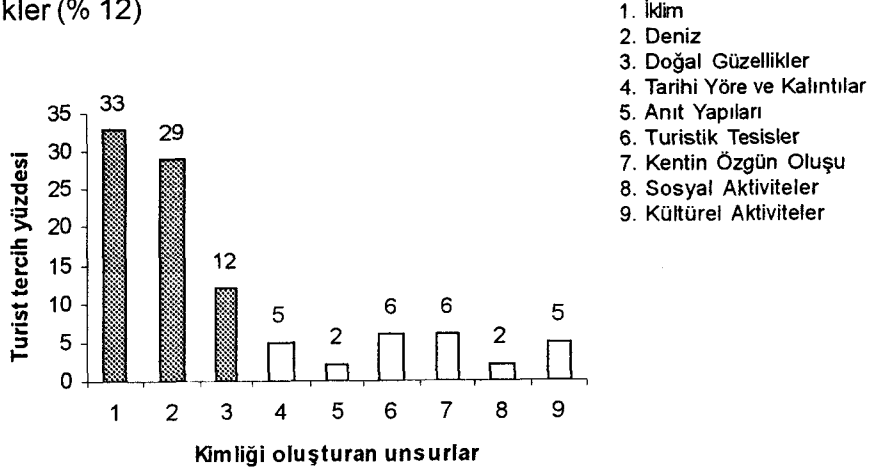
- 1- Tarihi yöre ve kalıntılar (% 25)
- 2- Deniz (% 23)
- 3- İklim (% 20)
- 4- Doğal güzellikler (% 15)



Şekil 4.30. Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Türk Evi Otelleri'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.18).

Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, Antalya-Kemer Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.31):

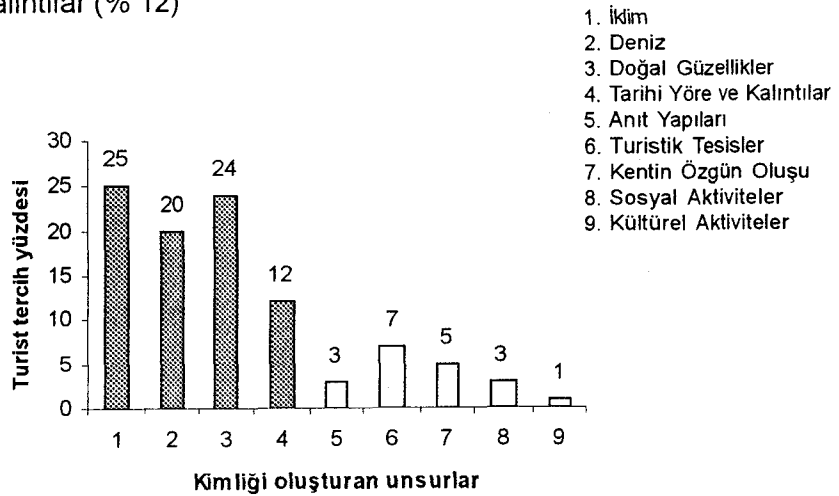
- 1- İklim (% 33)
- 2- Deniz (% 29)
- 3- Doğal güzellikler (% 12)



Şekil 4.31. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.19).

Club Aquamarine Tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, Antalya-Kemer Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.32):

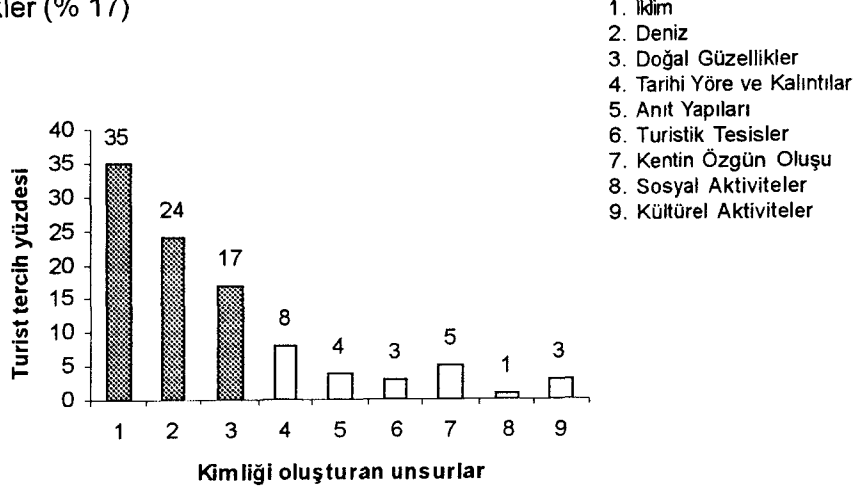
- 1- İklim (% 25)
- 2- Doğal güzellikler (% 24)
- 3- Deniz (% 20)
- 4- Tarihi yöre ve kalıntılar (% 12)



Şekil 4.32. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Club Aquamarine Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.22).

Champion Tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, Antalya-Kemer Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.33):

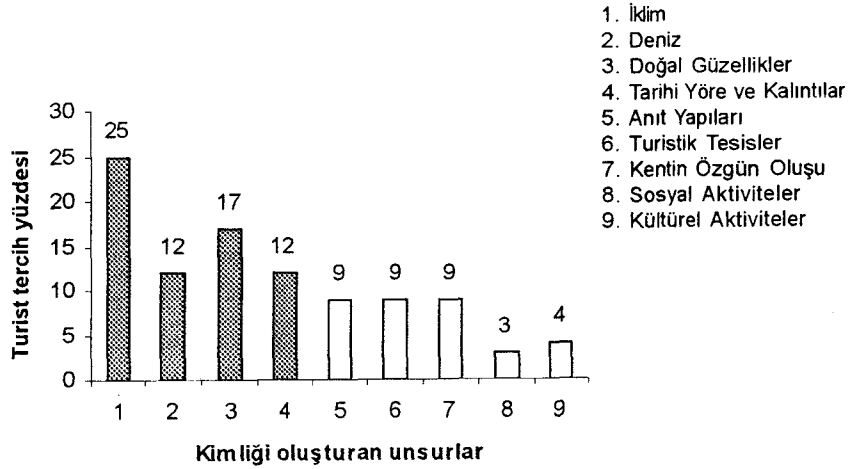
- 1- İklim (% 35)
- 2- Deniz (% 24)
- 3- Doğal güzellikler (% 17)



Şekil 4.33. Antalya-Kemer Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Champion Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Kasım 1998) (Ek F.23).

Manastır Oteli'nde yapılan araştırmaya göre, Muğla-Bodrum Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.34):

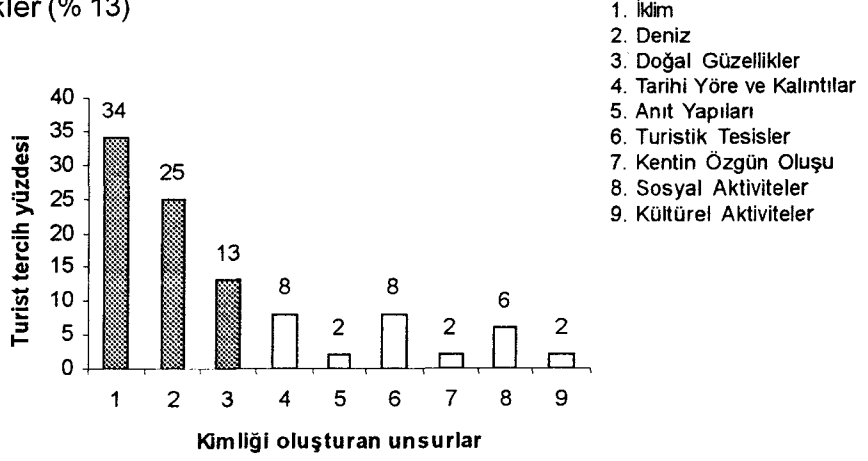
- 1- İklim (% 25)
- 2- Doğal güzellikler (% 17)
- 3- Deniz (% 12)
- 3- Tarihi doku ve kalıntılar (% 12)



Şekil 4.34. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Manastır Oteli'nde Yapılan Araştırma, Kasım 1998) (Ek F.24).

Mercure Otelinde yapılan araştırmaya göre, Muğla-Bodrum Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.35)

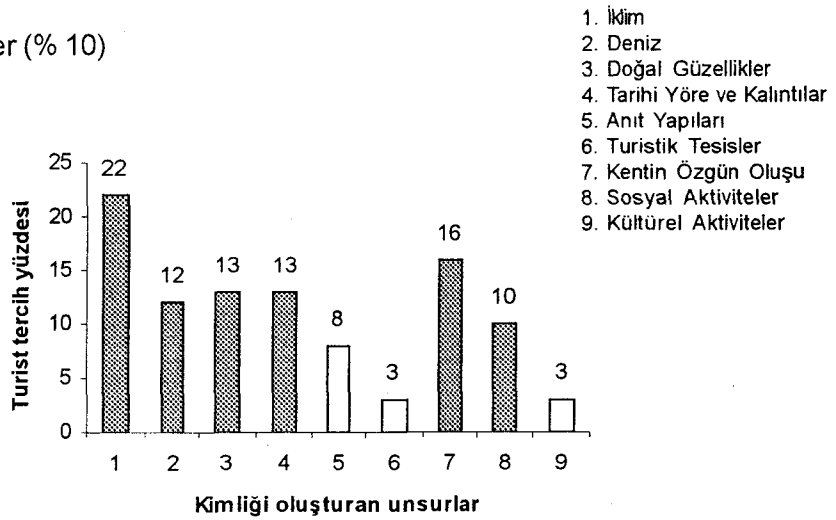
- 1- İklim (% 34)
- 2- Deniz (% 25)
- 3- Doğal güzellikler (% 13)



Şekil 4.35. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Mercure Otelinde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.25).

Myndos Otelinde yapılan araştırmaya göre, Muğla-Bodrum Yöresi'nin kimliğini oluşturan başlıca unsurlar sırasıyla şöyledir (Şekil 4.36):

- 1- İklim (% 22)
- 2- Kentin özgün oluşu (% 16)
- 3- Doğal güzellikler (% 13)
- 3- Tarihi doku ve kalıntılar (% 13)
- 4- Deniz (% 12)
- 5- Sosyal aktiviteler (% 10)



Şekil 4.36. Muğla-Bodrum Yöresi'nin Kimliğini Oluşturan Unsurların Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Myndos Otelinde Yapılan Araştırma, Ekim 1998) (Ek F.28).

• Yöre Ölçeğinde Değerlendirme

Araştırmaya göre, Antalya-Kaleiçi Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan özellikler şunlardır (Tablo 4.10):

- Tarihi çevre olması
- Deniz manzarasına hakim olması ve bu nedenle güzel bir doğal görüntüyü sunması
- Ilıman iklimi

Araştırmaya göre, Antalya-Kemer Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan özellikler şunlardır (Tablo 4.10):

- Ilıman iklimi
- Denizin kullanılabilirliği
- Doğal güzellikler

Araştırmaya göre, Muğla-Bodrum Yöresi'nin turistlere göre kimliğini oluşturan özellikler şunlardır (Tablo 4.10):

- Ilıman iklimi
- Denizin kullanılabilirliği
- Doğal güzellikler
- Tarihi doku ve kalıntıların bulunuşu

Tablo 4.10. Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer, Muğla-Bodrum Yörelerinin Kimliğini Oluşturan Unsurların Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması (1998).

Turistlere göre yörenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem Dereceleri (1: 1. Derece önemli)							
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer			Muğla Bodrum		
	Marina Otel	Türk Evi Otelleri	Club Alda	Club Aquamarine	Champion Tatil Köyü	Manastır Otel	Mercure Otel	Myndos Otel
İklim	3	1	1	1	1	1	1	1
Deniz	2	1	1	2	2	3	2	2
Doğal Güzellikler	1	2	2	1	3	2	3	2
Tarihi Yöre ve Kalıntılar	1	1		3		3		2
Anıt Yapıları	3	3						3
Turistik Tesisler		3	3				3	
Kentin Özgün Oluşu			3					2
Sosyal Aktiviteler								3
Kültürel Aktiviteler		3						

Bu araştırma sonucunda, Kaleiçi Yöresi'nin kimliğini oluşturan temel unsurların ağırlıklı olarak doğal ve yapısal çevre özelliklerinden oluştuğu; Kemer Yöresi'nin kimliğini oluşturan temel unsurların ağırlıklı olarak doğal çevre özelliklerinden oluştuğu belirlenmiştir. Bodrum Yöresi'nin kimliğini oluşturan temel unsurlar, Mercure ve Manastır Otelleri'nin kullanıcılarına göre ağırlıklı olarak doğal çevre özellikleri iken; Myndos Oteli'nin kullanıcılarına göre ise, doğal ve yapısal çevre özellikleri olarak belirlenmektedir.

Marina ve Mercure Otelleri ile Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan alan çalışmasında, yerli-yabancı turiste göre Kaleiçi, Kemer, Bodrum Yöreleri'nin kimliğini belirleyen unsurların karşılaştırması yapılabilmekte (Ek F.72); yerli ve yabancı turistlerin kimliği oluşturan unsurları belirlemesinde benzerlik olduğu ve yöre ölçeğindeki değerlendirmeye yakın ilişkili olduğu söylenebilir.

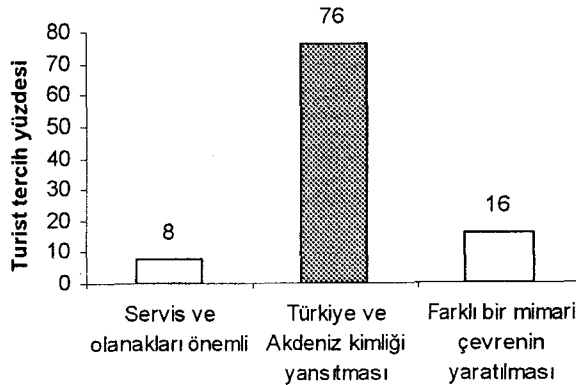
Araştırma sonucunda belirlenen, yörelerin tercih edilme nedenleri ile kimliğini oluşturan unsurlar karşılaştırıldığında; genelde aynı özellikler olduğu görülebilir. Denilebilir ki, yöreler kazandıkları kimlikleri nedeniyle turistlerin ilgilerini çekmektedir.

4.3.3. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemi Üzerine Değerlendirme

• Bina Ölçeğinde Değerlendirme

Marina Oteli'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.37)

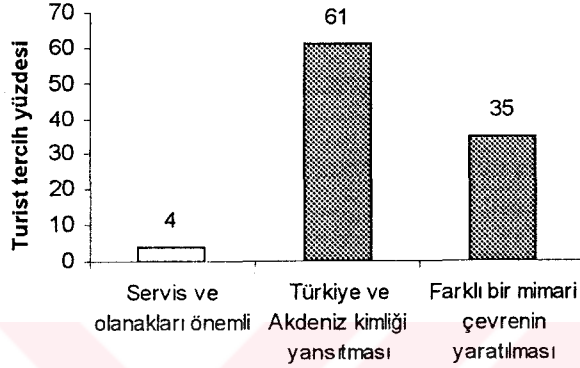
- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 76)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 16)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 8)



Şekil 4.37. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemi Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Marina Oteli'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.29)

Türk Evi Otelleri'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.38)

- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 61)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 35)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 4)



Şekil 4.38. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Türk Evi Otelleri'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.32)

Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.39)

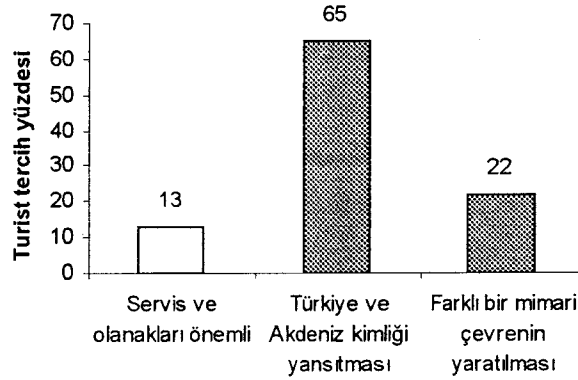
- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 48)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 36)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 16)



Şekil 4.39. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.33)

Club Aquamarine Tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.40)

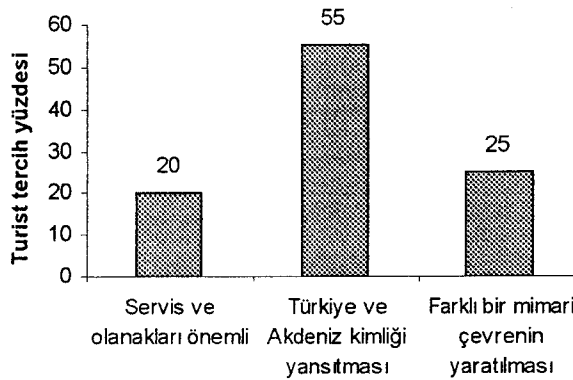
- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 65)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 22)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 13)



Şekil 4.40. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Club Aquamarine Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.36)

Champion tatil Köyü'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.41)

- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 55)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 25)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 20)



Şekil 4.41. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Champion Tatil Köyü'nde Yapılan Araştırma, Kasım 1998) (Ek F.37)

Manastır Otel'i'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.42)

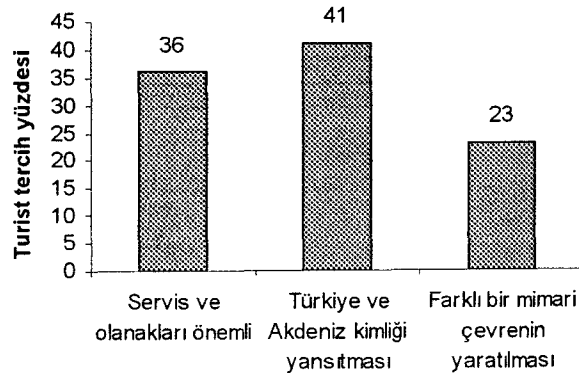
- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 78)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 11)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 11)



Şekil 4.42. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Manastır Otel'i'nde Yapılan Araştırma, Kasım 1998) (Ek F.38)

Mercure Otel'i'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine ve servis olanaklarına önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.43)

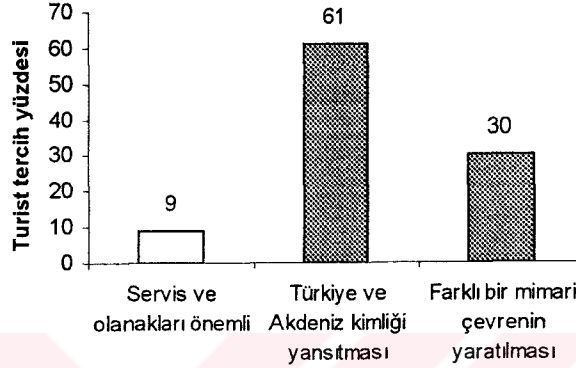
- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 41)
- 2- Servis ve olanakları önemli (% 36)
- 3- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 23)



Şekil 4.43. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Mercure Otel'i'nde Yapılan Araştırma, Eylül 1998) (Ek F.39)

Myndos Oteli'nde yapılan araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliklerine önem verdikleri görülmüştür ve öncelikleri belirleyen turist tercih yüzdeleri sırasıyla şöyledir: (Şekil 4.44)

- 1- Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli (% 61)
- 2- Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli (% 30)
- 3- Servis ve olanakları önemli (% 9)



Şekil 4.44. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Myndos Oteli'nde Yapılan Araştırma, Ekim 1998) (Ek F.42)

• Yöre Ölçeğinde Değerlendirme

Araştırmaya göre, turistlerin turizm binalarının mimari özelliğine önem verdikleri görülmüştür. Turistlerin hemen hepsinin, Akdeniz'deki turizm binalarının Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmasına birinci derecede önem verdikleri; yine turistlerin çoğunun, farklı bir mimari çevrenin yaratılmasına ikinci derecede önem verdikleri görülmüştür. Turistlerin, turizm binalarının servis ve olanaklarını üçüncü derecede değerlendirmelerinden, servis hizmetine önem vermedikleri anlamı çıkartılamaz. Çünkü, araştırma yapılan binalar birinci sınıf tatil köyleri veya dört beş yıldızlı otellerden oluşmaktadır; bu nedenle bu binaları tercih edenler zaten belirli bir servis hizmetini beklemektedir (Tablo 4.11).

Marina ve Mercure Otelleri ile Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan alan çalışmasında, yerli-yabancı turiste göre, turizm binalarının mimari özelliğine verilen önemin karşılaştırılması yapılabilmektedir (Ek F.73). Marina Oteli'nin ve Club Alda Tatil Köyü'nün yerli-yabancı kullanıcıları bu konuda aynı görüşleri paylaşmakta olup; turizm binalarının mimari özelliğini, binanın servis ve olanaklarından daha öncelikli olarak değerlendirmektedir. Mercure oteli'nin yerli-yabancı kullanıcıları, bu konuda farklı görüşleri paylaşmakta olup; yerli turist için binanın servis ve olanakları öncelikli iken, yabancı turist için turizm binalarının mimari özelliği öncelikli olabilmektedir.

Tablo 4.11. Turizm Binalarının Mimari Özelliğinin Önemli Olup-Olmadığının Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması. (Eylül 1998)

Turizm binalarının mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem dereceleri (1: 1. derece önemli)							
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer			Muğla Bodrum		
	Marina Oteli	Türk Evi Otelleri	Club Alda	Club Aquamarine	Champion Tatil Köyü	Manastır Oteli	Mercure Oteli	Myndos Oteli
Servis ve olanakları önemli	3	3	3	3	2	2	2	3
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmaması önemli	1	1	1	1	1	1	1	1
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	2	2	2	2	2	3	2

Akdeniz Bölgesi'ndeki tatil köyünde, yerli ve yabancı turistlerin turizm binalarının mimari özelliğine verdiği önemin belirlenmesine yönelik olarak yapılan diğer bir araştırmanın sonucunda da; turistlerin, turizm binalarının mimari özelliğini, binanın servis ve olanaklarından daha öncelikli olarak değerlendirdiği görülmektedir. (Tablo 4.12) (İnceoğlu ve diğ., 1991)

Tablo 4.12. Turistlerin, Turizm Binalarının Mimari Özelliğine Verdikleri Önemin Belirlenmesi (İnceoğlu ve diğ., 1991)

Turistlerin, tatil köylerinin mimari özelliğine verdikleri önemin belirlenmesi	Yerli turistler		Yabancı turistler	
	Tercih sayısı	Önem derecesi	Tercih sayısı	Önem derecesi
Binaların form ve görünüşleri önemli değil	3	2	4	3
Yöresel imajın hissetirilmesi önemli	15	1	20	1
Farklı bir çevrenin yaratılmış olması önemli	14	1	7	2

- 1991 ve 1998 yıllarında yapılan iki farklı alan çalışmasının belirgin ortak sonucunun, turizm binalarının tasarımında yöresel imajın yansıtılmasının önemi olduğu söylenebilir. Turizm binalarında yöresel imajın oluşturulması, kullanıcıların algısal-zihinsel bir

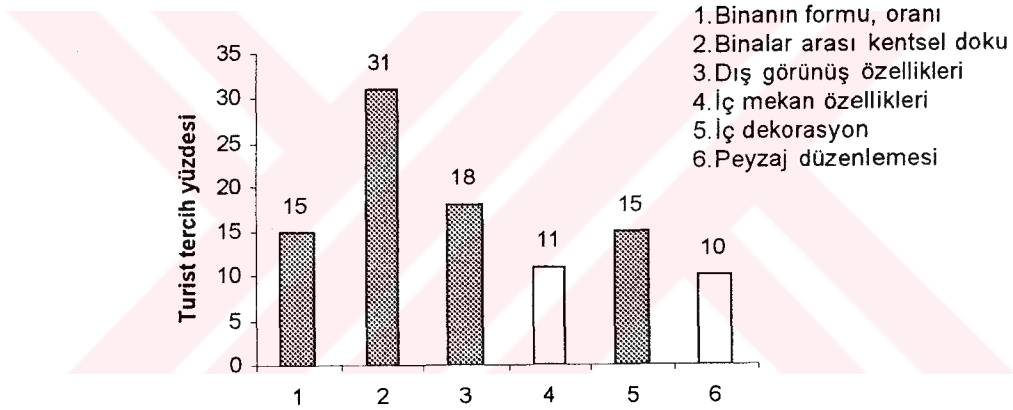
gereksinimi olmakla beraber; yöresel tasarım ilkelerine uygun bir planlamanın, ayrıca, -binanın çevresiyle organik, ekolojik dengesinin ve semiyotik ilişkisinin kurulması, yöre halkının kültürel gelişimi- (Sancar, 1991) gibi konuların çözümüne yönlendirilmesi bakımından da ilginç ve önemlidir.

4.3.4. Turizm Binalarının Etkin Mimari Özelliklerinin Belirlenmesi

• Bina Ölçeğinde Değerlendirme

Marina Otel'i'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.45):

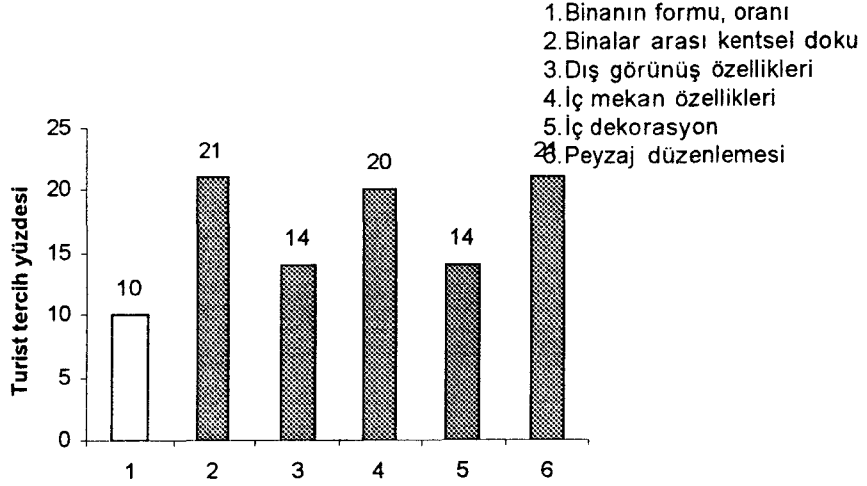
- 1- Binalar arası kentsel doku (% 31)
- 2- Dış görünüş özellikleri (% 18)
- 3- Binanın formu, oranı (% 15)
- 3- İç dekorasyon (% 15)



Şekil 4.45. Marina Otel'i'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.43).

Türk Evi Otelleri'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.46):

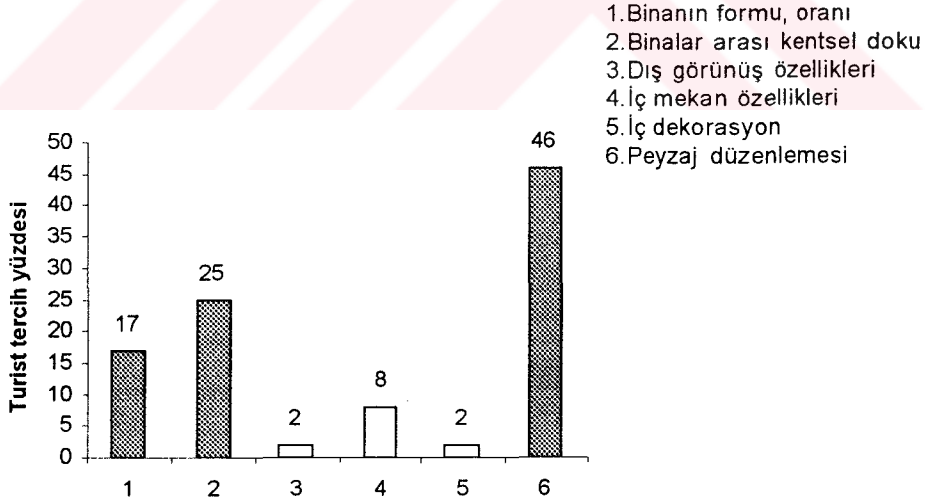
- 1- Binalar arası kentsel doku (% 21)
- 1- Peyzaj düzenlemesi (% 21)
- 1- İç mekan özellikleri (% 20)
- 2- Dış görünüş özellikleri (% 14)
- 2- İç dekorasyon (% 14)



Şekil 4.46. Türk Evi Otelleri'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.46).

Club Alda Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.47):

- 1- Peyzaj düzenlemesi (% 46)
- 2- Binalar arası kentsel doku (% 25)
- 3- Binanın formu, oranı (% 17)

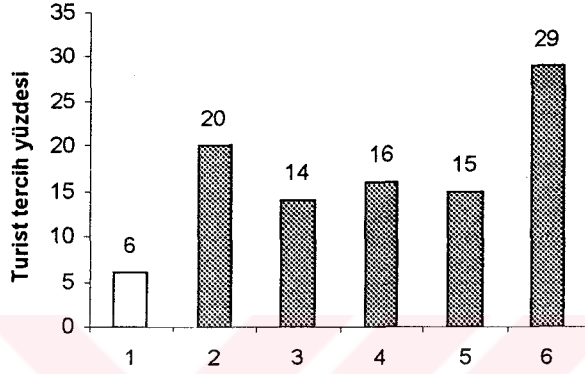


Şekil 4.47. Club Alda Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.47).

Club Aquamarine Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.48):

- 1- Peyzaj düzenlemesi (% 29)
- 2- Binalar arası kentsel doku (% 20)
- 3- İç mekan özellikleri (% 16)
- 3- İç dekorasyon (% 15)
- 3- Dış görünüş özellikleri (% 14)

- 1. Binanın formu, oranı
- 2. Binalar arası kentsel doku
- 3. Dış görünüş özellikleri
- 4. İç mekan özellikleri
- 5. İç dekorasyon
- 6. Peyzaj düzenlemesi

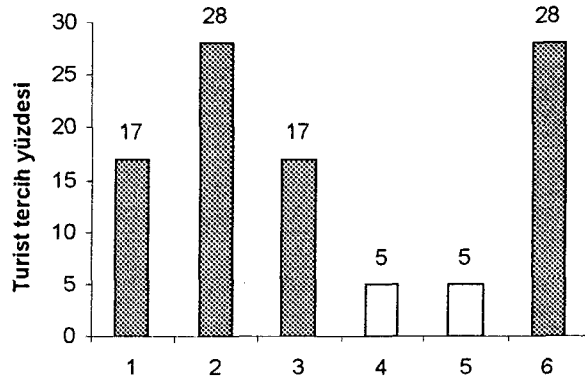


Şekil 4.48. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.50).

Champion Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.49):

- 1- Binalar arası kentsel doku (% 28)
- 1- Peyzaj düzenlemesi (% 28)
- 2- Binanın formu, oranı (% 17)
- 2- Dış görünüş özellikleri (% 17)

- 1. Binanın formu, oranı
- 2. Binalar arası kentsel doku
- 3. Dış görünüş özellikleri
- 4. İç mekan özellikleri
- 5. İç dekorasyon
- 6. Peyzaj düzenlemesi



Şekil 4.49. Champion Tatil Köyü'nün Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Kasım 1998) (Ek F.51).

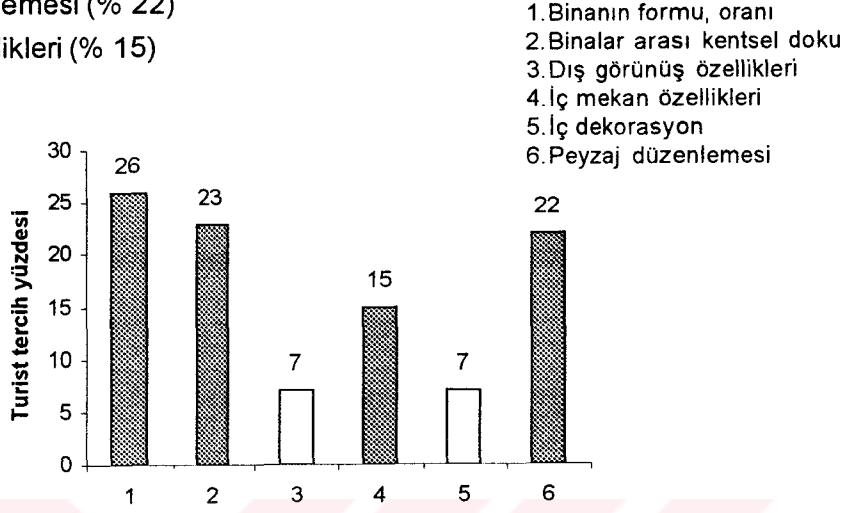
Manastır Oteli'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.50):

1- Binanın formu, oranı (% 26)

2- Binalar arası kentsel doku (% 23)

2- Peyzaj düzenlemesi (% 22)

3- İç mekan özellikleri (% 15)



Şekil 4.50. Manastır Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Kasım 1998) (Ek F.52).

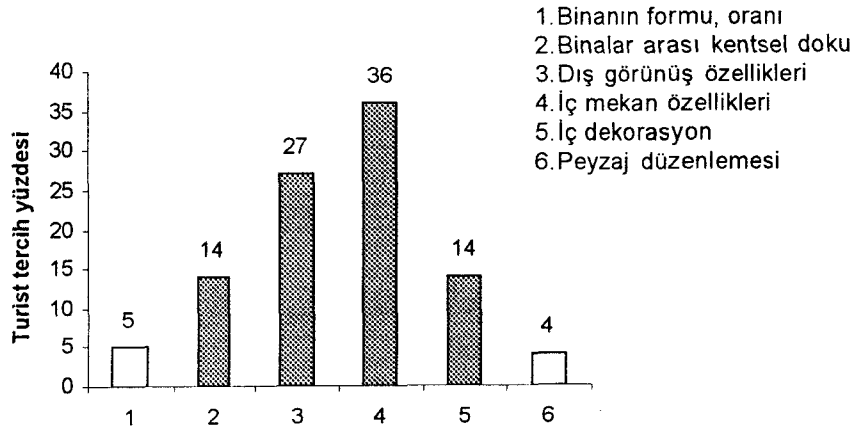
Mercure Oteli'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.51):

1- İç mekan özellikleri (% 36)

2- Dış görünüş özellikleri (% 27)

3- Binalar arası kentsel doku (% 14)

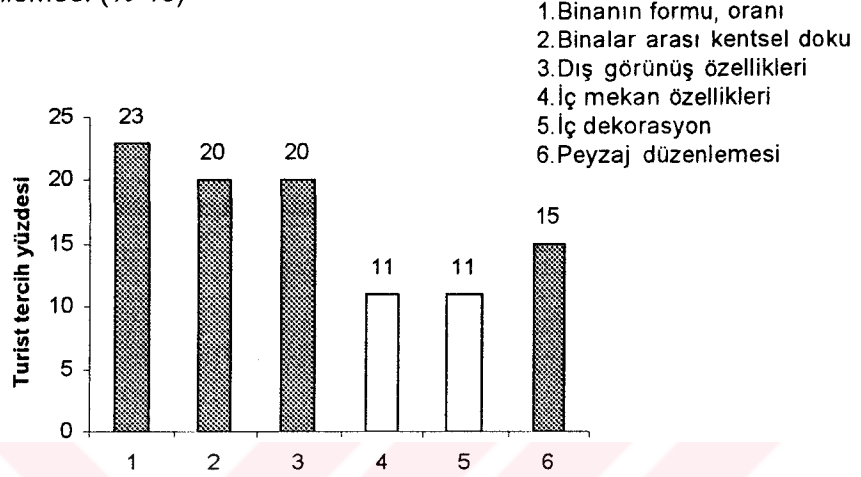
3- İç dekorasyon (% 14)



Şekil 4.51. Mercure Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Eylül 1998) (Ek F.53).

Myndos Oteli'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin en önemli olanları sırasıyla şöyledir (Şekil 4.52):

- 1- Binanın formu, oranı (% 23)
- 2- Binalar arası kentsel doku (% 20)
- 2- Dış görünüş özellikleri (% 20)
- 3- Peyzaj düzenlemesi (% 15)



Şekil 4.51. Myndos Oteli'nin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Turist Tercih Yüzdesine Göre Belirlenmesi (Ekim 1998) (Ek F.56).

• Yöre Ölçeğinde Değerlendirme

Yapılan araştırmaya göre, turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler, bulunduğu yöreye ve turizm yapısına göre değişkenlik göstermektedir. (Tablo 4.13)

Binalar ve sokaklar arasındaki ilişkiyi yansıtan kentsel doku ve geleneksel mimari anlayışı sergileyen bina cepheleri, Antalya Kaleiçi'nin belirgin karakterini oluşturmaktadır; dolayısıyla bu ortamı yaşayan kullanıcılar için bu özellikler, zihinde kalıcı nitelik oluşturmaktadır. Ayrıca, bu yöredeki turizm binalarının iç dekorasyon özellikleri de ilgi çekici olabilmektedir.

Antalya Kemer'deki turizm binalarının çoğunun tatil köyü biçiminde olması nedeniyle, binaların birbirleriyle ilişkisi, binalar arasındaki sokak-avlu-meydan ile açık alanların peyzaj düzenlenmesi önem kazanmaktadır; dolayısıyla bu ortamı yaşayan kullanıcılar için bu özellikler, zihinde kalıcı etkiler yaratabilmektedir.

Muğla Bodrum'daki turizm binaları, biçim ve oranları, dış görünüşleri ve binalar arasındaki ilişkileri ile yöresel mimari anlayışın devamı niteliğini taşımaktadır; dolayısıyla bu ortamın kullanıcıları için bu özellikler, zihinde kalıcı etkiler oluşturabilmektedir. Ayrıca, bu yöredeki turizm binalarının iç mekan özellikleri de kullanıcıların ilgisini çekmektedir.

Tablo 4.13. Turistik Tesislerin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari Özelliklerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması (1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem dereceleri (1: 1. derece önemli)							
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer			Muğla Bodrum		
	Marina Oteli	Türk Evi Otelleri	Club Alda	Club Aquamarine	Champion Tatil Köyü	Manastır Oteli	Mercure Oteli	Myndos Oteli
Binanın formu, oranı	2	3	3		2	1		1
Binalar arası kentsel doku	1	1	2	2	1	1	3	1
Dış görünüş özellikleri	2	2			2	3	2	1
İç mekan özellikleri	3	1		3	3	2	1	3
İç dekorasyon	2	2		3	3	3	3	3
Peyzaj düzenlemesi	3	1	1	1	1	1		2

Bu araştırma sonucunda, turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerin, yörelerin sahip olduğu doğal, tarihi veya yöresel çevre özellikleriyle ağırlıklı olarak ilişkili olduğu görülmektedir.

Marina ve Mercure Otelleri ile Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan alan çalışmasında, yerli-yabancı turiste göre, bulunduğu turizm binasının zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin karşılaştırması yapılabilmektedir. (Ek F.74) Yerli ve yabancı turistlerin binaya ait zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin birbirleriyle benzer ve yöre ölçeğindeki değerlendirmeyle yakın ilişkili olduğu söylenebilir.

Bireyin zihninde, bina ve çevresine ilişkin olarak, direkt bir nesneye dayalı olarak oluşan imajlar olduğu gibi; ortamın etkilemesi ile oluşan duygusal ağırlıklı imajlar da mevcuttur. 4.3.6. bölümündeki alan çalışmasında, duygusal ağırlıklı imaja ilişkin örnekler yer almaktadır.

4.3.5. Turizm Binaları ve Çevresine İlişkin Kullanıcı Yorumları

• Bina Ölçeğinde Değerlendirme

Kullanıcılar, Marina Otel'i'ni aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde çok iyi ve iyi olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.14)

Bu değerlendirme tablosu, % 50'si Türk, % 50'si yabancı uyruklu; % 55'i bayan, % 45'i bay; % 9'u 15-20, % 32'si 21-30, % 28'i 31-40, % 13'ü 41-50, % 18'i 51-60 yaş grubu; % 9'unun ortaokul, % 22'sinin lise, % 69'unun yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır (Tablo 4.2)

Tablo 4.14. Marina Otel'i'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Eylül 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)
İYİ PLANLANMIŞ ⇨					
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇨					
ANLAMLI ⇨					
ÖZGÜN ⇨					
GÜZEL ⇨					
HOŞ ⇨					
SAKİN ⇨					
DÜZENLİ ⇨					
KULLANIŞLI ⇨					
SAĞLIKLI ⇨					
⇨ İYİ PLANLANMAMIŞ					
⇨ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ					
⇨ ANLAMSIZ					
⇨ SIRADAN					
⇨ ÇİRKİN					
⇨ SIKICI					
⇨ GÜRÜLTÜLÜ					
⇨ DÜZENSİZ					
⇨ KULLANIŞSIZ					
⇨ SAĞLIKLISIZ					

Kullanıcılar, Türk Evi otelleri'ni aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi ve orta olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.15)

Bu değerlendirme tablosu, % 20'si Türk, % 80'i yabancı uyruklu; % 58'i bayan, % 42'i bay; % 20'si 15-20, % 25'i 21-30, % 25'i 31-40, % 20'i 41-50, % 10'u 51-60 yaş grubu; % 5'i ilkokul, % 11'i ortaokul, % 5'i lise, % 79'u yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır (Tablo 4.2)

Tablo 4.15. Türk Evi Otelleri'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Eylül 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐						⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐						⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐						⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐						⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐						⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐						⇒ SIKICI
SAKİN ⇐						⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐						⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐						⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐						⇒ SAĞLIKLISIZ

Kullanıcılar, Club Alda Tatil Köyü'nü aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi, çok iyi, orta olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.16)

Bu değerlendirme tablosu, % 52'si Türk, % 48'i yabancı uyruklu; % 43'ü bayan, % 57'i bay; % 13'ü 15-20, % 44'ü 21-30, % 35'i 31-40, % 4'ü 41-50, % 4'ü 51-60 yaş grubu; % 13'ü ortaokul, % 46'sı lise, % 41'i yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır (Tablo 4.2)

Tablo 4.16. Club Alda Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Eylül 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐						⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐						⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐						⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐						⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐						⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐						⇒ SIKICI
SAKİN ⇐						⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐						⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐						⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐						⇒ SAĞLIKLISIZ

Kullanıcılar, Club Aquamarine Tatil Köyü'nü aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi ve çok iyi olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.17)

Bu değerlendirme tablosu, % 91'i Türk, % 9'u yabancı uyruklu; % 53'ü bayan, % 47'i bay; % 14'ü 15-20, % 53'ü 21-30, % 29'u 31-40, % 4'ü 41-50 yaş grubu; % 28'i lise, % 72'si yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır (Tablo 4.2)

Tablo 4.17. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Eylül 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)
İYİ PLANLANMIŞ ⇐					
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐					
ANLAMLI ⇐					
ÖZGÜN ⇐					
GÜZEL ⇐					
HOŞ ⇐					
SAKİN ⇐					
DÜZENLİ ⇐					
KULLANIŞLI ⇐					
SAĞLIKLI ⇐					
⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ					
⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ					
⇒ ANLAMSIZ					
⇒ SIRADAN					
⇒ ÇİRKİN					
⇒ SIKICI					
⇒ GÜRÜLTÜLÜ					
⇒ DÜZENSİZ					
⇒ KULLANIŞSIZ					
⇒ SAĞLIKLISIZ					

Kullanıcılar, Champion Tatil Köyü'nü aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde çok iyi, iyi ve orta olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.18)

Bu değerlendirme tablosu, % 22'si Türk, % 78'i yabancı uyruklu; % 36'ı bayan, % 64'ü bay; % 17'si 15-20, % 22'si 21-30, % 22'i 31-40, % 4'ü 41-50, % 31'i 51-60, % 4'ü 61-70 yaş grubu; % 13'ü ortaokul, % 41'i lise, % 46'sı yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır (Tablo 4.2)

Kullanıcılar, Manastır Oteli'ni aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi, çok iyi, orta olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.19)

Bu değerlendirme tablosu, % 74'ü Türk, % 26'sı yabancı uyruklu; % 34'ü bayan, % 66'sı bay; % 59'u 21-30, % 13'ü 31-40, % 18'i 41-50, % 7'si 51-60, % 3'ü 61-70 yaş grubu; % 6'sı ilkokul, % 6'sı ortaokul, % 12'si lise, % 76'sı yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır. (Tablo 4.2)

Tablo 4.18. Champion Tatil Köyü'nün Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Kasım 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐						⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐						⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐						⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐						⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐						⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐						⇒ SIKICI
SAKİN ⇐						⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐						⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐						⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐						⇒ SAĞLIKLISIZ

Tablo 4.19. Manastır Otel'i'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Kasım 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐						⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐						⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐						⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐						⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐						⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐						⇒ SIKICI
SAKİN ⇐						⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐						⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐						⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐						⇒ SAĞLIKLISIZ

Kullanıcılar, Mercure Otel'i'ni aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi ve çok iyi, olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.20)

Bu değerlendirme tablosu, % 41'i Türk, % 59'u yabancı uyruklu; % 45'i bayan, % 55'i bay; % 31'i 21-30, % 37'si 31-40, % 23'ü 41-50, % 9'u 51-60 yaş grubu; % 50'si lise, % 50'si yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır. (Tablo 4.2)

Tablo 4.20. Mercure Otel'i'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Eylül 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐	■	■				⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐	■	■				⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐	■	■				⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐	■	■				⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐	■	■				⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐	■	■				⇒ SIKICI
SAKİN ⇐	■	■				⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐	■	■				⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐	■	■				⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐	■	■				⇒ SAĞLIKLISIZ

Kullanıcılar, Myndos Otel'i'ni aşağıda belirlenen özellikleri bakımından genelde iyi, çok iyi ve orta olarak değerlendirmektedir. (Tablo 4.21)

Bu değerlendirme tablosu, % 33'ü Türk, % 67'i yabancı uyruklu; % 48'i bayan, % 52'si bay, % 63'ü 21-30, % 7'i 31-40, % 16'sı 41-50, % 7'si 51-60, % 7'si 61-70 yaş grubu; % 4'ü ortaokul, % 40'ı lise, % 56'sı yüksek okul mezunundan oluşan kullanıcı grubunun görüşlerini yansıtmaktadır. (Tablo 4.2)

Tablo 4.21. Myndos Otel'i'nin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi (Ekim 1998)

	ÇOK İYİ (5)	İYİ (4)	ORTA (3)	KÖTÜ (2)	ÇOK KÖTÜ (1)	
İYİ PLANLANMIŞ ⇐	■	■				⇒ İYİ PLANLANMAMIŞ
ÇEVRESİYLE UYUMLU ⇐	■	■				⇒ ÇEVRESİYLE UYUMSUZ
ANLAMLI ⇐	■	■	■			⇒ ANLAMSIZ
ÖZGÜN ⇐	■	■	■			⇒ SIRADAN
GÜZEL ⇐	■	■	■			⇒ ÇİRKİN
HOŞ ⇐	■	■	■			⇒ SIKICI
SAKİN ⇐	■	■	■			⇒ GÜRÜLTÜLÜ
DÜZENLİ ⇐	■	■	■			⇒ DÜZENSİZ
KULLANIŞLI ⇐	■	■	■			⇒ KULLANIŞSIZ
SAĞLIKLI ⇐	■	■	■			⇒ SAĞLIKLISIZ

- Marina ve Mercure Otelleri ile Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan alan çalışmasında, yerli-yabancı turiste göre, turizm binalarının değerlendirilmesine ait karşılaştırma yapılabilmekte olup (Ek F.58-F.59-F.68-F.69-F.62-F.63); yerli ve yabancı turistlerin turizm binasını değerlendirmelerinin birbirleriyle ve genel değerlendirme tablosu ile benzer sonuçlar verdiği görülmektedir.

- Bütün turizm binalarını değerlendirenlerin aynı kişiler olmaması, yani kişilerin eğitim, kültür ve yaş gibi farklılıkları nedeniyle; turizm binalarının turistler tarafından değerlendirilmesi sadece yaklaşık bir durumu göstermekte olup, bir tesisin diğer tesisten üstünlüğünü belirtmemektedir.

- Binayı yorumlama ve anlamlandırma, okurun amacı ve niteliği kadar, bina ile kurulan ilişki düzeyi ve düzlemine de bağlıdır. Yani sıradan okuyucu için, cepheyi ve dış biçimlenmeyi çözümlmek çoğu kez boşluğu çözümlmekten daha kolaydır. Oysa ki, daha üst düzey okuma ve anlamlandırma için boşlukların yaşanması ve okunması gerekmektedir. Ayrıca, mimari ürüne yönelik okuma ve yorumlamalar, tasarım bilinci, estetik duyarlılık ve giderek çevre bilincini oluşturan bir eğitim ortamının önemli bir parçasıdır. (Ulus-Uraz, 1999)

- Çevresel tercih ve beğenilerin, birey veya birey gruplarına göre çok farklı olabilmesi; tüm bireyleri optimum olarak tatmin edebilen mimari çevrelerin oluşturulabilmesi konusundaki güçlüğü ve önemi göstermektedir. Bu nedenle, farklı olanak ve seçeneklerin yaratılması önem kazanmaktadır.

4.3.6. Turizm Binalarında Mimarın Kullandığı Tasarım İlkeleri, Oluşturduğu Anlam-İmaj ve Bu Konudaki Kullanıcı Yorumları

- Marina Otel'i'nin tasarımında, mimar, dört eski eserin orijinal durumuna uygun olarak yenilenmesine özen göstererek, tarihi çevrenin özelliklerini korumayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak Roma-Türk mimari sentezini (yani Akdeniz sentezini) sunan kemer ve sütunlar kullanılmıştır. Türk ve Akdeniz motiflerini taşıyan yöreye özgün bir örnek oluşturarak imaj yaratılmaya çalışılmıştır. (İspahani, 1998) Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

- Türk Evi Otelleri'nin tasarımında, mimar, Türk Evleri'nin özelliklerini yansıtacak bir yapı oluşturarak, tarihi çevreye uyum sağlamayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak, geleneksel Türk evlerini yansıtacak simgeler kullanılarak otantik bir ortam oluşturulmaya çalışılmıştır. Geleneksel Türk evleri atmosferini sunan bu ortam ile geçmişi çağrıştıran bir imaj oluşturabilmek istenilmiştir. (Nazik, 1998) Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Türk Evi Otelleri'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir: (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.1)

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Çevreye uyum	9/34
1. Kendine özgülük	9/34
2. Sadelik	6/34
2. Akdeniz kimliği	6/34
3. Düzen	3/34

Türk Evi Otelleri'nin çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.1)

<u>Kriterler</u>	<u>Metaforun Tipi</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Geleneksel Türk mimarisi	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	8/13
2. Tarihi bir mekan	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	2/13
2. Küçük bir müze	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	2/13

Türk Evi Otel'i'nin imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.1):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Dinlenmek için ideal bir ortam	8/12
2. Otantik bir anlayış	2/12

Mimar, binada geleneksel Türk Evleri'ni yansıtacak simgeler kullanarak anlam ve imaj oluşturmayı amaçlamış olup; kullanıcıların çoğu, bu anlamı aynen veya yaklaşık olarak, bu imajı ise biraz farklı olarak; kullanıcıların çok azı ise bu anlamı biraz farklı, imajı ise yaklaşık olarak algılamaktadır. Ayrıca, kullanıcılar, mimarın geleneksel çevreye uyum sağlama amacının da farkındadır.

- Club Alda Tatil Köyü'nün tasarımında, mimar, yapısal çevre öğelerinin kullanımı yanısıra sınırlılık, esneklik, çelişki gibi kavramları ön plana çıkartarak karşıtların birliği ilkesini oluşturmayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak, bireylere ev simgesini anımsatan çatı örtüsü yoğun olarak kullanılmıştır. Yer düzlemine konan göçmen kuş dizisini çağrıştıracak bir yerleşim biçimiyle imaj oluşturmak istenilmiştir. (Aksoy, 1998) Mimar, yapıda yapısal çevre özelliklerine dayalı metafor ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

- Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tasarımı, mimar, doğal çevre verilerini korumayı ve bunlarla uyumlu bir yapı oluşturmayı amaçlamıştır. Tasarımda, Anadolu'ya özgü elemanlar ve motifler, tarihi yerleşimlerden biri olan Likyalı'ların kullandığı biçimler metafor olarak kullanılmıştır. Bu metaforlar, kullanıcıları düşündürebilmek amacıyla seçilmiştir. Yapının imajını ise, mimarın bilimsel ve sanatsal yorumu yansıtmaktadır. (Özer, 1998) Mimar, yapıda yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar ve imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Aquamarine Tatil Köyü'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.2):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Çevreye uyum	6/18
1. Akdeniz kimliği	5/18
2. Düzen	4/18
2. Kendine özgülük	3/18

Aquamarine Tatil Köyü'nün çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.2):

<u>Kriterler</u>	<u>Metaforun Tipi</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal çevre ile uyumlu	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	5/10
2. Eski medeniyetler	Yapay çevre verilerine ilişkin metafor	3/10
3. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/10

Aquamarine Tatil Köyü'nün imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.2):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal çevre ile uyumlu	3/6
1. Huzur verici ortam	3/6

Mimarın, doğal çevre ile uyumlu yapı oluşturma amacı, kullanıcıların dikkatini çekmektedir. Mimar, yapıda Anadolu'ya ve eski medeniyetlere ait simgeler kullanmış olup, kullanıcıların birçoğu bu anlamları aynen; bazıları ise farklı olarak algılamaktadır.

- Champion Tatil Köyü'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.3):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Düzen	14/66
1. Sadelik	14/66
1. Çevreye uyum	14/66
2. Akdeniz kimliği	12/66
2. Kendine özgülük	12/66

Champion Tatil Köyü'nün çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.3):

<u>Kriterler</u>	<u>Metaforun Tipi</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal çevre ile uyumlu	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	6/12
2. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	3/12
2. Türk mimari üslubu	Yapısal çevre verilerine ilişkin metafor	3/12

Champion Tatil Köyü'nün imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.3):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal çevre ile uyumlu	8/16
2. Huzur verici ortam	5/16
3. Sadelik	3/16

- Manastır Oteli'nin tasarımında, mimar, doğal çevre ile oluşturulacak yapısal çevre arasında uyum sağlamayı amaçlamıştır. Tasarımda, hiçbir metafor kullanmayarak bireyi yormayan yapısal çevre oluşturmak istenmiştir. Yöresel çevre elemanlarını ve mekanlarını yorumlayarak imaj oluşturulmaya çalışılmıştır. (Gürsel, 1998) Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı imaj belirleyici unsurlar kullanmıştır.

Manastır Oteli'nde mimarın vurguladığı tasarım ilkelerini, kullanıcılar şöyle değerlendirmektedir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.4):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Akdeniz kimliği	7/27
1. Kendine özgülük	7/27
1. Sadelik	6/27
2. Düzen	4/27
2. Çevreye uyum	3/27

Manastır Oteli'nin çağrıştırdığı kavramlar, biçimler ve anlamları, kullanıcılar şöyle yorumlamaktadır (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.4):

<u>Kriterler</u>	<u>Metaforun Tipi</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal güzellik (manzara)	Doğal çevre verilerine ilişkin metafor	4/12
2. Huzur verici ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	4/12
2. Geçmiş anımsatan ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/12
2. Manastırı çağrıştıran ortam	Bireyin duygularına ilişkin metafor	2/12

Manastır Oteli'nin imajı hakkındaki kullanıcı yorumları şöyledir (Kullanıcı Grubu II, 1998) (Ek G.4):

<u>Kriterler</u>	<u>Tercih Oranları</u>
1. Doğal güzellik (manzara)	3/5
1. Huzur verici ortam	2/5

Mimarın, doğal ve yöresel çevreye uyum amacının, kullanıcıların birçoğunun algıladığı söylenebilir.

- Myndos Oteli'nin tasarımında, mimar, doğal çevre verileri ile uyum içerisinde olmayı amaçlamıştır. Tasarımda, metafor olarak, Lidya-Frigya mezarları, Osmanlı kavuklukları, amforalar ve gotik üslubu motifler kullanılmıştır. Bu metaforların kullanımında, Bodrum'un eski batı Anadolu ile Osmanlı uygarlığının düğümlendiği ve Akdeniz mimarisinin uygulandığı bir bölge olması etkili olmuştur. Bahsedilen kültürlerin mimar tarafından yorumlanması ile imaj oluşturulmaya çalışılmıştır. (Ayaydın, 1998) Mimar, binada yapısal çevre özelliklerine dayalı metaforlar kullanmıştır.

- Türk Evi Otelleri, Aquamarine Tatil köyü ve Manastır Oteli örnekleri ile mimar-kullanıcı iletişimini irdelemek mümkündür. Bu turizm yapılarının herbirinde, mimar-kullanıcı iletişimi farklı düzeylerde dir. Bunun nedenini, doğal olarak, turizm yapılarının herbirini değerlendirenlerin farklı düzeydeki bireyler olması içermektedir. Ancak, bu araştırma için, genel olarak mimar-kullanıcı iletişiminin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

- Mimar ile kullanıcı arasında kurulması gereken iletişim önemli olup; bu iletişimin iyi düzeyde olabilmesi için, mimarın kullanıcıya ilişkin genel konular üzerinde duyarlılıkla yoğunlaşması gerekmektedir. Özellikle estetik kaygının ön planda tutulduğu bir eser, eğer kullanıcısı ile iletişim kurmuyorsa; sadece iyi bir sanat eseri olabilir, kullanıcının ilgisini çeken ve iletişim kurabilen bir mekan olabileme niteliğini taşımayabilir.

5. SONUÇLAR

Özellikle doğal, tarihi, kültürel veya yöresel çevre değerlerinin yoğun olduğu, turizme açılması öngörülen yörelerin mevcut niteliklerinin korunması, yaşatılması veya bunlarla uyumlu yapıların oluşturulması gibi ilkelerin üzerinde duyarlılıkla durulması gerekmektedir. Ancak, ülkemizdeki turizm yapılarının bir çoğu, yöresel veya tarihi biçim ve görünüşlerden alıntılar sunan, mimari değerleri az veya tartışılır, kendi içine dönük yapı gruplarını oluşturmaktadır. Bu yapı gruplarının belli bir dönem sonra önemini kaybetmesi, fazla kullanılmayan veya tercih edilmeyen mekanlar haline dönüşmesi sonucunda ise, hem yararsız yatırımların yapılmasından hem de çevresel değerlerimizin hasar görmüş olmasından ötürü iki yönlü olumsuzlukla karşılaşılmaktadır.

Özellikle son yıllarda, çevresel değerlerin yoğun olduğu yörelerde hızla gelişen turizm yapıları, doğal, yöresel veya tarihi çevrelerde yarattığı olumsuzluklar yanı sıra, kültürel kimliğin kaybına da neden olmaktadır. Bu olumsuzluklara örnek olarak, Marmaris Pamucak'da artık deniz ile kucaklaşan ormanın yok olma tehlikesi içinde bulunması; Kuşadası'nın adeta büyük bir kentin çarpık gelişen mahallelerine benzemesi ve kimliğini oluşturan eski sokakların ortadan kalkması gibi nedenlerle çevre kalitesinin düşmesi ve artık turistlerin bu yöreyi tercih etmemesi; Fethiye'de kentin sırtını dayadığı dik yamaçlardaki kral mezarlarının yer aldığı tarihi manzaranın, bugün artık modern apartmanların aralarından görülebilmesinin zorlaşması; Fethiye - Ölüdeniz üstündeki Eskişehir'in çarpık gelişmesi nedeniyle konaklama ücretlerinin ve turist kalitesinin düşmesi; Köyceğiz - Dalyan'da giderek artan otel - pansiyon yapılarının çevre kalitesini olumsuz etkilemesi gösterilebilir. Bu örneklerle benzer olarak, Akdeniz bölgesindeki birçok belde ve yöre bugün artık büyük ve plansız gelişen kent görünümündedir; ve genel karakterini kaybetmiştir.

Akdeniz kimliğini oluşturan yöresel ve/veya bölgesel mimarlık ürünleri, aktarmadan değiştirmeye ve yorumlamaya kadar giden bir süreçle son yıllardaki turizm yapılarını etkilediği gözlenmektedir. Zaman zaman tüm Anadolu'daki tarihi ve kültürel referansların da aynı süreçte kullanılmasının yanı sıra modern akımlarının etkisi de kaçınılmaz olmaktadır. Burada, her yaklaşımda ulaşılan belirli bir mimari kalite, tasarımın tüm planlama kararları ve kendi içindeki dil bütünlüğü kullanıcıların da fark ettikleri bir duyarlılık olmakla birlikte; tasarım sürecinin son aşaması 'yoruma' ulaşabilen turizm binalarının sayısı yetersizdir.

Yatak kapasitesindeki artışı hedefleyen, doğal çevreye müdahale eden, güneş-deniz ağırlıklı, kompleks tasarımları içeren gibi özellikleri olan kitle turizminin yanı sıra; doğal ve yapay kaynakların optimum biçimde uzun süreli kullanımı, mekan yerleşim dokusunun korunması, ekonomik ve sosyal eşitlik, kalite kavramına önem verme, sosyal katılım ilkelerini savunan sürdürülebilir turizm anlayışı üzerinde artık önemle durulması gerekmektedir.

Turizmin çevresel değerleri ve kültürel sürekliliği - gelişimi engellemeyecek şekilde gelişebilmesi için;

- Tüm proje ve uygulamalarda, doğal, kültürel, tarihi ve yöresel çevre değerlerinin korunması üzerinde özenle durulması,
- İmar planlarının, bina yapımına yönelik konuların yanı sıra; çevreyi koruma, düzenleme ve geliştirme gibi hedefleri de kapsaması,
- Mevcut kentin veya yörenin kimliğinin sürekliliğini ve gelişimini sağlayabilecek imar kurallarının izlenilmesi,
- Doğal çevrenin yeni yapılanmalardan dolayı, bozulmasının, zarar görmesinin engellenmesi; ayrıca bu alanların turizm amaçlı özel kullanımlar kadar kamu kullanımına da açık olması konusunda önlemlerin alınması ve yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Çevresel değerleri koruma olgusunu ve imaj - kimlik - anlam oluşturulmasının önemini irdelemek üzere, tarihi ve kültürel çevre değerlerinin yoğun olduğu Antalya - Kaleiçi; doğal çevre değerleri ağırlıklı Antalya - Kemer; yöresel ve kültürel çevre değerlerinin yoğun olduğu Muğla - Bodrum yörelerinde; kullanıcı değerlendirmeleri ile bazı turizm yapılarının mimarlarının görüşlerini elde etmeyi ve karşılaştırmayı amaçlayan bir alan çalışması yapılmıştır.

Gözlem ve görüşmeler neticesinde, Kaleiçi gibi tarihi geçmiş olan ve özellikli yöreleri, daha çok yabancı turistler ile yaş ortalaması yüksek ve eğitilmiş kişilerin tercih ettiği; Kemer gibi doğal güzelliklerin ve Bodrum gibi doğal ve kültürel çevre değerlerinin yoğun olduğu yörelerde, giderek sosyal yaşantının baskın oluşu ile bu değerlerin ikinci plana itildiği; bu yöreleri tercih edenlerin % 40'ını yerli, % 60'ını yabancı, yaş ve eğitimleri değişken olabilen turist gruplarının oluşturduğu gözlenmektedir.

Alan çalışmasının sonuçları şöyle özetlenebilir:

- Turizm binaları ve çevresinin tercih edilme nedenlerinin; genelde yörelerin ağırlıklı olarak sahip olduğu çevresel değerlerden meydana geldiği belirlenmiştir. Geleneksel mimari anlayışı sergileme, tarihi binalar ve sokaklar arasında yer alma,

deniz manzarasına hakim olma ile ılıman iklim Kaleiçi'ndeki turizm binalarının önemli tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır. Yörenin ılıman iklime sahip oluşu, yapıların doğal güzelliklerin yoğun olduğu çevrede yer alması ile denizin kullanılabilirliği Kemer ve Bodrum'daki turizm binalarının önemli bir ortak tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır; ayrıca Bodrum'daki turizm binalarının tercihinde yörede yer alan tarihi doku ve kalıntılar ile yapıların sunduğu konfor koşulları da önem taşımaktadır.

- Turizm binasının deniz ile olan ilişkisi, yerli turistin önem verdiği bir konu olmakla birlikte; yabancı turistin üzerinde durmadığı gözlenmektedir.
- Yörelere tercih edilme nedenleri ile kimliğini oluşturan unsurlar karşılaştırıldığında, genelde aynı özellikler olduğu görülmektedir. Denilebilir ki, yöreler kazandıkları kimlikleri nedeniyle turist çekmektedir.
- Turistlerin turizm binalarının mimari özelliğine önem verdikleri; çoğunun Türkiye ve Akdeniz'in kimliğinin yansıtılmasına birinci derecede, farklı bir mimari çevrenin yaratılmasına ikinci derecede önem verdikleri izlenmektedir. Araştırma yapılan turizm binalarının belli bir seviyede, iyi hizmet veren yapılar olması nedeniyle, kullanıcıların zaten belli bir hizmeti beklediği söylenebilir. Binaların mimari özelliğine verilen önem, bireylerin belli bir görsel ve çevresel kalite arayışlarını göstermektedir.
- Turizm binalarının planlanmasında çoğunlukla öngörülen yöresel tasarım, kullanıcıların da bir tercihinin oluşturmaktadır; ve yöresel mimarlıkla uyumlu bir planlama, özellikle binanın çevresiyle organik, ekolojik dengesinin ve semiyotik ilişkisinin kurulmasını da içermelidir.
- Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerin, yörelerin sahip olduğu doğal, tarihi veya yöresel çevre nitelikleriyle ağırlıklı olarak ilişkili olduğu görülmektedir. Binalar arası kentsel doku ve binaların geleneksel mimari anlayışı sunmaları Kaleiçi'nin; binalar arasındaki ilişki, açık alanların düzenlenmesi tatil köylerinin belirgin özellikleri olup Kemer'in; binaların biçim, oran, görünüşleri ile yöresel mimari anlayışı sunmaları Bodrum'un genel niteliklerini oluşturmakta; burada yaşayan kullanıcıların da aradıkları özellikleri içermekte ve zihinde kalıcı etki yaratmaktadır.
- Bireyin, bina ve çevresine ait tercih ve beğenilerinin yaş, eğitim, kültür, gelir ve benzeri faktörlerden dolayı farklı olabilmesi; tüm bireyleri optimum olarak tatmin edebilen mimari çevrelerin oluşturulabilmesi konusundaki güçlüğü ortaya koymakla birlikte; alternatif turizm aktivite ve olanaklarının planlanması, nitelikli çevre ve bina tasarımı yanı sıra, sosyal kaliteyi de etkileyecektir.

- Bu araştırmada, kullanıcıların çoğunun, mimarın tasarım amaçlarının farkında olduğu, iletmek istediği imaj ve anlamları aynen ve yaklaşık olarak algıladığı görölmüş; mimar ve kullanıcı iletişiminin kurulabildiği saptanmıştır.

Araştırma neticesinde elde edilen veriler, bina tasarım ve uygulama sürecinde öncelikli olarak mevcut çevresel niteliklerin (doğal, tarihi, kültürel veya yöresel çevre nitelikleri gibi) korunması gerekliliğini bir kez daha koymaktadır. Mevcut çevresel nitelikleri gözeterек yapılan bina tasarım ve uygulamaları, çevrenin en az tahrip edilmesine, çevreden en iyi şekilde yararlanılmasına, doğanın dengesinin korunmasına ve dolayısıyla daha ekonomik bir yapılanmaya neden olacaktır. Kullanıcıların bu değerlere, bina konforu ve olanaklarından daha çok önem vermesi; bu konudaki duyarlılığın, sosyal çevre kalitesinin ve turizm gelirlerinin de yükselmesinde yararlı olacağını göstermektedir. Bina tasarım sürecinde, çevreye uyumlu yapılar planlanması yanında; mekanların belirgin imaj - kimlik - anlam oluşturacak etkinlik ve kalitede tasarlanması da ana amacı oluşturmalıdır. Çevresel verilerle uyumlu, estetik beğerilere cevap verebilen ve mimari kalitesi yüksek yapılar, çevrenin korunmasına ve bireyin psikolojik gereksinmelerine de hizmet etmektedir.

KAYNAKLAR

- Abel, C.**, 1997. Architecture and Identity-Towards A Global Eco-Culture. Architectural Press, Oxford.
- Akın, G.**, 1990. Venturi Postmodernizmi, Mimarlık Dergisi, İstanbul, 241, 55-61.
- Anonim**, Milta Tatil Köyü, 1987. Yapı Kültür ve Endüstri Dergisi, İstanbul, 74, 42-48.
- Anonim**, Kalamata/Yunanistan Tatil Köyü, 2000. <http://www.clubmed.com>
- Anonim**, Kamarina/İtalya Tatil Köyü, 2000. <http://www.clubmed.com>
- Anonim**, Le Lavandou/Fransa Tatil Köyü, 2000. <http://www.clubmed.com>
- Anonim**, Porto Petro/İspanya Tatil Köyü, 2000. <http://www.clubmed.com>
- Arnheim, R.**, 1969. Visual Thinking, University of California Press, London.
- Atasoy, A., Uluşu Uraz, T.**, 1991. Tourism and Architectural Design, International Symposium on Architecture of Tourism in The Mediterranean, Yıldız University, İstanbul, 13-16 October, p.73-83.
- Aydınlı, S.**, 1993. Mimarlıkta Estetik Değerler, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi, İstanbul.
- Balamir, A.K.**, 1993. Mimarın Kimlik, Meşrutiyet, Etik Sorunları ve Mimarlığın Disipliner Buhranı, Türkiye Mimarlığı Sempozyumu II: Kimlik-Meşrutiyet-Etik, Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 7-9 Ekim, s.24-30.
- Baud-Bovy, M. And Lawson F.**, 1977. Tourism and Recreation Development, BAS Printers Limited, Great Britain.
- Baytin, Ç.**, 1994. Tarihi Çevrelerde Yeni Yapı Olgusuna Bir Yaklaşım: İstanbul Örneğinde Bir Uygulama Modeli, Doktora Tezi, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Bell, S.**, 1993. Elements of Visual Design in the Landscape, Published with E and FN Spon, London.
- Blau, J.**, 1980. A Framework of Meaning in Architecture. Sign-Symbols and Architecture, pp.333-366, Eds. Broadbent, G., Bunt, R., Jencks, C., John Wiley and Sons Ltd., New York.
- Bonta, J.**, 1980. Notes for A Theory of Meaning in Design, Signs, Symbols and Architecture, pp.275-310, Eds. Broadbent, G., Bunt, R. And Jencks, C., The Pitman Press, New York.

- Bozkurt, C.**, 1988. Aquarius Tatil Köyü, Mimarlık Dergisi, Ankara, 231, 43-44.
- Briassoulis, H.**, 1995. The Environmental Internalities of Tourism: Theoretical Analysis and Policy Implications, Sustainable Tourism Development, pp.25-39, Eds.Coccossis, H., Nijkamp, P., Published by Avebury, England.
- Broadbent, G.**, 1973. Design in Architecture: Architecture and Human Sciences, John Wiley and Sons Ltd., London.
- Brogden, F.**, 1979. Site Planning and Design, Introduction to Architecture, pp.119-149, Eds. Synder, J.C., Catanese A.J., McGraw-Hill Book Company, New York.
- Cansever, T.**, 1989. Demir Turizm Kompleksi, Yapı Kültür ve Endüstri Dergisi, İstanbul, 88, 42-49.
- Colquhoun, A.**, 1990. Mimari Eleştiri Yazıları, Çev.Cengizkan, A., Maya Matbaası Yayını, Ankara.
- Conyne, R.K., and Clack, R.J.**, 1981. Environmental Assesment and Design, Praeger Publishers Division of Greenwood Press, New York.
- Correa, C.**, 1983. Quest for Identity, Architecture and Identity, Exploring Architecture In Islamic Culture I-Seminar, Universiti Teknologi Malaysia any Ministry of Culture, Malaysia, 25-27 July, pp.10-13.
- Cüceloğlu, D.**, 1993 b. İnsan ve Davranışı, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Cüceloğlu, D.**, 1993a. Yeniden İnsan İnsana, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Çakın, Ş.**, 1988. Mimari Tasarım: İnsan ve Çevre, Özal Matbaası, İstanbul.
- Çavdar, T. Ve Giritlioğlu, S.**, 1988. Pamfilya Tatil Köyü, Mimarlık dergisi, Ankara, 231, 49-51.
- Çavdar, T.**, 1989. Çamyuva Tatil Köyü, Tasarım Mimarlık-İçmimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, İstanbul, 2, 12-18.
- Çubuk, M., Karabey, H. ve Seymen Ü.**, 1977. Çevre Olgusu ve Çevre Düzenleme, Yapı-Kültür, Sanat ve Mimarlık dergisi, İstanbul, 26-27, 25-41.
- Desai, A.**, 1980. The Environmental Perception of An Urban Landscape: The Case of Ahmedabad, Ekistics, 283, 279-285.
- Fitch, J.M.**, 1970. The Architectural Manipulation of Space, Time and Gravity, Proceedings of the 1st Annual Environmental Design Research Association Conference, The University of North Carolina, Chapel Hill, U.S.A. June 1969, 18-32.
- Gärling T., Golledge R.G.**, 1989. Environmental Perception and Cognition, Advances in Environment, Behavior and Design, Vol.2, pp.203-236, Eds. Zube, E.H., Moore, G.T., Plenum Press, New York.

- Gür, Ş.Ö., 1996. Mekan Örgütlenmesi, Gür Yayıncılık, Trabzon.
- Gürsel, E., 1989. Bodrum-Manastır Otel, Tasarım-Mimarlık-İçmimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, İstanbul, 1, 13-20.
- Gürsel, Y., 1993. Değişme Koşullarında Kimlik-Meşrutiyet-Etik, Türkiye Mimarlığı Sempozyumu II: Kimlik-Meşrutiyet-Etik, Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 7-9 Ekim, s.38-42.
- Hacıhasanoğlu, I. ve Hacıhasanoğlu, O., 1995. Mimari ve Kentsel Kimlik-Venedik Örneği, Yapı-Kültür, Sanat ve Mimarlık Dergisi, İstanbul, 158, 46-50.
- Heath, T.F., 1988. Behavioral and Perceptual Aspects of the Aesthetics of Urban Environment, Environmental Aesthetics, pp.6-10, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
- Himmetoğlu, B.A., 1995. Sürdürülebilir Turizmi Gerçekleştirme Yolları, Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasında Ekolojik Yaklaşım Kollokyumu, Alanya, 7-9 Kasım.
- İnceoğlu, M. ve İnceoğlu, N., 1990. Salima Beldibi Tatil Köyü, Tasarım-Mimarlık-İçmimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, İstanbul, 8, 37-43.
- İnceoğlu, M., Kahvecioğlu, H. And Kancioğlu, M. 1991. A Survey on the Principles of Design and Images of Holiday Villages in Turkey, International Symposium on Architecture of Tourism in the Mediterranean, Yıldız University, İstanbul, 13-16 October, pp.47-55.
- İnceoğlu, N., Önder, D., Çolakoğlu, B. And Tong, T., 1992. Architectural Issues of the Soft Tourism, Architecture of Soft Tourism-Seminar, K.T.Ü., Trabzon, 3-6 September, 37-41.
- Ittelson, W.H., 1976. Environmental Perception and Contemporary Perceptual Theory, Environmental Psychology: People and Their Physical Settings, pp.141-154, Eds. Proshansky, H.M, Ittelson, W.H., Rivlin L.G, Holt-Rinehart and Winston, U.S.A.
- Jencks, C., 1980. The Architectural Sign, Sign-Symbols and Architecture, pp.71-118, Eds. Broadbent, G., Bunt, R., Jencks, C., John Wiley and Sons Ltd., New York.
- Kaptan, H., 1997. Bodrum'da İki Kontrast Proje, Tasarım-Mimarlık, İç Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, İstanbul, 67, 40-47.
- Karaman, A., 1989. Kentsel Peyzaj, Yapı-Kültür, Sanat ve Mimarlık dergisi, İstanbul, 89, 54-58.
- Knox, P.L., 1982. The Social Production of the Built Environment, Ekistics: The Problems and Science of Human Settlements, Greece, 295, 291-297.
- Kortan, E., 1993. Geleneksel Değerlerin Güncel Yorumu Üzerine, Mimarlık Dergisi, Ankara, 251, 60-61.

- Krampen, M.,** 1989. Environmental Meaning, *Advances in Environment, Behavior and Design*, Vol.3, pp.231-268, Eds. Zube, E.H., Moore, G.T., Plenum Press, New York.
- Krupat, E.,** 1985. *People in Cities. The Urban Environment and Its Effect*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Lang, J.,** 1987. *Creating Architectural Theory-The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Lang, J.,** 1988. Symbolic Aesthetics in Architecture: Toward A Research Agenda, *Environmental Aesthetics*, pp.11-26, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
- Lawrence, R.J.,** 1989. Structuralist Theories in Environment - Behavior - Design Research: Applications for Analyses of People and the Built Environment, *Advances in Environment, Behavior and Design*, Vol.2, pp.37-70, Eds. Zube, E.H., Moore, G.T., Plenum Press, New York.
- Lynch, K.,** 1960. *Image of the City*, the M.I.T. Press, Cambridge.
- Mahnke, F.H.,** 1996. *Color, Environment and Human Response*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Massey, D.,** 1994. *Space, Place and Gender*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Moore, G.T.,** 1979. Environment-Behavior Studies, Introduction to Architecture, pp.46-71, Eds. Snyder, C.J., Catanese, A.J., McGraw-Hill Book Company, New York.
- Murphy, P.E.,** 1985. *Tourism: A Community Approach*, Printed in Great Britain at the University Press, Cambridge.
- Nasar, J.L.,** 1988a. The Effect of Sign Complexity and Coherence on the Perceived Quality of Retail Scenes, *Environmental Aesthetics*, pp.300-320, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
- Nasar, J.L.,** 1988b. Visual Preferences in Urban Street Scenes: A Cross-Cultural Comparison Japon and United States, *Environmental Aesthetics*, pp.260-274, Ed.Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
- Norberg-Schulz, C.,** 1965. *Intentions in Architecture*. The M.I.T. Press, Cambridge.
- Norberg-Schulz, C.,** 1980. *Genius Loci-Towards A Phenomenology of Architecture*, Academy Editions, London.
- Norberg-Schulz, C.,** 1988. *Architecture: Meaning and Place*, Rizzoli International Publications. New York.
- Özer, H.,** 1990. Club Aldiana, *Tasarım-Mimarlık-İçmimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi*, İstanbul, 6, 41-50.

- Özkarakoç, Y., 1981.** İnsan-Çevre Etkileşim Sistemi Bakış Açısından Uyumlu Mimari Çevrenin Estetik Öge ve İlkeleri, Doçentlik Tezi, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Paksoy, N., 1995.** Kemer ve Phaselis, Atlas Dergisi, İstanbul, 27, 74-83.
- Papaioannou, J.G., 1981.** The Editor's Page, Ekistics-The Problems and Science of Human Settlements, 290, 331.
- Pipkin, J.S., 1988.** Urban Geometry in Image and Discourse, The Design Professions and The Built Environment, pp.62-98, Ed. Knox, P.L., Nichols Publishing Company, New York.
- Rapoport, A., 1977.** Human Aspects of Urban Form, Pergamon Press, Oxford.
- Rapoport, A., 1982.** The Meaning of the Built Environment, The University of Arizona Press, Tucson.
- Rauhe, W.J., 1992.** Soft Tourism: Empowering Citizens for Community Sustainability, Architecture of Soft tourism-Seminar, K.T.Ü., Trabzon, 3-6 September, 27-36.
- Richardson, M., 1980.** Culture and The Urban Stage, Human Behavior and Environment: Advances in Theory and Research, Vol.4, pp.209-241, Eds.Altman, I., Rapoport, A., Wahlwill, J.F., Plenum Press, New York.
- Russell, J.A., 1988.** Affective Appraisals of Environments, Environmental Aesthetics, pp.120-129, Ed. Nasar, J.L., Cambridge University Press, Cambridge.
- Sancar, F.H., 1991.** A Behavioral Definition of the Vernacular and Implications for Authenticity in Regionalist Architecture, International Symposium on Architecture of Tourism in the Mediterranean, Yıldız University, İstanbul, 13-16 October, pp.191-204.
- Sanoff, H., 1991.** Visual Research Methods in Design, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Shmueli, A., 1981.** Countries of the Mediterranean Basin as A Geographic Region, Ekistics. The Problems and Science of Human Settlements, 290, 359-369.
- Spoerry, F., 2000.** Spoerry Architecture, Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme-Fransa'nın Deneyimleri Konferansı Bildirileri, İstanbul, 8 Haziran.
- Stefanou, J., 1992.** Environmental Iconolgy. A Tool for Analysis for the Qualitative Improvement and Touristic Development of Places, Tourism and the Environment, pp.35-41, Eds.Briassoulis, H. And Straaten J.V.D., Kluwer Academic Publishers, London.
- Şener, H., 1989.** Turizm İçin Tasarlanmış Mimari Çevrelerde Yöresel Referanslar, Türkiye'de Son On Yılda Turizm Yapıları Uygulamaları Sempozyumu, Yıldız Üniversitesi, İstanbul, 6-7 Nisan, s.304-312.

- Tanyeli, U., 1990.** Club Aldiana-Bir Eleştiri, Tasarım-Mimarlık-İçmimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi, İstanbul, 6, 51-53.
- Turan, M., 1980.** İnsan-Çevre İlişkisine Eleştirel Bir Bakış, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi, Ankara, 1/6, 31-54.
- Turizm Bankası, 1986.** Antalya Kaleiçi, Yapı-Kültür, Sanat ve Mimarlık Dergisi, İstanbul, 66, 38-45.
- Turuthan, T., 1987.** Tasarlama Faaliyeti ve Tasarımcı Nitelikleri Üzerine Bir İnceleme, Doktora Tezi, K.T.Ü. Fen bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Ulus-Uraz, T., 1993.** Tasarlama-Düşünme-Biçimlendirme, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi, İstanbul.
- Ulus-Uraz, T., 1999.** Mimari Ürünün Değerlendirilmesi: Yakıştırmalar ve Gerçek, Mimar-Anlam-Begeni, Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, s.144-155.
- Ünlü, A., 1993.** Çevre-Davranış Teori ve Araştırma Alanları Lisansüstü Dersine Ait Yayınlanmamış Notlar, İ.T.Ü.Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Voogd, H., 1994.** Issues in Environmental Planning: Introduction, Issues in Environmental Planning, pp.1-30, Ed. Voogd, H., Pion Limited, London.
- Weber, R., 1995.** On the Aesthetics of Architecture: A Psychological Approach to the Structure and the Order of Perceived Architectural Space, Avebury-Ashgate Publishing Group, England.
- Weiner, H.R., 1981.** Israel's New Towns: A Mediterranean Perspective, Ekistics-The Problems and Science of Human Settlements. 290, 393-400.
- Yanar, H., 1993.** Kimlik ve Ritim, Türkiye Mimarlığı Sempozyumu II: Kimlik-Meşrutiyyet-Etik, Atatürk Kültür Merkezi, Ankara, 7-9 Ekim, s.33-37.
- Yürekli, F., 1977.** Çevre Görsel Değerlendirmesine İlişkin Bir Yöntem Araştırması, Doktora Tezi, İ.T.Ü.Mimarlık Fakültesi, İstanbul.

Kişisel Görüşmeler

- Aksoy, Ö., 1998.** Turizm Yapısı Tasarımcısı.
- Ayaydın, E., 1998.** Turizm Yapısı Tasarımcısı.
- Aydın, E., 1998.** Turizm Yapısı Yetkilisi.
- Bektaş, İ., 1998.** Turizm Yapısı Yetkilisi.
- Büyükarda, N., 1998.** Turizm Yapısı Yetkilisi.
- Çakıcı, V., 1998.** Turizm Yapısı Yetkilisi.
- Derelioğlu, T.V., 1998.** Turizm Yapısı Yetkilisi.
- Gürsel, E., 1998.** Turizm Yapısı Tasarımcısı.

Henke, M., 1998. Turizm Yapısı Yetkilisi.
İbaş, G., 1998. Turizm Yapısı Yetkilisi.
İnceoğlu, M., 2001. Turizm Yapısı Tasarımcısı.
İspahani, K., 1998. Turizm Yapısı Tasarımcısı.
Kaplanguiray, M., 1998. Turizm Yapısı Yetkilisi.
Nazik, V., 1998. Turizm Yapısı İşletmecisi.
Özer, H., 1998. Turizm Yapısı Tasarımcısı.
Yada, A., 1998. Turizm Yapısı Yöneticisi.



EKLER

Ek. A. Turistler İçin Hazırlanan Anket Formu 1

Doktora araştırmasında kullanmak üzere, turistik tesislerde bulunmasını istediğiniz görsel nitelikleri ve beğenilerinizi öğrenmeyi amaçlıyorum. İlgilendiğiniz için teşekkür ederim.

Y. Mimar Mualla Kancıoğlu (İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Doktora öğrencisi)

Aşağıda belirtilen soruları cevaplandırmanızı rica ederim.

Uyruğunuz:

Cinsiyetiniz : () Kadın () Erkek

Yaşınız : () 15-20 () 21-25 () 26-30
() 31-35 () 36-40 () 41-45
() 46-50 () 51-60 () 61-70
() 71 >

Eğitim : () İlkokul () Ortaokul () Lise () Yüksek Okul
Durumunuz

Mesleğiniz :

Tatiliniz esnasında harcamayı düşündüğünüz miktar (15 gün için):

1. Tatilinizi bu turistik tesiste geçirmenizin sebebi aşağıda belirtilen özelliklerden hangilerine bağlayabilirsiniz?

(Önem derecesine göre sıralayınız (1,2,3....))

- () Turistik tesisin bulunduğu bölgenin iklimi
- () Turistik tesisin bulunduğu yerde denizin temiz oluşu
- () Turistik tesisin doğal güzelliklerle içiçe olması
- () Çevrede görmek istediğiniz tarihi yöre ve kalıntıların oluşu
- () Çevrede ülkenin insanların yaşamını görme olanağını sağlayan yerleşmelerin oluşu
- () Servis hizmetlerinin çeşitli ve iyi oluşu
- () Bulacağınızı umduğunuz konfor koşulları (odalarda klima, telefon vb.lerinin bulunuşu)
- () Bulacağınızı umduğunuz aktiviteler (spor, eğlence alanları)
- () Bulacağınızı umduğumuz sakin, dinlenme ortamı
- () Prestij değerinin oluşu
- () Ekonomik oluşu
- () Diğerleri

2. Bu yöre sizce hangi yönleriyle kimlik kazanmıştır?
(Önem derecesine göre sıralayınız (1,2,3....))

- () İklim
- () Deniz
- () Doğal güzellikler
- () Tarihi yöre ve kalıntılar
- () Anıt yapıları
- () Turistik tesisler
- () Kentin özgün, otantik vb. oluşu
- () Çevredeki mevcut sosyal aktiviteler
- () Çevrede yer alan kültürel altyapı ve aktiviteler
- () Diğerleri

3. Turistik tesislerin mimari özelliğine ne ölçüde önem veriyorsunuz?
(Önem derecesine göre sıralayınız (1,2,3....))

- () Servis olanakları yeteli olduğunda binaların biçim ve görünüşleri önemli değil.
- () Turistik tesisin mimari karakterlerinin Türkiye’de ve Akdeniz’de bulunduğunuzu hissettirmesi önemli.
- () İlginç biçim ve görünüşleri ile farklı bir çevre yaratılmış olması önemli.
- () Diğerleri.

4. Bu turistik tesis hangi mimari özellikleriyle zihninizde kalıcı bir etki yarattı?
(Önem derecesine göre sıralayınız (1,2,3....))

- () Bina formu, kütlelerin oranı vb.
- () Binalar arası oluşan kentsel doku (sokak, meydan düzeni vb.)
- () Binaların dış görünüş özellikleri (kullanılan malzeme, doku, renk vb.)
- () İç mekan özellikleri
- () İç dekorasyon
- () Peyzaj düzenlemesi
- () Diğerleri

5. Bu turistik tesis ve çevresini nasıl değerlendirirsiniz?
(Aşağıda belirtilen sıfatları derecelerine göre işaretleyiniz.)

	5	4	3	2	1	
	Çok iyi	İyi	Orta	Kötü	Çok kötü	
İyi planlanmış	☐	☐	☐	☐	☐	İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	☐	☐	☐	☐	☐	Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	☐	☐	☐	☐	☐	Anlamsız
Özgün	☐	☐	☐	☐	☐	Sıradan
Güzel	☐	☐	☐	☐	☐	Çirkin
Hoş	☐	☐	☐	☐	☐	Sıkıcı
Sakin	☐	☐	☐	☐	☐	Gürültülü
Düzenli	☐	☐	☐	☐	☐	Düzensiz
Kullanışlı	☐	☐	☐	☐	☐	Kullanışsız
Sağlıklı	☐	☐	☐	☐	☐	Sağlıksız
Diğerleri	☐	☐	☐	☐	☐	

6. Eklemek istediğiniz şeyler?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ek. B. Turistler İçin Hazırlanan Anket Formu 2

Doktora araştırmasında kullanmak üzere, tusirtik tesislerde bulunmasını istediğiniz görsel nitelikleri ve beğenilerinizi öğrenmeyi amaçlıyorum. İlgilendiğiniz için teşekkür ederim.

Y. Mimar Mualla Kancıoğlu (İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Doktora öğrencisi)

Aşağıda belirtilen soruları cevaplandırmanızı rica ederim:

Uyruğunuz:

Cinsiyetiniz : () Kadın () Erkek

Yaşınız : () 15-20 () 21-25 () 26-30
() 31-35 () 36-40 () 41-45
() 46-50 () 51-60 () 61-70
() 71 >

Eğitim : () İlkokul () Ortaokul () Lise () Yüksek Okul
Durumunuz

Mesleğiniz :

1. Bu binada özellikle neleri vurgulamak amaçlanmıştır? (İşaretleyiniz)

- | | |
|--|--|
| ☐ Düzen | ☐ Karmaşa |
| ☐ Sadelik | ☐ Çeşitlilik |
| ☐ Çevreye uyum | ☐ Kendine özgülük |
| ☐ Akdeniz kimliği | ☐ Evrensel bir kimlik |
| ☐ Diğerlere | |

2. Bu binanın çalıştırdığı kavramlar, biçimler, anlamlar var mı? Varsa sıralayabilir misiniz?

.....
.....
.....
.....

3. Bu binanın sizin zihninizde kalan imajı ne olacaktır? Ve niçin bu imajı çağrıştıracakını kısaca açıklayabilir misiniz?

.....
.....
.....
.....

Ek. C. Mimarlar İçin Hazırlanan Görüşme Formu

Turistik Tesisin İsmi :

Proje Müellifi :

1. Bu binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleriniz nelerdi?

.....
.....
.....
.....

2. Bu binanın tasarımında başvurduğunuz metaforlar nelerdir? Ve neden bu metaforları tercih ettiniz?

.....
.....
.....
.....

3. Bu binanın imajı sizce nedir?

.....
.....
.....
.....

Ek. D. Birinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri

Tablo D.1. Marina Otel'i'nin kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	21-25	Y.Okul	Reklamcı
2	Türk	E	51-60	Y.Okul	Ticaret
3	Türk	K	46-50	Y.Okul	İşletmeci
4	Türk	E	21-25	Y.Okul	Öğrenci
5	Türk	K	21-25	Lise	Ticaret
6	Türk	E	15-20	Y.Okul	Öğrenci
7	Türk	E	26-30	Y.Okul	Turizmcı
8	Türk	K	36-40	Y.Okul	İşletmeci
9	Türk	K	15-20	Lise	Öğrenci
10	Türk	E	41-45	Y.Okul	Yönetici
11	Türk	E	31-35	Y.Okul	Pilot
12	İngiliz	E	51-60	Y.Okul	Öğretmen
13	İngiliz	K	46-50	Y.Okul	Yönetici
14	Fransız	K	31-35	Ortaokul	Çiçekçi
15	Belçikalı	K	51-60	Ortaokul	Kuaför
16	Alman	E	51-60	Lise	Öğretmen
17	Alman	K	36-40	Y.Okul	Öğretmen
18	Yabancı	E	31-35	Y.Okul	Avukat
19	Yabancı	K	26-30	Y.Okul	Reklamcı
20	Belçikalı	K	21-25	Lise	Öğretmen
21	Fransız	K	31-35	Y.Okul	Ticaret
22	Belçikalı	E	26-30	Lise	Postacı-İşçi

Tablo D.2. Türk Evi Otelleri'nin Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	E	31-35	Y.Okul	Ticaret
2	Türk	K	41-45	Ortaokul	Ev Hanımı
3	Türk	K	26-30	Y.Okul	Mühendis
4	Türk	K	15-20	Y.Okul	Öğrenci
5	İngiliz	E	26-30	Y.Okul	Danışman
6	Rus	K	15-20	Y.Okul	Yorumcu
7	Amerikalı	E	26-30	Y.Okul	Ekonomist
8	S.Arabistanlı	E	31-35	Y.Okul	Mühendis
9	İtalyan	E	31-35	Ortaokul	Ticaret
10	Yabancı	K	51-60	Lise	Satın Almacı
11	Yabancı	K	31-35	Y.Okul	Banka Memuru
12	İtalyan	K	31-35	Y.Okul	Danışman
13	İngiliz	E	51-60	-	Ticaret
14	Meksikalı	E	26-30	Y.Okul	Mühendis
15	Fransız	K	15-20	Y.Okul	-
16	Fransız	-	51-60	Y.Okul	Mühendis
17	Fransız	K	15-20	İlkokul	Öğrenci
18	Fransız	K	51-60	Y.Okul	Ev Hanımı
19	Hollandalı	E	46-50	Y.Okul	Yönetici
20	Yabancı	K	26-30	Y.Okul	Mimar

Tablo D.3. Club Alda Tatil Köyü'nün Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	31-35	Lise	Ev Hanımı
2	Türk	E	21-25	Y.Okul	Öğrenci
3	Türk	K	26-30	Y.Okul	Öğretim Görevlisi
4	Türk	E	36-40	Y.Okul	Müzişyen
5	Türk	K	26-30	Y.Okul	İktisatçı
6	Türk	K	31-35	Lise	Güzellik Uzmanı
7	Türk	K	26-30	Lise	Ev Hanımı
8	Türk	E	36-40	Y.Okul	Doktor
9	Türk	K	21-25	Y.Okul	Öğrenci
10	Türk	E	26-30	Lise	Ticaret
11	Türk	E	36-40	Y.Okul	Mühendis
12	Türk	E	15-20	Y.Okul	-
13	Yabancı	K	21-25	Ortaokul	Kuaför
14	Yabancı	K	15-20	Lise	Öğrenci
15	Alman	K	15-20	Lise	Öğrenci
16	Yabancı	E	31-35	Lise	-
17	Alman	K	26-30	Ortaokul	-
18	Yabancı	E	21-25	Lise	-
19	Yabancı	E	26-30	Lise	Ticaret
20	Yabancı	E	46-50	Lise	-
21	Yabancı	E	36-40	Ortaokul	Ticaret
22	Alman	E	36-40	Y.Okul	Mühendis
23	Yabancı	E	51-60	-	Marangoz

Tablo D.4. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	E	26-30	Lise	Özel Güvenlik
2	Türk	E	41-45	Y.Okul	İktisatçı
3	Türk	E	31-35	Lise	Teknik Ressam
4	Türk	K	21-25	Y.Okul	Sekreter
5	Türk	-	-	-	Ticaret
6	Türk	K	26-30	Y.Okul	Doktor
7	Türk	E	21-25	Lise	Rehber
8	Türk	K	26-30	Y.Okul	Doktor
9	Türk	E	26-30	Y.Okul	G.Müdür
10	Türk	E	36-40	Y.Okul	Ticaret
11	Türk	E	21-25	Y.Okul	Mimar
12	Türk	E	31-35	Y.Okul	Doktor
13	Türk	K	21-25	Y.Okul	Öğretmen
14	Türk	K	31-35	Y.Okul	Turizmci
15	Türk	K	26-30	Y.Okul	Mühendis
16	Türk	E	21-25	Y.Okul	Turizmci
17	Türk	K	15-20	Y.Okul	Memur
18	Türk	K	21-25	Y.Okul	Turizmci
19	Türk	E	36-40	Lise	Turizmci
20	Türk	K	15-20	Y.Okul	Öğrenci
21	Fransız	K	36-40	Lise	Hemşire
22	Yabancı	K	15-20	Lise	-

Tablo D.5. Champion Tatil Köyü'nün Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	26-30	Y.Okul	Tekniker
2	Türk	E	26-30	Y.Okul	Biyolog
3	Türk	E	51-60	Y.Okul	Polis
4	Türk	E	51-60	Lise	Turizmci
5	Türk	K	21-25	Y.Okul	Turizmci
6	Alman	E	36-40	Y.Okul	-
7	Yabancı	E	31-35	Ortaokul	Elektrikçi
8	Yabancı	E	36-40	Y.Okul	-
9	Yabancı	-	51-60	Lise	-
10	Alman	K	41-45	-	Doktor Yardımcısı
11	Yabancı	E	36-40	Y.Okul	Kimyager
12	Yabancı	K	15-20	Lise	-
13	Alman	K	15-20	Lise	Öğrenci
14	Yabancı	E	61-70	Y.Okul	-
15	Yabancı	E	51-60	Ortaokul	-
16	Yabancı	E	51-60	Y.Okul	Büro Müdürü
17	Yabancı	E	21-25	Lise	-
18	Yabancı	E	15-20	Lise	Öğrenci
19	Alman	E	21-25	Y.Okul	-
20	Yabancı	E	51-60	Lise	Ticaret
21	Yabancı	K	51-60	Ortaokul	Hemşire
22	Yabancı	K	15-20	Lise	Öğrenci
23	Alman	K	36-40	Lise	Ticaret

Tablo D.6. Manastır Oteli'nin Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	21-25	Y.Okul	Bankacı
2	Türk	K	21-25	Y.Okul	Turizmcı
3	Türk	E	26-30	Y.Okul	Turizmcı
4	Türk	E	21-25	Y.Okul	Şehir Plancısı
5	Türk	E	26-30	Ortaokul	Ticaret
6	Türk	E	26-30	Lise	Muhasebeci
7	Türk	K	26-30	Y.Okul	Muhasebeci
8	Türk	E	26-30	Lise	Turizmcı
9	Türk	E	31-35	Y.Okul	Turist Rehberi
10	Türk	E	26-30	Y.Okul	Turizmcı
11	Türk	E	-	İlkokul	Ticaret
12	Türk	E	41-45	Y.Okul	Mühendis
13	Türk	K	21-25	Y.Okul	Mühendis
14	Türk	K	36-40	İlkokul	-
15	Türk	E	36-40	Y.Okul	Hukukçu
16	Türk	E	41-45	Y.Okul	Mühendis
17	Türk	K	21-25	Y.Okul	Mimar
18	Türk	E	46-50	Y.Okul	Ticaret
19	Türk	E	21-25	Lise	-
20	Türk	E	46-50	Y.Okul	Memur
21	Türk	E	26-30	Y.Okul	Ticaret
22	Türk	K	21-25	Y.Okul	Bankacı
23	U.S.A.	E	51-60	Y.Okul	Öğretmen
24	Yabancı	-	61-70	-	-
25	Yabancı	K	36-40	Y.Okul	Öğretmen
26	Fransız	E	46-50	Y.Okul	-
27	Alman	K	21-25	Y.Okul	Doktor
28	Alman	E	21-25	Y.Okul	-
29	Yabancı	K	21-25	Y.Okul	-
30	Alman	E	51-60	Ortaokul	-

Tablo D.7. Mercure Otel'i'nin kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	31-35	Lise	Memur
2	Türk	E	21-25	Y.Okul	Avukat
3	Türk	E	21-25	Lise	Öğrenci
4	Türk	E	21-25	Y.Okul	Mühendis
5	Türk	E	31-35	Y.Okul	Mühendis
6	Türk	K	26-30	Lise	Ticaret
7	Türk	K	26-30	Y.Okul	Doktor
8	Türk	-	46-50	Lise	Ticaret
9	Türk	K	51-60	Lise	Ev Hanımı
10	Türk	E	-	Lise	-
11	İngiliz	K	36-40	Lise	-
12	Hollandalı	E	41-45	Y.Okul	Ticaret
13	İngiliz	K	46-50	Y.Okul	Hemşire
14	Belçikalı	K	21-25	Y.Okul	Öğrenci
15	Yabancı	E	41-45	Lise	Muhasebeci
16	İngiliz	E	36-40	Y.Okul	Ticaret
17	İngiliz	E	31-35	Y.Okul	Tekniker
18	Belçikalı	-	51-60	Lise	Emekli
19	İngiliz	E	36-40	Lise	Aşçı
20	Belçikalı	-	-	Y.Okul	Öğretmen
21	İngiliz	K	31-35	Lise	Ev Hanımı
22	Belçikalı	E	41-45	Y.Okul	Öğretmen
23	İngiliz	K	26-30	Lise	Veznedar
24	Hollandalı	-	36-40	Y.Okul	Ekonomist

Tablo D.8. Myndos Oteli'nin Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	21-25	Y.Okul	Öğrenci
2	Türk	E	26-30	Y.Okul	Müdür
3	Türk	E	26-30	Y.Okul	Turist Rehberi
4	Türk	K	31-35	Y.Okul	Bankacı
5	Türk	E	61-70	Y.Okul	-
6	Türk	E	31-35	Y.Okul	Bankacı
7	Türk	K	26-30	Lise	Bilgi-İşlem
8	Türk	E	26-30	Y.Okul	Mühendis
9	Türk	K	26-30	Y.Okul	Halkla İlişkiler
10	Yabancı	E	26-30	-	Teknisyen
11	U.S.A.	K	51-60	Y.Okul	Emekli-Ticaret
12	Yabancı	K	26-30	Lise	Hemşire
13	Yabancı	E	51-60	Lise	-
14	Alman	E	26-30	Y.Okul	Ticaret
15	Alman	E	26-30	Y.Okul	Üretim Müdürü
16	İngiliz	K	46-50	Ortaokul	Ticaret
17	Yabancı	K	21-25	Lise	-
18	Yabancı	K	61-70	Lise	-
19	Yabancı	E	46-50	Y.Okul	Öğretmen
20	Yabancı	E	26-30	Lise	Elektrikçi
21	Hollandalı	E	26-30	Lise	Özel Şirket
22	Yabancı	K	26-30	-	Muhasebeci
23	İngiliz	E	21-25	Lise	Ticaret
24	Alman	K	46-50	Lise	-
25	Belçikalı	E	26-30	Y.Okul	Banka memuru
26	Belçikalı	K	21-25	Lise	Öğrenci
27	Alman	K	41-45	Y.Okul	Öğretmen

Ek. E. İkinci Etap Anket Sorularını Yanıtlayan Kullanıcıların Özellikleri

Tablo E.1. Türk Evi Otelleri'nin Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	-	26-30	Y.Okul	İşletmeci
2	Türk	E	31-35	Y.Okul	Avukat
3	Türk	E	51-60	Y.Okul	Ticaret
4	Belçikalı	E	41-45	-	Doktor
5	U.S.A.	-	51-60	Lise	Ticaret
6	Belçikalı	K	46-50	Lise	Hemşire
7	Kanadalı	K	61-70	-	Emekli
8	Alman	E	51-60	Y.Okul	Ticaret
9	Fransız	E	61-70	Lise	Ticaret
10	Alman	E	61-70	Y.Okul	Emekli
11	İngiliz	E	61-70	Lise	Öğretmen
12	İngiliz	K	-	-	Sağlıkçı

Tablo E.2. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	E	36-40	Lise	Turizmci
2	Türk	K	31-35	Y.Okul	Sekreter
3	Türk	E	51-60	Y.Okul	İktisatçı
4	Türk	E	46-50	Y.Okul	İktisatçı
5	Türk	E	36-40	Y.Okul	İktisatçı
6	Türk	E	51-60	Y.Okul	İktisatçı

Tablo E.3. Champion Tatil Köyü'nün Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	31-35	-	-
2	Türk	E	31-35	-	-
3	Türk	K	61-70	-	-
4	Türk	K	61-70	-	-
5	Türk	K	36-40	-	-
6	Türk	K	31-35	-	-
7	Türk	E	31-35	-	-
8	Türk	K	36-40	-	-
9	Türk	E	36-40	-	-
10	Türk	E	46-50	-	-
11	Türk	K	41-45	-	-
12	Türk	E	41-45	-	-
13	Türk	K	36-40	-	-
14	Türk	K	31-35	-	-
15	Türk	K	36-40	-	-

Tablo E.4. Manastır Oteli'nin Kullanıcıları

Kullanıcı Sıra No	Uyruğu	Cinsiyeti	Yaş Grubu	Eğitimi	Mesleği
1	Türk	K	15-20	Y.Okul	Halkla İlişkiler
2	Türk	E	26-30	Lise	-
3	Türk	K	21-25	Y.Okul	Halkla İlişkiler
4	Türk	E	-	Y.Okul	Avukat
5	Türk	K	21-25	Y.Okul	Mimar
6	Türk	E	41-45	Y.Okul	Mühendis
7	Türk	K	36-40	İlkokul	Ev Hanımı
8	Türk	E	21-25	Lise	Ticaret
9	Türk	E	36-40	Y.Okul	-
10	Türk	E	46-50	Y.Okul	Ticaret
11	Türk	E	26-30	Lise	-

Ek. F. Birinci Etap Alan Çalışmasına İlişkin Veri Tabloları

Tablo F.1. Marina Oteli'nin tercih ediliş nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih ediliş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	3	5	3	3	1			8	$8 \times 100 / 61 = \sim\% 13$
Deniz	5	2	2	2	1	5		4	$4 \times 100 / 61 = \sim\% 7$
Doğal güzellikler	2	7	5	2	1	1		12	$12 \times 100 / 61 = \sim\% 20$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	11	3	1	1		1	14	$14 \times 100 / 61 = \sim\% 23$
Yöresel yerleşmeler	6	1	1	4	2	3	1	2	$2 \times 100 / 61 = \sim\% 3$
Servis hizmetleri	4	4	1	1	3	2	3	5	$5 \times 100 / 61 = \sim\% 8$
Konfor koşulları	4	4	1	1	1		2	5	$5 \times 100 / 61 = \sim\% 8$
Aktiviteler	6	2			1			2	$2 \times 100 / 61 = \sim\% 3$
Ortamin özellikleri	4	4			2			4	$4 \times 100 / 61 = \sim\% 7$
Prestij değeri	6	1	1				1	2	$2 \times 100 / 61 = \sim\% 3$
Ekonomi	6	2	1					3	$3 \times 100 / 61 = \sim\% 5$
TOPLAM								61	% 100

Tablo F.2. Marina Oteli'nin tercih ediliş nedenlerinin önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih ediliş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	2	3			1			3	$3 \times 100 / 40 = \sim\% 8$
Deniz	2	2	2	1		1		4	$4 \times 100 / 40 = \sim\% 10$
Doğal güzellikler	1	4	2	2		1		6	$6 \times 100 / 40 = \sim\% 15$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	4	2	1				6	$6 \times 100 / 40 = \sim\% 15$
Yöresel yerleşmeler	4		1	2	1	1		1	$1 \times 100 / 40 = \sim\% 3$
Servis hizmetleri	2	3	1	1	2	1	1	4	$4 \times 100 / 40 = \sim\% 10$
Konfor koşulları	1	4	1	1	1		1	5	$5 \times 100 / 40 = \sim\% 13$
Aktiviteler	3	2			1			2	$2 \times 100 / 40 = \sim\% 5$
Ortamin özellikleri	1	4						4	$4 \times 100 / 40 = \sim\% 10$
Prestij değeri	4	1	1					2	$2 \times 100 / 40 = \sim\% 5$
Ekonomi	3	2	1				1	3	$3 \times 100 / 40 = \sim\% 8$
TOPLAM								40	% 100

Tablo F.3. Marina Oteli'nin tercih edil ş nedenlerinin önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edil�ş sebepleri	önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	2	2	3	3				2	$2 \times 100 / 14 = \sim \% 14$
Deniz	4			1	1	4		0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Doğal güzellikler	2	3	3	1	1			3	$3 \times 100 / 14 = \sim \% 22$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	7	1		1		1	7	$7 \times 100 / 14 = \sim \% 50$
Yöresel yerleşmeler	3	1		2	1	2	1	1	$1 \times 100 / 14 = \sim \% 7$
Servis hizmetleri	3	1			1	1	2	1	$1 \times 100 / 14 = \sim \% 7$
Konfor koşulları	5						1	0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Aktiviteler	6							0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Ortaman �zellikleri	4				2			0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Prestij değeri	5						1	0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Ekonomi	6							0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
TOPLAM								14	% 100

Tablo F.4. Türk Evi Otelleri'nin tercih edil ş nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edil�ş sebepleri	önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	2	8	3	4	1			11	$11 \times 100 / 69 = \sim \% 16$
Deniz	3	5	4	1	3	1		9	$8 \times 100 / 69 = \sim \% 12$
Doğal güzellikler	2	7	4	4	4			11	$11 \times 100 / 69 = \sim \% 16$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	12	3	2				15	$15 \times 100 / 69 = \sim \% 22$
Yöresel yerleşmeler	3	5	1	3		1	2	6	$7 \times 100 / 69 = \sim \% 10$
Servis hizmetleri	4	2	1	1	3	1	2	3	$3 \times 100 / 69 = \sim \% 4$
Konfor koşulları	4	3			3	2		3	$3 \times 100 / 69 = \sim \% 4$
Aktiviteler	4	2			1	2	1	2	$2 \times 100 / 69 = \sim \% 3$
Ortaman �zellikleri	4	2	2	1		3	1	4	$4 \times 100 / 69 = \sim \% 6$
Prestij değeri	5	1	1		1			2	$2 \times 100 / 69 = \sim \% 3$
Ekonomi	4	2	1		1		1	3	$3 \times 100 / 69 = \sim \% 4$
TOPLAM								69	% 100

Tablo F.5. Club Alda Tatil Köyü'nün tercih edilmiş nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edilmiş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	10	6	1		2		16	$16 \times 100 / 82 = \sim \% 19$
Deniz	2	4	4	5	2	1	2	8	$8 \times 100 / 82 = \sim \% 19$
Doğal güzellikler	1	9	7	5	1	1		16	$16 \times 100 / 82 = \sim \% 20$
Tarihi yöre ve kalıntılar	5		2	5	1		1	2	$2 \times 100 / 82 = \sim \% 2$
Yöresel yerleşmeler	4	1	3	2	2			4	$4 \times 100 / 82 = \sim \% 5$
Servis hizmetleri	3	3	4	4		2	1	7	$7 \times 100 / 82 = \sim \% 9$
Konfor koşulları	3	4	4	1	1			8	$8 \times 100 / 82 = \sim \% 10$
Aktiviteler	2	6	2	1	1	1		8	$8 \times 100 / 82 = \sim \% 10$
Ortamın özellikleri	3	3	4	3	1	2	2	7	$7 \times 100 / 82 = \sim \% 9$
Prestij değeri	5		2	3	1			2	$2 \times 100 / 82 = \sim \% 2$
Ekonomi	4	2	2	2	1			4	$4 \times 100 / 82 = \sim \% 5$
TOPLAM								82	% 100

Tablo F.6. Club Alda Tatil Köyü'nün tercih edilmiş nedenlerinin önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edilmiş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	4	4			1		8	$8 \times 100 / 44 = \sim \% 18$
Deniz	2	3	3	3	1			6	$6 \times 100 / 44 = \sim \% 14$
Doğal güzellikler	1	4	2	4		1		6	$6 \times 100 / 44 = \sim \% 14$
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		1	2				1	$1 \times 100 / 44 = \sim \% 2$
Yöresel yerleşmeler	4	1		2				1	$1 \times 100 / 44 = \sim \% 2$
Servis hizmetleri	3	2	1	2			1	3	$3 \times 100 / 44 = \sim \% 7$
Konfor koşulları	2	3	2	1	1			5	$5 \times 100 / 44 = \sim \% 11$
Aktiviteler	2	3	2		1	1		5	$5 \times 100 / 44 = \sim \% 11$
Ortamın özellikleri	2	2	4	1			1	6	$6 \times 100 / 44 = \sim \% 14$
Prestij değeri	4		1	2				1	$1 \times 100 / 44 = \sim \% 2$
Ekonomi	3	2		2				2	$2 \times 100 / 44 = \sim \% 5$
TOPLAM								44	% 100

Tablo F.7. Club Alda Tatil Köyü'nün tercih edilış nedenlerinin önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edilış sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	6	2	1		1		8	$8 \times 100 / 38 = \sim\% 21$
Deniz	4	1	1	2	1	1	2	2	$2 \times 100 / 38 = \sim\% 5$
Doğal güzellikler	1	5	5		1			10	$10 \times 100 / 38 = \sim\% 26$
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		1	3	1		1	1	$1 \times 100 / 38 = \sim\% 3$
Yöresel yerleşmeler	3		3		2			3	$3 \times 100 / 38 = \sim\% 8$
Servis hizmetleri	3	1	3	2		2		4	$4 \times 100 / 38 = \sim\% 10$
Konfor koşulları	3	1	2					3	$3 \times 100 / 38 = \sim\% 8$
Aktiviteler	2	3		1				3	$3 \times 100 / 38 = \sim\% 8$
Ortamin özellikleri	4	1		2		3		1	$1 \times 100 / 38 = \sim\% 3$
Prestij değeri	4		1	1	1			1	$1 \times 100 / 38 = \sim\% 3$
Ekonomi	4		2		1			2	$2 \times 100 / 38 = \sim\% 5$
TOPLAM								38	% 100

Tablo F.8. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün tercih edilış nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edilış sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	14	2	1			1	16	$18 \times 100 / 62 = \sim\% 29$
Deniz	3	2	4	5			1	6	$6 \times 100 / 62 = \sim\% 10$
Doğal güzellikler	2	8	8	4	1			16	$14 \times 100 / 62 = \sim\% 23$
Tarihi yöre ve kalıntılar	3	1	5	2	2		1	6	$6 \times 100 / 62 = \sim\% 10$
Yöresel yerleşmeler	5	1	1	1	1	2	1	2	$2 \times 100 / 62 = \sim\% 3$
Servis hizmetleri	4	2	2	3	2	3	3	4	$4 \times 100 / 62 = \sim\% 6$
Konfor koşulları	4	1	2	4	2	2		3	$3 \times 100 / 62 = \sim\% 5$
Aktiviteler	4	2	2	1	4	2	1	4	$4 \times 100 / 62 = \sim\% 6$
Ortamin özellikleri	5	1	1	2	2	1	2	2	$2 \times 100 / 62 = \sim\% 3$
Prestij değeri	6		1		1		2	1	$1 \times 100 / 62 = \sim\% 2$
Ekonomi	5	1	1	1		4		2	$2 \times 100 / 62 = \sim\% 3$
TOPLAM								62	% 100

Tablo F.9. Champion Tatil Köyü'nün tercih edilış nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Kasım 1998)

Turistik tesisin tercih edilış sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	14	4			1		18	18x100/56= ~% 32
Deniz	2	7	2	4				9	9x100/56= ~% 16
Doğal güzellikler	3	2	4	8	1	3		6	6x100/56= ~% 11
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		6	1	5	1		6	6x100/56= ~% 11
Yöresel yerleşmeler	5		3		4	1		3	3x100/56= ~% 5
Servis hizmetleri	6	1	1	1	1	3	3	2	2x100/56= ~% 4
Konfor koşulları	5		4	1		1	1	4	4x100/56= ~% 7
Aktiviteler	6		1	3		1	2	1	1x100/56= ~% 2
Ortamin özellikleri	6	1		2	1	2		1	1x100/56= ~% 2
Prestij değeri	6	1		1	1			1	1x100/56= ~% 2
Ekonomi	5	1	4		2	1	2	5	5x100/56= ~% 8
TOPLAM								56	% 100

Tablo F.10. Manastır Oteli'nin tercih edilış nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Kasım 1998)

Turistik tesisin tercih edilış sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1.2. ve 3. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	9	6	2	2	2	2	17	17x100/113= ~% 15
Deniz	4	2	2	4	3	3	3	8	8x100/113= ~% 7
Doğal güzellikler	1	8	4	6	5	1		18	18x100/113= ~% 16
Tarihi yöre ve kalıntılar	3	1	8	1	2	2	2	10	10x100/113= ~% 9
Yöresel yerleşmeler	5	1	3	3	2		1	7	7x100/113= ~% 6
Servis hizmetleri	4	2	4	3	2	4		9	9x100/113= ~% 8
Konfor koşulları	2	5	7	2	2		1	14	14x100/113= ~% 12
Aktiviteler	3	4	1	3	1		1	8	8x100/113= ~% 7
Ortamin özellikleri	3	3	3	5	2	2	3	11	11x100/113= ~% 10
Prestij değeri	5	2	1	2		2	3	5	5x100/113= ~% 4
Ekonomi	4	2	3	1	1	1		6	6x100/113= ~% 5
TOPLAM								113	% 100

Tablo F.11. Mercure Oteli'nin tercih edil ş nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edil�ş sebepleri	önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	11	3	1	3			14	$14 \times 100 / 50 = \sim\% 28$
Deniz	2	5		1		1	1	5	$7 \times 100 / 50 = \sim\% 14$
Doğal güzellikler	2	3	6	2				9	$7 \times 100 / 50 = \sim\% 14$
Tarihi yöre ve kalıntılar	4	1	3	3	1			4	$4 \times 100 / 50 = \sim\% 8$
Yöresel yerleşmeler	4	2	2	2	1			4	$4 \times 100 / 50 = \sim\% 8$
Servis hizmetleri	4	2	1	3	2		1	3	$3 \times 100 / 50 = \sim\% 6$
Konfor koşulları	3	1	6	4	1			7	$7 \times 100 / 50 = \sim\% 14$
Aktiviteler	5	1	2	1	1	1	1	3	$2 \times 100 / 50 = \sim\% 4$
Ortamin �zellikleri	6			3	3	1	2	0	$0,5 \times 100 / 50 = \sim\% 1$
Prestij değeri	6				4	1		0	$0,5 \times 100 / 50 = \sim\% 1$
Ekonomi	5	1		3	2	2	1	1	$1 \times 100 / 50 = \sim\% 2$
TOPLAM								50	% 100

Tablo F.12. Mercure Oteli'nin tercih edil ş nedenlerinin önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edil�ş sebepleri	önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	2	2	2	1	2			4	$4 \times 100 / 22 = \sim\% 18$
Deniz	1	5				1	1	5	$5 \times 100 / 22 = \sim\% 23$
Doğal güzellikler	2	2	2	2				4	$4 \times 100 / 22 = \sim\% 18$
Tarihi yöre ve kalıntılar	4	1	1	1	1			2	$2 \times 100 / 22 = \sim\% 9$
Yöresel yerleşmeler	5			2	1			0	$0 \times 100 / 22 = \sim\% 0$
Servis hizmetleri	5		1	1	2		1	1	$1 \times 100 / 22 = \sim\% 5$
Konfor koşulları	3		4	1				4	$4 \times 100 / 22 = \sim\% 17$
Aktiviteler	5		1	1	1	1	1	1	$1 \times 100 / 22 = \sim\% 5$
Ortamin �zellikleri	5			2	1		2	0	$0 \times 100 / 22 = \sim\% 0$
Prestij değeri	6					1		0	$0 \times 100 / 22 = \sim\% 0$
Ekonomi	4			1		1	1	1	$1 \times 100 / 22 = \sim\% 5$
TOPLAM								22	% 100

Tablo F.13. Mercure Oteli'nin tercih edilmiş nedenlerinin önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih edilmiş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	9	1		1			10	10x100/29= ~% 35
Deniz	5			1				0	0x100/29= ~% 0
Doğal güzellikler	2		5					5	5x100/29= ~% 17
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		2	2				2	2x100/29= ~% 7
Yöresel yerleşmeler	2	2	2					4	4x100/29= ~% 14
Servis hizmetleri	2	2		2				2	2x100/29= ~% 7
Konfor koşulları	3	1	1	3	1			2	2x100/29= ~% 7
Aktiviteler	3	1	2					3	3x100/29= ~% 10
Ortamın özellikleri	5			1	2	1		0	0x100/29= ~% 0
Prestij değeri	5				4			0	0x100/29= ~% 0
Ekonomi	3	1		2	1	1		1	1x100/29= ~% 3
TOPLAM								29	% 100

Tablo F.14. Myndos Oteli'nin tercih edilmiş nedenlerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Ekim 1998)

Turistik tesisin tercih edilmiş sebepleri	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	12	5	4	1	1	2	17	17x100/107= ~% 16
Deniz	3	6	6	3	3	2	2	12	12x100/107= ~% 11
Doğal güzellikler	3	6	3	5	2		3	9	9x100/107= ~% 8
Tarihi yöre ve kalıntılar	2	8	5	2	4	1		13	13x100/107= ~% 12
Yöresel yerleşmeler	4	3	4	5	3	1	1	7	7x100/107= ~% 7
Servis hizmetleri	3	5	5	3	2	1		10	10x100/107= ~% 9
Konfor koşulları	3	4	8			3		12	12x100/107= ~% 11
Aktiviteler	4		6	5	1	1		6	6x100/107= ~% 6
Ortamın özellikleri	3	6	3	1	3		2	9	9x100/107= ~% 8
Prestij değeri	4	3	1	3				4	4x100/107= ~% 4
Ekonomi	4	2	6	1	2	1		8	8x100/107= ~% 8
TOPLAM								107	% 100

Tablo F.15. Antalya-Kaleiçi yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Marina Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	3	4	1	3	2	1	2	5	$6 \times 100 / 57 = \sim\% 11$
Deniz	2	6	2	2	2	1	1	8	$8 \times 100 / 57 = \sim\% 14$
Doğal güzellikler	1	7	4		1	3	1	11	$11 \times 100 / 57 = \sim\% 19$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	9	3	2	3	2		12	$12 \times 100 / 57 = \sim\% 21$
Anıt Yapıları	3	4	3	1	1	3	1	7	$6 \times 100 / 57 = \sim\% 11$
Turistik Tesisler	4	3			1	3	2	3	$4 \times 100 / 57 = \sim\% 7$
Kentin özgün oluşu	4	2	3	4	1		4	5	$4 \times 100 / 57 = \sim\% 7$
Sosyal aktiviteler	4	2	1		1			3	$3 \times 100 / 57 = \sim\% 5$
Kültürel aktiviteler	4	2	1	2	1		1	3	$3 \times 100 / 57 = \sim\% 5$
TOPLAM								57	% 100

Tablo F.16. Antalya-Kaleiçi yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Marina Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	3	2		2	1		1	2	$2 \times 100 / 25 = \sim\% 8$
Deniz	1	5	2	1				5	$5 \times 100 / 25 = \sim\% 20$
Doğal güzellikler	1	4	3			1		4	$4 \times 100 / 25 = \sim\% 16$
Tarihi yöre ve kalıntılar	2	3	2	1	2	1		3	$3 \times 100 / 25 = \sim\% 12$
Anıt Yapıları	2	3			1	1		3	$3 \times 100 / 25 = \sim\% 12$
Turistik Tesisler	2	3			1	3	1	3	$3 \times 100 / 25 = \sim\% 12$
Kentin özgün oluşu	3	1	2	2			2	1	$1 \times 100 / 25 = \sim\% 4$
Sosyal aktiviteler	2	2	2		1			2	$2 \times 100 / 25 = \sim\% 8$
Kültürel aktiviteler	3	2	1	1			1	2	$2 \times 100 / 25 = \sim\% 8$
TOPLAM								25	% 100

Tablo F.17. Antalya-Kaleiçi yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Marina Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönerinin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	3	2	1	1	1	1	1	2	$2 \times 100 / 14 = \sim \% 14$
Deniz	4	1		1	2	1	1	1	$1 \times 100 / 14 = \sim \% 7$
Doğal güzellikler	2	3	1		1	2	1	3	$3 \times 100 / 14 = \sim \% 22$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	6	1	1	1	1		6	$6 \times 100 / 14 = \sim \% 43$
Anıt Yapıları	3	1	3	1		2	1	1	$1 \times 100 / 14 = \sim \% 7$
Turistik Tesisler	6						1	0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Kentin özgün oluşu	4	1	1	2	1		2	1	$1 \times 100 / 14 = \sim \% 7$
Sosyal aktiviteler	6							0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
Kültürel aktiviteler	5			1	1			0	$0 \times 100 / 14 = \sim \% 0$
TOPLAM								14	% 100

Tablo F.18. Antalya-Kaleiçi yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Türk Evi Otelleri'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönerinin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	8	1	3	3	1		8	$8 \times 100 / 40 = \sim \% 20$
Deniz	1	9	4	3	1	1	1	9	$9 \times 100 / 40 = \sim \% 23$
Doğal güzellikler	2	6	8	2	1	2		6	$6 \times 100 / 40 = \sim \% 15$
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	10	2	3	1	3		10	$10 \times 100 / 40 = \sim \% 25$
Anıt Yapıları	3	1	4	2	2	5	1	1	$1 \times 100 / 40 = \sim \% 3$
Turistik Tesisler	3	2			5		2	2	$2 \times 100 / 40 = \sim \% 5$
Kentin özgün oluşu	4	1	1	2	3		5	1	$1 \times 100 / 40 = \sim \% 2$
Sosyal aktiviteler	4	1	2		1			1	$1 \times 100 / 40 = \sim \% 2$
Kültürel aktiviteler	3	2		1	1	1		2	$2 \times 100 / 40 = \sim \% 5$
TOPLAM								40	% 100

Tablo F.19. Antalya-Kemer yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	14	3	2	1			14	14x100/42= ~% 33
Deniz	1	12	7	2				12	12x100/42= ~% 29
Doğal güzellikler	2	5	5	6	2			5	5x100/42= ~% 12
Tarihi yöre ve kalıntılar	4	2	4	1	1	2		2	2x100/42= ~% 5
Anıt Yapıları	5	1	2	2	1	2	1	1	1x100/42= ~% 2
Turistik Tesisler	3	2	5	5	2		2	2	2,5x100/42= ~% 6
Kentin özgün oluşu	3	3	2	1	1	2	1	3	2,5x100/42= ~% 6
Sosyal aktiviteler	4	1	6		1	1	2	1	1x100/42= ~% 2
Kültürel aktiviteler	4	2	3	3	1		1	2	2x100/42= ~% 5
TOPLAM								42	% 100

Tablo F.20. Antalya-Kemer yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	7	2		1			9	9x100/47= ~% 19
Deniz	1	7	3	1				10	10x100/47= ~% 21
Doğal güzellikler	2	2	4	3	1			6	6x100/47= ~% 13
Tarihi yöre ve kalıntılar	3	2	2			1		4	4x100/47= ~% 9
Anıt Yapıları	4	1	2			1	1	3	3x100/47= ~% 6
Turistik Tesisler	2	2	2	4	1		1	4	4x100/47= ~% 9
Kentin özgün oluşu	4	2	1	1		1		3	3x100/47= ~% 6
Sosyal aktiviteler	4	1	3				1	4	4x100/47= ~% 8
Kültürel aktiviteler	3	2	2					4	4x100/47= ~% 9
TOPLAM								47	% 100

Tablo F.21. Antalya-Kemer yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	6	2	2				8	8x100/32= ~% 25
Deniz	1	5	3	1				8	8x100/32= ~% 25
Doğal güzellikler	2	3	2	3	1			5	5x100/32= ~% 15
Tarihi yöre ve kalıntıları	3		2	1	1	1		2	2x100/32= ~% 6
Anıt Yapıları	5			2	1	1		0	0x100/32= ~% 0
Turistik Tesisler	3	1	2	1	1		1	3	3x100/32= ~% 10
Kentin özgün oluşu	3	1	1		1	1	1	2	2x100/32= ~% 6
Sosyal aktiviteler	3		3		1	1	1	3	3x100/32= ~% 10
Kültürel aktiviteler	4		1	3	1		1	1	1x100/32= ~% 3
					TOPLAM			32	% 100

Tablo F.22. Antalya-Kemer yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Club Aquamarine Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	10	4	5		1		14	15x100/59= ~% 25
Deniz	2	4	9	1	2		1	13	12x100/59= ~% 20
Doğal güzellikler	1	8	6	6	1			14	14x100/59= ~% 24
Tarihi yöre ve kalıntıları	3	1	6	1	7	1		7	7x100/59= ~% 12
Anıt Yapıları	6		2			2	2	2	1,5x100/59= ~% 3
Turistik Tesisler	4	1	3	3	4	3	3	4	4x100/59= ~% 7
Kentin özgün oluşu	5	2	1	1		3	2	3	3x100/59= ~% 5
Sosyal aktiviteler	5	1		2	1	3	2	1	1,5x100/59= ~% 3
Kültürel aktiviteler	6		1	1				1	1x100/59= ~% 1
					TOPLAM			59	% 100

Tablo F.23. Antalya-Kemer yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Champion Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Kasım 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	14	5					19	19x100/54= ~% 35
Deniz	2	7	6	1	1	2		13	13x100/54= ~% 24
Doğal güzellikler	3	4	5	4	3	1		9	9x100/54= ~% 17
Tarihi yöre ve kalıntılar	4	1	3	8	2	3		4	4x100/54= ~% 8
Anıt Yapıları	5	1	1	1	3	3	1	2	2x100/54= ~% 4
Turistik Tesisler	5		2	4	2		3	2	2x100/54= ~% 3
Kentin özgün oluşu	5		3				3	3	2,5x100/54= ~% 5
Sosyal aktiviteler	6			3	1			0	0,5x100/54= ~% 1
Kültürel aktiviteler	5		2	1	1		1	2	2x100/54= ~% 3
TOPLAM								54	% 100

Tablo F.24. Muğla-Bodrum yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Manastır Oteli'nde yapılan araştırma, Kasım 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	19	1	1	2	3		20	20x100/81= ~% 25
Deniz	3	3	9	4	4	2	1	12	10x100/81= ~% 12
Doğal güzellikler	2	6	8	8	2	1	1	14	14x100/81= ~% 17
Tarihi yöre ve kalıntılar	3	6	2	2	7	3	1	8	10x100/81= ~% 12
Anıt Yapıları	4	4	1	4	1	2	1	5	7x100/81= ~% 9
Turistik Tesisler	4	2	6	3	1	3	3	8	7x100/81= ~% 9
Kentin özgün oluşu	4	2	6	1	3	3	5	8	7x100/81= ~% 9
Sosyal aktiviteler	5	1	2	2	1	2	1	3	3x100/81= ~% 3
Kültürel aktiviteler	5	2	1	1	1	2	1	3	3x100/81= ~% 4
TOPLAM								81	% 100

Tablo F.25. Muğla-Bodrum yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönerinin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	11	3	3	3			14	16x100/48= ~% 34
Deniz	2	6	8					14	12x100/48= ~% 25
Doğal güzellikler	3	3	3	3	1	1		6	6x100/48= ~% 13
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		4	2	1			4	4x100/48= ~% 8
Anıt Yapıları	6		1	2		2		1	1x100/48= ~% 2
Turistik Tesisler	3	2	2	5	3			4	4x100/48= ~% 8
Kentin özgün oluşu	5		1	4	1	2	1	1	1x100/48= ~% 2
Sosyal aktiviteler	4	2	1	2	3	1	2	3	3x100/48= ~% 6
Kültürel aktiviteler	6	1		1	2	1		1	1x100/48= ~% 2
TOPLAM								48	% 100

Tablo F.26. Muğla-Bodrum yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönerinin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	2	3	1	1	2			4	4x100/20= ~% 20
Deniz	1	5	3	1				8	8x100/20= ~% 40
Doğal güzellikler	4		1	1	1			1	1x100/20= ~% 5
Tarihi yöre ve kalıntılar	3		3		1			3	3x100/20= ~% 15
Anıt Yapıları	4		1	2		2		1	1x100/20= ~% 5
Turistik Tesisler	4		1	2	1			1	1x100/20= ~% 5
Kentin özgün oluşu	5				2		1	0	0x100/20= ~% 0
Sosyal aktiviteler	3	1		2			2	1	1x100/20= ~% 5
Kültürel aktiviteler	3	1		1		1		1	1x100/20= ~% 5
TOPLAM								20	% 100

Tablo F.27. Muğla-Bodrum yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	7	2	2	1			9	$9 \times 100 / 27 = \sim\% 33$
Deniz	3	1	3	2				4	$4 \times 100 / 27 = \sim\% 15$
Doğal güzellikler	2	3	4	2		1		7	$7 \times 100 / 27 = \sim\% 26$
Tarihi yöre ve kalıntılar	4		1	2				1	$1 \times 100 / 27 = \sim\% 4$
Anıt Yapıları	5							0	$0 \times 100 / 27 = \sim\% 0$
Turistik Tesisler	3	2	1	3	2			3	$3 \times 100 / 27 = \sim\% 11$
Kentin özgün oluşu	4		1	4		1		1	$1 \times 100 / 27 = \sim\% 4$
Sosyal aktiviteler	4	1	1		3	1		2	$2 \times 100 / 27 = \sim\% 7$
Kültürel aktiviteler	5				2			0	$0 \times 100 / 27 = \sim\% 0$
TOPLAM								27	% 100

Tablo F.28. Muğla-Bodrum yöresinin kimliğini oluşturan unsurların önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Myndos Oteli'nde yapılan araştırma Ekim 1998)

Turistlere göre yönenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamx100/ Genel toplam)
İklim	1	14	2	5	1	1		14	$14 \times 100 / 62 = \sim\% 22$
Deniz	2	7	10	3	1	1	3	7	$7 \times 100 / 62 = \sim\% 12$
Doğal güzellikler	2	8	3	2	9	1		8	$8 \times 100 / 62 = \sim\% 13$
Tarihi yöre ve kalıntılar	2	8	5	5	2	1	2	8	$8 \times 100 / 62 = \sim\% 13$
Anıt Yapıları	3	5	4	3	1	3		5	$5 \times 100 / 62 = \sim\% 8$
Turistik Tesisler	4	1	8		1		2	1	$2 \times 100 / 62 = \sim\% 3$
Kentin özgün oluşu	2	10	3			2		10	$10 \times 100 / 62 = \sim\% 16$
Sosyal aktiviteler	3	6	2	3	1	1	1	6	$6 \times 100 / 62 = \sim\% 10$
Kültürel aktiviteler	4	3	4	4	1	1	1	3	$2 \times 100 / 62 = \sim\% 3$
TOPLAM								62	% 100

Tablo F.29. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Marina Otel'i'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	2		13	2	$2 \times 100 / 25 = \sim \% 8$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	19	1	1	19	$19 \times 100 / 25 = \sim \% 76$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	4	17		4	$4 \times 100 / 25 = \sim \% 16$
TOPLAM					25	% 100

Tablo F.30. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Marina Otel'i'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3			6	0	$0 \times 100 / 12 = \sim \% 0$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	9	1		9	$9 \times 100 / 12 = \sim \% 75$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	3	8		3	$3 \times 100 / 12 = \sim \% 25$
TOPLAM					12	% 100

Tablo F.31. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Marina Otel'i'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1.ve 2. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	1		7	1	$1 \times 100 / 21 = \sim \% 5$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	10		1	10	$10 \times 100 / 21 = \sim \% 62$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	1	9		10	$1 \times 100 / 21 = \sim \% 33$
TOPLAM					21	% 100

Tablo F.32. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Türk Evi Otelleri'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	1	2	11	1	$1 \times 100 / 23 = \sim\% 4,3$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	14	6		14	$14 \times 100 / 23 = \sim\% 61$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	8	8	1	8	$8 \times 100 / 23 = \sim\% 35$
TOPLAM					23	% 100

Tablo F.33. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	4	4	6	4	$4 \times 100 / 25 = \sim\% 16$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	12	5		12	$12 \times 100 / 25 = \sim\% 48$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	9	5	2	9	$9 \times 100 / 25 = \sim\% 36$
TOPLAM					25	% 100

Tablo F.34. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	2	3	2	3	3	$3 \times 100 / 14 = \sim\% 21$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	7	3		7	$7 \times 100 / 14 = \sim\% 50$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	4	1	3	4	$4 \times 100 / 14 = \sim\% 29$
TOPLAM					14	% 100

Tablo F.35. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Club Alda Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	2	1		5	1	$1 \times 100 / 9 = \sim\% 12$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	4	2	1	4	$4 \times 100 / 9 = \sim\% 44$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	1	4	3	1	4	$4 \times 100 / 9 = \sim\% 44$
TOPLAM					9	% 100

Tablo F.36. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Club Aquamarine Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	3	7	8	3	$3 \times 100 / 23 = \sim\% 13$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	15	4	2	15	$15 \times 100 / 23 = \sim\% 65$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	5	13	3	5	$5 \times 100 / 23 = \sim\% 22$
TOPLAM					23	% 100

Tablo F.37. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Champion Tatil Köyü'nde yapılan araştırma, Kasım 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	2	4	4	8	4	$4 \times 100 / 20 = \sim\% 20$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	11	6	2	11	$11 \times 100 / 20 = \sim\% 55$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	5	9	4	5	$5 \times 100 / 20 = \sim\% 25$
TOPLAM					20	% 100

Tablo F.38. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Manastır Oteli'nde yapılan araştırma, Kasım 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	2	4	5	10	4	$3 \times 100 / 27 = \sim\% 11$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmaması önemli	1	21	6		21	$21 \times 100 / 27 = \sim\% 78$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	2	13	4	2	$3 \times 100 / 27 = \sim\% 11$
TOPLAM					27	% 100

Tablo F.39. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	2	8	3	2	8	$8 \times 100 / 22 = \sim\% 36$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmaması önemli	1	9	7	3	9	$9 \times 100 / 22 = \sim\% 41$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	3	5	6	6	5	$5 \times 100 / 22 = \sim\% 23$
TOPLAM					22	% 100

Tablo F.40. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yerli turist tercih yüzdelere göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	1	8	1	1	9	$9 \times 100 / 20 = \sim\% 45$
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmaması önemli	2	2	5	3	7	$7 \times 100 / 20 = \sim\% 35$
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	3		4	5	4	$4 \times 100 / 20 = \sim\% 20$
TOPLAM					20	% 100

Tablo F.41. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve yabancı turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Mercure Oteli'nde yapılan araştırma, Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	1	2		1	1X100/13= ~% 7
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	7	2		7	7X100/13= ~% 54
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	5	2	1	5	5X100/13= ~% 39
TOPLAM					13	% 100

Tablo F.42. Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığının önem derecelerine ve turist tercih yüzdelerine göre belirlenmesi (Myndos Oteli'nde yapılan araştırma, Ekim 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı	Turist tercih yüzdesi (Birim toplamx100/ Genel toplam)
Servis ve olanakları önemli	3	3	8	10	3	3X100/33= ~% 9
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtması önemli	1	20	6		20	20X100/33= ~% 61
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	10	10	5	10	10X100/33= ~% 30
TOPLAM					33	% 100

Tablo F.43. Marina Oteli'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	2	6	2	3	2	4	1	8	$8 \times 100 / 52 = \sim\% 15$
Binalar arası kentsel doku	1	9	7	4		1	1	16	$16 \times 100 / 52 = \sim\% 31$
Dış görünüş özellikleri	2	6	3	5	3	1	1	9	$9 \times 100 / 52 = \sim\% 18$
İç mekan özellikleri	3	3	3	3	4	2	2	6	$6 \times 100 / 52 = \sim\% 11$
İç dekorasyon	2	6	2	5	3	1	3	8	$8 \times 100 / 52 = \sim\% 15$
Peyzaj düzenlemesi	3	3	2		2	4	3	5	$5 \times 100 / 52 = \sim\% 10$
TOPLAM								52	% 100

Tablo F.44. Marina Oteli'nin yerli turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	3	3		1	1	2	1	3	$3 \times 100 / 29 = \sim\% 10$
Binalar arası kentsel doku	1	4	2	2			1	6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 21$
Dış görünüş özellikleri	1	5	1	3	1			6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 21$
İç mekan özellikleri	2	3	2	2	1			5	$5 \times 100 / 29 = \sim\% 17$
İç dekorasyon	1	4	2	2	1	1		6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 21$
Peyzaj düzenlemesi	3	2	1		1	1	1	3	$3 \times 100 / 29 = \sim\% 10$
TOPLAM								29	% 100

Tablo F.45. Marina Oteli'nin yabancı turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	2	3	3	2	1	2		6	$6 \times 100 / 22 = \sim\% 27$
Binalar arası kentsel doku	1	5	3	2		1		8	$8 \times 100 / 22 = \sim\% 36$
Dış görünüş özellikleri	3	1	2	2	2	1	1	3	$3 \times 100 / 22 = \sim\% 14$
İç mekan özellikleri	4		1	1	3	2	2	1	$1 \times 100 / 22 = \sim\% 5$
İç dekorasyon	3	2		3	2		3	2	$2 \times 100 / 22 = \sim\% 9$
Peyzaj düzenlemesi	3	1	1		1	3	2	2	$2 \times 100 / 22 = \sim\% 9$
TOPLAM								22	% 100

Tablo F.46. Türk Evi Otelleri'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	3	3	2	2	2	3		3	$3 \times 100 / 29 = \sim\% 10$
Binalar arası kentsel doku	1	6	4	4	1			6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 21$
Dış görünüş özellikleri	2	4	3	4	2	1		4	$4 \times 100 / 29 = \sim\% 14$
İç mekan özellikleri	1	6	1	1	1	3	3	6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 20$
İç dekorasyon	2	4	3	2	1		4	4	$4 \times 100 / 29 = \sim\% 14$
Peyzaj düzenlemesi	1	6	3		3		3	6	$6 \times 100 / 29 = \sim\% 21$
TOPLAM								29	% 100

Tablo F.47. Club Alda Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	3	4	6	4	1			4	$4 \times 100 / 24 = \sim\% 17$
Binalar arası kentsel doku	2	6	9	3		1		6	$6 \times 100 / 24 = \sim\% 25$
Dış görünüş özellikleri	5		3	4	4	1	1	0	$0,5 \times 100 / 24 = \sim\% 2$
İç mekan özellikleri	4	2	3	3	1	2	1	2	$2 \times 100 / 24 = \sim\% 8$
İç dekorasyon	5	1	2	3	1	1	3	1	$0,5 \times 100 / 24 = \sim\% 2$
Peyzaj düzenlemesi	1	11	2	2				11	$11 \times 100 / 24 = \sim\% 46$
TOPLAM								24	% 100

Tablo F.48. Club Alda Tatil Köyü'nün yerli turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	2		3	3				3	$3 \times 100 / 28 = \sim\% 11$
Binalar arası kentsel doku	1	5	5					10	$9 \times 100 / 28 = \sim\% 32$
Dış görünüş özellikleri	2		3	1		1		3	$3 \times 100 / 28 = \sim\% 11$
İç mekan özellikleri	3		2	1	1			2	$2 \times 100 / 28 = \sim\% 7$
İç dekorasyon	3		2	2			1	2	$2 \times 100 / 28 = \sim\% 7$
Peyzaj düzenlemesi	1	6	2					8	$9 \times 100 / 28 = \sim\% 32$
TOPLAM								28	% 100

Tablo F.49. Club Alda Tatil Köyü'nün yabancı turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	1	4	3	1	1			4	$4 \times 100 / 13 = \sim \% 31$
Binalar arası kentsel doku	2	1	4	3		1		1	$9 \times 100 / 13 = \sim \% 8$
Dış görünüş özellikleri	3			3	4		1	0	$0 \times 100 / 13 = \sim \% 0$
İç mekan özellikleri	2	2	1	2		2	1	2	$2 \times 100 / 13 = \sim \% 15$
İç dekorasyon	3	1		1	1	1	2	1	$1 \times 100 / 13 = \sim \% 8$
Peyzaj düzenlemesi	1	5		2				5	$9 \times 100 / 13 = \sim \% 38$
TOPLAM								13	% 100

Tablo F.50. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	5		3	2	3	1	4	3	$3 \times 100 / 51 = \sim \% 6$
Binalar arası kentsel doku	2	6	3	3	2	2	1	9	$10 \times 100 / 51 = \sim \% 20$
Dış görünüş özellikleri	4		7	3	1	5	1	7	$7 \times 100 / 51 = \sim \% 14$
İç mekan özellikleri	3	3	6	6	2	2		9	$8 \times 100 / 51 = \sim \% 16$
İç dekorasyon	3	2	6	4	3	1	2	8	$8 \times 100 / 51 = \sim \% 15$
Peyzaj düzenlemesi	1	11	4	1	3	1	1	15	$9 \times 100 / 51 = \sim \% 29$
TOPLAM								51	% 100

Tablo F.51. Champion Tatil Köyü'nün turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	2	4	3	5	2		1	7	$7 \times 100 / 40 = \sim \% 17$
Binalar arası kentsel doku	1	7	5	3		1		12	$11 \times 100 / 40 = \sim \% 28$
Dış görünüş özellikleri	2	3	4	1	4	1		7	$7 \times 100 / 40 = \sim \% 17$
İç mekan özellikleri	3	1	1	1	1	7		2	$2 \times 100 / 40 = \sim \% 5$
İç dekorasyon	3		2	1	2		6	2	$2 \times 100 / 40 = \sim \% 5$
Peyzaj düzenlemesi	1	8	2	1	2	1	2	10	$11 \times 100 / 40 = \sim \% 28$
TOPLAM								40	% 100

Tablo F.52. Manastır Otel'i'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Kasım 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	1	7	2	6	2	2		7	$7 \times 100 / 27 = \sim \% 26$
Binalar arası kentsel doku	1	6	4	5	1	1	1	6	$6 \times 100 / 27 = \sim \% 23$
Dış görünüş özellikleri	3	2	6		7	1	2	2	$2 \times 100 / 27 = \sim \% 7$
İç mekan özellikleri	2	4	4	3	2	2	5	4	$4 \times 100 / 27 = \sim \% 15$
İç dekorasyon	3	2	5	3	1	5	1	2	$2 \times 100 / 27 = \sim \% 7$
Peyzaj düzenlemesi	1	6	2	6	3	1	2	6	$6 \times 100 / 27 = \sim \% 22$
TOPLAM								27	% 100

Tablo F.53. Mercure Otel'i'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	4	1	1	2	1	1	1	2	$2 \times 100 / 44 = \sim \% 5$
Binalar arası kentsel doku	3	2	4		1	2		6	$6 \times 100 / 44 = \sim \% 14$
Dış görünüş özellikleri	2	9	3	1	1			12	$12 \times 100 / 44 = \sim \% 27$
İç mekan özellikleri	1	9	7	3	1	1		16	$16 \times 100 / 44 = \sim \% 36$
İç dekorasyon	3	3	3	6	2			6	$6 \times 100 / 44 = \sim \% 14$
Peyzaj düzenlemesi	4		2	2	2		1	2	$2 \times 100 / 44 = \sim \% 4$
TOPLAM								44	% 100

Tablo F.54. Mercure Otel'i'nin yerli turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	2	1	1	2	2	1		2	$2 \times 100 / 21 = \sim \% 10$
Binalar arası kentsel doku	2	1	1		1	2		2	$2 \times 100 / 21 = \sim \% 10$
Dış görünüş özellikleri	1	4	1	1	1			5	$5 \times 100 / 21 = \sim \% 23$
İç mekan özellikleri	1	4	3	1	1	1		7	$7 \times 100 / 21 = \sim \% 33$
İç dekorasyon	2		3	4	1			3	$3 \times 100 / 21 = \sim \% 14$
Peyzaj düzenlemesi	2		2	2	1		1	2	$2 \times 100 / 21 = \sim \% 10$
TOPLAM								21	% 100

Tablo F.55. Mercure Oteli'nin yabancı turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Eylül 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	4							0	$0 \times 100 / 22 = \sim \% 0$
Binalar arası kentsel doku	2	1	3					4	$4 \times 100 / 22 = \sim \% 18$
Dış görünüş özellikleri	1	5	2					7	$7 \times 100 / 22 = \sim \% 32$
İç mekan özellikleri	1	5	4	2				9	$9 \times 100 / 22 = \sim \% 41$
İç dekorasyon	2	2		2	2			2	$2 \times 100 / 22 = \sim \% 9$
Peyzaj düzenlemesi	3				1			0	$0 \times 100 / 22 = \sim \% 0$
TOPLAM								22	% 100

Tablo F.56. Myndos Oteli'nin turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özelliklerinin önem derecelerine ve turist tercih yüzdesine göre belirlenmesi (Ekim 1998)

Turistlerin zihninde kalıcı etki yaratan mimari özellikler	Önem derecesi	1. Tercih sayısı	2. Tercih sayısı	3. Tercih sayısı	4. Tercih sayısı	5. Tercih sayısı	6. Tercih sayısı	1. ve 2. Tercih sayısı toplamı	Turist tercih yüzdesi (birim toplamıx100/ Genel toplam)
Binanın formu, oranı	1	11	8	1	1	2	1	19	$19 \times 100 / 84 = \sim \% 23$
Binalar arası kentsel doku	1	10	6	5	2		1	16	$17 \times 100 / 84 = \sim \% 20$
Dış görünüş özellikleri	1	9	9	5	1		1	18	$17 \times 100 / 84 = \sim \% 20$
İç mekan özellikleri	3	4	6	4	4	3	1	10	$9 \times 100 / 84 = \sim \% 11$
İç dekorasyon	3	5	3	3	3	2	4	8	$9 \times 100 / 84 = \sim \% 11$
Peyzaj düzenlemesi	2	8	5	3	1	3	2	13	$13 \times 100 / 84 = \sim \% 15$
TOPLAM								84	% 100

Tablo F.57. Marina Oteli'nin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	9	11	2			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	9	11	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	10	7	2			Anlamsız
Özgün	10	7	2			Sıradan
Güzel	11	8	2			Çirkin
Hoş	9	11	1			Sıkıcı
Sakin	14	4	2	1		Gürültülü
Düzenli	12	6	4			Düzensiz
Kullanışlı	10	9	2			Kullanışsız
Sağlıklı	7	11				Sağlıksız

Tablo F.58. Marina Oteli'nin yerli turistler tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	4	6				İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	4	6				Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	5	4	1			Anlamsız
Özgün	6	2	1			Sıradan
Güzel	2	6	2			Çirkin
Hoş	2	7	1			Sıkıcı
Sakin	6	2	1	1		Gürültülü
Düzenli	4	5	2			Düzensiz
Kullanışlı	4	4	2			Kullanışsız
Sağlıklı	3	4				Sağlıksız

Tablo F.59. Marina Otel'i'nin yabancı turistler tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	5	4	2			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	5	5	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	4	4	1			Anlamsız
Özgün	4	4	1			Sıradan
Güzel	8	3				Çirkin
Hoş	7	4				Sıkıcı
Sakin	8	2	1			Gürültülü
Düzenli	8	1	2			Düzensiz
Kullanışlı	6	5				Kullanışsız
Sağlıklı	5	6				Sağlıksız

Tablo F.60. Türk Evi Otelleri'nin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	1	8	6	2	1	İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	2	6	6	4	1	Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı		4	9	4		Anlamsız
Özgün	2	8	6	1		Sıradan
Güzel	4	9	3	2		Çirkin
Hoş	5	10	3	1		Sıkıcı
Sakin	2	8	6	3	1	Gürültülü
Düzenli	2	8	7	3		Düzensiz
Kullanışlı	1	12	6	1		Kullanışsız
Sağlıklı	1	9	7	1		Sağlıksız

Tablo F.61. Club Alda Tatil Köyü'nün kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	9	12	1			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	9	9	2			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	1	7	11	1		Anlamsız
Özgün	4	6	9	1		Sıradan
Güzel	5	13	3			Çirkin
Hoş	8	9	3			Sıkıcı
Sakin	6	9	4	1		Gürültülü
Düzenli	9	10	2			Düzensiz
Kullanışlı	5	9	6	1		Kullanışsız
Sağlıklı	5	11	3	1		Sağlıksız

Tablo F.62. Club Alda Tatil Köyü'nün yerli turistler tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	4	6	1			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	6	4	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	1	4	5			Anlamsız
Özgün	2	3	4	2		Sıradan
Güzel	2	6	3			Çirkin
Hoş	3	6	2			Sıkıcı
Sakin	5	5	1			Gürültülü
Düzenli	5	5	1			Düzensiz
Kullanışlı	4	3	4	1		Kullanışsız
Sağlıklı	4	4	3			Sağlıksız

Tablo F.63. Club Alda Tatil Köyü'nün yabancı turistler tarafından değerlendirilmesi
(Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	3	6				İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	3	5	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı		3	6			Anlamsız
Özgün	2	3	4			Sıradan
Güzel	2	6	1			Çirkin
Hoş	4	3	1			Sıkıcı
Sakin	1	4	3	1		Gürültülü
Düzenli	3	5	1			Düzensiz
Kullanışlı	1	6	2			Kullanışsız
Sağlıklı	1	7		1		Sağlıksız

Tablo F.64. Club Aquamarine Tatil Köyü'nün kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi
(Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	3	14	4			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	7	12	3			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	2	13	6			Anlamsız
Özgün	6	8	5	1		Sıradan
Güzel	5	13	3			Çirkin
Hoş	7	10	4			Sıkıcı
Sakin	8	12	2			Gürültülü
Düzenli	7	10	3			Düzensiz
Kullanışlı	5	10	5	1		Kullanışsız
Sağlıklı	7	10	2	1	1	Sağlıksız

Tablo F.65. Champion Tatil Köyü'nün kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Kasım 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	7	15	1			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	10	9	3			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	4	5	9	1		Anlamsız
Özgün	6	4	9			Sıradan
Güzel	7	8	6			Çirkin
Hoş	6	8	6	1		Sıkıcı
Sakin	6	9	2	2	3	Gürültülü
Düzenli	8	11	1	1		Düzensiz
Kullanışlı	6	9	6			Kullanışsız
Sağlıklı	7	7	6			Sağlıksız

Tablo F.66. Manastır Oteli'nin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Kasım 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	8	17	3			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	10	13	5			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	5	13	6			Anlamsız
Özgün	5	15	4			Sıradan
Güzel	10	15	3			Çirkin
Hoş	7	14	3	1		Sıkıcı
Sakin	13	10		2	2	Gürültülü
Düzenli	6	16	4			Düzensiz
Kullanışlı	2	13	9			Kullanışsız
Sağlıklı	2	12	8	1		Sağlıksız

Tablo F.67. Mercure Oteli'nin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	12	9	3			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	10	12	2			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	6	12	3			Anlamsız
Özgün	12	7	1	1		Sıradan
Güzel	13	7				Çirkin
Hoş	10	10				Sıkıcı
Sakin	5	13	4			Gürültülü
Düzenli	5	13	3			Düzensiz
Kullanışlı	9	10	3			Kullanışsız
Sağlıklı	14	9				Sağlıksız

Tablo F.68. Mercure Oteli'nin yerli kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	6	2	2			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	5	4	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	3	5	2			Anlamsız
Özgün	7	2		1		Sıradan
Güzel	9	1				Çirkin
Hoş	8	2				Sıkıcı
Sakin	4	5	1			Gürültülü
Düzenli	1	5	3			Düzensiz
Kullanışlı	3	5	2			Kullanışsız
Sağlıklı	4	6				Sağlıksız

Tablo F.69. Mercure Otel'i'nin yabancı kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Eylül 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	6	7	1			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	5	8	1			Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	3	7	1			Anlamsız
Özgün	5	5	1			Sıradan
Güzel	4	6				Çirkin
Hoş	2	8				Sıkıcı
Sakin	1	8	3			Gürültülü
Düzenli	4	8				Düzensiz
Kullanışlı	6	5	1			Kullanışsız
Sağlıklı	10	3				Sağlıksız

Tablo F.70. Myndos Otel'i'nin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi (Ekim 1998)

Turistik tesisin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi	Çok İyi (5) tercih sayısı	İyi (4) tercih sayısı	Orta (3) tercih sayısı	Kötü (2) tercih sayısı	Çok Kötü (1) tercih sayısı	
İyi planlanmış	3	16	6			İyi planlanmamış
Çevresiyle uyumlu	5	14	5	2		Çevresiyle uyumsuz
Anlamlı	2	11	9	2		Anlamsız
Özgün	2	12	9	1		Sıradan
Güzel	2	19	5			Çirkin
Hoş	5	14	5			Sıkıcı
Sakin	9	7	4	5	1	Gürültülü
Düzenli	8	11	4	3		Düzensiz
Kullanışlı	6	11	9			Kullanışsız
Sağlıklı	7	9	6	2		Sağlıksız

Tablo F.71. Turistik Tesislerin Tercih Ediliş Nedenlerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması. (Yerli-Yabancı Turist Ayrımına Göre / Eylül 1998)

Turistik tesisin tercih ediliş nedenleri	Önem dereceleri (1:1. Derece önemli)					
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer		Muğla Bodrum	
	Marina Oteli		Club Alda Oteli		Mercure Oteli	
	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist
İklim	2	2	1	1	2	1
Deniz	2		2		1	
Doğal güzellikler	1	2	1	1	2	2
Tarihi yöre ve kalıntılar	1	1				
Yöresel yerleşmeler		3		3		2
Servis hizmetleri	2	3	3	3		2
Konfor koşulları	1		2	3	3	3
Aktiviteler	3		2	2		3
Ortamin özellikleri	1		2			
Prestij değeri						
Ekonomi	3		3			3

Tablo F.72. Antalya-Kaleiçi, Antalya-Kemer, Muğla-Bodrum Yörelerinin Kimliğini Oluşturan Unsurların Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması. (Yerli-Yabancı Turist Ayrımına Göre / Eylül 1998)

Turistlere göre yörenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem dereceleri (1:1. Derece önemli)					
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer		Muğla Bodrum	
	Marina Oteli		Club Alda Oteli		Mercure Oteli	
	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist
İklim	3	3	1	1	2	1
Deniz	1		1	1	1	3
Doğal güzellikler	1	2	2	2		2
Tarihi yöre ve kalıntılar	2	1	3	3	3	
Anıt yapıları	2	3				
Turistik tesisler	2		2	3		3
Kentin özgün oluşu	3			3		
Sosyal aktiviteler	2			3	3	
Kültürel aktiviteler	3		3		3	

Tablo F.73. Turistik Tesislerin Mimari Özelliğinin Önemi Olup-Olmadığının Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması. (Yerli-Yabancı Turist Ayrımına Göre / Eylül 1998)

Turistik tesislerin mimari özelliğinin önemli olup-olmadığı	Önem dereceleri (1:1. Derece önemli)					
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer		Muğla Bodrum	
	Marina Oteli		Club Alda Oteli		Mercure Oteli	
	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist
Servis ve olanakları önemli	3	3	2	2	1	3
Türkiye ve Akdeniz'in mimari kimliğini yansıtmaması önemli	1	1	1	1	2	1
Farklı bir mimari çevrenin yaratılması önemli	2	2	2	1	3	2

Tablo F.74. Turistik Tesislerin Turistlerin Zihninde Kalıcı Etki Yaratan Mimari özelliklerinin Önem Derecelerine Göre Karşılaştırılması. (Yerli-Yabancı Turist Ayrımına Göre / Eylül 1998)

Turistlere göre yörenin kimliğini oluşturan unsurlar	Önem dereceleri (1:1. Derece önemli)					
	Antalya Kaleiçi		Antalya Kemer		Muğla Bodrum	
	Marina Oteli		Club Alda Oteli		Mercure Oteli	
	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist	Yerli turist	Yabancı turist
Binanın formu, oranı	3	3	2	1	2	
Binalar arası kentsel doku	1		1	2	2	2
Dış görünüş özellikleri	1	1	2	3	1	1
İç mekan özellikleri	2		3	2	1	1
İç dekorasyon	1	2	3	3	2	2
Peyzaj düzenlemesi	3	1	1	1	2	3

Ek. G. İkinci Etap Alan Çalışmasına İlişkin Sonuçlar

Tablo G.1. Türk Evi Oteli Kullanıcıları ile Yapılan II. Etap Anketlerin Değerlendirilmesi
(Kasım 1998)

Sorular	Kullanıcıların yanıtı (Tercih oranı)
Binada neleri vurgulamak amaçlanmıştır?	1. Çevreye uyum (9/34) 1. Kendine özgülük (9/34) 2. Sadelik (6/34) 2. Akdeniz kimliği (6/34) 3. Düzen (3/34) 3. Çeşitlilik (2/34)
Binanın çağrıştırdığı kavramlar, biçimler, anlamlar nelerdir?	1. Geleneksel Türk mimarisi (8/13) 2. Tarihi bir mekan (2/13) 2. Küçük bir müze (2/13) 3. Yöresel mimari anlayış (1/13)
Binanın imajı nedir?	1. Dinlenmek için ideal bir ortam (8/12) 2. Otantik bir anlayış (2/12) 3. Geçmiş çağrıştıran bir mekan (1/12) 3. Tarih ile doğanın bütünleşmesi (1/12)

Tablo G.2. Club Aquamarine Tatil Köyü Kullanıcıları ile Yapılan II. Etap Anketlerin Değerlendirilmesi (Kasım 1998)

Sorular	Kullanıcıların yanıtı (Tercih oranı)
Binada neleri vurgulamak amaçlanmıştır?	1. Çevreye uyum (6/18) 1. Akdeniz kimliği (5/18) 2. Düzen (4/18) 2. Kendine özgülük (3/18)
Binanın çağrıştırdığı kavramlar, biçimler, anlamlar nelerdir?	1. Doğal çevre ile uyumlu (5/10) 2. Eski medeniyetler (3/10) 3. Huzur verici ortam (2/10)
Binanın imajı nedir?	1. Doğal çevre ile uyumlu (3/6) 1. Huzur verici ortam (3/6)

Tablo G.3. Champion Tatil Köyü Kullanıcıları ile Yapılan II. Etap Anketlerin Değerlendirilmesi (Kasım 1998)

Sorular	Kullanıcıların yanıtı (Tercih oranı)
Binada neleri vurgulamak amaçlanmıştır?	1. Düzen (14/66) 1. Sadelik (14/66) 1. Çevreye uyum (14/66) 2. Akdeniz kimliği (12/66) 2. Kendine özgülük (12/66)
Binanın çağrıştırdığı kavramlar, biçimler, anlamlar nelerdir?	1. Doğal çevre ile uyumlu (6/12) 2. Huzur verici ortam (3/12) 2. Türk mimari uslubu (3/12)
Binanın imajı nedir?	1. Doğal çevre ile uyumlu (8/16) 2. Huzur verici ortam (5/16) 3. Sadelik (3/16)

Tablo G.4. Manastır Oteli Kullanıcıları ile Yapılan II. Etap Anketlerin Değerlendirilmesi (Kasım 1998)

Sorular	Kullanıcıların yanıtı (Tercih oranı)
Binada neleri vurgulamak amaçlanmıştır?	1. Akdeniz kimliği (7/27) 1. Kendine özgülük (7/27) 2. Sadelik (6/27) 2. Düzen (4/27) 2. Çevreye uyum (3/27)
Binanın çağrıştırdığı kavramlar, biçimler, anlamlar nelerdir?	1. Doğal güzellik (manzara) (4/12) 1. Huzur verici ortam (4/12) 2. Geçmiş anımsatan ortam (2/12) 2. Manastırın çağrıştıran ortam (2/12)
Binanın imajı nedir?	1. Doğal güzellik (manzara) (3/5) 1. Huzur verici ortam (2/5)

Ek H. Alan Çalışmasının Kapsamındaki Binaların Mimarlari İle Yapılan Görüşmeye İlişkin Sonuçlar.

Tablo H.1. Kazım İspahani (Marine Oteli'nin mimarı) ile Yapılan Anketin Sonuçları (19.11.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Otel, dört eski eser binanın orijinal durumuna uygun olarak yenilenmesi ile oluşturulmuştur.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Kemer ve sütunlar, Roma-Türk mimarı sentezi (yani Akdeniz sentezi) yapılarak kullanılmıştır.
Binanın imajı nedir?	- Türk ve Akdeniz motiflerini taşıyan yöreye özgün bir örnek.

Tablo H.2. Vedat Nazık (Türk Evi Otelleri İşletmecisi) ile Yapılan Anketin Sonuçları (19.11.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Tarihi surlarla bütünleşen bu çevrede, geleneksel Türk Evleri'nin özelliklerini yansıtacak bir yapıyı oluşturabilmek amaçlanmıştır.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Geleneksel Türk Evleri'ni yansıtacak her tür simge kullanılmıştır. - Otantik bir yapı tarzını vurgulamak amaçlanmıştır. Tarihi surlara yaslanan bu yapının tarihle uyum içerisinde olması gerekliliğinden hareket edilmiştir.
Binanın imajı nedir?	- Geleneksel Türk Evleri atmosferinin oluşturulması

Tablo H.3. Özgönül Aksoy (Club Alda Tatil Köyü'nün Mimarı) ile Yapılan Anketin Sonuçları (08.12.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Uyum; "Karşıtların birliği" şeklinde oluşturulmuştur. Daha çok "sınırlılık, esneklik ve çelişki" gibi ilkelere bağlı olarak tasarım yapılmıştır. - Ayrıca, çevresel öğelerin de vurgulanması amaçlanmıştır.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Çatılar, insanlara ev simgesini anımsatmaları nedeniyle çok yoğun olarak kullanılmıştır.
Binanın imajı nedir?	- Yer düzlemine konmuş, bir göçmen kuş sürüsü. - "Sunmak" sözcüğünden yansıyan bir kaç imge.

Tablo H.4. Harun Özer (Club Aquamarine Tatil Köyü'nün mimarı) ile Yapılan Anketin Sonuçları (16.11.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Doğal çevre verilerini (yani ağaçları) korumak ve bunlarla uyumlu bir mimari eser oluşturabilmek amaçlandı.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Anadolu'ya özgü elemanlar ve motifler kullanıldı. - Tarihi yerleşimlerden biri olan Likyalı'ların kullandığı mimari biçimler yorumlanarak kullanılmıştır. Yukarıda bahsedilen biçimleri, kullanıcıları düşündürebilmek amacıyla kullanılmıştır.
Binanın imajı nedir?	- Proje müellifinin bilimsel ve sanatsal yorumunun yansıması.

Tablo H.5. Ersen Gürsel (Manastır Oteli'nin mimarı) ile Yapılan Anketin Sonuçları
(24.12.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Doğal çevre ile oluşturulan fiziksel çevre arasında uyum sağlamak amaçlandı.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Hiçbir metafor kullanılmadı. - İnsanı yormayan fiziksel çevreyi oluşturmak amaçlandı. - Çam ve selvi ağaçlarından oluşan bir mekan kullanıcılara sunuldu.
Binanın imajı nedir?	- Yöresel mimari elemanlarının ve mekanların yorumu.

Tablo H.6. Ertif Ayaydın (Myndos Oteli'nin mimarı) ile Yapılan Anketin Sonuçları
(17.11.1998)

Sorular	Mimarın yanıtı
Binanın çevre ile bütünleşmesi konusundaki tasarım ilkeleri nelerdir?	- Doğal çevre verilerini (yani ağaçları) korumak ve bunlarla uyumlu bir mimari eser oluşturabilmek amaçlandı.
Binanın tasarımında kullanılan metaforlar nelerdir?	- Lidya-Frigya mezarları, Osmanlı kavuklukları, amforalar, Gotik uslubu motifler vb. kullanılmıştır. - Bodrum'un, eski Anadolu, eski batı ve Osmanlı Uygarlığı'nın düğümlendiği ve Akdeniz mimarisinin uygulandığı bir bölge olması nedeniyle yukarıdaki metaforlar kullanılmıştır.
Binanın imajı nedir?	- Yukarıda bahsedilen kültürlerin, proje müellifinin yorumlarıyla yapıya yansıtılması.

ÖZGEÇMİŞ

Mualla Kancioğlu, 24 Kasım 1965'de İstanbul'da doğdu. Lise eğitimini 1983 yılında tamamladı. 1987 yılında İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi-Mimarlık Bölümü'nden mezun oldu. 1987 yılında Yapı Üretim Organizasyonu A.Ş.'de, 1988 yılında Birleşmiş Mimarlar İnşaat ve Turizm A.Ş.'de çalıştı. 1988-1989 öğretim yılında İ.T.Ü. yüksek lisans öncesi İngilizce Hazırlık bölümü'nde yabancı dil eğitimi gördü. 1989-1991 öğretim yıllarında Prof.Dr.Mine Inceoğlu'nun yürütücülüğünde İ.T.Ü. Mimarlık Bölümü-Bina Bilgisi programında yüksek lisans eğitimi gördü; ve aynı zamanda Cevahirler İnşaat ve Turizm A.Ş.'de çalıştı. 1992 yılında İ.T.Ü. mimarlık Bölümü-Bina Bilgisi programında doktora eğitimine başladı. 1997 yılına kadar Cevahirler İnşaat A.Ş.de görevine devam etti; 1997 yılında İnşaat A.Ş.de çalıştı. 1998 yılında doktora tez çalışmasını yapmak amacıyla tam gün çalışma hayatına ara vererek, belirli zaman aralıklarıyla Okan Ülbay Mimarlık Bürosu'nda çalışmalara başladı; şu anda devam etmektedir.

