

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM GELİŞİMİ İLE KÜLTÜREL KİMLİK
OLGUSU ARASINDAKİ İLİŞKİ: ALAÇATI ÖRNEĞİ

Asena ALBAYRAK

Danışman

Prof. Dr. Ömür Neczan TİMURCANDAY ÖZMEN

İZMİR - 2017

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Turizm Gelişimi ile Kültürel Kimlik Olgusu Arasındaki İlişki: Alaçatı Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih:

27/01/2017

Asena ALBAYRAK

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Turizm Gelişimi İle Kültürel Kimlik Olgusu Arasındaki İlişki: Alaçatı Örneği

Asena ALBAYRAK

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Bu çalışmada kültürel kimlik olgusu ile Alaçatı'daki turizm gelişimi arasındaki ilişki değerlendirilmektedir. Bu çerçevede Alaçatı'nın kültürel yapısının incelenmesi ve bu yapının turizm gelişimiyle olan ilişkisinin saptanması amacıyla "Alaçatı'nın turistik gelişimiyle Alaçatı'nın kültürel kimliğinin ilişkisi nedir?" sorusuyla yola çıkılmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde; araştırmanın amacı ve önemi, araştırma problemi, tezin kapsamı ve çalışma planı yer almaktadır. İkinci bölümde kültür olgusu ve kimlik kavramı incelenmiştir. Kimlik öğeleri ve kimlik teorilerine değinilerek kültürel kimlik kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca turizm, turizm gelişiminin göstergeleri ve unsurları, turizm gelişiminin kültür ve kimlik ilişkisine yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde Alaçatı'nın tarihine ve turistik ürünlerine yer verilerek örneklem, veri toplama aracı, görüşme süreci, veri analizi ve bulgular açıklanarak sonuçlar ve öneriler gösterilmektedir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler görüşme tekniğiyle elde edilmiştir. Alaçatı'da yerel yönetimden iki görevli, bir turizm derneği başkanı, iki otel müdürü ve yerel halktan on kişi de dahil olmak üzere toplamda 15 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeler, katılımcılardan önceden randevu alınarak 4 Nisan 2016-3 Mayıs 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, her bir görüşme ortalama 30-45 dakika arası sürmüştür.

Araştırma sonucunda Alaçatı'nın turizm gelişimiyle beraber, yerel halkın çoğunluğunun Alaçatı merkezden ayrılarak civar yerleşim birimlerine

gittiği saptanmıştır. Alaçatı'ya, İstanbul başta olmak üzere çeşitli illerden çok sayıda kişinin yerleşmesiyle beraber kültürel kimliğin büyük ölçüde yitirildiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle Alaçatı'daki turizm gelişiminin genel çerçevede kültürel kimlikle ilişkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Araştırmadaki bir diğer sonuç ise Alaçatı'daki turizm gelişiminin başlıca nedenlerinin rüzgar sörfünün gelişimi ve mimari yapının bozulmamış olması olarak ortaya koyulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alaçatı, Turizm Gelişimi, Kültür, Kimlik, Kültürel Kimlik.



ABSTRACT
Master's Thesis
The Relationship Between Development of Tourism and Cultural Identity
Phenomenon: The Example of Alaçatı
Asena ALBAYRAK

Dokuz Eylül University
Institute of Social Sciences
Department of Tourism Administration
Tourism Administration Program

In this study, it has been evaluated to examine the relationship between tourism development and cultural identity in Alaçatı which is located in İzmir. In this regard, the purpose of this research is to reveal questions of; “What is the relationship effect of cultural identity in the development of Alaçatı?” in order to examine the cultural structure of society in Alaçatı and determine this structure tourism development.

In the first part of this study, it has analysed that the purpose of research, the problem of research and the scope of the thesis. In the second part of this study, it has been analysed that cultural forms, cultural factors and cultural phenomenon and it has been explained the concept of identity, the elements of identity and the theories of identity. It has described that the concept of cultural identity. Besides it has explicated that tourism, the indicators of tourism development and the relationship between tourism, cultural and identity. In the third part of this study, it has described that the history of Alaçatı and the touristic products of Alaçatı. Also it has explained that research, research methods, findings and suggestions.

In this study an interview form with open-ended questions appropriate to semi-structured interview method has been used. The data is obtained from a total of 15 stakeholders such as two people from local administration, the president of tourism association, two hotels managers, the ten people from local

public. Each interview takes from 30 minute to 45 minute. All interviews have been taken time between 4 April 2016 and 3 May 2016.

As a result of this study, it has been revealed that the majority of local public has moved from Alaçatı to nearby places due to that the tourism has developed. The cultural identity has been lost highly in Alaçatı as result of migration from another cities such as İstanbul. Within the scope this result there is no relationship between the tourism development of Alaçatı and cultural identity. The major reasons of tourism development in Alaçatı can be seen sustaining of windsurf and architecture.

Keywords: Alaçatı, The Development of Tourism, Culture, Identity, Cultural Identity.

TURİZM GELİŞİMİ İLE KÜLTÜREL KİMLİK OLGUSU ARASINDAKİ İLİŞKİ: ALAÇATI ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMAYA GİRİŞ

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	3
1.2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ	4
1.3. TEZİN KAPSAMI	5
1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	6

İKİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. KÜLTÜR OLGUSU	7
2.1.1. Kültür Öğeleri	9
2.2. KİMLİK KAVRAMI	10
2.2.1. Kimlik Türleri	12
2.2.2. Kimlik Teorileri	13
2.2.2.1. Sosyal Kimlik Teorisi	13
2.2.2.2. Sembolik Etkileşimci Teori	14
2.2.2.3. İtibari Kimlik Teorisi	15
2.2.2.4. Referans Grup Teorisi	16
2.2.2.5. Birikim Teorisi	17
2.2.2.6. Gösterilen Benlik Teorisi	17

2.2.2.7. Sosyal Dağılıma Teorisi	18
2.2.2.8. Ego Gelişmeci Teori	19
2.3. KÜLTÜREL KİMLİK	20
2.4. TURİZM	24
2.4.1. Turizm ve Kültür Öğeleri	27
2.4.1.1. Değerler ve Normlar	28
2.4.1.2. İnanç	31
2.4.1.3. Dil	32
2.4.1.4. Yaşam Biçimi	33
2.4.1.5. Mimari Yapı	35
2.4.1.6. Sanat	36
2.4.1.7. Aile Yapısı	37
2.5. TURİZM GELİŞİMİ	39
2.5.1. Unsurları	41
2.5.2. Göstergeleri	42
2.5.2.1. Ekonomik Göstergeler	42
2.5.2.2. Sosyal Göstergeler	46
2.5.2.3. Fiziksel Göstergeler	46
2.6. TURİZM GELİŞİMİ, KÜLTÜR ve KİMLİK İLİŞKİSİ	47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

3.1. ALAÇATI ve KÜLTÜREL KİMLİK ÖZELLİKLERİ	52
3.1.1. Tarihsel Boyut	53
3.1.2. Sosyo-Kültürel Boyut	56
3.1.3. Turistik Ürün Yapısı	59
3.2. VERİ TOPLAMA ARACI	61
3.3. ÖRNEKLEM	61
3.4. GÖRÜŞME SÜRECİ	62
3.5. GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK	63
3.6. VERİ ANALİZİ	64
3.7. BULGULAR	66

TARTIşMA	77
SONUÇ	78
ÖNERİLER	82
KAYNAKÇA	84



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Dünya Turizm Gelirleri ve Gelen Ziyaretçi Sayısı	s. 44
Tablo 2: Türkiye Ziyaretçi Girişleri ve Dünya İçindeki Payı	s. 45
Tablo 3: Araştırma Katılımcılarının Demografik Bilgileri	s. 67



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kültür Kavramının Ana �geleri ve Kültür Haritası	s. 8
Şekil 2: Kimlik Türleri 1	s. 22
Şekil 3: Kimlik Türleri 2	s. 23
Şekil 4: Turizm Gelişiminin Sihirli Beşgeni	s. 40
Şekil 5: Küba'dan Bir Görünüm	s. 48
Şekil 6: Cafe De Flore / Paris	s. 50
Şekil 7: Alaçatı / İzmir Haritası	s. 53
Şekil 8: Alaçatı'dan Bir Görünüm	s. 55
Şekil 9: Alaçatı Ot Festivalinden Bir Görünüm	s. 57
Şekil 10: Turistik �r�n Şeması	s. 59

GİRİŞ

Turizm, yapısı ve dinamikleri nedeniyle sosyal bir olaydır. Bu bakımdan turizm olayının temeli insandır.

İnsanları turizm olayına katılmaya iten çeşitli motivasyonlar vardır. Bu motivasyonlar turizmin değişip gelişmesi ve yeni eğilimlerin ortaya çıkmasıyla, insanların zihninde turizm denince canlanan deniz-kum-güneş üçgeninden ibaret algıyı kırmaktadır.

Günümüzde toplumların gelişen bilinç ve kültür düzeyi ile beraber turizm olayı yeni boyutlar kazanmıştır. İnsanlar turizm hareketliliğine yalnızca deniz-kum-güneş için değil; kültür, sanat, kültürel kimlik, tarih, coğrafya gibi çekim unsurları nedeniyle de katılmaktadırlar. Değişen yaşam biçimleri, değerler ve farklı estetik algıları turizm olayının hareketlenmesindeki diğer unsurlardandır. Kişilerin yaşam biçimleri değişip, ufukları genişledikçe, turizme bakış açıları da turizmle beraber çeşitlenip gelişmektedir.

Öte yandan bir bölgede turizm gelişiminden söz edebilmek için sosyal, ekonomik, kültürel, psikolojik ve fiziksel faktörlerin incelenmesi gerekmektedir. Turizm gelişimini sağlayan boş zamanın artması, ücretli izin hakkı, teknolojik gelişmeler gibi çeşitli unsurlar vardır. Bu unsurlar söz konusu olan destinasyonun turistik niteliğiyle yakından ilişkilidir. Aynı zamanda her destinasyon farklı turistik ürün içerir.

Turizm ürününün en önemli unsurlarından olan çekicilik unsuru her bölge için değişiklik göstermektedir. Kimi destinasyonlarda maddi öğeler ön plandayken kimisinde de manevi öğeler başlıca çekicilik unsuru olabilmektedir. Hem maddi hem de manevi öğeleri bünyesinde bir arada barındıran destinasyonlar da mevcuttur. Aynı zamanda çekicilik unsuru olay ve yer çekiciliği olarak ikiye ayrılmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 424). Olay çekiciliğine örnek kongre, fuar vs. olurken yer çekiciliğine örnek ise Kapadokya, Mardin ve Datça olabilmektedir. Yer çekiciliğini oluşturan unsurlardan biri de yer kimliğidir. Yer kimliğini, temelde o destinasyonun kültürel kimliği belirler. Bu çerçevede kültürel kimlik de destinasyonların çekicilik unsurlarından biri olarak görülebilmektedir (Kutvan ve Kutvan, 2013: 161).

Bireyler için temelde “Ben kimim?” sorusuyla başlayan tanımlanma ve aidiyet ihtiyacı, toplumlar ve yerler için de bulunmaktadır. Bir destinasyonun kimliği, o yerin kültürüyle iç içe olmakla birlikte, kültür öğelerini de kapsamaktadır. Bu bakımdan yer kimliği bir destinasyonun yapısını ve taşıdığı çekicilik unsurlarını gösterebilmesi açısından önemlidir. Bu anlamda “kültürel kimlik” unsuru da insanları turizm olayına katılmaya iten nedenlerden biri olabilir. İnsanlar bir bölgenin yaşam biçimini, inancını, değerlerini, sanatını, mimarisini, dilini, dokusunu merak edip o destinasyona gitme ve görme eğilimi gösterebilmektedirler.

Bu bağlamda kültürel kimlik ve turizm gelişiminden hareketle bu araştırmanın yapılmak istenmesinin nedeni şudur; Alaçatı, günümüzde popüler turizm destinasyonlarından biri olmakla beraber sahip olduğu tarihi doku nedeniyle de çekici turizm merkezlerinden biri olma özelliği göstermektedir. Öte yandan mübadele kasabası olma özelliğinden gelen çok kültürlülük nedeniyle Alaçatı’nın kültürel kimliği araştırılmaya değer bir konu olarak görülebilmektedir. Bu araştırma, Alaçatı’nın kültürel kimliğinin turizm gelişimiyle ilişkisi olup olmadığını; olduysa ne ölçüde ve hangi etkenlerle olduğunu bulmayı amaçlamaktadır. Tezin temel iddiası ve araştırma için yola çıkılırken sahip olunan sav, Alaçatı’da kültürel kimlikle turizm gelişimi arasında güçlü bir ilişki bulunduğu yönündedir. Araştırma sonucunda bu iddianın doğruluğu veya yanlışlığı ortaya çıkmış olacaktır.

Bu amaçla yapılan araştırma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde giriş, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın problemi, tezin kapsamı ve örneklemeden bahsedilerek yazın taraması yapılmaktadır. İkinci bölüm, araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturması açısından önemlidir. Bu bölümde kültür olgusu ve kimlik kavramı incelenerek, kültür öğeleri, kimlik teorileri ve kültürel kimlikten bahsedilmektedir. Ayrıca turizm ve turizm gelişimi anlatılarak turizm gelişimiyle kültürel kimlik arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmaktadır. Böylelikle saha çalışmasından önce araştırmanın teorik dayanağı oluşturulmaktadır. Araştırmanın üçüncü bölümünde Alaçatı’nın tarihi ve turistik ürünleri incelenerek araştırmanın yöntemi, amacı, görüşme süreci, veri analizi ve bulguları belirtilerek sonuçlar ve önerilere yer verilmiştir.

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği ile yapılmıştır. Araştırmanın nitel araştırma yöntemiyle yapılmasının temel nedeni

Alaçatı'nın turizm gelişimiyle kültürel kimliği arasındaki ilişkiyi, Alaçatı'da yaşayan yerli halkın algıları doğrultusunda öğrenmek amaçdır. Bu amaç doğrultusunda en uygun yöntemin görüşme yöntemi olacağı saptanarak nitel araştırma yönteminde karar kılınmıştır. Nitel araştırma yapılırken araştırmacının çalışılan bölgeye giderek birinci elden araştırmayı yapması gerekmektedir. Bu nedenle araştırmacı, araştırılan alanı tanıyarak araştırma için gerekli temasların yapılmasını sağlar ve gereken izinlerin alınmasını bizzat gerçekleştirir (Yıldırım ve Şimşek 2006: 87). Gerekli temaslar sağlandıktan sonra örneklem kapsamında Çeşme Belediyesi'nde çalışan şehir planlamacısı bir memur ve Çeşme Kaymakamı'nın yanı sıra Alaçatı'daki iki butik otel müdürü, Alaçatı Turizm Derneği başkanı ve yerel halktan kişilerle görüşülerek Alaçatı'nın turizm gelişimi ve kültürel kimliği ilişkisi hakkındaki düşünceleri, algıları ve değerlendirmeleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda görüşme formu aracılığıyla öncelikle katılımcıların Alaçatı'nın kültürel kimlik unsurlarına karşı olan algıları ölçülmüştür. Daha sonra Alaçatı'nın bir turizm destinasyonu olarak çekici yanları, turistlerin burayı tercih sebepleri ve Alaçatı'daki turizm gelişiminin sebepleri ile ilgili fikirleri alınarak turizm gelişiminin kültürel kimlikle ilişkisi ölçülmek istenmiştir. Son olarak katılımcıların, Alaçatı'nın kültürel kimliğinin ve turizm gelişiminin sağlıklı devam edebilmesi açısından istek, görüş ve önerileri alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMAYA GİRİŞ

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Toplumların, ülkelerin, şehirlerin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi özellikler insanlarda merak duygusu uyandırarak destinasyonların çekiciliğini sağlamaktadır. Bu anlamda kültürel özellikler ele alındığında kültürü oluşturan mimari, sanat, aile yapısı, din, dil ve yaşam tarzı gibi öğelerin oluşturduğu kültürel kimlik bir destinasyonun tercih sebebi olması konusunda önemli bir rol oynamaktadır.

Kültürel kimlik konusuyla bağlantılı olarak “yer kimliği” de turizm olayının gerçekleşmesine neden olan unsurlar açısından önemlidir. Bir yerin kimliğini belirleyen çeşitli kültürel faktörler, yaşayışlar, bireyler, deneyimler ve yaşam tarzları da kişilerde merak duygusu yaratarak, gezip görme eğilimi oluşturmaktadır.

Bu araştırmada, yer kimliği kapsamında örnek olarak ele alınan destinasyon Alaçatı’dır. Alaçatı’nın araştırma kapsamına alınmasının nedenleri; göç olgusunun kültürel yapıya etkisinin oldukça fazla olmasından kaynaklı olarak Alaçatı’nın mübadele kasabası olması dolayısıyla şu anki kültürel yapısının araştırılmasını sağlayan merak unsuru ve Alaçatı’nın son dönemlerde popüler turizm merkezlerinden biri olması sebebiyle yaşadığı turizm gelişiminin, var olan kültürel kimliğiyle olan ilişkisinin ölçülmek istenmesidir. Öte yandan turizmin kültürel yapı üzerindeki olumlu ve olumsuz anlamda neden olduğu değişimlerin Alaçatı’da ne ölçüde meydana geldiğini de yerel halkın algıları, gözlemleri ve düşünceleriyle ortaya koymak amaçlanmıştır.

Tüm bu bilgiler ışığında, bu çalışmada, Alaçatı’nın kültürel yapısı, kültürel değişimi ve kültürel kimlik ile turizm gelişimi arasındaki ilişkinin görülebilmesi hedeflenmiştir. Öte yandan bu araştırma Alaçatı’nın turistik anlamda gelişiminin nedenlerini açıklayabilmesi açısından ve daha önce Alaçatı’nın kültürel kimliğinin turizmle olan ilişkisiyle ilgili yapılan bir çalışma olmaması açısından önemlidir.

1.2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Bu araştırmada Alaçatı’nın mevcut kültürel kimliği ile Alaçatı’daki turizm gelişimi arasındaki ilişkiyi bulmak amaçlanmıştır. Bu amaçla Alaçatı’nın mevcut kültürel kimliğinin ve turizm gelişiminin saptanması, aralarındaki ilişkinin bulunması ve gerekirse turizm gelişiminin sağlıklı devam edebilmesi açısından öneriler sunulmaktadır. Yaşadığımız toplumun dili, inancı, aile yapısı, mimarisi, sanatı ve yaşam biçimleri gibi ögeler o toplumun kültürel kimliğini de oluşturmaktadır. Buradan yola çıkarak Alaçatı’nın mevcut kültürel kimlik unsurlarının turizm gelişimiyle olan ilişkisi araştırmanın ana çıkış noktasını belirlemektedir.

Bir destinasyonun kültürel kimlik unsurları o destinasyonda yaşayanların tarih bilincini arttırarak destinasyonun turizmi ve pazarlanması açısından önemli

olmakla birlikte bu unsurların korunmasını gerekli kılmaktadır. Bir destinasyonda turizm gelişimini sağlarken kültürel değerlerden taviz verilmeden yapılması gerekmektedir. Araştırmanın temel problemi de buradan çıkmaktadır.

Araştırma problemi *“Alaçatı’nın kültürel kimliğiyle turistik gelişimi arasındaki ilişki nedir?”* şeklindedir. Ortaya çıkan bu araştırma problemi ile ilgili yazın taraması sonucunda aşağıdaki araştırma soruları belirlenmiştir:

- Alaçatı’daki yerel halkın yaşam biçimi nasıldır?
- Alaçatı’nın kültürel kimlik yapısı nasıldır ve öğeleri nelerdir?
- Alaçatı’daki turizm gelişimi ne yönde hareket etmektedir?
- Alaçatı’ya gelen turistlerin burayı tercih sebepleri nelerdir?
- Alaçatı’ya gelen turistlerin burada en beğendikleri özellikler nelerdir?
- Alaçatı’da kaybolan ve yaşatılan değerler nelerdir?
- Alaçatı’nın kültürel kimlik yapısının korunması konusunda halkın davranışları nasıldır?
- Alaçatı’nın maddi ve manevi korunması konusunda dernek çalışması, politika ve kampanyalar var mıdır? Varsa nelerdir?

Bu araştırma soruları belirlenirken araştırma problemine paralelliği, araştırma problemini açıklayabilmesi, güncel olması ve katılımcıların cevaplayabilirliğinin fazla olması dikkate alınmıştır.

1.3. TEZİN KAPSAMI

Kültürel kimlik olgusu hemen her bölgede karşımıza çıkan geniş bir olgu olmakla beraber temelde kültür ve kimlik konularını kapsamaktadır. Bir yerin kültürel kimliğinden hareketle Alaçatı destinasyonu araştırma kapsamına alınmaktadır. Alaçatı’nın bir mübadele kenti olması dolayısıyla kozmopolit bir yapıya sahip olması, araştırma alanı olarak belirlenmesinde etkin rol oynamıştır.

Son yıllarda artan ünüyle Alaçatı, tarihi dokusu ve rüzgar sörfü gibi çeşitli unsurları sebebiyle öne çıkmıştır. Bu çalışmada Alaçatı’nın kültürel kimliği kapsamında; değerleri, inancı, normları, gelenekleri, dili, sanatı, mimari özellikleri,

turistlerin gelme nedenleri, Alaçatı'nın kültürünü korumaya yönelik halkın davranışları ve idari birimlerin bu kültürel değerleri korumaya yönelik eylemleri araştırılmıştır.

Araştırma evreninin tamamı Alaçatı destinasyonu olmakla beraber örneklem dâhilindeki katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemine göre seçilen, on tanesi yerel halktan, iki tanesi butik otel müdürlerinden ve üç tanesi yerel yönetimden olmak üzere 15 kişidir. Kartopu ve zincir örnekleme sistemine göre seçilen bu katılımcılar araştırılan konuda bilgi sahibi olunmaları öngörülerek oluşturulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 140). Araştırma amacının yerel halkın araştırma problemi hakkındaki algı ve görüşlerini ölçmek olması nedeniyle katılımcıların Alaçatı'da yaşayan, çalışan veya doğan kişilerden seçilmesine önem verilmiştir. Görüşülen katılımcılara yöneltilen *“Alaçatı'nın kültürel yapısıyla alakalı kimler bilgi sahibi olabilir?”* sorusuyla da bazı katılımcılara ulaşılmıştır.

1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Yapılan bu araştırma yalnızca Alaçatı beldesinin kültürel kimliğinin, turizm gelişimi üzerindeki etkisiyle ilgili olup araştırmada görüşülen yerel halktan birkaç kişi, Çeşme Kaymakamı, Alaçatı Turizm Derneği başkanı, iki adet otel müdürü ve Çeşme Belediyesi'nde çalışan bir adet şehir planlama memuru ile sınırlıdır. Araştırmada belirtilen katılımcıların görüşleri incelenmiş olup yerel halkın algıları, duyguları ve deneyimleri ölçülmek istendiği için Alaçatı beldesindeki turistlerle görüşülmemiştir. Araştırmada yapılan tüm görüşmelerin bizzat araştırmacı tarafından yürütülmesi zorunluluğu da araştırmayı sınırlayan bir diğer faktördür. Bunun yanı sıra araştırmayı kısıtlayan en önemli unsurlar; maliyet ve zamandır. Örneklem çerçevesinde katılımcılardan randevu almak veya randevu almadan görüşmeyi talep etmek zaman alıcıdır.

Gelecekte bu konuda yapılacak olan çalışmalarda farklı bir belde seçerek veya aynı beldede yukarıda sayılan katılımcılar dışında örneğin; turistlerle de görüşülerek araştırma geliştirilebilecek ve sonuçları kıyaslama imkânı doğabilecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırma sorusu çerçevesinde Alaçatı'nın kültürel kimliği ve turizm gelişimi ilişkisi bağlamında “kültürel kimlik” olgusunun ve “turizm gelişimi” kavramının açıklanması gerekliliği doğmaktadır. Kültürel kimlik kavramını açıklamadan önce kültür olgusu ve kimlik kavramına değinmek gerekmektedir. Öte yandan turizm gelişimini anlayabilmek için de turizm ve turizm gelişiminin çeşitli göstergelerine bakmak doğru olacaktır. Bölümün sonunda ise kültürel kimlik kavramı açıklandıktan sonra kültürel kimlik ve turizm ilişkisine değinilerek araştırmanın yöntem kısmı için dayanak oluşturulmaya çalışılmıştır.

2.1. KÜLTÜR OLGUSU

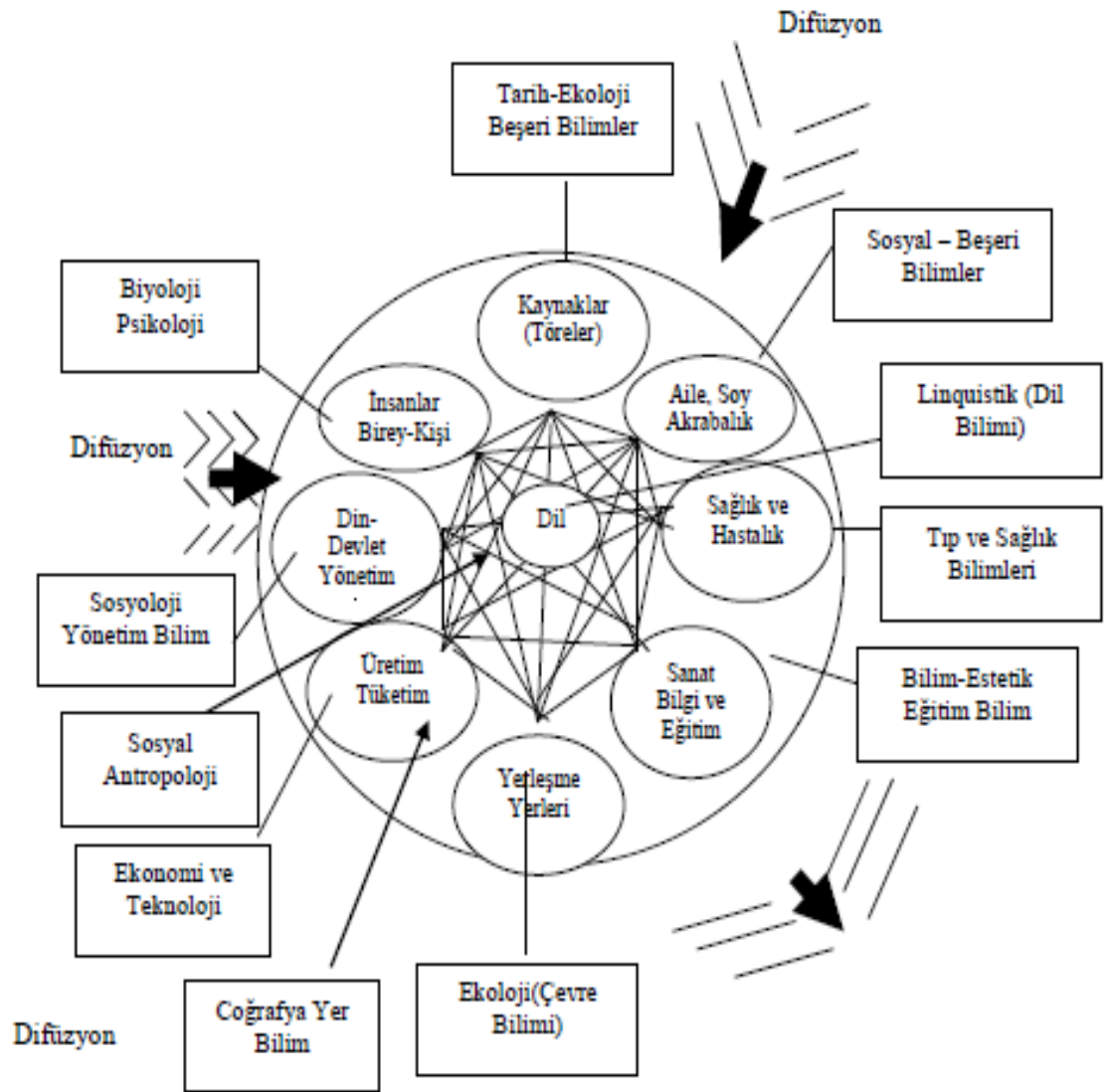
Kültür, kavramsal olarak pek çok olguyu içinde barındıran geniş bir yelpazedir. Örneğin; bir kişinin doğumundan itibaren aldığı dil eğitimi, giyinme şekli, aile yapısı, değerleri, sosyal yaşantısı gibi unsurlar, o kişinin ait olduğu kültürün çatısı altında şekillenmektedir. İnsanlar yaşamda bazı sosyal ilişkileri, değerleri, gelenekleri ve dili öğrenerek sosyal bir varlık haline gelmektedirler. Bu bağlamda, en gelişmemişinden en gelişmişine kadar her çeşit toplulukta kültür adı verilen olguyla karşılaşmaktadır (Güvenç, 1996: 102). Kültür kuramcısı olan Raynold Williams kültürün yüz altmış dört adet farklı tanımı olduğunu söylemektedir (Gökalp, 2013: 99).

Kültürün özelliklerinden biri kuşaktan kuşağa aktarılan genetik bir özellik olmayıp sonradan öğrenilen davranışlardan oluşmasıdır. Kişiler doğduklarında kültür bilgisine sahip olmayıp, bu bilgiyi sonradan edinerek onu geliştirip korumaları gerekmektedir (Özkalp, 2001: 94-95-96).

Taylor vd.'ne (1991: 827) göre kültür insanın, bir toplumun üyesi olarak edindiği bilgi, sanat, gelenek, görenek, yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir yapıdır. Hofstede (1980: 32) ise kültürü, bir grup insanı diğer grup insanlardan ayıran zihinsel bir programlama olarak görmektedir. Bu programlama aileden başlayıp,

okuldaki arkadaşlara, çalışma ortamına ve yaşanılan topluma kadar çok geniş bir yelpaze oluşturur. Bu tanımlamadan hareketle kültür bir kişinin sosyal ortamından kaynaklanmaktadır (aktaran Duran, 2011: 293). Güvenç'e (1996: 106) göre, her sosyal ve kültürel sistem hayatta kalabilmek için, kendi yaşama özelliklerine ve standartlarına uygun bir doğal çevreye muhtaçtır. Kültürel sisteme ait yaklaşık olarak hemen her şey bu çevrenin etrafında yer almaktadır. Güvenç (1996: 106), kültür kavramını, ana öğeleriyle bir kültür haritası şeklinde modellendirmiştir.

Şekil 1. “Kültür Kavramının Ana Öğeleri ve Kültür Haritası”



Kaynak: Güvenç (1996: 106)

Şekil 1’den anlaşılacağı üzere kültürü oluşturan kurum ve değişkenler bu sistemin tamamlayıcı öğelerinden olup her bir ögenin tek başına birer bilim ve meslek dallarına konu olduğu söylenebilmektedir. Kültür sistemi, etrafında bulunan diğer toplumlarla alışveriş halinde olan açık bir sistemdir (Güvenç, 1996: 108-109)

Şekil 1’de kişinin aile, soy ve akrabalık durumu, sağlık durumu, töreleri, sanatı, bilgisi ve eğitimi gibi öğeleri görmek mümkündür. Şekil 1’deki kültürü oluşturan tüm değişkenler, kültürün çok yönlü ve karmaşık bir yapıda olduğunu göstermektedir. Örneğin; kaynaklar (töreler) ögesi ekoloji bilimiyle ilişkilidir. Çünkü kaynakların (törelerin), yerleşim yerleriyle ilişkisi bulunmaktadır. Benzer şekilde üretim ve tüketicinin, sosyal ve beşeri bilimlerle ilgili olduğundan bahsetmek mümkündür. Bunun sebebi de aile, soy ve akrabalığın ekonomiyle olan ilişkisidir. Bunlardan yola çıkılarak en ilkelinden en gelişmişine kadar hiçbir toplumsal ve kültürel sistemin tek başına bulunamayacağı söylenebilmektedir.

Turhan’a (1969: 17) göre ise kültür bir bütündür ve bireyin sosyal bilgilerinde idrak ve organize edilmiş bir bütünün parçasıdır. Bütün ve parça arasındaki ilişkiden dolayı bireyler kültürün birer temsilcisidir. Birey, toplum içinde kültürün iradi ve bilinçli bir taşıyıcısıdır. Aynı zamanda birey, kültürde meydana gelen değişmelerin başlatıcısı ya da takipçisidir.

Bu tanımlardan hareketle kültürün çok geniş bir kavram olmakla beraber bir bütün olduğu ve sosyal ortamlarda beslenip geliştiği söylenebilmektedir. Bireyler bu bütünün içinde bir parça olarak yer almasına rağmen kültürü etkileyen geliştiren dinamiğin de temelinde yer almaktadır. Toplumlar birbirlerinden farklı tarzda bireylere sahip olduğundan, bu durum her topluluğun kendine özgü kültürünü oluşturmalarını sağlamaktadır. Böylelikle dünyanın farklı yerlerinde, toplumlar tarafından özgün yaşam şekilleri ve kültürler yaratılmaktadır.

2.1.1. Kültür Öğeleri

Kültür, yalnızca bir halkın yaşam biçimi ve gelenekleriyle değil aynı zamanda

o halkın üzerinde baskın olan değer yargıları ve normlarla da ifade edilmektedir (Emekli, 2006: 53). Kültür maddi ve manevi olmak üzere iki türlü ögeden oluşmaktadır.

Maddi kültür ögeleri, bir toplumun teknoloji ile elde edilen maddi araçlarından, yaygınla mı  kalıp ve davranış biçimlerine kadar uzanan, kültürde somut haliyle yer alan unsurların ve bu unsurların kullanış tarzlarının tamamı olarak açıklanabilir (Sözen, 1991: 100). Diğer bir deyişle toplumun her türlü elle tutulur gözle görülür ögelerinden oluşmaktadır. Örneğin; topluma ait giysiler, binalar, kullanılan teknoloji, üretim ve her türlü araç gereç kültürün maddi ögeleri hakkında bilgi vermektedir.

Manevi kültür ögeleri ise, soyut biçimde ifade edilen ve bireylerin sosyal çevreyi algılayı ında var olan ortak özelliklerin belirleyicisi olarak görülebilmektedir (Sözen, 1991: 99). Bir toplumun ya ayı ını düzenleyen gelenek, görenek, değer, inanç, yasa, ahlak kuralları, normlar ve düşünce biçimi kültürün manevi ögelerini oluşturmaktadır (Bahar, 2009: 55).

Maddi ve manevi kültür ögeleri birbirleriyle uyum içindedirler. Örneğin; derebeylik sisteminin olduğu tarım toplumlarında, çekirdek aile yerine geniş aile yaygın olarak görülmektedir. Toplumsal dayanışma, h k mete ve idari kurumlara değil; akrabalık, komşuluk, toprak sahibi-ortakçı arasındaki insan ilişkilerine dayalıdır (Özkalp, 2005: 99). Sözen (1991: 99)'e göre maddi kültür ve manevi kültürün farkı şudur: Maddi kültür, başlangıçta tek başına bir kültür unsuru olmamakla beraber manevi kültürle birlikte gelişen ve geliştiren bir unsur olarak görülmektedir.

Yaşam biçimi, aile yapısı, inanç, dil, sanat ve mimari gibi bir destinasyonun kimliğini de oluşturan kültür ögeleri turizm ve kültür ögeleri ba lı ında turizmle olan ilişkileriyle beraber incelenmektedir. Bu kültürel kimlik ögelerini turizm ve kültür ögeleri ba lı ında ele almadan önce kimlik kavramına değinmek gerekmektedir.

2.2. KİMLİK KAVRAMI

Her insanın hayatının çeşitli evrelerinde sorduğu “Ben kimim?” sorusuna verilen yanıt olmasının yanı sıra kimlik kavramı, ya antımızı şekillendirmesi ve

yaşantımıza yön vermesi dolayısıyla insan gelişiminin en önemli kavramlarından biri olarak sayılmaktadır (Selçuk, 2011: 8). Kimlik doğadaki bir canlıyı veya nesneyi başka canlı veya nesneden ayıran, onu görsel, işitsel, tensel vb. diğer duyularla algılanan, kendine özgü olma halidir. (Ertürk'ten aktaran Duran, 2011: 296). Başka bir tanıma göre kimlik; süreç içerisinde, içinde bulunulan toplumun iktisadi üretim biçimine, sosyal, kültürel yapı ve dinamiklerine göre farklılaşmakta ve değişmektedir (Armağan, 2013: 2).

Felsefi veya kültürel temelli bir biçimde insanın kendisini tanımlaması durumu onun en önemli sorunlarından biri olmaktadır. “Ben kimim?” ve “Neyim?” sorusu bireyin kimlik arayışının temelini oluşturur. Benlik ve kişilik insanın içinde bulunduğu toplumdan bağımsız olarak şekillenmemekle beraber, evrensel değerlerden tamamen kopuk da sayılmamaktadır (Akdemir, 2004: 43).

Bir başka ifadeye göre ise kimlik, bir kişiyi tanımlamak için gerekli olan unsurların farklılığıyla ilgilidir ve kişinin içinden gelen bir duygudur. Bu duygu, var oluş iradesi tarafından ortaya çıkmış, birlik, bağlantı, ayrılık, farklılık, özerklik ve değerler ile ilgili duyguların bütününden oluşmaktadır (Tacar, 1996: 29).

Kimlik duygusu; kişinin komşuları, ait olduğu topluluğun üyeleri, hemşehri ya da dindaşları gibi başka insanlarla olan ilişkilerinin gücüne ve sıcaklığına önemli katkısı olabilmektedir. Belirli kimliklere odaklanması, kişinin bağlarını zenginleştirip başkaları için çok fazla şey yapmasını sağlayabilmekte ve benmerkezci yaşamının dışına çıkmasına yardımcı olabilmektedir (Sen, 2006: 22). Yapılan bu tanımlardan hareketle kimliğin sosyolojik bir olgu olduğunu söylemek mümkündür.

Bir toplumun ortalama kültür düzeyinin, o toplumun bireylerinin çevrelerinde baskın bir unsur olarak hissedilmesiyle beraber çevreyi şekillendirici bir etkisi de vardır (Beyhan ve Ünügür, 2005: 82).

Yukarıda verilen tanımlar bireyin kimliğinden hareketle toplumun kültürel düzeyini açıklamanın mümkün olduğunu anlatmaktadır. Aynı şekilde toplumun kültürel yapısının da bireyin kimliği üzerinde etkileyici bir unsur olduğu görülmektedir.

Kimliğin oluşumunda etkili olan faktörler iki ana başlıkta toplanmıştır. Efektif faktörler, kimliğin duygularla ilgi yönünü; kognitif faktörler ise, düşünce ve

bilginin işlenmesiyle ilgili yönünü göstermektedir (Stryker'dan aktaran Birkök, 1994: 74).

Kimlik duygusunun, bazı insanlara kucak açarken, çok sayıda başka insanı da kesinlikle dışlayabileceği olgusunun kabulüyle tanımlanması gerekmektedir. Bir topluluğa ait bireylerinin, içgüdüsel olarak büyük bir yakınlık ve dayanışma duygusuyla birbirleri için güzel şeyler yaptıkları bütünleşmiş bir toplulukta, o bölgeye dışarıdan gelmiş göçmenlere kötü davranılıyor olabilmektedir. Dışlamanın karşıtlığıyla içselleştirmenin nimetlerinin bir arada yaşaması mümkün olabilmektedir (Sen, 2006: 22).

Öte yandan bireyin toplum içinde kimlik edinmesinde, sosyal yapının etkisinin yanı sıra kişisel iradesiyle yaptığı seçimler de bulunmaktadır. Sosyal yapı faktörleri, o toplumun diğer üyeleri, normlar ve çevre, hem sosyal hem de psikolojik olarak kişiye belli kalıplarda somut tipler dayatmaktadır. Bunların yanında edebiyat, yazılı basın ve modern iletişim teknolojisi, sosyolojinin yeniden şekillenmesini sağlayarak kimlik üzerinde etkili olmaktadır (Toolan, 1992: 14). Genel olarak kimlik, temelde toplumla veya belirli gruplarla benzerlik göstermek demekse de bazı durumlarda farklılık yaşamak anlamına gelmektedir.

2.2.1. Kimlik Türleri

Kimlik, sosyal bilimler alanında yer alan önemli kavramlardan biridir çünkü bireyin kimliğinden bağımsız bir sosyal hayat düşünülemez. Etnik ve milli kökenler, yaşantı, dil ve inanç gibi değişkenlerin yanı sıra düşünceler, hayaller, aidiyet hissedilen gruplar bireyin kimliğini oluşturmakta ve çeşitlendirmektedir (Yanık, 2013: 226).

Kimlik, aynı zamanda planlanmış bir tür davranış veya kişinin benliğine yüklenmiş olduğu bir rol olduğundan, seçeneklerden bir diğeri tercih edilebilmekte, herhangi bir sosyal ortamda ve durumda bir başka kimlik sergilenebilmektedir. (Birkök, 1994: 70).

Bu tanımlar ışığında, kimliğin sabit ve kalıcı olmadığını ve duruma, koşullara, çevresel etkilere veya toplumun gerekliliklerine göre değişkenlik gösterebileceğini söylemek mümkündür (Armağan, 2013: 2). Dahası kişilerin birden

fazla kimliğe sahip olabileceği ve bu kimlikleri dönüşümlü olarak kullanabileceği gibi bir kimlikten vazgeçip başka bir kimlik edinebileceğini de görmekteyiz. Örneğin; lisans eğitimi görmekte olan bir kişi toplum içinde “öğrenci kimliği” ile yer almaktadır. Fakat okulu bitirip işe girince “öğrenci kimliği” bitmekte ve “çalışan kimliği” devreye girmektedir. Bununla beraber kişi, hem bir işte çalışıp hem de öğrenciliğe devam ettiği takdirde “öğrenci ve çalışan kimliği”ne aynı zaman dilimi içerisinde sahip olabilmektedir.

Sosyal meselelerde toplumsal ve bireysel olgular birbiriyle ilişki içerisinde olup birinin varlığı diğerinin varlığıyla açıklanmaktadır. Psiko-sosyal anlamda kimlik kavramı, sosyal psikolojide sosyal kimlik olarak, gruplar arası davranışlar ve tutumlar nihayetinde ortaya çıkan bir kavram olma özelliği göstermektedir (Sözen, 1991: 94).

Sosyal kimlik; toplumsal cinsiyet ve sınıf tespitlerinde kullanılan bir kavram olup kişinin sosyal durumunu ifade etmektedir (Aşkın, 2007: 214).

Bu tanımlardan hareketle sosyal ve bireysel kimliğin birbirini bütünleyen ve birbiriyle ayrılmaz bir ilişki içerisinde olan iki kavram olduğunu söylemek mümkündür. Bireysel kimliklerimiz oluşurken sosyal yapıdan etkilenmektedir. Aynı şekilde sosyal kimlikler bireysel kimliklerin toplamından meydana gelmektedir.

2.2.2. Kimlik Teorileri

Daha önce değinildiği gibi kimliğin farklı tanımlanış ve algılanış biçimleri olduğu gibi farklı kimlik yaklaşımları da bulunmaktadır. Bu bölümde çeşitli kimlik teorilerinden bahsedilmektedir. Kimlik teorilerinden bahsedilmesindeki amaç araştırmada katılımcılara yöneltilen sorularla araştırmanın yürütülmesinde benimsenen kimlik teorisindeki ilişkiyi göstermektir. Bu nedenle çeşitli kimlik teorilerine değinilerek bölüm sonunda benimsenen teori açıklanacaktır.

2.2.2.1. Toplumsal Kimlik Teorisi

Toplumsal kimlik teorisi 1970’li yılların ortasında, o tarihlerin baskın ana akım Amerikan sosyal psikolojisindeki bireyseldi tutumlarının gruplar arasındaki

ilişkiler olgusunu açıklamada yetersiz kaldığı fikrinden doğmuştur (Spears'tan aktaran Özdemir, 2010: 9-29). Toplumsal kimlik teorisinde kişiler kendilerini ve başka insanları farklı gruplara ait olarak algılama eğiliminde olmaktadır. (Kağıtçıbaşı, 2005: 278). Bu eğilim nedeniyle kişiler arasında bir karşılaştırma meydana gelmektedir.

Henri Tajfel ve John Turner tarafından 1970'te geliştirilmiş olan sosyal kimlik kuramı, grup üyeliğini, grup süreçlerini ve gruplar arası ilişkileri inceleyen bir kuramdır. Kuram, grup üyeliğini, kurumsal ya da biçimsel bir kavram olarak değil, beraberliği ve ait olmayı içeren psikolojik bir kavram olarak düşünmekte, grup üyeliğinin algısal ve bilişsel temelleri üzerine odaklanmaktadır (Demirtaş, 2003: 123).

Toplumsal kimlik teorisinin içinde, birey ve grup arasındaki ilişkinin nasıl tanımlandığı, bireysel davranış ve grup davranışı arasındaki ilişkinin ne olduğu, genel olarak gruplar arası davranış ve süreçlerin nasıl tanımlandığı sorularının yer aldığı söylenebilmektedir. Teori esas olarak sosyo-kültürel biçim ve dinamiklerle toplumsal insan davranışının içeriği arasındaki ilişkiyi açıklamayı amaçlamıştır (Özdemir, 2010: 17).

Bu tanımlardan yola çıkarak kişilerin kendilerini bir gruba ait hissetmesinden hareketle genel çerçevede bir toplumsal kimlik yarattıklarını söyleyebilmek mümkündür; fakat toplum birey bazında ele alındığında, kimliğinin değişkenlik gösterebileceğinden bahsedilmiştir. Toplumu oluşturan bütün bireyler için geçerli olan bu değişkenlik, toplumun da sosyal kimliğinin değişebileceğini göstermektedir. Bunun yanı sıra bu teoride bireylerin hem psikolojik hem de sosyolojik olarak ele alındığı görülmektedir.

2.2.2.2. Sembolik Etkileşimci Teori

Sembolik etkileşimcilik, insan doğasının toplumsal olduğu, toplumun iletişimle kurulduğu, toplumsal ilişkilerin ve karşılıklı eylemin toplumsallığa dayandığı ve toplumun insanların kendilerini gördükleri bir ayna olduğu düşünceleri üzerine kurulmuştur. (Stryker, 1977: 145)

Bu teorinin odaklandığı esas tez, sosyal dünyayı oluşturan anlamların toplumsal gruplar tarafından sosyal etkileşim vasıtasıyla yaratılmakta olduğudur. Sembolik ekolün en önemli araştırmacısı George Herbert Mead'dir (Birkök, 1994: 96).

Mead'in teorisinde görülen önemli kavramlardan biri kendilik, diğeri ise rol üstlenmedir. Kendilik, kişinin kendi gözünde ne olduğuyla ilgili bir kavramdır. Rol üstlenme ise insanların bir davranış sergilediklerinde karşısındaki insanları hesaba katması durumudur. Yani birey hayali olarak karşısındakinin rolünü üstlenerek onu daha iyi anlamaya, daha iyi ilişki kurmaya çalışmaktadır (Öztürk, 2007: 14).

Sembolik etkileşimciler, benliği sosyal etkileşimin bir sonucu olarak görmektedirler. Bunun sebebi insanların kendilerinin kim olduğunu öteki insanlar ile etkileşimleri sonucunda tanımlamalarıdır. Bu açıklamaya göre, asıl mekanizma "ötekinin rolünü alma"dır (Selçuk, 2011: 23).

Öte yandan bu teori Blumer'a (1969: 5) göre üç ana noktaya dayandırılmaktadır. Birincisi, kişinin manalar zeminine oturtulmuş unsurlar vasıtasıyla hareket ettiği görüşüdür. İkincisi, bu unsurların anlamları kişinin diğer kişilerle olan sosyal etkileşiminden doğduğu görüşüdür. Üçüncü nokta ise, manaların, kişi tarafından sosyal hayatta karşılaştıkça yorumlanarak ve değiştirilerek algılanmakta olduğu görüşüdür.

Sonuç olarak Mead'in ve Blumer'ın teoriyi ele alış biçimleri farklı olsa da ikisinin de görüşlerini dayandırdığı esas noktada kişi bir anlamda kendi benliğinden sıyrılarak kendisine uzaktan bakıp yargılamaktadır. Kişi kendi gözünde bir semboldür ve sosyal hayatla etkileşim halindedir. Başkalarının görüşlerine veya kendisinin hayatı ve insanları algılayış biçimine bağlı olarak davranışlarını istediği belirli bir noktaya kanalize ettiği görülmektedir.

2.2.2.3. İtibari Kimlik Teorisi

İtibari kimlik teorisi Charles Horton Cooley tarafından, sosyal benlik kavramı üzerine kurulmuştur ve bu teoriye göre birey asla kendini direkt olarak algılayamamaktadır. Birey, tıpkı kendi görüntüsünü aynadan yansıyarak algılamasına benzer şekilde, kimliğini de diğer insanların tepki ve davranışlarından yansıtmış

olarak algılamaktadır. Bu algılama pasif olmamakla birlikte kişi, sosyal çevresindeki ilişkilerinin oluşturduğu aynada görünen imajı olduğu gibi kabul etmek yerine, yargılayıcı ve seçici bir tutumla yorumlamaktadır. Kişi kendisi için önemli olan fikirleri ve hükümleri öne çıkarmakta, hangilerinin öncelikli olduğuna ve neleri takip etmesi gerektiğine kendisi karar vermektedir (Birkök, 1994: 102).

Birkök'e (1994: 102) göre bu teoride temel kişisel hislere ağırlık verilmektedir. Buradan anlaşılmaktadır ki benlik, bireyin kendisi için önemli olan kişilerin düşünceleriyle etkileşim içerisinde gelişip değişen bir kavramdır. Bir başka deyişle kişi, toplumdaki diğer kişilerin algıları doğrultusunda kimliğini oluşturmaktadır.

İtibari kimlik teorisinin kişiler üzerinde yaratabileceği olumlu ve olumsuz etkiler söz konusu olabilmektedir. Kişi kendini başkalarının gözünden görüp daha saygıdeğer daha kültürlü daha iyi bir insan olmak adına çabalayabilir. Bu durum, teorisinin olumlu yanıdır. Öte yandan kişi kendini başkalarının gözünden görme durumunu abarttığı takdirde kendi kendisini objektif görme yetisini kaybedebilir ve karakterini başkalarının algısı üzerinden şekillendirme çabasına girebilir. Böylelikle kişi kendine dair iç görüşünü kaybedebilir. Kişilerin sosyal yaşantısında bu dengeyi iyi kurması gerekmektedir.

2.2.2.4. Referans Grup Teorisi

Referans grup teorisini ortaya atan Hyman'dır (Hyman, 1942: 269). Bu teoriye göre, kişi kendini değerlendirip başkalarıyla karşılaştırmalar yaparken, önemsedığı kişilerin ölçütlerini göz önünde bulundurmaktadır. Referans grup teorisinin temelinde, insan davranışlarının çoğunun referans gruplar tarafından etkilendiği, hatta biçimlendiği varsayımı yatmaktadır. Kişi, önemsedığı insanların kendisi hakkında ne düşündüğünü nasıl algılıyorsa, davranışları da bu algı üzerinden şekillenecek ve kararlarını da bu doğrultuda verecektir (Birkök, 1994: 99).

Bu teori bireysel varlığı dayanak noktaları olarak bir takım temellere bağlamaktadır. Böylece bireysel düşüncenin yalnızca biyolojik bir aktivite olmayıp aynı zamanda kişinin sosyal varlığının da bir etkinliği olduğunu ortaya koymaktadır. Farklı grupların üyesi olarak birey, kendi içinde çelişen benliklere veya ayrılmış

kişiliklere bölünebilmektedir. Örneğin; birey sinagog üyesi olarak bir kişi, ticari bir topluluğun üyesi olarak da başka bir kişi olabilmektedir. Farklılık çok yüzeysel olabildiği gibi bireyin iç dünyasındaki tüm çatışmaları barındıracak kadar büyük de olabilmektedir (Dewey, 1927: 191).

İtibari kimlik teorisiyle benzer yanları bulunmakla birlikte referans grup teorisinin farkı şudur; referans grup teorisine göre kişiler başkalarındaki sevdiği davranışları kendilerince eleyerek benimserken, itibari kimlik teorisinde kişiler doğrudan başkalarının yansımasından yola çıkarak davranışlarını şekillendirir.

2.2.2.5. Birikim Teorisi

Birey sosyal hayatta ayrıcalıklı bir yer edinebilmek amacıyla kendini toplum içerisinde etkili olabilecek güçlü kültürel değerlerle donatmak durumundadır. Kimlik toplanması hipotezine göre, bir kişi ne kadar çok kimliğe sahip olursa o ölçüde daha az psikolojik acı sergilemekte ve ne kadar çok kimlik edinirse anlamlı ve bilinçli olarak var olma duygusu o kadar güçlenmektedir. Kimlik sayısı arttıkça bireyin varlığı daha büyük güven kazanmaktadır (Thoits, 1983: 174).

Birkök'e (1994: 104) göre bireyin edinmeye çalıştığı kimlik hususiyetleri kültür sisteminde seçenek olarak bulunurlar, fakat bu seçeneklerin tercihinde temel faktör, toplumun bu hususiyetlere atfettiği değerlerdir. Böylece kimlik, kişinin çevresindeki var olan toplumla ilgili sahip olduğu bilgi kadardır. Ancak bu yalın, eşyaların basit varlığından ibaret bir bilgi değildir. Varlığın bir bütün olarak ve ilişkiler sistemi içinde anlamlanmasıyla elde edilen anlamlı bir bilgidir.

Bu tanımdan hareketle birikim teorisi için, kişinin, çeşitli kimlikleri bünyesinde barındırarak toplumsal yaşamda bu kimlikleri kullanacağı alanlar bakımından mevcudiyetinin zenginleştirilebileceği tanımı yapılabilir.

2.2.2.6. Gösterilen Benlik Teorisi

Gösterilen benlik teorisi Erving Goffman tarafından ortaya konmuştur (Dever, 2014: 373). Benlik, rol özelliklerinin bir yansıması olarak ifade edilirken, Goffman'ın teorisine göre benlik kişinin diğer insanlara karşı gösterdiği tutumdur ve

kavramlaştırılan benlik, aktörler ve izleyiciler arasındaki etkileşimin bir sonucudur (Kılıç, 2015: 131).

Bu teori, iki kavramın etrafında şekillenmektedir. Birincisi gerçek benlik diğeri ise ideal benliktir. Gerçek benlik kişinin gerçekten sahip olduğu, benliğinin özünü oluşturan değerler ve toplumda aslında kim olduğudur. İdeal benlik ise kişinin, ideal bulduğu standart davranışlara sahip olduğu algısını oluşturmak isteyeceği ve toplumda yaratmak istediği imajıdır (Birkök, 1994: 102). Kişinin gerçek benliği ile ideal benliği arasındaki fark büyükse kişide özgüvensizlik, mutsuzluk gibi hisler ortaya çıkabilir. Bunun yanında ideal benlik ile gerçek benlik arasındaki fark küçükse kişi özgüvenli ve mutlu olabilir. Burada önemli olan kişinin aslında kim olduğunu, yeteneklerini, hayattaki amacını ve nasıl biri olmak istediğini iyi tayin edebilmiş olmasıdır.

Bu bağlamda gösterilen benlik teorisi ideal benliği olan kişinin toplumda yaratmak istediği imajla ve gerçek benliğiyle ilgilidir. Gerçek benlik ile ideal benlik arasındaki makası çok fazla açmamak kişiler için daha sağlıklı olacaktır.

2.2.2.7. Sosyal Dağılma Teorisi

Sosyal dağılma teorilerinde, değişik çok sayıda kimliği yüklenen birey, bu kimliklerin baskısı ve uyumsuzluğu sonucunda zorlanmaktadır. Ailede, sosyal, mesleki ya da siyasi çevrede, birbiriyle bağlantılı olmayan ve birbirinden oldukça uzak ve farklı roller sergilenmektedir. Toplumda kişilerin büründüğü rol sayısının artması bireyler arası farklılaşmanın artmasına ve bu farktan hareketle bireylerin gittikçe birbirlerinden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Her bir rol, zaman içerisinde toplum tarafından oluşturulan bir dizi norm barındırmaktadır. Rollerin tercihi demek, normların tercihi demektir. Diğer bir deyişle kimlikler roller, rollerse normlar tarafından oluşturulmaktadır (Birkök, 1994: 111).

Birkök'ün (1994: 111) düşüncesine zıt olarak Fischer'e (1984: 193) göre bireysel tercih imkânı modernizm düşüncesinin geldiği toplumlarda daha fazla olduğundan bireylerin seçtiği roller birbirine daha uyumlu olmaktadır. Modernizm düşüncesiyle birlikte bireyler daha özgür düşüncelere sahip olabilmektedirler, fakat

her toplumda aynı oranda bir değişme olmayacağı gibi aynı toplumda yaşayan insanlar da aynı oranda modernizmden faydalanamamış olabilmektedirler.

Bunun yanında modernleşmeyle beraber toplumun önemli bir çoğunluğunun uzlaştığı ortak normlara dayanan sosyal kontrol azalmıştır. Ayrıca, farklı kesimlerin oluşturdukları alternatif gerçekler, kendi sosyal kontrollerini temellendirebilecekleri uygun normlar meydana getirmektedirler (Birkök, 1994: 112).

Bu açıklamalar ışığında toplumlarda görülen değişimlerin normlarda da aynı oranda değişmesi beklenilmektedir, fakat bu değişim her zaman paralel bir şekilde gerçekleşmeyebilir. Örneğin; aynı sosyal çevrede doğup büyümüş, kimlikleri benzer iki kişi ele alındığında, bu kişilerden biri dilencilere sadaka vermeyi doğru bulurken diğeri doğru bulmayabilmekte ve düşüncelerini iki farklı normla ilişkilendirebilmektedirler. Toplumun veya grubun her bireyi aynı normu sergileyemez. Farklı veya ortak normlar sergilenmesinin temelinde kişilerin yaşam tecrübeleri, ait olduğu gruplar ve toplumda üstlendikleri rollere göre değişimleri yatmaktadır.

2.2.2.8. Ego Gelişmeci Teori

Erik Erikson (1963) bu teoriyle ilgili çalışmalar yapmıştır. Freud'un id, ego, süper ego görüşlerini baz alarak, Erikson daha çok ego ile ilgili çalışmalara yoğunlaşmıştır. Erikson, bireyin hayatı boyunca yaşadığı duygu değişimlerini sekiz safhaya ayırmıştır. Bunlar:

1. Güven ve güvensizlik duygusu (Bebeklikte 0-1,5 yaş)
2. Özerklik ve utanma duygusu (Erken çocukluk döneminde 1,5-3 yaş)
3. Girişim ve suçluluk duygusu (Oyun dönemi 3-5 yaş)
4. Gayret ve aşağılık duygusu (Okul dönemi 5-8 yaş)
5. Ego kimliği ve rol karışıklığı duygusu (Ergenlik dönemi 12-18 yaş)
6. Samimiyet ve soyutlanma duygusu (Genç yetişkinlik dönemi 18-40 yaş)
7. Üretkenlik ve durgunluk duygusu (Yetişkinlik dönemi 40-65 yaş)
8. Ego bütünlüğü ve umutsuzluk duygusu (Olgunluk dönemi 65+ yaş)

Bu teoriye göre her bir safhayı başarıyla tamamlamanın yolu temel

erdemlerin kazanımı ve sağlıklı kişiliği oluşturmakla mümkündür. Temel erdemler, kişinin, egosunu, karakterindeki güçlü yönleri ve hayatındaki krizleri giderebilmek için kullanmasıdır. Erikson'un teorisinin güçlü yönlerinden biri de kişinin tüm ömrüyle, psikolojik gelişiminin birbiriyle bağlantılı olmasıdır (Erikson'dan aktaran McLeod, 2013: simplypsychology.org/Erik-Erikson.html).

Bu teori, kimliğin oluşumunda kişinin doğumundan itibaren yaşadığı duygu değişimlerinin ve kişinin hayatındaki önemli psikolojik gelişmelerin bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır.

Bu araştırmada, kişilerin kendilerini belirli gruplara ait olarak algılama eğilimleri ve o grubun doğasına uygun olarak norm, davranış, değer, inanç ve yaşam tarzı geliştirmeleri doğrultusunda biçimlenen toplumsal kimlik teorisi benimsenmiştir. Bu teori, araştırma sorularını şekillendirmenin yanı sıra katılımcıların “kültürel kimlik ve turizm gelişimi arasındaki ilişki nedir” sorusuna karşı oluşturdukları algı, anlayış ve düşüncelerinin ölçülmek istenmesi nedeniyle araştırma amacıyla uyumludur. Çünkü katılımcıların toplumsal ve bireysel olarak oluşturdukları normlar, yaşam biçimi algıları ve ait oldukları gruplar çerçevesinde verdikleri yanıtlar, araştırma sorusunun cevabını oluşturacaktır.

2.3. KÜLTÜREL KİMLİK

Kültürel kimlik, bir toplumun ya da o toplum içindeki farklı grupların kendilerini tanımlamak için kullandıkları kültürel değerlerden oluşan kimliktir. Nispeten daha dar bir kapsamla ele alındığında ise azınlık bir grubun kendine özgü adetlerini gerçekleştirme davranışlarının altında kültürel kimlik olgusu yatmaktadır. (Birkök, 1994: 82). Kültürel kimliklerin biçimlenmesi ‘öteki’nin ifadesine göre düzenlenmektedir; kendi kendini kültürel olarak tanımlama durumu her zaman ‘öteki’lerin değerlerinden, özelliklerinden ve hayat tarzlarından farklı olmayı gerektirmektedir (Larrain, 1994: 197).

Bugün dünyanın her yerinde insanlar etnik, dinî ve milli kimliklerinin gittikçe daha fazla önemine varmakta, kimliklerinde daha ısrarcı olmakta ve kültürel kimliklerini sürdürebilmek için çeşitli isteklerde bulunmaktadırlar. İnsanlar kültür ve anadillerinin korunmasını, çocuklarını anadillerinde eğitme hakkını, kendi özel gün

ve sembollerinin milli gün ve semboller olarak tanınmasını, bulundukları toplumlara kattıkları kültürel ve tarihî katkılarının tanınmasını, grupların siyasal temsil hakkını, siyasal özerklik ve hatta bazı koşullarda bağımsızlıklarını talep etmektedirler (Tok, 2003: 22-23). Bu düşüncenin tam aksi olarak; küreselleşmede kültürel kimliğin kitleleşme eğiliminde olduğunu, bu eğilimde ideal duyguların yerini eylemsel olguların, amaçların yerini ise araçların aldığını, bireylerin siyasal ve kültürel anlamda katılımdan yabancılaşma olgusuna geçtiğini, bireylerin çeşitli güç odakları tarafından yapılan yönlendirmelerle tüketime ve eğlenceye yöneldiğini, kitap kültürünün yerini modayı ve sanal görüntüleri dayatan kitle iletişim araçlarının aldığını savunan görüşler vardır. Bu görüşler, kitleleşen insanın karışık kültür pazarında kendini bulmakta olduğunu ifade etmektedir (Akdemir, 2004: 46).

Kültürel kimliği, kişinin sahip çıkması, koruması gereken bir kavram olarak gören Yim (2002: 37), kültürel kimliğin korunması durumunun bir devlet politikası kapsamında olması gerekliliğini belirtmektedir. Bu noktada bu politikanın ve politikayı oluşturan kişilerin ne derecede bağımsız ve objektif olduğu önemli bir unsur olmaktadır.

Larrain'e (1994: 198) göre kültürel kimlik konusu iki anlamda kişisel kimlik konusuyla ilişkilidir. Bir yandan kültürün kişisel kimliğin belirlenmesinde en önemli unsur olduğu söylenmekte; diğer yandan kültür, genel olarak o kadar çok çeşitli yaşam tarzına yol açmaktadır ki, toplumsal ilişkilerin böylesine zengin çeşitliliğe sahip olduğu bir alanda, kişi ancak kişisel kimlikle benzerlik kurarak süreklilik birlik ve kendini tanıma konularında söz sahibi olabilmektedir.

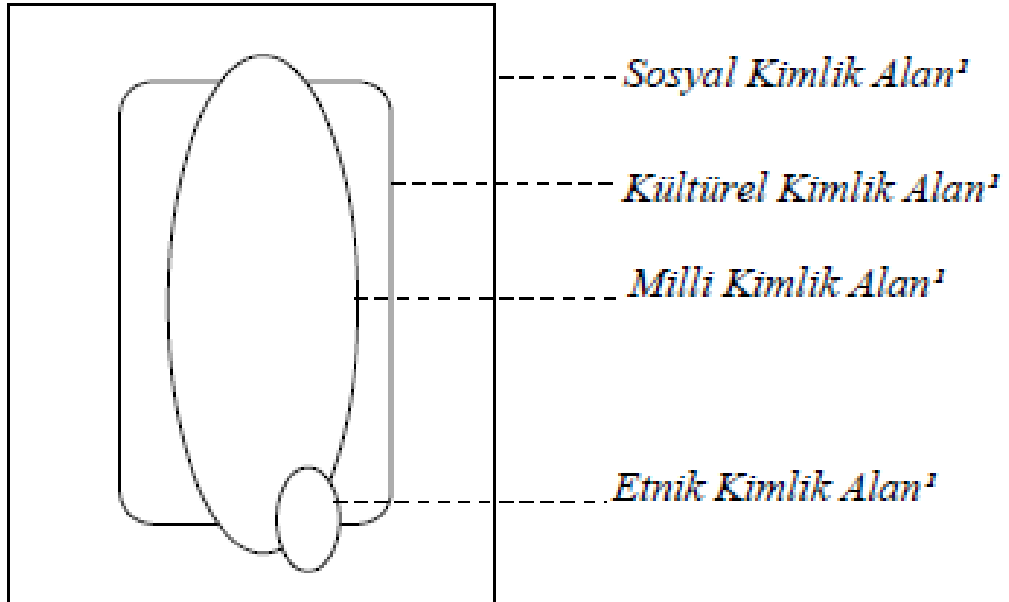
Çoğu birey, kişisel kimliklerini oluştururken din, ırk, dil, sınıf, etnik köken ve cinsiyet gibi belirli grup bağlarını ve unsurlarını paylaşmaktadırlar. Bu unsurlar onlara kişiyi ve kişinin kimlik anlayışını belirtmekte yardımcı olmaktadır. Kültürel kimlik fikri böyle ortaya çıkmıştır.

Yine Larrain'e (1994: 198-212-217) göre kültürel kimliği tanımlamanın en az iki yolu vardır. Birinci yol; özcü, dar ve kapalıdır. Diğer yol ise tarihsel, kapsayıcı ve açıktır. İlk yol; kültürel kimliği gelişimini tamamlamış bir olgu, oluşmuş bir öz olarak değerlendirmektedir. İkinci yol ise, kültürel kimliğin devamlı bir üretim süreci içinde olan, hiçbir zaman bütünüyle tamamlanamayacak bir süreç olarak görmektedir.

Toplumda kültürel kimliğin özünün tamamını millî kimlik unsurları oluşturmamakla birlikte milli kimlik olgusu kültürel kimliği belirlemede baskın özellikler sergileyebilmektedir (Birkök, 1994: 89).

Güleç'e (1992: 17) göre de belirli bir bölgede yaşayan toplulukların kültürel kimliğinin belirlenmesinde yalnızca aynı etnik faktörler etkili olmaz. Farklı etnik grupların da toplumun kültürel kimliğine aidiyet göstermesi mümkün olabilmektedir. Bütün bu durum, bir toplumsal değişme süreci içerisinde ele alınmaktadır. Farklı etnik ve milli kimlik aidiyetleri gösteren topluluklar, parçası haline geldikleri toplumla bütünleşmeleri sonucu ortak bir aidiyet sergileyeceklerdir. Böylelikle ortak idealler geliştirebilmiş toplumlar, ortak bir amaç ve gelecek için toplumlarının kültürel kimliklerini oluşturmuş olacaklardır (aktaran; Mora, 2008: 4). Buradan hareketle toplumların kültürel kimliklerini oluşturmaları her alt grubun karşılıklı etkileşimde bulunmalarına ve ilişki kurmalarına dayanmaktadır (Yiğit, academia.edu, erişim tarihi: 20.12.2016).

Şekil 2: Kimlik Türleri 1

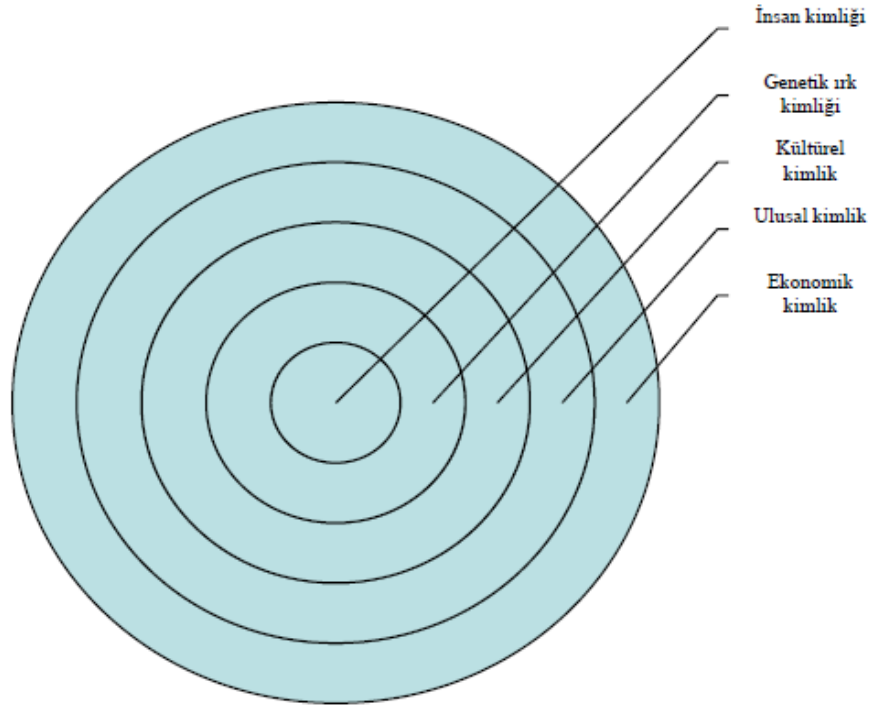


Kaynak: Birkök, 1994: 90

Şekil 2'ye göre milli kimliğimizin bir parçası da etnik kimlikten oluşmaktadır. Milli, etnik ve kültürel kimliğimiz birbirleriyle örtüşen ve birbirlerinden beslenen kimlik türleridir. Bu kimlik türleri bir araya gelerek sosyal kimlik alanımızı oluşturmaktadır. Sosyal kimlik alanı büyük ölçüde kültürel, millî ve etnik özellikleri kapsadığı gibi bunların dışındaki yabancı faktörleri, unsurları, grupları da kapsayabilmektedir.

Örneğin; Türkiye'de yaygın olarak Şamanist gelenekleri görmek mümkündür. Yola çıkan ve uğurlanan kişinin arkasından su dökmek, gelinliğin ve yeni okumayı öğrenmiş çocukların üzerine kırmızı kurdele takmak ve nazar boncuğuyla nazar koruma inancı bu Şamanist geleneklerden sadece birkaçıdır.

Şekil 3: Kimlik Türleri 2



Kaynak: Aşkın, 2007: 219

Şekil 3'ten anlaşılacağı üzere kültürel kimliğin toplum içindeki yeri, kişinin ırk kimliğinden sonra gelmekte olup kişinin kimliğini ve ait olduğu ırkın kimliğini

kapsamaktadır. Böylece kültürel kimlikler çoğalarak bir bütünlük yaratıp ulusal kimliği oluşturmaktadırlar (Aşkın, 2007: 219).

Kültürel kimlikler belirli bir yerden gelmektedirler ve tarihleri bulunmaktadır; ancak tarihsel olan diğer şeyler gibi onlar da sürekli değişime uğramaktadırlar. Mutlak bir geçmişte sonsuza kadar durağan kalan bir şey olmaktan uzak olmakla birlikte kültüre ve iktidara bağlıdırlar. Bulunmayı bekleyen bir geçmişin ‘keşfi’ne tabii, bulunduğu kendimizle ilgili yaklaşımımızı sonsuza kadar saklayacak bir şey olmaktan ırak bulunan kimlikler, aldığımız farklı konumlara verdiğimiz isimlerdir ve bizi geçmişin anıları içinde yeniden konumlandırırlar (Hall’dan aktaran Larrain, 1994: 222)

Kültürel kimlik bir çeşit karşı olma durumudur. ‘Öteki’lere karşı ‘biz’ olgusu yaratılmaktadır. Kültürel kimlik şekillenirken toplumdaki her alt topluluğun aynı oranda söz sahibi olmadığı görülebilmektedir. Özellikle milliyetçilik olgusunun yaygın olarak görüldüğü topluluklarda bu durumdan söz edilebilmektedir. Öte yandan bu tarz, bazı alt grupların baskın olduğu toplulukların yaratmış olduğu genel ortamdan hareketle de bu baskın toplulukla ilişkili olarak bir kültürel kimlik tanımı yapılabilmektedir.

Kültürel kimliklerin oluşumu daha önce bahsedildiği gibi sürekli bir devinim, değişim hâlinindedir. Bu çalışmada da benimsenen yaklaşım budur. Kültürel kimlikler mutlak ve sabit değildir. Tam aksine dönüşen, değişen ve gelişen bir yapıdadır. Sadece geçmişi değil geleceği de etkiler (Hall’dan aktaran Larrain, 1994: 213). Bu sebeple bulunulan an dahil olmak üzere her zaman dilimi içindeki her davranış, bu kimliğin değişimine bir katkı sağlama imkânına sahip olacaktır.

Bu araştırmada kültürel kimliğin ele alınmasındaki amaç, kültürel kimliğin başlı başına turizm için çekici bir unsur olduğu düşüncesiyle Alaçatı’da turizm gelişimiyle olan ilişkisini görmek ve kültürel kimliklerin yaşamımızda önemli bir yer kapladığı düşüncesinden yola çıkılarak bu durumun turizm ile olan ilişkisini ortaya koyabilmektir. Bu ilişkiyi görebilmek için turizme ve turizm gelişimini sağlayan göstergelere değinmek gerekmektedir.

2.4. TURİZM

Eski çağlardan beri insanlar çeşitli nedenlerle ve amaçlarla bulundukları yerden başka yerlere gitmişlerdir. Günümüzde de milyonlarca insan geçici bir süreliğine bulundukları yeri terk edip çeşitli destinasyonlara seyahat etmektedirler. Temelinde ekonomik, sosyal, psikolojik ve çevresel faktörlerin yattığı bu dinamik seyahat olayına turizm denilmektedir (Kozak vd, 2010: 1). Gerek ülkeler içinde gerekse ülkeler arasında büyük insan toplulukları, dinlenmek, yeni bir mekan görmek ya da yeni bir deneyim edinmek amacıyla seyahat etmektedir. Bu olay, toplumsal yaşamda önemli sonuçlara ve değişmelere yol açmaktadır (Doğan, 2004: 1). Turizmin çeşitli tanımları olmakla beraber turizmin ilk tanımı Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında ortaya çıkmıştır. Bu tanıma göre; turizm, giderek artan hava değişimi ve dinlenme ihtiyaçlarına, doğa ve sanatla beslenen ilgi çekici güzellikleri tanıma isteğine ve doğanın insanlara mutluluk verdiği görüşüne dayanmaktadır. Özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ile ulaşım araçlarının giderek gelişmesi kusursuz hale gelmelerinin bir neticesi olarak milletlerin ve insan topluluklarının birbirlerine daha çok yaklaşmasına imkan veren modern çağa özgü bir olaydır (Guyer-Feuler'den aktaran Kozak vd, 2010: 1).

IUOTO'nun 1963 tarihli Birleşmiş Milletler tanımına göre turizm; “24 saatten az olmamak, sürekli olarak bir kalışa dönüşmemek ve maddi gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak şartı ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tamamıdır.” (Olalı ve Timur, 1986: 5–6).

Bir diğer tanıma göre, turizm, temelde toplumsal bir olaydır. Turizm, yeni ve farklı bir yaşam biçimine yol açmakta; dahası bir toplumsal akım niteliği taşımaktadır. Seyahate çıkan insanlar arasında, kendine özgü özellikleri olan kümeleşmeler ve ilişkiler ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2004: 1). Benzer şekilde; turizm, kişilerde ortak algılar ve duyarlılıklar gelişmesini sağlamaktadır. Turizm, özellikle değişik kültür ve değerlere sahip olan kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerini ve etkileşimlerini etkilemektedir. Bu nedenle turizm, toplumları çift yönlü olarak etkileyen dinamik bir yapıdadır (Avcıkurt, 2015: 1).

Turizm kavramı çok boyutlu olmakla birlikte, insanların her zamanki yaşamlarını idame ettirdikleri çevrelerden ayrılarak sosyal, kültürel ve ekonomik

unsurları içeren bir süreci, farklı çevrelerde yaşamalarını ve kısa vadeli, orta vadeli, uzun vadeli olarak konaklamalarını ifade etmektedir (Kısa-Ovalı, 2007: 65).

Eralp'e (1983: 36-37) göre bireyin turizme özgü davranışları birbiriyle bağlantılı üç aşamadan oluşan bir süreçtir. Birinci aşama oturulan yere bağımlı ilişkileri içermektedir. Oturulan yerdeki sosyo-ekonomik durumlar ve hukuk düzeni topluluğu oluşturan farklı grupların ne sıklıkla seyahate çıkacaklarını saptamaktadırlar. Seyahatin amacı, süresi ve gidilecek yerin seçimi yine oturulan yere egemen koşulların etkisi ışığında şekillenmektedir. İkinci aşama, gidiş-dönüş yolculuklarını içermektedir. Gidilecek yerlerin uzaklıkları ve nitelikleri, seyahat kararlarına etkili olduğu gibi; yolculuğu gerçekleştirecek ulaşım araçları çeşitlerinin niteliği ve yararlanma koşulları bu kararları biçimlendirmektedir. Üçüncü aşama seyahate çıkanların destinasyon ilişkilerini içermektedir. Bu ilişkiler ulaşım, konaklama, rekreasyon faaliyetlerini içermiş olup, gelir sağlamayı ve sürekli kalışı amaçlamayan davranış kalıplarından kaynaklanmaktadır. Seyahate çıkanların destinasyonda veya yerlerinde sadece tüketici olarak bulunmaları söz konusu davranış kalıplarının somut şekillenişidir. Her aşama kendine göre özgün bir yapıda olmakla beraber birbiriyle bağlantılı olarak bir bütünü oluşturmaktadırlar.

Günümüzde turizm kavramı ve tanımı üzerinde uzlaşma sağlanmış gibi görünse de turizm kavramıyla ilgili tartışmalar ekseriyetle akademik çevrelerde uzun süredir yapılmaktadır. Bazı araştırmacılar, turizmi “endüstri” ya da “sektör” olarak tanımlarken (Uluçeçen, 2011: 1), bazıları da turizmi bir “sistem” olarak kabul etmektedirler. Turizm kavramının farklı pek çok disiplin ve sektörle ilişkisi bulunmaktadır. Turizmin tek bir tanımının yapılamamasının asıl sebebi, çeşitli disiplinlerde uzmanlaşan araştırmacıların turizmi kendi ilgilendikleri disiplinlerine özgü niteliklerini ön plana alarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır. (Kozak vd, 2010: 5).

Turizm sektörünün temel özelliklerinden bahsetmek gerekirse (Kozak vd, 2010: 38);

- Yüksek bütçeli yatırım gerektirir.
- Bütün faaliyet sunmak söz konusudur.
- Üretilen ve sunulan şey genel olarak hizmettir.
- Kaliteyi kontrol edebilme sorunu görülür.

- Tüketicinin tercihleri sürekli olarak farklılık gösterir.
- Turizm ürünü homojendir.
- Turizm ürünü soyut bir yapıdadır.
- Üretim ve tüketim eşzamanlı olarak yapılmaktadır.
- Turizm arzı değişken bir yapıdadır.
- Turizm arzının artması kısa dönemde mümkün değildir.
- Turizm ürününün pazarlanma şekli fiziksel ürünlerden farklıdır.
- Sektör emek yoğun yapıdadır.
- Turizm talebi bölgesel, ulusal ve uluslararası pek çok gelişmeden etkilenebilecek yapıdadır.
- Turizmde ters yönlü bir dağıtım sistemi bulunmaktadır.

Turizm sektörünün bu özellikleri, turizm olayının karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü göstermektedir. Bu karmaşık yapının çeşitli sosyal, kültürel, ekonomik, fiziksel ve psikolojik dinamikleri olduğunu söylemek mümkündür. Yaygın amaç yeni yerler keşfetmek, dinlenmek, eğlenmek olsa da gelişen ve küreselleşen dünyada insanları turizm olayına çeken daha farklı motivasyonlar ortaya çıkmıştır. Örneğin; günümüzde sosyal medyanın gelişmesi ve snobizmin etkisiyle turizm olayına bakış açısı farklılaşabilmektedir. Turizmin farklı ele alınışlar nedeniyle çeşitli tanımlamaları bulunmaktadır; ancak turizm, bireye, zamana, amaca ve koşullara göre değişiklik göstermekle beraber temelde insanların her zamanki bulundukları yerlerden farklı yerlere seyahat etmesi eylemi olarak açıklanabilmektedir.

2.4.1. Turizm ve Kültür Öğeleri

Turizmin, sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve çevresel anlamda insan hayatına ve içinde geliştiği topluma etkisi olduğu görülmektedir. Bölgeye gelen turistlerin kültürüyle o bölgenin kültürü arasındaki farkın büyüklüğü dolayısıyla turizmin etkisi görece artabilmektedir. Pek çok ülkede, turistlerin destinasyona gelmesiyle birlikte, değer ve inanç yapısının değişime uğradığı, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların bırakıldığı, dilde yabancı sözcüklerin sayısının arttığı ve sanatın gerçek anlam ve özelliklerinin yitirildiği görülmüştür. Öte yandan güçlü

ve sağlam bir kültürel yapı, turizmle uyum sağlayarak varlığını sürdürebilmektedir. Ancak zaten çözülme aşamasında olan, uzun bir süre sömürge konumunda kalmış, toplumsal değişimler karşısında kendine özgü geleneksel değerlerini büyük ölçüde yitirmiş olan bir kültür, muhtemelen turizmden daha çok etkilenecektir (Doğan, 2004: 131).

Turizm, turist kabul eden destinasyonlar açısından, aile yapısında, mimari tarzda, yaşam biçiminde, kültürel etkinliklere katılım şeklinde, suç işleme ve davranışlarında da farklılıklar yaratmaktadır (Civelek, 2010: 332).

Gürbüz'e (2002: 52) göre toplumsal açıdan turizm olgusu, turistler ve turistleri kabul eden ülke halkı olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Gelişmiş bir ülkeden destinasyona dinlenme-eğlenme amacı ve güdüsü ile gelen turist, bulunduğu bölgede rahat bir biçimde davranmak isteyeceği için bölge halkının alışkın olmadığı tarzda davranışlarda bulunması hâlinde tepki almakta ve içinde bulunduğu ortamdan rahatsızlık duyabilmektedir. Böyle bir durumda turist kabul eden ülke halkı da sahip oldukları gelenek, görenek, dil, din, yaşam tarzı gibi kültürel değerleri koruma güdüsüyle savunmaya geçebilmektedir. Böyle bir toplumsal iletişim çevresinde ise, turist aktif, turist kabul eden bölge halkı da pasif bir konumda yer almaktadır.

Turizmin kültüre olan etkilerini kültür öğeleri itibarıyla değerlendirmek mümkündür.

2.4.1.1. Değerler ve Normlar

Toplumlar, belli bir davranış standardını yakalamak için normlar (kurallar) geliştirir ve erken çocukluk dönemlerinden başlamak suretiyle toplumun bütün bireylerine bu normları benimsettirir (Kağıtçıbaşı, 2005: 68). Buradan hareketle normların da öğrenilen davranışlardan oluştuğunu söylemek mümkün olmaktadır. Öte yandan Özkalp'e (2005: 99) göre her kültürde sosyal düzeni sağlayan, bireylere yol gösteren, doğruyu ve yanlış olumluyu ve olumsuzlu belirleyen kurallara, standartlara ve fikirlere norm adı verilir. Norm, yaptırımı olan kurallar sistemidir.

Örneğin, “Türk toplumunda neden erkekler sünnet olur?”, “Neden yalnızca kadınlar etek giyer?”, “Neden yaşça büyük kişilerin elini öpmek bir hürmet göstergesidir?” gibi soruların nedensel bağı araştırıldığında, bu toplumsal

davranışların nedeni olarak normlar karşımıza çıkmaktadır. Yani aslında bu ve benzeri, toplumda doğru olarak addedilen davranışlar, öğrenilen normlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2005: 364).

Normlar bir sosyal grubun ilke haline getirdiği ve grup üyelerinin davranışlarını biçimlendiren davranış kuralları bütünü, ahlâk anlamında doğru olan eylemi belirleyen kural, uygun davranış için bir standart, eylemlerde temel alınan davranış ilkesi, değerleri yargılamak veya değer biçmek için kullanılan bir ölçüt olarak tanımlanmaktadır (Cevizci, 2000: 668). Bununla beraber her normun önem derecesi farklılık göstermektedir. Örneğin; toplu taşıma araçlarında ayakta kalan yaşlılara yer vermemenin herhangi bir cezai yaptırımını olmazken bir davada yalancı şahitliğin hukuki bir yaptırımını bulunmaktadır.

Normlar hakkında yapılan sosyolojik deneylere bakıldığında Sherif'in grup normunun oluşması deneyi, bu konuda belki de en bilinenlerden biri olarak sayılmaktadır. Sherif'in deneyinden aşağıda kısaca bahsedilmiştir (Kağıtçıbaşı, 2005: 69);

Araştırmada birbirlerini tanımayan, birbirleriyle daha önce herhangi bir grup içerisinde bulunmamış kişilerden yararlanılmıştır. Bu kişiler ilk olarak teker teker laboratuvara alınmışlar ve kendilerine bir algı deneyi yapılacağı söylenmiştir. Tamamen karartılmış odada küçük bir ışık kısa aralıklarla bu kişilere gösterilmiştir. Işık her gösterildiğinde, bu ışığın ne yönde ve ne kadar süreyle hareket ettiği deneğe sorulmuştur. Araştırmanın ilk kısmında, her deneğin önce birbirinden farklı sayılar söylediği, fakat zaman içerisinde belli bir sayıda karar kılıp ışığın her defasında o kadar hareket ettiğini söylediği saptanmıştır. Örneğin; ilk gösterilişinde 1 cm. ikincisinde 9 cm. üçüncüde 11 cm. dördüncüde 3 cm. diyen denek, ışığın onuncu gösterilişinden sonra 7 cm. civarında bir uzunluk söylemiş ve bundan sonra söylediği bütün uzunluklar hep 6 cm.- 8 cm. civarında kalmıştır. Aslında ışık hiçbir gösterilişte yerinden oynamamakta, hep aynı noktada kalmaktadır. Buna rağmen denek her defasında ışığı hareket ediyormuş gibi görmüş ve ne kadar uzunluk kat ettiği konusunda tahmin yürütmüştür. Bulgunun ilgi çekici yönü, her deneğin kendisine göre bir standart geliştirdiğidir, örneğin 7 cm. veya 14 cm. gibi.

Daha sonra bu denekler, birkaç kişiden oluşan gruplar halinde laboratuvara alınmış ve deneklere, ışığın her gösterilişinde edindikleri uzunluk yargılarını yüksek

sesle yapmaları söylenmiştir. Bu noktada görülen şey, birbirinden farklı standart geliştirmiş deneklerin bir araya geldiklerinde, bu standartlardan vazgeçerek grup halinde yalnızca bir standart oluşturdıklarıdır. Böylece, kişisel standartlar, yerini tek bir ortak standarda bırakmış olmaktadır.

Sherif yaptığı başka bir araştırmada, denekleri önce tek tek deneye almak yerine, onları direkt olarak bir grubun içinde deneye sokmuştur. Öncesinde kendi başlarına bir standart oluşturmamış bu denekler, grupta çok daha hızlı ve kolay bir şekilde ortak bir norm geliştirmişlerdir (Rohrer ve diğerlerinden aktaran Kağıtçıbaşı, 2005: 69).

Bu deney bireylerin, toplumsal olarak kabul görmüş olan kurallar sistemine yani normlara uyma yatkınlığını göstermektedir. Birey, güvende olma, bir gruba ait hissetme veya dışlanma korkusu gibi nedenlerden dolayı grupla ortak tavır alarak norm geliştirme yoluna gitmiştir.

Değerler ise; toplumun sürekliliğini sağlayan araçlar olmanın yanı sıra toplumun yapısının durağan olmamasından kaynaklı bir değişim göstermeleri de olasıdır. Öte yandan bireyin yaşamının değişik dönemlerinde değişik rolleri üstlendiği zamanlarda önem verdiği değerler değişebilir (Çileli, 2000'den aktaran Balcı ve Yelken, 2010: 82).

Normlar ve değerler arasındaki fark, normların soyut düşünceler ve tutumlar, değerlerin ise somut ve belirgin davranışlardan oluşması olarak açıklanabilmektedir. Normların, değerleri belirleyici bir etkisi olduğu söylenebilmektedir. Aynı şekilde değerler de normları değiştirip geliştirebilmektedir. Örneğin; bir toplum demokrasiye değer veriyorsa, toplumun demokrasiyi sağlamak için belirli normlar geliştirmeye çalışması beklenmektedir (Özkalp, 2005: 100).

Her toplumun kendine ait, önem verdiği ve öncelikli gördüğü değerler bulunmaktadır; fakat bu durum değerlerin sabit, değişmez olduğu anlamına gelmemektedir. Değerler zamanla değişip gelişebilmekte veya tamamen silinip atılarak yerine yenisi gelebilmektedir. Bu değişim bireylerin istekleri doğrultusunda olduğu gibi kontrol dışı da gerçekleşebilmektedir.

Toplumsal bir yönü olan turizm olayının da birçok kültürel değeri ve normu etkilediği görülmektedir. Birçok araştırmacı, turizmin, ahlakî değer ve davranışları etkilediği görüşündedir ve bu araştırmacılar özellikle cinsel ahlakın turizmden

etkilendiğini savunmaktadırlar (Doğan, 2004: 131). Örneğin; Salustiano, İspanya’da, turizmin etkisiyle, yerli toplumun cinsel davranışlarının, bu konuda daha esnek ve özgür davranan Kuzeybatı Avrupa ülkelerine benzemeye başladığını ifade etmektedir (Salustiano’dan aktaran Doğan, 2004: 131). Ancak bu değişimin ne kadarının turizm olayı sonucunda oluştuğunu saptamak biraz tartışmalı olabilmektedir. De Kadt (1979: 63) da turizmin cinsel ahlakı doğrudan etkilemek yerine diğer etmenlerin sebep olduğu değişimleri hızlandırdığını ifade etmektedir.

Öte yandan turizmin yerli kültürün değer yapısına daha materyalist ve ticari bir nitelik kazandırdığı ileri sürülmektedir. Örneğin; Foster (1964, aktaran Doğan, 2004: 132), turizmin etkisiyle, daha önce para almadan yapılan hizmetlerden para istendiğini belirtmektedir. Böylece, bavul taşımak ya da bilgilendirmek gibi, daha önce gönüllü şekilde bir nezaket ve yardım ifadesi olarak gösterilen davranışlardan para alınmaya başlamasıyla, ahlakî bir kültür yapısı maddiyatçı bir yapıya dönüşmektedir.

Turizm olayı yasalar çerçevesinde kontrollü bir şekilde gerçekleştiği takdirde geleneksel değer yargıları ve normları bozmak yerine, onları besleyici bir biçimde gerçekleşmiş olacaktır. Bunun sağlanabilmesi için turizmin belli bir düzeyde bilgi ve eğitim sahibi kişilerce yürütülmesi gerekmektedir. Turizm olayı salt para kazanmak amacıyla değil; ülkenin, tarihin, kültürün ve geleneksel değerlerin tanıtılması amacıyla gerçekleşirse daha sağlıklı bir toplumsal yapının kalıcılığı mümkün olabilir.

2.4.1.2. İnanç

İnanç bir kişiye, bir nesneye veya bir yaratıcı güce duyulan içten bağlılık anlamına gelmektedir (Tdk, 2016). Özkalp’e (2005: 225) göre ise inanç kutsallığın ne olduğunu tanımlayarak doğaüstü güçlere ne ölçüde inanılacağına koşullarını belirler. Dinler ise bir yönüyle nelerin doğru veya yanlış, uygun veya uygunsuz olduğunu açıklayarak temel kültürel değerler üzerinde de belirleyici bir etkiye sahiptir.

Benzer şekilde inançlar; toplumun kültürel öğelerinden birini oluşturmakla beraber, toplumu düzenleyici, denetleyici ve yol gösterici bir mekanizmaya

sahiplerdir. Örneğin; Hindistan’da olduğu gibi, toplumda yaygın olarak görülen inanç ineğin kutsallığıysa, bu durum Hindistan kültürünün de bir parçası olarak kabul edilecektir (Doğan, 2004: 42).

Gerek eski toplumlarda gerekse bugün yaşayan toplumlarda dinin yeri ve oynadığı rol küçümsememektedir. Örneğin; İtalya’da Katolikliğin etkisi, Hindistan’da Budizm ve Hinduizmin etkisi, Amerika’da ise Protestanlığın etkisi göz önünde bulundurulmadan bu toplumların bazı olaylarını açıklamak yetersiz kalacaktır (Tanilli, 2007: 19).

Turizmin de inanç ve dinî değerler üzerinde kuşkusuz etkisi olmaktadır; fakat bunun ne ölçüde gerçekleştiği tartışmalıdır. Örneğin; Çınar’ın (2013: 119) araştırmasına göre, Kuşadası’nda 18-25 yaş arası gençlerin dinî tutumlarının ve hassasiyetlerinin çok yüksek olmadığı, aynı zamanda bu gençlerin turistlerin yaşam tarzına olan ilgilerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Doğan’a (2004: 131) göre tatile çıkmanın turistlerin dinsel davranışlarını azalttığı doğrudur, ancak Avrupalı turistlerin, yerli toplumun dinsel inançlarını büyük ölçüde değiştirdiği şüphelidir. Schadler’in (1979: 146) belirttiği gibi, dinsel inançlardaki değişimler, sosyal yaşamda gitterek artan maddileşmenin bir parçasıdır ve bu gelişme, sanayi ülkelerindeki gelişmeden pek de farklı değildir.

Turizm olayının dinî temelli davranışları kısmen azalttığı söylenebilmektedir (Çınar, 2013: 119). Örneğin; Türkiye’de Kurban Bayramı ve Ramazan Bayramı tatillerinin son yıllarda yaz aylarına denk gelmesi ve yayımlanan çeşitli reklam ve kampanyaların insanları turizm faaliyetine katılmaya teşvik etmesi bu tür dinî bayramların insanlar üzerinde uyandırdığı etkiyi dinsel anlamda zayıflatmış olabilmektedir. Bunların yanı sıra turizm ve inanç arasındaki olumlu veya olumsuz etkileşim topluluklara, inanca, coğrafyaya ve diğer farklı bağımsız etkenlere göre değişebilen, esnek bir yapıdadır.

2.4.1.3. Dil

Dil, toplumların kültürleriyle ilgili bilgi veren toplumları birbirlerine, geçmişe ve geleceğe bağlayan en önemli ögedir. Dil sayesinde geçmişimizi, geleneklerimizi,

göreneklerimizi, bizi biz yapan temel ve ortak değerlerimizi öğrenir ve bir sonraki kuşaklara aktarabiliriz. Dil ile düşünüp, dil ile üretebiliriz (Mora, 2008: 5).

Dil bir topluma ait bütün kültürel özellikleri içinde barındırır. Bir toplumun yaşayışını, kültürünü, aile ilişkilerini, toplumsal yapısını öğrenmek ancak o toplumun dilini öğrenmekle mümkün olmaktadır.

Dilin yaşatılması için o dilde üretim yapılması gerekmektedir. Böylelikle dil kuşaktan kuşağa aktarılan bir kültür elçisi ve bizzat kültür ögesi görevi görebilmektedir. Yaşar Kemal'e göre; "Bir dil salt konuşmakla yaşamaz. O dilin sözlü ya da yazılı edebiyatı olur. Bir topluluğun dilinin yaşatılması için, o dilde eğitim yapılıyor olması, dil kurumları, akademileri, enstitüleri olması gerekir." (aktaran Livaneli, 2016: 42). Dil, kültürel öğeleri kuşaktan kuşağa aktararak kültürün gelişmesini sağlamanın yanında, toplumun zenginleşmesine de katkı sağlamaktadır.

Turizm sektörü açısından bakılacak olursa sektördeki terimlerden, otel, restoran, mağaza isimlerine kadar çok sayıda turistik mekânlarda Türkçe kelimeler kullanıldığı gibi yabancı dilden kelimeler de kullanılmaktadır. Turizm sektöründe, sektörün bir bakıma doğası gereği yabancı sözcükler sıkça kullanılmaktadır (Kozak, 2007). Dil üzerine çalışılan popüler konulardan biri de dilin değişkenliği konusudur. Dilin yozlaştığı, yabancı dillerin etkisi altında olduğu ve yanlış kullanıldığıyla ilgili görüşler sıklıkla söylenmektedir (Akay, 2007: 3). Bununla beraber turistlerle ilişki neticesinde yabancı sözcüklerin yerli dildeki oranının arttığını, böylece yerli dilin turizmden etkilendiğini ileri sürenlerin sayısı çoktur (Doğan, 2004: 133). White (1982: 154), turizmin yerli dili üç yolla etkilediğini söylemektedir. Bunlar; ekonomik yol, özendirme yolu ve doğrudan ilişki yoludur (aktaran Doğan, 2004: 133-134).

Turizmin dil üzerindeki değişimlere etkisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir, fakat dildeki değişimlerin tek sebebinin turizmle açıklamak eksik kalacaktır. Radyo, televizyon, internet, gazete, sinema gibi kitle iletişim araçları da dildeki değişimi oldukça etkilemektedir (Ayduttu, 2011: 31). Bu soruna çözüm olarak, çıkarılan yasalarla yabancı sözcüklerinin işletme adlarında kullanılmasını sınırlandırmak mümkün olabilir. Öte yandan turizm çalışanlarının gerekli eğitimlerden geçerek turizm ve dil kullanımı konusunda becerilerini arttırmak ve çalışanları bilinçlendirmek de etkili bir yöntem olabilir.

2.4.1.4. Yaşam Biçimi

Toplumların yaşam biçimleri bizlere o toplumun kültürüyle ilgili bilgiler vermektedir. Örneğin; ilkel çağlarda erkeklerin bütün günlerini dışarıda avlanarak yani yemek arayarak geçirmeleri onların avcı-toplayıcı bir kültüre sahip olduklarını göstermektedir. Aynı şekilde Karadeniz Bölgesi'nde kadınların da çay ve fındık üretimine katkıda bulunmaları, iş hayatında kadın ve erkeğin eşit görüldüğünü ortaya çıkarmaktadır.

Popüler kültür, günümüzde yaşam biçimine etki eden kültür çeşitlerindendir. Popüler kültürün ve küresel dünyanın etkisiyle insanlar özellikle de gençler, geleneksel kültürlerinden uzaklaşarak başka kültürlere veya o anda popüler olan davranış kalıplarına, müziklere, yemeklere, kitaplara ilgi göstermektedirler. Bu, küresel dünyanın getirdiği doğal bir sonuç olmakla beraber, yerel kültürlerin izlerinin silinmesine ve unutulmasına yol açabileceğinden dikkat edilmesi gereken bir husus olarak görülmektedir (Coşgun, 2012: 837).

Turizmin insan hayatıyla doğrudan ilişkili ve bu yönüyle toplumsal bir olay olduğu daha önceki bölümlerde belirtilmişti. Turizm gelişimiyle birlikte az gelişmiş ülkelerde sıklıkla; sosyal yapının büyüklüğü, değerler ve manevî öğelerin, geleneklerin değiştiği, sosyal davranışların değişme eğilimi gösterdiği görülmekte ve turistlerin yerel halkın davranışlarını biçimlendirdiğine tanık olunmaktadır (Civelek, 2010: 332). Turizmin, iş dışı zamanlarında kişilerin sosyal alışkanlıklarını da etkilediği savunulmaktadır. Örneğin; Boissevain (1979: 79), Malta'da, gençlerin daha önceden akşamlarını köyde geçirirken, şimdilerde turizmin etkisiyle, barlarda, sinemalarda, gece kulüplerinde geçirdiklerini belirtmektedir (aktaran Doğan, 2004: 133).

Bir destinasyonda ziyaretçilerle birlikte ilişki kuran yerel halkın davranış ve tutumlarında ziyaretçilerden etkilendiği ve yerli halk üzerinde ziyaretçilerin bir takım davranışsal ve duygusal özelliklerinin görüldüğü saptanmıştır (Civelek, 2010: 334).

Benzer şekilde Barutçugil de (1989: 73) yabancıların bulundukları ülke insanlarını, kültürleri, algılayış ve davranışları, kıyafetleri, yaşam tarzları ve kişisel ilişkileri ile ciddi ölçüde etkilemekte olduğunu söylemektedir. Barutçugil'e göre bu

olgu özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan kültürlerde veya ekonomik olarak düşük yaşam koşullarına sahip olan ülkelerde daha belirgin bir biçimde görülmektedir.

Görüldüğü gibi turizmin yaşam tarzları üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Genel kanaat olumsuz öğelerin üstünde yoğunlaşsa da turizmin olumlu etkileri de bir o kadar fazladır. Örneğin; kendine has yaşam tarzının bulunduğu bir destinasyonda, bu yaşam tarzı turistler tarafından çekici bulunuyor ve destinasyon bu sebeple tercih sebebi oluyorsa, bu durum yerel halk tarafından yerli ve özgün değerlerin korunması yönünde bir eğilim ortaya çıkartabilir. Turizm kaynaklı yaşam tarzlarının değişimi destinasyona, toplumlara ve ziyaretçilere göre farklılık göstermektedir.

2.4.1.5. Mimari Yapı

Mimari yapı toplumun kültürünü yansıtan maddi kültür öğelerimizden biri olarak görülmektedir. Tanilli'ye (2007: 559) göre mimarlık, görsel sanatlar arasında en eski ve köklü olanlardan biri olmakla beraber insanlığın dünya tarihindeki yerini de zenginleştiren bir unsurdur.

Örneğin; ortaçağda Hristiyanlığın çok baskın olduğu Avrupa toplumlarında kilise mimarilerinin oldukça gelişmiş, gösterişli ve zengin olduğunu söylemek mümkündür. Bu, mimari yapının toplumun kültüründen ne derece etkilendiğini göstermekle birlikte, kalıcı mimari yapılar bulundukları dönemin toplum yapısı hakkında bilgi de vermektedir.

Mimari eserler veya o toplumda yaşayan insanların evleri, iş yerleri, gittikleri tiyatro binaları vs. toplumun kent kimliğini de oluşturmaktadır. Kent kimlikleri de toplumun kültürel yapısı hakkında önemli bilgiler vermektedir. Örneğin; mimarisini kaya ve taşlardan oluşturmuş toplumlar hakkında savaş baskısına uğramış veya korunma ihtiyacı içerisinde oldukları yorumu yapılabilmektedir.

Günümüzde mimarî yapının yeri turizmde oldukça önemli olduğu gibi başlı başına bir çekicilik unsuru da olmaktadır. İlginç tarzlarda inşa edilen turizm merkezleri turistlerde merak ve görme isteği uyandırabilir. Örneğin; İsveç'teki buz otel, Dubai'deki Burj-al Arab, Almanya'daki The Parkhotel ve Antalya

Olympos'taki Bungalov evler değişik mimarîye sahip turistik merkezlerden birkaçıdır.

Turizmin, güzellik kavramı üzerinde de etkisi olduğu g r    savunulmaktadır. Büyük, gökdelen biçimindeki binalar ve oteller, en çok hayranlık duyulan ve güzel olarak değerlendirilen bir mimarî biçim durumuna gelmektedir (De Kadt, 1979: 65-66). Bu bakımdan turizm yatırımcıları otel inşa ederken, daha fazla ziyaretçi ağırlamak adına mimarî olarak ilgi çekici ve farklı olmasını hesaba katmaktadırlar.

2.4.1.6. Sanat

Sanat, duygunun ve düşüncenin anlatımında kullanılan yöntemlerin hepsidir (Bozkurt, 1995: 15). Bir toplumun geçmişi, arayışları, özlemleri, y neli leri, acıları o toplumun sanatına ve sanatçısının eserlerine yansır. Sanat, toplumun kültürel yapısını anlatan yollardan biridir. Sanat, içinde toplumsal yapıyı, zevkleri, yaşam biçimini, düşünce kalıplarını, ritüelleri, yerel müzikleri, kısacası toplumun bütün özelliklerini barındıran ve bunu kuşaktan kuşağa aktaran kültürel bir ögedir.

Sanat eserleri toplumun kültürel yapısından etkilenip ortaya çıkarken, benzer şekilde yaratılan sanat eserleri de toplumun kültürel yapısını  ekillendirip geli tirebilmektedir.

Turizmle sanat yakından ilişkilidir ve sanat, turizm olayını başlatan bir faktör olarak ortaya çıkabilmektedir. İnsanlar, merak ettikleri sanat eserlerini görebilmek için seyahat etmektedirler (Gürkan, 2011: turkishnews.com). Tarihi eserler, müzeler,  ren yerleri, tiyatrolar ve konserler seyahat etmek için itici bir g    lu turabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında sanatın turizme olan etkisi olumlu yönde olduğu söylenebilir. Tam tersi bir etkide, yani turizmin sanata olan etkisinde ise olumlu olduğu kadar olumsuz bazı durumlar ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2004: 134).

Doğan (2004: 134)'a göre turizmin yerli sanatın niteliğini ve anlamını değiştirdiğini savunan yazarlar vardır. Bu yazarlara göre turizm bazen yerli sanatı canlandıran i levdedir bazen de yerli sanatın bozulmasına neden olmaktadır. Örneğin; Amerika'nın güneyinde yaşayan bazı Kızılderililerin sanatları için turizm olumlu bir etki sağlamıştır. Çünkü sanatlarının turizmi geliştirdiğini fark eden

Kızılderililer turizm gelişiminin devamı için sanatlarına daha sıkı sarılmışlardır. Öte taraftan turizmin geleneksel sanatlar üzerinde olumsuz bir etki yarattığı görüşü de bulunmaktadır. Turistlerin genelde ucuz ve taşınabilir hediyeelik eşyalara olan eğilimi destinasyonların da üretimini etkileyerek kıymetli ve nitelikli malzemelerle yapılan sanat eserlerinin gelişimini engelleyerek sanat anlayışında olumsuz anlamda değişimler yaratacaktır.

Öte yandan turizm var olan yerel sanatsal varlıkların ve değerlerin evrensel bir nitelik kazanarak kalıcılaşmasını sağlamaktadır. Çok büyük kitlelerce tanıtılan yerel değerler bu durum sayesinde bulundukları destinasyona da turistik anlamda katkı sağlamaktadırlar (Şahin, 2009: 50).

Görüldüğü gibi “sanat turizmi” adı altında başlıca bir turizm çeşidinden bahsetmek de mümkündür. Sanat turizmi, insanların çeşitli sanat faaliyetlerine katılmak amacıyla seyahate çıkarak turizm olayına katılmalarıyla gerçekleşmektedir (Gürkan, 2011: turkishnews.com). Örneğin, bienaller ülke tanıtımında oldukça önemli bir yere sahiptir. Doğan’a (2004: 134) göre turist çeken birçok geleneksel toplumda, gerek sanayileşme ve kentleşme, gerekse Hristiyanlığın ve Müslümanlığın yayılması geleneksel sanat değerlerinde değişme meydana getirmektedir. Ancak yerli kültür konusunda bilinçlenmenin artmasıyla uluslar yerli sanatlarını korumaya ve sürdürmeye çalışmakta, yerli sanat ürünlerini müzelerde sergilemekte, sanatçılar, kendi kültürlerinin sanatlarına dönmeye çalışmakta ve yerli sanat ulusal bilincin oluşmasına etki etmektedir.

2.4.1.7. Aile Yapısı

Aile, bireylerin fiziksel, duygusal, ekonomik, toplumsal ihtiyaçları karşılayan, sosyal norm ve değerleri nesilden nesle aktaran ve çocuğu hayata hazırlayan sosyal bir kurumdur (Kağıtçıbaşı, 1996: 74).

Özkalp’e (2005: 133) göre aileyi sınıflandırdığımızda; ana ailesi (anaerkil), baba aile (babaerkil), büyük aile (geniş aile) ve küçük aile (çekirdek aile) kavramları karşımıza çıkmaktadır. Ana ailesi avcılık ve toplayıcılıkla geçinen toplumlarda, yerleşik hayata geçme ile beraber ortaya çıkan aile türüdür. Bu ailede baba otoritesinden söz edilemez ve annenin kız ve erkek kardeşleri, çocukları ve annenin

diğer akrabaları aynı evde yaşarlar. Evin reisi kadının erkek kardeşi yani çocukların dayısı olarak kabul edilir. Baba da anasının evinde kız kardeşlerinin çocuklarına - yani yeğenlerine- babalık görevini yapmaktadır. Aile fertlerinin babayla hukuki ve sosyal ilişkileri olduğu söylenememektedir. Ev, toprak ve her türlü mal ortakdır. Kişi mülkiyetinden söz edilemez. Kadın ve erkek aynı haklara sahiptir, ancak kadının statüsü erkekten daha yüksektir.

Baba ailesinde ise çocuklar üzerinde anne ve babanın eşit hakları vardır; ancak akrabalık babadan gelmektedir. Baba ailenin bütün mallarına sahiptir, istediği gibi davranır, çocukları ve karısı üzerinde her türlü erke sahip olmaktadır. İsterse birden fazla kadınla evlenebilir ve istediği an 'boşadım' demekle eşinden ayrılabilir. Devlet otoritesinin olmadığı bir ortamda, bu tipte aile bir disiplin kaynağı olarak yer almaktadır (Gökçe,1976: 59).

Büyük aile modeli, çok sayıda küçük ve çekirdek ailenin aynı çatı altında yaşamasıyla oluşmaktadır. Bu ailede akrabalık bağları gelişmiştir. Gelenek ve göreneklere bağlılık önemli bir kuraldır. Genellikle gelişmemiş tarım toplumlarında görülen bir aile biçimidir. Aile içindeki en yaşlı üye aile reisi ve diğer üyeler ikinci planda kalmaktadır. Küçük aile modeli ise; karı koca ve evli olmayan çocuklardan meydana gelen en küçük toplumsal yapıdır. Çekirdek aile evrensel bir olgudur ve evrensel bir karakter taşımasında önemli olan dört faktör vardır. Bunlar; eş seçiminde özgürlük, kadının toplum içindeki statüsünün yükselmesi, kadın ve erkeğe tanınan eşit boşanma hakkı ve bireylerin toplumsal sınıflar karşısında artan eşitliği ve engellerin kalkmasıdır (Özkalp, 2005: 135-136).

Bu aile tipleri incelendiğinde aile yapısının oluşumunun ekonomi ve din gibi olgulardan etkilendiğini söylemek mümkündür. Örneğin; avcı toplayıcı toplumlarda kadın statüsü daha yüksek olurken, din eksenli toplumlarda erkek statüsü daha yüksektir. Bu bağlamda toplumların aile yapılarının da o toplumların kültürleri hakkında önemli bilgiler verdiği görülmektedir.

Başka bir tanıma göre ise; aile, yapı ve fonksiyonları zaman içerisinde değişmekle beraber, insan neslinin devamını sağlayan, sosyalleşmenin ilk ortaya çıktığı, üyelerinin duygusal olarak doyum sağladıkları, toplumun maddi ve manevi zenginliklerinin nesilden nesle aktarıldığı, biyolojik, psikolojik, iktisadi ve hukuksal fonksiyonları olan toplumsal kurumlardan biridir (Sayın, 1990: 2).

Dolayısıyla aile bireylerinin büyüklerinden edindiği gelenek, görenek, davranış ve duyguları kendinden sonra gelen nesle aktarmasıyla kültürel yapı birliği saplanmış olur ve bu durum toplumların yerel kültürel miraslarının korunması açısından önemli olmaktadır.

Turist kabul eden ülkelerde, turizmin aile yaşantısını, yapısını ve aile ilişkilerini etkilediği görüşünü belirten yazarlar bulunmaktadır (Uçar, 2012: 77, Civelek, 2010: 331). Bu görüşler arasında daha çok iki konu öne çıkmaktadır. İlki kadınların turizm sayesinde toplum içindeki rollerinin değiştiği ve kadınların gittikçe özgürleştiği konusu, ikincisi ise yabancılarla gelişen arkadaşlık ilişkisi dolayısıyla yerli gençlerin yabancılarla yaptığı evlilikler sonucu aile yapısındaki değişimdir.

Öte yandan 1976'de toplanan Roma Kongresi'nde, turizmin aile bağlarını geliştirdiği çıkarımı yapılmıştır. Bu kongrede, aile bireylerinin çalışması sonucunda dağılan ailenin tatil ve dinlenme anlarında bir araya gelmesiyle, aile bağlarının geliştiği ve güçlendiği ileri sürülmüştür. (Haulot'dan aktaran Doğan, 2004: 140).

Aynı zamanda aile genişledikçe ve çocuklar olgunlaştıkça, aile olarak yapılan geziler aile tarafından büyük mutluluk ve beklentiyle karşılanmaktadır. Heyecan, hazırlık, beklenti ve fiili seyahat deneyimi aile yaşamının önemli unutulmayan fırsatlarıdır. Ailece yapılan seyahatin farklı ölçülerde eğitici bir tarafı da vardır. Bir seyahat ne kadar eğitici ve öğretici olursa, onun faydası da bir o kadar çok olacaktır (Civelek, 2010: 334).

2.5. TURİZM GELİŞİMİ

Turizm hem disiplinler arası bir yapıya sahip olmasından hem de toplumsal, ekonomik, doğal ya da politik sebeplerden dolayı, oldukça hassas bir özelliğe sahiptir. Turizmin ortaya çıktığı ilk dönemlerde sosyolojik unsurlar daha etkili iken, ilerleyen yüz yıllarda ekonomik ve politik nedenler ön plana çıkmaya başlamıştır. Günümüzde ise, bunlara ek olarak, ekonomik ve teknolojik unsurların turizm sektörünün arz ve talep fonksiyonlarını daha yoğun bir şekilde etkilemeye başladığı görülmektedir. (Kozak vd, 2010: 27).

Avcıkurt'a (2015, 64) göre turizmin geliştiği yerlerde yaşayan insanlar için turizm faaliyetleri, istihdam ve çeşitli girişimcilik çalışmaları yoluyla yaşam

standartlarını geliştirme aracı olmakta, kadınların ekonomik olarak iş gücüne katılması için olanaklar sağlamakta ve turizmin gelişmesinin bir parçası olarak verilen iyi hizmetlerden yararlanma olanağı sağlamaktadır. Ev sahibi toplumun kültürünü gösterme imkanı genel olarak bir toplum için büyük bir kıvanç kaynağı olarak kabul edilmektedir. Turizmde nitelikli bir büyüme veya dengeli bir turizm gelişmesi sağlanabilmesi için sihirli bir beşgen önerilmektedir (Avcıkurt, 2015: 200).

Şekil 4: Turizm Gelişiminin Sihirli Beşgeni



Kaynak: Müller, 1994, aktaran Demirel, (2010: 28)

Şekil 4'e göre turizmin gelişim sürecini sağlıklı yönetebilmek için bu beşgende bulunan temel değerlerin kazanılmış olması gerekmektedir. Ekonomik refah, öznel sağlık, işleyen doğa kaynak koruma, işleyen kültür ve ziyaretçi işlemlerinin optimal karşılanması unsurlarından bir tanesi bile yerine getirilmediği takdirde turizmin gelişim süreci olması gerektiği gibi işlemeyerek aksaklıklar meydana getirecektir.

Öte yandan turizm gelişiminin Türkiye'de yeteri kadar sağlanmadığı ve bununla ilgili gerekli çalışmaların yapılması gerektiği görüşü de vardır (Tursab Ar-

Ge departmanı, Haziran 2003). Buna göre turizm 80'li yıllardan itibaren sürekli gelişim halinde olup, pazar payını oldukça yükseltmiş olsa da Türkiye'de turizm faaliyetleri genelde Muğla, Antalya gibi belirli destinasyonlarda yoğunlaşmış durumdadır. Bunu engellemek için farklı destinasyonların öne çıkan turistik özelliklerini koruyup pazarlamak gerekmektedir. Böylelikle turizm olayı ülke içinde dengelenmiş olacaktır. Her bir köşesinin farklı bir zenginliğe sahip olduğu Türkiye'de bunu başarmak mümkündür.

Farklı destinasyonlar gibi Alaçatı'da da bölgenin kendine has özellikleri ve turistik ürünleri korunduğu takdirde sağlıklı bir turizm gelişimi sağlamak mümkün olacaktır.

Bu görüşlerin ışığında turizmi çeşitlendirmek bir çözüm olarak görülebilmektedir. Turizmi çeşitlendirmek de belirli koşullara bağlıdır. Bunlar (Tursab Ar-Ge departmanı, Haziran 2003): Doğal ve tarihi kaynakların zenginliği, yerel yönetimlerin turizm konusunda bilinçli hareket etmeleri, tutundurma faaliyetlerinin bölgeye has bir şekilde yürütülmesi, çeşitli arz kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve korunması, güçlü ve planlı programlara sahip turizm politikası geliştirilmesi, sivil toplum kuruluşlarının ve meslek odalarının geliştirilmesidir.

2.5.1. Turizm Gelişimi Unsurları

Turizm sektörünün şu anki gelişmişliğine ulaşmasının arkasında yatan çeşitli toplumsal unsurlar bulunmaktadır. Bu toplumsal unsurlardan her biri 'Sanayi Devrimi'nin ya tamamen bir ürünüdür ya da bu dönem itibariyle gelişmeye başlamıştır. Sanayi Devrimi'nden sonra çalışma saatlerinin düşmesiyle çalışanların boş zamanları artmıştır. Boş zamanın artışı seyahate teşvik edici bir unsur olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra boş zaman artışı başlı başına bir unsur olmamakla birlikte çalışanlara ücretli izin hakkının da verilmiş olması turizmi geliştiren bir başka unsur olmaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmeler sayesinde havayolu, denizyolu, demiryolu ve karayollarında gerçekleşen gelişmeler ve ilerlemeler daha fazla sayıda insanın turizm hareketliliğine katılmasını sağlamıştır (Kozak, 2010: 31).

Günümüzde tüketici tercihlerindeki değişimlere ve mekansal hareketliliğe paralel olarak hizmet sektöründe önemli gelişimler görülmüştür. Bu bağlamda tüm

dünyada en çok ve en hızlı gelişme gösteren ve ekonomik gelişimin artmasında önemli etkileri olan sektörlerden birisi de turizmdir (Eceral ve Özmen, 2009: 47).

Turizmi geliştiren diğer unsurlar ise gelir düzeyinin artışı, şehirleşme ve nüfus artışı, insan ömrünün uzayışı, sosyal güvenlik, seyahat edebilme özgürlüğü, kültür ve eğitim seviyesinin artması ve turizm bilincinin oluşması olarak görülmektedir (Kozak, 2010: 31).

2.5.2. Turizm Gelişiminin Göstergeleri

Dünyada hızlı bir şekilde gelişen turizm sektörünün, Türkiye'deki konumu da dünyadaki gelişmelere paralellik gösterecek şekilde değişmektedir. Türkiye'de planlı dönem öncesi olarak adlandırılan dönemde (1923-1962), turizm sektöründe etkinlik gösteren ilk oluşum Raşit Saffet Atabinen tarafından kurulan “Seyyahin Cemiyeti”dir. Cemiyet kamu yararına faaliyet gösteren bir topluluk olarak görülmekteydi. Bu topluluk adını daha sonra “Türkiye Turing Kulübü” ve sonra da “Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü” şeklinde değiştirmiştir. (Kozak vd, 1999: 83).

1960 yılını izleyen yıllarda ise, hükümet tarafından planlı kalkınma dönemine geçilmesine karar verilmiştir. Bu dönemde Devlet Planlama Teşkilatı çalışmaya başlamıştır (Kozak vd, 2010: 107). 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve tüm seyahat acentelerini tek bir çatı altında toplamıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” ise Türkiye turizmi için tam olarak bir dönüm noktası sayılmaktadır. Bu kanun, yatırımların öncelikli olarak turizmin gelişmesini sağlayacak alanlara kaydırılmasını ve yetersiz kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını amaçlamıştır. 1980 yılı sonrası Türkiye turizminin en büyük aşama kaydettiği yıl olmuştur (Kozak vd, 2010: 110). Daha sonra 1983 yılında devlet özelleştirme faaliyetlerini arttırmıştır. Bu dönemde TÜRSAB, Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) gibi birlik ve dernekler aracılığıyla turizm özel sektör temsilcileri önemli konumlarda çalışmışlardır (Yıldız, 2011: 57-58).

Bunların yanı sıra turizm gelişiminin çeşitli göstergeleri vardır. Ekonomik, sosyal ve fiziksel göstergeler incelendiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılabilmektedir (Avcıkurt, 2015: 47).

2.5.2.1. Ekonomik Göstergeler

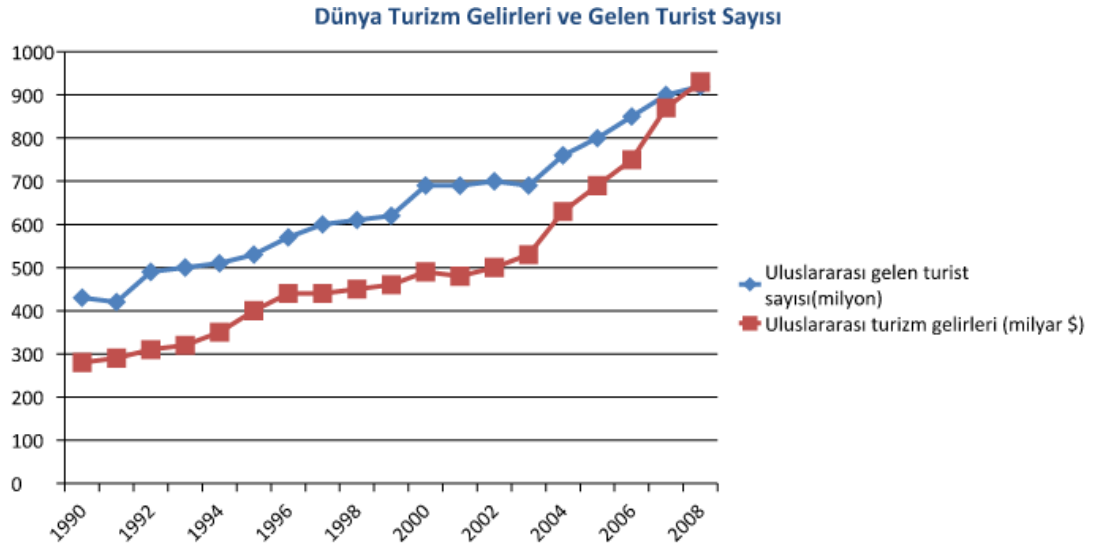
Turizm gelişimin en önemli göstergesi ekonomik göstergelerdir. Turizm, Dünya’da ve Türkiye’de döviz kazandırıcı etkisi ve ekonomiye katkıları nedeniyle çok büyük bir sektör olarak kabul edilmektedir. Turizmin Türkiye’ye “Bacasız Sanayi” olarak adlandırılabilir kadar büyük ve önemli bir katkısı bulunmaktadır.

Kara’ya (2012: 77) göre turizm etkinleri yapısı gereği pek çok toplumsal, kültürel ve ekonomik özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Ekonomik etkiler genellikle gelir yaratıcı, döviz kazanımını arttırıcı, ödemeler bilançosu açıklarını kapatıcı, üretimi ve istihdamı artırıcı şeklinde gösterilebilmektedir. Turizm etkinlikleri hem mal ve hizmetlerin satın alınmasını hem de tüketilmesini kapsadığından, ekonominin birçok alanını etkilemektedir

Yerel ekonominin turizme dayalı olarak gelişimi üç şekilde olabilmektedir (Rogerson, 2002: 95). İlk olarak; kıyı turizmine yönelik yerler, gelişme fırsatlarını gören girişimciler tarafından keşfedilip, geliştirilmektedir. İkinci olarak; pek çok gelişmiş ülkede belirli bölgeler, örneğin kıyı bölgeleri, kırsal bölgeler, dağ ve vahşi yaşam alanları, küçük turizm beldeleri gibi yerel halkın inisiyatifinden bağımsız olarak bireysel hareketliliğin gelişmesi ile turizm destinasyonları haline gelmektedir. Son olarak ise, bazı turizm bölgeleri istihdam sağlamak ve ekonomiyi geliştirmek için yeni ekonomik etkinliklere duyulan gereksinim çerçevesinde geliştirilmektedir.

Öte yandan dünya turizm gelirlerinin incelendiğinde, düzenli bir artış eğiliminde olduğu gözlenmektedir. 2002 yılında 500 milyar \$ düzeyinde olan turizm gelirleri 2010 yılında 900 milyar \$’ı geçmiştir. Turist sayılarına bakıldığında da benzer bir durum görülmektedir. 2002 yılında 700 milyon olan turist sayısı 2010 yılı itibariyle 900 milyonu aşmıştır. (Kara, 2012: 77). 2015 yılında ise bu rakam 1 trilyon 232 milyar dolardır (turizmdatabank.com).

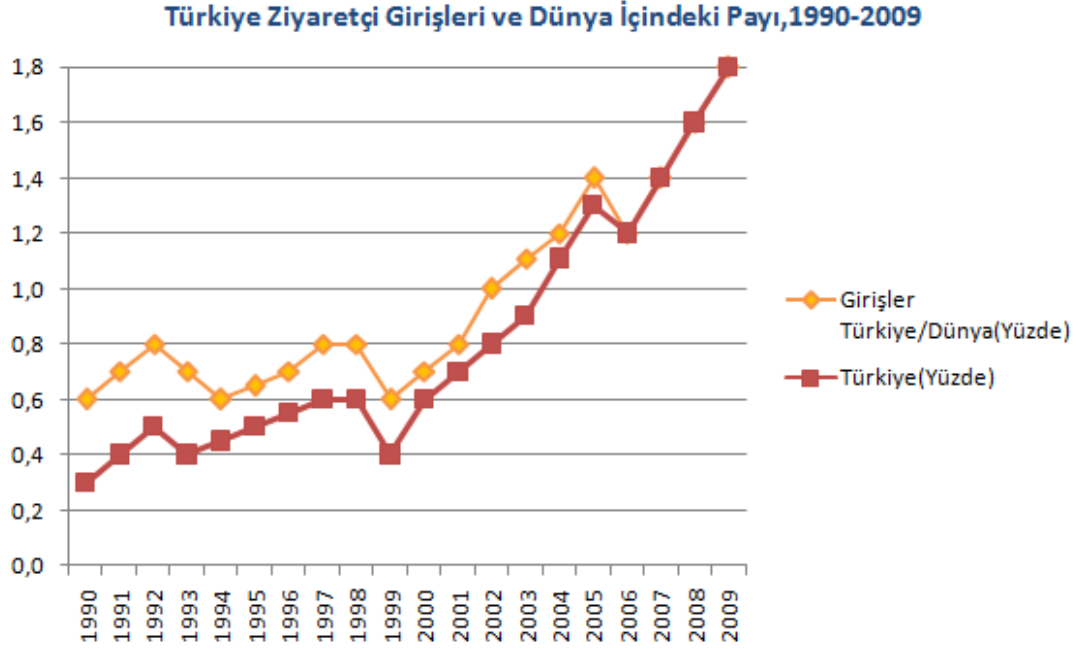
Tablo 1: Dünya Turizm Gelirleri ve Gelen Ziyaretçi Sayısı



Kaynak: World Tourism Organization (UNWTO, 2011: 8)

Tablo 1'e göre ise yıllar geçtikçe uluslararası gelen turist sayısına paralel olarak uluslararası turizm gelirleri de düzenli bir şekilde artmıştır. 2009 yılında ise iki değişken aynı orana gelmişlerdir.

Tablo 2: Türkiye Ziyaretçi Girişleri ve Dünya İçindeki Payı



Kaynak: <http://www.istka.org.tr/content/pdf/AA-turkiye-ve-istanbul-bolgesinde-turizm.pdf>

Tablo 2’ye göre Türkiye’nin ziyaretçi sayısı 1990-2009 yılları arasında 1999 ve 2006 yılları haricinde düzenli bir şekilde artış göstermiştir. Bu dönemler arasında Türkiye’de turizmin dünyaya paralel olarak gelişiminin sağlandığı söylenebilmekle beraber 2006 yılına kadar dünyadaki oranların nispeten altında kalmaktadır. 2006 yılından sonra dünya ile aynı oranda artış görülmektedir.

Özet olarak turizmin gelişimi, ekonomik etkinlikler içinde bilgi ve teknolojinin dağılımını, üretim/tüketim sürecinde dışsallıkları yani sadece turizm için değil diğer sektörler için de ekonomik gelişimi oluşturarak, ülkelerin turizm yönlü büyümesine katkı oluşturmaktadır (Skerritt ve Huybers’dan aktaran Kara, 2012: 81).

Ekonomik katkıların yanında, turizmin doğal çevreye ve kültürel yapıya da olumlu katkılarda bulunduğu söylenmekle beraber, turizmin daha önceden görüldüğü gibi zararsız ve maliyetsiz bir ekonomik alternatif olmadığı gittikçe savunulan görüşler içinde yer almaktadır.

2.5.2.2. Sosyal Göstergeler

Bölgede ortaya çıkardığı ekonomik, fiziksel ve çevresel etkilerinin yanı sıra, turizmin diğer bir önemli etkisi de toplumun sosyal yapısı üzerinedir. Toplumsal etkiler turizmin var olan sosyal değerlere, bireysel davranışlara, aile içi ilişkilere, güvenlik kavramına, etik kurallara, sanatsal etkinliklere, geleneklere ve toplumun sosyal yapısına direkt veya dolaylı olarak yapmış olduğu etkiyi içermektedir. (Brunt ve Courtney'den aktaran Gürbüz, 2002: 50).

Turizmin toplumun sosyal yapısı üzerine olan olumlu etkileri incelendiğinde; hoşgörü ortamını geliştirdiği, kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandığı, kadın hakları konusunda ilerlemeye neden olduğu, boş zaman kullanma alışkanlığını geliştirdiği, temizlik bilincinin gelişmesini sağladığı görülebilmektedir. Aynı zamanda yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olduğu, yeni mesleklerin ortaya çıkmasına sebep olduğu, yerel halkın tarihi ve kültür değerlerine sahip çıkma ve koruma bilinci geliştirdiği, yabancı dil öğrenmeye yönlendirdiği ve aile bağlarını güçlendirdiği söylenebilmektedir.

Öte yandan turizmin olumsuz sosyolojik etkilerinden bazıları ise; yabancı düşmanlığını arttırabildiği, suç oranında artış yaratabildiği, kültürü ticarileştirebildiği, turistleri taklit etmenin olumsuz yönlenmeye neden olabildiğidir. Bir destinasyonda yukarıda sayılan olumlu etkilerin arttığı gözlenmekteyse o bölgede turizmin sosyolojik anlamda gelişmiş olduğu söylenebilmektedir. Tam tersi olarak olumsuz etkiler fazlaysa o destinasyonda sosyolojik anlamda herhangi bir gelişmeden söz edilememektedir (Doğan, 2004: 136).

2.5.2.3. Fiziksel Göstergeler

Tarihi ve doğal (fiziksel) çevre, belli bir bölgeye ya da ülkeye yönelik turizm talebinin oluşması ve bu talebin sürdürülmesi üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Turistlerin gidecekleri yer seçiminde ve kalış süresinin belirlenmesinde fiziksel çevre önemli bir belirleyici unsurdur. Daha açık bir ifadeyle turizm ve fiziksel çevre, birbirinden ayrılamaz bir ilişki içindedir.

Dünya nüfusunun artışı ile beraber artan dünya turizm hareketliliği, öte yandan çevresel etkilerin de artmasına sebep olmaktadır. İnsanların bir yerden başka bir yere seyahatlerinde kullandıkları ulaşım araçlarının etrafa yaydığı çeşitli fosil atık miktarlarındaki artışlardan başlayarak, konaklama tesislerinin farklı şekillerde çevrelerine verdikleri zararlara kadar uzanan birçok zararlı etki, turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte artış göstermektedir (Kozak vd, 2010: 95).

Fiziksel çevrede görülen turizmin gelişmesinden kaynaklı her türlü iyileştirme çalışmaları örneğin; doğal yapıların restorasyonu, çevreyi korumaya yönelik çıkarılan yasa ve yönetmelikler veya eko-turizm anlayışının yaygınlaşması turizmin gelişmesinin fiziksel göstergeleridir. Otellerde kullanılan su israfını önleyen musluklardan, ulaştırma araçlarında kullanılan ekolojik anlamda sağlıklı yakıtlara veya yiyecek içecek işletmelerindeki verimlilik yönetiminin doğru kullanılmasına kadar her türlü olumlu gelişme turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Kozak vd, 2010: 95).

2.6. TURİZM GELİŞİMİ, KÜLTÜR ve KİMLİK İLİŞKİSİ

Kültür ve turizm ilişkisinin çok sıkı ve çift yönlü olduğu önceki bölümlerde de belirtilmişti. Dünyadaki turizm hareketlerinin temelinde yeni kültürler tanıma ve görme isteğinin yattığı düşünülmektedir. Kültür genel bir konu olarak hemen hemen tüm turist gruplarından belirli bir bölümü kendine çekmektedir. (Öter ve Özdoğan, 2005: 129). Deniz-kum-güneş dışında turistleri kendine çeken kültür faktörü, özellikle son yıllarda turistlerin seyahat tercihlerinde oldukça önemli bir yere sahiptir (Uygur ve Baykan, 2007: 1). Öte yandan “McKercher ve Du Cros (2002), kültür amaçlı seyahate çıkan turistleri, amaçları yönünden beş gruba ayırmaktadırlar. Bu gruplar; amaçlı seyahat edenler, çevreyi görmekle yetinenler, kâşifler, kültüre ilgisi zayıf olanlar, tesadüfse ziyaretçilerdir.” (aktaran Duran, 2011: 297).

Bunların yanında turizm olayı sadece bir kültür temsilinden ibaret olmamakla birlikte destinasyonlar, sergiledikleri kültür unsurlarını da barındırarak bir kimlik oluşturmaktadır. Destinasyonun kimliği, oranın kültürüyle çok yakından ilişkili olup turistleri cezbeden bir unsur olarak görülmektedir. Örneğin; Küba, yaşam biçimi,

dili, mimarisi, sanatı kısacası kültürel kimliği ön plana çıkan destinasyonlardan biridir.

Şekil 5: Küba'dan Bir Görünüm



Kaynak: <http://www.123rf.com/stock-photo/cuba.html>

Öte yandan turizmin kültür ve kimliğe etkileri incelendiğinde, turizmin etnik ve kültürel kimliğin sürdürülebilmesi konusunda zararlı bir etkiye sahip olduğunu savunan yazarların yanında, turizmin etnik ve kültürel kimliğin tanıtılması dolayısıyla yerel halkın kültürüne olan bağlılığını arttırıcı etkisi olduğu görüşünü savunan yazarları da görmek mümkündür. Örneğin; Greenwood (1978), kimlik çerçevesinde turizmi ele alırken, kapitalist batı gelişimine dayanan turizm gelişimini nesneleştirme olarak değerlendirmiş, bu nesneleştirmenin yerel kimliğe ve kültüre ilişkin değerlerin yok olmasına neden olduğunu savunmuştur (aktaran Duran, 2011: 298). Mellinger'e göre ise (1994: 757) turizm ve kimlik ilişkisi, turist tercihlerinde yerel kültür ve kimlik arayışlarının öne çıkmaya başlamasıyla bağdaşmaktadır. Turistler seyahat ettikleri yerlerde bozulmamış ve turizmden kaynaklı diğer

kültürlerin etkisi altında kalarak yozlaşmaya uğramamış bir yerli kültür ve kimlik öğelerini tercih etmekte ve aramaktadırlar. Böylelikle kültür ve kimlik, turizmde yükselen değerler olarak öne çıkmaktadır.

Bir toplumun kültür düzeyi ve kalitesi o toplumu oluşturan kişilerin oluşturduğu sosyal ortamın kimlikleri üzerinde de etkilidir (Beyhan, 2005: 78). Dolayısıyla turizm olayına katılan kişilerin destinasyon tercihi kültür ve kimlikle yakından ilişkilidir. Kültürün ve kimliğin bozulmadan günümüze kadar sürdürüldüğü bir destinasyon, turistik anlamda çekiciliğini koruyacaktır. Baskın toplulukların dayattığı asimilasyon ve dışlama politikalarına karşı toplumdaki her alt gruba karşı hoşgörülü ve anlayışlı yaklaşım daha fazla kültürel çeşitliliğe ve zenginliğe sahip bir kültürel kimliğin sağlanabilmesi açısından yararlı olacaktır.

Araştırmada ele alınan kültürel kimlik ile turizm gelişimi arasındaki ilişki de budur. Kültürel kimliğin korunması geliştirilmesi, turizmi geliştiren bir unsur olarak görülmektedir. Kültürel kimliğini yitirmemiş, bozulmamış bir topluluk, Küba örneğinde olduğu gibi turizm açısından önemli bir destinasyon olacaktır.

Kültürel kimliği dolayısıyla turistik çekiciliğe sahip bir diğer destinasyon ise Paris'tir. Paris; tarihi dokusu, kendine has kafeleri ve dükkanları, mimari yapıları, sanatsal etkinlikleri ve yaşayışı dolayısıyla seyahatlerde en çok tercih edilen destinasyonların başında gelir. Paris, çok fazla turist çekmesine rağmen kendine has dokusunu kaybetmemiştir. Örneğin; ünlü *Cafe De Flore* adlı kafesi turistlerin Paris'te deneyimlemek istediği bir turistik ürün haline gelmiştir.

Şekil 6: Cafe De Flore / Paris



Kaynak: www.parisperfect.com/blog/2012/11/paris-hot-chocolate-cafe-flore

Öte yandan içerisinde ünlü *Mona Lisa* tablosu bulunan Louvre Müzesi de Paris'in turistik ürünlerinden biri haline gelerek çok sayıda turistini şehre gelmesini sağlamaktadır.

Turistlerin ilgisini çeken, gidip görme isteği yaratan kültürel kimliğini yitirmemiş destinasyonlar turizm bakımından gelişerek büyümeye ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaya devam edecektir. Bu araştırmada ise ele alınan Alaçatı örneğinde, kültürel kimlikle turizm gelişimi arasındaki ilişki bulunmaya çalışılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Bu araştırmada insan davranışının esnek olmasından ve bireylerin görüşlerinin ve deneyimlerinin araştırılmasından kaynaklı olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi niçin, nasıl, ne şekilde sorularına yanıt alınmasını sağlamakta ve kişilerin algıları, duyguları ve deneyimlerine dayalı olarak bilgi vermektedir. Bu bağlamda bireylerin duygularını, düşüncelerini, isteklerini, olaylarla ilgili tespitlerini ve görüşlerini almak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinin bir veri toplama aracı olan görüşme (mülâkat) tekniği kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 42-147). Bu çalışmada araştırma deseni olarak örnek olay analizi kullanılmıştır. Örnek olay kapsamında Alaçatı beldesi ele alınmıştır. Alaçatı'yı kendi ortamında, ilişki bağlantıları içinde etkileyen değişkenler üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ve görüşme tekniğinin kullanılmasının nedenlerini ayrıntılı sıralamak gerekirse;

- Araştırma konusunun konuyla ilgili kişilerin düşüncelerini ölçmek açısından nitel araştırma yöntemine uygun olması,
- Araştırma deseninde esnekliğin olması,
- Görüşme tekniği ile yanıt oranının yüksek olabileceği kanısı,
- Kişilerden alınan verilerin doğruluğunun anlık ölçülmesi,
- Toplanan verilerin süreçle alakalı olması ve algılara dayalı olması,
- Derinlemesine tanımlama, yorumlama ve aktörlerin bakışını anlama amacı,
- Görüşme süreci boyunca kişilerin mimikleri, yüz ifadeleri ile söylediklerini birleştirerek nispeten daha doğru kanıya varabilme imkânı olarak sıralanabilmektedir.

Bu araştırmada toplumsal kimlik teorisinden yararlanılmıştır. Bunun sebebi toplumsal kimlik teorisinin esas olarak sosyo-kültürel biçim ve dinamiklerle insan

davranışının doğası arasındaki ilişkiyi açıklamasıdır. Kişiler kendilerini bir gruba ait hissederek beraber bir toplumsal kimlik yaratmaktadırlar. Kültürel kimliğin de bir grubun veya topluluğun oluşturduğu, benimsediği ve yansıttığı bir olgu olmasından kaynaklı olarak toplumsal kimlik teorisi yürütülen bu tezle uyumlu görülmektedir.

Yöntem bölümünde ilk olarak Alaçatı'nın tarihine ve turistik ürün yapısına değinilerek Alaçatı'nın tanıtılması amaçlanmıştır. Böylelikle araştırma yapılan destinasyonun özellikleri, turistik çekicilik yaratan unsurları ve tarihi daha iyi bilinmiş olacaktır. Sonrasında Alaçatı'da planlanan örneklem doğrultusunda yola çıkılan veri toplama aracından bahsedilmektedir. Daha sonra katılımcılarla gerçekleşen görüşme süreci ve görüşmelerden elde edilen verilerin analizi verilerek, tüm bu araştırma ve veri analizi sonucunda elde edilen bulgular gösterilmektedir.

3.1. ALAÇATI ve KÜLTÜREL KİMLİK ÖZELLİKLERİ

Alaçatı İzmir'in Çeşme ilçesine bağlı, İzmir merkezine 70 km mesafede bulunan, 8.401 nüfuslu, Ege Denizi'ne kıyısı olan bir beldedir ve aynı zamanda Ege Bölgesi'nin önde gelen tatil beldelerinden biridir. Alaçatı, Anadolu'nun batı tarafındaki en uç noktalarından biridir (Çetinel, 2012: 3).

Şekil 7: Alaçatı/İzmir Haritası



Kaynak: <http://www.bilgi.com/tatil-yerleri/87260-alacati-izmir.html> (Erişim Tarihi: 25.04.2016).

Bu bölümde Alaçatı üç başlıkta ele alınmaktadır. İlki tarihsel boyuttur. Tarihsel boyutta; Alaçatı isminin nereden geldiğine, beldedeki nüfus değişimine ve şu anki mevcut nüfus yapısına değinilecektir. İkinci boyut olan sosyo-kültürel boyutta; Alaçatı'nın mimari özellikleri, kentsel dokusu, dili, gelenekleri ve değerleri incelenecektir. Son boyutta ise Alaçatı'nın turistik ürün yapısı hakkında bilgiler verilecektir

3.1.1. Tarihsel Boyut

Alaçatı isminin kökeniyle alakalı farklı görüşler vardır. Bunlardan birincisi, Alaçatı'nın bölgeye ilk yerleşen Türkler tarafından isim verilmesidir. İkincisi,

Alaçatı ismini bölgeye yerleşen Rumlar tarafından verildiğidir. Üçüncüsü ise, eski bir Anadolu adının değiştirilmiş şekli olduğu görüşüdür (Gezgin, 2012: 13).

1850’li yıllarda güney kısmı bataklık olan Alaçatı, zamanın sadrazamının emriyle, Alaçatı’nın güneyindeki doğal limana ulaşan bir kanal açılarak; ovoidan büyük hendeklerle drenaj yardımıyla bataklık kurutma çalışmaları yapılmıştır. Açılan kanal daha sonra gemilerin yanaştığı bir liman haline gelmiştir. Bu alan inşaatı için getirtilen Rum kökenli işçiler Alaçatı limanının 1000 metre kuzeyinde yeni Alaçatı’yı kurarak yerleşmişlerdir. Rumlar bölgede bağcılığı geliştirip şarap üreticiliği yapmışlardır (Gezgin, 2012: 50-53).

19. yy’da Yunanlıların nüfus içerisindeki oranı Sakız adasından başlayan göçlerle artmaya başlamıştır. Ancak Balkan Savaşı sırasında birçoğu ülkelerine geri dönmüşlerdir. Yaşanan mübadele sonucunda Alaçatı’ya gönderilen Türkler, tarım konusunda bilgili olmadıklarından bağcılık, iktisadi hayattaki önemini ve yerini kaybetmiştir. Aynı şekilde Selanik, Makedonya ve Karacaova bölgelerinden mübadil göçmenler gelmiştir. Bu Türkler Alaçatı’da tütüncülüğün gelişmesini sağlamışlardır. Dünya Savaşı’ndan sonra Çeşme Yunanlılar tarafından işgal edilmiş, 16 Eylül 1922’de ise düşman işgalinden kurtarılmıştır (Gökçen, 1996: 75).

Kurtuluş Savaşı’nın hemen ardından, Türkiye sınırları içerisinde kalan Rum nüfus ve Yunanistan sınırları içerisinde kalan Müslüman nüfus bir sorun olarak gündeme gelmiştir. 1922 yılının Eylül ayından itibaren, Türkiye sınırları içinde kalan Rum nüfusunun büyük bir bölümü ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştı. İlk büyük örgütlü Rum göçü, İzmir’in geri alınmasıyla 9 Eylül 1922 yılında gerçekleşmişti. Bu hareketin bir başka nedeni de uluslaşma sürecinin hedefi olan etnik kimliklerin tek bayrak altında toplanması eğilimidir. Bu nedenle, gerçekte, Yunanistan’ın bağımsızlığını kazandığı 19. yy’dan itibaren Rumların Yunanistan’a göç etmeyi istedikleri bilinmektedir. Böylelikle 30 Ocak 1923 tarihli anlaşma ve ek protokollerle mübadele anlaşması gerçekleşmiş ve yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşmaya göre, İstanbul Rumları ve Batı Trakya Müslümanları haricinde, Türk topraklarında yaşayan Rum Ortadoks dininden Türk uyrukları ile Yunan topraklarında yaşayan Müslüman Yunan uyruklarının 1 Mayıs 1923 tarihinden itibaren zorunlu mübadelesi gerçekleşmiştir (İzmir 1 Numaralı Kültür Varlıklarının Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü Arşivi, Koruma Amaçlı İmar Planı Raporu, 2014).

Yunanistan ile yapılan mübadele anlaşması gereğince, tüm ailelere kişi başına yedi dönüm arazi verilmiştir. Bu nedenle bugün Alaçatı nüfusu kozmopolit bir yapı içermektedir. Osmanlıdan bu yana Alaçatı’da yaşayanlar, Arnavut göçmenleri, Boşnaklar, Yunanistan göçmenleri, sonradan yerleşen Romen göçmenler ve nihayet son yıllarda Alaçatı’nın turizmde parlayan bir belde olmasıyla İstanbul ve İzmir’den gelenler bir mozaik oluşturmaktadır (Gezgin, 2012: 52).

Şekil 8: Alaçatı’ndan Bir Görünüm



Kaynak: <https://www.flickr.com/photos/ondercakoglu/5080951838> (Erişim tarihi: 22.02.2016)

Sonuç olarak, Alaçatı’nın yaklaşık 1000 yıldır sürekli göç alan ve göç veren bir belde konumunda olduğu anlaşılmaktadır. Bu göçlerin getirdiği çok renklilik giderek artan bir kültürel zenginlik oluşturmaktadır.

3.1.2. Sosyo-Kültürel Boyut

Alaçatı'ya girildiği andan itibaren tarihi doku kendini hissettirmektedir. Tarihsel dokusunu bu denli koruyan nadir yerleşim yerlerinden biri olarak sayılmaktadır. Alaçatı'nın tarihi dokusu incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmaktadır: Dalgakıran ve Bal'a (2007, 55) göre geleneksel doku Hacı Memiş, Tokoğlu ve Yeni Mecidiye Mahallelerini kapsamaktadır. Bu bölgede yer alan mimari yapılar; Alaçatı'da çeşitli kullanıcı grupları ve yaşam tarzlarının meydana getirdiği, yerleşmeye özgü karakteristik niteliklere sahip mimari örnekleri göstermektedir.

Çoğunluğu 19. yy'a ait olan Alaçatı'daki mimari yapılar, karakteristik dar sokakları ve caddeleri meydana getirmektedirler. Merkezde biri Kemalpaşa Caddesi, diğeri ise Mektep Caddesi olmak üzere iki ana cadde vardır. Merkezde, iki ana meydan bulunmaktadır (Özkök, 2001: 93).

Alaçatı, yamaçta bulunan Rum vatandaşların yaşadığı bölge ve merkezi Hacı Memiş Camii olan Müslümanların yaşadıkları bölge olarak iki bölüme ayrılabilmeyle beraber; kent, genel olarak birbirinden mimari anlamda çok da uzak değildir.

Gezgin'e (2012: 64) göre Alaçatı kentsel dokusu içerisinde, Batı Anadolu sivil mimarisinin en tipik örnekleri görülmektedir. Batı Anadolu iklimine uygun çatı yapısı ile taş mimari yapılar beldeye görsel bir zenginlik katmaktadır. Zeytin ve şarapçılığın ağırlıklı bir şekilde görüldüğü Lozan öncesi Alaçatı kentsel dokusu ve sivil mimarisi, bu gereksinime göre biçimlenmiştir. Ancak mübadele ile kente yerleştirilen Müslüman nüfusun, hayvancılık ve tütün ekonomisine dayanan yaşam şekilleri, kentin ve özellikle mekânların yeniden biçimlenmesine neden olmuştur.

Bulunduğu mahalleye adını veren Hacı Memiş Camisi, Yunanistan'dan gelen göçten önce bölgede Türk egemenliğinin olduğuna kanıt olan tek eserdir. 18. yy'a ait bu yapı kesme taştan kare şeklinde inşa edilmiş klasik bir Osmanlı mimarisi eseridir (Özkök, 2001: 94).

İnanç ögesi bağlamında Alaçatı ele alındığında şu bilgilere ulaşılmaktadır: 17. yy'da Alaçatı'yı meydana getiren yukarı ve aşağı mahallede toplamda iki kilise bulunmaktaydı; ancak bu tarihten sonraki büyük çaplı göçler Alaçatı'nın nüfusunun artmasına ve bu iki kilisenin de yetersiz kalmasına sebep olmaktadır. Bunun üzerine

Meryem Kilisesi, İoannes Bountrogiannes'in verdiği araziye yapılmıştır (Gezgin, 2012: 69). Ancak daha sonra ismi Pazar Yeri Camii olarak değiştirilip Müslümanların hizmetine sunulmuştur. Alaçatı'nın bir diğer önemli mimari yapısı ise; merkezde yer alan ve inşa tarihi net olarak bilinmeyen dört adet yel değirmenidir. Eskiden un öğütmekle kullanıldığı bilinmekle beraber şu an aktif olarak kullanımı söz konusu değildir (Özkök, 2001: 94).

Alaçatı'daki ekonomik ve sosyal yaşama bakılacak olursa; Dalgakıran ve Bal'a göre belde bütünündeki ticari faaliyetlerin önemli bir kısmı Tokoğlu Mahallesinde görülmektedir. Tarihi yapıların aslına uygun bir şekilde restore edilerek son zamanlarda restoran, kafe ve butik oteller olarak turizm etkinliğine dahil edilmesinin ve ekonomik hayata kazandırılmasının önemli bir katkısı bulunmaktadır. Bu mekanların bulunduğu Kemalpaşa Caddesi ise, bu yönüyle şimdilerde beldenin ticaret ve çekim merkezi, öte yandan da tarihi niteliklerin dekor olarak kullanıldığı bir vitrin konumundadır (Dalgakıran ve Bal, 2007: 56).

Şekil 9: Alaçatı Ot Festivalinden Bir Görünüm



Kaynak: (Özkar, 2014 <http://www.milliyet.com.tr/yurtdisi-turlari-uzmani-sarp-ozkar/alacati-ot-festivali-tatil-1857315/> Erişim Tarihi: 25.04.2016).

Alaçatı'nın geleneklerine ve ritüellerine bakıldığında; farklı coğrafyalardan göç almasından kaynaklı oluşan kozmopolit yapısı ve tarihten beri farklı kültürleri barındırmış olması, yeme-içme kültürü üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir (Gezgin, 2012: 62). Alaçatı'nın iklimi çeşitli geleneksel lezzetlerin bulunmasına yol açarken barındırdığı liman dolayısıyla bu lezzetlerin geniş bir alana yayılmasını sağlamıştır.

Gezgin'e (2012: 62) göre Alaçatı'nın yaşlılarından öğrenilen, bazina, tütün kırımından sonra bir araya gelen ailelerin törensel olarak topluca yedikleri bir hasat yemeğidir. Hazırlanan kıymalı bamya içinin bir hamurun ortasına koyulmasıyla yapılır. Bu yemek hep beraber yenildikten sonra, bir sonraki bazinanın kimin evinde yenileceği kararlaştırılır. Diğer meşhur Alaçatı yemekleri ise şöyledir; kuru sıkma, kaz budu, pirpeç, mamalaki, kaçamak, patablika, Arnavut kökenli ailelerin geleneksel tatlısı olan sütlü börek, haçayli tatlısı ve şeker işi tatlısıdır.

Gezgin'in (2012: 63) aktardıklarına göre Alaçatı'nın en önemli ürünlerinden birisi de Kopanisti peyniridir. Mübadeleye gelen göçmenlerin çoğunluğunun hayvancılıkla meşgul olması peynir kültürünün de gelişmesini sağlamıştır. Kopanisti peynirine ağır kokusundan ötürü Tiryaqi peyniri de denilmektedir. Bununla birlikte Alaçatı'da; sakız reçeli, sakızlı dondurma ve kumru da oldukça meşhur lezzetler olarak bilinmektedir. Kumru'nun 19. yy'da Makedon göçmenler tarafından geldiği söylenmektedir. Ayrıca sakız reçinesi de pek çok alanda kullanılmaktadır. Bunlar; rakı üretimi, reçel ve tatlı, ilaç ve kozmetik sanayi ve çiğneyerek tüketilme şeklindedir.

Öte yandan Alaçatı'nın aile yapılarına bakılacak olursa; tarım toplumundan kaynaklı çok nüfuslu ailelerin olduğu görülmektedir.

Mübadele kenti olması dolayısıyla da Alaçatı'da tarihten beri var olan farklı kültürler nedeniyle dilde değişimler görülmektedir. Rumca, Boşnakça ve Arnavutça bunlardan birkaçıdır.

3.1.3. Turistik Ürün Yapısı

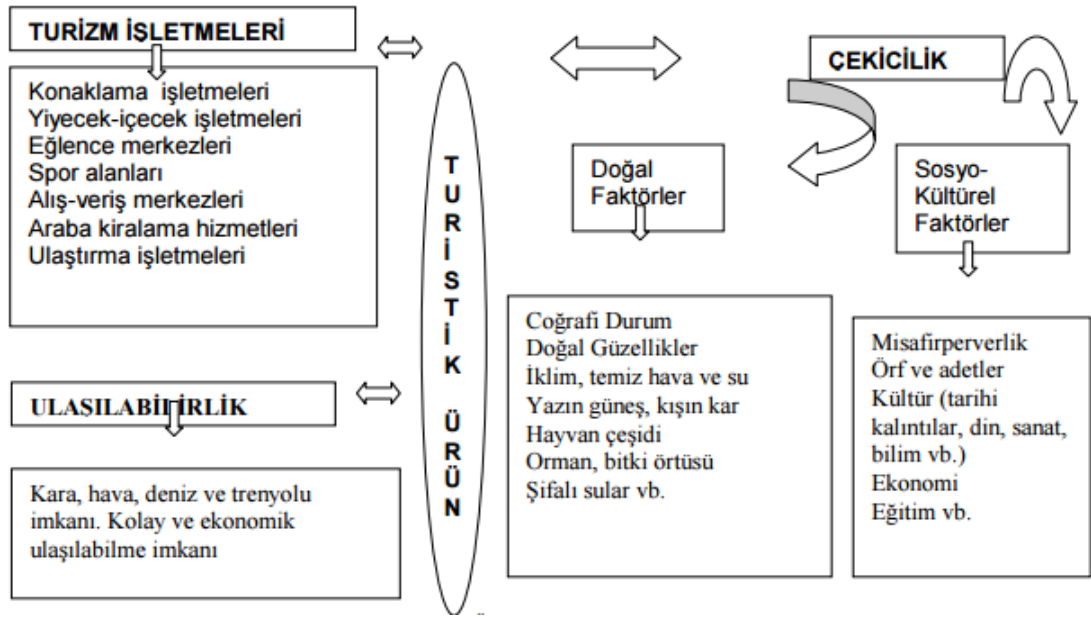
Alaçatı Türkiye'nin en eski turizm merkezlerinden biri olmakla birlikte turizm potansiyeli bölgedeki diğer destinasyonlardan nitelik bakımından farklılıklar göstermektedir (Gezgin, 2012: 81).

Alaçatı'nın özellikle 2000'li yıllardan sonra artan ününü; Alaçatı'nın tarihsel, çevresel, mekânsal ve toplumsal özelliklerine bağlı olarak kazandığı söylenebilmektedir (Dalgakıran ve Bal, 2007: 55).

Alaçatı'da çok çeşitli çekicilik unsurları bulunmasının yanı sıra pek çoğunun korunup günümüze kadar kalabilmiş olması Alaçatı'nın hem tarihsel hem de turistik değerini arttıran önemli bir faktör olmaktadır.

Öncelikle turistik ürünü oluşturan unsurlardan bahsetmek gerekirse;

Şekil 10: Turistik Ürün Şeması



Kaynak: Gürbüz, (2002: 51)

Şekil 10'a göre turistik ürünleri meydana getiren unsurlar turizm işletmeleri, çekicilik ve ulaşılabilirliktir. Çekicilik doğal faktörler ve sosyo-kültürel faktörler

olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bu faktörlerin barındırdığı tüm unsurlar bir destinasyonun çekiciliğini oluşturmaktadır. Ulaşılabilirlik de çekicilik gibi turistik ürünü oluşturan önemli bir unsurdur ve kara, hava, deniz ve demir yollarından oluşur. Alaçatı'daki turistik ürünler de turistik işletmelerin, çekiciliğin ve ulaşılabilirliğin gelişmesiyle, Alaçatı'daki turistik ürünü oluşturmaktadır (Kızılırmak, 2006: 182).

Alaçatı'nın farklı turistik ürünlerinden örnekler vermek gerekirse; Alaçatı sınırları içerisinde kabul edilebilecek antik bir yerleşim merkezi olan ve bugün Kalemburnu olarak adlandırılan yarımada üzerinde bulunmakta olan Kalemburnu bunlardan biridir. Yapılan kazılardan elde edilen arkeolojik verilerden M.Ö. 3000 yılına ait olduğu anlaşılmıştır. Yerleşim yerinin mezarlığında yapılan arkeolojik çalışmalarda, küp içine yapılmış gömülerin yanı sıra, basit oda mezarlarının da varlığı bulunmuştur.

Gezgin'e göre Kalemburnu'nda tespit edilen bir diğer yerleşim yeri ise Klasik Dönem'e aittir. M.Ö. 8. yy'a kadar giden buluntular, Kalemburnu yerleşiminin Erythrai ile birlikte bölgedeki en eski yerleşimlerden birisi olduğunu işaret etmektedir. Yerleşim üzerine yapılan tartışmaların en önemli noktası, Erythrai kentinin ilk kez burada kurulduğu iddiasıdır. İddiaya göre, M.Ö. 10. yy'da Erythrai burada kurulmuş ve M.Ö. 4. yy'da bugünkü Ildırı sınırları içerisine taşınmıştır. (Demand'den aktaran Gezgin, 2012: 27).

Bir diğer turistik ürün ise Kuş Cenneti'dir. Türkiye'de Doğa Derneği tarafından yapılan araştırmalar sonucu 184 adet Önemli Kuş Alanı tespit edilmiştir. Bunlardan biri de Alaçatı Önemli Kuş Alanı'dır (Kılıç ve Erken'den aktaran Gezgin, 2012: 61).

Gezgin'e göre Alaçatı Önemli Kuş Alanı, Çeşme yarımadasının güney bölümündedir. Bir kısmı I. ve II. Derece Doğal Sit Alanı olan ÖKA, Akdeniz biyomunun önemli türlerini içinde barındırır. Yapılan araştırmalar sonucunda, Alaçatı Önemli Kuş Alanı'nın 13 farklı kuş türü için ÖKA kriterlerini sağladığı saptanmıştır. Bunlar; tepeli karabatak, bıyıklı doğan, küçük kerkenez, ada martısı, karakulaklı kuyrukkakan, zeytin mukallidi, bıyıklı ötleğen, maskeli ötleğen, kara boğazlı ötleğen, küçük sıvacıkuşu, maskeli örümcek kuşu, boz kirazkuşu ve kızıl kirazkuşudur (Gezgin, 2012: 61).

Rüzgâr sörfü de Alaçatı'nın en önemli turistik ürünlerinden biri olarak görülmektedir. İlk kez ne zaman ve nerede yapıldığı belli olmayan rüzgâr sörfünün öncülüğünü 1968 yılında California'da Henry Hoyle Schweitzer ve Jim Drake gerçekleştirmiştir. 1970'li yıllarda spor kapsamına alınan rüzgâr sörfü, ilk kez 1984 yılında Los Angeles Olimpiyat Oyunları'nda yarışma kapsamına dâhil edilmiştir (Gezgin, 2012: 83). Türkiye'de bu sporun en ünlü ve en önemli merkezlerinden birisi Alaçatı Çark Plajı olarak görülmektedir. Dünya'da Havai ve Avustralya'dan sonra üçüncü önemli sörf merkezi olarak bilinmektedir

Alaçatı birçok uluslararası yarışların ve etkinliklerin gerçekleştiği önemli bir sörf merkezi durumundadır. 2004 sezonunda, Kite Surf (Uçurtma Sörfü) Dünya Kupası'nın bir ayağı burada yapılmıştır. Ayrıca Avrupa Sörf Şampiyonası 2005'te burada gerçekleştirilmiştir. Bu uluslararası müsabakalar, Alaçatı isminin sörf alanında markalaşmasına yol açmaktadır (Gezgin, 2012: 83).

3.2. VERİ TOPLAMA ARACI

Araştırma sorusundan yola çıkarak görüşme yöntemiyle, örneklem kapsamındaki katılımcılarla görüşülmüştür. Görüşme yöntemi, benzer konulara yönelmek yoluyla farklı insanlardan aynı tür bilgilerin alınması amacıyla hazırlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek: 2013: 150). Görüşülen katılımcıların verdikleri bilgiler arasındaki paralelliği ve değişikliği saptamak amacı güdülmüştür. Bu yaklaşıma bağlı kalınarak yapılandırılmış bir görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu oluşturulurken Kaygalak, Usta ve Günlü'nün (2013: 237-249) görüşme formundan ve bağımsız iki akademisyenin görüşlerinden yararlanılmıştır. Öte yandan görüşme formunun yanı sıra bireylerin soruları cevapladıkları esnadaki mimikleri ve beden dilleri gözlemlenmiştir fakat bu çalışmada elde edilen verilerin gözlemden çok görüşme formuna dayandırıldığı söylenebilmektedir.

3.3. ÖRNEKLEM

Yapılan çalışmada birçok olgu ve olayların bulunmasında ve açıklanmasında yararlı olan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak (Yıldırım ve

Şimşek, 2013: 135), on tanesi yerel halktan, iki tanesi butik otel müdürlerinden ve üç tanesi yerel yönetimden olmak üzere toplamda 15 kişiyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu kişiler kartopu ve zincir örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Bu örnekleme sisteminin seçilmesindeki amaç, araştırılan konuda kimlerin bilgi sahibi olacağı konusunda tahmin yürütülerek ilerlenilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 140).

Araştırmanın evreni kültürel kimlik öğeleri ve turizm gelişimiyle birlikte Alaçatı olmakla beraber araştırmanın amacı yerel halkın araştırma problemiyle ilgili algılarını ölçmek olduğu için örneklem olarak yerel halktan kişiler seçilmiştir. Bu bağlamda yerel halkın Alaçatı'yla ilgili gelenek ve görenekleri, inancı, mimariyi, sanatı, dili, aile yapısını ve turizm gelişimiyle alakalı düşünce ve algılarının araştırma sorusuna cevap olabilecek düzeyde yeterli olabileceği öngörüsüyle bu örneklem seçilmiştir. Yerel halkın algı ve düşünceleri görüşme yöntemiyle ölçülmek istenmiştir.

Katılımcılardan alınan yanıtlar birbirini tekrar ettiği için araştırma 15 kişiyle sınırlandırılmıştır. Araştırmada *“Alaçatı'daki turistik gelişimiyle, Alaçatı'nın kültürel kimliğinin ilişkisi nedir?”* sorusuna yanıt aranmıştır.

3.4. GÖRÜŞME SÜRECİ

Görüşmelerden önce görüşülecek kişilerden telefon aracılığıyla randevu alınmış ve katılımcıların istekleri doğrultusunda görüşme tarih, yer ve saatleri belirlenmiştir. Randevu talepleri 28 Mart 2016 tarihinden itibaren iletilmiştir ve görüşmeler 4 Nisan 2016 tarihinde başlamıştır. Tüm görüşmeler 4 Nisan 2016-3 Mayıs 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 30 dakika ile 45 dakika arasında sürmüştür. Görüşme esnasında önceden izin alınarak, ses kayıt cihazı kullanılmasının yanı sıra elle not tutma yöntemi de bir arada kullanılmıştır. Görüşmeler gerçekleşmeden önce kişilere özel bilgilerinin istekleri dışında paylaşılmayacağının garantisi verilerek görüşmenin güven duygusu içerisinde gerçekleşmesi amaçlanmıştır.

Görüşme süreciyle ilgili ayrıntıları belirtmek gerekirse; önceden alınmış randevu sonucunda 4 Nisan 2016 günü saat 15.00'da Çeşme Kaymakamı Mustafa

Erkayıran ile kendi makam odasında görüşülmüştür. Daha sonra aynı gün Alaçatı'ya gidilerek biri işletmeci biri de kitapçı olmak üzere yerel halktan iki kişiyle daha görüşme yapılmıştır. Sonrasında Alaçatı Ot Festivalinin de yapıldığı gün olan 8 Nisan 2016 günü Alaçatı'ya gidilip randevu alınmadan ikisi butik işletmecisi, biri nalbur, biri inşaat işçisi ve biri de takıcı olmak üzere yerel halktan beş kişiyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Alınan randevu sonucunda 21 Nisan 2016 günü saat 14.00'te Alaçatı Turizm Derneği Başkanı ile kendi isteği doğrultusunda İzmir Alsancak'ta görüşülmüştür. Önceden randevu alınarak 28 Nisan 2016 saat 14.30'da Çeşme Belediyesi'ne bağlı olarak çalışan şehir planlamacısı olan katılımcıyla görülmüştür. Ardından aynı gün Alaçatı'ya gidilip randevu alınmadan emekli asker ve emekli öğretmen olup bitkisel temizlik ürünleri ve seramik alanlarında esnaflık yapan katılımcılarla görüşülmüştür. Daha sonra randevu alınarak 3 Mayıs 2016'da saat 15.00'te Alaçatı'ya gidilerek bijuteri alanında çalışan bir esnafla ve iki otel müdürüyle daha görüşme gerçekleştirilmiştir.

3.5. GEÇERLİK ve GÜVENİRLİK

Nitel araştırmada geçerlik ve güvenirlik, nicel araştırmalara kıyasla çok farklıdır. Bunun nedeni nicel araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan yöntemlerin, tanımların, testlerin, ölçme biçimlerinin olmayışıdır. Genel anlamda nitel araştırmada geçerlik kavramı, araştırma sorularının doğruluğuyla ilgilenmektedir. Güvenirlik kavramı ise araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliğiyle ilgilidir. Geçerlik ve güvenirlik kavramları; iç geçerlik, dış geçerlik ve iç güvenirlik, dış güvenirlik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 289).

İç geçerlik kavramı kapsamında katılımcı yorumlarının Alaçatı'da gerçek durumu yansıtip yansıtmadığıyla ilgili yapılan araştırmada katılımcı teyidi yöntemi uygulanmıştır. Görüşmeler gerçekleştikten sonra bulgular düzenlenerek katılımcılarla tekrar görüşülüp verilen cevaplar konusunda fikirleri alınmıştır. Katılımcılar, verilen cevapların kendilerine ait olduğu konusunda hemfikirdirler. Öte yandan katılımcılar bulguları tutarlı ve gerçekçi bulduklarını belirtmişlerdir. Diğer bir deyişle; Alaçatı destinasyonu göz önüne alındığında araştırma bulguları anlamlıdır.

Dış geçerlik kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma sonucunun benzer durumlara uyup uymadığını anlayabilmek için kültürel kimlik ve turizm gelişimi ilişkisini farklı destinasyonlarda inceleyen çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Farklı destinasyonlarda da bu konuda çalışmalar yapıldıktan sonra bir genellemeye ulaşmak mümkün olacaktır. Benzer çalışmalarla karşılaştırılma yapılabilmesi için, araştırma örnekleme, ortamı ve süreçleri açıkça yansıtılmıştır. Öte yandan araştırma sonuçları araştırma sorusuyla ve araştırmada benimsenen toplumsal kimlik teorisiyle tutarlıdır.

İç güvenirlik kapsamında araştırmada kavramsal çerçeveye bağlı veri analizini gerçekleştirmek amaçlanmıştır. Kavramsal çerçeve bölümünde verilen başlıklardan ve tanımlardan yola çıkarak elde edilen bulgular düzenlenmiş ve açıklanmıştır. Bu doğrultuda çalışma yapmak isteyen başka araştırmacılar bu çalışmadaki örneklemden ve sorulardan yola çıktığı takdirde aynı sonuçları elde edebilecektir.

Dış güvenirlik kapsamında ise katılımcıların kafalarında soru işaretlerine yer bırakmamak için görüşmelerden önce araştırmacı konumunu açıkça belirtmiştir. Araştırmayı ve görüşmeyi yapmaktaki amaç katılımcılara açıkça söylenerek tutarlı bulgular elde edilmesi sağlanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin profilleri de bulgular başlığında demografik bilgilerin yer aldığı tabloda açıkça belirtilmektedir. Görüşme süreci ve veri analizi başlıklarında araştırmanın gerçekleştiği sosyal ortam ve süreç açıkça tanımlanarak benzer ortamlarda test edilebilirliğini sağlamak amaçlanmıştır.

3.6. VERİ ANALİZİ

Katılımcılar ile görüşüldükten sonra yazıya geçirilen ses kayıtlarından 60 sayfa veri elde edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen ses kayıtlarının değiştirilmeden yazıya geçirilmesinden sonra veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Betimsel analizde elde edilen veriler temalar çerçevesinde betimlenerek yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256-259).

Betimsel analizde her sorunun altına tüm katılımcılar tarafından verilen yanıtlar sıralandırılmıştır. Yapılan analiz sonucu görüşme sorularının tezin literatür

kısımında yer alan konu akışına ve bağlamına göre kategoriler oluşturulmuş ve bu kategoriler dahilinde katılımcı yanıtlarına yer verilmiştir. Her bir soru ve yanıt grubunun ayrı bir teması bulunmaktadır. Görüşme sürecinde yöneltilen sorular ve kategorileri şöyledir:

Kültürel Kimlik Olgusu ve Alaçatı'nın Kültürel Kimliği: Görüşme süresince tüm katılımcılara Alaçatı beldesinin kültürel kimliğini nasıl algıladıklarını saptamak ve katılımcıların kültürel kimlik konusundaki algısını ölçmek amacıyla aşağıdaki sorular yöneltilmiştir;

- 1) *“Kısaca kendinizden bahseder misiniz? Alaçatı’da günleriniz nasıl geçiyor? Boş zamanlarınızda neler yapıyorsunuz?”*,
- 2) *“Alaçatı’nın kültürünü çok kısa özetlemeniz istenirse nasıl özetlersiniz? Kültürde değişimler var mıdır? Varsa hangi kültürlerden etkilenilmiştir?”*,
- 3) *“Alaçatı’da kişilerin inançlarını yaşamaları için cami, kilise, sinagog gibi gerekli fiziksel yapılar yeterli midir?”*,
- 4) *“Sizce Alaçatı’nın mimari özellikleri ve çekici yanları nelerdir? Alaçatı’daki mekanlar bu özellikleri ve Alaçatı kültürünü yansıtıyor mu?”*,
- 5) *“Alaçatı’nın kozmopolit (çok kültürlü) yapısından ve turizmden kaynaklı dilde görülen değişimler/bozulmalar var mıdır?”*,
- 6) *“Alaçatı’da sanatsal aktivitelerin yeterliliği konusunda ne düşünüyorsunuz?”*,
- 7) *“Alaçatı’da yaşayan halkın aile yapısı nasıldır?”*,
- 8) *“Alaçatı’nın yerli halkına özgü değerler nelerdir?”*,
- 9) *“Alaçatı’da yaşayan halka özgü (normlar) ritüeller, gelenekler, tabular var mıdır? Bunlar nelerdir?”*.

Turizm Gelişimi ve Alaçatı'nın Turistik Gelişimi: Alaçatı’daki turizm gelişimini ölçmek ve bu gelişimin görüşme katılımcılarınca nasıl bir etki uyandırdığını saptamak amacıyla aşağıdaki sorular sorulmuştur;

- 1) *“Sizce Alaçatı’nın turistik gelişimine katkı sağlayan özellikleri nelerdir?”*,
- 2) *“Sizce turistlerin Alaçatı’ya gelme nedeni nedir? Alaçatı’yı neden tercih ediyorlar?”*,

3) “Görüştiğiniz turistler varsa genelde Alaçatı’da en beğendikleri özelliklerin hangileri olduğunu söylüyorlar?”.

Kültürel Kimliği Koruma Davranışları ve Çabalar: Alaçatı’nın kültürel kimliğini korumaya yönelik kişisel çabaların ve idari birimlerin çalışmalarını öğrenmek amacıyla katılımcılara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir;

- 1) “Alaçatı’nın kültürel özelliklerini yaşatmak için neler yapılmalıdır?”,
- 2) “Alaçatı’da kültürel turizm var mı? Hangi unsurlarla öne çıkabilir?”,
- 3) “Yaşlıların ve gençlerin kültürel özellikleri koruma davranışları nasıldır?”,
- 4) “Alaçatı’nın kültürel dokusunun (maddi ve manevi) korunduğunu düşünüyor musunuz? Alaçatı’yı koruma adına yürütülen politika, yasa, dernek çalışması veya kampanya var mıdır?”.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda ortaya çıkan bulgular Alaçatı’nın kültürel kimliği ve turistik gelişiminin yanı sıra kültürel kimliğin ve turistik gelişimin korunması konusunda da katılımcıların algılarını, düşüncelerini ve önerilerini göstermektedir.

3.7. BULGULAR

Demografik Bilgiler: Katılımcılara cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, doğum yeri ve Alaçatı’da ikamet edilen yıl dahil olmak üzere altı adet demografik soru sorulmuştur. Demografik soruların yöneltilmesinin sebebi katılımcıların cinsiyetine, yaşına, eğitim durumuna, mesleğine ve Alaçatı’daki ikamet ettikleri yıllara göre cevaplarının değişiklik gösterebileceği düşüncesidir. Tablo 3’te bu bilgilerin tamamı mevcuttur.

Tablo 3: Araştırma Katılımcılarının Demografik Bilgileri

Görüşme Yapılan Kişi	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Doğum Yeri	Alaçatı'da ikamet edilen yıl
Katılımcı 1	Erkek	46-50	Lisansüstü	Kaymakam	Osmaniye	8 ay
Katılımcı 2	Erkek	36-40	Lise	İşletmeci	Alaçatı	38 yıl
Katılımcı 3	Erkek	51 üstü	İlköğretim	Esnaf	Alaçatı	64 yıl
Katılımcı 4	Erkek	51 üstü	Lisans	Esnaf	İzmir	12 yıl
Katılımcı 5	Kadın	51 üstü	Lisans	Esnaf	İzmir	10 yıl
Katılımcı 6	Erkek	51 üstü	Lise	Esnaf	Alaçatı	54 yıl
Katılımcı 7	Kadın	46-50	Lise	Esnaf	Adana	5 yıl
Katılımcı 8	Erkek	51 üstü	İlköğretim	Emekli İnşaat İşçisi	Alaçatı	86 yıl
Katılımcı 9	Erkek	51 üstü	Lisans	Dernek Başkanı	İzmir	14 yıl
Katılımcı 10	Erkek	51 üstü	Lisans	Şehir Planlamacısı	Balıkesir	10 yıl
Katılımcı 11	Erkek	51 üstü	İlköğretim	Emekli Asker	Alaçatı	78 yıl
Katılımcı 12	Kadın	51 üstü	Lisans	Emekli Öğretmen	Artvin	12 yıl
Katılımcı 13	Kadın	41-45	Lisans	Esnaf	İzmir	8 yıl
Katılımcı 14	Erkek	41-45	Lisans	Otel Müdürü	İstanbul	2 yıl
Katılımcı 15	Kadın	36-40	Lisansüstü	Otel Müdürü	İstanbul	2 yıl

Tablo 3'te gösterildiği gibi katılımcıların onu erkek beşi kadındır ve yine çoğunluğunun eğitim durumu lisans düzeyindedir. Katılımcıların Alaçatı'daki ikamet süreleri en az 8 ay en fazla 86 yıl arasında değişmekle beraber çoğunluğu uzun zamandır Alaçatı'da yaşamaktadır. Öte yandan çoğu katılımcı İzmir veya Alaçatı doğumludur ve yaşları 51 üstü yaş grubundadır. Böylelikle Alaçatı'nın kültürel kimlik yapısını ve turizm gelişimini gözlemleme imkânı bulabildikleri çıkarımı yapılabilmektedir.

Araştırmanın sorusu olan “Alaçatı'daki turizm gelişimiyle kültürel kimlik olgusu arasındaki ilişki nedir?” sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla katılımcılara çeşitli kültürel kimlik unsurları sorulmuştur ve katılımcıların bu unsurlar hakkındaki algılarından hareketle ölçülen her soru ilişkili olduğu kültürel kimlik unsuru bağlamında ele alınmıştır.

Kültürel Kimlik Olgusu ve Alaçatı'nın Kültürel Kimliği: Kavramsal çerçevede kültürel kimlik öğeleriyle ilişkili olarak dokuz soru sorulmuştur. Bu dokuz soru Alaçatı'nın kültürel kimliğini ölçmek amacıyla katılımcılara yöneltilmiştir.

Bunlardan ilki kültürel kimlik unsurlarından olan yaşam biçimini ölçmek üzere; “Kısaca kendinizden bahseder misiniz? Alaçatı'da günleriniz nasıl geçiyor?”

Boş zamanlarınızda neler yapıyorsunuz?” sorusudur. Katılımcıların birçoğu vakitlerini çalışarak geçirdiklerini söylerken bir katılımcı şu cümlelerle yaşam biçiminden bahsetmiştir:

“Çalışanlar için turizm bölgesinde yaşamak ayrıcalıklı bir şey değil.” (Katılımcı 10). Öte yandan iki katılımcı başka destinasyonlara seyahat ettiğini söylerken bir katılımcı kıraathanede arkadaşlarıyla zaman geçirdiğini bir diğer katılımcı da ailesiyle, dostlarıyla zaman geçirdiğini söylemiştir.

2. soru Alaçatı’nın kültürel yapısını anlamak üzere katılımcılara yöneltilen *“Alaçatı’nın kültürünü çok kısa özetlemeniz istense nasıl özetlersiniz? Kültürde değişimler var mıdır? Varsa hangi kültürlerden etkilenilmiştir?”* sorusudur. Bu soruya katılımcıların çoğu Alaçatı’nın mübadele bölgesi olması dolayısıyla çok uluslu bir yapıya sahip olduğu ve gelişimden kaynaklı kültür farklılıkları olduğu yönünde cevaplar vermişlerdir. Bunlardan örnek vermek gerekirse;

“Alaçatı göçmen kasabasıdır. Burası köydü kasaba oldu. Dedelerimiz 1923 senesinde mübadele döneminde buraya göç etmişler. Ağırlıklı burada Boşnak, Arnavut, Karacaovalı, Giritli kökenli halklar var. Onlar da zamanla buraya yerleştiklerinde tütün, bahçe, rençberlik, hayvancılık gibi işlerle uğraşmışlar. Tabi zaman geçtikten sonra burayı İstanbullular keşfettiğinde çoğu herkes kendi evlerini mekânlarını kiraya verdi sattı. Şimdi geçimleri, çoğunun kira gelirleri oldu.” (Katılımcı 2)

“Sosyolojik olarak çok değişim yaşadılar. Anadolu kültürüne aitken şu an çok ciddi bir şekilde batılılaşma, özenme ve ikisi arasında kalmışlık var toplum içinde. Hani şeklen o İstanbullular gibi yaşamak hoşumuza gidiyor ama ruhen, eğitim aile yapısı, kültürü daha az olduğu için de bir ikilem içerisinde yaşıyorlar. Gençlerde daha fazla uyuşturucu kullanımı arttı. Eskiden hiç yoktu. Sırf turizm değil ama gelişimden kaynaklandı. Dışarıdan gelenlerin kültürlerini anlamakta zorlanıyorlar, kendi kendilerine bir çaba gösteriyorlar ama işte kondurulmuş oluyor veya baş edemiyorlar bazı şeylerle. Gençler de tatilcilerin yaşam tarzlarına özeniyorlar.” (Katılımcı 9)

Bir diğer katılımcı ise Alaçatı’nın esas kültürünün mübadeleden sonra yitirildiği görüşündedir:

“Alaçatı’yı oluşturan insanlar Girit’e ve Adalara giden Rumlar aslında. Alaçatı’nın kültürü bence o insanların gidişyle beraber başka bir kültüre girdi.

Bir alt kültüre girdi. Çünkü Alaçatı'nın kültürü hangisidir dersiniz sokakları yapı tarzı, romantikliği, mimarisi başka birilerine ait.” (Katılımcı 9).

Başka bir görüşe göre Alaçatı’da bir kimlik bunalımı söz konusudur. Öte yandan katılımcılar toplumun tarım toplumundan ve beraberinde getirdiği kültürden, turizm ve ticaret toplumuna ve beraberinde getirdiği yabancılaşma ve bireyselliğe dönüşünde hemfikirler. Bir katılımcı ise Alaçatı kültüründe dejenerasyon olduğu görüşündedir.

3. soruda Alaçatı halkının inançlarını yaşayabilecekleri ortamın varlığını ölçmek amacıyla kültürel kimliğin inanç unsurunu bağlamında katılımcılara *“Alaçatı’da kişilerin inançlarını yaşamaları için cami kilise sinagog gibi gerekli fiziksel yapılar yeterli midir?”* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan biri hariç hepsi “yeterli” yanıtını vermiştir. Yetersiz diyen katılımcı sadece kiliseden bozma bir camiyle beraber toplamda üç cami olduğunu söyleyerek diğer inançlar için fiziki bir yapının olmadığını söylemiştir. Yeterli gören kısım ise diğer inançlara mensup kişiler tarafından sinagog, kilise gibi yapıların yapılmasına ilişkin bir talep gelmediğini belirterek şu anki yapıların yeterli olduğunu savunmuşlardır.

“Alaçatı’ya yeterli şekilde hizmet eden bir camimiz var zaten. Tarihi bir camidir. Hani şu ana kadar bize oranın yerleşik Hristiyan veya Musevi vatandaşlarımızdan biz de dinimizi inancımızı yaşamak istiyoruz diye bir talep gelmedi. Orada bildiğimiz kadarıyla bir sinagog da yok. Talep gelmediği için yapmanın bir anlamı da yok.” (Katılımcı 1).

“Burada 2 tane cami var birisi yeni oldu birisi kiliseden çevirme. Aşağıda bir cami var ufak. Eskiden bir hoca vardı çocuklara kuran okutur din bilgisi verirdi. O zamandan yetişen var. Şimdi kuran kursu da yok. İhtiyaç olmuyor pek.” (Katılımcı 8).

4. soruda Alaçatı’nın mimari yapısını, özelliklerini, çekici yanlarını ve kültürünü ne kadar yansıttığını tespit etmek amacıyla kültürel kimliğin mimari yapı unsuru bağlamında katılımcılara *“Sizce Alaçatı’nın mimari özellikleri ve çekici yanları nelerdir? Alaçatı’daki mekânlar bu özellikleri ve Alaçatı kültürünü yansıtıyor mu?”* sorusu sorulmuştur. Katılımcıların birçoğu mimarinin çekici yanının Alaçatı’nın taş evleri olduğu ve genel olarak mekânların Alaçatı kültürünü yansıtmadığını söylemişlerdir. Bunlardan örnek vermek gerekirse:

“Alaçatı’da giden insanlar Alaçatı’ya gelen insanlar çok farklı yerlerden geldi. Yemeği, zeytinyağı, şarabı farklıdır. Oranın görgüsüyle buranın görgüsü farklıdır. Orada kişi tütünü ekiyordu geldi burada tütünü ekmeğe kalktı. Burada olan tütün çok kıymetli bir tütün olmadı. Ondan sonra fakirlik başladı. Aileler büyüdü. Alaçatı’nın Rumlardan olan mübadele evlerine bir kişi girdiği yerde 3 kişi görüldü. Ben bir ev satın aldım ev 11 kişiye bölünmüş.” (Katılımcı 5).

“Alaçatı’yı bozan mekân 25-30 tanedir. Huzuru bozan, dekorasyonu güzel ama orada olmaması gerektiği şekilde yapıyorlar. Özenlisi de var özensizi de var. Müziğiyle dekoruyla uyumsuz, bir bütünlüğü olmayan sakil duran mekânlar var. Kuşadası’ndaki barlar sokağı gibi.” (Katılımcı 9).

“Alaçatı’nın organik bir dokusu var. Sokakları dar. Yapıların çok büyük bir özelliği yok. Birebir ele alınan konaklar gibi değil ama hepsinin bir araya geliş doku dediğimiz şeyi oluşturduğu için Alaçatı’yı cazip kılan özellik odur.” (Katılımcı 12).

5. soruda Alaçatı’da kullanılan dilin zaman içinde bozulmalara ya da değişimlere uğrayıp uğramadığını ölçmek amacıyla kültürel kimliğin dil unsuru bağlamında katılımcılara *“Alaçatı’nın kozmopolit yapısından ve turizmden kaynaklı dilde görülen değişimler/bozulmalar var mıdır?”* sorusu sorulmuştur. Katılımcıların birçoğu bozulma olmadığını söylerken bir kısım katılımcı da turizmden ve Alaçatı’ya farklı illerden yerleşen kişiler olduğundan eski dilin kullanılmadığını söylemişlerdir.

“Mübadeleyle gelenler Türkçe konuşarak geliyorlar. Boşnaklar Arnavutlar zaten kendi dillerini biliyorlar ama genç nesil çok fazla bilmiyor. Evde tek tük kullanım var, büyükler kullanıyor ama ikinci üçüncü nesilde yok oldu. Sadece yemek isimlerinde sohbet içerisinde 2 3 kelime kaldı. Ama onun dışında eski dil gündelik dilde yok.” (Katılımcı 11).

“Çocukların ve gençlerin yabancılarla daha çok diyalogu arttığı için dil değişiyor tabi. Yaşam tarzı da dil de değişiyor buna bağlı olarak.” (Katılımcı 6).

6. soru Alaçatı’nın sanatsal aktiviteler konusunda gelişmişliğini ve özgünlüğünü ölçmek amacıyla kültürel kimliğin sanat unsuru çerçevesinde katılımcılara sorulan *“Alaçatı’da sanatsal aktivitelerin yeterliliği konusunda ne düşünüyorsunuz?”* sorusudur. Bu soruya bütün katılımcılar “yetersiz” olduğu yönünde cevap vermişlerdir. Örnek vermek gerekirse:

“Eskiden çocuk tiyatroları oluyordu. Onlar şu anda yapılmıyor.” (Katılımcı 3).

“Yok, sinema tiyatro hiç yok. Şimdi ilk zamanlarda benim annemin gençliğinde Atatürk Kültür Merkezi vardı orası sinemaydı. Düğünler orada yapılıyordu. Ama sonra orası da yok oldu.” (Katılımcı 4).

“Yok, sanatsal aktiviteler yetersiz. Yok denebilir hatta. Yeme içmeye harcanan parayla karşılaştırsak çok cüzi bir sanat üretimi var. Tüketimi de öyle. Üretim de yok tüketim de yok.” (Katılımcı 7).

7. soruda Alaçatı halkının aile yapısını ölçmek amaçlanmıştır. Kültürel kimliğin aile yapısı unsuru bağlamında *“Alaçatı’da yaşayan halkın aile yapısı nasıldır?”* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların birçoğu halkın çekirdek aile yapısında olduğunu söylemiştir. Eskiden tarım toplumuyken iş bölümünden ötürü ailelerin geniş olduğu fakat zamanla toplum tarımdan turizme geçtikçe ve mal paylaşımlarından doğan huzursuzluk arttıkça aile bağlarının eskiye oranla azaldığı ve aile bireyleri sayılarının azalarak çekirdek aileler haline geldiği konusunda katılımcılar hemfikirlerdir. Birkaç örnek vermek gerekirse:

“Burada ziraatçı aile olduğu için ailelerde çocuk çoktu. Çocuk 5 6 yaşından sonra aileye katkı yapardı. Hiç olmazsa kardeşine bakardı. İş bölümü yapıldı aile içinde. Tütün dizmede mesela. Şu anda aileler bağlı değil birbirlerine. Herkes para kazanma derdinde. Yerli halk yüzde doksan iken şu an yüzde otuzu yerli diyebiliriz. Yerler de pahalılaştı. Mirastan dolayı sıkıntı oldu.” (Katılımcı 3).

“Ben kimi tanıdıysam birbirlerine küs. Herhalde bu yer yurttan dolayı mal mülkten dolayı bir kırgınları var. Ama bağlı olanlar da var. Mal mülk girince biraz bozulur.” (Katılımcı 12).

“Genelde çekirdek ailedir. Büyük aile sayılıdır pek kalmadı. Aileler mal paylaşımı ticaret gibi sebeplerden ötürü dağıldı. Tarım toplumuymuş eskiden ama artık öyle olmadığı için de insanların bir arada yaşama sebebi kalmadı. Herkes ailesini aldı ayrı eve çıktı.” (Katılımcı 13).

8. soruda Alaçatı halkına özgü değerleri ölçmek amacıyla kültürel kimliğin değerler unsuru bağlamında *“Alaçatı’nın yerli halkına özgü değerler nelerdir?”* sorusu sorulmuştur. Katılımcıların çoğu Alaçatı halkına özgü değerlerin kalmadığını söylerken bir kısmı eskiden yardımlaşma ve kişiler arasında güven duygusu olduğunu söylerken bir kısmı da hoşgörölü olduklarını söylemiştir. Bu görüşlerin bazıları şu şekildedir:

“Hoşgörölü insanları var. Ufku açık insanları var demokrat insanları var. Karşıdaki kişinin görüşüne saygı duyan insanları var. En belirgin özelliği budur.” (Katılımcı 1).

“Alaçatı’nın en önemli değeri ne biliyor musunuz? Alaçatı’da bir tane insan burada vefat ettiği zaman Alaçatı’nın yüzde doksanı o cenazeye katılır. Birlik ve beraberlik içinde geçiniriz. Burada kavga yok. Burada hırsızlık yok.” (Katılımcı 3).

“Çok yok öyle, kalmadı. Yani şu anda yerlisi bile kayboluyor şu anda. Çok insanlar yerlerini satıyorlar burada yaşamıyorlar.” (Katılımcı 7).

“Komşu ilişkileri iyidir. Çocukluğumda kapılar ipe bağlanırdı. Şimdi bir yabancılaşma var. İki çeşit göç var. Bir tanesi büyük şehirlerden gelen daha okumuş daha kurumsal yapılardan gelen insanlar, bir de inşaat sektörü için doğudan göçen insanlar var.” (Katılımcı 9).

9. soruda Alaçatı’da yaşayan yerel halkın normlarını, geleneklerini, tabularını, ritüellerini öğrenmek amacıyla kültürel kimliğin normlar unsuru çerçevesinde katılımcılara *“Alaçatı’da yaşayan halka özgü (normlar) ritüeller, gelenekler, tabular var mıdır? Bunlar nelerdir?”* sorusu yöneltilmiştir. Birçok katılımcı düğün geleneklerinin olduğunu söylerken bir diğer çoğunluk geleneklerin, ritüellerin kalmadığı ifade etmişlerdir. Örneklerden birkaçı şu şekildedir:

“Tabu her yerde var. Yani kızın akşam saat sekizden sonra geldiyse “Neredesin?” diye kızına sorar. Efendim işte yolda eğer ramazanda burada yürüyorsan ya komşum oruç tutuyor ben onun karşısında sigara içmeyeyim ayıp olur mahcup olurum gibi. Düğünlerimiz bayramlarımız da var.” (Katılımcı 3).

“Vardı, mesela eskiden cumhuriyet bayramlarında fener alayı olurdu. Mesela askerler yürürdü, öğrenciler, davullar zurnalar atlar üstlerinde falan. Hiçbiri kalmadı.” (Katılımcı 2).

“Nişan töreninde böyle kornalı, kız almaya falan böyle kornalı gidilirdi ama yirmi otuz sene öncesinden bahsediyorum tabi ki. Şimdi öyle şeylere pek fazla rastlanılmıyor.” (Katılımcı 6).

“Gelenekler var, mutfak kültürünü korumaya çalışıyorlar. Tarhana yapmak, salça yapmak, erzak hazırlamak... Bunlar tarım geleneğinden gelen şeyler. Mesela evlerdeki sardunyalari hala yağ tenekelerinde barındırmak. Onları içlerinde yaşamaya çalışıyorlar. Onunla birlikte örf adet ve gelenekler yaşıyor ama eski adetler aile büyüklerinin evinde toplanmalar kalmadı tabi. Mallar bölündü aileler bölündü.” (Katılımcı 9).

Turizm Gelişimi ve Alaçatı'nın Turistik Gelişimi: Bu tema kapsamında turizm gelişimi kavramsal çerçevesiyle uyumlu olarak üç soru sorularak Alaçatı'daki turistik gelişimi ölçmek amaçlanmıştır.

İlk soruda Alaçatı'nın turizm gelişimini sağlayan özelliklerinin ne olduğunun bulunması amacıyla katılımcılara *“Sizce Alaçatı'nın turistik gelişimine katkı sağlayan özellikleri nelerdir?”* sorusu yöneltilmiştir. Burada öne çıkan gelişim unsurlarının başında sörf gelmektedir. Alaçatı'nın taş evlerinin sağladığı doku ve deniz de sörften sonra en çok belirtilen unsurlardandır. Bir başka unsur reklam ve halkın turizm bilincidir.

“Bence ilk sörfle başladı. Sörfle birlikte popülerliğini arttırdı. Ilıca tarafından, ılıca'nın o eski sokakları tarafından görülmemiş mimarisi keşfedilmeye başlayınca, taş evde oturma moda olduğu bohem bir hayat tarzı insanların beğenisini kazanınca ve o türden işletmeler de artınca insanlarda farklı bir turizm anlayışı gelişti. Yani köyde yaşamak ama köyün içerisinde yine de batıyı yaşamak gibi.” (Katılımcı 9).

“Tarihi yapısıdır başlıca. Onun bozulmaması. Yani buraya en çok yerli turist çekmesinin sebebidir.” (Katılımcı 7).

2. soruda Alaçatı'ya turist gelmesinin sebepleri konusunda katılımcıların tutumu ve algısı ölçülmek istenmiştir. Bu sebeple *“Sizce turistlerin Alaçatı'ya gelme nedeni nedir? Alaçatı'yı neden tercih ediyorlar?”* sorusu yöneltilmiştir. Genel kanaat Alaçatı'nın taş evleri ve doku yönünde olurken Alaçatı'nın yemekleri ve sörfü dokuyu takip eden unsurlardandır.

“Dokuya geliyorlar. Oradaki yerel taşlara geliyorlar. Yani oraya çok yeni gelen çok düzgün insanlar var. Profesyoneller, iyi zevki olan insanlar. Büyük şehirden oraya gidip bir hayat kurma hayali seçmiş aileler, samimi servis hedefleri bunlara geliyorlar. Bir de büyük şehre aslında çok yakın yerleşim olarak baktığınızda. O da bir motivasyondur.” (Katılımcı 9).

“Çok güzel restoranlar açıldı. Bu güzel restoranlarda hünerli ustalarla çok güzel yemekler sergilediler. Asıl faktör bu tahmin ediyorum. Bir ikincisi eski taş evleri görmeye geliyorlar.” (Katılımcı 1).

3. soruda turistlerin Alaçatı'ya geldikten sonra Alaçatı'daki beğendikleri özelliklerin ne olduğunu bulmak amacıyla katılımcılara *“Görüştiğiniz turistler varsa genelde Alaçatı'da en beğendikleri özelliklerin hangileri olduğunu*

söylüyorlar?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu taş evleri ve dokusunu derken bir kısım katılımcı da Alaçatı’nın sakinliği ve ruhunun da çok beğenildiğini dile getirmişlerdir. Bu özellikleri yeme-içme ve sörf takip etmiştir.

“Sörf alanı, sörf merkezlerinin bulunduğu yer. Merkezde de tarihi yapılar. Mesela eski kilise cami olarak kullanılıyor, orası. Alaçatı’nın girişinde bulunan o eski değirmenler, yel değirmenleri, eski binalar.” (Katılımcı 6).

“Buraya gelen turistleri etkileyen en önemli şeylerden bir tanesi sörfü ikincisi burada yaşayan insanların insanlara bakış açısı. Burada sen ben diye bir şey yok. Burada din dil ırk ayrımı yok. Herkes burada kardeşler.” (Katılımcı 10).

“Sörf başlangıcı ama sörften sonra dar sokaklar, eski evler, çok güzel taş dokusu, yeni açılan güzel aile işletmeleri... Özel sunumlar, özel küçük oteller, özel kafeler insalara güzel geldi. Gastronomi konusu, romantiklik, sörf çok önemlidir. Ama en değerli kısmı da Alaçatı’nın taş dokusunun ruhu ve bunu tamamlayan güzel girişimcileri var. Herkes butik bir şeyler yapmaya çalışıyor.” (Katılımcı 9).

Kültürel Kimliği Koruma Davranışı ve Çabalar: Bu tema çerçevesinde kültürel kimliği koruma kavramsal çerçevesiyle uyumlu olarak dört soru sorularak Alaçatı’nın kültürel kimliğini, gelişimini korumak için yürütülen çalışmalar ve yerel halkın bu konudaki algıları ölçülmek istenmiştir.

İlk soru katılımcıların bu algılarını anlamak amacıyla sorulan *“Alaçatı’nın kültürel özelliklerini yaşatmak için neler yapılmalıdır?”* sorusudur. Birçok katılımcıların bundan sonra bir şey yapılamayacağını söylerken bir kısmı festivallerin olabileceğini diğer bir kısmı da belediyenin koruması gerektiğini söylemiştir. Bazı örnekler şu şekildedir:

“Bundan sonra biraz zor. Yani kültür dediğiniz zaman geçmişe bağlı bir şey oluyor. Yani gelenekle birleşince güzel oluyor kültür. E gelenek kalmıyor. Onun için bundan sonra yapılacak her şey havada kalan şeylerdir bana göre. Yani zaman doldurmak için yapılacak şeylerdir ya da buraya daha fazla insan çekmek için yapılacak şeylerdir. Kalıcı bir şey olamaz ki bu saatten sonra. Gelenekselleşemez.” (Katılımcı 1).

“Bence kültürel özellikleri yaşatmak için önce kültürde uzlaşmak lazım. Alaçatı’nın kültürünü kaybettik benim görüşüm. Bence Alaçatı’nın kültürü Rumlarla gitti. 2. neslin kültürü ayrı bir kültür.” (Katılımcı 9).

“Kültürel özelliklerini yaşatmak için buna yönelik bir festival yapıyor. Bunlar arttırılabilir. Kurslar açılmalı. Kurs ve eğitim önemli. Eski kültürleri yansıtacak şeyler olmalı. Öteki türlü para her şeyi alıp her şeyi aynı yapıyor. Tek tipleştiriyor.” (Katılımcı 2).

2. soru Alaçatı’da kültür turizminin varlığını bulmak amacıyla sorulan *“Alaçatı’da kültürel turizm var mı? Neleriyle öne çıkabilir?”* sorusudur. Bu soruya katılımcıların ortak kanısı kültür turizminin olmadığı yönündedir. Diğer bir kısım katılımcı da “yeme-içme” olarak yanıtlamışlardır. Örnek vermek gerekirse:

“Yok. Bir cami var kiliseden dönme. Oraya yunanlar gelirdi turlarla. Ama şimdi onlarda da sıkıntı olduğu için onlar da yok 2 senedir.” (Katılımcı 11):

3. soru Alaçatı’da yaşayanların kültürel özellikleri koruma davranışlarını ölçmek amacıyla katılımcılara yöneltilen *“Yaşlıların ve gençlerin kültürel özellikleri koruma davranışları nasıldır?”* sorusudur. Bu soruya bir grup katılımcı korunmadığını söylerken diğer bir grup katılımcı da gençlerde koruma davranışının olmadığı fakat yaşlılarda olduğu görüşündedir. Bazı örnekler şu şekildedir:

“Kimse korumuyor. Herkes unuttu öyle şeyleri. Anlatılanlar bile gençlerin artık bir kulağından giriyor bir kulağından çıkıyor. Kimse kâle almıyor hiçbir şeyi. Paranın önde olduğu yerde bazı şeyler unutulabiliyor yok olabiliyor.” (Katılımcı 12).

“Yaşlılar daha çok sahip çıkıyor gençler ise paraya bakıyor artık.” (Katılımcı 13).

“Sahip çıkılabileceğini zannetmiyorum. İstense de bu olamaz çünkü dışarıdan gelenler yerli nüfusun onlarca katı insan. Onların davranışları bambaşka ve hemen onların davranışı örnek alınıyor.” (Katılımcı 4).

“Her kafadan bir ses çıkıyor. Bir birleşme, grup kurup organize etme gibi bir şey yok.” (Katılımcı 11).

Son soru ise genel olarak Alaçatı’nın kültür varlıklarının korunması konusunda ve belediye, dernek, idari yönetim gibi birimlerin çeşitli çalışmalar veya kampanyalarla kültür varlıklarını koruma konusunda ne gibi girişimlerde bulunduğunu ölçmek amacıyla katılımcılara yöneltilen *“Alaçatı’nın kültürel dokusunun (maddi ve manevi) korunduğunu düşünüyor musunuz? Alaçatı’yı koruma adına yürütülen politika, yasa, dernek çalışması veya kampanya var mıdır?”* sorusudur. Bir grup katılımcı Alaçatı’yı koruma adına yapılan çalışmaların ya hiç olmadığı ya da çok yetersiz olduğu görüşündedirler. Çok küçük bir grup katılımcı ise

belediye koruyor derken sadece bir kişi Alaçatı'nın kùltür varlıklarının korunduğunu ifade etmiştir. Aşağıdaki katılımcı ifadelerinde görùldüğü gibi;

“Elinden geldiğince korumaya çalışıyor bence belediye. Kat izni vermiyor, işte şu kadar yükseklikte olmalı diyor işte sokaklarda falan özen gösteriyor ama temizliğidir vs onlar birazcık yazın eksik kalıyor.” (Katılımcı 6).

“Dernek ne yaparsa yapsın bunu herkesi kapsayacak çalışma olması imkânsız. Ulaşamıyor çalışmalar. Gönüllülük esasıyla kısmi yapılıyor ama çocuklar ileride tanıyamayacak kùltürü. 2005'ten sonra bozulmaya başladı.” (Katılımcı 8).

“Çabalar oluyordur belki ama ben uzağım artık. Bence bozuldu her şey. Duyan geldi için eski sakinliği özelliğı kalmadı. Geçim için bir şeyler açanlar 1 sene sonra kapatıyor.” (Katılımcı 12).

“Bildiğim kadarıyla yok. Hiç bilmiyorum.” (Katılımcı 13).

gibi yanıtlar doğrultusunda bazı katılımcılar kùltürel kimliğı korumak için neler yapılmasıyla ilgili örnekler verirken, bir kısmı da korumak için neler yapıldığına dair fikirlerinin olmadığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

TARTIŞMA

Araştırmada daha önce değinildiği gibi katılımcıların algılarından hareketle çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Alaçatı'daki turizm gelişiminin kültürel kimlik unsurlarına bağlı olarak gelişip gelişmediği konusunda katılımcılardan gelen bilgiler doğrultusunda araştırma tamamlanmıştır.

Bulgular incelendiğinde “Kültürel Kimlik Olgusu ve Alaçatı'nın Kültürel Kimliği” başlığı çerçevesinde verilen yanıtlardan, kültürel kimlik bağlamında Alaçatı'nın mübadele döneminden sonra 2000'li yılların başından itibaren bir sosyolojik değişim yaşadığı anlaşılmaktadır. Turizm gelişimiyle ve farklılaşan nüfus yapısıyla beraber kültürel kimliğin yitirildiği katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Mimari anlamda bir bozulma görülmezken katılımcılar eski taş evlerin içinde yaşayanların ve çalışanların genelde esas Alaçatı kültüründen insanlar olmadıklarını söylemektedirler. Gelenekler unutulup, aile yapısı değişmiştir. Sanat ise çeşitliliğini yitirip kısıtlı boyutlarda devam etmektedir.

Bu durum turizmin bölgeye olan olumsuz etkilerini ortaya çıkarmaktadır. Duran'ın (2011) çalışmasında da belirtildiği üzere toplumsal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliği, tarihsel, sosyo-kültürel, doğal ve fiziksel kaynakların korunmasıyla ilgilidir. Turizmin geliştiğini görerek kültürel değerlerine daha sıkı sıkıya sarılması ve bu değerleri yaşatması gereken Alaçatı halkı, tam aksine turizmin ekonomik ve döviz getirici boyutlarına yoğunlaşarak araştırmaya konu olan kültürel kimlik unsurlarından tavizler vermişlerdir.

“Turizm Gelişimi ve Alaçatı'nın Turistik Gelişimi” başlığı kapsamında katılımcıların verdiği yanıtlarda sörf ön plana çıkmıştır. Dünya çapında bilinen bir sörf merkezi olmasının yanında Alaçatı'yı turistik anlamda çekici kılan diğer önemli unsur tarihi dokusu olarak görülmektedir. Sanat, aile yapısı, inanç, yaşam biçimi ve norm gibi kültürel değerlere yeteri kadar sahip çıkmayan Alaçatı'ya sonradan yerleşenler ve yerel halk, turizm gelişimine katkı sağlayan maddi unsurlardan olan sörf gereken önemi göstermektedir.

“Kültürel Kimliği Koruma Davranışı ve Çabalar” başlığı çerçevesinde ise kültürel kimliği koruma konusunda katılımcılarda karamsar bir hava gözlemlenirken, genel kanı belediyenin ve Alaçatı sakinlerinin koruma adına hiçbir çaba sarf etmediği

yönündedir. Kaygalak, Usta ve Günlü'nün (2013) çalışmasında görülen sonuca benzer olarak Alaçatı halkı da tıpkı Mardin halkı gibi kültürel değerlerin korunması gereken değerler olduğunu düşünmektedir.



SONUÇ

Araştırmada, katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde, katılımcıların “turizm gelişimi” konusunda oldukça fikir sahibiyken, “kültürel kimlik” konusunda yanıt verirken tereddüt ettikleri ve nispeten daha az bilgili oldukları görülmektedir.

Alaçatı’nın yaşam tarzı araştırıldığında, katılımcılar kapsamında yerli halkın sosyal insanlar olmadığı söylenebilmektedir. Evle iş arası yaşayan kişiler çoğunlukta, nadiren seyahat eden ve yurtdışına çıkan kişiler de mevcuttur. Yaşlı katılımcıların genelde arkadaşlarıyla kışaathane zaman geçirdikleri söylenebilmektedir.

“Alaçatı kültürü” sorgulandığında katılımcılar başlangıçta bir fikir yürütemezken, sonrasında bina-yemek-sörf gibi maddi değerleri dile getirmişlerdir. Mübadele kenti olmasının sonucu olarak var olan çok kültürlü bir ortama rağmen manevi kültürel değerlerini büyük ölçüde yitirmiş bir yer olup, geleneklerin unutulduğu görülmektedir. Bölgeye çok sayıda İstanbullu yerleştiğinden, asıl yerel halk Alaçatı’nın dışında yaşamaya başlamış ve merkezde çok az sayıda yaşlı insan kalmıştır. Öte yandan başka bölgelerden gelen kişilerin Alaçatı’ya yerleşmesiyle ve turizmin gelişmesiyle beraber kimlik bunalımı yaşanması ve özellikle gençlerin bu yeni tanımış oldukları yaşam tarzlarına özenmeleri sonucunda geleneklerin unutulması önemli bir kayıp olarak görülmektedir.

İbadet yeri olarak sadece 3 adet cami bulunmaktadır. Hacı Memiş camisinin bir tarafı kilise olarak kullanılmaktadır. Alaçatı’da kilise, sinagog gibi başka dinlerin ibadet yerleri olmamasına rağmen turistlerden gelen bu yönde bir taleple de karşılaşılmamıştır. Bu sebeple ibadet yerleri katılımcılar tarafından yeterli görülmektedir.

Bölgede sinema ve tiyatro bulunmamakla beraber sadece 8 tane sanat galerisi vardır. Bu galeriler dışında sanatsal aktivitelerden bahsetmek mümkün değildir. Eskiden var olan, katılımın yüksek olduğu, gelenekselleşmiş çocuk tiyatrosu festivali de uzun zamandır yapılmadığından unutulmuş durumdadır.

Alaçatı mimarisinin fiziksel olarak korunması dışında Alaçatı kültürünü yansıttığı birçok katılımcı tarafından düşünülmemektedir. Evler çoğunlukla lokanta,

meyhane olarak kullanılmaktadır ve yerel halkın bu durumdan hoşnut olmadığını söylemek mümkündür. Miras ve mal paylaşımı dolayısıyla birçok evin bölünerek paylaştırıldığı ifade edilmektedir.

Bölgede çok fazla İstanbullu olmakla birlikte, yalnızca yazın değil, kışın da kalanlar vardır. Bu sebeple katılımcılar tarafından kültür değişmesi yaşanıldığı düşünülmektedir. Öte yandan naifliğin kaybolduğu ve her şeyin maddeselleştiği fikri katılımcılar tarafından yaygın bir görüştür. Ticaret ve turizm geliştikçe yerel halka ait değerlerin tükendiği kanısı bulunmaktadır. Ticaretle uğraşmayan yerel halk gibi esnaf da fiyatların pahalılığından şikâyetçidir. İstanbulluların, Alaçatı'nın yerlilerinden ucuz fiyatlara ev alıp pahalı fiyatlara sattıkları veya fahiş fiyatlı butik otel ve restoran açtıkları düşünülmektedir. Bu durum katılımcılar tarafından, turizm anlamında kalkınma yaşanırken, değer ve geleneklerden taviz verildiği kanaatini oluşturmaktadır. Öte yandan bu uygulamanın Alaçatı'da emlak balonunu doğurduğu söylenebilmektedir.

Katılımcılarda Alaçatı yerli halkının dilinin çok fazla bozulmaya uğramamış olduğu görüşü hâkimdir. Hala göçmenlerin ve yerlilerin konuştuğu dil şivesi aynıdır, fakat Alaçatı merkez çarşısında İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerden gelen dükkân ve mağaza sahipleri dolayısıyla şiveli yerel konuşmayla merkezde karşılaşmak zordur. Bunun yanı sıra yabancı isimlerle açılan dükkân ve mağazalar mevcuttur ve bu durum katılımcılar tarafından hoş karşılanan bir durum değildir.

Alaçatı'da nüfuzlu ve maddi anlamda önde gelen birkaç tanınmış aile dışında kalanlar çekirdek ailedir. Kalabalık yaşayan aileler ve yerli halkın büyük çoğunluğu Alaçatı'nın biraz dışında bulunan Petek Sitesinde yaşamaktadırlar. Bu da katılımcılara göre kültürel kimliğin kan kaybetmesine neden olan faktörlerin başında gelmektedir. Bunun nedeni belli bir kültürel belleğe ve tarih belleğine sahip, gelenekleri bilen ve yaşatan, tüm kültürel kimlik birikimini sonraki kuşaklara aktarabilecek yerel halkın merkezden uzaklaşmasıdır. Dolayısıyla Alaçatı merkezde kalanların öğrenebilecekleri sözlü kültürel değerlere, geleneklere, göreneklere, dile ve normlara erişebilmesi mümkün olmamaktadır.

Alaçatı halkına özgü değerlerin ne olduğu konusunda birçok katılımcı “değerler kalmadı” yanıtını vermektedir. Tarım toplumuyken çalışkan, üretici, yardımsever olan halk; ticaret ve turizm geliştikçe bireyselleşmeye, yabancılaşmaya

başlayarak bir kısım değerlerden feragat etmiş durumdadır. Alaçatı'daki emlak fiyatlarının yükselmesiyle evlerini kiraya veren Alaçatılıların çoğunlukla geçim kaynağının kira geliri olması dolayısıyla halkın çoğunun tembelleşmeye, üretmemeye başladığını söylemek mümkündür. Bölge, iç ve dış göçler sonucunda kendi kültürünü ve değerlerini büyük ölçüde kaybetmiş durumdadır. Eskiden var olan güven duygusunun bölgeye yabancıların yerleşmesiyle kaybolduğu söylenebilmektedir. Öte yandan bölgede hoşgörölü, ve turizmin getirdiğı insan çeşitliliğinden dolayı ufku açık insanların olduğı da görölmektedir.

Alaçatı'daki sosyolojik yapının değışmesi dolayısıyla gelenekler de büyük ölçüde yitirilmiştir. Katılımcılara gelenekler sorulduğunda birçok katılımcı sadece düğünleri örnek gösterebilmiştir. Bunun yanı sıra tarım geleneklerinin de unutulmuş olduğı konusunda hemfikirlerdir. Sadece kışa erzak hazırlama ve tarhana yapma gibi tarım gelenekleri hala sürdürölmektedir.

Alaçatı'yı turistik olarak geliştiren unsurların başlıcaları; sörf ve tarihi doku olarak ifade edilmiştir. Büyük oranda korunan taş evler ve bu evlerin aslına uygun olarak yapılan restorasyonu turistler tarafından oldukça ilgi görmektedir. Fakat taş evlerden önce Alaçatı'nın adını duyuran başlıca çekicilik unsuru sörfür.

Alaçatı'ya turistlerin gelmesinin sebeplerinden en önemlilerine bakıldığında tarihi dokusu ve taş evleri öne çıkmaktadır. Öte yandan lokasyonu, şehir merkezine yakın olması dolayısıyla üniversitelere, hastanelere ve alış veriş merkezlerine yakın olması Alaçatı'yı cazip kılan unsurlardandır. Alaçatı'nın turist çeken bir diğer özelliğı de iyi şeflere sahip restoranları olarak ifade edilmektedir.

Turistlerin Alaçatı'ya geldikten sonra en beğendikleri özellikler katılımcılar tarafından; tarihi dokusu, gastronomisi, yel değirmenleri, insanların bakış açıları ve mekânların, sokakların romantikliği olarak sıralanabilmektedir. Sörf merkezi de sörf için gelen turistleri tatmin edici özelliktedir.

Alaçatı'nın kültürünü korumak için yapılması gereken çalışmalar konusunda, Alaçatı'nın mübadele bölgesi olmasından ve çok kültürlölüğünden kaynaklı olarak öncelikle kültürde uzlaşmanın gerekliliğini savunan görüşler olmakla birlikte korumak açısından geri dönülemez noktaya ulaşıldığını ve artık önemli olanın şimdiki varlıkları korumak olduğunu ifaden eden katılımcılar oldukça fazladır. Bu

noktada Alaçatı'daki farklılık ve özgünlükleri koruyup tek tipleştirmekten uzak tutmanın gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Alaçatı'da kültürel turizmin olmadığı görülmektedir ve bu konuda yapılan girişimlerin ya hiç olmadığı ya da yetersiz olduğu görüşü hâkimdir.

Alaçatı'nın kültürel özelliklerini koruma davranışlarına bakıldığında gençlerin bu yönde neredeyse hiç eğilimi olmamakla beraber az da olsa yaşlıların sahip çıkmaya çalıştığı söylenilmektedir. Gençlerin turizm anlayışının kısıtlı olması ve bölgede rantın çok fazla olması dolayısıyla kültürel özellikleri korumaktan çok daha fazla turist çekme anlayışının yaygın olduğu görülebilmektedir.

Belediye ve derneklerin de kültürel kimliği ve varlıkları koruma konusunda hali hazırda ekstra bir teşebbüste bulunmadıkları görülmekte olup belediyenin kat izni vermemesi, evleri belli bir kurala göre yaptırması dışında katılımcılara yansıyan bir uygulamanın olmadığı görülmektedir.

Sonuçlardan yola çıkarak genel çerçevede Alaçatı'da kültürel kimlikle turizm gelişimi arasında güçlü bir ilişki olmadığını söylemek mümkündür.

ÖNERİLER

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında Alaçatı'da kültürel kimliğin turizm gelişimiyle olan ilişkisinin zayıf olduğu sonucu çıkmaktadır. Araştırmanın sadece Alaçatı'da yaşayan yerel halktan 15 kişiyle sınırlı olması dolayısıyla turizm gelişimi ile kültürel kimlik ilişkisi hakkında genellemeye varılabilmek imkanı olmamaktadır. İleride yapılacak olan turizm gelişimi ile kültürel kimlik ilişkisini farklı destinasyonlarda ölçmeye çalışan araştırmalarla beraber konu hakkında genellemeler yapılabilme imkanı doğacaktır.

Uygulama boyutunda ise araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak Alaçatı'nın turizm gelişimi ve kültürel kimlik ilişkisi bağlamında saptanan yetersizlikler nedeniyle kültürel kimliğin korunması için çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Bunlar:

- Alaçatı'da yaşayan yerel halkın yaşam tarzlarını geliştirmek ve çeşitlendirmek için festival, turnuva ve şenlikler düzenlenerek yerel halkın katılımını teşvik etmek,
- Faaliyet gösteren halk eğitim merkezine yerel halkın katılımını yaygınlaştırmak,
- Belediye tiyatrosu ve açık hava sineması kurularak, eskiden gelenekselleşen Çocuk Tiyatrosu Festivali'ni yeniden canlandırmak suretiyle yerel halkı sanat etkinliklerine katılmaya teşvik etmek,
- Tarihi evlerin lokanta ve meyhane olarak kullanımlarının belediye tarafından sınırlandırılıp kontrol altına alınması,
- Düşük fiyatlı mülk alan yatırımcılar mülklerini çok yüksek fiyattan satarak veya kiralayarak emlak balonunun oluşmasına neden olmaktadır. Alaçatı'ya yatırım için gelen iş dünyası insanların, Alaçatı'da emlak balonunu oluşturacak hareketlerinin önüne geçmek,
- Alaçatı merkezde fiyatların yüksekliği ve Alaçatı dışından gelip bölgeye yerleşen kişiler nedeniyle sosyolojik yapının değişmesi sonucunda bölgeden uzaklaşan yerel halkı bölgede tutmak adına ekonomik faaliyetlerle yerel halkı bütünleştirmek için çalışmalar yapmak,
- Hali hazırda yaygın geçim kaynağı turizm olan Alaçatı'nın eskiden bir tarım toplumu olduğunu hatırlayarak, zamanında tütün ekmek için bozulan üzüm

bağları için iyileştirici tarım politikaları geliştirerek tarım toplumunu canlandırmak. Bu sebeple yaygın geçim kaynağının kira geliri olduğu ve bu nedenle tembelleşen ve üretimden uzaklaşan halkı tekrar çalışkan ve üretken bir konuma getirmek,

- Alaçatı'ya yeni yapılan, olması gerekenden yüksek yapılar nedeniyle rüzgarın engellenmesi ve bu nedenle sörfün tehlike altına girebilmesi dolayısıyla sörf bölgesine yüksek binaların yapılmasını engellemek,
- Alaçatı'daki turizmle ilgilenen yerel halkın turizm ve kültürel varlıkların korunması konusunda bilinçlendirilmesi, önemli olanın kısa vadede fahiş fiyatlarla kar elde etmek değil, uzun vadede turist memnuniyetini sağlayıp Alaçatı'nın turizm gelişiminin aksamadan devam etmesini sağlamak olduğunun anlatılması,
- Aynı şekilde belediyelerin de olması gereken asıl amacı daha fazla turist çekmek yerine, Alaçatı'nın turistik ürünlerini koruyarak turizmin gelecek yıllarda da sürdürülmesini sağlamaktır.

KAYNAKÇA

Akay, R. (2007). Dil Değişiminin Dilsel ve Toplumsal Nedenleri. *Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1): 1-9.

Armağan, A. (2013). Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları. *Akademik Bakış Dergisi*, (37): 1-20.

Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. *Haliç Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi*, 10(2): 213-220.

Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayduttu, S. (2011). Dizilerin Türk Diline Olumsuz Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (1): 31-34.

Bahar, H., İ. (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Uşak Yayınları.

Balcı, F. ve A., Yelken, T., Y. (2010). İlköğretim Öğretmenlerinin Değer Kavramına Yükledikleri Anlamlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (39): 81-90.

Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Beyhan, Ş. G. ve Ünügür, S.M. (2005). *Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli*. İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık, Planlama, Tasarım. 4(2): 79-87.

Birkök, C. (1994). *Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Sorunu*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Yapı ve Sosyal Değişme Ana Bilim Dalı.

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism Perspective and Method*. New Jersey: Prentice Hall.

Bozkurt, N. (1995). *Sanat ve Estetik Kurumları*. İstanbul: Sarmal Yayınevi, 2. Baskı.

Cevizci, A. (2000). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Civelek, A. (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2): 331-350.

Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman Üniversitesi Journal of Life Sciences*, 1(1): 837-850.

Çetinel, S. (2012). *Alaçatı Evlerinin Cephe Tipolojisi*. Uzmanlık Tezi. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları Müzeler Genel Müdürlüğü.

Çınar, R. (2013). *Turizm Bölgesinde Yaşayan 18-25 Yaş Arası Gençlerin Dini Tutum ve Davranışları: Kuşadası Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dalgakıran, A. ve Bal, E. (2007). Alaçatı'da Mekansal ve Toplumsal Farklılıklar Üzerinde Yükselen Farklı Turizm Eğilimleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, (16): 53-67.

De Kadt, E. (1979). *Tourism: Passport To Development*. Oxford: University Press.

Demirel, H. (2010). *Turizmde Sürdürülebilirlik*. Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tanıtma Genel Müdürlüğü.

Demirtaş, A. H. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavramlar ve Varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1): 123-144.

Dever, A. (2014). Sosyolojik Bir Teori Olarak Dramaturjik Teorinin Futbola Uygulanması. *Uluslar Arası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32): 372- 381.

Dewey, J. (1927). *The Public and its Problems*. NewYork: H.Holt and Co.

Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19): 291-313.

Eceral, T., Ö. ve Özmen, C., A. (2009). Beypazarı'nda Turizm Gelişimi ve Yerel Ekonomik Kalkınma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2): 46-74.

Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, (15): 51-59.

Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları.

Fischer, C., S. (1984). *The Urban Experience*, Newyork: Harcourt.

Gezgin, İ. (2012). *Alacaat'tan Alaçatı'ya: Rüzgarlı Bir Köyün Hikayesi*. İstanbul: Sel Yayıncılık, 2. Basım.

Gökalp, E. (2013). *Sosyolojiye Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Gökçe, B. (1976). Aile ve Aile Tipleri Üzerinde Bir İnceleme. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8(1-2): 1-67.

Gökçen, Ş. (1996). *Ecologically Sensitive Settlement Desing Case Study in Alaçatı*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü.

Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 5(1-2):49-59.

Güvenç, B. (1996). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 7. Basım.

Hyman, H. (1942). *The Psychology of Status*. Archives of Pyschology.

İzmir 1 Numaralı Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü Arşivi, 4516 (Erişim Tarihi: 15.06.2016)

Kağıtçıbaşı, Ç. (1996) *Family and Human Development Across Cultures: A View from the Otherside*. Mahwah, N. J: L. Erlbaum Associates, 1. Baskı.

Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim Yayınları.

Kara, O. (vd.) (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler İle İlişkisi: Türkiye Örneği (1991-2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1): 75-100.

Kaygalak, S., Usta, Ö., ve Günlü, E. (2013). Mardin’de Turizm Gelişimi İle Otantiklik Olgusu Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2): 237-249.

Kılıç, M. (2015). Dramaturjik Teori Ekseninde Spor. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 126-152.

Kısa-Ovalı, P. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması. *Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2(2): 64-79.

Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (15): 181-196.

Kozak, N., Akoğlu, M. ve Kozak, M. (1999). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık, 3. Basım.

Kozak, N. (2007). Turizm Sektöründe Türkçe Yok Oluyor. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2): 1.

Kozak, N. (vd.) (2010). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kutvan, A., B. ve Kutvan S., A. (2013). Turizm Planlamasında Destinasyon Çekiciliklerinin Ölçümü: Bir Yöntem Yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11): 159-184.

Larrain, J. (1994). *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Livaneli, Z. (2016). *Gözüyle Kartal Avlayan Yazar Yaşar Kemal*. İstanbul: Doğan Kitap Yayıncılık.

Mellinger, W. (1994). Toward Critical Analysis of Tourism Representations. *Annals of Tourism Research*, 21(4): 756-779.

Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1): 1-14.

Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Matbaacılık.

Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Matbaacılık.

Öter, Z. ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2): 127-138.

Özdemir, E. (2010). Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar. *Eğitim Bilim Toplum Hakemli Makale*, 8(32):9-29.

Özkalp, E. (2001). *Sosyolojiye Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Vakfı Çalışmaları Yayınları, 11. Basım.

Özkalp, E. (2007). *Sosyolojiye Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.

Özkök, K. (2001). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölge Planlaması ve Alaçatı Turizm Yatırım Bölgesi Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztürk, Y. (2007). Tarih ve Kimlik. *Akademik İncelemeler*. 2(1): 1-25.

Rogerson C.,M., (2002). Tourism-Led Local Economic Development: The South African Experience. *Urban Forum*. 13: 95-119.

Sayın, Ö. (1990). *Aile Sosyolojisi*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Selçuk, S., S. (2011). *Küresel Dönüşümün Kimlik Boyutu: “Öteki”nin İnşası*. Doktora Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sen, A. (2006). *Kimlik ve Şiddet: Kader Yanılsaması*. İstanbul: Türk Henkel Yayınları.

Sözen, E. (1991). Sosyal Kimlik Kavramı'nın Sosyolojik ve Sosyal Psikolojik Bir İncelemesi. *Journal of Sociological Studies Sosyal Konferansları Dergisi*, (23): 93-108.

Şahin, H., İ. (2009). Dalyan ve Köyceğiz Çevresinde Gelenek, Turizm ve Folklorizm. *Milli Folklor Dergisi*, 21(82): 50-58.

Tacar, P. (1996). *Kültürel Haklar, Dünya'daki Uygulamalar ve Türkiye İçin Bir Model Önerisi*. Ankara: Gündoğan Yayınları, 1. Basım.

Tanilli, S. (2007). *Uygarlık Tarihi*. İstanbul: Alkım Yayınları.

Taylor, H. (vd.) (1991). Effects of Ethnic Group Cultural Differences on Cooperative and Competitive Behavior on a Group Task. *Academy of Menagement Journal*, 34(4): 827-847.

Thoits, P., A. (1983). Multiple Identities and Psychological Well-Being: A Reformulation and Test of the Social Isolation Hypothesis. *American Sociological Review*, 48 (2): 174.

Tok, N. (2003). *Kültürel Kimlik ve Siyaset*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Toolan, D. (1992). The Male Agony, *Commonweal*, 119: 13-18.

Turhan, M. (1969). *Kültür Değişmeleri, Sosyal Psikolojik Bakımdan Bir Tetkik*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

World Tourism Organization (UNWTO) (2011). *Annual Report*.

Uçar, M. vd. (2012). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22): 75-82.

Uluçeçen, T., H. (2011). *Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği*. Uzmanlık Tezi, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı.

Yanık, C. (2013). Etnisite, Kimlik ve Milliyetçilik Kavramlarının Sosyolojik Analizi. *Dergipark.ulakbim.gov.tr*, 20(1): 225-236.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5): 54-71.

Yim, H. (2002). Cultural Identity and Cultural Policy In South Korea. *The International Journal of Cultural Policy*, 8(1): 37-48.

Akdemir, A. M. (2004). Küreselleşme ve Kültürel Kimlik Sorunu. *e-dergi.atauni.edu.tr* 3(1). Erişim Tarihi: 28.12.2015

<http://www.123rf.com/stock-photo/cuba.html> Erişim Tarihi: 12.07.2016

<http://www.bilqi.com/tatil-yerleri/87260-alacati-izmir.html> Erişim Tarihi: 25.04.2016.

<https://www.flickr.com/photos/ondercakoglu/5080951838> Erişim Tarihi: 22.02.2016.

<http://www.gezi-yorum.net/izmir-cesme/> Erişim Tarihi: 22.02.2016.

<http://www.istka.org.tr/content/pdf/AA-turkiye-ve-istanbul-bolgesinde-turizm.pdf>
Erişim Tarihi: 11.07.2016.

<http://www.milliyet.com.tr/fotogaleri/36399-yasam-dunyanin-en-ilginc-otelleri/1>
Erişim Tarihi: 16.01.2016.

www.parisperfect.com/blog/2012/11/paris-hot-chocolate-cafe-flore Erişim Tarihi:
20.12. 2016.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=%C4%B0NAN%C3%87
Erişim Tarihi: 14.06.1026

<http://www.turizmdatabank.com/haber/dunya-turizm-geliri-dustu-2015> Erişim
Tarihi: 15.06.2012

<http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/2003-gelirsayi-ve-ortalama-harcama68.html> Erişim Tarihi: 16.02.2016

Gürkan, A. (2011) Sanat ve Turizm: Sanat Turistlerini Nasıl Çekmeli?
<http://www.turkishnews.com/tr/content/2011/10/25/sanat-ve-turizm-sanat-turistlerini-nasil-cekme> Erişim Tarihi: 15.06.2016

McLeod, S. A. (2013). Erik Erikson Retrieved www.simplypsychology.org/Erik-Erikson.html. Erişim Tarihi: 27.12.2015

Özkar, S. (2014). *Alaçatı Ot Festivali*. <http://www.milliyet.com.tr/yurtdisi-turlari-uzmani-sarp-ozkar/alacati-ot-festivali-tatil-1857315/> Erişim Tarihi: 25.04.2016.

Tursab (2003). http://www.tursab.org.tr/dosya/973/22_973_6328719.pdf Erişim
Tarihi: 25.04.2016.

Yiğit, V. Kùltür ve Kimlik ppt sunusu.

https://www.academia.edu/6219991/K%C3%9CLT%C3%9CR_VE_K%C4%B0ML%C4%B0K Erişim Tarihi: 20.12.2016.

