



**GÜNEY EGE BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM
HAREKETİNİN TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDEKİ
DEĞİŞİMİNİN İLİŞKİSEL SOSYOLOJİ
PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ
(TURİZMDE DEĞİŞEN ROLLER DEĞİŞEN AKTÖRLER)**

**Doktora Tezi
Çağdaş AYDIN
Eskişehir 2021**

**GÜNEY EGE BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM HAREKETİNİN TARİHSEL SÜREÇ
İÇİNDEKİ DEĞİŞİMİNİN İLİŞKİSEL SOSYOLOJİ PERSPEKTİFİNDEN
İNCELENMESİ
(TURİZMDE DEĞİŞEN ROLLER DEĞİŞEN AKTÖRLER)**

Çağdaş AYDIN

DOKTORA TEZİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Nazmi KOZAK

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Haziran 2021**

ÖZET

GÜNEY EGE BÖLGESİ'NDEKİ TURİZM HAREKETİNİN TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDEKİ DEĞİŞİMİNİN İLİŞKİSEL SOSYOLOJİ PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ (TURİZMDE DEĞİŞEN ROLLER DEĞİŞEN AKTÖRLER)

Çağdaş AYDIN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2021

Danışman: Prof. Dr. Nazmi KOZAK

Güney Ege Bölgesi, geçmişten günümüze kadar birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış bir bölgedir. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra askeri amaçlarla kullanılan ulaşım olanakları, sivil bireylerin kullanımına sunulmuştur. Bu durum dünya genelinde seyahat etme özgürlüğünü getirmiştir. Bu kapsamda Güney Ege Bölgesi gerek tarihsel, kültürel çekicilikleri gerekse doğal çekicilikleri neticesinde 1960'lı yıllardan itibaren önemli turizm destinasyonlarından bir tanesi haline gelmiştir. 1960'lı yıllara kadar kapalı bir toplumsal yaşam süren bölge halkı, turizm hareketiyle birlikte farklı milletten insanlarla etkileşim kurmaya başlamıştır. Bu durum bölgede sosyal ve kültürel olarak değişime neden olmuştur. 24 Ocak 1980 kararları ile Türkiye'nin dışa açık ekonomik politikaları benimsemesi ve küresel anlamda turizmin gelişimine etki eden faktörler, turizm hareketinin Güney Ege Bölgesi'nde hızlanmasına yol açmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacı; turizmin gelişimine bağlı olarak bölge turizminde aktif rol üstlenen aktörlerin, tarihsel süreç içinde kendilerine nasıl yer bulduklarının ortaya çıkarılmasıdır. Bu çerçevede bölgedeki turizm gelişimine ilişkisel sosyoloji perspektifinden bakılmıştır. Çalışmanın kuramsal temelini Bourdieu'nun "alan teorisi" oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmanın veri kaynağı, Türkiye Turizm Tarihi Projesi sonucunda basılmış olan 10 ciltlik Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması kitaplarının ikinci ve üçüncü cildidir. Araştırmanın sonucunda Güney Ege Bölgesi'ndeki turizmin gelişiminde öncelikle yerlilerin ön planda olduğu, sonrasında yatırımcıların, son perdede ise turistlerin ana role geçtiği bir süreç

ortaya çıkarılmıştır. Bölgede kitlesel turizm hareketinin hakimiyet kazanmasıyla birlikte ilişkilerin sürekliliği yerini ilişkilerin geçiciliğine bırakmıştır. Araştırmanın önemli sonuçlarından bir tanesi yerlilerin, zaman içinde yaşadıkları bölgeye yabancılaştığıdır.

Anahtar Kelimeler: Turizmin tarihsel gelişimi, İlişkisel Sosyoloji, Alan teorisi, Gney Ege Bölgesi



ABSTRACT

AN ANALYSIS OF THE CHANGE OF TOURISM MOVEMENT IN SOUTH AEGEAN REGION WITHIN THE HISTORICAL COURSE FROM THE VIEWPOINT/PERSPECTIVE OF RELATIONAL SOCIOLOGY (CHANGING ROLES AND ACTORS IN TOURISM)

Çağdaş AYDIN

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Institute of Social Sciences, June 2021

Supervisor: Prof. Dr. Nazmi KOZAK

South Aegean Region has been home to various civilizations since the ancient times. The means of military transportation became available for civil use after the end of the World War II. This also brought along the freedom of transportation across the globe. Within this context, the South Aegean Region has become one of the most significant tourist attractions since the 1960s because of its both historical, cultural and natural beauties. The local people, who had been living as a closed community until the 1960s, began to communicate with people from various countries and cultures after the blast of tourism. This caused massive cultural and social changes in this region. The fact that Turkey adopted outward-oriented economic policies with the decisions of 24th January 1980, and the factors that had an impact on global growth of tourism geared up the tourism movement in the South Aegean Region. The purpose of this study within this context is to reveal the place and importance of the tourism actors who have played significant roles in regional tourism movements within the historical course. Within this framework, the relational sociology perspective has been adopted when analyzing the development of tourism in the region. Bourdieu's "field theory" constitutes the theoretical base of this study. In the study, the qualitative research method was used. The data source of this study is the second and the third volumes of The Oral History Project on Tourism in Turkey (Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması) books that were published in total of 10 volumes at the end of the Tourism History Project of Turkey. This study has revealed that the local people of the South Aegean Region, the investors, and the tourists have respectively become the main actors of tourism development within the process. As the

mass tourism movements began to dominate the region's tourism dynamics, the continuum of relations gave their place to temporality of relations. One of the most significant results of this study is the alienation of local communities to their homeland.

Keywords: Historical Development of Tourism, Relational Sociology, Theory of Field, South Aegean Region



TEŞEKKÜR

1993 yılında Çankaya İlkokulu'nda başlayan resmi öğrencilik hayatım 2021 yılında Anadolu Üniversitesi'nde doktora tezimi savunmamla birlikte tamamlandı. Tüm bu süreç içinde üzerimde emeği olan tüm öğretmenlerime, öğretim elemanlarına ve öğretim üyelerine teşekkürlerimi sunarım.

Lisansüstü eğitimimde, hayatı yorumlayışında, her adımında varlığını hissettiğim; akademik hayatının her alanında (kongre, dergi, arama konferansı, karikatür yarışması ve daha birçok organizasyon) bir işin başlanmasından organize edilmesine, sürdürülmesinden tamamlanmasına hatta sonrasında hazırlanan basın bültenlerine kadar her süreci bana göstermeye çalışan, yolumu aydınlatan, sayın Prof. Dr. Nazmi Kozak Hocama en içten teşekkürlerimi sunarım. Doktora tez konumun belirlenmesi ve tezin yazım aşamasında elini sürekli üzerimde hissettiğim, tecrübelerinden, katkılarından yararlandığım çok değerli Hocam Prof. Dr. Muammer Tuna'ya çok teşekkür ederim. Doktora izlemelerim ve savunmalarında yer alan ayrıca, yüksek lisans ve doktora ders dönemlerinde her daim önerilerinden yararlandığım Doç. Dr. Çağır Hale Özel Hocama teşekkürlerimi sunarım. Tez savunma jürimde yer alan Prof. Dr. İsmail Kızılırmak Hocama ve Prof. Dr. Oktay Emir Hocama katkıları ve önerileri için çok teşekkür ederim.

Doktora eğitimim süresince 2211-A Yurt İçi Lisansüstü Burs Programı 2017/2 ile beni destekleyen Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'na (TUBİTAK) teşekkürlerimi sunarım.

Bu yaşıma kadar geçen süreç içinde anneme ve babama ergenlik süreçlerimde gösterdikleri sabırları, okumam gerektiğine dair inatları ve her zaman yanımda olduklarını hissettirdikleri için teşekkürlerimi sunarım. Motivasyonumu kaybettiğimde, yorulduğumda, pes etme noktasına geldiğimde yanımda olan, elimden tutan, hayatımın tüm boşluklarını dolduran, nefesim, eşim, hayat arkadaşım Ceren Aydın'a teşekkür ederim. Seninle tanışmamış olsaydım değil şimdi böyle bir başarıyı sevdiğimle paylaşmak hayatımın ne olacağına dair hiçbir fikrim yoktu. İyi ki yanımdasın, iyi ki varsın. Son olarak; saf sevgiyi, mutluluğu ve huzuru bize canım kızımız Madam, iyi ki varsın.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
ETİK İLKE VE KURALLARINA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vii
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLO DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii

BİRİNCİ BÖLÜM

1.GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	4
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	6

İKİNCİ BÖLÜM

2.TURİZM VE İLİŞKİSEL SOSYOLOJİ	8
2.1. Turizm ve Sosyoloji İlişkisi	8
2.1.1. Turizm Hareketi	13
2.1.2. Turizm ve Toplumsal Yapı	15
2.2. Turizm Sosyolojisinin Teorik Yaklaşımları	16
2.2.1. Simmel – Bir Yerden Başka Bir Yere Hareket Etmek (Gezginlik).....	17
2.2.2. Dean MacCanell: Sahnelenmiş Otantiklik	21
2.2.3. Erik Cohen: Turistler ve Yerliler.....	24
2.2.4. John Urry: Turizmi Geçmiş ve Bugün Arasında Ele Alan Bir Bakış, Turist Bakışı.....	25
2.3. İlişkisel Sosyoloji.....	29
2.3.1. Pierre Bourdieu Sosyolojisi.....	32
2.3.1.1. Habitus.....	34
2.3.1.2. Sermaye	36
2.3.1.2.1. Ekonomik Sermaye	36
2.3.1.2.2. Kültürel Sermaye	37
2.3.1.2.3. Sosyal Sermaye.....	39
2.3.1.2.4. Sembolik Sermaye.....	40
2.3.1.3. Alan	41
2.3.1.4. İlişkisel Sosyoloji Kapsamında Turizm Hareketi	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.TURİZMİN ALANA ETKİLERİ VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	45
3.1. Ekonomik Etkenlerin Turizm Alanına Etkileri.....	48
3.2. Çevresel Etkenlerin Turizm Alanına Etkileri.....	50
3.3. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Turizm Alanına Etkileri.....	53
3.4. Turizm-Yerel Halk İlişkisi	55
3.5. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	58
3.5.1. Planlı Dönem 1960-1980 Yıllarında Türkiye’de Turizm Hareketinin Gelişimi	59
3.5.2. Dışa Açık Dönem -1980- Sonrasında Türkiye’de Turizm Hareketinin Gelişimi.....	61
3.5.3. Küresel Gelişmelerle Beraber Türkiye’de Turizm Hareketinin Gelişimi.....	64
3.5.4. Turizm Hareketinin Gelişiminde Güney Ege Bölgesi	66
3.5.4.1. Nüfus ve Coğrafya	67
3.5.4.2. Güney Ege Bölgesi’nin Tarihi.....	68
3.5.4.3. Güney Ege Bölgesi’nde Turizm	69

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. YÖNTEM	71
4.1. Araştırmanın Yöntemi	71
4.2. Araştırmanın Veri Kaynağı.....	72
4.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması	74
4.4. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği	76
4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	78

BEŞİNCİ BÖLÜM

5.BULGULAR.....	80
5.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler	82
5.2. Turizm Sahnesinde İlk Adım “Yerliler”	86
5.2.1. Coğrafya Ekseninde Yatkınlıklar	87
5.2.2. Aile Özellikleri	90
5.2.3. Turizm Eğitimi.....	96
5.2.4. “Yerliler” Kavramsal Açıklama.....	99
5.3. İkinci Perde: Sahneye Giren Yeni Oyuncular “Yatırımcılar”	101
5.3.1. Teşvik Kanunun Etkisi.....	102
5.3.2. Yatırım Maliyetlerinin Geri Dönüş Süresi	104
5.3.3. Hizmet ve Ticaret Erbaplarının Değişmesi	104
5.3.4. İş Gücü Hareketliliği	105
5.3.5. Yerlilerin Kolay Para Kazanma Tercihi	107

5.3.6. Ulusal-Uluslararası Kuruluşlara Üyelikler	109
5.3.7. “Yatırımcılar” Kavramsal Açıklama.....	110
5.4. Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular “Yabancılar”	111
5.4.1. Kaçak Pansiyonculuk	112
5.4.2. Yerlileşen Yabancılar	113
5.4.3. Yeni Komşuluklar	114
5.4.4. Yabancı Gelinler	115
5.4.5. Yabancıların Dolandırılması	116
5.4.6. “Yabancılar” Kavramsal Açıklama	117
5.5. Turizm Hareketinin Kitleleşmesi “Turistler”	118
5.5.1. Dokunulan Turistler	119
5.5.2. Soyutlanan Turistler	122
5.5.3. “Turistler” Kavramsal Açıklama.....	124
5.6. Turizm Hareketine Gelişimine Bağlı Olarak Alanda Yaşanan Toplumsal Değişiminin Boyutları.....	126
5.6.1. Ekonomik Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler.....	126
5.6.1.1. Yerlilerin Arazilerini Kaybetmesi.....	128
5.6.1.2. Ekonomik Serbestleşme	130
5.6.2. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler.....	132
5.6.2.1. Yerlilerin Özgün Özelliklerinin Değişmesi.....	133
5.6.2.2. Suçların Artışı	136
5.6.2.3. Bölge Demografisinin Değişmesi.....	137
5.6.2.4. Yerlilerin Arka Planda Kalması.....	138
5.6.2.5. Ticarileşmenin İlişkileri Bozması	139
5.6.2.6. Sosyal Hayat Standartlarının Değişmesi	142
5.6.3. Fiziksel Çevre Etkenlerinin Alanda Yarattığı Değişimler	145
5.6.3.1. Kentsel Mimarinin Bozulması	147
5.6.3.2. Altyapı Sorunları	149
5.6.3.3. Çevreyi Koruma Önlemleri	150
5.7. Bölüm Değerlendirmesi.....	151
ALTINCI BÖLÜM	
6.SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER	153
KAYNAKÇA.....	162
ÖZGEÇMİŞ VE ESERLER LİSTESİ	

TABLO DİZİNİ

Tablo 2.1. Farklı araştırmacıların habitus tanımlamaları	35
Tablo 3.1. Yerel halk-turist etkileşiminin temel sosyal sonuçları.....	47
Tablo 3.2. Araştırma bölgesindeki ilçelerin yıllar bazında nüfusları.....	67
Tablo 3.3. 2020 yılı itibariyle araştırma bölgesinde oda ve yatak sayıları	69
Tablo 5.1. Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin bilgiler.....	83
Tablo 5.2. Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin özet bilgiler	86



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Harker'ın yeniden üretim devresi (1984, s. 118).	38
Şekil 4.1. Görüşme metinlerinin analizinde izlenen aşamalar.....	75
Şekil 5.1. Turizm Sahnesinde İlk Adım “Yerliler”	87
Şekil 5.2. Sahneye Giren Yeni Oyuncular “Yatırımcılar”	102
Şekil 5.3. Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular “Yabancılar”	112
Şekil 5.4. Turizm Hareketinin Kitleleşmesi “Turistler”	119
Şekil 5.5. Ekonomik Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler	127
Şekil 5.6. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler	133
Şekil 5.7. Çevresel Etkenlerin Alanda Yarattığı Değişimler.....	147

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Turizm hareketinin toplumsal bir olgu olması; turizm alanını bütüncül bir bakış açısıyla ele alınma gereksinimini doğurmaktadır. Zira turizm hareketi yaşandığı bölgede sosyo-kültürel değişimler yaratmaktadır. Bu değişimler bölgede yaşam tarzını etkilemektedir. Bölgedeki yerel halk ile turizm hareketinin bir parçası olarak bölgeye gelen diğer bireyler arasındaki ilişkiler ve roller turizmin gelişimine bağlı olarak dönemsel farklılıklar göstermektedir. Turistlerin gittikleri bölgedeki yerel halkın yaşam tarzını etkilediği gibi bölgeye dışarıdan gelen yatırımcılar da yerel halkın yaşam tarzını etkilemekte hatta yerel halkın turizm hareketi içinde aldığı rolü değiştirmektedir. Bölgede yaşanan bu değişim ve ilişkiler ağı çok yönlü olarak dinamik bir biçimde var olmaktadır. Burada önemle vurgulanmak istenen nokta turizm hareketinin bölgede yarattığı değişimin ve ilişkiler ağının durağan olmadığı, turizmin tarihsel gelişimi ile birlikte değişim içinde olduğudur.

Bir bölgedeki turizm hareketinin tarihsel gelişimini incelemek ancak turizmin bölgede yarattığı toplumsal ilişkiler ağını ve bu ilişkilerin turizm alanı içinde yarattığı değişimi irdelemek ile mümkün olmaktadır. Bu noktada turizm alanında aktif rol alan aktörlerin hangi etkenler ile ortaya çıktığı, bu aktörlerin birbirleriyle ve bölge ile kurduğu ilişkilerin tarihsel süreç içinde nasıl değiştiği ele alınmalıdır.

Türkiye’de turizmin hareketi 1960’lı yıllarda devlet kanadında ele alınmaya başlanmış, turizme yönelik uygulamalar ve planlar gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte turizm hareketinin gerçekleştiği alanda yerel halk, sahnenin önünde yer almaktadır. Diğer bir ifadeyle yerel halk, bölgelerine gelen küçük gruplu turistlerin gereksinimlerini tek başlarına karşılayabilecek potansiyele sahiptir. Turizm hareketinde aktif rol alan yerel halk, günlük yaşamlarını sürdürür iken gün içindeki rutinlerini turistler ile paylaşmakta bir yandan da turistlerin konaklama ve yeme-içme gereksinimlerini karşılmaktadır. Yerel halk ile turistler arasındaki yaşanan bu birebir ilişkiler, dördüncü kalkınma planının uygulanması ile birlikte değişikliğe uğramaya başlamıştır. 1979-1983 dördüncü kalkınma planı ile özel sektörün yatırım yapması teşvik edilmiş ve yabancı sermayenin girişine izin verilmiştir. Bu dönemde turizm alanında, yerel halk ile turist ilişkisi, yatırımcıların

bölgeye gelmesi ile beraber değişikliğe uğramıştır. Sonraki yıllarda mülk edinerek turizm hareketinde rol alan yabancılar, alandaki ilişkiler ağının tekrar değişmesine neden olmuş, turizm hareketinde rol alacak oyuncuların kartları tekrar dağıtılmıştır. 20.yüz yılda ulaştırma araçlarındaki gelişme turizmin gelişimini hızlandırmıştır. Teknolojik gelişme ile birlikte bireylerin boş zamanlarındaki artış, ücretli izin hakkı, bireylerin gelirlerindeki artış, turizm bilincinin oluşması, seyahat özgürlüğü ve küreselleşme eğilimleri gibi unsurlar kitle turizmini doğurmuştur. Kitle turizmi turizm alanında yeni ilişkileri beraberinde getirmiştir.

Turizmin alanda yarattığı etkiler 1970’li yıllarda araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Ardından turizmin, alanda yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler Sosyal Mübadele Teorisi (SMT) çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak bu çalışmalarda turizmin etkileri yerel halk penceresinden incelenmiştir. Diğer bir ifadeyle yapılan çalışmalarda yerel halkın turizmi destekleyip, desteklemediği veya yerel halkın turizmden yarar sağlayıp, sağlamadığı gibi mevcut durum ortaya konmuştur. Dolayısıyla bu çalışmalarda ikili bakış açısı hakimdir. Alanda yaşanan ilişkilerin örüntüsünü ve ilişkiler neticesinde ortaya çıkan süreçleri inceleyen çalışmalar kısıtlı kalmıştır. Bu tez çalışması Güney Ege Bölgesi’ndeki turizmin gelişimine bağlı olarak gelişen ilişkilerin ve alanda yaşanan gelişmelerin üzerinde duracaktır.

Turizm hareketinin yeni başladığı destinasyonlar ele alındığında turizm hareketinin söz konusu destinasyonda gelişmesiyle birlikte bölgedeki bireylerin kendi aralarında veya çevreleriyle kurdukları ilişki kurma biçimlerinin değiştiği görülmektedir. Turizm hareketi başlamadan önce kendi içinde “kapalı” bir toplumsal yaşam süren bireyler için “ilişkilerin sürekliliği” önemliyken, bölgede turizm hareketi hareket alanını genişlettikçe bölgedeki ilişkiler “geçici” olmaya başlayacaktır. Bu durumun oluşmasındaki en temel nedenlerden bir tanesi bölgeye yatırım yapmak için gelen girişimcilerin artmasıyken, bir diğer neden ise bölgenin arz kaynakları genişledikten sonra bölgeye yönelik talebin yoğunlaşmasıyla “yabancı” sayısının artacak olmasıdır. Bölgeye geliş-gidişlerin, yatırımcı ve çalışan sayısının artmasıyla bölgedeki uzun süreli ve derin ilişkiler, kısa süreli ve yüzeysel ilişkilere dönüşecektir. Bu değişen ilişki türlerinin incelenmesi, ilişkiyel sosyoloji kapsamına girmektedir. Böylece 1960’lardan itibaren Güney Ege Bölgesi’nde başlayan turizm hareketinin, ne tür ilişkilere sahne olduğu ve bu ilişkilerin hangi sonuçlara neden

olduğu, bölgede yaşanan gelişmeler (24 Ocak Kararları, yabancılara taşınmaz edinme hakkının verilmesi vb.) neticesinde detaylı bir şekilde açıklanmaya çalışılacaktır.

Bu noktada öncelikle çalışmada turizm ve sosyoloji ilişkisini ele alan kuramlar tartışılacak, turizmin alanda yarattığı sosyo-kültürel ilişkiler kuramlar ekseninde ele alınacaktır. Çalışmada genelden özele bir yaklaşım benimsenecek olup öncelikle Türkiye turizminin tarihsel süreci aktarılacaktır. Ardından tezin çalışma alanını oluşturan ve Türkiye turizminin lokomotifi olan Güney Ege Bölgesi'ndeki turizmin tarih gelişim sürecine değinilecektir. Bu süreç ilişkisel sosyoloji perspektifinden ele alınacaktır. Çalışmanın kuramsal temeli Bourdieu'nun "Alan" kavramı üzerinden yürütülecektir. Güney Ege Bölgesi'ndeki turizmin tarihsel süreci "Alan" kavramı çerçevesinde tartışılacaktır. Böylece bölgede tarihsel süreç içinde ne gibi değişiklikler yaşandığı, hangi aktörlerin hangi değişimler neticesinde ortaya çıktığı, aktörlerin bölge ve birbiri ile kurduğu ilişkilerin dinamik süreçleri aktarılacaktır. Ayrıca Bourdieu'nun kavram setinde yer alan Habitus ve Sermaye kavramları da bölge ile yapılacak çıkarımlarda yararlanılacak diğer kavramlardır. Bölge turizminde tarihsel sıçramalar yaratan merkezi turizm politikaları ve küresel gelişmeler neticesinde ortaya çıkan ilişkiler ağı irdelenecek, tarihsel süreç içinde alanda ne gibi değişimlerin yaşandığı ortaya çıkarılacaktır.

Tez çalışmasının veri kaynağını Türkiye Turizm Sözlü Tarih Araştırması kitapları oluşturmaktadır. Türkiye Turizm Sözlü Tarih Araştırması'nda turizmle ilgili gelişmeleri, kurumları, kişileri, ilişkileri ve turizm sektörünün gelişiminde önemli olmuş olayları bizzat yaşayarak şahitlik etmiş 522 kaynak kişiye ulaşılmıştır. Tez çalışmasının alanını oluşturan Güney Ege Bölgesi kapsamında, toplamda 105 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler Türkiye Turizm Sözlü Tarih Araştırması kapsamında deşifre edilmiştir. Çalışmanın analizi 1250 sayfalık deşifre üzerinden yürütülmüştür. Güney Ege Bölgesi'nin tarihsel gelişimi ve gelişime bağlı ilişkiler örüntüsü alana özgü temalar ile aktarılacak istenmektedir.

Tez çalışmasının problemi ve önemi birinci bölümde aktarılacaktır. Kuramsal bölüm, ikinci ve üçüncü bölümlerde aktarılacak ve bu bölümlerde turizm ve sosyoloji ilişkisi kurulmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda Georg Simmel, Dean MacCannell, Erik Cohen ve John Urry'nin bakış açıları yansıtılacaktır. Ardından ilişkisel sosyoloji ile turizm ilişkisi kurulmaya çalışılıp Pierre Bourdieu'nun kavramsal setine yer verilecektir. Ardından turizmin alana etkileri tartışılacak ve Türkiye'de turizmin tarihsel gelişimi aktarılacaktır.

Dördüncü bölümde çalışmanın yöntemine ve sınırlılıklarına yer verilecektir. Ayrıca bu bölümde verilerin analizi, yorumlanma süreci, çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliği detaylı bir biçimde sunulacaktır. Beşinci bölümde araştırmanın bulguları yer alacaktır. Güney Ege Bölgesi'nde turizmin tarihsel gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan ilişkiler ve aktörler alana özgü temalar ile verilecektir. Tez çalışmasının son bölümünü sonuçlar ve tartışma bölümü oluşturacaktır. Söz konusu bölümde elde edile bulgular yorumlanacak, çalışmanın kendine özgü çıkarımları vurgulanacaktır.

1.1.Araştırmanın Problemi

Turizm hareketinin gelişimi incelendiğinde, Türkiye'de 1923-1962 yılları arasındaki döneme ait planlanmış bir gelişmenin yaşanmadığı görülmektedir. Bu yıl aralıklarında ilk olarak 1. Dünya Savaşı'nın etkileri sürmekte, sonrasında ise ekonomik çöküntü yaşanan 1929 yılı Büyük Buhranı'na şahit olunmaktadır. Ardından 2. Dünya Savaşı'nın yıkıcı etkisi tüm dünyada kendini göstermektedir. Ancak savaş sonrasında ulaştırma sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler turizm hareketine olanak tanımıştır.

Sonraki yıllarda özellikle 1950-1960 yılları arasında Demokrat Parti döneminde çok somut adımlar atılmasa da turizm konusu Türkiye'de yönetim kademelerince konuşulmaya başlanmıştır. 1963 yılından itibaren turizm hareketine yönelik çeşitli uygulamalar ve önlemler beş yıllık kalkınma planlarında kendine yer bulmuştur. Uygulamaya konulan kalkınma planlarında turizme yönelik olarak atılan ilk adımlar bölgedeki yatak kapasitesini artırmaya ve diğer hizmet işletmelerine yönelik gereksinimi karşılamak üzerine kurulmuştur. Ancak kalkınma planlamaların uygulanmasına bakıldığında ilk üç kalkınma planı döneminde yapılması planlanan yatırımların maddi olanaksızlıklardan dolayı yapılamadığı ve turizm eğitime yeteri kadar önem verilemediği görülmektedir. Ancak dördüncü kalkınma planının uygulamaya konulduğu 1979-1983 yılları arasında turizme yönelik özel sektörün yatırım yapması ve yabancı sermayenin girişine izin verilmesi, turizmin tanıtımının yapılması ve turizm eğitimlerinin verilmesi gibi uygulamalar hayata geçirilmiştir (Sözen, 2007, s. 67; Dalgın, Karadağ, Bingöl, 2015, s. 177). 1980 sonrası dönem Türkiye turizminde bir dönüm noktası niteliğindedir. İlk olarak 24 Ocak 1980 kararları ve turizm hareketini doğrudan ilgilendiren 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile birlikte turizm hareketi farklı bir seviyeye çıkmıştır. Turizm Teşvik Kanunu ve kalkınma planlarıyla birlikte Türkiye'ye gelen turist sayısını artırmak, turizm yoluyla elde edilecek döviz

miktarını yükseltmek, kitle turizmine uygun konaklama ve ulaştırma yatırımlarını teşvik etmek, yabancı yatırımları çekmek gibi hedefler uygulanmaya çalışılmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2020).

Güney Ege Bölgesi özelinde bakıldığında bölgeye yönelik ilgi 1970’li yıllar itibariyle başlamış, teşvik kanunu sonrasında ise konaklama arzı önemli oranda artmıştır. Ayrıca küresel ekseninde bireylerin boş zamanlarında ve gelirlerinde yaşanan artışlar, ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler, bireyleri seyahat etmeye ve turizm hareketine katılmaya yöneltmiştir. Böylece bölgeye yönelik turistik talep artmaya başlamıştır. Turizm talebinin artmasıyla birlikte bölge, çok sayıda turiste kapılarını açmış, bu durum bölgede farklı hizmet kollarına yönelik gereksinimin oluşmasını beraberinde getirmiştir. Gerek farklı hizmet kollarında yatırımcıların bölgeye gelmesi gerekse turizm alanında çalışmak için bölgeye gelenlerinin sayısının artması, bölgede turizm hareketinin başlangıcında yer alan aktörlerin sahne arkasına geçmesine neden olmuştur. Bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte yeni aktörler ve yeni ilişkiler ortaya çıkmıştır.

Bu noktada araştırmanın temel problemi, merkezi turizm politikaları ve küresel gelişmelerle birlikte hız kazanan turizm hareketinin, bölgede nasıl bir değişim yarattığıdır. Diğer bir ifadeyle turizmin gelişimine bağlı olarak bölge turizminde aktif rol üstlenen aktörlerin, tarihsel süreç içinde kendilerine nasıl yer buldukları ortaya çıkarılmak istenmektedir. Bu çerçevede bölgede turizmin başlangıcında aktif rol üstlenen aktörler, turizmin gelişmesi ile birlikte yerlerini başka aktörlere bırakmışlar mıdır? Turizm politikaları ve küresel gelişmeler yeni aktörlerin oluşmasını neden olmuş mudur? Eğer yeni aktörler doğduysa, bu aktörlerin bölge ile olan ilişkilerini nasıldır? soruları ile birlikte aşağıda yer alan soruların yanıtları aranacaktır.

1. *Merkezi turizm politikaları öncesi bölgede turizm gelişimi nasıldı?*

2. *Merkezi turizm politikaları ile birlikte bölgede nasıl bir değişim yaşanmıştır?*

-Turizm sektöründe yer alan aktörlerin rolleri merkezi turizm politikaları neticesinde nasıl değişikliğe uğramıştır?

3. *Küresel gelişmeler Güney Ege Bölgesi’nde turizmin gelişimini nasıl etkilemiştir?*

-Yaşanan küresel gelişmeler alanda hangi aktörleri ön plana çıkarmıştır?

4. *Güney Ege Bölgesi’nde turizm alanını oluşturan aktörler hangi dönemlerde ön plana çıkmıştır?*

5. *Turizm alanında yaşanan gelişmeler neticesinde aktörlerin bölge ile ve birbiri ile kurduğu ilişkilerin yönü nasıl değişmiştir?*
6. *Turizm ve turizm politikalarının bölgede yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler nelerdir?*

Bu çalışmada araştırma sorularına, ilişkisel sosyoloji bakış açısıyla yanıt aranacaktır. Bu temelde hareket etmenin temel nedeni; ilişkisel sosyolojinin, toplumsal yaşam içindeki tüm aktörlerin birbirleriyle kurduğu ilişkiler neticesinde var olduğunu ve herhangi bir ilişkinin ise yeni aktörlerin oluşabileceğini açıklayan genel bir tutum olmasındandır. İlişkisel sosyoloji toplumsal yaşamı bir ilişkiler ağı olarak ele alır. Kısaca tözsel, ikili (düalist) düşünceye ait olan, toplumsal dünyada yer alan varlıkların değişmez özellikleri olduğu varsayımları, ilişkisel sosyolojide kabul edilmemektedir. İlişkisel bakış açısında, toplumsal yaşamda yer alan her bir aktör girdiği ilişkiler neticesinde bir anlam kazanmaktadır.

Araştırma kapsamında sorulan bu sorulara yanıt bulabilmek için 1970'lerden itibaren bölgede turizmin gelişmesinde rol oynamış, bölgede turizmin gelişmesine katkı sağlamış olan kişilerin ifadelerine başvurulmuştur. Söz konusu kişilerin ifadeleri Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması Projesi kapsamında Kuşadası, Didim, Bodrum, Marmaris ve Fethiye'de yapılan görüşmelerden elde edilmiş ve bu görüşmeler üzerinden derinlemesine incelemeler yapılmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu tez çalışmasının amacı, tarihsel süreç içinde Güney Ege Bölgesi'ni etkileyen merkezi turizm politikalarının ve küresel gelişmelerin yarattığı değişimi turizm paydaşları açısından ele almaktır. Daha ayrıntılı ifade etmek gerekirse çalışmanın amacı; Güney Ege Bölgesi'nde turizmin başladığı 1960'lı yıllardan 2000'li yılların başına kadar geçen süreçte gerek ulusal gerekse uluslararası gelişmeler neticesinde turizmin bölgedeki ilişkiler ve aktörler üzerindeki etkilerini ele almaktır. Bu süreç içinde turizmin yarattığı toplumsal ilişkilerin nasıl olduğu, hangi ilişkilerin hangi faktörlere bağlı olarak ortaya çıktığı, ilişkiler ağını etkileyen aktörlerin rolleri ve bu aktörlerin birbirleriyle ve alanla olan ilişkileri aktarılacak istenmektedir.

İlişkisel sosyoloji özelinde uluslararası çalışmaların 1980'li yıllarda ortaya çıktığı, 1990'lı yıllarda çoğalmaya başladığı ve 2000'li yıllardan günümüze bu konuya ilişkin

ilginin arttığı görülmektedir. Ayrıca, araştırmaların çoğunlukla teorik düzeyde kaldığı görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde yerel halkla turizm arasındaki ilişkinin veya bu iki olgunun birbirlerine etkilerinin daha çok Sosyal Mübadele Teorisi (Nunkoo, 2016), Turizm Alanlarının Yaşam Döngüsü (Diedrich ve Garcia, 2009, s. 513), Tolerasyon Modeli (Saveriades, 2000, s. 149), Mantıklı Eylem Teorisi (Kim, Kim ve Goh, 2011), Taşıma Kapasitesi Teorisi (Gonzalez, Coromina ve Gali, 2018), Sosyal Temsil Kuramı (Suess ve Mody, 2016) ve Bağımlılık Teorisi (Monterrubio, Osorio ve Benítez, 2018) ekseninde ele alındığı dikkati çekmektedir. Toplumsal bir olgu olan turizm olayının ve turizm olayının gerçekleştiği alandaki aktörlerin birbirleriyle olan ilişkisini, ilişkisel sosyolojik bir bakışla sebep-sonuçtan ziyade bir süreç içinde ele alan bir çalışmaya ulaşamamıştır. Bu kapsamda çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu tez çalışmasının, hem Türkiye’de turizmin lokomotif durumunda olan Güney Ege Bölgesi için hem de diğer önemli turizm bölgeleri için merkezi politikaların oluşturulmasına ayrıca, kitlesel turizm hareketi sonucunda ortaya çıkan toplumsal ilişkilere dair önemli ip uçları sunacağı düşünülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZM VE İLİŞKİSEL SOSYOLOJİ

2.1. Turizm ve Sosyoloji İlişkisi

İnsanların gerek bireysel olarak gerekse kitleler halinde sürekli yaşadığı yer dışına yaptıkları seyahatler turizm hareketi olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde bu hareket, en önemli **toplumsal** olaylardan bir tanesi olmuştur. Turizm kapsamında gerçekleştirilen yer değiştirme hareketi, hem belirli bir coğrafyaya giden turistlerin hem de söz konusu coğrafyada turisti karşılayan yerel halkın fiziksel, psikolojik ve sosyal gereksinimlerini olumlu veya olumsuz etkilemekte ve bu etki neticesinde doğrudan veya dolaylı olarak toplumsal yaşamda önemli değişimlere neden olmaktadır. Bu ilişkiler ve bu ilişkilerin toplumsal yaşamda gerçekleştirdiği değişimler, sosyoloji alanında önemli konularından biri olmuştur. Her ne kadar bazı sosyologlar tarafından turizm araştırmalarının sosyolojinin esas alanına girmediği savunulsa da turistlerin sahip olduğu güdüler, sahip oldukları roller, gittikleri destinasyonda yaşadıkları ilişkiler, turistler ve turist kabul eden toplumun birbirleri üzerindeki etkileri, turizm alanının sosyolojik açıdan değerlendirilmesinin nedenleridir (Cohen, 1984, s. 373).

Sürekli yaşadığı yer dışına seyahat eden turistler, gittikleri bölgede yer alan yerel halkın kendi aralarında yaşadıkları ilişkilerden çok daha farklı toplumsal ilişkiler oluşmasına neden olur. (McIntosh ve Goeldner, 1990, s. 179). Sosyoloji; sosyal yapılar ve toplumsal ilişkiler bilimi olmasından bu ilişkileri araştırma konusu yapmaktadır. İlk olarak boş zaman ve dinlenme sosyolojisi adı altında belirli çalışmalar yürütülen sosyolojinin bu kolu, zamanla turizm hareketinin daha karmaşık bir hale gelmesi neticesinde; turistik ürün, turistik hizmet ve buna bağlı olarak tüm bu bileşenlerin yönetiminin ve pazarlamasının düzenlenmesiyle yeni ilişki ağları doğurmuş ve sosyoloji için yeni bir araştırma sahası oluşmuştur (Lanquar, 1991, s. 9).

Geçmişten bugüne doğru geldiğimizde, insanların ilk var olduğu günden itibaren çeşitli nedenlerle de olsa seyahat ettiğini görmekteyiz. Ancak batılı düşünce açısından bakıldığında, insanlar yerleşik hayata geçtikten sonra bu yerleşik yaşamı sürdürmenin modernlik, göçebe gruplar veya kitleler olarak seyahat etmenin ise barbarlık olarak değerlendirildiği dönemler olduğu da unutulmamalıdır (Wang, 2000, s. 1). Bu durum 19. yüzyılda ilk turizm hareketinin gerçekleştiği zamana kadar kabul görmüştür. 19. yüzyıla

kadar turizm kapsamında nitelenecek seyahatler küçük gruplar veya münferit geziler olarak gerçekleşmekteydi. Ortaçağ'da yapılan hac seyahatleri ve 17. yüzyıldaki Avrupa aristokratlarının “Büyük Turları” modern öncesi dönemin geniş katılımlı turizm hareketleri olarak sayılabilecek birkaç örneğinden biridir.

Tarihsel açıdan bakıldığında ilk seyahatlerin yazıyı ve tekerleği bulan Sümerler tarafından M.Ö. 4000'lerde gerçekleştiği belirtilebilir. M.Ö. 3000'lerde ise Eski Mısır'ın sahip olduğu hanlar ve han benzeri yapılar neticesinde sıkça ziyaret edildiği, aynı dönemde Babil Krallığı'nda ise yazılan bazı eserlerde seyahatlerin anlatılması da seyahat hareketinin geliştiğinin bir göstergesidir (Toskay, 1989, s. 76-77). Ancak modern turizm dönemi olarak adlandırılan döneme benzer nitelikteki ilk hareketlerin Antik Yunan ve Roma çağlarında gerçekleştiği söylenebilir. Turizm tarihinin ilk izlerine tapınakların duvar yazılarında rastlanmaktadır. Bu döneme ait duvar yazılarından bir örnek vermek gerekirse, tahmini olarak M.Ö. 1600-1200 yılları arasında yazılan yazı şu şekildedir: *“İptah'ın oğlu katip Ahmose, Zoser'in tapınağını görmeye geldi. İçinde cennet varmış gibi parlıyordu...”* (Peden, 2001, s. 62). Modern öncesi turizm döneminde en gelişmiş yol ağları Roma İmparatorluğu döneminde inşa edilmiştir. Roma İmparatorluğu döneminde güvenli yolların yapılmasıyla birlikte -örneklerine günümüzde rastlanabilecek seviyede basılan rehber kitaplar, rota içeren haritalar ayrıca, seyahat ofisleri ve hanlarla- örgütsel ve kurumsal bir seyahat yapısı oluşturulmuştur. Roma İmparatorluğu'nun parçalanması sonucunda yolların güvensiz olması ve tehlikeye girmesiyle birlikte, Orta Çağ'da seyahatler bir dönem duraksamıştır. Bu dönemlerde astlarını yanına alan imparatorlar, askerler, şövalyeler ve din adamları bu dönemin önemli gezginleridir. Dönemin aristokratlarının geniş bir ast katılımıyla yaptıkları bu seyahatler kendi grupları için diktirdikleri özel kıyafetler, yazdıkları seyahatnameler ve özel grup rehberleri gibi birçok unsuruyla modern turizm hareketine benzemiştir. Bu dönemde yapılan seyahatlerin genel çerçevesi hac ziyaretleridir (Löschburg, 1998, s. 17-34).

17. yüzyılda, Büyük Tur (Grand Tour) adı verilen ortaya yeni bir seyahat biçimi çıkmıştır. Toplumda statü sahibi kişilerin eğlence ve eğitim amacıyla katıldığı bu tur, kişilere görgü, terbiye ve zevklerini geliştirmek için bir olanak sunmaktadır. Ancak bu turlara çıkan kişiler ne yerel halkla ne de geçilen önemli merkezlerle çok ilgilenmemiştir. Bu tura katılan genç aristokratlar resmi davetlere, balolara ve eğlencelere katılmıştır. Bu

tura katılmanın amacı Avrupa'nın diğer ülkelerindeki gençlerin birbirleriyle tanışması ve kendi sınıflarına ait görgü ve terbiyeyi pekiştirmeleridir (Löschburg, 1998, s. 53-54).

Turizmin gelişmesinde önemli noktalardan biri sanayi devrimidir. Sanayi devrimiyle birlikte, toplumsal yapıda büyük değişiklikler olmuştur. Şehir merkezlerinde kurulan fabrikalarda çalışan insanlar işçi sınıfı adında yeni bir toplumsal sınıf doğurmuş ve kırsaldan kente göç başlamıştır. Aynı dönemde yeni coğrafi bölgelerin keşfedilmesiyle birlikte, bu coğrafyaların zenginlikleri Batı Avrupa ülkelerine akmış ve bu zenginliklerle birlikte artan ticari faaliyetler, kapitalizme geçişi başlatmıştır. Ayrıca, sosyal sınıf kavramı bu dönemde ortaya çıkmış ve eğitim soyluların egemenliğinden çıkarak yaygınlaşmıştır. Bu yaygınlaşma neticesinde, şehirler ve ülkeler arasındaki seyahatler artmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 52). Sanayi devrimi her ne kadar kişisel gelirlerin artmasına, insanların yaşam düzeylerini yükseltmesine ve çalışma sürelerinin azalmasına yol açsa da turizm hareketinin küreselleşmesi ve turizm hareketinin yaygınlaşması İkinci Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında olur. Savaş sonrası dönemde askeri amaçlarla kullanılan ulaşım araçlarının sivil halkın kullanımına sunulması ve savaş ekonomisinin getirdiği yükün ortadan kalkması özellikle Avrupa'da seyahat hareketini artırmıştır. Aynı dönemlerde Avrupa'da yaşanan ekonomik ve siyasal bütünleşmeler sınır formalitelerinin kalkmasına ve insanların bürokrasiyle uğraşmadan rahat bir şekilde seyahat etmelerini sağlamıştır. 1980 ve sonrası döneme bakıldığında, dünya turizmi için önemli bir aşama olan küreselleşmenin hız kazandığı görülmektedir. Endüstriyel kapitalizmin bir sonraki düzeyi olan küreselleşme, batı dışında kalan ülkelerde de sanayileşme hareketini hızlandırmıştır. Sanayileşme hareketinin hızlanmaya birlikte, bu ülkelerde de sayısı hızla artan işçi sınıfı, turizm hareketine katılmaya başlamıştır (Tuna, 2017, s. 3).

Turizm üzerine çalışmalar yapan ilk sosyologlar Cohen (1979) ve MacCannell (1999) turizmi; kendilerini modern olarak tanımlayan grubun, modernliğin yabancılaştırıcı ve rasyonel etkisinden kaçmak olarak ele almışlardır. Ancak küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bu bakış değişmiş turizmin modern hayattan kaçışı değil, modern hayata katılma yollarından biri olduğu vurgulanmıştır (Franklin, 2003). Turist Bakışı kitabında Urry (2009, s. 18), turist olmanın modernlikle eşdeğer olduğunu ve bugün güzel bir ev veya arabaya sahip olmamakla turist olamamanın aynı şey olduğunu vurgulamıştır.

Akademik çalışmaların birçoğunda turizm yalnızca teknik ve örgütsel açılardan alınmaktadır (Başdaner, 2018, s. 6). Ancak, turizm kavramıyla anlatılmak istenen uygulamaların tam anlamıyla anlaşılabilmesi için bu uygulamaların sembolik yönünü vurgulamak gerekir (Wang, 2000). Turizm olayı temel olarak, turistler ve yerel halk arasındaki ilişkilerden doğan ve bu ilişki neticesinde yaşanan deneyim, turizm hareketinin en önemli kısmını teşkil etmektedir (Smith, 1989; Avcıkurt, 2017, s. 109). Araştırmalarda ev sahibi ve turist arasındaki ilişkileri belirleyen dört faktör belirlenmiştir. Bu faktörler, geçici ve zamansal faktörler (iki tarafın yerine getirdiği roller), mekânsal faktörler (fiziksel ve sosyal mesafe ayrıca, sosyal kurallar), iletişim (farklı dil ve beden kullanımları) ve kültürel faktörlerdir (tutumlar, değer yargıları vb.) (Reisinger ve Turner, 2003, s. 43). Bu noktada atlanmaması ve altının çizilmesi gereken diğer bir nokta ise turistlerin hangi amaçlarla olursa olsun gittikleri destinasyonlara ilişkin sahip oldukları imajlardır (MacCannell, 1999). Nihayetinde turizmi olayını meydana getiren iki ana grup arasında belirli bir iletişim ve etkileşimin gerçekleşmesi için ev sahibi tarafın fiziksel olarak hazırlanmasının yanında sembolik olarak da turistlere göre hazırlanması gerekmektedir (Wang, 2000). Bu önermeden hareketle turizmin ancak, turistlerin sahip olduğu imajların, ev sahipleri tarafından karşılanmasıyla devam edeceği ifade edilebilir. Bu durum ancak turizme özgü duyma, düşünme ve harekete geçmekle gerçekleşecektir (Başdaner, 2018, s. 7). Kısaca turizm hareketi, sosyolojinin temel konusu olan toplumsal ilişkiler içinde gerçekleşen ve toplumdan bağımsız bir şekilde düşünülemeyecek bir harekettir.

Sosyoloji disiplinin bir alt disiplini olarak görülen turizm sosyolojisi, turizmin kitlesel olarak katılan bir harekete dönüşmesinden sonra ilk olarak Almanya’da Robert Glücksmann tarafından ele alınmıştır. Robert Glücksmann turizmin kapsamı iş veya seyahatle sınırlamayıp, bireyler arasındaki ilişkileri de göz önüne alan bir bakış açısı geliştirir. Sosyoloji genel anlamda toplumsal davranışları ve bu davranışların dinamiklerini araştırma konusu yaparken; turizm sosyolojisi ise turizm toplumsal etkilerini, yerel halkla turist arasındaki ilişkiyi ve turizm davranışını araştırma konusu olarak belirler (Tuna, 2017, s. 9). Ancak turizm sosyolojisi üzerine yapılan çalışmalar 1980’li yıllara kadar sınırlı kalmıştır (Tataroğlu, 2006, s. 31; Cohen, 2004, s. 1; Sharpley, 1999, s. 20; Lanquar, 1991, s. 9). Sosyologları turizm alanında çalışmaya iten nedenlerden bir tanesi de turizm hareketinin 1960’lı yıllardan sonra, bazı bireylere veya ayrıcalıklı gruplara özgü olmasından sıyrılıp, kitlesel bir hareket olmasıdır (Avcıkurt,

2017, s. 14 - 19; Doğan, 2004, s. 1; Güler, 1978, s. 10). Sharpley (1999, s. 4 -31), sosyolojinin toplumu anlamaya çalıştığını, turizm hareketinin temelinde ise birey ve toplumun olması nedeniyle turizm araştırmalarının sosyolojiden ayrı düşünülmemesi gerektiğini belirtmiştir.

Yabancılık duygusundan hareket ederek birey ve toplum üzerinden turizmi sosyolojik olarak ele alan Berber (2003, s. 207) turisti, ister ülke içinde gerçekleştirdiği seyahatlerde isterse ülke dışına yaptığı seyahatlerde bulunduğu bölgeye yabancı insan olarak nitelemiştir. Bu yabancılık duygusunu duyma derecesi ise gittiği bölgedeki toplumun sosyal ve kültürel yapısının yoğunluğuna göre azalıp veya artmaktadır. Turistin gittiği bölgede birden fazla etkileşimde bulunması ise yer yer yabancılık duygusunu yoğun olarak yaşamasına neden olur. Berber (2003, s. 207), bu yabancılık duygusunun kesin olarak silinip atılamayacağını altını çizmiştir. Bu nedenle de turistin, beklentilerini tatmin etmek için gideceği bölgeleri seçerken yabancılık duygusunu en az hissedeceği bölgeyi tercih edeceğini belirtmiştir. Berber'in bu bakış açısından hareketle, turizmin gerek yerel halk üzerinde gerekse dışarıdan gelen turist üzerinde sosyo-kültürel etkiler yarattığını, bu etkilerin toplumsal ilişkilerde değişim ve/veya dönüşümlere yol açtığını düşünebilir. Bu ilişkilerin ancak, sosyolojik bir bakış açısıyla ele alınabileceğini düşünmekte yanlış olmayacaktır. Bu sosyolojik bakış, ilişkisel sosyoloji ekseninde değerlendirildiğinde, Smith (1989) turizmin, turistler ve ev sahipleri arasında geçen ilişki olarak kabul etmektedir. Bourdieu'nun sermaye, habitus ve alan üçlüsüyle ele alındığında ise turizm, turistlerin turizm hareketi içindeki temsilleri ve pratikleri kendilerinin inşa ettiğini ancak, bu inşada yer alan kategorileri kendilerinin tercih etmediği anlaşılır. Özetle bu kategoriler turistlere -kültürel ve ekonomik taraflardan ele alındığında- turizm endüstrisi tarafından verilir. Bu nedenle turistlerle, yerel halkın ilişkisinin bir güç (iktidar) ilişkisi açısından da ele alınabileceği bakış açısı da vardır (Başdaner, 2018, s. 20).

Tarihin belirli dönemlerinde turizm hareketine katılım yalnızca belirli bireysel veya toplumsal gruplara özgüydü. Ancak sosyoloji alanyazınında sanayi, refah veya çağdaş toplum olarak nitelenen günümüz toplumlarında turizm belirli sınıf veya zümreler ait olmaktan çıkıp, toplumun tümüne yayılmıştır. Böylece turizm ve sosyolojinin bir araya gelmesi ve turizmin sosyolojik etkilerinin ölçülmesi önemli konulardan biri olmuştur.

2.1.1. Turizm Hareketi

Hareketlilik, yer değişimini ve devinimi tanımlamaktadır. Sanayileşmeyle birlikte toplumun tüm kesimleri güvenli, konforlu ve ucuz seyahat edebilme olanağına kavuşmuştur. Sanayi devriminin hem ulaşımı belirli bir seviyeye çıkarması hem de sanayileşmenin getirdiğı kentleşme, çevre problemleri, çalışma hayatının zorlukları gibi nedenler, bireylerde bulundukları ortamı değiştirme isteği uyandırmış, turizmi bireyler için gittikçe artan bir gereksinim haline getirmiştir (Bozyer, 2017, s. 410). Ancak turizmin uluslararası bir boyut kazanarak, kitleselleşmesi İkinci Dünya Savaşı'ndan sonrasında gerçekleşmiştir. 1950-1960 yılları arasında Avrupa ülkeleri içinde kitle turizmi yaygınlaşmaya başlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle maliyetler düşmüş, turizm talebi yoğunlaşmış ve bu durum ölçek ekonomisine yol açtığından maliyetlerin daha da düşmesine yol açmıştır. Böylece seyahat acentaları veya tur operatörleri ortaya çıkmış, ulaşımı, konaklamayı ve eğlenceyi bir araya getirerek paket turlar oluşturmuştur. Paket turlar geniş kitlelere ucuz tatil olanağı sunmuştur (Akış-Roney, 2011, s. 18-19; Shaw ve Williams, 1994, s. 174-185). Kitle turizmi, standart bir ürünün üretimi üzerine odaklanmış, uzman makinelerin kullanıldığı ve yüksek maliyetli yatırımlar gerektiren Fordist bir üretim biçiminin turizme yansımasıdır. Burada kitlesel tüketim malları, kitlesel olarak üretilirken; turistlerinde devamlı olarak harcama yapmaları beklenir. Kısaca az sayıda tur operatörü (üretici) bütün pazarı elinde tuttuğundan bu pazarda üretici değil tüketici egemenliği vardır (Urry, 1990). Tur operatörleri veya seyahat düzenleyicileri kitlesel turizmi deniz-kum-güneş ekseninde hareket etmeye yöneltmiş ve böylece dinlenme merkezlerine olan ilgi hep yüksek düzeyde kalmıştır. Bu turizm türünün turist kabul eden bölge üzerindeki olumsuz etkileri 20. yüzyılın sonlarından itibaren turizm ilgilileri tarafından tartışılmaya başlanmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 56). Bu noktada tezin bir önceki bölümünde değinilen gerek turist-yerel halk gerek yerel halk-tur operatörü gerekse turist-tur operatörü arasındaki güç (iktidar) ilişkisi yine gündeme gelmektedir. Güç ilişkisini bağımlılık kuramı kapsamında ele alan Britton (1982) turizmin gelişimi, ekonomik kalkınma ve politik faktörleri değerlendirmiştir. Araştırmacı, turizmin gelişmekte olan ülkelerin batılı ülkelerin ekonomileriyle bütünleşme olanağı verdiğini ifade etmiştir. Ancak Britton aynı çalışmasında, gelişmekte olan ülkelerin kaynaklarının batı tarafından sömürüldüğüne, ülke kaynaklarının yabancı ülke yatırımcıları tarafından turistin çıkarlarına uygun şekilde tüketildiğine dikkati çekmektedir. Araştırmacı bu tespitinden sonra ekonomik açıdan hiyerarşik yapıyı bir

piramit şeklinde tanımlar. Piramidin en tepesinde gelişmiş ülkeler ait uluslararası tur operatörleri, konaklama ve ulaştırma şirketlerinin merkez ofisleri yer alır. Piramidin orta kısmında az gelişmiş turizm destinasyonlarında yer alan uluslararası şirketlerin şubeleri ile bu şubelerle çalışan ulusal şirketler vardır. Piramidin en alt kesiminde ise orta katmanda yer alan şirketlere bağımlı olan yalnızca söz konusu turizm destinasyonunda faaliyet gösteren küçük şirketler vardır. Britton'un bu bakış açısını paylaşan Khan (1997), Brohman (1996) ve Lea (1988) turizm sektöründe uluslararası şirketlerin turizm pastasından en büyük dilimleri aldığını savunur. Bu nedenle yerel halk, turizm ile ilgili alınacak kararlara sınırlı olarak katılabildiği için kitle turizmine karşı çıkar.

Kitle turizminden daha küçük ölçekli turist gruplarına sunulan tatil biçimleri de Fordizmden – Post Fordizme geçişle tanımlanabilir. Bu süreci başlatan en önemli gelişmelerden ilki 1970 ekonomik krizini atlama için gerçekleştirilen ekonomik yapılanmadır. İkinci en önemli gelişme ise aynı döneme denk gelen bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmedir. Bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, hammadde ve iş gücüne duyulan gereksinim azalmıştır. Kısaca bilişim teknolojisi stok yapmayı, bu stokları kontrol etmeyi kolaylaştırdığından parça başı maliyetler oldukça düşmüştür. Böylece standart üretim gerekli olan standart istihdamın yerini esnek istihdam almıştır. Fordist dönemdeki kitle üretim yöntemi yerini Post Fordist dönemde parça ve küme üretimine bırakmıştır. Bu üretim biçimiyle mallar küçük kümeler halinde daha ucuza imal edilmeye başlanmıştır. Bu tür esnek üretimler, kısa sürede tüketilip, atılacak ürünlerin piyasaya sunulacağı niş pazarların oluşmasına yol açmıştır. Bireyci düşünce ve davranışların arttığı bu zaman diliminde ucuz paket turların yerine, kültür, macera ve kırsal turizm gibi alternatif turizm türleri yaratılmıştır (Akış-Roney, 2011, s. 20-21; Allen, 1992). Böylece turizmin toplumsal etkisi giderek artmaya başlamıştır.

Turizm hareketi giderek büyük bir hızla yaygınlaşarak en önemli toplumsal olgulardan biri olmuştur. Bireylerin dinlenmek, eğlenmek, yeni deneyimler elde etmek, yeni kültürler, mekânlar keşfetmek istemesi sonucunda gerek ülke içinde gerekse ülke dışına turizm hareketi gerçekleşmekte ve bu hareket toplumsal yaşamda önemli değişim ve dönüşümlere neden olmaktadır (Doğan, 2004, s. 1). Ekonomik açıdan ülke ekonomilerine önemli katkılar yaptığı için “Bacasız sanayi” olarak tanımlanan turizm hareketi özellikle, az gelişmiş ülkelerin turizm alanına yoğun yatırımlar yapmasına neden olmaktadır. Turizm ayrıca, toplumsal bir hareketlilik yarattığından farklı kültürleri de bir

araya getirmekte ve bu özelliği neticesinde de yalnızca ekonomik değil, sosyal, kültürel ve siyasal ilişkilerin kurulmasına da ön ayak olmaktadır (Ürger, 1993, s. 5). Hatta bu noktada turizm hareketi toplumsal yaşamın ve toplumsal yapının üzerinde de önemli değişikliklere yol açmaktadır. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonların yaşam biçimlerinden etkilenebildiği gibi yerel halk da turistlerin yaşam biçiminden etkilenebilmektedir. Bazı durumlarda yerel halk kendi yaşayış biçimini turistlerin yaşam biçimine uydurmaktadır (Doğan, 2004, s. 1).

2.1.2. Turizm ve Toplumsal Yapı

Toplum şans eseri bir araya gelen bireylerin oluşturduğu bir toplam değildir. Toplum, bireylerin aralarında tarihi, ekonomik, sosyo-kültürel ilişkileri içeren, ortak kavrama ve davranış biçimlerine sahip olan bireylerin oluşturduğu bir bütündür (Kalaycıoğlu, 2011, s. 5). Bir toplumun yapısını anlamak için o toplumun bireylerinin geliştirdiği ilişkilerin analitik olarak incelenmesi gerekmektedir (Baumann ve May 2001; Berger, 1963). Bu noktada toplumsal ilişkiler göz önüne alındığında var olan kültür öğelerinin ve değerlerin bu ilişkilerden etkilendiği söylenebilir (Fulcher ve Scott, 1999). Buradan hareketle farklı kültür ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı turizm hareketi içinde de toplumsal yapı bu ilişkilerden etkilenebilmektedir.

Toplumsal yapı kavramını biraz daha açmak gerekirse, toplumsal anlamda yapı; ögeler arasında bağımlılık ilişkilerini kapsayan bir bütündür. Bu kapsamda toplumsal yapı, toplum içinde gerçekleşen sosyal ilişkiler ve ilişkilerin meydana getirdiği etkileşimlerden meydana gelen bir bütün olarak açıklanabilir. Sosyal yapıyı oluşturan ana unsur bireyler değil, bireyler arasındaki roller (öğretmen – öğrenci, hizmet sunan – hizmet alan, turist – rehber vb.) ve sosyal örgütlenmelerdir (Nirun, 1994, s. 7). Giddens (2008) toplumsal yapıyı bir binanın temeline benzeterek, binayı bir arada tutan iskelet olarak tanımlamıştır. Frisby (2002, s. 27), Georg Simmel üzerine yazdığı kitabında; tarihin belirli dönemlerinde insanların, benzer dürtülerle hareket ettiğini ve söz konusu dürtülerin ortaya çıkardığı gereksinimlerin, birtakım toplumsal yapılar ortaya çıkararak giderildiğini belirtir. Ancak tarihin farklı zamanlarında bu sürecin farklı toplumsal yapılar içinde gerçekleştiğini de ifade eder. Ancak bu toplumsal yapılarda asıl açıklanması gereken noktanın toplum olmadığını, insanların arasındaki ilişkiselliğin bir ifade bulma ve gerçekleşme biçimi olduğunu anlatır (Aslan, 2016, s. 204). Toplumsal yapı kavramı, toplum içinde gerçekleşen her bir olayın gözlemlenmesine, açıklanmasına ve analiz

edilmesine yardımcı olan bir araç olduğu için sosyal bilimler açısından önem taşımaktadır (Billington, Hockey ve Strawbridge, 1998, s. 25).

Turizmle toplumsal yapı arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilk olarak toplumsal değişme kavramı ile karşılaşılmaktadır. Toplumsal değişme, önceki toplumun üretim biçimlerinde, kurumlarında, değerlerinde ve yaşam biçiminde meydana gelen farklılıkları içermektedir. Bu değişme toplumsal yapıda gerçekleşen nitelik açısından yaşanan farklılaşmadır. Doğada yer alan her şey gibi toplumlarında sürekli hareketlilik ve değişim içinde olmaları kaçınılmazdır. Bu değişimi ve hareketliliği artıran en önemli toplumsal olaylardan biri de turizmdir. Turizm özellikle 1960'lı yıllardan sonra sosyo-kültürel etkiler yaratan ekonomik bir olaydır. İnşaat, ulaşım, iletişim, tarım, gıda sanayi ve lojistik sektörleriyle birlikte önemli ekonomik getiriler sağlarken aynı zamanda toplumsal yapıda da önemli değişimlere neden olmaktadır (Borgatta ve Montgomery 2000, s. 3165-3171). Turizm olayının toplumsal yapı üzerinde yarattığı değişim, küresel bazda ve hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu nedenle turizm olgusu hem turist hem de turist karşılayan yerel halk üzerinde hızlı bir değişime yol açabilmektedir. Turizm hareketine katılarak turist sıfatı kazanan birey, sürekli yaşadığı yerin örgüsünden çıkarak farklı bir atmosferin kültürel ve sosyal etkisine girmektedir. Bu değişim içine giren turist bireysel bağlamda sosyal ve kültürel bir değişim yaşarken, aynı zamanda yerel halkın da kültürel, sosyal ve ekonomik kalıplarının değişmesine neden olmaktadır (Oktik, 2001, s. 1). Toplumsal değişmeye yol açan diğer olguların yanında turizm, toplumsal değişim sürecinin başlamasında, sürdürülmesinde ve toplumun dışa açılmasında yarattığı etkiyi çok hızlı ve çok yönlü olarak gösteren “asli etmen” olmaktadır (Eralp, 1974, s. 6'dan aktaran, (Bozyer, 2017, s. 414). Ayrıca, turizm sektörü açısından bakıldığında, sosyal çevrede gelişen ilişkilerin etkisi de oldukça önemlidir. Sosyal yapının kabul etmeyeceği, tolerans göstermeyeceği olaylar, yöre turizminin yaşamını da sona erdirebilmektedir (Civelek, 2010, s. 333)

2.2. Turizm Sosyolojisinin Teorik Yaklaşımları

Bir sosyolog tarafından turizm sosyolojisine yönelik ilk çalışmalar 1935 yılında Alman Robert Glöcksmann tarafından yapılmıştır (Tuna, 2017, s. 9). Ancak sosyolojik açıdan turizmle ilgili teorilerin ortaya çıkması 1970'li yıllardan sonra olmuştur. Doğrudan turizme yönelik olmasa da ilk nesil sosyologlar arasında Georg Simmel ismi bir istisna olarak durmaktadır. Simmel'in çalışmalarında turizm sosyolojisine temel oluşturacak

birtakım bilgiler bulmak olasıdır (Franklin, 2009). Bu nedenle Simmel'in göç, seyahat ve mekân gibi turizmle ilgili olgularına değinmek gerekmektedir. Özellikle Simmel'in mekâna ve mekânın toplumsal yapısına ve öncü turist sayılabilecek maceracı, gezgin ve yabancı kavramları üzerindeki tanımlarına bakmak gerekmektedir. Bu noktada Başdaner'in çalışmasında verilen sosyologların çıkarımlarına ek olarak Cohen'in çıkarımlarına da yer verilmiştir (2018, s. 23).

2.2.1. Simmel – Bir Yerden Başka Bir Yere Hareket Etmek (Gezginlik)

Araştırmanında üzerine kurulmak istendiği ilişkisel sosyoloji bakış açısıyla paralel olarak Georg Simmel'in sosyolojik bakışında da toplumu tözleştiren bakış açısından kaçınılır. Simmel toplumu anlamak için toplumu oluşturan etkileşimler, ilişkiler ve süreçler üzerine odaklanır (Frisby, 2012, s. 17). Simmel'in toplum kavramına bakış açısı, karşılıklı etkileşimlerin yaşandığı ve bu karşılıklı etkileşimlerin bütün bir sistemi oluşturan dinamik bir süreç olduğu üzerinedir. Simmel'e göre toplum karşılıklı etkileşimle birbirine bağlanan bireylerden meydana gelmektedir (Swingewood, 1998, s. 164-165).

Simmel'e (2009) göre mekân, şeyler ve süreçler üzerinde etkilidir. Simmel, eğer bir toplum belirli bir mekânsal sınır içinde ve diğer gruplarla/toplumlarla temas etmeden yaşarsa, bu toplum sahip olduğu mekânları kendi varoluşları çerçevesinde dolduracaktır ayrıca, birbirleriyle etkileşime geçmeyen gruplar arasında kalan mekânlar ise sosyolojik açıdan boştur. Diğer taraftan Simmel, söz konusu gruplar arasında etkileşimin başladığı anda, arada kalan boş mekânların canlanacağını vurgular. Böylece karşılıklı etkileşimden önce boş ve anlamsız olan mekânların, etkileşimle beraber hareketlendiği ifade eder (Simmel, 2009a, s. 545). Benzer bir mekânsal hareketlenme turizm hareketi içinde de görülebilmektedir. Yaşadıkları bölgeye dışarıdan ziyaretçi gelmeden önce mekânları kendi varoluşuyla dolduran yerel halk, bölgeye turist geldikten sonra aynı mekânlarda daha farklı ve daha karmaşık etkileşimler göstermeye başlamaktadır.

Simmel yerleşikliği ve göçebeliği de mekân üzerinden açıklar. Simmel'in bakışında yerleşik olmanın özünü belirli bir mekân veya noktaya sabitlemek oluşturur. Göçebeliği ise hiçbir mekâna bağlı kalmayan yerleşikliğin karşıtı olan süresiz bir gezginlik olarak tanımlar (Simmel, 2009, s. 588). Simmel ayrıca, "The Adventurer (1908)" (serüvenci) ve "The Stranger (1910)" (yabancı) başlıklarını taşıyan yazılarında, filozofun hareketini ele alır ve toplumsal kuramın belkemiği olarak toplumsal deneyimin önemini vurgular.

Buradan hareketle kentsel ve mekânsal bağlamda ortaya çıkan bu hareket, araştırmacı için gerekli bir eylemdir (Borden, 1997, s. 314). Bir seyahate çıkan yabancıların gereksiz samimiyeti Simmel'e göre mekânsallarmış bir modernitenin ürünleridir (Simmel, 1997, s. 137). Mekânın son görünümü bir noktadan, bir başka noktaya hareket etmektir. Simmel kısaca, mekânın son görünümü olan mekâna iki açıdan bakar. Bu hareketlerden ilki bireylerin göç hareketleri gibi toplu bir biçimde yaptığı yolculuklardır. İkinci hareket ise serüvenci ve yabancı olarak adlandırdığı grup içindeki bireylerin hareketleridir (Simmel, 2009a s. 587).

Öncelikle Simmel'in yabancı nitelemesine bakıldığında “yabancı” kavramını bugün gelip yarın giden gezgin gibi değil, bugün gelip yarın da kalan birey olarak tanımladığı görülmektedir. Yabancı, belirli bir mekânsal oluşum içinde veya sınırları mekâna benzeyen bir grup içinde sabitlenmiştir. Ancak yabancı en başından itibaren mekâna veya grup ait olamaması nedeniyle, sürekli olarak ait olamayacağı niteliklerin etkisi altındadır. Bu durumda yabancı, grubun hem içinde hem dışındadır. Yabancı, ekonomik faaliyetlerde devreye tüccar olarak girer. Üretilen ürünlerin kendi içinde değiş tokuş edildiği kapalı bir grupta bir aracıya gereksinim yoktur. Ancak söz konusu grup kendi dışında üretilmiş herhangi bir ürüne gereksinim duyduğunda ya kendi içinden yabancı bölgelere giden birine gereksinim duyar (bu durumda kendi içlerindeki araçıda diğer bölgede yabancı durumuna düşecektir) ya da aracının/tüccarın yabancı olması gerekmektedir (Simmel, 2009b, s. 149-150).

Bir grup içinde yer alan yabancıya grup içinden bakıldığında yabancıнын toprak sahibi olmadığı, bakış açısı hâkimdir. Yabancı ticaret ve ticaretin getirdiği mali işlerle meşgul olduğundan kendine bir hareketlilik niteliği kazandırır. Bir grup içindeki yabancıнын bu hareketlilik görüntüsü, yabancıнын grup içindeki resmî konumunu oluşturan, uzaklık ve yakınlık sentezine neden olur. Yabancı, grup içindeki her bireyle zaman içinde ayrı ayrı temas kurar. Ancak yabancı bu bireylerle yerleşik akrabalık ve yerel bağlarla organik olarak bağlı değildir. Bu bağlı olmama durumu yabancıya nesnellik ve özgürlük kazandırmaktadır. Nesnellikle ilgili bir fenomen de çoğunlukla gelip geçici yabancılarla kurulan ilişkilerde görülür. Bu geçici yabancıya herkesten saklanan konular hakkında (bazen günah çıkarmaya benzeyen) itiraflarda bulunulur. Bu durum hem yabancıнын gelip geçici olmasından hem de olayları değerlendirirken, grup içindekilerle organik bağı olmadığından olaylara kuş bakışı bakabileceği düşüncesinden kaynaklanır. Diğer grup

üyeleriyle organik bağı olmayan yabancı, olaylar karşısında nesnelliğini koruyabilecektir (Simmel, 2009b, s. 149-150).

Genel olarak değerlendirildiğinde, yabancı gruba organik olarak bağlı olmasa da grubun asli unsurlarından birisidir. Yakınlık ve uzaklık ilişkisi içinde ele alındığında, yabancının bulunduğu konum hem grubun içinde hem de grubun dışında yer alan bir niteleme olduğunu göstermektedir (Simmel, 2009b, s. 149-150). Bu durumun tipik örnekleri hem bireysel bazda hem de sektörel bazda turizm hareketi içinde de görülebilmektedir. Kapalı bir bölgeye gelen turistin (yabancının) grup içine kabul edilmesi ve organik bağ kurması olası değildir. Turizm hareketine katılan birey turizm bölgesinde kendisini hem yerli hem de yabancı olarak hissetmektedir. Ayrıca, Turizm alanında turistlerin, turistik bölgeye olan düşünceleri daha çok destinasyon aidiyeti üzerinden saptanmaya çalışılmıştır (Chubchuwong ve Speece, 2016; Zenker ve Rutter, 2014; Veasna vd., 2013; Alexandris vd, 2006). Turizm hareketine sektörel olarak bakıldığında ise turizm hareketini organize eden kurum ve kuruluşların tamamına yakını Simmel'in tanımıyla "yabancı"lardır. Bu nedenle yabancı işletmeler herhangi bir turizm destinasyonunu seçerken, o bölge hakkında nesnel tercihlerde ve isteklerde bulunabilmektedirler. Bu nedenle Simmel'in yabancı nitelemesi her ne kadar turizm sektörünü kapsayacak nitelikte yapılmassa da (Simmel'in 1858'de doğduğu, 1918'de öldüğü göz önüne alındığında modern turizme şahitlik edememiştir) günümüzde "yabancı"larla en çok karşılaşılabilinen sektörlerden birinin turizm sektörü olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Simmel'in yabancı tiplemesi dışında turizm açısından ele alınabilecek diğer bir tip ise "maceracı"dır. Simmel "maceracı"yı mekân üzerinden değil, zaman ve deneyim üzerinden tanımlamıştır. Macera kavramı, yaşamın sürekliliğinin dışına çıkılmasıdır. Başka bir ifadeyle macera, yaşamın monotonluğunun, düğümlerinin, akışının ve tek düze olması hissinin tam zıttıdır. Birey tarafından hatırlanan bir maceranın bireyin duygusal dünyasındaki yeri, bir rüya niteliğindedir. Bu durumun en önemli nedeni rüyaları bir bütün olarak hayatın anlamlı kılınan kısmından ayrı tutulmasıdır. 'Rüya gibi' tabirinin kullanılması da bu nedenledir. Birey yaşadığı bir maceranın, hayatın bütününün dışında kaldığını ve sıradan deneyimlerden daha farklı bir duyguyu yaşattığını kastettiğinde "rüya gibi" tabirini kullanır. Bir macera ne kadar farklı ise ne kadar "maceralı" ise birey hafızasında o kadar "rüya gibi" niteliğine bürünmektedir. Macera, bireye yabancı,

dokunulmaz ve olağandışı gelen bir durumda ve süreklilikten bahsedilmediği zamanlarda ortaya çıkar (Simmel, 2009b, s. 186-187). “Macera” kavramını turizm hareketi içinde ele alındığında benzer bir durum turistin iyi bir tatil geçirmesinden sonrada ortaya çıkmaktadır. Bireyler iyi geçen tatillerini “rüya gibi geçti” tabiriyle çevresine aktarmaktadırlar.

Maceracı ve sanatçı arasında bağı Simmel, sanatçının bir sanat eserinin özünü, yaşamın devamlılığı içinden çekip çıkardığını, sanatında işlediği o anın yaşamdaki bağlarından koparttığını ve yeni bir iç çekirdek etrafında şekil vermesiyle açıklar. Tam bu noktada birey hem bir sanat eserine baktığında hem de bir macera içindeyken hayatın bütününe kavradığını ve tamamına erdiği hissini yaşar, ancak bu his hem sanat eserinden hem de maceranın temasından bağımsız bir histir. Bu nedenle Simmel, maceracıyı yaşayan insanın bir uç örneği olarak tanımlar.¹ Simmel bu durumu “maceracı ve kumarbaz” benzetmesiyle açıklar. Simmel, kumarbaz bireyin kendisini şans denilen kavramın kaderine bıraktığını söyler. Başka bir deyişle birey rastlantısal bazı faktörlerin kendisinin yanında olacağına inanmaktadır. Kumarbazla maceracının ortak noktası da bireyler tarafından bu rastlantısal olaylara bir anlam yüklenmesi ve bu rastlantısal olaylar etrafından yaşanan deneyimdir (Simmel, 2009b, s. 188-189). Turizm hareketi içinde “maceracı” değerlendirildiğinde, her turistin “maceracı” adayı olduğunu söylenebilir. Sürekli yaşadığı yer dışına çıkmış ve rutininden ayrılmış olan turistin, çeşitli rastlantılar sonucunda farklı deneyimler yaşayabileceği düşünülebilir. Turizm alanında yapılmış çalışmalara bakıldığında da turist tipolojileri arasında “maceracı” tipolojisini de görmekteyiz (Sarigöllü ve Huang, 2005; Perreault, Darden ve Darden, 1977; Plog, 1974). Maceracı turist tipi Perreault, Darden ve Darden (1977) tarafından, iyi bir eğitim almış varlıklı ve macera ağırlıklı seyahatleri tercih eden turist tipi olarak tanımlanmıştır. Plog ise (1974) maceracı tip için ilk olarak “alosentrikler” kavramını kullanmıştır. Daha sonra ise bu kavramı “maceracılar (venturer)” olarak değiştirmiştir. Plog bu turist tipini seyahatlerinde macera arayan, risk almayı seven ve henüz keşfedilmemiş turizm bölgelerine bireysel seyahat eden bireyler olarak tanımlamıştır.

¹Simmel bu durum için Casanova örneğini vermektedir. Casanova’nın anılarından anlaşılacağı üzere Casanova âşık olduğu kadınlarla sık sık evlenmek istemiştir. Casanova’yı hem mizacı hem de hayata bakışı içinde değerlendirildiğinde bundan daha olanaksız bir şey düşünülemez. Casanova kendisini evliliğe iki hafta bile dayanamayacak bir kişilikte bulsa bile yaşadığı anların etkisiyle, olanaksız olan bir gelecek ilişkisine adım atmak istemektedir. İşte bu durum Casanova’nın olağan yaşantısının dışında “maceracı” tiplemesinin içinde kalan bir istektir.

Sonuç olarak turizm sosyolojisi açısından değerlendirildiğinde Simmel’in çalışmalarının doğrudan turizmle ilgili olduğu söylenemez. Hatta yabancı ve maceracı bir turist tipolojisi de değildir ancak, turistle bu tipolojiler arasında benzerlik olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle turizm sosyolojisiyle ilgili ilk çalışmaların temeli Simmel’in çalışmalarıyla oluşturulmuştur. Ancak, turizm sosyolojisi alanına doğrudan etki eden ilk alışma Dean MacCannell’in, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* kitabıdır. İkinci alışma ise John Urry’nin, *The Tourist Gaze* kitabıdır. Bu iki kitap ilk turizm sosyolojisi kitapları olarak görülmektedir (Başdaner, 2018, s. 35; Franklin, 2009, s. 69).

2.2.2. Dean MacCanell: Sahnelenmiş Otantiklik

MacCannell turisti, orta sınıfta yer alan ve yeni yerler görme isteğiyle harekete geçen bireyler olarak tanımlar. Bu nitelikler neticesinde de bireyler tarafından elde edilen deneyimleri analiz eder (MacCannell, 1999, s. 1-2). MacCannell turistin yaşadığı deneyimleri ve bu deneyimlerin toplumsal sonuçlarını analiz ederken Marx, Simmel, Goffman, Veblen gibi sosyal bilimcilerin bakış açılarından ve teorilerinden yararlanır. Dolayısıyla bu sosyal bilimcilerin görüşlerini de içeren eklektik bir sonuç ortaya koyar (Başdaner, 2018, s. 35).

MacCannell “*The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (ilk basım 1976, ikinci basım 1999)” kitabında sahnelenmiş otantiklik fikrini tüm ayrıntılarına kadar anlatmıştır. Sahnelenmiş otantiklik fikrinin olgunlaşmasında yararlandığı ilk düşünür Karl Marx’dır. MacCannell, Marx’ın temel bir formülünden yola çıkmıştır. Bu formülde Marx, “değer, metanın üretiminde gereksinim duyulan emek miktarıyla eşittir” der, bu bakış açısını yorumlayan MacCannell (1999) metaların, çeşitli değişimlere uğraması sonucunda farklı değişim değerleri aldığını vurgular. MacCanell, bu değişim değerinin doğal olmadığının altını çizerek metaların sembolik analizinin yapılabileceğini ifade eder. Burada üzerinde durulması gereken nokta ise sanayi endüstrisi dönemindeki toplumla, sanayi endüstrisi sonrasındaki toplumu değerlendirirken iki dönemdeki metalar arasında fark oluşudur. Biraz daha açmak gerekirse çeşitli kurslar, geziler, gösteriler, konferanslar, etkinlikler ve sahne sanatları gibi farklı aktivitelerin değerleri kesinlikle üretimleri için gerekli olan emek miktarları tarafından belirlenmemektedir. Bütün bu unsurların değerleri vaat ettikleri deneyim kalitesi sonucunun vücut bulmuş halidir. Bazı eski tür metalar/mallar (TV, kamera, spor araba, elektrogitar vb.) ise modern toplumda bir değer sunma

kapasitesine sahip olduğu için bireyler tarafından satın alınmaya devam edilmektedir (MacCannell, 1999, s. 22-23). Bu bağlamda turistik açıdan bakıldığında MacCannell’a göre en önemli değer tüketimi “kültürel deneyim”dir. Kültürel deneyimin bir alt türü ise turistik deneyimdir. Turistik deneyim içinde üretilen değerleri ve sembolleri tüketen grup ise turistlerdir. (MacCannell, 1999, s. 19-29).

MacCannell’ın sahnelenmiş otantiklik kavramını kullanırken etkilendiği ikinci düşünür, Erving Goffman’dır. MacCannell, Goffman’ın bireylerin kamusal alanda gerçekleştirdiği yüz yüze etkileşimleri hakkındaki görüşlerinden etkilenmiştir. Goffman bireylerin kamusal alanda gerçekleştirdiği etkileşimleri bir ritüele benzetir. Bu saptamayı turizm kapsamında değerlendiren MacCannell (1999), turistlerin belirli destinasyonları görme noktasında hem fikir olmasını bir tür ritüelleşme olarak görür. Bu duruma örnek vermek gerekirse, bir birey Fransa’ya gidiyor ise Paris’e mutlaka gitmelidir, Paris’e gidecek ise Louvre Müzesi’i ve Eyfel Kulesi’ni muhakkak gezmelidir, Louvre Müzesini geziyor ise kesinlikle Venus de Milo’yu ve Mona Lisa’yı görmelidir. Örnekte olduğu gibi turistin Fransa gezisi bir ritüele dönüşmektedir. Bu tür popüler destinasyonları görmek için milyonlar harcayan turistleri MacCannell “hac yapanlara” benzetmiştir. Çünkü MacCannell’a (1999) göre bu tür destinasyonların turistler için kutsal bir yeri vardır. Turistin ritüel tutumu, seyahat etmenin kendisinden kaynaklanır ve görme mevcudiyetine ulaştığında sonuçlanır (MacCannell, 1999, s. 39-43). MacCannell’ın ritüeller üzerindeki düşüncülerini etkileyen diğer bir sosyolog ise Emile Durkheim’dır. Emile Durkheim ritüellerin, toplum birliğinin dışı vurumu olduğunu vurgular. Ayrıca Durkheim, toplumsal dayanışmayı sağlamayı, toplumsal düzeni sağlayan duyguları canlandırmayı ve kişilerin nesneler huzurunda ne şekilde davranacağını belirleyen bir kuram ortaya koyar (Durkheim, 1976). Bu kuramında kutsal ve dünyevi ayrımını yapan Durkheim “insan düşünce tarihinde bu kadar birbirinden farklılaşmış, bu kadar birbirine zıt iki kategori yoktur” şeklinde kutsal ve dünyevi kavramlarını ifade eder (Gözyayın ve Gülsoy, 2010, s. 8). MacCannell’ın otantik ve otantik olmayan kavramı, Durkheim’in kutsal ve dünyevi kavramlarıyla birlikte ele alındığında, kavramların benzer noktalarda örtüştüğü görülmektedir. Durkheim’in dünyayı kutsal olan ve olmayan gibi ikiye bölmesi ve ritüellerin bu ayrımı sürekli olarak yeniden üretmesi benzer şekilde turistik düşünme tarzında da vardır. Turistlerin ritüelleri turistik destinasyonlardaki çekiciliklere ve otantikliğe saygının sunulduğu davranışlara dönüşür. Kısaca modern hacılar turizm destinasyonlarında otantiklik uğruna kendi ritüellerini geliştirmektedirler (Başdaner,

2018, s. 43). MacCannell’ın sahnelenmiş otantik kavramı genel anlamda, Goffman’ın sosyal kurumları analiz ederek belirlediği, ön ve arka bölgeler olarak adlandırdığı bölgelerden geçer. Bu durumu Goffman şu sözlerle ifade eder; “... *bir performans göz önüne alındığında bir performans sergileyen veya izleyenler için üç bölge ayırt ettik*” der. Yine Goffman, “...*bu üç bölge için performans sergileyenlerin erişebildiği ön ve arka bölge; izleyicilerin erişebildiği ön bölge ve yabancıların her iki bölgeden de ihraç edildiği bölge*” (MacCannell, 1999). Goffman’ın ön ve arka bölge kavramlarına ilişkin açıklamalarına otellerden örnek vermek gerekirse, Otellerin resepsiyonu ve lobisi ön bölgeyi oluştururken, mutfağı, kazan dairesi, çamaşırhanesi gibi bölgeleri arka bölgeyi oluşturmaktadır.

Burada üzerinde durulması gereken bir diğer nokta, otantiklik ve sahnelenmiş otantiklik arasındaki farkın ne olduğudur. Günümüz “modern dünyasında” bireyler yakınında bulunan şeylere ve temsillere olan ilgisini yitirmektedir. Sürekli olarak farklı bölgelerdeki, farklı toplumlardaki yaşamlara öykünmekte ve bu toplumların veya bölgelerin otantik olduğu düşüncesine kapılmaktadır. Bu durum modern çağ öncesinde tam tersi durumdaydı, bu durumun nedeni ise o zamandaki ilişkilerin kalıcı ve sürekli olmasıydı. Modern öncesinde toplumlarda toplumun işleyişi için kişiler arası ilişkiler esastı. Modern toplumla birlikte bu süreklilik ortadan kalktığından kişiler artık sabit özelliklere göre değil, kendilerini inandırıcı bir şekilde diğer insanlara sunmasıyla var olmaktadır. Artık kişiler arası ilişkilerin üstünde kültürel temsillerin yer aldığı bir durum vardır. Kişilerde yaşanan bu değişim otantikliğin yaşanmasında da değişikliklere yol açmıştır. MacCannell (1999) otantik bir destinasyonu otantik hale getirenin yerel halkın yaşayış biçimi olduğunu vurgulamaktadır. Ancak MacCannell göre bu yaşayış bir kez turistin deneyimine sunulduğunda artık o tam manasıyla bir arka bölge veya sahne arkası değildir. Turist bir kere arka bölgeye girdiğinde artık orası bir arka bölge değil, bir ön bölge haline gelen arka bölgedir. MacCannell’da bu durumu sahnelenmiş otantiklik kavramıyla tanımlar (MacCannell, 1999, s. 90-95).

Bu çıkarımlardan hareketle MacCannell’ın turiste bakış açısı ele alındığında, bireyin kendi yaşamına yabancılaştığını bunun sonucunda da birey kendisinin değil ama farklı bölgelerdeki insanların otantik bir hayat sürdüğünü düşünülebilir. Bu otantikliği yaşamak içinde bu bölgelere seyahat etme eğiliminde olduğu ve gittiği destinasyonlarda diğer turistlerin yaptığı gibi kendisine sunulan sahneleri, bölgeleri, merkezleri gezdiğini kısaca

modern hacı olarak belirli ritüelleri yerine getirdiği söylenebilir. Bu ritüeller çerçevesinden bakıldığında turistin saf bir otantiklik yaşamadığını, turizm sektörü üreticilerinin kendisine sunduğu kadarıyla sahnelenmiş bir otantiklik yaşadığı ifade edilebilir.

2.2.3. Erik Cohen: Turistler ve Yerliler

1980 öncesi döneme bakıldığında çok az sayıda çalışmanın turistler ve yerliler arasındaki ilişkinin doğası ve dinamiklerine, insan etkileşimlerine ve algılara odaklandığı dikkat çekmektedir (Knox, 1982; Pearce, 1982, s. 68-96). Ancak turistlerle yerlilerin karşılaşması üzerine yapılan çalışmalar zaman içinde artış göstermiştir. Bu iki grup arasında kurulan ilişkinin asimetrisi üzerine çalışmalar yapılmış ve bu çalışmaların birbirinden farklı sonuçlara işaret etmişlerdir. Sutton (1967) bu asimetrede yerlilerin avantaja sahip olduğunu çünkü turistlerin bölgede daha saf olduklarını ifade etmiştir. Smith (1977, s. 59) ve Pineroba (1977, s. 149) ise turistik bir karşılaşmada yerlilerin çalışmak zorunda olduğunu, ziyaretçilerin ise boş zaman aktivitelerinde olduğunu vurgulayarak kurulan ilişkiye farklı bir bakış getirmiştir.

Turist almaya başlayan bölgede turizm hareketi yoğunlaştıkça bölgede yaşanan turizm evrimi ikinci aşamaya geçmektedir. Bu süreçte misafirperverlik; “ticarileşmeye” veya “metalaşmaya” başlamaktadır (Greenwood, 1977). Aynı süreçte sayıları gittikçe artan turistler, yerliler tarafından daha az hoş karşılanır duruma geçmektedir (Cohen 1982a, s. 248). Turizmin yeni başladığı bir bölgede, ilk dönemlerde zorunlu karşılıklar üzerine kurulmamış olan turizm hareketinin, zaman için ticariye bir ilişkiye dönmesi yönünde baskılar oluşmaktadır. Bu dönüşüm ekonomik değerlerin tam karşısında duran misafirperverlik anlayışını, ticari alana dahil eder. Ancak bu süreç görece uzun bir zaman alabilmektedir (Mansur, 1972, s. 65; Cohen, 1982a, s. 246-249).

Bir turizm bölgesinde misafirperverlik anlayışının boyutu azaldıkça yerel halkın turistlere yönelik tutumu sert bir hale dönüşmektedir (Sutton, 1967, s. 221). Bu davranış türü, turizmin uzun dönemli sonuçlarına odaklanmak yerine, her fırsatta mümkün olan en yüksek kazancı elde etmeye yöneliktir. Bu aşamada turistlere yönelik ayrımcılık ve adi suçlarda artış yaşanmaktadır (Pineroba, 1977, s. 149; Pi-Sunyer, 1977, s. 154-155; Cohen, 1982b, s. 219-221). Bu aşamada turizm bölgesinde, profesyonelleşme ve kurumsallaşma odak noktası haline gelmektedir (Cohen, 1984, s. 380).

Turizm bölgesinde profesyonelleşme, bölgenin uzun süreli olarak turist akışından yarar sağlamasına yöneliktir. Burada yerli-turist ilişkisi profesyonelleştikçe yerel halk “yerlileri oynamaya” başlayacaktır. Bu rol MacCannell’in sahnelenmiş otantik kavramına denk gelmektedir. Kısaca profesyonelleşmeyle birlikte ev sahibi ve turist arasındaki çatışma ortamını önlemekte veya hafifletebilmektedir (Cohen, 1984, s. 380).

Yerel halkın turiste bakış açısıyla konunun irdelenmesine devam edilirse görülecektir ki bir bölgeye dışarıdan ilk giren yabancılar turistler değildir. Turistlerden önce bölgeye farklı bölgelerden göçmenler, tüccarlar, misyonerler, yöneticiler vb. (Smith, 1977, s. 52-53) gelmiştir. Bu türde yaşanan ilk karşılaşmalar yerel halkın “dost ve düşman” (Dress, 1979, s. 129) veya yabancı “askerler” (Leach, 1973, s. 357) olarak görülebilecek turistlere karşı olan algılarını ve tutumlarını etkilemiştir.

Cohen’e göre (1984, s. 388) ana akım sosyoloji, turizm alanını sistematik bir araştırma alanı olarak yeni keşfetmektedir. Bu kapsamda Cohen turizm araştırmalarını 1980’li yıllar itibariyle değerlendirirken araştırmaların teorik yöneliminin olmadığını ve bu nedenle bu araştırmaların teori oluşturmaya az katkısı olacağını ifade etmektedir.

2.2.4. John Urry: Turizmi Geçmiş ve Bugün Arasında Ele Alan Bir Bakış, Turist Bakışı

John Urry, Turist Bakışı (The Tourist Gaze) kitabına Foucault’nun “Kliniğin Doğuşu (The Birth of the Clinic)” eserine atıf yaparak başlar. Bu atıf aslında Urry’nin, Turist Bakışı kitabını yazarken Foucault’un bazı fikirlerinden etkilendiğini de göstermektedir. Ancak Urry yine de Foucault’un ilgilendiği tıbbi bakışla; kendisinin ele aldığı haz, tatiller, turizm ve seyahatin bir ilgisi olmadığının da altını çizmektedir. Urry’nin (2009) bu noktanın altını çizmesinin nedeni, turizmin tüketilmesi zorunlu olmayan mal veya hizmetlerle ilgili olmasından dolayıdır (Urry, 2009, s. 13). Foucault’un, Kliniğin Doğuşu kitabındaki şu cümleleriyle; *“Tıp, daha insanlığın şafağında, her bir kibirli inançtan önce, her sistemden önce, kendi bütünlüğünde, insan bedenindeki ıstırapla, bu ıstırapı hafifleten şey arasındaki dolaysız ilişki sürecinin kendisiydi. Klinik ise, tıp tarihindeki bütün olguları ve tıbbî zamanı (vakalar bilgisinin birikimleri) birbirine bağlayarak modern tıbbın 18. yüzyıl sonundaki doğumuna neden olmuştu (Foucault, 2016).”* Urry’nin düşüncelerinin temellendirmesi daha rahat anlaşılacaktır. Tıbbı, insanlığın var olduğu ilk günden bugüne kadar insanların acılarını hafifletmek için gereksinim duyduğu bir süreç olarak değerlendiren Foucault’nun (2016) bu düşünceleriyle; Urry’nin (2009)

insanın var olduğu ilk günden bugüne kadar çevresine merak duyduğu, sürekli yeni yerler görmek istediği, seyahat etmeyi sevdiği gibi süreç tanımlamaları birbirini karşılamaktadır. Benzer şekilde Foucault’un tıp kavramından sonra klinik kavramını açıklarken “kliniği”; insanın var olduğu ilk günden bugüne kadar biriken tıbbi bilgi birikimini düzenleyen ve sistematik olarak ortaya çıkmasına neden olan bir kavram ve olgu olarak tanımladığı görölmektedir. Urry’nin bakış açısından baktığımızda ise 1800’lü yıllara kadar seyahat etme ve yeni yerler görme isteğinin bir birikime yol açtığı ve bu durumun sonucunda modern turizm hareketinin doğduğu ifade edilebilir.

Foucault dışında Urry’nin turist bakışını geliştirdiği bir diğer araştırmacı Boorstin’dir. Urry, Boorstin’inin sözde olaylar (pseudo-event) analizinden yararlanır. Boorstin bu analizinde insanların var olan gerçeklikleri deneyimlemediklerini, orada gerçekleşen sözde-olayları yaşadıklarını ve bu sözde-olaylar sonucunda yaşadıkları deneyimi benimsedikleri görüşünü ortaya atmıştır (Boorstin, 1964, s. 77-117). Bu görüşe uygun deneyimlerin yaşandığı en büyük deneyim alanı ise turizm hareketi içinde gerçekleşmektedir. Urry, Boorstin’in bu bakışından etkilenmiştir. Rehberli gruplar halinde hareket eden kitle turisti, yerel halk ve yerel ortamdan kopuk bir şekilde seyahat ederek ve sözde-olayların tadını sonuna kadar çıkararak “gerçek” dünyayla ilgilenmemektedir. Ayrıca kitle turisti, otantik olmayan, kurmaca etkinliklerde haz bulmaktadır. Kurmaca etkinliklere yerel halk tarafından bakıldığında ise yerel halk üzerinde bu etkinliklerin yapılması konusunda farklı zorlamalar olmaktadır. Reklam, tanıtım ve medya çalışmaları neticesinde yaratılan farklı turist bakış açılarının yerel halkı bu zorlamaya ittiği görölmektedir. Böylelikle yerel halk, saf gözlemci olarak nitelenebilecek turist için her seferinde daha abartılı etkinlikler üretmek zorunda kalmaktadır (Urry, 2009, s. 23-24). Urry’nin turizme yönelik sosyolojik bakış açısını geliştiren bir diğer isim ise MacCannell’dır. MacCannell’in (1999) sahnelenmiş otantikliğiyle, Boorstin’in (1964) sözde olaylar analizini dikkate almıştır. Bir üst başlıkta anlatılan MacCannell’in sahnelenmiş otantikliği, modern hacılığı beraberinde getirmiştir (MacCannell, 1999, s. 42-48).

Urry’nin (2009) turistik bakış belirli bir ilişkisellik içinde ele alındığında, Turner’ın (1973) hacılık analizi oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Turner’ın (1973; 1991) bakışında üç aşama vardır ve bu aşamalar arasındaki geçişlerde *rites de passage*² söz

²Toplumsal yaşamda simgesel önemi olan geçiş törenleridir.

konusudur. Bu aşamalardan ilki bireyin sürekli ikamet ettiği yerden ve oluşturduğu toplumsal bağlardan ayrı düşmesidir. İkinci aşama ise eşiklik olarak tanımlanır. Bu aşama; bireyin toplumsal bağlarını askıya aldığı, hareket ettiği gruba karşı yoğun bir birliktelik duygusu hissettiği ve “kutsal veya doğaüstü” olayları doğrudan deneyimlediği bir aşama olarak tanımlanmaktadır. Üçüncü aşama ise sürekli yaşadığı yere dönen bireyin toplumsal grubuyla daha yüksek bir toplumsal statüde yeniden bütünleşmesi aşamasıdır. Turizm hareketi kavramının klasik tanımında yer alan kişinin tatilini geçireceği destinasyona ulaşmak için evinden çıktığı andan, tekrar evine döndüğü ana kadar yaşadığı tüm deneyimler, gerçekleştirdiği tüm ilişkiler Turner’ın hacılık analizinde de kendine yer bulmaktadır. Turner’ın hacılar üzerine uyguladığı bu analizi Eade ve Sallnow (1991), Shields (1991), Cohen (1988, s. 38-40) ve Lett (1983) gibi araştırmacılar turizme uyarlamışlardır. Bu düşüncenin temel noktası ise bir turistin de tıpkı bir hacı gibi sürekli yaşadığı yerden hareket ederek, görmeyi arzuladığı yere gitmesi ve belki de klişeleşmiş turistik “mabetlerin” önünde veya içinde “tapınmasını” gerçekleştirerek sürekli yaşadığı yere dönecek olması, fikridir (Urry, 2009, s. 28-29). Bu durumla ilgili en çok kullanılan örneklerden bir tanesi Niagara Şelalesi’dir. Bu şelale özünde doğal bir çekicilik unsuru iken yerel aktörler tarafından yapılan çeşitli değişikliklerle Niagara Şelalesi artık bir evlilik veya balayı noktası olmuştur. Özellikle 19. yüzyılın sonlarından başlayarak romantik ilişkiler yaşamak isteyenler, Niagara’yı bir hac yolculuğu gibi içselleştirerek olmazsa olmaz seyahat noktalarından biri haline getirmişlerdir. Ancak turistlerin görmeye geldiği yer Niagara Şelale’si değil onun etrafında şekillenen tesislerin balayı süit odaları ve bu odalarda bulunan kalp şeklindeki küvetlerdir. Böylece oraya gelen turistler doğal bir çekicilikten ziyade, kendilerine sunulan dönüşümü deneyimleyerek benimsemektedir.

Turistik destinasyonlara bakıldığında Eiffel Kulesi, Empire State Binası, Buckingham Sarayı, Kremlin Sarayı, Büyük Kanyon gibi çekicilikler, herkesin bildiği yerlerdir (Rojek, 1993). Bu çekicilikler yapılış amaçlarının temellerini yitirse dahi ünlü oldukları için ünlüdür. Bu tür bilindik çekicilikler turistler tarafından görülmek istenir ve turistler istek doğrultusunda bu yerleri görmek için bir tür hac yolculuğuna çıkar (Roche, 2000). İnsanların görmeyi istediği bir başka unsur ise kendi olağan ortamlarının veya sistemlerinin dışında bir başka yaşama biçimi deneyimleme veya o yaşam biçiminin içinde yaşama şansıdır. Bu tecrübenin yaşanmasına olanak verecek ilk hareket ise turizm hareketidir. Örneğin, Müslüman bir kişinin Hristiyan bir yaşam biçimini deneyimlemek

istememesi veya semavi dinlere inanan bir kişinin Budizm, Hinduizm gibi semavi olmayan dinlerin ritüellerini görme isteği turizm hareketi içinde kolayca deneyimlenebilecektir. Katolik bir bireylerin Vatikan tarafından hac noktalarından biri olarak kabul edilen Meryem Ana Evini ziyaret etmek için Türkiye'ye gelmeleri, Komünist rejimi görmek isteyen bir kişinin Çin'e gitmesi ya da büyük bir nükleer facianın yaşandığı, şu an hayalet bir şehir olan Çernobil'i görmek için Ukrayna'ya giden bir turist olağan dışı destinasyonları deneyimlemesi noktasında örnek olarak verilebilir.

John Urry'nin (2009) turizmin dönüşümünü işlediği diğer bir nokta ise deniz turizmidir. Günümüzün deniz-kum-güneş üçlüsünün hangi evrelerden geçtiğini Urry tüm yönleriyle ortaya koymuştur. Bu çalışma kapsamında incelenecek olan Ege Bölgesi'nin genel olarak deniz-kum-güneş üçlemesi kapsamında hizmet vermesinden dolayı, tezin bu kısmında aktarılabilecek olan Britanya'nın yaşadığı dönüşümün, tez çalışmasına önemli katkılar vereceği düşünülmektedir. Britanya'nın deniz kıyısı bölgelerinin dönüşümü oldukça farklı süreçlerden geçmiştir. On sekizinci yüzyılın başlarında Dr. Wittie isminde biri hem deniz suyunun içilebileceği hem de denizde banyo yapılabileceği fikrini ortaya atmıştır. Bu fikrin çıkış noktasının bilinmemesine rağmen birçok kişi deniz banyosu yapmanın şifalı olduğuna inanmaya başlamıştır. Ancak deniz banyosu olarak ortaya çıkan durum, günümüzdeki gibi denizde yüzmeyi değil, "bedenini suya daldırıp çıkarmayı" ifade etmektedir (Hern, 1967, s. 21). Tabii ki zaman içinde bu suya dalıp çıkmalar törenleştirilerek yalnızca tedavi amacıyla uygulanmıştır. Bu dönemlerde deniz turizmi "haz"dan çok bir tedavi merkezi gibi hizmet etmiştir (Urry, 2009, s. 39). Bu durum sahil kesiminde yer alan şehirlerdeki nüfus artışının, sanayileşmiş şehirlerdeki nüfus artışının geçmesine yol açmıştır. Lickorish ve Kershaw'ın 1975 yılında yaptığı çalışmada, 1800-1850'li yılları arasında Britanya'da ilk kez sahil nüfusunun artış hızının %2,56'yla, %2,38'lik bir artış yaşadığı belirlenmiş ve sahil şehirlerdeki nüfus artışının sanayi şehirlerindeki nüfusun artış hızını yakaladığını ifade etmişlerdir. Bu konuda çalışma yapan Myerscough (1974, s. 143) Britanya'da deniz kıyısında kalan 48 şehrin nüfusunun 1870'li yıllarda 100,000 olduğunu, ancak yüzyılın sonuna gelindiğinde ise nüfusun iki katından fazla arttığını belirtmiştir. Ayrıca araştırmacı çalışmada 1910'lu yılların başında İngiltere ve Galler'de yaşayan nüfusun %55'inin sahil kentlerine en az bir gezi yaptığını ve bu %55'lik kesimin içinde yer alan %20'lik kesimin ise sahil şeridinde yaptığı konaklamaların, her yıl bir önceki yıla göre arttığını ortaya çıkarmıştır. Turizmin sahil kesimlerine göç yaratmasının etkisi günümüzde halen devam etmektedir. İnsanlar,

sahil kesimlerine sürekli olarak gerek çalışmak gerekse yeni bir girişim yapmak için gitmektedir. Bu hareketlilikten (turist ve çalışmaya gelen insan hareketi) turizm bölgelerinde bulunan yerel halk da etkilenmektedir. Turizm hareketiyle birlikte yerel halkın, gerek bölgeye gelen turistin gereksinimlerini karşılayabilmek için hizmet üretmeye çalışması, gerekse bölgeye dışarıdan gelen çalışanların ve/veya girişimcilerin bölge yaşantısına olan olumlu veya olumsuz etkilerini sindirmesi yerel halkın olağan yaşantısını değiştirmeye yönelmektedir.

Urry'nin (2009) turist bakışının temelini toplumsal koşullar oluşturmuştur. Her olayı o günkü toplumsal koşullar etrafında ele almış ve bunun neticesinde kolektif bakış ve romantik bakış olmak üzere iki bakış açısını ortaya atmıştır. Urry, kitle turizmiyle ilintili olan kolektif bakışı açıklarken toplumsal değişmeler üzerinden gitmiştir. Kolektif bakışın gelişmesinde çalışma saatlerindeki düşüş, ulaşım teknolojilerinin gelişmesi, seyahat etmenin doğal bir hak olarak görülmeye başlanması gibi değişmelerin etkili olduğu sayılabilir. Ayrıca, bu bakışın gelişmesinde özellikle Perkin'in (1976, s. 185) vurguladığı yerel-büyük sermaye, yerel-küçük sermaye ve yabancı-büyük sermayenin etkisi önemli rol oynamıştır. Çünkü bu sermayeler turist gereksinimlerini karşılayacak işletmeler kurmuştur.³ Böylece turizm merkezleri dışa açılmış ve toplumsal ilişkileri değişmeye başlamıştır. Romantik bakışın ise Niagara şelalesi örneğinde olduğu gibi turistik hareketin ilk noktasında filizlendiğini ancak zaman geçtikçe kolektif bakışa yenildiğini görülmüştür. Bu durumun nedeni ise romantik bakışın, daha çok mahremiyet ve bir başılalık duygusuna hitap ederek nesneyle kişi arasında manevi bir ilişki kurmasıdır. Ancak turizm hareketi içinde romantik bakışın hâkim olduğu tüm nesne veya unsurlar zaman içinde kolektif bakışın yoğunluğuna yenik düşmüştür.

2.3. İlişkisel Sosyoloji

Araştırma kapsamında benimsenen yaklaşım olan ilişkisel sosyoloji en geniş tanımıyla, "toplumsal hayatı ve toplumsal ilişkileri kendine konu edinir" (Powell ve Depelteau, 2015, s. 15). Bu bakış açısında; toplumsal gerçeklikler ilişkisel olanlardır ve

³Yerli-büyük sermayeler, büyük otelleri, konser salonlarını hizmete açarken, küçük-yerel sermaye pansiyonları ve küçük eğlence mekanlarını işletirken, yabancı-büyük sermaye ise büyük tatil komplekslerini ve büyük eğlence merkezlerini işletmektedir.

sosyoloji, araştırma nesnesini açıklamaya ve analiz etmeye odaklanırken ilişkilerden yola çıkmalıdır, düşüncesini hâkimdir (Şen, 2019, s. 60).

İlişkisel sosyolojinin çıkış noktasının dayandığı temel ontolojik yapı taşı “tüm soyut ve somut oluşumlar, insanların girdikleri ilişkiler sonucunda ortaya çıkan inşalardır” olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla toplumsal gerçekliğin temelini töz oluşturmaz (Şen, 2019, s. 60). Tözsel düşüncenin etkisiyle Sosyal Bilimler çalışma alanında bulunan; “yapı-fail, yapı-etkileşim, mikro-makro, anlama-açıklama” gibi ikiliklerin, sosyal bilimlerin bilgi edinme sürecini istila etmiş oldukları tartışılmaktadır. En temel ikilik biçimi olan “yapı-fail” ikili düşüncesinin ötesine geçebilme çalışmaları neticesinde, ilişkisel sosyoloji adlandırılan yeni bir yaklaşım doğmuştur. Farklı zaman dilimlerinde, farklı sosyal bilimcilerin açıklamalarıyla belirginlik kazanan ilişkisel sosyolojik bakış açısının, nesnenin “süreç, bağlam ve akışkan” dinamiklerini ele alması açısından sosyal bilimler alanına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. İlişkisel bakışın diğer bir tartışması, -sosyologların karşı karşıya kaldığı ikilemler (yapı-fail) genel olarak değerlendirildiğinde- sosyal yaşantının durağan ilişkilerden mi başka bir ifadeyle, tözlerden mi oluştuğu; yoksa dinamik, izah edilebilir, ilişkisel süreçlerden mi oluştuğu noktasında yapacağı katkılardır (Uluocak, 2016, s. 103).

Toplumsal yaşantılar, birbirine bağlı olarak yaşayan insanlar arasındaki ilişkilerdir. Biraz daha açmak gerekirse toplum içinde yaşayan her bireyin gerçekleştirdiği bireysel davranış her zaman ve koşulda ilişkiler kapsamında ve ilişkiler aracılığı ile gerçekleşen eylemlerdir (Powell ve Depelteau, 2015, s. 1). Crossley (2015) bireyler arasındaki ilişkileri iki düzeyde inceler; birincisi, toplumu oluşturan bireyler arasındaki ilişkinin somut bağlarıyla; ikincisi, ilişkilerin toplumsal alandaki anlamlarıdır.

İlişkisel bakış açısına yönelik olarak, ilişkisel sosyologlar arasında ontolojik ve epistemolojik açılardan aralarında bazı farklar olsa da temel olarak “ilişkilerin”, “tözlerden” önce geldiği fikri, ilişkisel sosyologların ortak çıkış noktaları olarak alanyazında yer almıştır. Bu kapsamda bu sosyologların “tözlerin incelenmesinin bırakılıp, dinamik toplumsal süreçlere yönelmenin, bu süreçleri incelemenin ortak nokta haline getirilmesi” ve toplumsal dünyanın; “toplumu oluşturan bireylerin arasındaki ilişkileri içeren bir süreç olarak kabul ve analiz edilmesi” varsayımları ortak noktaları olarak gözlemlenmektedir (Uluocak, 2016, s. 118).

İlişkisel sosyoloji toplumsal yaşam içinde yer alan tüm aktörlerin ilişkiler içinde var olduğunu, herhangi bir ilişkinin sonucunda yeni aktörlerin oluşabileceğini açıklayan genel bir tutumdur. Ayrıca ilişkisel sosyoloji toplumsal yaşamı bir ilişkiler ağı olarak ele alır. Kısaca tözsel, ikili (düalist) düşünceye ait olan, toplumsal dünyada yer alan varlıkların değişmez özellikleri olduğu varsayımları, ilişkisel sosyolojide kabul edilmemektedir. İlişkisel bakış açısında, toplumsal yaşamda yer alan her bir aktör girdiği ilişkiler neticesinde bir anlam kazanmaktadır.

İlişkisel sosyolojiye temel oluşturan diğer bir temel nokta ise ilişkilerin çift yönlülüğüdür. Bu noktadan hareketle ilişkisel sosyolojide toplumsal gerçeklik yalnızca çift yönlü etkileşimle mümkündür (Şen, 2019, s. 61). İlişkisel sosyolojinin en temel kabullerinden biri sayılabilecek “her ilişki karşılıklı iz bırakır ve toplumsal ilişkiler de ilişkiye konu olan tarafın birbirlerini etkilemesi sonucu oluşur” şeklindeki önermedir. Bu önerme yapının eylem üzerindeki ve eyleminde yapı üzerindeki karşılıklı etkisini açıklamaktadır. Dolayısıyla ilişkisel sosyoloji, yapı ve eylemin kendi içinde bağımsız ancak genel düzleme bakıldığında birbiriyle girdikleri ilişki sonucunda inşa edilen rollerin önemine vurgu yapar (Powell ve Depelteau, 2015, s. 18).

İlişkisel sosyolojinin dayandığı üçüncü temel nokta, bir toplumsal gerçekliğin, kendi ilişki ağında ve gerçekliği içinde değerlendirilmesidir. Bu ilkeye göre belirli bir zaman veya mekânda inşa edilen toplumsal gerçekliklerin analiz edilmesi sonucunda, ortaya çıkan bulguların, tüm toplumları kapsadığını iddia etmek, diğer toplumlarda oluşmuş tüm ilişki ağlarını yok etmek demektir (Şen, 2019, s. 61).

İlişkisel sosyoloji için “ilişki” kavramı en temel kavramlardan biridir. Alanyazına bakıldığında ise tanımlamaların çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Ancak ilişkisel sosyoloji ekseninde “ilişkiler” kavramı sosyal ağ analizi ve figürasyonel sosyolojide aktörler arasındaki temel bağlardır. Bourdieu’nun tanımlaması bu duruma ek olarak toplumsal kaynaklar olan “sermaye türlerinin” toplumsal alandaki ilişkilerinin de önemli olduğunu vurgulamaktadır (Crossley, 2015, s. 193).

İlişkisel sosyolojinin tözcülük bakış açısı karşısındaki konumunu belirleyen bu tartışmalar dikkate alındığında Pierre Bourdieu sosyolojisine değinmek gerekecektir.

2.3.1. Pierre Bourdieu Sosyolojisi

Bourdieu sosyolojisine göre, günümüz sosyolojisinde birçok karşıtlık vardır. Söz konusu karşıtlıklar sosyolojik alandaki bölünmelerdir. Bu aşamada Bourdieu'nun karşı çıktığı ilk karşıtlık Marx ve Weber karşıtlığıdır. Bourdieu genel anlamda günümüz sosyolojisini şekillendiren bu iki sosyoloğun bakış açısını bir araya getirerek daha bağdaştırıcı ve kapsayıcı bir görüş yaratma çabası içindedir. Marx, Weber ve Bourdieu birlikte değerlendirildiğinde, Marx'ın toplumsal hayatı çözümlemesinde sadece ekonomik ilişkiler bulunurken; Weber'de ekonomik, sosyal ve siyasal ilişkiler bulunmaktadır. Bourdieu'da ise temel noktalar olarak ekonomik ilişkilerle beraber kültürel, sosyal ve simgesel ilişkiler, Bourdieu çözümlemesinin içinde yer almaktadır. Kısaca Marx tek boyutlu bir çözümleme yaparken, Weber ve Bourdieu çok boyutlu bir çözümleme yapmıştır. Biraz daha açmak gerekirse Marx'ın teorisinde toplum, sınıflardan oluşmakta ve bu sınıflar çatışma halindedir. Weber'in teorisinde toplum tabakalar halinde olduğu için tabakalar arasında çıkan çatışmanın toplumsal hayatta belirleyici olmadığı düşüncesindedir. Bourdieu ise Marx katılığında olmasa da sınıf farklılığını “farklılıklar uzayı” olarak isimlendirmiştir. Marx'a göre sınıflar arasında geçiş bir devrimle gerçekleşebilecekken, Weber'in görüşünde sınıfsal tabakalar arasında geçiş mümkündür. Bourdieu ise sınıfsal geçişlerin Weber'in düşüncesinde olduğu gibi kolay bir geçiş süreciyle tamamlanacağı kanısında değildir. Bourdieu'ya göre sınıfsal geçişler olabilir ancak, bireylerin habitusları gereği bir üst sınıfa geçtiklerinde hangi kökenden geldikleri belli olmaktadır. O bireylerin geçiş yaptıkları sınıfa adapte olmaları iki, üç kuşak sonra gerçekleşmektedir. Özetle, Marx toplumu yukarıdan aşağıya doğru algılayan, bireyden çok topluma bakan bir bakış sergilerken; Weber toplumu aşağıdan yukarı doğru algılayan, bireyden hareketle toplumu açıklamaya çalışan bireyci bakış açısına sahiptir. Bourdieu ise hem toplumu bütün olarak görür hem de toplumu oluşturan unsurun birey olduğunun farkındadır. Kısaca Bourdieu hem eylemi gerçekleştirenin hem de yapının rol oynadığı bir sosyal teori kurmaya çalışmaktadır (Palabıyık, 2011, s. 126-127; Ünal, 2007, s. 161-187; Arlı, 2007, s. 131-158).

Bourdieu sosyolojisi geniş anlamda var olan kabullerin eleştirisidir. Bu eleştiriler kendi saha çalışmaları neticesinde şekillenmiştir. Immanuel Kant'ın “Deneysel araştırmadan yoksun olan teori boştur, teoriden yoksun deneysel araştırma ise kördür” cümlesinin etkisiyle Bourdieu, eleştirilerini yapı-eylem, makro-mikro gibi ikiliklere

yöneltmiştir (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Bourdieu, günümüz modern biliminin ikiliklerle dolu olduğunu, kendisine bu ikilikleri aşma gibi bir amaç koymamasına rağmen çalışmalarının kendisini bu noktaya doğru götürdüğünü belirtir (Bourdieu, 2014, s. 75). Bourdieu (2016, s. 74) ikiliklerin sosyolojiyi sığlaştırdığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Günümüz sosyolojisi bir sürü sahte zıtlıklarla dolu. Kendime doğrudan bu zıtlıkları aşma hedefini koymamış olsam da çalışmalarım beni sıklıkla buna yönlendirdi. Bu zıtlıklar sosyolojik alanın gerçek bölünmeleri; toplumsal bir temeli var, ama hiçbir bilimsel temeli yok. Mesela kuramcılar ve uygulamacılar veya öznelciler ve nesnelciler veyahut da yapısalcılık ve fenomenolojinin bazı biçimleri arasındaki en belirgin olanlarını ele alalım. Bütün bu karşıtlıklar (ve daha niceleri) bana bütünüyle yapay ve aynı zamanda tehlikeli gözüküyorlar, zira tefekkürü sakatlıyorlar. Buna en tipik örnek, nesnel ilişkileri Marx’ın dediği gibi bilinçten ve bireysel iradede bağımsız olarak kavramayı hedefleyen, yapısalcı olarak adlandırabileceğimiz yaklaşımla, faillerin etkileşim ve sosyal temaslardan edindikleri tecrübeleri ve sosyal gerçekliğin zihni ve pratik inşalarına yaptıkları katkıyı kavramayı hedefleyen fenomenolojik, etkileşimci veya etnometodolojik yaklaşım arasındaki karşıtlıktır.”

Burada ifade edilen nesnelcilik ve öznelcilik arasındaki bakış açısı farkından dolayı toplumsal gerçekliğin iki ayrı şekilde ortaya çıkarılabileceğidir. Bourdieu bu noktada her iki yaklaşımında birbirlerine karşı olan üstünlüklerini kabul edip çift odaklı bir bakış açısı geliştirmeyi istemektedir (Wacquant, 2014).

Temel amacı “genel pratikler bilimi” kurmak olan Bourdieu bu amaca ulaşmak için öznel ve nesnel yaklaşımları eleştirirken aynı zamanda onlardan yararlanmaktadır (Bourdieu, 2013, s. 1-58). Buradan da anlaşılacağı üzere Bourdieu, öznel ve nesnel yaklaşımların epistemolojik üstünlüklerini almak istemektedir. Böylece toplumsal gerçeklikler bir yandan faillerinin gerçekleştirdiği nesnel ilişkilerin oluşturduğu dışsal yapılar olarak, diğer taraftan faillerin düşüncelerini, algılarını ve eylemlerini oluşturan öznel ve bilişsel yapılar olarak var olurlar (Başdaner, 2018, s. 83). Bu kapsamda Bourdieu’nun kavramsal stratejisi “dışsallığın içselleştirilmesi ve içsel yapıların dışsallaştırması” (Bourdieu, 2013, s. 72), konusuna çözüm bulmakla yakından ilgilidir (Başdaner, 2018, s. 84).

Bourdieu’nun sosyolojik bakış açısına dair buraya kadar yapılan anlatımlardan sonra bu bakış açısını oluşturan kavramlara değinilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda da

Bourdieu'nun araştırmaları esnasında ortaya attığı Habitus, Alan ve Sermaye kavramlarının tanımlanması gerekmektedir.

2.3.1.1. Habitus

Bourdieu'nun habitus kavramı birçok sosyolog tarafından bilinmektedir ancak bu kavramın içerik olarak neyi kapsadığı çok iyi açıklanamamaktadır. Bourdieu'nun çalışmalarını takip edenler arasında dahi habitus kavramının neyi temsil ettiğı hakkında ciddi fikir ayrılıkları yaşanmıştır⁴ (Swartz, 2013, s. 138). Genel anlamda habitus bireyi şekillendiren aynı zamanda birey tarafından da şekillendirilen bir kavramdır. Bireyin sahip olduğı habitus, bireye; farklı sonuç doğuracak durumlar arasında çözüm üretme yeteneğı sağlar (Wacquant, 2014, s. 27). Ayrıca habitus, bireyin ait olduğı sosyal sınıftan kaynaklı olan nesnel olasılıklarla ve bireyin öznel beklentileri neticesiyle dış dünyayla kurduğı bağla birlikte, bireyin kendi pratiğini yaşadığı yerdir (Palabıyık, 2011, s. 130). Biraz daha açmak gerekirse habitus bireyin sosyal yaşantısının ve toplumdaki konumunun ürünüdür. Birey tarafından kazanılan birincil habitus olarak adlandırılan en kalıcı yatkinlar aile içinde çocukluk döneminde oluşmaktadır. Dolayısıyla “aile” kapsamında bir eğitim almak, sınıf konumuna bağılı olarak bir eğitim almak anlamına gelmektedir. Birincil habitus bireyin davranışlarına yerleşmeye başladıkça birey, bu habitusa bağılı olarak yeni yatkinlar kazanır. Burada vurgulanması gereken birincil habitusta kazanılmış yatkinlıklar, daha sonra kazanılacak yatkinlıkları etkileyecek olmasıdır. Birincil habitusun üzerine kurulan ve birincil habitustan daha fazla bireye etki eden ikincil habitus, okul habitusudur. Bunun nedeni ise okul habitusunun, birincil habitusu her bireyde gelişmeye açtığı içindir. Ancak bu gelişme durağana yakın bir gelişmedir. Çünkü yatkinlıklar sistemi, koşullara ve yaşantımıza göre sürekli olarak gelişen ve şekil alan bir şey değildir (Bourdieu, 1980, s. 101'den aktaran Ünal, 2004, s. 121). Habitus kavramı üzerine farklı araştırmacılar oldukça kapsamlı görüşler bildirmişlerdir. Bunlardan birkaçı Tablo 2.1.'de yer almaktadır (Tatlıcan ve Çeğın, 2010, s. 303).

⁴Bu tespit Swartz'ın, sadece Bourdieu üzerine yazılan eserlerde rastlanan açıklamaların ve eleştirilerin çeşitliliğine bağılı olarak geliştirmiş olduğı bir tespit değildir. Bu açıklama ve eleştirilere ek olarak Bourdieu hakkındaki bir konferansta (Chicago'daki Psikoloji Araştırmaları Merkezi'nin 31 Marl-2 Nisan 1989'da düzenlediğı konferans) “Bourdieu uzmanları” tartışmalarına da dayanıyor.

Tablo 2.1. Farklı araştırmacıların habitus tanımlamaları

Edward P. Thompson	1994	Teorinin Sefaleti
<i>“Değerler, ne “düşünce”dir ne de “çağrılabilir”; düşüncelerimizde olduğu gibi, maddi yaşamın ve maddi ilişkilerin içinden çıkarlar. Yaşam “habitus”u içinde, ilk elde ailede ve dolaysız toplulukta öğrenilen (duyguda “öğrenilen”) zorunlu normlar, kurallar, beklentiler vb.dir. Bu öğrenme olmasaydı, toplumsal yaşam devam edemezdi ve bütün üretim dururdu.”</i>		
Norbert Elias	2004	Uygarlık Süreci...
<i>“Çok çeşitli yönlerde daha sıkı karşılıklı bağımlılık, çok çeşitli yönlerden gelen güçlü ve sürekli baskı, daha sürekli bir öz denetimi, daha istikrarlı bir üst-beni ve insan ile insan arasındaki münasebetlerde yeni adap biçimleri gerektirir ve geliştirir: Savaşçılardan saraylılar ortaya çıkar. Bu dünyada bir ölçüde geniş çaplı uygarlaşma süreçleriyle karşılaştığımız her yerde, bu habitus değişimini tetikleyen tarihsel-toplumsal manivelalar düzeneğinde de benzer türden işlevlere rastlarsınız.”</i>		
Pierre Bourdieu	2003	Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar
<i>“İnsanın varoluşu ya da bedenleşmiş toplumsallık olarak habitus, dünyayı belli bir dünya olarak var eden şeydir: Pascal’ın dediği gibi, “Dünya beni içeriyor ama ben onu anlıyorum”. Şu halde toplumsal gerçeklik iki kez var olur: Şeylerde ve beyinlerde, alanlarda ve habituslarda, eyleyicilerin içinde ve dışında. Ayrıca habitus, ürünü olduğu bir toplumsal dünyayla ilişkiye girdiğinde sudaki balık gibidir: Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar.”</i>		
Marcel Mauss	2005	Sosyoloji ve Antropoloji
<i>“Latince olarak “habitus” dediğime dikkat edin lütfen, ki bunun ne anlama geldiği Fransa’da anlaşılmamaktadır. Bu kelime, “alışkanlık” kelimesinden daha iyi bir biçimde, Aristoteles’teki “exis” edinme ve “yetenek” anlamlarını ifade etmektedir (ki Aristoteles bir psikologdu aynı zamanda). “Habitus” metafizik alışkanlıktan ya da şu gizemli hafızayı ifade etmez, ki bunlar ciltler dolusu kitaba ya da küçük ama ünlü tezlere konu olmuştur. Bu “alışkanlıklar” sadece kişilere ve onların taklitlerine göre değişmezler; özellikle toplumlara, eğitim biçimlerine, zevke, moda ve prestij değerlerine göre değişirler. Genelde ruhtan ve onun tekrarlama yeteneklerinden başka bir şeyin görülmediği yerde, kolektif ve bireysel pratik bilincin yarattığı eseri ve teknikleri görmek gerekir.”</i>		

Kaynak: Tatlıcan ve Çeğin, 2010, s. 303.

Bu tanımlamalardan ortaya çıkan temel nokta, habitusun gerek bireyin gerekse toplumun yaşamını devam ettiren unsur olmasıdır. Ancak habitus tanımı yapılırken vurgulanması gereken en önemli sözcük “yatkınlar” sözcüğüdür.

Habitus, toplumsal sınıfların yatkınları kapsamında değerlendirildiğinde, toplumsal sınıflar arasındaki farklılıkların analizinde kullanılabilecek bir ifadedir. Örneğin işçi sınıfında yer alan bireyler, diğer toplumsal sınıflarda yer alan bireylerden “araçsal beden” anlayışı nedeniyle ayrılırlar. Araçsal olarak kullandıkları bedeninin hayat tarzına göre biçimlenmesi kapsamında işçiler, kas gücünü artıracak spor aktivitelerini tercih ederken, alt-orta sınıfa ait bireyler sağlıklı ve uzun ömür geçirmek amacıyla jimnastik gibi beden sağlığını artıracak spor aktivitelerini, üst sınıf ise daha çok golf gibi toplumsal prestij sağlayan sporları tercih eder. Hatta insan bedenini geliştirmek üzerine yapılan sporlarda da sınıflar arasında bir ayrışma görülmektedir. Alt sınıf beden gücü

gerektiren işlerde çalıştığı için beden geliştirici sporları tercih ederken, üst sınıf algılanabilir dış görünüş için spor tercihlerinde bulunur (Bourdieu, 1997, s. 176-177).

Habitus'un tercihleri etkileyeceği benzer durum turizm sektörü içinde de görülebilir. Bireylerin sahip olduğu yatkınlık kümesi; tercih ettikleri turizm türlerinden, konaklama yapacakları otele, tatil sürecini geçirecekleri destinasyondan, tercih ettiği pansiyon tipine kadar birçok seçeneğin değerlendirmesine etki etmektedir. Bu durum yalnızca tüketici açısından değil yatırımcı açısından da benzer niteliklidir. Bir turizm yatırımcısı işletmesini hizmete açtığı anda kendi habitusunu işletmesine yansıtacaktır. Örneğin, oda sayısı, oda büyüklüğü, tesis tipi, hizmet sunumu gibi birçok unsur yatırımcının habitusuyla ilgilidir. Turizm sektörü birbirinden farklı habitusların en çok etkileşime geçtiği sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle Türkiye'de turizm sektörünün temellerinin atıldığı 1960'lı yılların habitusunun ortaya konması oldukça önemlidir. Çünkü turizm sektöründe oluşan bu birincil habitus üzerine yeni habituslar inşa edilmiştir.

2.3.1.2. Sermaye

Habitus kavramının tanımlanmasından sonra Bourdieu, sermaye ve alan kavramlarını geliştirmiştir. Bourdieu araştırmalarında toplumsal yaşantıdaki güç dengelerini incelemiş ve güç dengelerinin belirleyicisi olarak sermaye kavramını geliştirmiştir. Ancak her ne kadar sermaye denildiğinde akla ekonomik sermaye gelse de Bourdieu, sermaye kavramını dört başlık altında açıklamıştır. Bu sermaye türleri; ekonomik sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye ve sembolik sermayedir.

2.3.1.2.1. Ekonomik Sermaye

Sermaye türlerinden ilki ekonomik sermayedir. Bu sermaye türünün ilk çıkış noktası Marx sosyolojisindedir. Marx'ın sermaye kavramı, sermaye denildiğinde ilk akla gelecek olan ekonomik durumu tanımlamaktadır. Marx'ın bu sermaye kavramı; taşınmaz varlıkları, sahip olunan makineleri, binaları, donanımları içerir. Ayrıca Marx'ın sermaye ve sermaye birikimiyle vurgulamak istediği temel nokta kapitalizmin gelişmesi için gerekli olan dinamizmin sermayeden sağlanacak olması ve işçilerin sömürülmesidir (Palabıyık, 2011, s. 132). Bourdieu ekonomik sermayesiyle ve Marx'ın sermaye sınıfı arasındaki farka değinilmesi gerekirse Bourdieu'nun sermaye kavramı bireyin sahip olduğu gelir, mal ve mülk üçlemesinin ilişkilerini kapsarken; Marx'ın sermaye kavramı

ise üretim araçlarını elinde bulunduranları kapsamaktadır. Bu nedenle Bourdieu'nun görüşünde herhangi bir sınıfı açıklamak için ekonomik sermaye tek başına yeterli değildir. Bu sermaye türünün yanında diğer sermaye türlerinin açıklanması da gerekmektedir (Baran ve Özsöz, 2019, s. 12).

2.3.1.2.2. Kültürel Sermaye

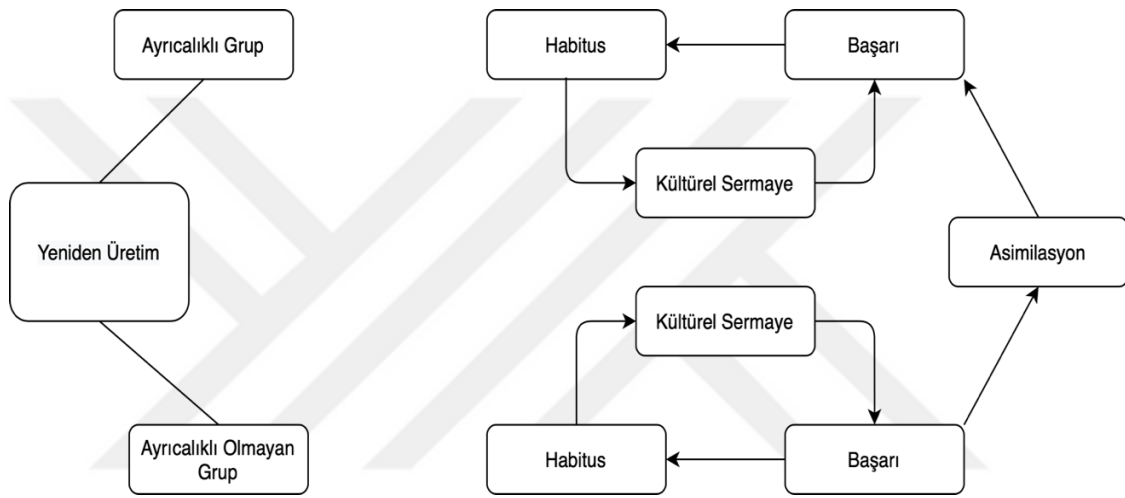
Genel anlamda kültürel sermaye, toplumsal yaşamda yüksek öneme sahip olduğu düşünülen bilgi ve değerlere sahip olmakla ilgilidir. Bourdieu, kültürel sermaye bileşenine olan ilk gözlemlerini şu sözleriyle aktarmaktadır (Bourdieu, 2016b, s. 156).

“On beş yıl kadar önce, [1965] insanların tercihleri hakkında, yiyecekler, müzik, resim, kıyafet, cinsel partner vs. konularında en geniş anlamıyla beğeniler hakkında bir anket çalışması yürütmüştüm. Araştırma materyalinin büyük çoğunluğu sözel etkileşime dayalı olarak toplanmıştı. Yaptığım bir dizi analizin neticesi beni şu soruları sormaya yöneltti: tercihlerin belirlenmesinde kişinin sahip olduğu tedrisi unvanlar ve toplumsal köken üzerinden ölçümlenen kültürel sermayenin görece ağırlığı nedir ve bu iki etken görece ağırlığı farklı pratik alanlarına göre nasıl değişim gösterir? (örneğin, sinema söz konusu olduğunda beğeniler daha ziyade toplumsal kökenle bağlantılı gibi görünürken tiyatrodaki daha ziyade eğitim seviyesiyle ilişkili izlenimi uyandırır.)”

Bu düşüncelerle beraber kültürel sermayenin, toplumsal yaşamdaki tercihler üzerinde ne kadar büyük etki yarattığı konusu, Bourdieu'nun ilk çıkış noktalarından biri olmuştur. Kültürel sermaye en geniş anlamıyla bireyin, eğitim süresince elde ettiklerinin birikimidir. Bourdieu kültürel sermayeyi iki biçimde tanımlar. İlki resmi eğitimle kazanılan ve diploma, karne gibi çeşitli belgelerle objektif bir görünüm kazandırılan okul sermayesidir. İkincisi ise aile içinde edinilen ve aile hayatı içinde kazanılan nitelikleri kapsayan “tevarüs eden kültür sermayesi” olarak nitelenmiştir. Ancak genel anlamda bakıldığında kültürel sermaye hem okul hem de aileden devralınan bilgisel niteliklerin toplamıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2014). Ayrıca Bourdieu, kültürel sermayenin üç biçimde gözlenebileceğini belirtir. Bunlar; bedenselleşen kültürel sermaye, nesneleştirilen kültürel sermaye ve kurumsallaşan kültürel sermayedir. İlk olarak bedenselleşen sosyal sermaye; çocukluktan itibaren şekillenen dil alışkanlıkları, yazma stili, topluluk önünde kendini ifade edebilmedir. İkinci olarak nesneleştirilen kültürel sermaye ise tablo, heykel, kitap gibi eserlere sahip olmaktır. Son olarak kurumsallaşan

sermaye türü ise kurumlar tarafından onaylanan unvanlardır (akademik unvanlar gibi) (Ünal, 2004; s. 116; Dursun, 2018; s. 83; Göker, 2007, s. 282).

Bourdieu, kültürel sermaye içinde -kısaca yukarıda bahsedilmiş olsa da- okulları ayrıcalıklı bir yere koyar. Bourdieu'ya göre eğitim sisteminde çoğunlukla seçkin ailelerin başarıya ulaşacağı bir sistem yaratılır. Seçkin sınıfında yer almayan aileler ise başarının ancak bu eğitim sistemiyle sağlanabileceğine inanarak sistemde yer alır ve sistemin yeniden üretilmesinde önemli rol oynar (Özsöz, 2009, s. 20). Şekil 1'de Harker'ın yeniden üretim devresinde bu durum özetlenmiştir.



Şekil 2.1. Harker'ın yeniden üretim devresi (1984, s. 118).

Şekil 2.1.'den hareketle altının çizilmesi gereken önemli bir nokta ise büyük bir sermayeye sahip olmanın her zaman belirli bir ayrıcalık getirdiğidir. Günlük yaşamda erişilebilecek -yeni bir sektörün doğuşu, yeni bir iş alanının ortaya çıkması gibi- fırsatlardan ilk haberi olanlar ve bu fırsatları ilk değerlendirenler sermaye bakımından kuvvetli olanlardır. Bourdieu burada sermaye türleri arasında bir ayırma gitmeden bütün sermaye türlerini kastetmiştir (Bourdieu, 2006, s. 395).

Sermaye türlerinin bir birey veya kesimde kuvvetli olması, aynı derecede kuvvetli sermayeye sahip olmayan bireylere nazaran bir fark yaratacaktır. Örneğin yeni yeni turizme açılan bir bölgede iş yapmak isteyen yerel halktan hem ekonomik hem de kültürel sermaye açısından zengin olanlar daha şanslıdır. Yeni yatırımlar yapmak için ekonomik olarak zaten bir adım önde olan kesim, kültürel sermaye olarak da öndeyse diğer kesimler kendisine yetişmekte zorlanabilecektir. Çünkü kültürel sermayenin bireye getirdiği; turizm sektörünü önceden deneyimlemiş olma şansının yüksek oluşu ve bölgeye gelecek

potansiyel turistlerin gereksinimlerini tahmin edebilme öngörüsü yeni iş kollarında başarı şansını artıracaktır.

2.3.1.2.3. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye bireyin, diğer bireylerle olan bağlantılarını gösteren, bireyin toplumsal yaşam içinde tanıştığı ve doğru bir zamanda desteklerini alabileceği, bireyler ağıdır. Ayrıca Bourdieu sosyal sermayenin mevcut ve potansiyel kaynakların toplamından oluştuğuna işaret etmiştir. Kısa bir ifadeyle bireyin bir gruba ait olması demektir. Bir gruba üye olma yoluyla elde edilen her türlü kazanç, grubun dayanışma temelinde bir araya gelmesinden kaynaklanmaktadır (Bourdieu, 1986, s. 249).

Gruplar içinde oluşan bu ilişkiler ağı; bireysel veya ortaklaşa, farkında olarak veya olmayarak sosyal ilişkileri yeniden düzenlemek ve üretmek amacıyla gerçekleşen yatırım stratejileridir. Bourdieu zaman içinde kurulan bu sosyal ilişkilerin, uzun dönemde, bu ilişkiler ağında bulunanlara yarar sağlayacağını belirtmiştir. Sosyal sermaye ilişkisi; komşuluk, akrabalık, sınıf veya iş yeri arkadaşlığı gibi tesadüfi olarak ortaya çıkan ilişkileri; daha çok güvene ve saygı duymaya dayalı sabit ve uzun süreli devam etmesidir. Zaman içinde sabitleşen ve kurumsallaşan bu ilişkiler ağındaki bireyler kendi içlerinde, hediye alışverişleri, grup üyelerinden ürün ve bilgi temin edilmesi, kız alıp verilmesi gibi farklı yöntemlerle kendilerini yeniden üretirler. Kısaca bu davranışlar, ilişkileri yeniden üreterek, cesaretlendirir ve sürekli hale gelmesini sağlar (Bourdieu, 1986, s. 250). Sosyal sermaye; kültürel sermaye ve ekonomik sermayeden farklı olarak belirli bir hayat tarzı geliştirmeye olanak vermemektedir. Bu sermaye türü bazı sosyal çevrelere dahil olma noktasında önemli bir işlev görmektedir (Bourdieu, 1980, s. 2-3'den aktaran; Ünal, 2004, s. 117).

Turizm sektörü içinde sosyal sermaye kendini birçok alanda göstermektedir. En temel örnekler bir turizm destinasyonunda bulunan otellerin aşırı rezervasyon aldıklarında, birbirlerine turist göndermeleri örnek olarak verilebilir. Sektöre bakıldığında daha karmaşık ilişkilerde şüphesiz vardır. Yerel bir yatırımcı kendi yaşadığı bölgede yatırım yapmak istediğinde gerek komşuluk ağlarını gerek arkadaşlık bağlarını kullandığında belirli konularda daha hızlı hareket edebilmektedir. Sosyal sermaye ilişkileri içinde yer alan yerel yatırımcı elden borç alabilmekte veya herhangi bir resmi karşılık vermeden yalnızca kişisel sözleriyle ürün temini yapabilmektedir. Çünkü bu noktada, ilişki ağları içinde devamlılık esastır. Özellikle turizm hareketinin ilk kez başlayacağı bölgelerde

yerel halkın birbirleriyle olan ilişkisi ve desteği tamamen sosyal sermaye kavramıyla ilişkilidir.

2.3.1.2.4. Sembolik Sermaye

Bourdieu'nun dördüncü sermaye türü olan sembolik sermaye, kimi kaynaklarda simgesel sermaye olarak yer almaktadır. Bu sermaye türü diğer üç sermaye türüyle yakından ilişkilidir. Sembolik sermaye “gösterge değeri” ifade eden soyut bir kavramdır. Örneğin alınan eğitimlerin sonucunda elde edilen diplomalar, antik eser sahipliği veya koleksiyonculuk sembolik sermaye özelliğidir (Baran ve Özsöz, 2019, s. 12). Bourdieu sosyolojisinde önemli bir yere sahip olan bu sermaye türü, onura ve tanınmaya bağlı ritüellerin karşılığı olarak yer almaktadır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde bu sermaye türünün özel bir alanı yoktur. Bütün sosyal ilişkilerde geçerli bir durumdur (Ünal, 2004, s. 117). Turner (2003, s. 495-496) sembolik sermaye için, diğer üç sermaye türünün sahip olduğu düzenlemeleri ve değişken seviyedeki yasal kullanımlarını içermektedir, tanımını yapmıştır. Sembolik sermaye sahibi olmak, bireyin yaptığı bazı olumsuz davranışların diğer bireyler tarafından görmezden gelinecek bir etki gücü yaratmasıdır (Çetin, 2018, s. 66). Sembolik sermayenin en olumsuz ancak çarpıcı örneklerinden bir tanesi Güney Afrika'da 1948-1994 yılları arasında uygulanan Apartheid Rejimi'dir. Sembolik sermayenin elde edilmesi ve korunması, ilk olarak habitustan oluşan ve doğuştan gelen, aile ve okul tarafından pekiştirilen yatkınlıklar sonucu meydana çıkan bir davranışlar serisidir. Bu kapsamda Apartheid Rejimi'nin uygulandığı Güney Afrika'da siyahi olarak dünyaya gelen bir çocuğun, yalnızca dersinin renginden dolayı ikinci sınıf bir vatandaş olarak görülmesi neticesinde, eğitim alma şansının en aza indirilmesi ve dolayısıyla ekonomik güç elde etme şansının azaltılması bu duruma örnek olarak verilebilir (Yel, 2007, s. 566).

İşletmeler açısından sembolik sermaye “güvenilir yatırımcı” ve “marka bilinirliliği” gibi sektörde kabul görmeyi sağlayan kaynaklara sahip olunmasıdır. Çünkü sembolik sermaye bir güven unsuru olarak, sembolik sermayeye sahip olan firmaya veya kişiye güvenmeyi ve itimat etmeyi sağlar (Bourdieu, 2005, s. 194-195). Bu durumun turizm sektörü içinde de işleyişi benzerdir. Turistlerin, turizm sektöründe hizmet eden belirli otellere veya acentalara güven duyması, bazı turistlerin uzun yıllar aynı kurum veya firmalara bağlı ulaştırma veya konaklama tesislerini tercih etmeleri sembolik sermayenin belirli gruplar üzerinde yarattığı etki neticesindedir.

2.3.1.3. Alan

Bourdieu sermaye ve habitus kavramlarını tanımladıktan sonra “alan” kavramının tanımlamıştır. Kısaca alan, “incelenen toplumsal dünyanın üstüne inşa edilmiş bir” kavramdır (Göker, 2007, s. 545). Sosyolojik çözümleme bakış açısıyla alan kavramına bakıldığında, toplumsal konumlar arasındaki ilişkilerin, bir bütünü olduğu görülmektedir. Ancak burada sözü edilen ilişkiler bireylerden bağımsız olarak var olan gerçekliktir. Örneğin, ekonomik bir alanda duygusallıktan uzak, profesyonel hayatın getirdiği iş ve işle ilgili özellikler ön plana çıkarken; sanat alanına bakıldığında ekonomik sistemin ve yapıların sorgulandığı bir yapı vardır (Bourdieu ve Wacquant, 2014).

Alan kavramının daha net anlaşılması için Bourdieu, oyun metaforundan yararlanmıştır. Bu metafora göre bir oyun içinde; oyuncular, oyuncuların yatırımları, çıkar ve amaçları, stratejileri, açıkça söylenmese de tüm oyuncular tarafından bilinen kurallar ve oyunda yer alan tüm oyuncuların sahip olduğu kartlar vardır (oyuncular burada toplumdur). Bu oyunda yatırımlar; oyuncuların oyun sonunda beklentilerini karşılamak için, riske attıkları sermayeleridir. Kısaca sermaye, oyuncuların ellerinde bulunan kartlardır. Alan ise bu oyuncuların yer aldığı ve oyunun oynandığı yerdir. Oyuncuların sahip olduğu kartlara göre (bireylerin sermayesi) alandaki güç dengeleri, kazanma ve kaybetme olasılıkları farklılık göstermektedir. Oyun oynanırken, oyuncuların geliştirdiği her strateji habitus kavramına denk gelmektedir. Söz konusu stratejiler başarı elde etmeyi sağlayan formüller değil, süreç içinde belirginleşen yatkınlıklardır (Bourdieu ve Wacquant, 2014).

Oyun metaforundan da anlaşılacağı üzere belirli bir alan kapsamında mücadele edenler, söz konusu alanda tekel kurma ve alt-üst ilişkisini belirlemek için birbirleriyle savaşırlar. Bourdieu alanı; güç alanı, savaş alanı ve özerklik derecesi olmak üzere üç başlıkta ele almaktadır. Bir alan, içinde konumlandığı yere göre kendi kurallarını dayatır. Bu durumu Bourdieu, “güç alanı” kavramıyla tanımlamıştır. Biraz daha açmak gerekirse bilim insanı olmak isteyen bir kişi, eğer bu alanda var olmak istiyorsa, bilimsel çevrenin kurallarına aykırı bir yol çizemez. Alanı tanımlarken Bourdieu’nun kullandığı diğer bir kavram olan “savaş alanı” ise belirli bir alan içinde bulunan alan aktörlerinin ya mevcut konumlarını korumak ya da mevcut konumunu değiştirmeye çalıştıkları savaş arenası, olarak tanımlanmaktadır. Son olarak Bourdieu’nun kullandığı “özerklik derecesi” ise

alanın; zaman içinde ortaya çıkabilen, gelişebilen, değişebilen ve kaybolabilen bir durum olduğunu tanımlamaktadır (Palabıyık, 2011, s. 126-127).

Alan kavramı biraz daha sektörel temelde tartışılmalıdır. Bourdieu; piyasa, kurum, endüstri dalı veya sektör kavramları yerine “alan” kavramını kullanmayı tercih etmiştir (Başdaner, 2018, s. 88; Swartz, 2013, s. 170; Bourdieu, 2005, s. 39-40). Bourdieu’nun bu kavramlar yerine alan kavramını tercih etmesi, alan kavramının kapsayıcılığındandır. Bourdieu (2005, s. 39-40), birbirleriyle aynı ürünü üreten firmalar anlamına gelen sektör veya endüstri dalı gibi kavramların, firmaların arasındaki ilişkiler bütününe bakma konusunda eksik olduğunu belirtmiştir. Alanın ise hem firmalar arasındaki farkları hem de rekabet halindeki firmalar arasındaki nesnel ilişkileri dikkate aldığını belirtmektedir.

Bir alana katılan iktisadi işletmeler, rekabeti kendi lehine çevirerek azaltmak ve alanın belirli bir alt kesiminde tekel kurabilmek için sürekli olarak rakiplerinden farklılaşmaya çalışmaktadır. Ayrıca, alana giriş bedelini yükselterek veya alana bir aidiyet tanımlı dayatarak, alana katılabilecek potansiyel rakiplerin bir kısmını dışarıda tutmaya çalışırlar (Bourdieu ve Wacquant, 2014).

Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar (Bourdieu ve Wacquant, 2014) kitabında Bourdieu bir alanın nasıl inceleneceği konusunda üç noktanın altını çizmiştir. Bu noktalardan ilki alanın konumunun, iktidar alanına göre çözümlenmesidir. İkinci çözümleme alanı olarak ise Bourdieu, alanda rekabet halinde bulunanlar arasındaki ilişkileri işaret etmiştir. Üçüncü olarak ise alandaki aktörlerin habitusunun, başka bir ifade ile aktörlerin yatkınlıklarının çözümlenmesidir.

Turizm sektörü/endüstrisi kapsamında alan kavramını ele aldığımızda yukarıda yapılan tanımların geçerliliği görülmektedir. Özellikle turizm sektörünün inşaat, taşımacılık, yiyecek-içecek gibi 54 sektörle doğrudan ilişki kurduğu düşünüldüğünde (AKTOB, 2014, s. 8) turizm sektörünün, ne kadar büyük bir alana yayıldığı görülmektedir. Bu kapsamda, bu araştırmayla yapılmak istenen 1960’lı yıllar itibarıyla modernleşen Türkiye turizm sektörünün nasıl bir alanda ortaya çıktığı, o dönemlerde turizm alanının nasıl algılandığı, turizm alanı kapsamında ilişkilerin nasıl kurulduğu gibi sorulara yanıt vermektir.

2.3.1.4. İlişkisel Sosyoloji Kapsamında Turizm Hareketi

İlişkisel sosyoloji 1990'lı yılların başında şekillenmeye başlamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan 2019 yılına kadar geçtiğimiz süreçte ilişkisel sosyoloji üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, çalışmaların çoğunun teorik düzeyde yapıldığı görülmektedir. Bu durumun nedeni olarak ise tartışma alanlarında kendisine yeni yer açan ilişkisel sosyolojinin teorik tartışmalarının yapılmasının gerekliliğindendir. Turizm alanında ne ilişkisel sosyoloji ne de Bourdieu bakış açısıyla yapılmış uygulaması olan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak turizm alanını, Bourdieu'nun teorileriyle değerlendiren Başdaner (2018), turizm için Bourdieu bakış açısının ikilikleri ortadan kaldıracağını belirtmiştir.

Turizm hareketi genel anlamda turistin evinden çıktıktan sonra başlayıp, tekrar evine dönene kadar olan süreci kapsamaktadır. Bu nedenle turist, henüz tatilini nerede geçireceği fikrini oluşturma aşamasında birçok farklı ilişki geliştirmektedir. Öncelikle potansiyel turist yakın çevresiyle ilişki kurmakta, onların tavsiyelerini dinlemektedir. Hatta vatandaşı olduğu ülkenin, gitmek istediği ülkeyle olan ilişkilerini izlemektedir. Tatil fikri olgunlaştıktan sonra turizm sektörü içinde yer alan acentalarla ya da tur operatörleriyle ilişki kurmaktadır. Turizm sektörünün tamamlayıcı sektörlerinden olan ulaştırma sektörüyle, gittiği ülkedeki hukuksal düzenlemelerle ve yerel halkla birçok ilişki içine girmektedir. Kısaca turizm sektörü ile turist arasındaki ilişkiler basite indirgenemeyecek kadar fazla ve karmaşıktır. Her ne kadar ilişkisel sosyoloji bakış açısıyla yapılsa da müşteri tatmini, sadakati, memnuniyeti gibi müşteri odaklı araştırmalar sonucunda ortaya çıkan her bir sonuç; turistin, turizm destinasyonunda girdiği ilişkilerin toplam bir sonucudur. İktisadi açıdan ele almak gerekirse turistlerin ortalama geceleme sürelerinin artması veya azalması yalnızca iktisadi bakış açısıyla açıklanabilecek bir olgu mudur? Yoksa iktisadi unsurların yanında örneğin, turist-yerel halk çatışması, turistin yerel halkla olumlu bağlar kurması gibi farklı ilişki türlerinin de hesaba katılmasını da gerektirmekte midir?

Turizme açılan yeni bir destinasyonda geliştirilen ilişkilere bakıldığında, ilişki kurma biçimlerinin değiştiği görülmektedir. Turizme açılmadan önce kendi içine kapalı toplumsal yaşam süren bir destinasyonda ilişkilerin sürekliliği önemliyken, bölge turizme açıldıktan sonra ilişkilerin sürekliliği yerini ilişkilerin geçiciliğine bırakmaktadır. Bunun en temel nedenlerinden bir tanesi o bölgede yapılacak yatırımların bir kısmının, bölge

dışından gelen girişimciler tarafından yapılacak olması ve bölgedeki “yabancı” sayısının artacak olmasıdır. Bu nedenle uzun süreli ve derin ilişkiler yerini, kısa süreli ve yüzeysel ilişkilere bırakacaktır. Bu değişen ilişki türlerinin incelenmesi konusu da ilişkisel sosyolojinin konusu olmaktadır.

Turizm hareketi makro çapta düşünüldüğünde, turist gönderen – turist karşılayan ülkeler arasındaki ilişkiler ve turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkileri; mikro çapta düşünüldüğünde turist – hizmet veren ilişkileri araştırmalara konu olmuştur. Ancak bu ilişkiler çoğu zaman ya sadece iktisadi açıdan ele alınmış ya da -iktisadi çalışmalara oranla çok daha az olsa da- turizm sahasında görülen toplumsal koşulları araştıran sosyoloji bakış açısıyla ele alınmıştır. Kısaca iktisadi bakış açısı kendisini toplumsal ilişkilerden koparıp maddi unsurlara odaklanırken, sosyolojik bakış ise turiste veya yerel halka odaklanmaktadır. Bu ikilik ise Bourdieu’nun sosyolojik bakışıyla aşılabilecektir. Bourdieu’nun habitus, sermaye ve alan kavramları bu ikiliği aşmanın bir yolunu sunmaktadır. Özellikle alan kavramı iktisadi gerçeklikle birlikte sosyolojik bakış üzerine kurulan bir kavram olduğundan (benzer şekilde sermaye kavramı da hem ekonomik sermayeyi hem de kültürel, sembolik ve sosyal sermayeyi kapsar) bu ikiliği aşabilmenin yollarından bir tanesidir. Bu kapsamda tez çalışmasında modern Türkiye turizm hareketinin yeni başladığı yıllar olan 1960’lı yıllardan itibaren Ege Bölgesi’ndeki Türkiye turizminin gelişimi ilişkisel sosyoloji kapsamında Bourdieu bakış açısıyla ele alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TURİZMİN ALANA ETKİLERİ VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bir bölgede turizm gelişebilmesi öncelikle yerel halkın desteğine bağlıdır. Kısaca turizmin bir bölgede gelişmesinde en temel unsur yerel halktır (Choi ve Sırakaya, 2005, s. 390). Yerel halkın turizmin hareketine verdiği desteğin hangi şartlara bağlı olduğunun ortaya çıkarılması, olumsuz sosyal etkileri ve ilişkileri azaltalabilecek ve yerel halkın turizmin gelişmesine vereceği desteği üst seviyelere çıkarmayı sağlayacak bilgilere ulaştıracaktır (Williams ve Lawson, 2001, s. 270).

Araştırma kapsamında Güney Ege Bölgesi’ndeki turizm hareketinin gelişimi bölge yerlilerin anlatımları analiz edilerek, bu anlatımlar ilişkisel sosyolojik bakış açısıyla verilecektir. Alanyazına bakıldığında turizm hareketinin gelişimiyle yerel halk ve turistler arasındaki ilişkileri ele alan, ilişkisel sosyolojik bir bakışla yapılmış çalışmaya rastlanamamıştır. Yapılan çalışmaların birçoğunun turizm ve yerel halk arasındaki ilişkilere değil bu iki olgu arasındaki etkilere yönelik olduğu görülmektedir. Yerel halkın tutumunu, davranışlarını ve turizme yönelik bakış açılarını ölçmeye yönelik çalışmalar, yerel halkın; turizm hareketinin başlaması ve devam etmesindeki üzerindeki rolünün önemini ispatlamaktadır.

Yerel halkının boş zaman faaliyetlerine yönelik algısı üzerine yapılan ilk çalışmalardan biri Perdue, Long ve Allen (1987) tarafından Kolorado’da yapılmıştır. Araştırmacılar bu çalışmada rekreasyon faaliyetlerine (kampçılık ve balıkçılık gibi) katılan ve katılmayan yöre halkının turizme yönelik algı ve tutumlarını, Sosyal Mübadele Teorisi’nden yararlanarak açıklamaya çalışmışlardır. Çalışmanın sonucunda rekreasyon faaliyetlerine katılan veya katılmayan yerel halkın turizme yönelik algılarında herhangi bir fark bulunamamıştır. Araştırmacılar bu durumu, yöre halkının yoğun sezonlarda turistlerin gittiği bölgelere gitmemesi veya yoğun sezonlarda bu faaliyetlere daha az katılması olarak açıklamışlardır. Bu duruma ek olarak çalışmada, turizmin rekreasyon faaliyetlerini geliştirici bir etkisinin olmasından her iki grubun da memnuniyet duymasının, turizme yönelik algıda bir farklılık oluşmamasında etkili olabileceği vurgulanmıştır. Turizme yönelik algılarla beraber hangi faktörlerin turizmin desteklenmesi konusunda önemli olduğu yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu konuda

Jurowski, Uysal ve Williams (1997) yaptıkları çalışmada, yerel halkın turizme vereceği desteğin, yerel halkın hangi değişim faktörleriyle etkileşime girmesi sonucunda olumlu olarak ortaya çıkacağı araştırılmıştır. Bu kapsamda, ekonomik kazanç için potansiyel turizm kaynaklarının yerel halk tarafından ne kadarına sahip olunduğu, turistlerin bölgedeki çevresel tutumu ve turistlerin bölgedeki topluma yönelik olan aidiyet duygusu, yerel halkın turizme olan desteğini etkileyen değişim faktörleri olarak belirlenmiştir.

Teorik bir temel olarak Sosyal Mübadele Teorisi üzerine çalışmalarını kuran Teye, Sönmez ve Sırakaya (2002), Gana yerel halkının turizme yönelik algılarını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmacılar bu çalışmada, yerel halk tarafından tur operatörlerinin ve turistlerin kullanımına sunulan kaynakların karşılığında, turizmin o bölgeye sağladığı yararlarından yerel halkın memnun olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu karşılıklı ilişki sonucunda yerel halkın, turizmin yaratmış olduğu trafik sıkışıklığı, kirlilik ve yerel hizmetlerde yaşanan aksaklıklara göz yumduğu ortaya çıkarılmıştır. Benzer şekilde Kapadokya bölgesindeki yerel halkın turizme karşı algılarını Sosyal Mübadele Teorisi'yle ele alan Özel ve Kozak (2017), yerel halkın algılarını ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan değerlendirmiştir. Araştırma sonucunda turizmin bazı olumsuz özellikleri olsa da bu olumsuz etkilerin yarar-maliyet ekseninde, yerel halkın yararına olacak yönde ağır bastığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda yerel halkın turizm sektörüne güçlü bir biçimde destek verdiği, araştırma sonucunda ortaya çıkan önemli bulgulardan biridir. Araştırmanın bir diğer önemli sonucu ise yerel halkın turizme yönelik olumsuz algılarının belirlenmesidir. Bu belirlemeyle birlikte araştırma, yerel otoriteye ve politikacılara yerel halkın olumsuz algılarının neler olduğu konusunda fikir vererek, olumsuz algıların ortadan kaldırılabilmesi için yeni düzenlemeler yapılması konusunda önemli fırsatlar sunmuştur.

Daha büyük bir eksen ve yeni bir model önermek için Yoon, Gürsoy ve Chen (2001) yerel halkın, turizmle olan etkileşimini yapısal eşitlik modellemesiyle ele almışlardır. Çalışmanın modeli; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin yerel halkın sahip olduğu toplam algıyı etkileyeceği varsayımından hareketle, yerel halkın turizme destek verip vermeme kararında etkili olduğu üzerine kurulmuştur. Araştırmada toplam algıyı oransal olarak en çok etkileyen değişken olarak ekonomik etkiler çıkarken, ekonomik etkiyi sosyo-kültürel etki takip etmiştir. Yerel halkın çevresel etkilere yönelik algısı ise olumsuz olarak belirlenmiştir. Tüm etkiler neticesinde oluşan toplam algının ise

turizme destek verme aşamasında %57'lik bir paya sahip olduğu araştırma sonunda belirlenmiştir. Çalışmada, yerel halkın turizm karşısında birtakım bedeller ödemek zorunda olsa bile, bu bedeller karşılığında turizmden elde edeceği yararları göz önünde bulundurarak, karşılıklı değişim ilişkisine gireceği sonucuna varılmıştır. Görülmektedir ki yapılan bu çalışmalar ikili bakış açısından kaçamamış süreçten ziyade sonuca odaklanan bulgular ortaya çıkarmışlardır. Benzer bakış açısıyla Wang ve Pfister (2008) turizmin henüz yükselme aşamasında olduğu kırsal bir bölge üzerine araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar, bu bölgede yaşayan yerel halkın, turizmden doğrudan bir ekonomik yarar sağlayamamasalar da turizmin yarattığı kalkınmayla birlikte, çeşitli sosyal yararlar elde ettiklerini vurgulamışlardır. Bu olumlu algı sonucunda da araştırmacılar turizmin gelişmesine yerel halkın destek vermek istediğini belirtmişlerdir. Öte yandan Siu, Lee ve Leung (2013) Hong Kong yerlilerinin, “Çin turist dalgası” olarak nitelendirdikleri Çinli turistlere yönelik sahip oldukları algıları ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler olmak üzere üç ana başlıkta ele almışlardır. Bu çalışmada Hong Kong yerlileri ekonomik etkileri olumlu olarak algıırken, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri olumsuz olarak algılamışlardır.

Yerel halk ve turist arasındaki ilişki, turistin sürekli yaşadıkları yaşam alanına dönene devam etmektedir. Karşılıklı olarak devam eden bu ilişki süresince ortaya çıkan sosyal etkiler Tablo 3.1.'de yer almaktadır.

Tablo 3.1. Yerel halk-turist etkileşiminin temel sosyal sonuçları

Araştırmacı	Konu
Doxey (1975)	Tolerasyon modeli, yerel halkın kümülatif tutumunun turistlere yönelik olarak giderek kötüleşmesidir.
de Kadt (1979)	Turistlerle kurulan iletişimin doğası gereği, turizme yönelik olarak yerel halkın tutumu / davranışı / değerleri etkilenebilir.
Mathieson ve Wall (1982)	Turizm, kilise için bir gelir kaynağıdır. Algılanan güvenlik ve güvenlik etkilenebilir.
Pizam, Reichel ve Stein (1982)	Turizm, suçun potansiyel bir belirleyicisidir.
Murphy (1985)	Yerel halkın gençleri, turizmin neden olduğu gösteriş etkisine karşı çok hassastır. Yabancı diller gösteriş etkisiyle öğrenilir.
Krippendorff (1987)	Gerçeklik anlayışı turist-yerel halk arasındaki ilişki tarafından üretilir.
Ryan (1991)	Turizm, yerel dili veya lehçeyi aşındırır.
McKercher (1993)	Yerel halk ve turist arasındaki ilişkide yaşanan taleplerden dolayı her zaman bir çatışma riski vardır.
Burns ve Holden (1995)	Yerel halk olumsuzluklardan kaçmak için bir başa çıkma davranışı geliştirerek, mümkün olduğunca turistlere temastan kaçınır.
McIntosh, Goeldner ve Ritchie (1995)	Yerel halk ve turist arasındaki kızgınlık, ev sahibi ve turist arasında ortaya çıkan ekonomik farktan kaynaklanmaktadır. Yerel halkın kızgınlığı, şişirilmiş fiyatları ortaya çıkarır.

Tablo 3.2. (Devam) Yerel halk-turist etkileşiminin temel sosyal sonuçları

Sharpley (1994)	Turizm, ev sahibi topluluk içindeki sosyal etkileşimi başlatır. Turizm, dini ve tarihi binaların korunmasına katkıda bulunur. Yerel halk, zorunlu olarak yabancı dilleri kabul eder. Yerel halk, turistlere karşı kalıplaşmış bir tutum geliştirir. Din metalaşır ve sonuçta ortaya bir çatışma durumu çıkar.
Burns ve Holden (1995)	Yerel halk olumsuzluklardan kaçmak için bir başa çıkma davranışı geliştirerek, mümkün olduğunca turistlere temastan kaçınır.
McIntosh, Goeldner ve Ritchie (1995)	Yerel halk ve turist arasındaki kızgınlık, ev sahibi ve turist arasında ortaya çıkan ekonomik farktan kaynaklanmaktadır. Yerel halkın kızgınlığı, şişirilmiş fiyatları ortaya çıkarır.

Kaynak: Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of tourism Research*, 26(3), 496.

Alanyazın genel olarak değerlendirildiğinde, bu çalışmaların bazı ortak özelliklere sahip olduğu dikkati çekmektedir. Bu noktalardan bir tanesi, yerel halkın turizm olayını ekonomik açıdan olumlu olarak algılayıp, çevresel ve sosyo-kültürel açılardan olumsuz algıladığı yönündedir. Bir diğer nokta ise yapılan çalışmalarda yerel halkın turizmden elde ettiği yararın, turizmin getirdiği maliyetten yüksek oluşudur. Bu nedenle alanyazında yer alan çalışmalarda yerel halkın turizmin gelişmesine destek verdiği görülmüştür.

Yukarıda verilen çalışmaların çok önemli diğer bir ortak özelliği daha vardır. Bu ortak özellik bu çalışmaların olumlu-olumsuz, destekleme-desteklememe, fayda sağlama-sağlamama gibi ikilikler içermesidir. Alanyazında turizmle ilgili yapılmış çalışmalar incelendiğinde, turizm hareketinin bir bölgede gelişmesini, bölgedeki tüm aktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri üzerinden ilişkisel bakış açısıyla ele alan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu nedenle bu araştırmanın alanyazına yeni bir katkı yapacağı düşünülmektedir. Araştırmanın bu kısmında turizm hareketiyle yerel halk arasındaki ilişki; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkenler çerçevesinde ele alınacaktır.

3.1. Ekonomik Etkenlerin Turizm Alanına Etkileri

Turizm hareketi genel anlamda ekonomik açıdan değerlendirilen bir toplumsal faaliyettir. Bu durumun nedeni ise turizm hareketinin özellikle, sanayileşmesini henüz tamamlayamamış veya gelişmekte olan ülkelere sağladığı gelir yaratıcı etkisi ve döviz girdisi sağlamasıdır. Özellikle 1950’li yıllardan itibaren turizm hareketi ülkeler için görünmeyen ihracat etkisi göstermesiyle, önemli bir olanak yaratmıştır (Bahar ve Kozak,

2012). Turizm hareketinin yarattığı bu ekonomik etkiler, doğrudan turizm hareketini gerçekleştirdiği bölgeyi ve bölgede yaşayan insanları etkilemektedir.

Turizm endüstrisi diğer endüstrilerle kıyaslandığında daha az uzmanlık gerektirmektedir. Bu nedenle turizm endüstrisi asgari turizm eğitimiyle, diğer sektörlerden de iş gücü elde edebilmektedir. Ancak turizm endüstrisi gelişim gösterdikçe uzman iş gücüne gereksinim artmaktadır. Turizm endüstrisi için istihdam yerel iş gücü çeşidini de etkilenmektedir. Ayrıca turizm endüstrisinin düşük vasıflara sahip birçok personeli istihdam ettiği de bilinen bir gerçekliktir. Endüstri olarak turizm genellikle diğer endüstrilerde uygun iş gücü olarak kabul edilmeyen; kırsal kesimde yaşayanlardan, çocuklu annelerden, emeklilerden, vasıfsız işsizlerden iş gücü çekebilmektedir (Mathieson ve Wall, 1982, s. 43-81). Küresel olarak bakıldığında da birçok ülkenin ekonomisine olumlu katkılar yapan turizm endüstrisi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde istihdam olanağını artırması, ödemeler dengesine katkıda bulunması ve özellikle turisti karşılayan yerel halkın yaşam standartlarını artırması bakımından da önemli bir görev üstlenmektedir (Oh, 2005, s. 39; Filiposki, Ackovska, Angelovska ve Metodieski, 2016, s. 135; Zengin, 2010, s. 105).

Turizm hareketi mikro ölçekte düşünüldüğünde bölge insanının gelirini artırması ve bölgesel işletmeleri ortaya çıkarmasıyla da bölgeye ekonomik bir katkı yapmaktadır (Candela ve Figini, 2012, s. 74). Ayrıca turizm hareketi, olumsuz özellikler olarak gözüken yetersiz altyapı olanakları, düşük servis kalitesi, mevcut kapasitenin etkin kullanılamaması gibi sorunların çözümüne de katkıda bulunmaktadır (Dwyer, Forsyth ve Papatheorou, 2011, s. 10). Turizm sektörünün gereksinim duyduğu otel, rekreasyon, yiyecek-içecek işletmelerine yapılan yatırımlar ilk olarak inşaat endüstrisini etkilemektedir. Bu yatırımların ardından turistik talebin artmasıyla birlikte karayolu, havayolu ve denizyolu gibi ulaşım sahalarının da faaliyetleri artmaktadır. Böylece emek-yoğun bir yapıya sahip olan turizm endüstrisi, gelişim gösterdiği bölgede istihdam gücünü doğrudan ve dolaylı yoldan etkilemektedir. Turizm olayının gerçekleştiği bölgedeki talebe paralel olarak istihdam arzı da değişkenlik göstermektedir. Emek-yoğun bir yapıya sahip turizm endüstrisi işsizliği azaltmada önemli endüstrilerden bir tanesidir. Turizm sektörüne yerel halk açısından bakıldığında, istihdam olanaklarını arttırmasıyla yöre insanına bir seçenek yaratmaktadır (Walpole ve Goodwin, 2000, s. 561). Ayrıca turizm sektöründe çalışmak için sektörün çok özel yetenekler talep etmemesinden dolayı

turizm sektörü, yöre insanının çalışabilmesine olanak sağlamaktadır. Ancak turizm sektöründe istihdam edilen niteliksiz çalışanların, ücret düzeyinin düşük olduğu da sektör gerçekliklerinden bir tanesidir (Riley, Ladkin ve Szivas, 2002, s. 21).

Turizm olayının gerçekleştiği bölgeye olan talebin artmasıyla birlikte turistlerin yerel yiyeceklere, kıyafetlere kısaca yerel ürünlere ilgi göstermesiyle yeni yerel işletmeler ortaya çıkabilmekte veya mevcut işletmeler kapasitesini büyütebilmektedir. Bu durum yerel halkın kendi ürünlerini pazarlamasına olanak yaratmaktadır (Marin, 2015, s. 161). Ayrıca turizm hareketi turizm sektörüyle ilişkili diğer sektörleri canlandırmak için de stratejik bir öneme sahiptir. Turizme yönelik talebin artmasıyla tarım sektörüne, imalat sektörüne ve el işçiliği sektörlerine de talep artacaktır. Dolayısıyla turizm hareketi yerel kaynaklara bir talep yaratacaktır (Futter ve Wood, 1997).

Turizmin yerel ekonomi üzerindeki etkilerinin planlanması ve turizm olayını besleyen çevresel unsurların korunması, turizm hareketini daha etkin bir toplumsal harekete çevirecektir. Buradan hareketle ekolojik açıdan hassas bölgelerde turizm hareketini başlatmadan önce yapılması gereken ilk araştırmalardan biri yerel halkın sosyo-ekonomik durumunun incelenmesidir. Yapılacak böyle bir araştırmayla ilk olarak yerel halkın turizmin gelişmesiyle ilgili yaklaşımı ve kendi değerleriyle ilgili görüşleri belirlenmelidir. Bu belirlemeden sonra turizmin gelişmesinin, yerel halka sosyo-ekonomik açıdan yapacağı katkıların açıklanması gerekmektedir. Kısaca bir bölgede turizm hareketinin başlanmasına karar verildiğinde yerel halkın hareketin en başından itibaren dikkate alınması gerekmektedir (Mansuroğlu, 2006, s. 37). Turist ve yerli halk arasında ortaya çıkan ilişkinin ilk aşamasını ekonomik birliktelik oluşturmaktadır. Bu ilk aşamanın ardından karşılıklı olarak birbirlerinin yaşam tarzlarından ve davranışlarından bilgiler edinen turist ve yerel halk birbirleriyle zorunlu olarak sosyal ilişkiler kurmaktadır. Özellikle yerel halkın hayat görüşünü artırmada öncü olan bu sosyal ilişkiler, yerel halkın geçmişten getirdiği fikir ve düşüncelerini sorgulamaya veya eski kalıplardan kurtulmasına ortam hazırlamaktadır (Berber, 2003, s. 212).

3.2. Çevresel Etkilerin Turizm Alanına Etkileri

Turizm hareketi, çevre ve doğal kaynak ekseninde gelişen çok boyutlu bir ekonomik faaliyettir. Bir ülkenin turizm potansiyeli, ülke toprakları içinde bulunan sosyal, tarihi, kültürel ve doğal değerler ile ölçülür. Diğer taraftan bakıldığında ise gerek gelişen gerekse gelişmekte olan ekonomilerde turizm sektörü, 21. yüzyılın en gözde

sektörlerinden bir tanesi olmasına rağmen çevre duyarlılığına karşı duyarlılığı yetersizdir. Turizm hareketinin yarattığı çevresel etkenlerin göz ardı edilmesi, ekolojik dengeyle birlikte turizm bölgelerinin yapısal, tarihi ve estetik değerlerine de zarar vermektedir (Tuna, 2007, s. 17). Bu çerçevede düşünüldüğünde turizmin çevreyle olan ilişkisi üç farklı noktadan değerlendirilmektedir. Bu noktalardan ilki, kaynak kullanımıyla ilişkilidir. Turizm hareketinin doğal kaynaklar ekseninde gerçekleşmesi, turizm hareketinin çekiciliğinin temelini oluşturmaktadır. Ancak turizm hareketinin çevreyle ilişkisi değerlendirilirken eldeki kaynakların etkin kullanımı ve taşıma kapasitesine dikkat edilmelidir. İkinci nokta ise turizm hareketinin gerçekleştiği bölgedeki turist davranışlarıdır. Turistler gittikleri destinasyonlarda kendilerine sınır koymamakta, her davranışı yapabilme özgürlüğüne sahip olduklarını düşünmekte ve bu nedenden dolayı bulundukları bölgede doğayı olumsuz etkileyebilmektedir. Turizm ve çevre arasındaki üçüncü ilişki ise kirliliktir. Turizm sektörü geliştikçe ve turizmin gerçekleştiği bölgeye talep artmakta ve bu artışa paralel olarak su, gürültü, hava kirliliği ve atık oranları hızla artmaktadır (Holden, 2008, s. 65-103).

Turizm sektörü genel anlamda temiz bir endüstri dalı olarak değerlendirilse de bu durum gerçeği tam olarak yansıtmamaktadır. Turizm ekonomik açıdan birçok avantaj yaratsa da belirli planlar çerçevesinde sürdürülmezse çevre üzerinde büyük tahribatlar yaratabilecek bir sektördür. Daha fazla sayıda turist çekebilmek için alınmış plansız ve hızlı kararlar çevresel sorunları tetikleyecek unsurlardır. Turizm hareketinin en çok bilinen olumsuz etkileri hava, su kirliliği ve atıkları artırmaya ek olarak vahşi yaşamı olumsuz etkilemesi, yeşil alanların tahrip edilmesi, sahil kenarlarının ve denizlerin kirlenmesidir. Bu kirlenmeler neticesinde oluşan tahribat, doğal yaşam ve denge üzerinde büyük bir baskı yaratmaktadır (Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005, s. 1059). Kozak (2012, s. 117-118), son yirmi yılda turizm sektörünün yarattığı çevresel sorunları altı başlık altında toplamıştır. Bunlar;

- Çevresel bozulmalar,
- Yeraltı su kaynaklarında azalmalar,
- Atıkların geri dönüşümünde karşılaşılan sorunlar,
- Yanlış yapılaşma,
- Tarım alanlarının azalması,
- Doğal yaşama verilen zararlar.

Turizmin çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler; turizmin doğal kaynaklara verdiği zararlar, kirlilik, kültürel ve tarihsel yapı-kalıntıların tahrip edilmesi olarak özetlenebilir. Turizm çevre üzerinde yarattığı olumlu etkiler ise yerel halk için bölgede gerçekleşen faaliyetlerin artması, yolların iyileşmesi, tarihi ve kültürel kaynakların korunma altına alınması olarak sıralanabilir (Bertan, 2009, s. 206). Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkilerini biraz daha açmak gerekirse, turizme açılan bölgedeki doğal alanların koruma altına alınması, parkların düzenlenmesi, tarihi ve kültürel yapıların turizm çekiciliği yaratan mimari ve tarihsel dokularının korunması ve bölgedeki alt-üst yapı olanakları geliştirilmesi çevresel olumlu etkiler olarak değerlendirilebilir.

Ekonomik bir unsur olarak değerlendirilmemesine rağmen turistlerin tercihlerini etkileyen en önemli unsurlardan bir tanesi “çevresel etkenlerdir”. Bu etkenlerin içinde turist tercihlerini etkileyen; doğal kaynaklar, yerel halkın konuk severliği, yerel adetler, iyi korunmuş tarihi yerler sayılabilir. Tuna (2007, s. 21), çevresel etkenleri üç ayrı kategoride ele almıştır. Tuna’ya göre turizmin birinci etkisi *doğal çevre* üzerinedir. Turizmin kırsal ekosistemde yarattığı değişimler, yoğun kentleşme, kırsal ayrışma, deniz kirlenmesi, kırsal kesimlerde erozyon, hava kirliliği, aşırı su tüketimi ve arazi sularının kirlenmesi turizmin doğal çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler olarak değerlendirilmektedir (CE, 1993, s. 19). Çevrenin korunması amacı güden faaliyetlerin artırması ise turizm ve çevre etkileşiminin olumlu sonuçlarından biridir (Tuna, 2007, s. 22). Tuna’nın (2007, s. 22) ele aldığı bir diğer çevresel kaynak ise *sosyo-kültürel çevredir*. Benzer şekilde turizm sosyo-kültürel çevre üzerinde de olumlu ve olumsuz etkilere neden olmaktadır. Turizmin sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerine; geleneksel zanaatların kaybolması, profesyonel olanakların kısıtlanması, alan dışı karar vericilerin öncelik kazanması, yerleşimciler ve turistler arasında rekabet yaşanması, sosyal güvenlik sorunu, marjinal grupların illegal veya yarı illegal yollardan göç etmesi örnek olarak verilebilir (CE, 1993, s. 22). Turizmin sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumlu etkileri ise; yerleşiklerin gelir seviyesinin artırması, ticaret olanaklarının oluşumu, yerel halkın ve turistlerin diğer kültürler ile temasının artırması ve turizmin gerçekleştiği bölgedeki kültürel ve eğitimsel standartları yükseltmesidir (Tuna, 2007, s. 24). Son çevresel etken ise *kentsel çevredir*. Turizmin gelişmesiyle birlikte yaşanan hızlı yapılaşma, kentsel dokuda telafisi mümkün olmayan bir değişim yaratmaktadır. Turizmin kentsel çevre üzerindeki olumsuz etkileri; aşırı kentleşme, bölge kapasitesinin aşılması, trafik yoğunluğu, illegal yapılaşma, estetik açıdan bozulma ve gürültü kirliliği olarak

sayılabilir. Turizmin kentsel çevre üzerindeki olumlu etkileri ise; aynı özelliklere sahip fakat turizmle ilgili olmayan diğer şehirlere oranla turizm hareketinin gerçekleştiği şehirlerin daha kaliteli özel ve kamu hizmetleri alma şansı, kentsel görünüme ilgi, yerel mimari özelliklerin muhafaza edilmesi gibi sonuçlar elde etmektedir (Tuna, 2007, s. 25).

Turizm sektörünün gerek doğal çevre gerek sosyo-kültürel çevre ve gerekse kentsel çevre üzerinde yarattığı etkiler yerel halkın turizmle ilgili olan düşüncelerini etkilemektedir. Belirli bir destinasyonda turizm sektörünün hızlı bir şekilde gelişmesi, şehirlerin düzensiz yapılaşmasına, altyapının yetersiz kalmasına, gürültü kirliliğine ve yerel dokunun kaybına neden olmakta, yerel halkın turizme yönelik düşüncelerini olumsuzla çevirebilmektedir. Diğer yandan bölgede yeni iş kollarının oluşması, bölgede verilen hizmet kalitesinin artması, çevre farkındalığının ortaya çıkması, çevresel ve kültürel kaynakların korunması gibi olumlu çevresel etkenler ise turizmin yerel halk tarafından destek bulmasını sağlamaktadır.

3.3. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Turizm Alanına Etkileri

Turizm hareketi yalnızca ekonomik bir olay değildir. Turizm hareketi çevresel, siyasal, sosyal ve kültürel özelliklerden açısından da toplum ve sosyal yapı üzerinde etkiler yaratan uluslararası bir harekettir. Bu açıdan bakıldığında turizm hareketi, toplumla birlikte değerlendirilirken yalnızca gelir artıran ve döviz getiren gibi maddi ve ekonomik sonuçlarla ele alınmamalıdır. Turizm hareketi birey, sosyal yapı ve kültür üzerinde de önemli değişiklikler yaratabilmektedir. Bu nedenle turizm hareketiyle yerel halk arasındaki ilişkiler incelenirken sosyal ve kültürel olarak kurulan ilişkilerin de incelenmesi büyük önem taşımaktadır (Özdemir, 1998, s. 189; Avcıkurt, 2017, s. 57).

Alanyazına bakıldığında turizmin yerel halk üzerine olumlu veya olumsuz sosyo-kültürel izler bıraktığı görülmektedir. Turizm hareketinin başladığı bölgelerde doğru planlamalar yapılmamışsa bu plansızlık yerel halkın kimliğinin ve kültürel değerlerinin azalarak yok olmasına neden olacaktır. Ayrıca turizm faaliyetleri, bölgede suç oranının artmasına, yerel kültürün ticarileşmesine ve ahlaksal açıdan bozulmalara neden olabilmektedir. Ancak turizmin, kültürel, sanatsal ve eğlence gibi faaliyetleri artırması ve ikili ilişkileri güçlendirmesi gibi olumlu etkileri doğurduğu ve bir tür ilişkiler ağı da oluşturduğu belirtilmelidir (Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005, s. 1058).

Yerel halkın turizm fikrine katılımı ve turizm hareketini destekleme düşüncesine sahip olması, turizmin bir bölge veya ülke için planlanan şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır. Planlanan turizm hareketini sağlıklı bir biçimde gerçekleştirebilmek için yerel halkın turistlerle kurabilecekleri ilişkileri ve gerçekleştirilecek olan turizm faaliyetlerine ilişkin düşüncelerine odaklanılmalıdır. Bunun nedeni ise bölgede turizmden beklenen yararların yerel halkla girilen ilişkiler neticesinde artacağıdır. Bölgeye gelen turistlerin belirli bir kalitede hizmet araması bölgenin gelişmesine yol açacaktır. Bu durum dolaylıda olsa yerel halkın yaşam standartlarını artıracaktır (Kadanalı ve Yazgan, 2012, s. 99). Turizmin gelişme aşamasında yerel halkın turizme karşı ilgi eksikliğinin olması durumunda, turizmin bölgeye sağlayacağı yarar düzensiz dağılacaktır. Bu durum yerel halkın eğitim ve gelenek-göreneklerine paralel olarak günlük yaşamlarında ekonomik ve sosyo-kültürel açılardan hızlı veya yavaş değişimlerin olmasına neden olacaktır. Bu değişime karşı yerel halkın direnç göstermesi turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyebilmektedir (Mansuroğlu, 2006, s. 36). Turizmin sosyo-kültürel açıdan olumsuz etkileri planlama sürecinde değerlendirildiğinde, turizmin yerel halka sağlayacağı yararlar en üst düzeye çıkarılabilir (Brunt ve Courtney, 1999, s. 494).

Turizmin sağladığı ekonomik ve sosyal yararlar, turisti kabul eden toplum üzerinde çeşitli maliyetler de yaratmaktadır. Turist kabul eden toplumlarda turizmin getirdiği sosyal maliyetler genellikle olumsuz değişimler olarak kabul edilmektedir. Turizmin sosyal maliyetlerine örnek olarak; dini tutumlarda, kıyafet tercihlerinde, davranış biçimlerinde, gelenek ve göreneklerde meydana gelen değişimler verilebilir. Yerel halkta görülen bu değişiklikler bir gösteriş etkisi olarak, ilişki içinde oldukları turistlerin özelliklerinin taklit edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Bu değişimler uzun dönemli olduğunda yaşanan değişikliklerin izlenmesi de kolay olmamaktadır. Turist kabul eden ülkelerin birçoğunda turizm hareketi, “değişim unsuru” olarak algılanmaktadır. Değişimlerin hoş karşılanmadığı yerlerde turizm hareketi, olumsuz sosyal değişimlerin ilk nedeni olarak görülmektedir. Bu durumun başlangıcına gidildiğinde ise istenmeyen değişimlerin ilk nedeni olarak, turistik gelişimlerin iyi yönetilememesi gelmektedir. Bu noktadan hareketle yalnızca turizmin gelişmesinden kaynaklanan sorunların önceden belirlenmesi birçok olumsuz durumun önünü alacaktır (Jenkins, 1997, s. 13; Avcıkurt, 2017, s. 58).

Turizm hareketi yeni bir yaşam biçimi oluşturan, toplumsal bir akım olarak tanımlanabilmektedir. Bir bölgede turizm hareketi başladıktan sonra turistlerle-yerel halk arasında, turistlerle-turist arasında ve yerel halkın kendi içinde gerçekleştirdiği ilişkiler turizmin sosyo-kültürel boyutunu oluşturmaktadır. Turizmin gelişmesiyle birlikte turist-yerel halk ilişkileri bölgedeki önemli yeni ilişki ağları geliştirmektedir. Başlangıçta bir bölgenin turizme yönelmesi veya ilgi göstermesi öncelikle ekonomik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Yaşadıkları bölge turizme açılmadan önce tarım veya hayvancılıkla uğraşan yerel halk, turizmle birlikte daha fazla gelir elde edilmesi ve çalışma standartlarının daha yüksek olması nedeniyle turizm sektöründe etkinlik göstermeye başlamıştır. Böylece turizme açılan bölgede çalışma yerlerinde bir çeşitlenme olmuştur. Bu bölgede turistik eşya satan dükkanlarının, otel, motel ve pansiyon gibi konaklama tesislerinin sayısı da artmıştır. Bölgede turizmin başlaması aşamasında ekonomik düzlemde gelişen ilişkiler, zaman geçtikçe çeşitlenmiş yerel halkın, turistlerin yaşam biçimleri hakkında da bilgi sahibi olmalarını sağlamıştır (Civelek, 2010, s. 341). Ayrıca turizm sektörü, turizme açılan bölgedeki yaşam tarzını ve sosyal faaliyetleri çeşitlendirir. Bu duruma ek olarak yeni ilişkiler kurulmasını, farklı kültürlerin tanınmasını, farklı dil, din ve ırktan insanlarla iletişime geçilmesini sağlayarak yerel halkın tutumlarını ve davranışlarını değiştirebilmektedir. Turistlerle girilen ilişkiler neticesinde yerel halkın birbirinden çok farklı kültürel yapıları öğrenmesi, yöre insanının dünyayı yorumlamasını değiştirebilecektir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008, s. 132).

Turizm hareketinin yerel halkı, yerel halkın da turizm hareketinin gelişimini etkilediği açık bir gerçekliktir. Turizm ve yerel halk arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada da turizmin ilk gelişmeye başladığı bölgelerde oluşan turist-yerel halk ilişkilerinin belirlenmesi, sonraki yıllarda turizme açılacak bölgelere bir yol haritası olabilecektir.

3.4. Turizm-Yerel Halk İlişkisi

Turizm hareketinin belirli bir bölgede nasıl geliştiğini anlayabilmek için öncelikle turizm ve yerel halk arasındaki ilişkiye bakılmalıdır. Planlayıcılar açısından, turizmin bir bölgedeki gelişiminin sağlanabilmesi için dikkate alınması gereken en temel faktör yerel halktır (Choi ve Sarıkaya, 2005, s. 390). Ayrıca bir destinasyonda turizmin olumlu veya olumsuz etkilerinden en çok etkilenen kesim de yerel halktır (Swarbrooke, 1999; Choi, 2003). Turizm hareketinin gerçekleştiği bölgede yaşayan halkın; turizmin gelişimine

yönelik yapılan plan ve politikaları desteklemediği durumlarda, turizm uygulaması başarısız veya istenilen düzeyde etkin olamayabilir. Bu nedenle yerel halkın turizme yönelik bakış açısının bilinmesi, turizmin gelişiminin sağlanabilmesi için oldukça önemlidir (Akova, 2006; Karacaoğlu, 2017, s. 89).

Yerel halkın, turizmle olan ilişkisini veya her iki unsurun bir diğer üzerinde yarattığı etkiyi belirlemek için birçok çalışma yapılmış ve farklı modeller geliştirilmiştir. Bu tez çalışmasında da yerel halk üzerine yapılmış çalışmalar taranırken araştırma alanını daraltmak için Nunkoo, Smith ve Ramkissoon'un 2013 yılındaki araştırması temel alınmıştır. Nunkoo ve arkadaşları (2013, s. 11) 1984 ve 2010 yılları arasında turizmin en saygın dergileri olan "Annals of Tourism Research", "Tourism Management" ve Journal of Travel Research" dergilerinde yerel halkın turizme ilişkin davranışları üzerine yayımlanmış 140 makaleyi incelemişlerdir. İncelenen 140 makalenin yalnızca 64 tanesinin teorik bir temele dayandığını, bu 64 makalelerde en çok kullanılan modellerin ise "Sosyal Mübadele Teorisi (36)", "turizm alanlarının Yaşam Döngüsü Modeli (16)", Tolerasyon Modeli (7), "Mantıklı Eylem Teorisi (4)", "Taşıma Kapasitesi Teorisi (4)", "Sosyal Temsil Kuramı (3)", Bağımlılık Teorisi (3) olduğu belirlenmiştir (Nunkoo, Smith ve Ramkissoon, 2013, s. 10).

Yerel halk, turizm ilişkisi üzerine en çok çalışma yapılan teori "Sosyal Mübadele Teorisi"dir (SMT). SMT genel anlamda ödül ve ceza ikiliğine dayalı olarak gerçekleşen, toplumsal değişimden daha çok karşılıklı bir alışverişi tanımlamaktadır (Özkalp, 2014). Turizm hareketi ekseninde SMT'yi değerlendirildiğinde, yerel halk ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri yarar-maliyet toplamında değerlendirmektedir (Özel, 2014). Bu teoriye göre eğer yerel halk turizm hareketi sonucunda katlanmak zorunda kalacağı maliyetlerin, elde edeceği yararlardan daha az olacağını düşünürse, kısaca yararların maliyetlerinden yüksek olacağını düşünürse turizmi destekleme ihtimali artacaktır (Ap, 1992; Ko ve Stewart, 2002). Bir başka ifade ile yerel halk turizmin gelişiminin kendisine yarar sağlayacağını düşündüğünde, turistlerle karşılıklı ilişkide bulunacaktır (Cengiz ve Kırkbir, 2007).

Turizmin gelişiminin yerel halkın davranışlarını nasıl değiştirdiğine yönelik olarak kullanılan modellerden bir tanesi de Butler'ın (1980) "Turizm Yaşam Döngüsü" modelidir (TYD). Bu model turizmin nasıl geliştiğini açıklamaya yönelik altı aşamalı bir modeldir. Bu aşamalar; keşfetme, katılım, gelişme, büyüme, doygunluk ve

gerileme/yeniden canlanma aşamalarıdır. Butler (2006) modelinde; eğer turizm hareketinin destinasyon bölgesindeki olumsuz etkileri, olumlu etkilerini aşarsa yerel halkın turizme yönelik algısının olumsuz olacağını savunmaktadır. Böyle bir durumda yerel halk turizme yönelik olumsuz algılara sahip olacak ve turizme olan desteği azalacak ve belki de turizm hareketini hiç desteklemeyecektir (Akis, Peristianis ve Warner, 1996, s. 482; Diedrich ve Garcia, 2009, s. 513).

Turizm gelişimiyle, yerel halkın tutumu arasında ilişki olduğunu ileri süren bir diğer model “Tolerasyon Modeli”dir. Bu modele göre yerel halk, turizm bölgesinde turist sayısı arttıkça ve turizm bölgedeki geliştikçe, turizme karşı olumsuz tutum geliştirmektedir. Doxey’in Tolerasyon Modeli (1975) turizmin sosyal etkilerinden hareketle, yerel halkın turizme yönelik tutum değişimlerini evreler halinde açıklamaktadır (Harrill, 2004, s. 1; Filiz ve Yılmaz, 2017, s. 1804). Modelin ilk aşaması mutluluk/keyif (euphoria) aşamasıdır. Bu aşamada yerel halk genel anlamda turizmin gelişiminden memnundur. Bu aşamada turizm hareketi yerel halka ekonomik yarar getirmektedir. Yerel halk bu nedenle artan turist sayısından oldukça memnun ve bölgelerine gelen turistlere karşı oldukça yakın davranışlar sergilemektedir. Birinci aşamada turistle yerel halk arasında karşılıklı tatmin duygusu vardır. İkinci aşama ise ilgisizlik/kayıtsızlık (apathy) aşamasıdır. Bu aşamada yerel halk, turistleri artık birer obje olarak görmeye başlar, ilişkiler resmileşir, turistlere karşı tahammülsüzlük söz konusudur. Yerel halk turistleri yalnızca maddi varlıklar olarak görür. Üçüncü aşama rahatsızlık/kızgınlık (annoyance) aşamasıdır. Yerel halk bu aşamada artan turist sayısından rahatsız olmaya başlamıştır. Artan turist sayısının bölgelerine ve toplumsal yaşantılarına zarar verdiğini düşünen yerel halkın turistlere karşı olan düşünceleri tamamen değişmiştir. Artık yerel halkın gözünde turistler, ekonomik yarar getiren bir obje değil, rahatsızlık veren bir obje haline dönüşmüştür. Son aşama ise kin/nefret/düşmanlık (antagonism) aşamasıdır. Bu aşamada artık destinasyon kitlesel turizm hareketinin gerçekleştiği bir merkez olmuştur. Yerel halk bölgelerinde ortaya çıkan tüm kötü durumların kaynağı olarak turistleri görmeye başlamaktadır. Yerel halk, vergilerin yükselmesi, genç nüfusunun örf/adetinin değişmesi ve gençlerin kötü alışkanlar kazanması gibi olumsuz durumlardan turistleri sorumlu tutmaktadır. Bu düşüncelerden dolayı yerel halk turistlere karşı düşmanca tavırlar sergilemektedir (Doxey, 1975; Saveriades, 2000, s. 149; Shahmirzadi, 2012; Boley, 2013; Shafaei ve Mohamed, 2015, s. 2; Karacaoğlu, 2017, s. 90; Filiz ve Yılmaz, 2017, s. 1805).

Yerel halk ve turizm veya turist arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar 1980’li yıllardan itibaren başlamıştır. Alanyazında yer alan çalışmalar incelendiğinde yapılan ilk çalışmaların herhangi bir teoriye dayanmadığı, teorisi olan ilk çalışmaların SMT teorisi ile alındığı, sonraki yıllarda farklı birçok teori veya değişkenle ele alındığı görülmektedir.

Turizm, yerel halk arasındaki etkileşimi ele alan çalışmalar, 1980’li yıllardan itibaren oldukça ilgi çeken araştırma konularından bir tanesi olmuştur. Özellikle Sosyal Mübadele Teorisi ile ilgili birçok çalışma yapıldığı dikkati çekmektedir. Bir başka dikkat çeken noktanın ise araştırmalarda nicel araştırma yönteminin ağırlıklı olarak tercih edildiğidir. Bu durumun birkaç nedeni olabilir. Bunlardan bir tanesi, nicel araştırmanın büyük kitlelerden veri elde ederek genellenebilir sonuçlar elde etmeye çalışmasıdır. Belki de en önemli bir diğer neden ise etkileşim üzerine yapılan çalışmaların tözsel düşünceye sahip olmasıdır. Bu düşünceye sahip olarak yapılmış çalışmaların turizmle yerel halk arasındaki etkileşimi, olumlu-olumsuz, destekleme-desteklememe, yarar sağlama-sağlamama gibi ikilikler üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Ancak ikili (düalist) düşünceye ait olan, toplumsal dünyada yer alan varlıkların değişmez özellikleri olduğu varsayımları, ilişkisel sosyolojide kabul edilmemektedir. İlişkisel bakış açısında, toplumsal yaşamda yer alan her bir aktör girdiği ilişkiler neticesinde bir anlam kazanmaktadır. Bundan dolayı da “tözlerin incelenmesinin bırakılıp, dinamik toplumsal süreçlere yönelmenin, bu süreçleri incelemenin ortak nokta haline getirilmesi” ve toplumsal dünyanın; “toplumu oluşturan bireylerin arasındaki ilişkileri içeren bir süreç olarak kabul ve analiz edilmesi” gerekmektedir (Uluocak, 2016, s. 118). Tez çalışmasının üzerine kurulmaya çalışıldığı ilişkisel bakış doğrultusunda da 1960’lı yılların başında yeni yeni turizm hareketinin gerçekleştiği Ege Bölgesi’ndeki yerel halkın turizmle girmiş/geliştirmiş olduğu ilişkiler, sürece dayalı olarak ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

3.5. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Küresel bağlamda turizm hareketinin gelişimi, Türkiye’de de turizmi canlandırmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra turizm hareketinin küresel bir şekilde geliştiği görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni savaş için geliştirilen ulaştırma araçlarının savaş sonrasında sivil halkın kullanımına geçmesidir. Turizm hareketinin gelişimini etkileyen bir diğer unsur, İkinci Dünya Savaşı sonrası genç bireyler arasındaki özgürlük ve barış hareketlerinin çoğalması ve gençlerin gruplar halinde turizm hareketi içinde yer almasıdır.

Türkiye’de turizm gelişimini dönemsel olarak ele alan çalışmalar incelendiğinde Türkiye’deki turizm gelişiminin Planlı Dönem Öncesi ve Planlı Dönem olarak iki ana başlıkta ele alındığı görülmektedir. 1923-1960 yılları arasındaki dönem Planlı Dönem Öncesi olarak nitelenmekteyken, 1960 sonrası dönem ise Planlı Dönem olarak ele alınmaktadır (Olalı ve Timur, 1986, s. 345). Bu tez çalışmasında ifadeleri değerlendirilen kişilerin 1960 sonrası Türkiye turizmine yönelik görüşleri incelenmiştir. Bu çerçevede tez çalışması kapsamında ele alınacak dönemler; Soyak’ın (2009) “Planlı Dönemler 1960-1980” ve “1980 sonrası Dışa Açık Dönemler” olarak adlandırdığı iki döneme ek olarak Küresel Gelişmeler Neticesinde Türkiye’de Turizmin Gelişimi olmak üzere üç başlık altında ele alınacaktır.

3.5.1. Planlı Dönem 1960-1980 Yıllarında Türkiye’de Turizm Hareketinin Gelişimi

27 Mayıs 1960 yılında gerçekleşen ihtilalle birlikte devrilen iktidarın turizm planları ve yatırımları durdurulmuş ayrıca yapımına başlanan projeler iptal edilerek projelerin kredileri kesilmiştir. Bu yıllarda yeni yön bulmaya çalışan turizm hareketi tamamen durma noktasına gelmiştir (Ünlüöner ve Kılıçlar, 2004, s. 133). Ülke yönetimine geçenler “Planlı Kalkınma” dönemine geçilmesine karar vermişler ve 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatı’nı kurmuşlardır. Teşkilat ilk kalkınma programını 1962 yılında yürürlüğe almıştır. Aynı yıl Türkiye turizmin gelişimiyle ilgili en önemli gelişmelerden bir tanesi yaşanmıştır. 1962 yılında turizmin, hizmetler sektörünün bir alt dalı olarak görülmeye başlanması ve “kalkınma planları” içinde yer alması turizm hareketinin devlet kanadında planlı olarak ele alındığı en önemli gelişmelerden biri olmuştur. 1962 yılında Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası faaliyete başlamış, turizme yönelik kalkınma planlarının uygulanmasında kamu yönetimi için emredici, özel sektör için yol gösterici bir rol üstlenmiştir (Soyak, 2013, s. 10). Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ise 1963 yılında kurulmuş, bugünkü ismiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yurt içi ve yurt dışında faaliyetlerini sürdüren örgütleri bu yıldan itibaren faaliyet göstermeye başlamıştır. 1968 yılında Türkiye’de seyahat acentası olarak 281 şirketin kurulduğu bilinmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 153). Şirket sayısının hızlı artmaya başlaması nedeniyle 1972 yılında 1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ile birlikte Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur.

Kalkınma planları özelinde bakıldığında 1962 yılını takip eden yıllarda kalkınma planlarının sürekli hale geldiği ve turizmde ilk planlı adımların atıldığı görülmektedir. Bu dönemde turizm potansiyeli olan bölgelerin envanteri çıkarılmış, fiziksel ve teknik alt yapı planlamaları ve yatırımları yapılmıştır. Planlı dönemde gerçekleştirilen turizm politikalarının temel amacı ödemeler dengesine katkı yaratmak, döviz girdisi sağlamak, yeni istihdam alanları oluşturmak ve Türk vatandaşlarının tatil yapmasına olanak vermek olarak nitelenebilir (Acuner, 2006, s. 29; Yıldız, 2011, s. 58). Burada üzerinde durulması gereken noktalardan bir tanesi ise İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'dır (1968-1972). Bu planla birlikte Birinci Kalkınma Planı'nın turizmin yalnızca ödemeler dengesine katkıda bulunan özelliğine değil turizmin sosyal ve kültürel yararlarına da odaklanması gerekliliği vurgulanmıştır. İkinci Kalkınma Planı ile ilk kez yabancı turist sayısının artırılması için gerekli yüksek potansiyele sahip Güney Ege ve Akdeniz gibi kıyı şeridine yoğunlaşılması gerektiği ifade edilmiştir (Soyak, 2013, s. 10). Üçüncü Kalkınma Planı'nın (1973-1977) amaçları ise iç turizmi, dış turizmi ve sosyal turizmi geliştirmek ayrıca Türkiye turizminin tanıtılmasının, organize edilmesinin ve denetim faaliyetlerinin yürütülmesinin kitle turizm çerçevesinde yapılmasıdır. Bu amaçlara ulaşabilmek için turizm talebine uygun olarak özel sektörün teşvik edilmesi de hedeflenmiştir. Ayrıca Üçüncü Kalkınma Planı'nda turizm hareketinin hızlanmaya başladığı bölgelerde arazi kullanımı ve çarpık tesisleşme arasındaki ilişkiyi düzenlemek için fiziksel planlama çalışmalarının devam etmesi yönünde kararlara yer verilmiştir. İkinci Kalkınma Planı'nda olduğu gibi konaklama tesislerinin kurulmasında öncelik bölgeleri olarak Güney Ege, Akdeniz bölgelerinin yanına Göreme ve Uludağ bölgeleri eklenmiştir. Kalkınma planlarının tarihsel gelişimine bakıldığında 1978 yılının atlandığı görülmektedir. Dördüncü Kalkınma Planı'nı çeşitli nedenlerle 1978 yılına yetiştirilememiştir. Dördüncü Kalkınma Planı (1979-1983) hedef olarak turizmle ilgili altyapı yatırımlarının kamu otoritesi tarafından yapılacağını, üstyapı ve işletmecilik yatırımlarının ise özel sektör tarafından yapılması gerektiğini planlamıştır. Devlet işletmecilik faaliyetlerinde yalnızca örnek üstyapı işletmeleri kurmayı misyon edinmiştir. Ancak, bu kalkınma planı 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte uygulama olanağı bulamamıştır.

1980 yılı öncesinde Türkiye'ye giren yabancı sermaye incelendiğinde, 1954-1980 yılına kadar Türkiye'ye yalnızca 200 milyon dolar civarında bir yatırımın geldiği bu yatırımların ise çok düşük bir kısmının turizm sektörü içinde yer aldığı görülmektedir.

Benzer şekilde Türkiye’de yatırım yapan yabancı şirket sayısı da 100’lü rakamlara ulaşmamıştır. 1980 sonrasında hem yerli hem yabancı yatırımcının tüm sektörlerle beraber turizm sektöründeki payının artışında 24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Kararları’nın oldukça büyük etkisi vardır. Bu kararlarla birlikte Türkiye dışa açık bir politika sürdürmeye başlamış gerek turizm sektörü gerekse diğer sektörler önemli ölçüde yatırım çekmeye başlamıştır.

3.5.2. Dışa Açık Dönem -1980- Sonrasında Türkiye’de Turizm Hareketinin Gelişimi

Türkiye özelinde turizm hareketinin gelişimi incelenirken 1980 yılının en önemli kırılma noktalarından bir tanesi olduğu görülmektedir. Bu durumun nedeni ise Türkiye’nin 1980 yılından sonra Türkiye turizm tarihinde hiç rastlanmamış bir hızla çok kısa bir sürede arz kapasitesi, döviz girdisi ve yabancı turist sayısında büyük sıçramalar yaşamasıdır. Türkiye’de hem turizm hareketinin hem diğer sektörlerin sıçrama yaşamasına yol açan ilk gelişme 24 Ocak Kararları olarak bilinen 24 Ocak 1980 yılında uygulamaya alınan “Ekonomik İstikrar Tedbirleri”dir. Ayrıca 1980 Turizm Teşvik Kararı, 1982 Turizm Teşvik Kanunu, 1985 Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör gibi kanun ve kararlarla birlikte Kaynak Kullanımını Destekleme primi gibi çeşitli teşvik unsurlarıyla birlikte turizm sektörü 1990’lı yılların başına kadar önemli bir atılım yapmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 157; Soyak, 2009, s. 65-67).

24 Ocak 1980 tarihinde dönemin hükümeti, IMF’nin temsil ettiği, yabancı sermaye sahiplerinin kredi desteklerini alarak, ekonomide keskin bir dönüşüm sağlayacak bir istikrar programı yürürlüğe koymuştur. Program genel anlamda devlet müdahalesinin en aza indirilmesini ve özel girişimcilerin oluşturduğu pazar ekonomisinin yaratılmasını amaçlamaktaydı (Kazgan, 2000; Kazgan, 1988). Programın ilk adımı, Dünya Bankası’na kredi başvurusu yapılmasıyla başlamıştır. Bu başvuru için dönemin Başbakanlık Müsteşarı Turgut Özal, Dünya Bankası başkanı McNamara’ya bir mektup yazmıştır ve turizm sektörü kendisine bu mektup içinde yer bulmuştur. Özal, temel politika hedeflerini yedi madde de sıralarken, hedeflerin dördüncü maddesinde döviz sağlayacak sektörlerden biri olarak turizm sektörünü örneklemiştir.

“... d- Kalkınma politikamızın dayanağı, kur hadlerinin doğru saptamak ve etkin bir kur politikası uygulamak olmalıdır. Böylece Türkiye gelecekte dışsatımlardan, döviz sağlayacak diğer çabalardan (işçi dövizleri, yabancı

*özel sermaye, **turizm** gibi) döviz kazancını artıracak bir dış ticaret politikasına sahip olmalıdır (Milliyet, 1980). ”*

24 Ocak 1980 tarihli 8/168 Sayılı -”Yabancı Sermaye Çerçeve Kararnamesi Hakkında Ekli Karar”- Kararnamenin eki Kararın üçüncü maddesinde değişiklik yapılarak ilgili maddenin 16.05.1980 tarihinde Bakanlar kurulunca yürürlüğe konulması kararlaştırılmıştır. Bu değişikliğin “h” maddesinde turizm sektörüyle ilgili düzenlemeler yapılmıştır.

“h- Aşağıdaki özellikleri haiz Turizm yatırımlarında bu maddenin (a) ve (b) fıkralarında yazılı şartlar aranmaz:

- 400 yataktan büyük kapasiteli ve bunun asgari %60’ını dış turizme tahsis eden kuruluşlar,*
- Asgari 400 yatak kapasiteli otelleri ile bu ana otel ve/veya otellere entegre olacak, asgari 100 yatak kapasiteli tali otel zincirleri,*
- Her ünitesi 20 yataktan az olmamak üzere asgari 60 yatak kapasiteli yat turizmi yatırımları.*

Bu şartlara uyan turizm tesislerinin yabancı sermayeli şirketler için yatırım ve işletme müsaadeleri Yabancı Sermaye Dairesince verilir. ”

24 Ocak kararları ile birlikte Türkiye dışa açık ekonomi politikalarını uygulamaya başlamıştır. Dışa açık ekonomi planlarıyla birlikte ithal ikameci anlayış terkedilip, ihracata ağırlık verilmesi ve ülkenin döviz kazandırıcı politikalar benimsemesiyle birlikte turizm sektörü kalkınmada öncelikli sektörler arasına girmiştir. 1980 sonrası dönem Türkiye’de turizm hareketinin atağa geçmesini sağlayan bir dizi teşvik politikalarının hızla uygulamaya geçildiği bir dönemdir. Söz konusu kararlar, yapılacak yatırımların öncelikli olarak turizm sektörüne yönlendirmiş ve kıt kaynakların etkin bir şekilde değerlendirilmesi sağlanmıştır. Bu duruma ek olarak ülke turizminin planlama ve koordinasyonundan sorumlu olan Turizm Bakanlığı; kamu arazilerinin yatırımlara tahsisini kolaylaştıran, yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasını sağlayan ve turizmin tüketici durumunda olan turistlerin haklarını koruyan bir bakanlık olarak faaliyetlerini sürdürmüştür (Şen ve Şit, 2015, s. 32).

1980 yılı sonrasında turizm alanını doğrudan ilgilendiren kararlar içinde en önemlisi 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu’dur. Bu kanun Türkiye turizminde 1982 yılına kadar teşvik edilmeyen birçok uygulamanın teşvik edilmesini

sağlamıştır. Bu teşviklerden en önemlilerini; düşük faiz kredileri, bina inşaat istisnaları, yatırım indirimleri, vergi ve harç istisnaları, teşvik primleri, döviz tahsisleri, elektrik, su ve yakıt giderleri indirimleri, haberleşme esneklikleri olarak sıralayabiliriz. 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'na dayanarak turizm alanıyla ilgili olarak çıkarılan bazı yönetmelikler şunlardır;

- Turizm Eğitim Merkezleri (TUREM) Kuruluş Yönetmeliği,
- Yat Turizm Yönetmeliği,
- Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği,
- Kamu Arazisinin Turizm Yatırımlarına Tahsisi Hakkında Yönetmelik,
- Turizm Yatırım, İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik,
- Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik,
- Turizm Alanlarında ve Turizm Merkezlerinde İmar Planlarının Hazırlanması ve Onaylanmasına İlişkin Yönetmelik,
- Av Turizmi Yönetmeliği,
- Turizm Yatırım ve İşletmelerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik,
- Turizm Belgeli İşletmelerde Yabancı Personel ve Sanatkarların Çalıştırılması Hakkında Yönetmelik.

Turizm Teşvik Kanunu'yla beraber Beş Yıllık Kalkınma Planları'na bakılarak Türkiye'de turizm türlerinin ve yatırımlarının hangi yöne doğru evrildiğini de anlamak mümkün olacaktır. Bu aşamada kalkınma planlarındaki turizm ile ilgili her noktaya değinmek yerine Kalkınma Planlarının en önemli görülen noktalarına değinilecektir. Beşinci Kalkınma Planı'nda (1985-1989) devletin doğrudan yatırımcı ve örnek olma rolünden vazgeçmesi, Turizm Bankası elinde bulunan fonları kredi olarak kullandırmayı tercih etmesi planlanmıştır. Bu kapsamda devlet, turizm işletmeciliği alanından çıkarak yalnızca altyapı yatırımlarına odaklanmayı tercih etmiştir. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1990-1994) turizmin çeşitlendirilmesi planlanmış, kongre, 3. Yaş, termal ve kış turizmi gibi turizm türlerine yönelik teşvik programlarıyla turizm sezonunun yılın tamamına yayılması düşüncesi benimsenmiştir. Bu kalkınma planında ayrıca, yerli

seyahat acentalarının teşvik edilmesi ve sosyal turizmin teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1996-2000) konaklama yatırımlarının yavaşlatılması, turizm çeşitlerinin artırılması ve reklam-tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılmasını planlanmıştır. Sekizinci Kalkınma Planı (2001-2005) konaklama tesisi teşviklerinin doyum noktasına geldiğinin manifestosu niteliğindedir. Bu noktada reklam ve tanıtım çalışmalarında bir reforma gidilmesi, tekelleşmeye başlayan yabancı tur operatörlerine dikkat çekilmiştir. Bu kapsamda ülkenin rekabet gücünün artırılması ve yerel halkın turizmle ilgili kararlara katılımının sağlanması hedeflenmiştir. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) zamansal olarak yedi yılı kapsayan ilk Beş Yıllık Kalkınma planıdır. Bu planda önceki planlarda olduğu gibi turizm mevsimini uzatmanın yanında turizm hareketinin gerçekleştiği coğrafyaları da genişletmenin üzerinde durulmuştur. Ayrıca hizmet kalitesinin artırılması ve küresel düzeydeki turizm payının artırılması hedeflenmiştir. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018) ise nitelikli iş gücü, hizmet ve tesis kalitesinin artırılmasıyla üst gelir grubunda yer alan turistlere hitap edilmesi ve uluslararası bir marka haline gelmesi amaçlanmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2021).

1980 yılı sonrasında Türkiye'de turizm alanının düzenlenmesine yönelik olarak atılan tüm adımların temel nedeni yalnızca ülke içinde bu düzenlemelerin yapılması için duyulan gereksinim değildir. Bu adımların atılmasındaki önemli etken küresel gelişmeler ve bu gelişmelere göre turizm alanının düzenlenmesi gerekliliğidir. Bu kapsamda küresel düzeyde yaşanan gelişmelerin Türkiye turizmine nasıl etki ettiğine değinmek, Türkiye'de turizm hareketinin gelişimini anlayabilmek açısından önemli bir hale gelmektedir.

3.5.3. Küresel Gelişmelerle Beraber Türkiye'de Turizm Hareketinin Gelişimi

İnsanları seyahat etmeye iten dürtülerin oluşmasında ve insanların dürtülerinden doğan gereksinimleri karşılayabilmeleri için uygun ortamın hazırlanmasında birçok toplumsal gelişme ön ayak olmuştur. Bu gelişmelerden en önemlileri; bireylerin iş dışı yaşamındaki boş zamanlarının artması, ulaşım teknolojisinde yaşanan büyük değişimler, iletişim araçlarının gelişimi, toplumsal yer değişim hareketlerinin hızlanması, refah düzeyinin yükselmesi, politik kararlardaki değişimler, sosyal güvenlik sistemlerinin oluşması, çalışanlara ücretli tatil hakları verilmesi olarak sayılabilir (Doğan, 2004, s. 31-32).

Yaşanan küresel gelişmeler neticesinde insanlar seyahat etmeye yönelmiş ve küresel anlamda bir turizm pazarı oluşmuştur. Bu pazarı oluşturan en önemli etkenlerden iki tanesi bireylerin boş zamanlarının artışı ve çalışanların ücretli izin hakkını elde etmesidir. Endüstri devrimi sonrasında günlük çalışma süreleri gittikçe kısaltmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra çalışma süreleri günlük sekiz saat civarına inmiş ayrıca, çalışanlar ücretli izin hakkını elde etmiştir. İş dışı zamanın artması insanları turizm hareketleri dahil farklı rekreasyon hareketlerine katılmaya itmiştir. Ayrıca iş dışı zamanın artması üçüncü yaş turizmi gibi yeni turizm türlerinin artmasına neden olmuştur. Turizm hareketine katılımı artıran diğer bir neden olan ücretli izin hakkı ise boş zamanını değerlendirmek isteyen bireyin ekonomik gücünü ifade etmektedir. Çünkü bir bireyin ne kadar boş zamanı olursa olsun, boş zamanını değerlendirebilecek bir gelire sahip değilse turizm hareketine katılması söz konusu olmayacaktır. Buradan hareketle boş zaman ve ücretli izin hakkının birbirini tamamlayan en önemli iki unsur olduğu ifade edilebilir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 56).

Turizm hareketinin küreselleşmesini sağlayan en önemli etkenlerden bir diğeri ulaşım teknolojisinde yaşanan gelişmelerdir. Turizm ve ulaşım teknolojileri birbirlerini tamamlayan iki ayrılmaz parçadır. Çünkü turizm hareketi, ulaşım araçları ve ulaşım yolları olmadan gerçekleşemeyecektir (Gürdal, 1987, s. 10). Teknolojik gelişmelerin ulaşım araçları ve yollarında yarattığı gelişmeler ise hız, güvenlik, konfor ve ucuzluktur (Doğan, 2004, s. 33). Ulaşım ve turizm hareketi arasındaki diğer bir ilişki ise tatil süresi arasındadır. Ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ulaşım süreleri kısalmış, bu durumun sonucu olarak tatil süreleri uzamıştır. Hızlı ulaşım araçlarının artmasının turizm hareketinin gelişmesine doğrudan bir etkisi vardır. Diğer bir açıdan bakmak gerekir ise turizm hareketine oluşan talep neticesinde de ulaşım sektörü gelişmiştir. Bu noktada turizm hareketini etkileyen bir diğer unsur “seyahat özgürlüğü”dür. Özgürce seyahat etme güvencesi olmayan bir insanın turizme katılması söz konusu olamayacaktır. Bu nedenle hemen her ülkenin anayasasında seyahat özgürlüğü ile ilgili maddeler bulunmaktadır. Ülkeler arasında karşılıklı veya tek taraflı olarak uygulanan “vize” sistemleri seyahat özgürlüğünü engellemektedir. 2000’li yıllarla beraber gerek Avrupa Birliği’nin kendi içinde yer alan ülkeler arasında vizeleri kaldırması gerekse Türkiye’nin yoğun turistik talep gördüğü ülkelerle vizeleri kaldırması veya vize koşullarını esnetmesi Avrupa’daki özgür seyahat edilebilen coğrafyayı önemli ölçüde genişletmiştir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 59). Turizm hareketinin özellikle 1980’li yıllardan sonra hız kazanmasını

sağlayan diğer bir küresel gelişme ise girişimciliktir. Turizm hareketini geliştiren yeni fikirlerin, yeni tatil olanaklarının, yeni pansiyon şekillerinin ortaya çıkması girişimcilerin etkisi ile olmuştur. Bu tür girişimler turizm hareketi içinde rekabet ortamını etkilemiş ve turizm hareketinin gelişmesinde önemli roller üstlenmiştir. Türkiye dışında ilk paket turları oluşturan Thomas Cook, Türkiye içinde ise ilk her şey dahil pansiyon tipini uygulayan Magic Life Otelleri yeni girişimler tanımını içinde verilebilecek en iyi örneklerdendir. Turizm hareketinin gelişimine doğrudan etki eden bir diğer unsur ise iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerdir. Yıllar içinde önce yazılı iletişim araçlarında sonrasında televizyon gibi görsel iletişim araçlarında reklam ve tanıtımı yapılan turizm hareketi, internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte büyük bir sıçrama yaşamıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşması turizm hareketine katılmak isteyen bireyler için kolaylaştırıcı bir etki yaratmış, bireylerin seyahat etme güdülerini harekete geçirmiştir.

Tüm yaşanan küresel gelişmeler neticesinde turizm hareketinin gelişimine bakıldığında 1980’li yıllarla beraber daha çok insanın turizm hareketine katılmaya başladığı ifade edilebilir. Özellikle iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bilgi edinme ve seyahat edebilmenin kolaylaştığı böylece insanların turizm hareketine yoğun bir talep gösterdiği görülmektedir. Turizm hareketi yalnızca ülkeler arasında bireylerin yer değiştirmesine yol açmamış, ülkeler arasında kültür, politika, mal-hizmet, bilgi gibi birçok farklı alanda ilişki kurulmasına neden olmuştur. Türkiye ekseninde düşünüldüğünde 1980’li yıllara kadar “kapalı bir ekonomik” çevrede büyüyen turizm hareketi, 1980’lerin ortaları ve sonu itibarıyla küresel gelişmelere adapte olmaya çalışmış, 1990’lı yıllardan itibaren turizm hareketi içinde önemli bir yer edinmiştir. 2000’li yıllarda ise dünyada en çok turizm geliri elde eden ve ziyaretçi turist sayısı bakımından ilk 10 ülke içine girmiştir. Bu durum yıllar içinde Türkiye’de turizm alanının gelişmesine yol açmış, turizm alanı içinde yer alan aktörlerin dönemsel olarak farklı ağırlıklar kazanmasına neden olmuştur.

3.5.4. Turizm Hareketinin Gelişiminde Güney Ege Bölgesi

Araştırma kapsamında ele alınan ve Güney Ege Bölgesi olarak nitelenen Bodrum, Marmaris, Fethiye, Kuşadası ve Didim bölgelerinin tarihsel geçmişine bakıldığında, bu bölgelerin gerek Balkanlar, Adalar gibi çevre coğrafyalardan gerekse Türkiye’nin hemen her bölgesinden gelmiş toplumsal gruplara ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Zaman

içinde Türkiye turizminin en önemli merkezlerinden biri haline dönüşen bu bölgeye farklı milletlerden turistlerin de gelmesiyle bölgede yaşanan etkileşim ve ilişkiler ağı genişlemiştir. Küresel anlamda yaşanan gelişmelerle birlikte turizm hareketinin büyük coğrafyalara yayılması, ülke yönetimlerinin de turizme ayak uyduracak politikalar ve kanunlar çıkarmasına da neden olmuştur. Hem küresel gelişmeler hem de merkezi politikalar Güney Ege Bölgesi'nde çeşitli değişimleri ve aktörleri de ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle Güney Ege Bölgesi'nde yaşanan gelişmeleri tarihsel süreç içinde ele almak ve bu süreçleri değerlendirebilmek oldukça önemlidir.

Genel nüfus sayımları sonuçlarına göre bölge nüfusu incelendiğinde 1990'lı yıllardan 2000'li yıllara geçerken bölgede yaşanan nüfus artışının %50'lilere yaklaştığı görülmektedir (TUİK, 2021). Bu nüfus artışının en önemli nedenlerinden bir tanesi bölgede turizm hareketinin hızlanmasıdır. Gerek yatırımcıların gerekse bu yatırımlara bağlı olarak iş gücünün bölgeye gelmesi nüfus artışının en önemli nedenlerindendir. Bölgedeki yerleşiklerin dışında turizm sezonunda bölgedeki turistlerle beraber bölge nüfusunun çok yüksek rakamlara çıktığı da unutulmamalıdır. Türkiye'deki turistik alanlar değerlendirildiğinde, Güney Ege Bölgesi en çok turist alan bölgelerden bir tanesidir. Bölge turizminin tarihsel süreç içinde yaşadığı değişimleri; düzenleyici kararlar ve küresel turizm hareketinde yaşanan gelişmeler neticesinde açıklanması alanyazına önemli bir katkı yapacaktır. Devam eden alt başlıklarda, Güney Ege Bölgesi'nin nüfus yapısı, coğrafi ve turistik özellikleri verilecektir.

3.5.4.1.Nüfus ve Coğrafya

Araştırma kapsamında Bodrum, Marmaris, Fethiye, Kuşadası ve Didim ilçeleri ele alınmıştır. Bu ilçeler Ege Bölgesi'nin güneyinde bulunan ve kıyı şeritlerinde yer alan ilçelerdir. Bu ilçelerdeki nüfus değişimleri 1990, 2000 ve 2018 yıllarını kapsayacak nitelikte Tablo 3.2.'de verilmiştir.

Tablo 3.3. Araştırma bölgesindeki ilçelerin yıllar bazında nüfusları

<i>İlçeler</i>	<i>1965</i>	<i>1970</i>	<i>1980</i>	<i>1990</i>	<i>2000</i>	<i>2018</i>
Bodrum	25,811	27,383	32,517	56,821	97,826	171,850
Fethiye	75,202	81,640	101,879	127,620	154,209	157,745
Marmaris	12,780	13,518	19,249	41,840	79,302	94,247
Didim*	---	---	---	21,233*	37,395	85,055
Kuşadası	13,724	15,625	21,346	43,646	65,765	113,580

*1991 yılı verisidir. Didim 1991’da ilçe statüsüne kavuştuğu için 1991 öncesine ait verilere erişilemedi.

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu’nun nüfus ve demografi verilerinden derlenmiştir (<https://data.tuik.gov.tr>).

Araştırma kapsamında incelenen bölgelerin nüfusa kayıtlı yerleşiklerinin sayısına bakıldığında bölgedeki turizm hareketinin gelişimiyle nüfus artışı arasında doğrusal bir ilişki görülmektedir. Nüfus, 10’ar yıllık zaman aralıklarında incelendiğinde, nüfusun zaman zaman %50’lilere varan oranlarda arttığı dönemlerin yaşandığı ifade edilebilir. Bölgenin yoğun bir turizm talebine maruz kaldığı ve bu talebi karşılamak üzere bölgeye gelen yatırımcılar ve çalışanların nüfus artışında önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Yaşanan nüfus artışıyla beraber bölgenin yerel nüfusunun zaman içinde bölge nüfus ağırlığı içindeki payı giderek azalmıştır. Bu durum bölgenin kentleşme sürecini hızlandırmıştır. Böylece bölgede hızlı ve plansız yapılaşma sorunu da baş göstermiştir.

3.5.4.2. Güney Ege Bölgesi’nin Tarihi

Güney Ege Bölgesi geçmişten günümüze dünya tarihine önemli izler bırakan birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Araştırma bölgesinde yer alan önemli tarihi yerler Aphrodisias, Heraklia (Bodrum), Physkos (Marmaris), Telmessos, Cadianda (Fethiye), Colossae, Priene, Didyma, Miletos (Didim), Neopolis ve Scala Nuova’dır (Kuşadası). Bu bölgede kurulan uygarlıkların geçmişi milattan önce 3000 ile 1000 yılları arasına dayanmaktadır. Bu uygarlıklar bugün insanlık tarihinde önemli kilometre taşları olmuş uygarlıklardır. İnsanlık tarihinin gelişimine etki etmiş, günümüzde kurulan medeniyetlerin temelini atmıştır. Nüfus açısından bölgeye bakıldığında bu bölgede yaşayan nüfusun Osmanlı İmparatorluğu’nun bölgede hakimiyet sağlamasından, Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasına kadar ki dönemde ağırlıklı olarak Rum yerleşimcilerden oluşmakta olduğu görülmektedir (Küçük Asya Araştırmaları Merkezi, 2014).

Osmanlı İmparatorluğu’nun Balkanlar ve Avrupa fetihleri neticesinde topraklarının genişlemesi bölgede Türk nüfusunun oluşmasını sağlamıştır. Ancak İmparatorluğun duraklama ve dağılma dönemlerinde yaşanan geri çekilme süreçlerinde bu bölgelerde yaşayan Türkler, Anadolu’ya geri dönmeye başlamışlardır (Arslan, 2008, s. 1). Bu kapsamda değerlendirildiğinde bölge, Osmanlı İmparatorluğu’nun gerileme ve çökme, Türkiye Cumhuriyeti’nin ise kurulma ve yüksel dönemleri arasında kalan yaklaşık 200 yılı geçen bir sürede kitlesel yer değiştirme hareketlerine şahitlik etmiştir (Toğrol, 1991, s. 60). Bu döneme kadar bölgede yaşanan göçlerin temel nedeni ırksal, ulusal, sosyo-

kültürel ve siyasal nedenlerden kaynaklanmıştır (Ünal, 2012, s. 55). Bu durum bölgenin çok kültürlü bir yapıya sahip olmasını beraberinde getirmiştir. Bölge, 1980’li yıllardan itibaren turizm sektöründen “ekmek” kazanmak isteyenlerin geldiği bir nokta olmuştur. Tablo 3.2’den de görüleceği üzere özellikle 1980 yılından sonra bölgede yaşanan nüfus değişim oranı 2018 yılına kıyasla, %600’lere yaklaşan bir oranda artış sağlamıştır.

3.5.4.3. Güney Ege Bölgesi’nde Turizm

Muğla’nın Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçesiyle, Aydın’ın Kuşadası ve Didim ilçeleri Ege Bölgesi’nin sahil şeridinde yer alan turistik bölgelerdir. İlçelerin sahip olduğu turizm arz kaynakları yalnızca deniz, kum, güneş üçlemesiyle sınırlı değildir. İlçeler insanlık tarihinden birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış dolayısıyla o uygarlıklardan kalan çok sayıda tarihi kalıntıyı barındırmaktadır. Aphrodisias, Bodrum Kalesi, Knidos, Kaunos, Kral Mezarları, Physkos, Ephesus, Meryem Ana Evi, Priene, Tralleis, Telmessos, Cadianda gibi birçok antik kent ve tarihi yapı Güney Ege Bölgesi’nde bulunan tarihi ve kültürel yapılardan, kalıntılardan birkaç tanesidir. Ayrıca bu kültürel ve tarihi yapılara, birbirinden güzel koyları ve mavi bayraklı sahilleri de eşlik etmektedir. Bodrum’da 73, Fethiye’de 10, Marmaris’te 23, Didim’de 15 ve Fethiye’de 27 adet mavi bayraklı plaj bulunmaktadır.

Tablo 3.4. 2020 yılı itibariyle araştırma bölgesinde oda ve yatak sayıları

İlçe	İşletme Belgeli (Oda/Yatak)	Yatırım Belgeli (Oda/Yatak)	Belediye Belgeli (Oda/Yatak)
Bodrum	21,739/47,772	6,887/16,497	28,642/64,861*
Fethiye	7,410/16,055	1,261/2,659	28,642/64,861*
Marmaris	15,472/32,030	1,622/3340	28,642/64,861*
Didim	2,503/5,166	2,596/6,073	4,905/11,072
Kuşadası	9,918/20,872	997/2,782	5,691/14,081

*İlçe bazında belediye belgeli tesis sayısına erişilememiştir. Muğla ili belediye belgeli tesis sayısı toplamıdır.

Kaynak: Aydın ve Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2021).

Araştırma kapsamında ele alınan ilçelerin önemli bir kısmında termal turizm bölgeleri de bulunmaktadır. Örneğin, Kuşadası’nda Çıban ve Davutlar Kaplıcaları, Bodrum’da Karaada Kaplıcası, Marmaris’de Gölenye Kaplıcaları ve İçmeleri, Fethiye’de Belceğiz Kaplıcaları bölgenin alternatif turizm merkezleridir. Türkiye turizm politikalarında sıkça

ifade edilen alternatif turizm türleri oluşturma ve kitle turizminden uzaklaşma amacı doğrultusunda bölge, birçok farklı alternatif turizm türüne de ev sahipliği yapmaktadır. Bunlardan bazıları; kruvaziyer turizmi, kongre turizmi, yatçılık turizmi, inanç turizmi, macera turizmi, kırsal turizm, gençlik turizmi ve festival turizmi olarak sayılabilir.

Bölgeye olan turizm talebinin yüksek olması nedeniyle bölgenin kara ve hava ulaştırıcılığı açısından Türkiye'nin diğer illerine oranla ileri seviyede olduğu ifade edilebilir. Dalaman, Milas ve Adnan Menderes Havalimanları bölgeye yakın önemli havayolu merkezleridir. Havalimanları ve ilçe merkezleri arasında karayolu ulaştırması da gelişmiştir. Ancak bölgenin belki ulaşım açısından en önemli eksikliği deniz yolu ile ulaşımıdır. Özellikle bölgede bulunan bazı turizm destinasyonları arasında entegrasyonun sağlanması karayolu taşımacılığı ile seyahatlerin uzun zaman alması nedeniyle bölgeye gelen turistler çevre ilçeleri çok sık ziyaret edememektedir. Bu entegrasyonun sağlanması için deniz yolu taşımacılığı geliştirildiğinde yolculuklar hem daha kısa sürecek hem de nispeten daha keyifli hale gelebilecektir.

Yabancılar taşınmaz edinme hakkı verildiğinde, bölge önemli bir talep görmüş ve bölgede yabancılar taşınmaz satışlar dikkati çeker bir noktaya ulaşmıştır. Ayrıca bölgenin gerek yerli turist gerek yabancı turist gerekse taşınmaz almak isteyen yabancı yerleşimciler tarafından rağbet görmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri'ni tahsise açmasına neden olmuştur. Bu durum büyük inşaat firmalarının ve otel yatırımcılarının dikkatini çekmiş, taşınmaz mülk inşaatlarında ve nitelikli otel ve yatak sayılarında önemli derecede artışlar olmasına neden olmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimi bilimsel yapan temel nokta araştırma metodolojisi (Neuman, 2016, s. 117). Ancak sosyal bilimlerde araştırma metodolojisi konusunda karşılaşılan en büyük sorun hem incelenenin hem de inceleyenin insan olmasıdır (Altunışık vd. 2010, s. 12). Bu nedenle de sosyal bilim araştırmacıları; doğruluğu kabul edilmiş ve bilimsel bir yöntem olarak kabul görmüş tekniklerden kendilerine veya araştırmalarına uygun olanlarla çalışmaktadır. Bu araştırmada, araştırmanın amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, araştırma problemine odaklanmada yorumlayıcı yaklaşımı benimsemektedir (Denzin ve Lincoln, 2011). Nitel araştırmanın dayandığı yorumlayıcı paradigma araştırmacının olguları gerçekleştirdiği şekliyle ele almasını ve okuyucuya aktarması gerektiğini savunmaktadır. Yorumlayıcı paradigma gerçeğin durağan değil, dinamik bir yapıya sahip olduğunu bu nedenle gerçeğin zaman ya da mekâna göre farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Buradan hareketle yorumlayıcı paradigma, araştırmanın öznesi olan insan davranışlarının değişken bir yapıya sahip olduğunu bu nedenle davranışların yorumlanmasında pür bir nesnellığe sahip olunamayacağını varsayarken, olguların ve davranışların açıklanmasında çevresel değişimlere ve ilişkilere de dikkat edilmesini salık verir (Kozak, 2014, s. 14).

Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği çalışmalarda verilerin kavramsallaştırılması ve yapılandırılması araştırmanın sonraki aşamalarına bırakılır. Söz konusu yöntemi benimsemiş araştırmalarda, araştırmanın amaçlarına uyacak durumların oluşturulması gibi bir seçenek yoktur (Punch, 2016). Çünkü nitel araştırmanın dayanak noktasını oluşturan yorumlayıcı yaklaşım, gerçeğin veya bilginin elde edilmesinde tek bir gerçeklik temeline dayanan pozitivist yaklaşımın tam tersine gerçeğin göreceli ve birden fazla olduğu görüşünü savunur (Bogdan ve Biklen, 2007, s. 36). Çünkü nitel araştırmalar, araştırmanın ortamı ile sınırlıdır. Araştırmacı araştırma yaptığı bölgenin veya ortamın şartlarına, durumuna ve kültürüne duyarlı olmalıdır. Ayrıca nitel araştırmalar yoğun betimleme yaklaşımını da benimsediğinden araştırmalara konu olan şeyler detaylı olarak tanımlanır, analiz edilir ve yorumlanır (Holloway ve Wheeler, 2002).

Araştırma, Ege Bölgesi’nde turizm hareketinin başladığı ilk yıllarda, bölge insanıyla turizm hareketi arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda araştırmada “Turizmle olan ilişkilerimiz olumludur” veya “Turizmle olan ilişkilerimiz olumsuzdur” gibi sınırlı ifadeler yerine, söz konusu olabilecek olumlu veya olumsuz ilişkilerin arkasında yatan nedenlerle ve gelişmelerle ilgilenmektedir. Ayrıca daha derinlemesine bilgi edinebilmek amacıyla nitel yöntem benimsenmiştir. Biraz daha açmak gerekirse kısmen de olsa turizmle kurulan kimi olumsuz ilişkilere rağmen bölge insanının neden turizmle bağıni koparmadığı sorusuna yanıt bulmak için nitel yöntemin en uygun yolu çizeceği düşünülmüştür. Bu kapsamda araştırmada hipotez geliştirip, bu hipotezleri test etmek ve sonrasında çeşitli genelleştirmeler yapmak değil, Ege Bölgesi özelinde turizm hareketinin başladığı ilk yıllarda bölgede ne tür ilişkiler ne tür değişiklikler yaşandığına dair derinlemesine bir çalışma yaparak yeni bilgi öbekleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

4.2. Araştırmanın Veri Kaynağı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesi tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda kullanılacak veri kaynaklardan bir tanesi araştırma alanından elde edilen objelerdir (Bryman, 2012). Bu inceleme türü araştırılması amaçlanan olgu ya da olgular hakkında yazılı dokümanları analiz etmeyi kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 187).

Geleneksel anlamda doküman incelemesi tekniğinin; tarihçiler, antropologlar ve dilbilimciler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bu bilim dallarının yanında sosyologlar ve psikologlar da doküman incelemesi tekniğini kullanarak çeşitli kuramların ortaya çıkarılmasını sağlamışlardır. Örneğin, İngiltere’de yer alan fabrikaların denetim raporlarını inceleyen Marx ve Engels, İngiliz işçi sınıfına dair önemli bilgiler elde etmişlerdir. Benzer şekilde Durkheim, “din” ve “intihar” konularında yaptığı çalışmalarında önemli çıkarımlarının bir kısmını resmi istatistiklerden almıştır. Aynı şekilde Weber “din sosyolojisi” ve “kapitalizmin temelleri” konusundaki görüşlerini temellendirirken; dinsel dokümanları ve daha küçük mezheplere ait olan ilanları ve küçük notları incelemiştir (Forster, 1994). Tarihsel olarak bakıldığında 1930’lar ve 1950’li yıllar arasında sosyal bilimler alanında yaygın bir şekilde kullanılan doküman analizi, 1960’lı yıllardan itibaren pozitivistin sosyal bilimler çalışma alanına hâkim olmaya

başlamasıyla önemli derecede arka planda kalmıştır (Forster, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2001, s. 188).

Durkheim, doküman incelemesi tekniğinin önemi üzerinde özellikle durmuş, seçilen dokümanların rastgele istiflenmiş belgeler olarak değil de eleştirel bir gözle toplanmış dokümanlar olduğu durumlarda, dokümanların kullanımının sosyal bilim araştırmalarında kilit bir yöntem olduğunu ısrarla belirtmiştir. Durkheim'a göre dokümanların incelenmesi toplumun inanç, gelenek, hukuk sistemlerini anlamada ayrıca geçmişle gelecek, kamu ve özel arasındaki ilişkiyi kurmada sosyologların çıkış noktasıdır. Durkheim'a benzer şekilde İngiliz sosyal bilimciler Sidney ve Beatrice Webb geçmişe ve bugüne ait olan kayıtların ve birikimlerin, kişisel gözlem veya istatistiksel yöntemlerle gözlemlenemez olduğunun altını çizerek, doküman incelemesi yöntemine özel bir anlam vermişlerdir (McCulloch, 2004, s. 18-19; Ulutaş, 2015, s. 281).

Doküman incelemeleri, nitel çalışmalarda önemli derecede gereksinim duyulan bilgi kaynaklarıdır. Seçilecek araştırma konusuna göre araştırmacı, gereksinim duyduğu veriyi ya da bilgiyi görüşme, gözlem, odak grup gibi yollarına gitmeden de elde edebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 188). Bu kapsamda araştırmanın veri kaynağı Türkiye Turizm Tarihi Projesi (TTTP) sonucunda basılmış olan 10 ciltlik Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması kitaplarının ikinci ve üçüncü cildir. TTTP projesi kapsamında; ilki 3-4 Eylül 2012 tarihinde Eskişehir'de, ikincisi 22-23 Şubat 2013 tarihinde İstanbul'da ve üçüncüsü 27 Nisan 2013 tarihinde Antalya'da olmak üzere üç ayrı zamanda kaynak kişi belirleme çalıştayları yapılmıştır. Bu çalıştaylar neticesinde Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi'nde yaşanmış ve unutulmaya yüz tutmuş; turizmle ilgili gelişmeleri, kurumları, kişileri, ilişkileri ve turizm sektörünün gelişiminde önemli olmuş olayları bizzat yaşayarak şahitlik etmiş 550 kaynak kişinin ismine ulaşılmıştır. Proje kapsamında yaklaşık iki yıllık süreçte 522 kişiyle görüşmeler yapılmış, toplamda 696 saat 41 dakikalık ses ve görüntü kaydı alınmıştır. Bu tez çalışmasının verileri ise Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması kitaplarının ikinci ve üçüncü cildinde yer alan, proje ekibinin görüşme yaptığı 105 kaynak kişi ile yapılan görüşmelerden ve bu görüşmelerin deşifre edilmiş 1250 sayfalık metninden oluşmaktadır.

4.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

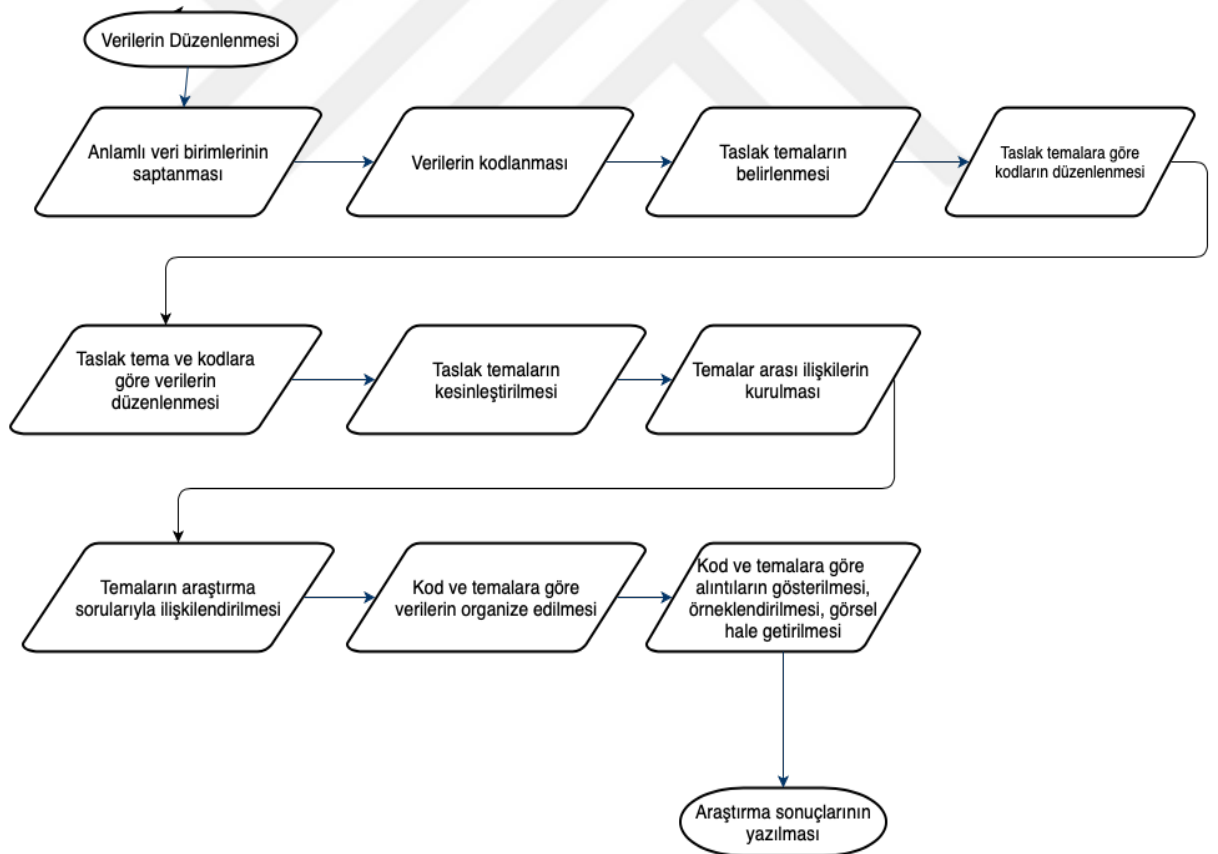
Bilimsel bir araştırmada analiz, verileri bulgulara dönüştürmeye çalışmaktır. Ortaya çıkarılan bulguların ise anlaşılır bir biçime çevrilmesi, neden önem arz ettiğinin açıklanması ve teoriyle ilişkilendirilmesi içinde elde edilmiş verilerin yorumlanması gerekmektedir. Analizler genellikle verilerin işlenmesiyle başlar (kodlamalar ve kategorilerin belirlenmesi), ardından verilerin sunumu veya görselleştirilmesiyle devam eder (grafik veya tablolar), son olarak ise sonuçlandırma ve doğrulama aşamasıyla tamamlanır (Cresswell, 2016, s. 180; Kümbetoğlu, 2015, s. 153; Bogdan ve Biklen, 2007, s. 159; Miles ve Huberman, 1994, s. 11).

Tez çalışması kapsamında, verilerin çözümlenmesi aşamasında içerik analizi uygulanmıştır. Genel anlamda içerik analizi; dokümanların veya görüşme metnlerinin karakterize edilmesini ve karşılaştırılmasını sağlayan bir tekniktir. İçerik analizinin amacı, metinlerin içeriklerini sistematik bir biçimde tanımlamaya çalışmaktır. İçerik analizi uygulamasının ardındaki temel düşünce, ham bir şekilde olan araştırma metnindeki büyük miktardaki içerikleri, daha az sayıda daha bütünsel kategorilere indirgemektir (Altunışık vd. 2010, s. 322-323). Bu kapsamda değerlendirildiğinde, herhangi bir metnin içindeki sözcüklerin tek tek sayılmasının dışında, metinlerin yoğun olarak incelenmesi ve kategorileştirilmesidir. Böylece kategoriler çıkarsama yapılan bir işlemi temsil edecektir (Weber, 1990). Kısaca “İçerik analizi; çalışılan metnin veya konunun anlaşılması ve o konu ile ilgili bilgi edinilmesine yönelik bir işlemidir” (Downe-Wamboldt, 1992, s. 314). Ayrıca içerik analizi, kategorileştirmenin ya da kodlamaların içindeki benzerlikleri ve farklıları altını çizmesiyle, metnin içinde yer alan açık ve gizli bilgileri de açığa çıkarmaktadır. Açık bilgiler genel anlamda metnin ne dediğini açıklarken; gizli bilgiler ise metinlerin neden bahsettiğini vurgular (Seggie ve Bayyurt, 2015, s. 254).

Bilgilerin ortaya çıkarabilmesi için atılan ilk adım verilerin kodlanmasıdır. İlk adımda araştırmacı, verileri inceleyerek anlamlı bölümler oluşturmaya çalışmaktadır. Araştırmacı tarafından oluşturulan bu anlamlı bölümler yine araştırmacı tarafından isimlendirilir, diğer bir ifade ile kodlanır. Bu adımda dikkat edilmesi gereken nokta anlamlı bölümlere tanımlayıcı kodlar vermektir. Tüm metin kodlandıktan sonra araştırmacının elinde bir kod listesi oluşmaktadır. Araştırmacı verilerini incelerken anahtar sözcükler olarak bu kod listesini kullanabilmektedir. Böylece metnin farklı

yerlerinde bulunan veriler bir araya getirilerek, birbirleriyle ilişkilendirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 228).

Kodlamaların oluşturulması ve sınıflandırılması yeterli değildir. Bu aşamada kodları belirli kategoriler altında toplayabilecek temaların ortaya çıkarılması gerekmektedir. Araştırmacının veriler üzerindeki ikinci adımı tematik kodlamalar yapmaktır. Örneğin bu araştırmanın metinlerinden “istihdam”, “gelir”, “döviz” gibi kodlamalar ortaya çıkarılmıştır. Ancak bu kodları veya bu kavramları bir araya getirmek için daha üst düzeyde ve daha genel bir anlamı ifade edecek “Ekonomik Faktörler” kavramı tema olarak belirlenmiştir. Ancak burada dikkat edilmesi nokta “iç tutarlılıktır”. İç tutarlılık kısaca temaların altında yer alan verilerin anlamlı bütünler oluşturup oluşturmadığıdır. Diğer dikkat edilmesi gereken nokta ise temaların birbirleriyle anlamlı bir bütün oluşturmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 237). İçerik analizine ilişkin aşamalar Şekil 4.1.’de verilmiştir.



Şekil 4.1. Görüşme metinlerinin analizinde izlenen aşamalar (Collins, 1999; Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 239).

Araştırmanın verileri Şekil 4.1’de diyagram doğrultusunda çözümlenmiştir. Araştırmacı görüşme metnlerinin tamamını okuyarak içerik analizine başlamıştır. Öncelikle araştırmada belirli söz öbeklerine yönelik kodlamalar yapılmıştır. Bu kodlamalar için araştırmacı, metinleri farklı zamanlarda tekrar tekrar okuyarak, kendi açısından metinlerin ayrıştırmasını kolaylaştıracak notlar alıp, farklı renklendirmeler yapmıştır. Tüm bu belirleyici özelliklerden sonra kodlar ortaya çıkarılmıştır. Araştırmacı kodları belirledikten sonra kodlar arasında bütünlük sağlamak için temalar oluşturarak, önceden belirlemiş olduğu kodları ilgili temalar altına almıştır. Temaların ve kodların tutarlılığını, geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak için daha önceden nitel araştırma yöntemleri konusunda çalışma yapan iki ayrı araştırmacıdan da veriler üzerinde çalışmasını isteyerek analizci çeşitlemeye başvurmuştur (Patton, 2018). İlk 20 görüşmede üç araştırmacının da elde ettiği kodlar ve temalar karşılaştırılarak, aralarında bir uyum yakalanmaya çalışılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerine ilişkin okumalar yapıldığında araştırmacılar arasında %70 (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 233), %80 (Creswell, 2016, s. 254) ve %90 (Miles ve Huberman 1994, s. 64) oranlarında uyumun yakalanması gerektiği belirtilmiştir. Bu araştırmada da araştırmacılar arasında %90’lık bir uyum yakalandıktan sonra araştırmacı diğer görüşme metinleri kendisi kodlamıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan temalar araştırmanın teorik kısmında aktarılan bilgiler ekseninde oluşturulmuş ve bu kapsamda isimlendirilmiştir.

4.4. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Bir bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden bir tanesi inandırıcılıktır. Araştırmanın inandırıcılığı ise “geçerlilik” ve “güvenirlilik” ölçütlerinden geçmektedir. Nicel bir araştırmada geçerlilik ve güvenirliliği ayrıntılı bir şekilde gösterecek tanımlar, yöntemler ve istatistiki testler vardır. Nitel bir araştırmada nicel bir araştırmada olduğu gibi detaylı istatistiki testler olmasa da geçerlilik ve güvenirliliği sağlayacak birtakım ölçütler mevcuttur. Ancak bu ölçüt farklılığı nitel araştırmanın temel varsayımlarından ve sosyal olayların araştırmasındaki bazı öğelerden kaynaklanmaktadır. Nitel bir araştırma daha çok bir olgunun varlık ve anlam bütünlüğüne yönelirken; nitel bir araştırma ise olgunun “ ne derece var olduğunu” ortaya çıkarmaya yönelir. Kısaca nitel bir araştırmada araştırmaya konu olan olgu ve olayların niteliği üzerinde durulurken, nicel bir araştırma da ise olay ya da olgunun sayısal özellikleri önem taşımaktadır (Kirk ve Miller, 1986).

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik çalışmalarının nc isimlerinden olan Guba (1981) “trustworthiness” kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram Türkçe olarak yayımlanan bazı çalışmalarda “inandırıcılık” (Yardımcı, 2018, s. 47) bazı çalışmalarda “güven duyulabilirlik” (Toker, 2019, s. 71) bazı çalışmalarda ise “güvenirlilik” (Kırlar Can, 2019, s. 101) olarak kullanılmıştır. Guba’nın (1981) “trustworthiness” kavramı bu çalışmada güvenilirlik olarak alınmıştır. Guba (1981, s. 83-88) alışmasında güvenilirliğin “inandırıcılık”, “aktarılabilirlik”, “tutarlık” ve “doğrulanabilirlik” olarak dört koşulla sağlanabileceğini savunmaktadır.

Nitel araştırmalarda “inandırıcılık” kavramı nicel araştırmalarda kullanılan “i geçerlilik” kavramının karşılığıdır (Guba, 1981). İnadırıcılık, araştırma sonucunda sunulan sonuçlarla, araştırma süresince elde edilen verilerin birbiriyle örtüşmesidir. Araştırmalarda inandırıcılığın artırılmasının sağlanması için önerilen yöntemler; araştırma alanı ile uzun süreli ilişkiler kurmak, veri kaynağını ve araştırmacıları çeşitlendirmek, kuramsal temeli çeşitlendirmek, yeterlilik sağlayacak materyaller edinmek ve yapısal yapma yöntemlerini yerine getirmektir. Bu yöntemler kullanıldığında akla yakın/makul bulgular elde edilebilecektir (Guba, 1981, s. 84).

Nitel araştırmalarda “aktarılabilirlik” kavramı, nicel araştırmalarda kullanılan “dış geçerlilik” kavramının karşılığına denk gelmektedir. Dış geçerlilik araştırmanın farklı bağlamda genellenebilmesiyle ilgilidir (Yıldırım ve şimşek, 2011). Ancak nitel araştırmalarda genellenebilirlik olanaklı değildir. Aktarılabilirliğin sağlanması için yoğun betimsel veriler toplanmalı, sonrasında ise bu verilerden katılımcıların ifadelerini birebir yansıtan alıntılar vererek yoğun betimler yapılması gerekmektedir. Böylece araştırmada içerikle uyumlu veriler ve bulgular elde edilebilecektir (Geertz, 1973; Guba, 1981, s. 86).

Nitel araştırmalarda kullanılan “tutarlılık” kavramı, nicel araştırmalarda kullanılan “güvenilirlik” kavramının karşılığıdır. Tutarlılık kavramı, nicel araştırmalardaki tekrar edilebilirlik ile ilgiliyken; nitel araştırmalar ise aynı sonuçlara ulaşmaya değil aynı verileri inceleyen farklı araştırmacıların aynı verilerden aynı anlamlar çıkarmasını ve sonuçların tutarlı olmasını ifade etmektedir (Merriam, 2013, s. 212). Tutarlılık için verilerin analiz ve yorumlanmasında araştırmacı çeşitlendirme yöntemi kullanılabilir. Bu koşulla beraber araştırmanın tutarlılığı sağlanarak, araştırma verileri ve bulguları daha kararlı/sağlam/istikrarlı (stable) bir şekilde elde edilebilecektir (Guba, 1981, s. 86).

Nitel araştırmalarda kullanılan “doğrulanabilirlik” kavramı, nicel araştırmalarda kullanılan “nesnellik” kavramının karşılığıdır. Nitel araştırmalarda bu durum araştırmacının tarafsızlığıdır. Araştırma bulguları araştırmacının düşüncelerinden değil katılımcıların düşüncelerinden oluşmalıdır. Araştırma bulgularında katılımcıların görüşleri doğrudan verilerek nesnellik sağlanmaya çalışabilir. Bu koşul sayesinde tarafsız veriler ve bulgular elde edilebilecektir (Guba, 1981, s. 87).

Araştırma kapsamında geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak için Miles ve Huberman’ın (1994, s. 279-280) geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak amacı ile araştırmacılara yönelttiği sorulara yanıt verilmiştir.

1. Araştırmanın yöntemleri ve araştırmanın diğer aşamaları açık ve ayrıntılı bir biçimde verilmiştir.
2. Verilerin elde edilmesi, işlenmesi, analiz edilmesi, yorumlanması ve sonuçlanması neler yapıldığı açık bir şekilde aktarılmıştır.
3. Ortaya konulan sonuçlar, veriler ile ilişkilendirilmiştir.
4. Araştırmacı verileri elde etmek için kullandığı yöntemleri açıkça aktarmıştır.
5. Araştırmacı bireysel varsayımlarından ve ön yargılarından arınmıştır.
6. Araştırmada farklı görüşler ve alternatif açıklamalar dikkate alınmıştır.
7. Araştırmanın ham verileri farklı araştırmacılar tarafından da incelenebilir niteliktedir.

Verilerin kodlanması sürecinde birden fazla araştırmacı rol olarak kodlamalar karşılaştırılmıştır.

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, verilerin elde edilmesine bağlı olarak çeşitli kısıtlara sahiptir. Araştırma verileri Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Araştırması kapsamında yapılan görüşmelerin, 2018 yılında kitaplaştırılarak yayımlanmasından elde edilmiştir. Bu nedenle araştırmacı proje kapsamında görüşülen kişilere şahsen soru yöneltememiş, verileri proje ekibinin katılımcılara yönelttiği sorulara verilen yanıtlardan elde etmiştir. Araştırmacının görüşülen kişilere doğrudan soru soramaması araştırmanın kısıtlarından bir tanesidir. Ancak araştırmacının tek başına, Ege Bölgesi’nin turizmle nasıl tanıştığı, bölgenin turizmle hangi ilişkileri kurduğu gibi çalışmaları tek başına yapması hem zaman hem de maddi nedenlerden dolayı çok da mümkün gözükmemektedir. Maddi gücü ve enerjisi

kısıtlı olan ve bu durumun yanında başka görevleri de yerine getirmesi gerekli olan araştırmacılar için zaman çok değerlidir (Kümbetoğlu, 2015, s. 188).

Araştırmanın diğer bir kısıtı ise görüşme yapılan kişilerin Ege Bölgesi'nde yaşamış ve turizm sektöründe çalışmış kişiler olmasıdır. Araştırma kapsamında sunulan veriler ve bulgular içinde söz konusu bölgede yaşamış ancak turizm sektöründe çalışmamış kişilerin ve bölgeye turist olarak gelen kişilerin görüşleri yer almamaktadır. Bu durum araştırmanın diğer bir kısıtını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Ege Bölgesi'ne ait yapılan çıkarsamaların tamamı söz konusu bölgede yaşamış ve turizmle uğraşan kişilerin görüşleridir.



BEŞİNCİ BÖLÜM

5. BULGULAR

Tez çalışmasının bu bölümünde, turizmin tarihsel gelişimine bağlı olarak hangi aktörlerin hangi gelişmeler neticesinde ortaya çıktığı ve aktörlerin bölge ile kurduğu ilişkilerin örüntüsünü oluşturan kategorilerin neler olduğu belirlenmek istenmiştir.

Araştırma problemi kapsamında incelenen dokümanlarda, Güney Ege Bölgesi'nde turizmle birlikte oluşan ilişkiler tarihsel süreç ekseninde incelenmiş ve *bölgede turizmin başlangıcından turizmin sertleştiği yıllara kadar turizmin nasıl şekillendiği, merkezi turizm politikaları ile “alanı” oluşturan aktörlerin hangi dönemlerde nasıl ortaya çıktığı, hangi rolleri üstlendiği ve aktörlerin bölge ile kurduğu ilişkiler ağının nasıl oluştuğu* belirlenmiştir. Bu noktada çalışmanın analiz kısmının Bourdieu'nun “alan” kavramı üzerine inşa edildiği söylenebilir. Zira Bourdieu'nun “alan” kavramı olgunun gerçekleştiği yeri ifade etmektedir. Turizmin gelişiminin tarihsel süreç içinde incelendiği Güney Ege Bölgesi, “alanı” ifade etmektedir. Alan içindeki aktörler, aktörleri ortaya çıkaran gelişmeler ve aktörlerin bölge ile kurduğu ilişkiler, “alanı” oluşturan unsurlar olarak kendini göstermektedir. “Alan” kavramını biraz daha derinlemesine ele aldığımızda alanların işleyişinde birtakım yasaların olduğu kabul edilebilir (Bourdieu, 2016, s. 137; Başdaner, 2018, s. 89). Bu yasaları genel anlamda tanımlamak gerekirse, (a) tüm alanların kendi özelliklerine uygun mücadeleler içermesidir. Söz konusu mücadeleler alana yeni girenlerle, alanda önceden bulunanlar ile alanı düzenlemeye çalışan egemenler arasında geçmektedir (Bourdieu, 2016, s. 137-138). (b) Alanların yapısını, alanda önceden bulunanların veya alana sonradan katılacak olanların önceden elde etmiş olduğu ve gelecekte kullanacağı sermaye dağılımları şekillendirir (Swartz, 2013, s. 175). (c) Alanın herhangi bir döneminde alana ilişkin ana sermayeleri elinde tutanlar pozisyonlarını korumaya çalışırken, diğer taraftan da alanda bulunan daha az sermayeye sahip alanın yerleşiklerini, daha da etkisizleştirmeye yönelik stratejiler geliştirmeye yatkındır (Bourdieu, 2016, s. 139). (d) Alan içinde yer alan tüm aktörlerin paylaştığı ortak çıkarlar vardır, böylece alanın yeniden-üretimini gerçekleştirmiş olurlar (Bourdieu, 2016, s. 140). (e) Alanda gerçekleşen faaliyete yeni katılan ya da Bourdieu'nun alan kavramını açıklarken kullandığı “oyuna” yeni giren oyuncuların, oyunun işleyişi hakkında bilmesi gereken bilgiler sonucunda, alanın tarihsel yapısı oyunun her dönemine etki eder (Bourdieu, 2016, s. 141). (f) Alanda bulunan aktörler

arasındaki tarihsel ilişkiler bireye etki ettiği için alandaki aktörler arasındaki ilişkinin tarihinin de analiz edilmesi gerekir (Bourdieu, 2016, s. 141-142; Başdaner, 2018, s. 89-91). Bu yasalardan yola çıkılarak Güney Ege Bölgesi'ndeki turizm hareketinin gelişimi tarihsel bir süreç içinde "Alan" kavramıyla birlikte ele alınacaktır.

Temaların bölgesel gelişmelere göre belirlenmesi, araştırma bölgesindeki ilişkileri ele alırken genel çerçeveyi çizmek ve sınırları belirleyebilmek için tercih edilmiştir. Bu durum katılımcılardan K70-Hilmi Yıldırım'ın *"...Birinci dönemi bu '70'li yıllarında içinde olduğu, küçük yerel işletmelerin ağırlıklı olduğu kendi kendine yağıyla kavrulan bir kesim. İkinci dönemi turizmle ilgili teşvik kredilerinin başladığı dönem..."* ifadeleriyle de örneklendirilebilir. Bu kapsamda katılımcıların ifadelerinden hareketle bölgede turizmin gelişimine bağlı olarak rol üstelenen aktörlerin turizm politikaları ve küresel gelişmeler sonucunda nasıl roller üstlendiğini ortaya çıkaran ana temalar şu şekildedir:

1. PERDE: Turizm Sahnesinde İlk Adım "Yerliler"
2. PERDE: Sahneye Giren Yeni Oyuncular "Yatırımcılar"
3. PERDE: Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular "Yabancılar"
4. PERDE: Turizm Hareketinin Kitleselleşmesi "Turistler"

Bourdieu'nun alan kavramının yasaları dikkate alındığında bu yasaların son iki tanesi tarihsel süreçlere vurgu yapmaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen ana temalar; 1960'lı yıllardan ele alınan görüşmelerin tamamlandığı 2010'lu yıllara kadar geçen süreçte alanın işleyişine etki eden olaylar neticesinde belirlenmiştir. İlk tema, Turizm Sahnesinde İlk Adım "Yerliler"; alanda, yerleşikler dışında kimse bulunmuyorken ve alanda egemen güç olarak tasvir edilebilecek merkezi otorite tarafından geniş çaplı sınırlar çizilmemişken yaşanan dönemi ifade etmektedir. Bu dönemdeki ana aktörler "yerliler" olduğu için tırnak içinde vurgulanmıştır. İkinci tema, Sahneye Yeni Giren Oyuncular "Yatırımcılar", Türkiye'de 24 Ocak 1980'de alınan ekonomik kararlardan sonra Türkiye'nin dışa açık bir ekonomiye dönmesi ve bu noktada turizm hareketinin döviz getirici en önemli sektörlerden bir tanesi olmasıyla ilişkilidir. Bu dönemde talebi karşılayacak arzı yaratan ana aktörler "yatırımcılar" olduğu ve ana aktör rolüne geçtiği için tırnak işareti içine alınarak dikkat çekilmek istenmiştir. Üçüncü tema, Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular "Yabancılar"; alanda, Türkiye Cumhuriyeti olmayan bireylere taşınmaz hakkı verilmesiyle ilgilidir. Bu dönemde taşınmaz alıp

bölgeye yerleşenler olduğu ve bölge yeni bir aktör kazandığı için “Yabancılar” sözcüğüyle vurgu yapılmıştır. Dördüncü ana tema “Turizm Hareketinin Kitleselleşmesi “Turistler”, özellikle 2000’li yıllar sonrasında bölgenin kitlesele turizme bağımlı olunmasını ifade etmektedir. Paket tur satışlarının artması ve bölgede her şeyin turist sayısı endeksli olmaya başlaması nedeniyle “Turistler” sözcüğüyle vurgu yapılmıştır.

Araştırma kapsamında ortaya çıkan ana kategoriler ve bu kategorilere bağılı alt kategoriler, takip eden başlıklarda ele alınmaktadır. Kategorilere ilişkin şekillerde kullanılan çizgilerin kalınlığı, kodlamaların sıklığını göstermektedir.

5.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırma kapsamında görüşleri alınan katılımcıların çok büyük bir bölümü araştırma alanında doğmuş ve halen aynı bölgede ikamet eden kişilerden oluşmaktadır. Söz konusu katılımcıların tamamına yakını Ege Bölgesi’nde gerçekleşen turizm hareketinde bir fiilen rol almış ve bir kısmı halen rol almaya devam etmektedir. Görüşleri alınan katılımcıların doğum tarihleri dikkate alındığında, bu kişilerin bölgedeki turizm hareketinin doğuşundan, günümüze gelene kadar yaşanan tüm sürece birinci dereceden şahit olduğu dikkati çekmektedir.

Görüşleri değerlendirilen kişiler; bölgede pansiyon işletmecilerinden butik otel sahiplerine, belediye başkanlarından eğitimcilere, seyahat acentası sahiplerinden turist rehberlerine kadar turizm sektörünün tüm paydaşlarından oluşmaktadır. Söz konusu kişilerin Güney Ege Bölgesi’nde turizm hareketinin başlangıcından itibaren hem bölgenin yerleşiklerinden olması hem de bölgedeki ilk turizmciler olması nedeniyle bölgedeki turizme bağılı gelişimi ve değişimi en yakından takip eden kişiler olduğu ifade edilebilir. Bu kapsamda katılımcılardan 1920-1939 seneleri arasında doğan kişi sayısı 24, 1939-1949 arası doğanların sayısı 25, 1950-1969 arası doğanların sayısı 51, 1970 ve üzeri kişi sayısı üç, doğum tarihini belirtmeyen kişi sayısı ise ikidir. Araştırma kapsamında görüşleri değerlendiren kişilerden 24’ü Bodrum, 16’sı Fethiye, 21’i Marmaris, 21’i Didim, 22’si Kuşadası ve bir kişi ise İstanbul’da ikamet ettiğini belirtmiştir.

Tablo 5.1. Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin bilgiler

Kişi	D. Tarihi	Meslek	Eğitim (Mezun)	Durumu	Yaşadığı Yer	Turizm Uğraşı
K1-Ali Uslu	1961	Seyahat acentası sahibi	Lise		Bodrum	Otelcilik, acentacılık
K2-Cemile Acar	1944	Emekli	İlkokul		Bodrum	Ev pansiyonculuğu
K3-Cengiz Oral	1947	Pansiyon işletmecisi	Lise		Bodrum	Ev pansiyonculuğu
K4-Erdoğan Yaşyerli	1952	Öğretmen, otel işletmecisi	Üniversite (Öğretmen Okulu)		Bodrum	Otelcilik
K5-Erman Aras	1958	Seyahat acentası sahibi	Üniversite (Lisans)		Bodrum	Acentacılık, Sivil Toplum Kuruluşu üyesi
K6-Fatma Mansur	1922	Emekli öğretmen üyesi	Üniversite (doktora)		İstanbul	Dün-Bugün Bodrum kitabının yazarı
K7-Hasan Subaşı	1931	Restoran Sahibi	İlkokul		Bodrum	Yiyecek-içecek hizmetleri
K8-İsmet Cengiz	1940	Yat şirketi sahibi	Lise		Bodrum	Mavi yolculuk turları organizatörlüğü
K9-Mehmet Baş	1950	Yat turları organizatörlüğü	İlkokul		Bodrum	Sünger avcılığı ve mavi tur organizatörlüğü
K10-Mehmet Fidan	1949	Serbest muhasebeci	Üniversite (Lisans)		Bodrum	Muhasebecilik, içecek işletmesi sahibi
K11-Mehmet Helvacıoğlu	1957	Eğlence kulübü işletmeciliği	Lise		Bodrum	Eğlence kulüpleri, restoran işletmeciliği
K12-Mehmet Yavaş	1941	Kaptanlık ve yat işletmeciliği	İlkokul		Bodrum	Sünger avcılığı, kaptanlık, yat turları org.
K13-Mustafa Danacı	1929	Otel ve yat işletmeciliği	İlkokul		Bodrum	Apart otel işletmeciliği ve yat turları org.
K14-Mustafa Paşalı	1960	Araç kiralama işletmeciliği	Lise		Bodrum	Teknelere yaktı tedarik sektörü
K15-Oğuz Alpözen	1940	Emekli müze müdürü	Üniversite (Lisans)		Bodrum	Müze müdürlüğü ve sanat evi işletmeciliği
K16-Ömer Aras	1925	Emekli fabri konsolos	Lise		Bodrum	Otelcilik, tercümanlık, Bodrumlu Çiftçi kitabının yazarlığı
K17-Recep Ertuğrul Cingöz	1940	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Bodrum	Gazete yayıncılığı, kamping ve otel işletmeciliği
K18-Sami Akbaş	1939	Ağırlama hizmetleri	İlkokul		Bodrum	Kamping işletmeciliği, STK kuruluşları
K19-Serdar Eskiürk	1953	Otel işletmeciliği	Lise		Bodrum	Otel işletmeciliği
K20-Şengül Özgün	1939	Pansiyon işletmeciliği	İlkokul		Bodrum	Ev pansiyonculuğu
K21-Tevfik Uslu	1932	Giyim sektörü	İlkokul		Bodrum	Terzilik
K22-Tuğrul Acar	1949	Emekli	Lise		Bodrum	Belediye başkanlığı, Pansiyonculuk, yat imalatı
K23-Tunçer Ergünsü	1937	Balık işleme sanatı ustası	Lise		Bodrum	Balık restorantı işletmeciliği
K24-Vedat Zencir	1945	Emekli öğretmen	Üniversite (Lisans)		Bodrum	Yiyecek-içecek işletmeciliği
K25-Vicdan Temiz	1940	Pansiyon işletmeciliği	İlkokul		Bodrum	Ev pansiyonculuğu
K26-Birol Ganioglu	1952	Bürokrat, otel ve acenta işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Kamping, seyahat acentası ve otel işletmeciliği, TÜRSAB yöneticiliği
K27-Dilek Dinçer	1957	Emekli memur	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Turizmle ilgili STK yöneticiliği
K28-Fatin Ergen	1936	Acenta ve otel işletmeciliği	Ortaokul		Fethiye	STK yöneticiliği, s. acentası ve otel işletmeciliği
K29-Günay Öztürk	1969	Otel işletmeciliği	--		Fethiye	STK yöneticiliği, otel işletmeciliği
K30-Günserin Günel	1959	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Restoran ve otel işletmeciliği
K31-Hikmet Selçuk	1955	Yat ve Otel işletmeciliği	Lise		Fethiye	STK yöneticiliği, yat ve otel işletmeciliği
K32-Keremettin Yılmaz	1960	Konaklama işletmeciliği, Belediye Başkanlığı	Lise		Fethiye	Ev pansiyonculuğu, belediye başkanlığı
K33-Mete Ay	1958	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Kuyum sektörü, Otel işletmeciliği, STK yöneticiliği
K34-Mustafa Akgün	1953	Ulaştırma işletmeciliği	İlkokul		Fethiye	Nakliye ve yolcu taşımacılığı
K35-Muzaffer Konakçı	1952	Bankacı ve otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Otel işletmeciliği
K36-Naci Dinçer	1956	Rehberlik, kaptanlık, seyahat acentası işletmeciliği	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Turist rehberliği, yat kaptanlığı, seyahat acentası işletmeciliği
K37-Özer Olgun	1939	Bürokrat	Üniversite (Lisans)		Fethiye	Belediye başkanlığı

Tablo 5.1. (Devam) Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin bilgiler

K38-Rafet Tuna	1934	Restoran işletmeciliği, Muhtarlık	---	Fethiye	Restoran işletmeciliği
K39-Sami Gökmen	1934	Milletvekilliği, STK yöneticiliği	Üniversite (Doktora)	Fethiye	STK yöneticiliği
K40-Selim Akgül	1962	Seyahat acentası	Üniversite (Y. Lisans)	Fethiye	STK yöneticiliği, seyahat acentası işletmeciliği
K41-Şeref Varlı	1954	Otel ve acenta işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Fethiye	Restoran, otel, acenta ve enlak işletmeciliği
K42-Akif Cankurt	1933	Emekli Astsubay	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Marmaris turizm bürosu şube müdürlüğü
K43-Bülent Bulbuloğlu	1963	STK yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) Başkanlığı
K44-Doğan Tugay	1945	Turist rehberliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Rehberlik, acenta, yat, marina işletmeciliği
K45-Duran Ergül	1944	Emekli öğretmen	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Gezi turları, ev pansiyonculuğu
K46-Erol Uysal	1937	Emeli astsubay	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Rehberlik ve yerel gazetelelerde yazarlık
K47-Fatma Çimen	1961	Yazar	Üniversite (Lisans)	Marmaris	STK yöneticiliği
K48-Hasan Mengi	1955	STK yöneticiliği	Ortaokul	Marmaris	Marmaris Deniz Ticaret Odası Başkanı
K49-İsmail Nejat Özbozdağ	1953	Öğretmen, rehber ve acenta işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Otel rehberliği, seyahat acentası yöneticiliği
K50-Mehmet Yıldız	1950	Yat işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Yat kapitanlığı ve işletmeciliği
K51-Muhammed Ali Acar	1955	Belediye Başkanlığı, Yiyecek-içecek, otel işletmeciliği, STK yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Belediye başkanlığı, kafe ve otel işletmeciliği, STK yöneticiliği
K52-Mustafa Ayyıldız	1933	Emekli öğretim üyesi	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Turizm gözlemcisi
K53-Nürcan Dağ	1966	Otel ve acenta yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Otel ve acenta yöneticiliği, acenta işletmecisi
K54-Oktay Işıl	1934	Ulaştırma hizmetleri	Üniversite (Y. Lisans)	Marmaris	Seyahat işletmeciliği
K55-Osman Nuri Kargın	1952	Yiyecek-içecek işletmesi, yöneticiliği ve yat işletmeciliği	İlkokul	Marmaris	Restoran şefliği, acenta işletmeciliği
K56-Recai Berkayar	1948	TURBANT dan emekli, taksicilik	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Çeşme ve Marmaris TURBAN
K57-Ruth Heilm'in	1933	Terzi	Lise	Marmaris	Marmaris'e her yıl gelen bir turist
K58-Sedat Kirt	1968	Turist rehberliği, muhabirlik, STK yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Turist rehberliği, otel yöneticiliği, acenta yöneticiliği, STK yöneticiliği
K59-Seval Suna	1973	Eğitim danışmanı	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Turizm gözlemcisi
K60-Süheyla Berkayar	1953	Emekli öğretmen	Lise	Marmaris	Turizm gözlemcisi
K61-Şükrü Denizhan	1949	Emekli astsubay, muhtar	Üniversite (Lisans)	Marmaris	Pansiyon ve restoran işletmeciliği
K62-Turgut Karaviğit	1935	Market işletmecisi	İlkokul	Marmaris	STK yöneticiliği
K63-Adnan Aşık	1953	Yiyecek-içecek işletmeciliği	İlkokul	Didim	Restoran işletmeciliği
K64-Adnan Aydoğan	1962	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Didim	Mocamp işletmeciliği, otel yatırım ve işletmeciliği
K65-Basri Göç	1941	Otelcilik	Ortaokul	Didim	Otel işletmeciliği
K66-Başak Kamacı	1980	Belediye çalışanı	Üniversite (Lisans)	Didim	Didim Belediyesi çalışanı
K67-Ekrem Aşık	1950	Yiyecek-içecek işletmeciliği	İlkokul	Didim	Restoran işletmeciliği
K68-Erdiç Göç	1968	Otel işletmeciliği	Lise	Didim	Didim Belediyesi Başkan Yardımcılığı, Otel işletmeciliği
K69-Hikmet Atilla	1952	Acenta işletmeciliği	Lise	Didim	Turist rehberliği, TÜRSAB bölgesel sekreterliği, Almanya Seyahat Acentaları Birliği yurtdışı komisyonu görevi, Rehberler Odası Birliği yedek üyeliği, seyahat acentası işletmeciliği
K70-Hilmi Yıldırım	1966	Didim Ticaret Odası Meslek Başkanı	Üniversite (Lisans)	Didim	Pansiyon işletmeciliği
K71-İsmail Aldemir	1942	Yiyecek-içecek işletmeciliği	İlkokul	Didim	Kafe işletmeciliği
K72-Kadir Karakaya	---	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Didim	Otel işletmeciliği

Tablo 5.1. (Devam) Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin bilgiler

K73-Mehmet Bilgin	1947	Öğretmen	Üniversite (Lisans)	Didim	-
K74-Tevfik Gönül	1957	Emekli-PTT	Lise	Didim	-
K75-Mümin Kamacı	1959	Yiyecek- içecek işletmeciliği	Lise	Didim	Didim Belediye Meclis üyesi, Didim Belediye Başkanlığı, Restoran işletmeciliği
K76-Ömer Selçuk	1953	Ulaştırma işletmeciliği	İlkokul	Didim	Ulaştırma ve seyahat işletmeciliği
K77-Özer Aydoğan	1955	Öğretmen	Üniversite (Lisans)	Didim	-
K78-Ramazan Kamacı	1938	Yiyecek- içecek işletmeciliği	---	Didim	Restoran işletmeciliği
K79-Salih Bankoğlu	1950	STK yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Didim	Didim Turizm Altyapı Hizmetleri Birliği Başkanı
K80-Silvia Aktaş	1977	Acenta işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Didim	Turist rehberliği, seyahat acentacılığı
K81-Şakir Kır	1920	Çiftçi	İlkokul	Didim	-
K82-Fanur Küsmen	1950	Otel işletmeciliği	Lise	Didim	Otel işletmeciliği
K83-Tayyar Cengiz	1963	STK yöneticiliği ve başkanlığı, otel ve acenta işletmeciliği	Lise	Didim	Otel işletmeciliği, seyahat acentacılığı, TÜRSAB Kuşadası BYK yöneticiliği, TÜRSAB Didim BYK Başkanlığı
K84-Adnan Şenol	---	Tur kaptanı	Ortaokul	Kuşadası	Ulaştırma hizmetleri
K85-Ahmet Kireç	1942	Yiyecek ve içecek sektörü, otel işletmeciliği	Lise	Kuşadası	Restoran ve lokanta sektörü, hediyeli esya ve dericilik sektörü, otel işletmeciliği
K86-Ajlan Karoğlu	1949	Otel işletmeciliği	Üniversite (Lisans)	Kuşadası	Tatil köyü sektörü ve otel işletmeciliği
K87-Ayşe Şerifoğlu	1956	Emekli- Kuşadası Belediyesi Temizlik İşleri Müdürü	Üniversite (Doktora)	Kuşadası	Kuşadası Belediyesi
K88-Cahit Yimşek	1932	Rehberlik ve acentacılık	Üniversite (Lisans)	Kuşadası	Turist rehberliği ve acentacılık, International Travel Services müdürlüğü
K89-Cemile Taka	1950	Tekne tasımacılığı	Ortaokul	Kuşadası	Ulaştırma ve seyahat sektörü
K90-Erdoğan İstanköylü	1937	Emekli- Bürokrat	Lise	Kuşadası	Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, Ayalık Şube Şefi, bölge müdürü, İl Kültür ve Turizm Müdürü ve Bakanlık Müşaviri
K91-Erol Erdem	1945	Yiyecek, içecek işletmeciliği, otelcilik, acentacılık	Lise	Kuşadası	Otel ve acenta işletmeciliği, halıcılık ve kuyum işletmelerinde çalışan
K92-Gurbüz Arkan	1943	Yiyecek ve içecek sektörü	Ortaokul	Kuşadası	Restoran/ Lokantacılık sektörü
K93-Halit Şakar	1943	STK Yöneticiliği ve Başkanlığı	Lise	Kuşadası	Belediye, Esnaf ve Sanatkar Odası, LİMAŞ Kuşadası Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatif Yönetim Kurulu Başkanlığı
K94-Hatice Kavafoğlu	1945	Emekli	Lise	Kuşadası	Pastane, kafe-bar, halıcılık işletmeciliği
K95-Mehmet Uçargönül	1946	İşletmeci	Lise	Kuşadası	Otel işletmeciliği
K96-Mehmet Mumcu	1952	Emekli	Lise	Kuşadası	Eğlence kulübü işletmeciliği
K97-Müjgan Şavkay	1927	Emekli öğretmen	Lise	Kuşadası	Yiyecek-içecek sektörü
K98-Nadire Köken	1940	Otel işletmeciliği	Lise	Kuşadası	Housekeeper ve otel işletmeciliği
K99-Nilgün Şirin	1950	Turist rehberi, Acenta işletmeciliği	Lise	Kuşadası	Çeşitli acentalarda turist rehberliği, acenta işletmeciliği
K100-Osman E. Çolakoğlu	1964	Öğretim üyesi	Üniversite (Doktora)	Kuşadası	Otelcilik, turizm eğitimi
K101-Ömer Germen	1950	Tıp doktoru	Üniversite (Lisans)	Kuşadası	Turizm gözlemcisi
K102-Ömer Taylan Sağnak	1936	Belediye başkanlığı, turist rehberliği, fotoğrafçılık, otel ve bar işletmeciliği	Lise	Kuşadası	Belediye başkanlığı, turist rehberliği, otel ve bar işletmeciliği
K103-Rıdvan Kavi	1953	Seyahat acentası yöneticiliği	Lise	Kuşadası	Çeşitli seyahat acentalarında yöneticilik
K104-Tacettin Özden	1963	Otel yöneticiliği	Üniversite (Lisans)	Kuşadası	Otel yöneticiliği
K105-Vildan Koç	1952	Turist rehberi	Üniversite (Lisans)	Kuşadası	Turist rehberi

Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen kişilere ilişkin verilerin tamamı Tablo 5.1.'de sunulmuştur. 105 kişiye ait verilerin Tablo 5.1. üzerinden okunması ve takip edilmesi zor olabileceğinden Tablo 5.2.'de görüşleri değerlendirilen kişilere ilişkin özet bir bilgi tablosu oluşturulmuştur.

Tablo 5.2. Katılımcıların demografik ve turizm çalışma alanlarına ilişkin özet bilgiler

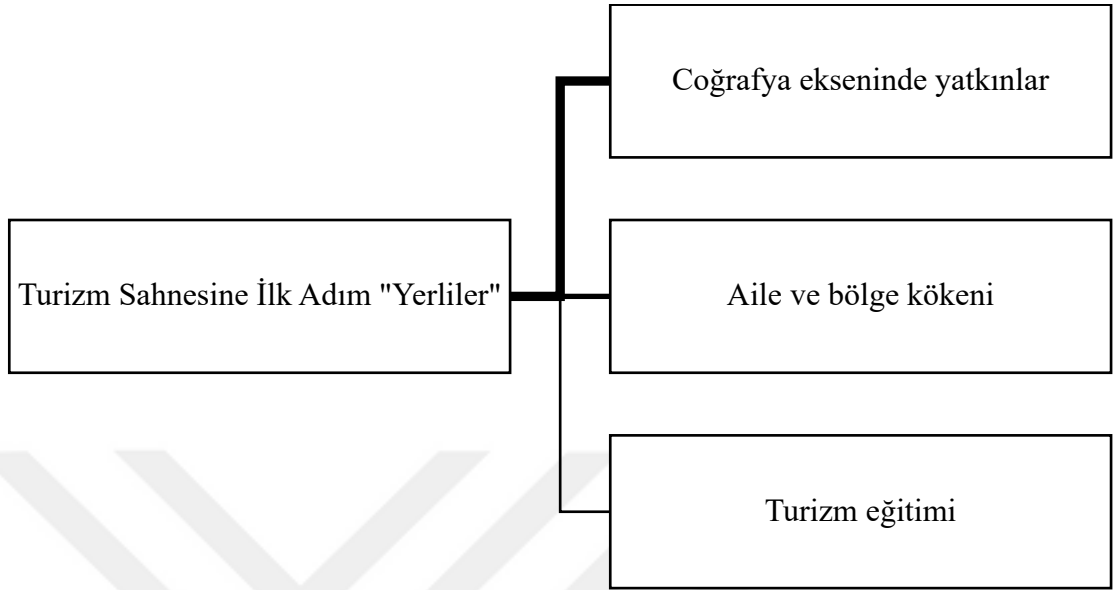
Cinsiyet	Erkek 87 kişi Kadın 18 kişi
Eğitim Durumu	İlkokul 17 kişi Ortaokul 6 kişi Lise 31 kişi Üniversite ve üzeri 48 kişi
Yaş Aralığı	1920-1929 arası doğan 5 kişi 1930-1939 arası doğan 19 kişi 1940-1949 arası doğan 25 kişi 1950-1959 arası doğan 36 kişi 1960-1969 arası doğan 15 kişi 1970 ve üzeri 3 kişi
İlçe Dağılımı	Bodrum 25 kişi Fethiye 16 kişi Marmaris 21 kişi Didim 21 kişi Kuşadası 22 kişi
Uğraş Alanları*	Ağırlama 37 kişi Seyahat Acentacılığı 19 kişi Yiyecek İçecek 27 kişi Sivil Toplum Kuruluşu Yöneticiliği 16 kişi Diğer 47 kişi

*Birden fazla iş kolunda faaliyet yürütenler vardır.

5.2. Turizm Sahnesinde İlk Adım “Yerliler”

Araştırmanın temel amaçlarından bir tanesi, tarihsel süreç içinde turizm alanında yaşanan gelişmelerin hangi aktörleri ortaya çıkardığının anlaşılması üzerine kurulmuştur. Bu durumun nedeni ise Türkiye'nin öncü turizm bölgelerinden bir tanesi olan Güney Ege Bölgesi'ni aktörler ekseninde açıklamanın uygun olacağı düşüncesindendir. Bulguların

bu bölümünde, Güney Ege Bölgesi'ne yönelik turistik talep başladığında, alanda bulunan “yerlilerin”, turizm alanıyla nasıl ilişkiler kurduğu açıklanacaktır.



Şekil 5.1. Turizm Sahnesinde İlk Adım “Yerliler”

Güney Ege Bölgesi’nde turizm hareketinin başlamasıyla beraber bölgede yaşayanların turizm hareketine ev sahipliği yapması, bölge insanının toplumsal yaşamını değiştirmeye başlamıştır. Turizm hareketinin başladığı ilk yıllarda turizm hareketini merkezden düzenleyen herhangi bir gelişme yaşanmadığından bölge insanı el yordamıyla bölgeye yönelik turistik talebe yanıt vermeye çalışmıştır. Bu kapsamda bölgede turizm hareketinin başlamasıyla birlikte turizm hareketinin içinde yer almaya başlayan yerliler, Bourdieu’nun alan kavramını tanımlarken kullandığı oyun metaforu ekseninde, tiyatro oyunu sahnesinde kullanılan “1. Perde – Turizm Sahnesinde İlk Adım Yerliler” olarak metaforize edilmiştir. Alana bakıldığında da görülmektedir ki, bölgede turizm hareketi başladığında sahne de yer alan ilk turizmciler “yerlilerdir”. Yerlilerin alanda turizmle kurduğu ilişkiler ele alındığında ortaya çıkan kategoriler; *coğrafya ekseninde yatkinlıklar*, *aile ve bölge kökeni* ve *turizm eğitimi* olmak üzere üç ana kategoride ele alınmıştır.

5.2.1. Coğrafya Ekseninde Yatkinlıklar

Turizm hareketinin başlamasıyla beraber yerel halkın turizm hareketiyle kurduğu ilk ilişkilerin olumlu yönde geliştiği söylenebilir. Bölge insanının deniz ve denizcilik ürünleriyle yakın ilişki içinde olması, çok kültürlü yapısı, turizm hareketinin bölgede hoş karşılanması ve gelişmesi için önemli sayılabilecek olgulardan bir tanesidir. Bu kapsamda

bölgede turizm hareketine yerli halktan destek verilmesini. K22-Tuğrul Acar şu ifadelerle açıklıyor; “... Aktif olarak turizmin içerisine girdik zaten ‘60’lı yılların ikinci yarısından itibaren özellikle. Dolayısıyla biz turizmi tanımaya başladık, tanıdık. Yaptığımız her iş turizme yönelikti zaten, turizm tabi kelime anlamına bakarsak işte gezmek, görmek, eğlenmek, tanımak filan...”.

Coğrafya ekseninde yatkınlıklar alt kategorisini oluşturan alt kategoriler ise misafirperverlik, denizle kurulan ilişkinin varlığı ve çok kültürlü yapıdır.

Misafirperverlik alt kategorisi bölgede turizm hareketi başlamadan önce, bölgede konaklama olanaklarının yeterli olmamasından dolayı yerli halkın dışarıdan gelenlere kapılarını açmasını tanımlamaktadır. Bölgeye turizm hareketi 1960’lı yıllardan önce başlasa da bölge halkı bu hareketin turizm hareketi olduğunu bilmemektedir. Bu durumu K3-Cengiz Oral “...Tabii biz o zaman daha turizmin ne olduğunu pek bilmiyorduk. Çünkü bizim evde pek turizm değil, dışarıdan gelen süngerciler olsun, devlet erkânı olsun hepsi bizim evimizde kaldığı için biz onlarla haşır neşirdik. Ayrıca bizim için turizm diye bir şey yoktu. Onlar normal turist gibiydi, insan gibiydi. ‘60 senesinde ihtilalden sonra gene gelen bizde kalıyordu...” ifadeleriyle aktarmıştır. Özellikle bayram ve festival zamanlarında bölgede yatak bulmak zor olduğu için gerek yerel belediyeler gerek turizm danışma müdürlükleri halka konaklama olanağı yaratmaları kapsamında çeşitli çağrılar yapmaktadır. Bu durumu K27-Dilek Dinçer “...O yıllarda da biz bayram günlerinde de yoğun yaşanan zamanlardı yine halktan evlerini açmalarını istiyorduk. Çağrı yapıyorduk. Çünkü o zaman şimdiki gibi rezervasyon alışkanlığı da olmadığı için herkes geliyordu yer bulabilen kalıyordu.” şeklinde belirtmiştir. Benzer bir biçimde Marmaris ilçesindeki yatak sayısının belirlenmesine yönelik bir anıyı da K47-Fatma Çimen, 1980’li yıllar öncesinde bölgenin tanınan simalarından olan Kadir Yüzak’tan (Sahil Sıhhiye İdaresi memurluğu ve Liman Başkan Vekilliği yapmıştır) aktarmıştır; “...Belediye çalışanı Topal Galip diye, ona 25 kuruş veriyorlar, o duyuru yapıyor, hangi evde işte karyola, hangi evde yer olduğunu öğrenmek için diyorlar ki işte; biz bir doküman yapalım, hani bizim kaç yatağımız var öğrenelim. Tellalı çıkarıyorlar, diyorlar ki; işte kaç tane karyola varsa, Marmaris’te kimlerin karyolası var, kimin yer yatağı var, diye anons yapıyor, insanlar bildiriyor, doğal olarak listeleniyor; işte şu kadar karyolamız var, şu kadar yer yatağımız var diye, kendilerine doküman hazırlıyorlar.” Kısaca bölgede

1980’li yıllardan önce turizmi hareketlendirmek için imece usulü bir çalışma, bir ilişki ağı olduğu ifade edilebilir.

Denizle kurulan bağın olması alt kategorisi bölge insanının turizm hareketi öncesinde de denizcilikle ilgilendiğini ifade etmektedir. Bölgede özellikle Bodrum civarında turizm gelişiminden önce süngercilik, en çok icra edilen mesleklerden biridir. Ancak Ege Bölgesi’nde süngerciliğin dışında balıkçılık, tütün ve meyve-sebze tarımı yapılmaktadır. Turizm hareketiyle bölge insanının ilişkisi geliştikçe, bölge insanının temel uğraşı turizm olmuştur. Bu tarihsel geçişi K8-İsmet Cengiz şu şekilde ifade etmiştir: “İşte... 35-38’den bayağı bir 30-40 yıl süngercilik, balıkçılık, az tütün, sebze falan, bu mandalina, mandalina bayağı şey yaptı Bodrum, destek oldu ama sonra arazi para, arsalar para etmeye başlayınca bahçesini satan ev yaptı, otel yaptı falan o da azaldı. Şimdi bir turizme kaldık diyebilirim yani.” Benzer şekilde bölgede balıkçılık yapan kişiler zamanla teknelerini turizm için dönüştürmüşlerdir. Bölgede yaşanan dönüşümü K5-Erman Aras şu sözlerle aktarmıştır: “...Mavi Yolculuk’un ilk yıllarıydı, onlar ki Mavi Yolculuk İtalyanlarla birlikte başladı ama burada hep süngerden, balıkçılıktan dönme tekneler vardı. O kaptanlar zaten yatkın da bu tür şeylere, onların teknelerini kiralayarak çıkıyorlardı.”

Çok kültürlü yapı alt kategorisi bölge insanının tarihsel süreçte birçok farklı kültürle bir arada yaşadığını vurgulamaktadır. Bölgede turizmle hızlı bir ilişki kurulmasının diğer nedeni ise bölgenin uzun yıllardır çok kültürlü bir yapıya sahip olmasındandır. Bölge insanının bir kısmı İstanköy’den, bir kısmı Rodos’tan, bir kısmı Girit’ten, bir kısmı Yunanistan’ın ana karasından olmak üzere farklı coğrafyalardan bölgeye gelmiştir. Bölge insanının uzun yıllardır bu farklılık içinde yaşaması, bölgelerine gelen turistlerle ilişki kurulmasında bir avantaj yaratmıştır. Bu çeşitliliği K93-Halit Şakar: “Onlar daha evveliyatının, bakın, (.. a k ..)⁵ zamandan sonra Kuşadası zaten o tarihlerde mübadele olaylarından dolayı değişik bir yapıya sahipti. Kuşadası’nda İstanköylüsü var, Rodoslu’su var, Moralı’sı var, Giritli’si var. Böyle bir mozaikten değişik bir kültür ortaya çıktı.” sözleri ile anlatmıştır. Bölgede farklı milliyetlerden insanların yaşaması bölgenin dilini, günlük yaşantısını, rutinlerini ve genel anlamda bölgedeki ilişkileri çeşitlendirmiştir. K12-Mehmet Yavaş, bu durumu bir “su bardağı” ifadesi ile aktarmıştır; “Mesela o kadar zengin Türkçemiz var ki bizim, şu bir su bardağının bile beş tane ismi

⁵Anlaşılamayan kelime

var... ..Çünkü bu Yunanla karışmış billor olmuş tamam mı, ondan sonra potir olmuş, ondan sonra su kupası olmuş yani su bardağı olmuş... ..Bunu yapan kim biliyor musunuz? Yugoslavya'dan gelmiş bir şey, bir grup, Girit'ten gelen muhacirler, göçmenler Türkçeyle bunu bir karıştırmışlar temizlemişler, ondan sonra çıkmış karışlarına beş tane isim, bir tane su bardağı... ” Bölgedeki kültürel zenginliğin çeşitliliği K32-Keramettin Yılmaz tarafından, “Ben dışarıdan gelen komşularımızın özellikle bölge yaşamına da katkı sağladığını düşünüyorum. Yani oldukça güzel bir zenginlik vardır, bir karışım vardır, bir mozaik vardır.” sözleriyle ifade edilmiştir. Bu mozaik, bölge insanının geliştirdiği habitus'tan kaynaklanmaktadır. Çünkü habitus yaşanan yeni tecrübelerle devamlı olarak ilerleyen bir yatkınlık dizisidir (Bourdieu ve Wacquant 2014).

Katılımcıların da aktardığı gibi bölge insanının denizle her zaman bir ilişkisi olmuştur. Ancak denizle kurulan bu ilişkinin temeli geçim kaynağı olmasındandır. Bölgede önceleri süngercilik, balıkçılık gibi mesleki uğraşlar yaygınken, turizmin gelişmesiyle beraber temel uğraş alanı turizm olmuştur. İlk dönemlerde balıkçı teknelerinde kaptanlık yapan bölge insanı turizmle beraber mavi tur teknelerinde, bir anlamda eğlence kaptanlarına dönüşmüştür. Bölge insanının yaşadığı coğrafya, turizmle olumlu ilişkiler geliştirilmesi açısından önemli bir kaynak olmuştur. Hem bölgenin coğrafi açıdan turizmin arz kaynaklarına sahip olması hem de bölge de yaşayan insanların farklı coğrafyalardan farklı kültürlerle sahip olması, bölge insanının bölgeye gelen turistlerle kolay ilişkiler kurmasına yardımcı olan yatkınlıklardır. Bu yatkınlıklar turizm alanındaki “yerlilerin” sosyal olgularıdır.

5.2.2. Aile Özellikleri

Araştırma alanı kapsamında görüşleri değerlendirilen katılımcıların aile durumları incelendiğinde önemli bir kısmının çevre adalardan göç ettiği, diğer kısmının ise Ege Bölgesi'nin yerleşikleri olduğu anlaşılmıştır. Görüşleri değerlendiren katılımcıların %95 ve üzerindeki bir kısmı Ege Bölgesi'nde doğmuş ve halen aynı bölgede yaşamını sürdürmektedir. Bölge insanının kökenlerinin çeşitlilik göstermesi; farklı kültürlerin, alışkanların harmanlanmasına ve karşılıklı hoşgörünün gelişmesine etki edecek bir unsur olarak düşünülmektedir.

Aile özellikleri kategorisini oluşturan alt kategoriler ise ***aile kökenlerinin farklılık göstermesi, kadınların çalışma durumu, yabancı evlilikler, ailenin ekonomik gücü, ailenin sosyal ve sembolik gücü ve bir arada yaşama duygusudur.***

Aile kökenlerinin çeşitlilik göstermesi alt kategorisi, bölgede yaşayan insanların farklı bölgelerden Güney Ege Bölgesi'ne yerleşmesini tanımlamaktadır. Bölge insanının aile kökenlerinin çeşitlilik göstermesine değinen K-100 Ömer Taylan Sağnak düşünceleri şu şekilde aktarmıştır; “...Yani burası tam İstanbul gibi, tam bir liman şehri 1915'te. Sonra tabii harp marp olmuş, onlar kaçmış bunlar gitmiş filan. Kuşadası'nda sadece Türkler ve Adalar'dan İstanköy, Rodos, Girit efendim filan, Mora'dan gelen Türkler var burada. Bol miktarda karışma var ondan sonra, onlar buraya yerleşmişler...”. Görüşleri değerlendirilen K16-Ömer Aras, aile kökenlerindeki çeşitliliğin bir örneği olarak kendi aile yapısındaki çeşitliliği şu sözlerle ifade etmiştir; “Ben Bodrum'da 1925 yılında doğdum. Burada o zamanlar ebeler olmadığı için, babam Bodrum doğumlu annem İstanköylü benim, onun için İstanköy'de doğum yaptı.” K16-Ömer Aras'a benzer şekilde K70-Hilmi Yıldırım da kendi aile kökenindeki bölgesel çeşitliliği “Ailem benim Didim'in yerlisi. Annem Selanik göçmeni, 1924'teki mübadeleyle gelmiş dedelerimiz. Babam da aslen Muğla'nın Milas İlçesi'nden, daha çok Yörük dediğimiz bir aile, fakat onlarda yine tabii Osmanlı döneminde, son döneminde Bağdat'tan bir kısmının akrabalarımızın geldiği söyleniyor.” sözleriyle dile getirmiştir.

Kadınların çalışma durumu alt kategorisi, bölgede turizm hareketi başladıktan sonra kadınların çalışma hayatı içindeki durumunu ifade etmektedir. Kadınların çalışma hayatına ilişkin yaşadıkları değişiklikleri K67-Ekrem Aşık, “Eskiden daha kapalı bir toplum, sadece tütüncülükle geçinen bir köy, göç aldı. Eskiden kadınlar pek çalışmazdı, yani dışarıda çalışması pek mümkün değildi. Ama şimdi o kadınlar sadece Didim'e göç eden ve Didim'in yerlileri değil de, diğer civar köyden kadınlar da otellerde çalışmaya başladı. Biraz tarım gerileyince orada insanlar yaşamak için çalışmak mecburiyetinde kaldı, çalışmaya başladı.” sözleriyle ifade etmiştir. Özellikle 1980'li yıllara kadar bölgede turizm hareketinin lokomotif durumunda olan pansiyon işletmelerinde kadınların çalışma hayatındaki rolü erkeklerden daha fazladır. K3-Cengiz Oral pansiyon işletmelerinde kadınların rolünü şu şekilde aktarmıştır; “...Çünkü bütün ev pansiyonculuğunun kahrını kadınlar çeker. Erkekler sabah kalkar işine veya kahvesine gider, ama o kadın evde. Çamaşırını o yıkayacak, bulaşığını o yıkayacak, yatağını o yapacak, yemeğini o pişirecek ve gelenlerle o ilgilenecek. Başka ilgilenecek kimse pek olmaz...” Cengiz Oral'a benzer şekilde K11-Mehmet Helvacıoğlu'da kadınların turizm sektörü içinde çalışmaya başlamasını; “...Üç beş tane pansiyonlar yetmeyince ev pansiyonculuğuna başladı bütün halk, o zaman kadınlar da işin içine girdi, turizme

girmiş oldu yani...” sözleriyle ifade etmiştir. Burada ifade edilmesi gereken bir diğer nokta ise turizm hareketi geliştikten sonra kadınların beklenmedik bir biçimde turizm için değerli arazilerde mal sahibi konumuna geçmesidir. Turizm hareketinden önce çok bir ekonomik değeri olmayan, verimsiz toprak olarak nitelenen deniz kenarları ailenin kız çocuklarına verilirken, daha çok iç kısımda kalan bağlar-bahçeler ise erkek çocuklarına verilmiştir. Bölgede turizm hareketi başlayınca kız çocuklarının sahip olduğu araziler oldukça değerlenmiş, bu sayede yerel halkın tabiriyle damatlar varlığa kavuşmuştur. Bu durumu K15-Oğuz Alpözen “*80’de kum kenarından sahilden bir kız almanın daha büyük bir gelişim olduğunu yaşadım. Gerçekten öyle şimdi kum para etmediği için yer kız evlatlara; “Al bu kum senin olsun” demişler. İç bölgelerde mandalina bahçeleri, tarım alanları yerleri de erkeklere vermişler. Damatlar... Kum dediğim deniz kenarı. Ve böylece damatlar zengin oldu. Kızlar varlıklı yaşıyor...*” şeklinde aktarmıştır.

Yabancı evlilikler alt kategorisi Güney Ege Bölgesi’nde yaşayan insanların Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan insanlarla evliliklerini ifade etmektedir. Turizmin gelişmesi, daha kapalı bir toplum içinde yaşayan bölge insanının farklı kültürleri tanımasına ve bunun neticesinde kültürler arası evlilikler yaşanmasına yol açmıştır. K66-Başak Kamacı kendi çevresinde gözlemlediklerini “*...Kendi içine kapalı bir toplum sağlık var, işte herkesin birbirini tanıdığı küçük bir köy, kasaba yapısı varken turizmle birlikte gelen insan çeşitliliğinde farklılık oluyor. Dolayısıyla bu aile yaşamında özellikle gençleri etkileyen bir şey... En önemli etki herhalde İngilizlerin Didim’e yerleşmesinden sonra yaşandı. Çok sayıda, biz burada İngiliz-Türk evliliğine şahit olduk. Dolayısıyla bu başlı başına bir toplumsal değişim aslında...*” cümleleriyle ifade etmiştir. Bölgede yabancılarla yapılan evlilikler herhangi bir sorun doğurmamıştır. Bu durumu K96-Mehmet Mumcu şöyle aktarmıştır “*...Hemen hemen benim bildiğim benim ahretliğimden olan evli olan 10-15 tane genç biliyorum yabancılarla evli çünkü. 62 yaşındayım düşün sen. 40 sene evvel evlenmişler.*” Bölgede yaşanan yabancı evlilikleri turizm sektörüyle birlikte değerlendiren K13-Mustafa Danacı; “*Şimdi, bizde yıllar evvelsi biz çocukluğumuzda duyardık. Bir tane ecnebiyle bir kişi evlendiyse onun hanımı derlerdi. Ama şimdi artık o hale gelmiş ki neredeyse üçte biri gençlerimiz yabancıyla evleniyor. Çoğuyla, yabancının çoğu da öyle geliyor, burada evleniyor. Bir burada değil, Türkiye’nin her yerinde var. Ama turizm olan bölgede daha çok oluyor.*” ifadelerini kullanmıştır.

Göze çarpan alt kategorilerden bir diğeri *ailenin ekonomik gücü* alt kategorisidir. Ekonomik güç veya ekonomik sermaye; ekonomik değerleri elinde bulunduranlara getiri sağlayan veya getiri sağlama potansiyeli olan ve bu değerleri mülkiyet hakları olarak kurumsallaştırmış maddi kaynakları ifade eder (Lareau ve Weininger, 2003, s. 568). Bu kapsamda araştırma alanında turizm hareketinin başlamasında ekonomik sermayenin ne şekilde dağıldığına bakmak gerekmektedir. Ege Bölgesi'nde turizm hareketine katılan varlıklı aileler vardır ancak, çok büyük bir çoğunluğunun turizmle ilgili daha önceden elde ettiği bir deneyimi ve tecrübesi yoktur. K15-Oğuz Alpözen bölgedeki varlıklı ailelerin turizm bilgisini şu sözlerle aktarmıştır; *“Evet şöyle büyük bir heyecanla Bodrum’un zenginleri turizm yapmaya çalıştılar, ama bir bilgi de yoktu.”* Benzer bir biçimde bölgenin varlıklı ailelerinden birine mensup olan Naci Akdoğan’ın da bölgedeki ilk seyahat acentası açmasını, K85-Ahmet Kireç şu şekilde aktarmıştır. *“İlk açılan seyahat acentesi Akdeniz Seyahat Acentesi. O da yine Kuşadası’nın varlıklı ailelerinden biri Naci Akdoğan, zorlamayla kendisine acente açtırdılar. Ve çok büyüyen bir acente şekline geldi yani.”* Bölgenin varlıklı ailelerinin çocukları da turizmin bölgede hareket kazandırdığını fark ettiklerinde hem yaşadıkları bölgeye geri dönmüş hem de turizm hareketinin içinde yer almışlardır. Örneğin Bodrum’da acenta sahipliği ve *Bodrum Yelken Kulübü* ve *Bodrum Cup* organizasyonun kurucusu olan K5-Erman Aras ortaöğretimini İzmir’de yükseköğretimini de Ankara’da tamamladıktan sonra Bodrum’da turizmin geliştiğini fark ederek bölgeye geri dönmüş ve turizm faaliyetlerine başlamıştır. O yılları şu sözlerle ifade etmiştir; *“...Turizm o anda yavaş yavaş parlamaya başlamış, büyük şehirde dursanız, okuduğunuz meslek icabı büyük şirketlerde gidip çalışacaksınız, ben de yani o mu, Bodrum mu? Bodrum da kalıp hem ailenin mal varlığı. Fakat hep boştu, hani oraları değerlendirelim, onların üstüne yatırımlar yapalım, bugün gördüğünüz bu ofisi, işte bu avlunun içerisindeki restoranlar, o zamanlar hiçbir şey yoktu.”* Köklü aileler bölgenin farklı yerlerinde büyük arazilere sahip olduğu için turizm hareketinde yer alabilecek tesislerin kurulması aşamasında da önemli şanslara sahip olmuşlardır. Bazı aileler turizm hareketi içinde yer almayı kendi kendilerine karar verirken, bölgedeki kimi aileler ise bölgedeki üst düzey bürokratların cesaretlendirmesiyle turizm sektörüne girmişlerdir. Örneğin Acar ailesi bölgedeki mühendislerin ve bürokratların tavsiyesiyle turizm sektörüne girmiştir. K22-Tuğrul Acar 1966 yılında kendilerine bir ev yapacakları sırada nasıl pansiyon sahibi olduklarını şu sözlerle ifade etmiştir, *“Ev yapmak için girişimde bulunan babam, Bodrum’da yaşayan mimar, mühendis, müze müdürü*

ağabeylerimizin tavsiyesiyle; dediler ki; “bu yer çok önemli, çok güzel, burada ev yapmanızın hiç şeyi yok, başka araziniz vardır muhtemelen, burayı pansiyon yaparak turizmin içine girin, önü açık turizmde” deyip ikna ediyorlar. 66 yılında ben de işte işin içindeydim. 67’de tesis açıldı, birinci sınıf pansiyon, turizm belgeli...”. Bölgede ekonomik sermaye hem geçmişten gelen tarımsal faaliyetler hem de sahip olunan araziler neticesinde belirli ailelerde oluşmuştur. Turizmin hareketinin bölgede yaygınlaşması neticesinde bölgedeki ailelerin bir kısmı turizm hareketine işletme açarak girmiş bir kısmı ise arazilerinin bir bölümünü bölge dışından gelen müteşebbislere satarak ekonomik sermayelerinde bir artış yaşamışlardır. Ek olarak bölgedeki turizm potansiyeli arttıkça bölge dışındaki ekonomik sermaye sahipleri bölgeye ilgi göstermeye başlamıştır. Böylece bölgede yalnızca yerel ekonomik sermaye sahipleri değil bölge dışından gelen ekonomik sermaye sahipleri de turizm hareketinde yer almışlardır.

Bir diğer alt kategori *ailenin sosyal ve sembolik gücüdür*. Araştırma alanında sosyal ve sembolik güce ilişkin dağılımlar 1990 yılı sonrasında artsa da öncesinde de rastlamak mümkündür. Bu kapsamda araştırma alanında turizm hareketinin başlamasında sembolik gücün ne şekilde dağıldığına bakmak gerekmektedir. 1990 yılı öncesinde ailelerin bölgedeki tanınmışlıkları ve maddi güçleri doğrultusunda bir sosyal sermaye birikimi vardır. 1990 sonrası hatta 2000’li yılların başlarında ise uluslararası veya yerel organizasyonlara üyelikler de sosyal sermaye edinimine katkı yapmıştır. Bölgede turizmin ilk başladığı yıllarda bölgedeki varlıklı aileler gerek yerel yönetimler tarafından gerekse ailenin tanışıklığı olan bürokratlar tarafından turizm sektöründe yatırım yapmaya yönlendirilmiştir. Sosyal sermaye olarak niteliğimiz bu tanışıklık neticesinde bölgedeki ilk seyahat acentesi kurulmuştur. Bu durumu K85-Ahmet Kireç, “İlk açılan seyahat acentesi Akdeniz Seyahat Acentesi. O da yine Kuşadası’nın varlıklı ailelerinden biri Naci Akdoğan, zorlamayla kendisine acente açtırdılar. Ve çok büyüyen bir acente şekline geldi yani. Ondan sonra bu Akdeniz Acentesi’nin yetiştirdiği elemanların neredeyse tamamı, hepsi birer acente sahibi oldu. Azim Tur, bugün Türkiye’nin en büyük acentelerinden biri Diana Turizm, hep buradan yetişme. Peninsula yine Kuşadası’nın ve Türkiye’nin en büyük acenteleri bunlar.” sözleriyle ifade etmiştir. Buradaki önemli nokta bir acentanın içinden çıkan diğer acentaların da günümüze kadar gelmesidir. Bu acentaların açılmasında ve varlığını sürdürmesinde sosyal ve sembolik güç birikimi göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü ana acentada çalışanlar, zaman içinde iş yapış biçimlerinin yanında gerek bölge bürokrasisine ve yerel yönetimine gerekse uluslararası kuruluşlarla

çeşitli tanışıklıklar elde etmişler ve bu birikimin neticesinde kendi acentalarını açmaya karar vermişlerdir. Ahmet Kireç ayrıca turizmin adım atmaya başladığı ilk yıllarda ailelerin, turizme teşvik edildiğini şu sözlerle ifade etmiştir; *“Burada kaymakam Özer Türk vardı, ünlü turizmcı, turizmi Kuşadası’nda geliştirmek isteyen, sonra gittiği her yerde de bunu başaran bir kaymakamdır. O bazı aileleri pansiyon yapmalarıyla ilgili teşvik etti.”* 1980’li yılların öncesinde yerel halkın turizme yönlendirilmesi/özendirilmesi bölgesel olarak yapılmaktaydı. Merkezi yönetimlerce karar ve onay verilen teşvik veya yönlendirmeler yok sayılabilecek düzeydi. Bölgede turizm hareketinin başlamasından önce var olan ilişkiler, turizm hareketinin başlamasıyla turizm alanında kendine yön bulmaya başladı.

Bölge insanın geçmiş yaşantıları ve deneyimleri neticesinde elde ettiği özellikler, araştırma kapsamında *bir arada yaşama duygusu* alt kategorisiyle isimlendirilmiştir. Bölge 1920’lerden itibaren göç almış bir bölgedir. Bu nedenle bölge insanını deneyimleri oldukça geniş bir zaman dilimine yayılmaktadır. Bölge insanı uzun yıllar boyunca farklı milliyetlere sahip insanlarla bir arada yaşadığından dolayı o bölgeden olmayan yabancılarla farklı ilişkiler geliştirmiştir. Bu durumu K46-Erol Uysal II. Dünya savaşı sırasındaki göçlerle değerlendirmiştir; *“II. Dünya Savaşı’ydı, 1944 yılında İngilizler Almanlar Rodos üzerindeler, Almanlar Rodos’u bombalıyordu. Marmaris tamamen bir göçmen yeri oldu, orada yaşayan Rumlar, Türkler hep sandallara binerek Marmaris’e geldiler, Marmaris halkı onları doyurdu, işte camilere, okullara aldı, bunlar göçmenlerdi. Ve iyi hatırlıyorum, camide kalan bir grup Rum göçmen bizim evin önüne geldiler, taşların üstlerinden denize girerek deniz kabuklarını, deniz kestanelerini filan toplayıp yiyorlardı, açlardı yani, harpten gelmişler.”* Bu durum bölge insanlarının bir arada yaşama duygusunu geliştirmiştir. Bölgeye gelen göçleri genel anlamda ifade eden K77-Özer Aydoğan; *“1924’te çok büyük bir değişim var. Buradaki Rumlar gidiyor. Bizim atalarımız geliyor, Yunanistan’ın çeşitli bölgelerinden. 1936’da Bulgaristan’dan gelen göçmenler var. Bunun yanında biraz da Romanya’dan gelen var. Arnavutluk’tan gelen var.”* K46-Uysal bölgenin kültürel açıdan zenginliğini de vurgulamıştır. Bölge özellikle 1990’lardan sonra Türkiye içinden ve yurtdışından göç almaya devam etmiştir. 1990’lı yıllardan sonra zaman zaman bölge dışından gelenlere karşı yerel halkta bir tepki oluşsa da bu tepkiler bölge insanın bir arada yaşama duygusunu yok etmemiştir.

5.2.3. Turizm Eğitimi

Araştırma alanı kapsamında görüşleri değerlendiren katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde özellikle doğum tarihleri 1920-1950 arasında olan katılımcıların önemli bir kısmının lise veya altında bir eğitim aldıkları görülmektedir. Alaylı olarak nitelendirilebilecek bu kişiler, bölgede turizm hareketi başlayana kadar hayatlarının herhangi bir döneminde turizmle ilgili herhangi bir uğraşta bulunmamışlardır. Turizm hareketiyle kurdukları ilk ilişkiler hep kişisel deneyimleri neticesinde başlamıştır. Ancak sonraki kuşaklar gerek ailesinin sahip olduğu ev pansiyonculuğunu işinin içinde doğması gerekse gezi teknelerinde kaptanlık yapan babalarının yanında çalışması gerekse turizm eğitimi alması ile turizm sektöründe daha profesyonel ilişkiler kurmuşlardır. *Turizm eğitimi* kategorisini oluşturan alt kategoriler ise **deneyim yoluyla eğitim** ve **resmi eğitimlerde yer alma** olmak üzere iki tanedir.

1930'lu yıllarda bölgede ilkokul seviyesinde eğitim almak mümkün iken, ortaokul veya üzerinde bir eğitim almak için genellikle farklı şehir ya da bölgelere gitmek gerekmektedir. Bölgedeki durumunu K21-Tevfik Uslu; *"39'da ilkokula başladık. Alman Harbi yıllarıydı, Bodrum'un en fakir zamanı, tanınmadık zamanı, yani Cevat Şakir'in şöyle bir deyişi var, karşı İstanköy Avrupa olarak kabul ediliyor ya, Muğla da vilayetimiz, kendi vilayetine en uzak, Avrupa'ya en yakın şehir, olarak burayı şey yapardı, tasvir ederdi. Çok acılı yıllardı. Okumaya o kadar meraklıyım ki, birincilikle bitirdim okulu ama ne yazık ortaokul diye bir şey yok ki devam edeyim, biraz hem şey olayım, yaşça ilerleyeyim, çok küçüktüm çünkü. Zenginler hep Buca Yatılı Okulu'na gönderdi çocuklarını, kimisi başarılı oldu kimi olamadı ama bizim o imkânımız olmadığı için meslek seçimi yapmamız icap etti."* sözleriyle ifade etmiştir. Bölgede eğitim olanağının kısıtlı olması çocukların veya gençlerin aile işlerinde veya farklı işlerde çalışmasını gerektirmiştir. Bu anlatımda da anlaşılabacağı üzere bölgede 1960'lı yıllardan itibaren turizm hareketinin başlamasına kadar lise seviyesine kadar dahi bir eğitim bulma olanağı oldukça güçtür. Bu nedenle bölge insanının turizm hareketine ilişkin ilk eğitimleri resmi olmayan bilgi ve deneyimler neticesinde iş başında edinilmiştir.

Deneyim yoluyla eğitim alt kategorisi resmi bir eğitim olmadan turizm hareketi içinde zamanla edinilen tecrübeleri ifade etmektedir. Bölgede turizmin ilk yıllarında bölgeye gelen yabancı turistlerin konakladıkları pansiyonlar, tesisler veya işletmecileri hakkında beklentileri ile karşılaştıkları arasında farklar olabiliyordu. Bu farklar hem turistlerin

işletme sahibine doğrudan ifade etmesiyle hem de işletmelerin iş yaptığı uluslararası acentaların yönlendirmesiyle aşıyordu. Her ne kadar uluslararası acentanın yönlendirmeleri yapılan işin doğası gibi görünse de buradaki kritik nokta karşılıklı olarak ilişkinin kurulmuş olmasıdır. 1980’li yılları K83-Tayyar Cengiz şöyle değerlendirmiştir; *“...Onlara da otel demeye bin şahit isterdi, pansiyondu aslında, ama İngiliz tur operatörü bizi yönlendirdi açıkçası. Şunu yapın, bunu yapın, otelinizde şu değişiklikleri yapın diye ve o şekilde turizm o şekilde başladı.”* İşletmeyle acenta arasında bu ilişkinin kurulmuş olması önemli bir deneyim kazanımıdır. Bu ilişki karşılıklı olarak her iki işletmeye de maddi gelir sağlamış, dolaylı olarak ise bölge turizminin gelişimine katkı yapmıştır. İki işletme arasındaki ilişkinin daha mikro boyutlusu ise işletme ile müşteri arasında kurulan ilişkidir. Pazarlama konularından biri olan “sadık müşteri” kavramı işletmelere olumlu anlamda katkı yapmıştır. Sadık müşteriyi yaratmak, bireysel bazda ilişki geliştirmenin bir sonucu olduğundan bu durumda işletmeler açısından turizm deneyimi elde edilebilecek bir diğer husustur. K32-Keramettin Yılmaz bu durumla ilgili olarak yaşadığı bir anıyı; *“Tabii gelen müşterilerimiz bizi hep yönlendirdiler. Yani dediler ki; “yüzme havuzu isteriz.” Mesela 1986’da gelen müşterilerimiz; “yüzme havuzu isteriz” dediler. Biz de onlara söz verdik. 1987 yazına hemen bir tane yüzme havuzu yaptık.”* sözleriyle aktarmıştır. Bu ilişki türüne benzer bir örneği ise K75-Mümin Kamacı şu şekilde aktarmıştır, *“...Gelen müşterilerden öğrendik biz turizmi. Yani bizi yönlendiren seyahat acenteleri, işte rehber ağabeylerimiz hep onlar bizi yönlendirdiler; şunu yapacaksınız bunu yapacaksınız, şöyle olacak, böyle olacak. Tabii kolay olmuyor yani yeni bir iş öğreniyorsunuz...”* Mümin Kamacı’nın aktardıkları ise tüm bileşenleri içermektedir. Bölgedeki turizm hareketinin tüm paydaşları bir ilişki içinde adeta karşılıklı informal bir turizm eğitimi gerçekleştirmişlerdir.

Resmi eğitimlerde yer alma alt kategorisi, bölge insanın gerek işlerini geliştirmek gerekse gelen turistlerle daha iyi bir ilişki kurabilmek için devletin resmî kurumlarınca verilen turizm eğitimlerine katılmasını ifade etmektedir. Turizm Bakanlığı ve bakanlığa bağlı kuruluşlar, bölge insanının turizm hareketiyle ilişki kurmasını kolaylaştıracak çeşitli eğitim faaliyetleri düzenlemiştir. Bölgede kadınlara yönelik olarak yapılan turizm eğitimlerini ve bu eğitimlerin sonuçlarını K3-Cengiz Oral şu şekilde değerlendirmiştir; *“...Mesela benim annem de aşçılık eğitimlerine falan gitti, bu yönetim eğitimleri vardı, onlara gitti. Turizm Bakanlığı düzenlediği o zaman onları ve halk eğitim merkezinde verildi bu kurslar...”* sözleriyle bölgedeki eğitim faaliyetlerinden söz etmiştir. Ayrıca K3-

Cengiz Oral bu eğitimlerin bölgedeki turizm gelişimiyle olan ilişkisini ise; *“Zaten birçoğunun da kocasının bir yere varmasının sebebi o kadınlar oldu. Onlar yönlendirdiler, onlar teşvik ettiler, onların yardımıyla gitti birçok şey.”* sözleriyle anlatmıştır.

Bakanlığın verdiği eğitimlerin içeriği mutfak servisinden yöneticilik becerilerine, hitap cümlelerinden davranışlara kadar birçok farklı bilgiyi kapsamaktadır. Bu eğitimler neticesinde bölge insanı hem bölgeye gelen turistlerle hem de işletmelerinde çalışanlarla daha nitelikli ilişkiler kurabilmiştir. Bakanlığın verdiği eğitimlerin içeriğini K38-Rafet Tuna aşağıdaki cümlelerle aktarmıştır;

“Herkesin servisine göre, arzusuna göre hazırlıyordum. Ben hatta sizin bu araştırmanız gibi 1960’lardaydı herhalde Turizm Bakanlığı araştırma yapmış, Fethiye’de beni buldular. Dediler ki, bu başarından dolayı, daha verimli olmanız için turizm kursu açacağız, açılacak. İzmir Efes Otelinde 15-20 gün kurs gördüm. Hatta belgelerim vardır ama geçen sene ibraz ettim. Orada 10 gün turizmde mutfak servisini gördük, 10 gün turizmde servis. O zaman nerde, bu şimdiki lüks servisler yoktu. İnanır mısın, bakır kaşıkları kalaylattırıp da müşteriye veriyorduk, paslanmaz servisler bile yoktu. Onu İzmir’de öğrettiler, servis nasıl yapılır, çatal nereye konulur, bıçak nereye konulur, nereden servis yapılır, nereden toplanır filan, onları gördük. Ondan sonra yöneticilik... Her 10 günde değişti, yönetici. Nasıl yönetirsin, mesela, personelin oldu, milletin karşısında personeline nasıl hitap edersin, kılık kıyafeti nasıl olacak, bunları bize gösterdiler. O şekilde o kursu da gördük. İzmir’de Efes Oteli’nde.”

1980 öncesinde merkezi yönetim bölge sakinleriyle daha çok bölgedeki restoranlarda, ev pansiyonlarında hizmet sunumunun geliştirilmesi için ilişki kurmaktaydı. Bu kapsamda Turizm Bakanlığı bölgesel kurslar düzenlemiştir. Örnek olarak, 1960’lı yılların sonuna doğru Bakanlığın İzmir Efes Otel’inde çevre il ve ilçelerdeki restoran sahiplerini davet ederek 20 günü bulan mutfak kursları vermesi merkezi yönetimle kurulan ilk nesnel ilişkinin örneklerindendir (K38-Rafet Tuna). Benzer şekilde K18-Sami Akbaş, merkezi yönetimle kurulan ilişkiyi, *“...Yürüyerek dört-beş kilometreye yakın Bodrum’a bilerek bakanlık kurs için bir aşçı bir garson göndermiş. Yürüyerek paramız yok tabi Bodrum’dan üç kilometre akşamları kursa gelerek Halikarnas, şimdi Halikarnas Disko orada bir pansiyon vardı pansiyonda bir ay aşçılık ve garsonluk kursu gördük bakanlığın gönderdiği hocalardan.”* sözleriyle ifade etmiştir.

1920’li yıllarla 1950’li yıllar arasında doğan bireyler bölgedeki eğitim olanaklarının kısıtlı olması nedeniyle çalışma hayatına erken girmişlerdir. 1960’lı yıllar itibarıyla

bölgede turizmin hareketinin gelişmesiyle, bölge insanının turizm tecrübesi arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Turizm hareketi geliştikçe bölge insanı yeni bilgiler ve tecrübeler edinmiş turizmin hızına yetişmeye çalışmıştır. Ancak bölge insanının edindiği bilgiler ve tecrübeler sahada elde edinilmiştir. Öte yandan bölgeye yönelen turizm hareketinin hızlanmasıyla birlikte, bölge insanının çevresinde gerçekleşen bu hareketle doğru ve planlı bir ilişki kurabilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda da turizm hareketini düzenleyen kurumlar harekete geçerek bölgede turizm eğitimleri vermeye başlamıştır. Bu eğitimler neticesinde bölge insanının turizmin gerekliliklerini yerine getirmesi kolaylaşmış ve turizm hareketine karşı daha bütünsel bir bakış açısı kazanmıştır. Bölge insanı turizm hareketi öncesinde farklı iş kollarında çalışsa da hem verilen resmi eğitimler hem de zaman içinde birbirlerinden elde ettikleri tecrübeler turizmle kurulan ilişkinin bölge açısından bir standartta devam etmesini sağlamıştır. Bölge insanı turizmi hareketini benimsemiş ve büyük oranda alaylı turizmciler olmuşlardır.

5.2.4. “Yerliler” Kavramsal Açıklama

Araştırma kapsamında ele alınan ilk tema “yerliler”, araştırmanın belirli bir düzlemde ilerleyebilmesi açısından Bourdieu’nun kavram setiyle değerlendirilmelidir. Öncelikle yerliler, Güney Ege Bölgesi’nde turizm hareketi başladığında bölgede bulunan yerleşikleri tanımlamaktadır. Kısaca turizm hareketinin ev sahipleri, bölgedeki ilk aktör olarak tanımlanabilir. Bourdieu kavramlarıyla ise turizm hareketinin gerçekleştiği “alanda” bulunan ilk aktörlerdir. Yerliler, turizm hareketi başlamadan önce yaşadıkları bölgede kendi geliştirdiği yatkınlıkları ve kendilerine özgü toplumsal yaşam değerleri olan bir topluluktur. Ancak yerliler, turizm hareketiyle beraber geçmiş getirdiği yatkınları, turizm hareketiyle kesiştirmek zorunda kalmışlardır. Bu yatkınlıkların Bourdieu’nun kavramsal setindeki karşılığı “habitus”ur”. Bourdieu bu kavramı, bireylerin toplumsal köklerinden ve toplumsal statüsünden kaynaklanan “oluş” biçimlerini tanımlamak için kullanmıştır. Habitus genel anlamda bireylerin sosyal hayattaki faaliyetlerini düzenleyen içsel eğilimler bütünüdür. Söz konusu kavramı biraz daha açmak gerekirse, *“Belirli bir zaman ve mekâna ait sosyal koşulların kafamıza yerleştirdiği kazanılmış niteliklerin, algıların, takdirlerin, eylemlerin ve şemaların bütünüdür”* (Ansart, 1990, s. 41; Ünal, 2013, s. 109) şeklinde tanımlanmaktadır. Bourdieu’nun habitus kavramı, bireylerin yaşadıkları çevrede edindikleri deneyimlerin sonucunda, zihinlerinde özümstedikleri temel bilgi birikimidir.

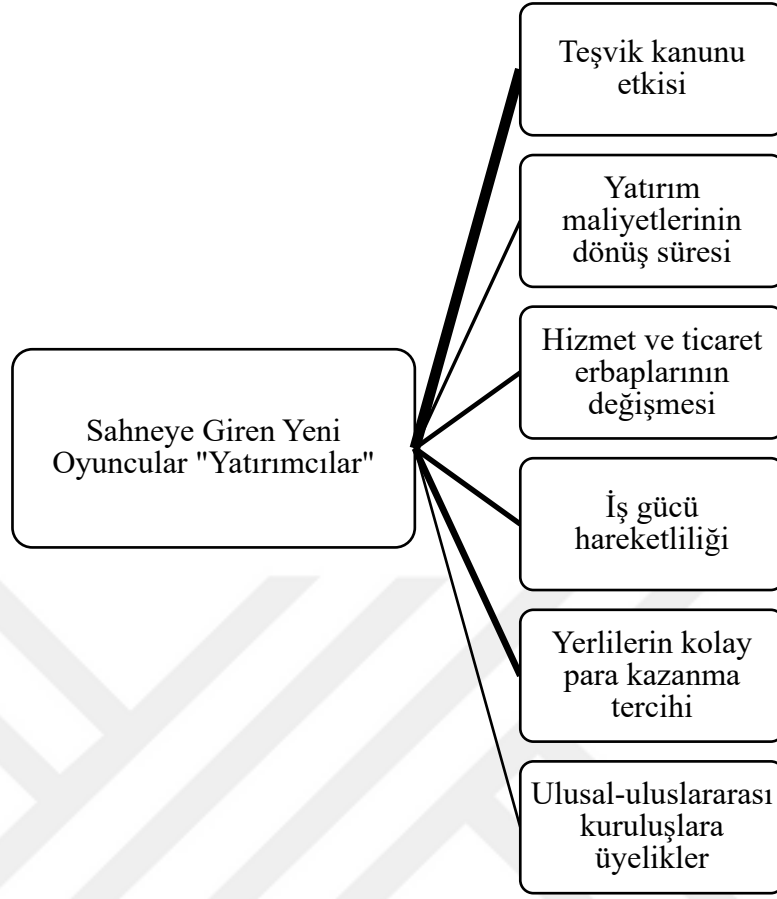
Araştırma bölgesi, habitus ekseninde değerlendirildiğinde; coğrafyanın, eğitim koşullarının, aile kökenlerinin bölge insanın habitusunu oluşturduğu ifade edilebilir. Yaşanılan coğrafya bölge insanının deniz, kum, güneşle tanışık olmasını sağlarken, turizm hareketinin ilk başladığı yıllarda eğitim alma olanaklarının görece düşük olması gençlerin aile işlerinde çalışmasını sağlamıştır. Ailelerin bir kısmı bölgenin yerlisi iken azımsanamayacak bir kısmının kökenleri ise çevre adalardan gelmektedir. Bölgede turizmin başlamasıyla geçmişten gelen yatkınlıklar belirli olmaya başlamıştır. Habitus değişimlerine, uygarlaşma süreçlerinin yaşandığı her yerde, tarihsel ve toplumsal gelişmeler ekseninde rastlanmaktadır (Elias, 2004, s. 352). Habitus değişimleri, turizm hareketiyle birlikte Ege Bölgesi'ndeki aile kurumu ve kadının sosyal ve iş yaşantısı üzerinde de görülmektedir. Turizmin bölgede yarattığı değişiklikler neticesinde bölgede yaşayan insanlar farklı insanlarla, farklı iş kollarıyla ve farklı dinamiklerle ilişki kurmaya başlamıştır. Bölge insanın yaşadıkları coğrafya ekseninde biriktirmiş olduğu yatkınlıklar ise turizm hareketiyle ve turizm hareketi neticesinde bölgeye gelen turistlerle olumlu anlamda bir ilişki kurulmasını sağlayan faktörlerden en önemlilerindendir.

Araştırma alanı Bourdieu'nun sermaye kavramıyla da değerlendirilmelidir. Ekonomik bir anlam ifade eden sermaye kavramı Bourdieu'nun kavramsal setinin unsurlarından bir tanesidir. Bourdieu sermaye kavramının ekonomik açıklamasına ek olarak sosyal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel (sembolik) sermaye türlerini de eklemiştir. 1920'li ve 1930'lu yıllardan 1970'li yıllara kadar bölgede yaşayan yerel halkın bir kısmı bölge yerleşikleri, bir kısmı ise çevre bölgelerden ve adalardan göç edenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle kültürel olarak bölge insanı birbirine benzemektedir. Çevre adalardan göç edenler ile bölge yerleşiklerinin gerek geçim kaynakları gerekse yaşam tarzları birbirine örtüşmektedir. Bölge insanı çok uzun yıllar boyunca bölgede farklı etnik kökenlere ve inanışlara sahip insanlarla birlikte yaşadığı için kültürel olarak zenginleşmiştir. Dolayısıyla bölgede turizm hareketi ilk başladığında yerel halk gelen turistlerle ilişki kurmakta çok zorlanmamıştır. Ancak özellikle 1980'li yıllardan itibaren bölgede turizm hareketinin hız kazanması bölgeye farklı göç dalgaları getirmiştir. Çalışmak, yatırım yapmak ya da sürekli yaşamak amacıyla bölge çok sayıda göç almıştır. Böylece Tuna ve Özbek'in (2012) "Yerlileşen Yabancılar" çalışmasında da belirtildiği gibi bölgede benzerliklerden farklılıklara doğru bir ilişkisellik gözlemlenmektedir. Araştırma bölgesinde sosyal ve sembolik sermaye değerlendirildiğinde, bölgede turizm hareketine ilk katılan bireylerin veya ailelerin turizm hareketi başlamadan önce sosyal sermayeye

sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bourdieu'nun ifadesiyle (2010) sosyal sermaye, az veya çok karşılıklı bilinirlik ve tanışıklık ilişkilerinden oluşan ve kendi üyelerine kredi sağlayan gerçek veya potansiyel kaynaklar kümesidir. Sembolik sermaye ise ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye kaynaklarının sosyal açıdan etkin olmasını ve ilişkiler neticesinde kazandığı sahipliklerin meşruiyet kazanmasını temsil eder (Siisiainen, 2000). Bu kapsamda değerlendirildiğinde bölgede turizme ilk adımı atanların hem ekonomik sermayeye hem sosyal sermayeye ve bu iki sermaye türüne sahip olmanın sonucunda da sembolik sermayeye sahip oldukları ifade edilebilir. Bölgeye 1980'lerden itibaren turizm talebinin artması ve aynı tarihlerde Türkiye'nin dışa açık ekonomik modele geçmesiyle beraber turizm sektörünün ekonomik kalkınmadaki öncelikli sektörlerden bir tanesi olarak kabul görmesi, Güney Ege Bölgesi'nde yeni bir oyuncuyu sahneye çıkarmıştır. Bu tarihten itibaren yerlilerin turizm hareketindeki azınlık durumunda kalmış, yurtdışından ve Türkiye'nin farklı bölgelerinden Güney Ege Bölgesi'ne gelen yatırımcılar çoğunluk durumuna geçmiştir.

5.3. İkinci Perde: Sahneye Giren Yeni Oyuncular “Yatırımcılar”

Tez çalışmasının bu kısmında bir tiyatro oyunu sahnesi gibi metaforize edilerek isimlendirilen “yatırımcıların” hangi gelişmeler neticesinde turizm alanında ana aktörlerden biri olduğu aktarılacak ve bu yeni aktörün Güney Ege Bölgesi'ndeki toplumsal yaşamda nasıl bir etki yarattığı açıklanacaktır. Görüşleri değerlendirilen kişilerin anlatımları analiz edildiğinde bölgenin özellikle 1980 sonrasında yoğun bir biçimde yatırımcı çektiği görülmektedir. Ege Bölgesi'nde turizm 1980'li yıllara kadar daha çok yerel halkın özverisiyle gelişim göstermiştir. Bu süre zarfında yerel halk turistlere kendi evlerini açarak turistlerin hemen her gereksinimini karşılamak için amatör bir ruhla hizmet etmiştir. 1980 yılına gelindiğinde ise önce 24 Ocak 1980 kararları, sonrasında 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile turizm alanı; çok fazla girişimcinin girip çıktığı, devletin sürekli yeni düzenlemelere gittiği, yerel halkın bir anda niceliksel olarak artan insan sayısına adapte olmaya çalıştığı, karmaşık ilişkilerin geliştiği bir duruma evrilmiştir. Bu süreçten sonra bölgede, yerel halkın tüm ilişkilerinin hızlandığı ve ilişkilerin sürekliliğini kaybettiği, geçici bir hal aldığı bir dönem başlamıştır.



Şekil 5.2. Sahneye Giren Yeni Oyuncular “Yatırımcılar”

1980’li yıllardan 1990’lı yıllara doğru Güney Ege Bölgesi’nde artık yerliler arka planda kalmaya başlamış, yatırımcılar turizm gelişiminde ana rolü almaya geçmek üzeredir. 1990’lı yıllardan itibaren ise yerliler yalnızca toprak ve mal sahipliği olarak sahnede yer bulurken, yatırımcılar turizm sektörünün lokomotifleri olmuştur. Bu açıklamalardan hareketle, “yatırımcıların” alanda edindikleri konuma nasıl ulaştıklarını açıklayabilecek kategoriler; *teşvik kanunun etkisi, yatırım maliyetlerinin dönüş süresi, hizmet ve ticaret erbaplarının değişmesi, iş gücü hareketliliği, yerlilerin kolay para kazanma tercihi ve ulusal-uluslararası kuruluşlara üyelikler* olarak belirlenmiştir.

5.3.1. Teşvik Kanunun Etkisi

Türkiye’de turizm hareketiyle birlikte diğer sektörlerin sıçrama yaşamasına yol açan ilk gelişme 24 Ocak 1980 yılında uygulamaya alınan “Ekonomik İstikrar Tedbirleri”dir. Sonrasında ise 1980 Turizm Teşvik Kararı, 1982 Turizm Teşvik Kanunu, 1985 Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör gibi kanun ve kararlarla birlikte Kaynak Kullanımını Destekleme primi gibi çeşitli teşvik unsurlarıyla birlikte turizm sektörü

1990'lı yılların başına kadar önemli bir atılım yapmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 157; Soyak, 2009, s. 65-67). Teşvik kanunun etkisi kategorisini oluşturan alt kategoriler ise *yatırımların hızlanması ve farklı sektörlerden turizme giriş* olmak üzere iki tanedir.

Yatırımların hızlanması alt kategorisi 24 Ocak Kararları ve 1982 Teşvik Kanunu'ndan sonra Güney Ege Bölgesi'ndeki hızlı büyümeyi tanımlamaktadır. 24 Ocak kararları ve 1982 senesinde çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu'ndan sonra bölgede büyük ölçeklerde tesisler hızlı bir şekilde inşa edilmiştir. Bu durumu K42-Akif Cankurt; "... '83'ten sonra daha ziyade büyük turizm hareketi oldu, o da Turizm Bakanlığı işte teşvik, turizm teşvik yasası çıktıktan sonra oteller çoğalmaya başladı artık..." sözleriyle ifade etmiştir. Benzer şekilde K68-Erdinç Göç'te Özal'la anılan 24 Ocak kararlarından sonra bölgede otel sayısının arttığını şu sözlerle belirtmiştir; "*Özal'ın şeyiyle de teşvik olayları çıkınca, millet işte Merkez Bankası'ndan aldığı kredilerle; bir baktık oteller bir anda çoğaldı, çoğaldı gitti.*" Katılımcılardan K73-Mehmet Bilgin ve K74-Tevfik Gönül'de 1980 sonrası gelişimi "...Ama esas patlama 1980'lerin ortasında başladı. Tevfik öyle değil mi? '80'lerden sonra başladı genelde. Evet, '80'den sonra doğru söyledim. '80'den sonra patlama diyeyim ben buna patlama oldu." sözleriyle diğer katılımcılarla benzer şekilde belirtmiştir. Güney Ege Bölgesi'nde gelişen turizmi Didim özelinde değerlendiren K64-Adnan Aydoğan; "88 yılı civarından itibaren devlet teşvikleriyle ciddi tesisler yapılmaya başlandı. Çadır turizminden otel turizmine geçiş başladı '88'de. Zaten Didim'in gelişmesi de ona bağlı olarak '86 yılından itibaren başladı." ifadelerini kullanmıştır.

Farklı sektörlerden turizme giriş alt kategorisi 1980'li yıllara kadar turizm sektöründe büyüyen bir firma olmadığı için farklı sektörlerden turizme giren yatırımcıları tanımlamaktadır. 1980'li yıllara kadar alanda, turizm tecrübesi olan yatırımcı yoktu. Bu nedenle hem bölgede hem Türkiye'nin diğer bölgelerinde turizmi bilen diğer bir ifadeyle sektörün içinden gelen yatırımcı olmadığı için farklı sektörlerden turizm alanına giren yatırımcılar olmuştur. K86-Ajlan Kartoğlu özellikle tekstilcilerin turizm sektörüne girdiğini şu ifadeleriyle, "...Zaten çok tekstilci vardı, hem Kuşadası'nda, hem Antalya'da, hatta Bodrum'da bile tekstilciler, yani parası şey olan, büyük sanayiciler turizm işine böyle girdiler, teşvik sayesinde." belirtmiştir. Benzer bir etkiyi K48-Hasan Mengi'de şu sözlerle; "*Rahmetli Özal ve öncesinde o dönemlerde başlayan bir hızlı süreçti. Aynı yapılanma oteller için geçerli, ... tekstilciyi otelci yapan.*" vurgulamıştır. K9-Mehmet Baş alınan kredilerle birlikte Güney Ege Bölgesi'ne gelen yatırımcılarla

ilgili olarak *“Bu krediyi devletten aldılar... O zaman en büyük kötülüğü yaptılar. Ondan sonra devam etti bu. Ondan sonra ipini koparan petrolcüsü geldi buraya”* anlatımını yapmıştır. Ayrıca 1980’li yıllarda Turgut Özal’ın teşvik sistemiyle birlikte Türkiye’de üretilmeyen ürünler yurtdışından getirildiğinde hem gümrükten hem de KDV’den muaftı. Bu durum turizm yatırımlarını da artırmıştır. Bu duruma K86-Ajlan Kartoğlu’da şu sözlerle dikkat çekmiştir; *“...Teşvikle bu işler daha da kolaylaştı. Nasıl kolaylaştı? Birincisi, gümrükten muaftı, ayrıca KDV de ödemiordunuz. Yatırımcılar, bu tabii çok cazip sistemi hemen kabul ettiler. Bizim otelin sahipleri de bu sistemden yararlanıp otel yapmaya karar vermişler. Bizim otelin sahipleri sanayici, Bursalı, tekstil işiyle uğraşıyorlar. Zaten çok tekstilci vardı, hem burada, hem Antalya’da, hatta Bodrum’da bile tekstilciler, yani parası şey olan, büyük sanayiciler turizm işine böyle girdiler, teşvik sayesinde.”* Teşvikle sistemiyle beraber bölgeye dışarıdan birçok sermayedar giriş yapmıştır. Bu yatırımlar bölgeye yönelik turizm talebinin giderilmesinde -arzın yaratılmasında- büyük rol üstlenmiştir.

5.3.2. Yatırım Maliyetlerinin Geri Dönüş Süresi

Bölge dışından gelen sermaye sahipleri bölgede eksik gördükleri alanlarda yatırım yapmışlardır. Turizmin başlangıcı noktasındaki en büyük eksiklik ise otellerdir. Bu nedenle bölgedeki ilk yatırımlar konaklama tesisleri üzerine olmuştur. Özellikle 1980’li yıllarda turizm hareketi gelişmeye başlamış ve yapılan yatırımlar kendisini altı-sekiz yıl arasında geri öder hale gelmiştir. Bu geri dönüşler 2017 yılı itibariyle 20 yıla yakın sürmektedir. (Bayındır, 2018). K42-Akif Cankurt; 1980’li yıllardan 2013’li yıllara kadar turizm alanındaki yatırım maliyetlerinin hızlı geri dönüşünü ve alanın cazipliğini şu sözlerle değerlendirmiştir; *“En, en yoğun dönemi ‘84-‘89-‘87 bu aralar çok kuvvetliydi, çünkü ‘84-‘87-‘88 arası biri yatırım yaptığı zaman bir yılda, iki yılda yatırımının karşılığını alabiliyordu, yani işletmeci yatırımın karşılığını alabiliyordu, çünkü tesis olmadığı için acenteler para veriyordu kendilerine otel yapsın diye, o kadar güçlüydü o zamanlar. Şimdi yavaş yavaş tabi zor, şimdi ağırlaştı o iş. Yani bu dönemde turizm tesisi bir rantabl çalışmıyor, verimli değil yani şu anda, cazip olmaktan yavaş yavaş çıkıyor.”*

5.3.3. Hizmet ve Ticaret Erbaplarının Değişmesi

Hizmet ve ticaret erbaplarının değişmesi olarak ifade edilen kategori, bölgede turizm hareketi gelişimini takiben oluşan esnaf değişimini içermektedir. Güney Ege Bölgesi’nde turizm hareketi geliştikçe bölgeye gelen turistlerin çeşitli gereksinimleri olmuş ve bu

gereksinimlere yanıt verecek esnaf, tacir ve yatırımcılar bölgeye gelmeye başlamıştır. Bölgede, hizmetin ve emeğin yoğun olduğu turizm alanına yönelik bu gereksinimleri karşılayabilmek içinde çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletme kurulmuştur. Bölgede çok sayıda konaklama tesisin açılmasıyla beraber bölgeye yoğun bir turist akışı olmuş ve bu durumun neticesinde yerel halk tek başına turistlerin tüm gereksinimlerine yanıt verememiştir. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren bölgede çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletme açılmıştır. Bu durumu K76-Ömer Selçuk, *“Şimdi eskiden yerli halkın elindeydi ticaret, fakat bu şeyden önce kredi kartlarından önce bizim yerli halk burada çok açıldı. Yerli halkın çoğu esnaflığı bıraktı yani bu hususta. Yine yerli halktan bazı esnaflarımız var, yani büyük esnaflarımız var ama çoğunluk dışarıdan gelenlerde.”* ifadeleriyle bölgedeki esnaf değişimini özetlemiştir. Benzer bir anlatımı K60-Süheyla Berkay, *“Hep dışarıdan yani bugün çarşı esnafında bile ..., kendi halkından olan çok az insan vardır.”* sözleriyle yapmıştır. Bölgede yaşanan değişim K45-Duran Ergül'ün şu cümlelerinden de anlaşılmaktadır; *“Marmaris'in yerli nüfusu azınlıkta kaldı, şimdi biz Marmarisliler olarak birbirimizi ancak cenaze namazlarında ya da düğünlerde görebiliyoruz, çok azaldı Marmaris nüfusu, yani azınlık haline geldi. Dışarıdan gelen tabaka Marmaris'te Marmaris'in ekonomisini de ele geçirdi, ticaretini ele geçirdi.”*

Turizm hareketinin zaman içinde gelişmesiyle yerel halk, elinde olan işletmeleri dışarıdan bölgeye gelen yatırımcılara satmış ve zaman geçtikçe ev sahibi rolünden uzaklaşmaya başlamıştır. Dışarıdan gelen yatırımcılar güçlenmiş ve yerel halkı istihdam eder pozisyona gelmiştir. Bu değişimi K83-Tayyar Cengiz şu sözlerle; *“...İlk turizmin başlamasıyla birlikte burada imkânı olan yerli halkın açmış olduğu işletmelerin hepsi el değiştirdi. O işletmeler, dışarıdan gelenlerin eline geçti ve o işletmelerin sahibi olan, bir zaman o işletmelerin sahibi olan yerli halkın çocukları gittiler, bir zamanlar annesinin babasının sahip olduğu işletmede işçi olarak çalışmaya başladılar...”* değerlendirmiştir.

5.3.4. İş Gücü Hareketliliği

İş gücü hareketliliği olarak ifade edilen kategori bölgede yatırımların artmasıyla birlikte bölgeye çalışmaya gelenleri ifade etmektedir. 1990'lı yıllarla beraber Güney Ege Bölgesi'nde nüfus sayısı geçmiş yıllardaki nüfus sayımlarına oranla iki katına yakın bir şekilde artış göstermiştir. Turizm arzının artmasından sonra bu arz kaynaklarında çalışacak personel sayısına bölgenin cevap verememesinden dolayı bölgeye doğru “işçi hareketliliği” başlamıştır. Bu durumu turizm alanı kapsamında değerlendiren K15-Oğuz

Alpözen, “1960’larda çalışanların tümüne yakını buradandı. 1990’larda çoğu dışarıdan olmaya başladı.” ifadelerini kullanmıştır. Bölgeye yaşanan göçlerin ilk nedeni bölgede otel yatırımlarının hızlı bir şekilde artmasıdır. Bölge, inşaatların tamamlanmasının ardından arz kapasitesinin yükselmesi ve iş gücüne gereksinim duyulması nedeniyle çalışmak isteyenler açısından bir cazibe merkezi olmuştur. İş gücü hareketliliği kapsamında belirlenen alt kategoriler **inşaat işçiliğiyle turizmle tanışma** ve **bölgeye tutunma çabası** olarak ikiye ayrılmaktadır.

İnşaat işçiliğiyle turizmle tanışma alt kategorisi bölgeye inşaatlarda çalışmak üzere gelen insanların zaman içinde turizm sektöründe çalışmaya başlamalarını tanımlamaktadır. Özellikle 1980’li yılların ortasından itibaren Güney Ege Bölgesi’nde turizme yönelik olarak başlayan inşaatlar, bölgeye Türkiye’nin farklı bölgelerinden insan çekmiştir. Bölgede yapılan tesis inşaatlarının uzun yıllar boyunca devam etmesi nedeniyle, bölgeye dışarıdan gelen vatandaşlar kendi düzenlerini kurdukları için bölgeyi de terk etmemişlerdir. K5-Erman Aras bölgeye gelen ve yerleşenleri anlatırken; “80’li yıllarda, ‘90’lı yıllarda turizm yatırımlarının artması ki ‘90’lı yıllarda turizm inşaatlar başlayınca, inşaat için gelen çok insan da kaldı burada zaten, gitmedi.” ifadelerini kullanmıştır. Bölgede kalanlar hizmet sektörünün her alanında işletmeler kurmuş ve hizmet vermeye başlamıştır. K63-Adnan Aşık, bölgeye inşaatlarda çalışmak için gelip farklı işler yapanları; “...Adam bir yıl inşaatlarda, iki yıl inşaatlarda çalışmış, gitmiş bar açmış, restoran açmış...” sözleriyle özetlemiştir. Benzer şekilde inşaat işleri için bölgeye geldikten sonra otelcilik yapan kişilerde olmuştur. K58-Sedat Kirt, “...İnşaat işleri yapmışlar zamanında ve kalmışlar. Otel, kendi otellerini yapmışlar...” sözleriyle, bölgeye geldikten sonra turizm sektörüyle tanışanları tanımlamıştır. K100- Osman E. Çolakoğlu, bölgeye çalışmaya gelenleri anlatırken; “Güneydoğu’dan, Doğu’dan inşaat dönemlerinde çok yoğun bir göç alıyor. O dönemlerde gelenler genellikle geri dönmeyip burada bir şekilde garsonluk vesaire ya da işte ufak tefek müteahhitliğe soyunarak buraya yerleşiyorlar.” ifadelerini kullanmıştır. Özellikle teşvik kanunu sonrası otel inşaatlarının artması bölgeye olan nüfus hareketliliğini artırmıştır. Bölgeye gelen insanların farklı iş kollarından da ustalıklarının olması ve bölgede hizmet işletmelerinin sayısının yetersiz kalması, inşaatlarda çalışmak amacıyla bölgeye gelen kişilerin, farklı iş kollarında girişimci olmasına neden olmuştur.

Bölgeye tutunma çabası alt kategorisi bölgeye çalışmak için gelen insanların hem bakmakla yükümlü oldukları kişilere maddi destek olmalarını hem de o insanların “oraya gitti ama yapamadı” toplumsal baskısını hissetme duygusunu tanımlamaktadır. 1980’li yıllarda bölgeye çalışmak için gelen nüfusun önemli bir kısmını Türkiye’nin doğu bölgelerinden gelen insanlar oluşturmaktaydı. Bu kişiler Türkiye içinde de olsa farklı bir bölgeye gittikleri için “memleketlerini terk etmiş” oldular. Özellikle genç kesim çalışmaya gittiği bölgede para kazanarak, “memlekette” kalanlara destek olmuştur. Bu nedenle de *bölgeye tutunma çabası* içine girmişlerdir. Ayrıca gittikleri bölgede ekonomik ve sosyal hayatta başarılı olmak dışında ikinci bir alternatifleri olmadığından ve başarısızlık durumunda ailelerin yüzüne bakamayacaklarını düşündüklerinden bölgede tutunmaya çalışmışlardır. Eğer bölgeye çalışmaya gelen kişi bölgeye tutunmuşsa yavaş yavaş diğer yakınlarını da bölgeye çekebilecek ve memleketindeki birlikteliği, yeni yaşam alanında devam ettirebilecektir. K53- Nurcan Dağ bu konuda düşüncelerini şu sözlerle ifade etmektedir; “Bir köyden bir kişi gelir, bir kişi gelmesi yeterlidir. Eğer memnunsanız, hayat standartları bir yere gelmişse artık köy buraya gelebilir. Çünkü o köyde eğer bir geçim alanı yoksa zaman içinde bir aile, bir aile daha, bir aile daha bu da bu şekilde oldu, doğudan gelmesi de doğal olarak, çok doğal olarak bu yüzden.” Bölgeye gelen insanların bölgeye tutunmak için üstün bir gayret gösterdiğini K94-Hatice Kavafoğlu, “İşçi yevmiyesi 20 liraysa onlar 10 liraya çalıştılar ve insanlar işte ne oldu ben bir şey mi yaptım. 10 liraya çalıştırmak varken bir de yılmadan çalıştılar yani hakikaten görüyordum ben. Burada yani saat beşte bırakırlardı ama; o dışarıdan göç olarak gelenler saatlerce çalışırlardı.” sözleriyle aktarmıştır.

5.3.5. Yerlilerin Kolay Para Kazanma Tercihi

Yerlilerin kolay para kazanma tercihi olarak nitelenen kategori, bölgede turizm hareketi geliştikçe, yerlilerin elindeki toprakların değer kazanmasını ve bu değer kazancı nedeniyle yerlilerin topraklarını yatırımcılara satmalarını ifade etmektedir. Bölgede yaşayanların gerek atalarından kalma topraklar olsun gerekse Türkiye Cumhuriyeti devletinin gerçekleştirdiği nüfus mübadelesinden sonra bölgeye yerleştirdiği vatandaşlarına hayatlarını idame ettirmeleri için verdiği araziler turizm hareketiyle birlikte değerlendirilmiştir. Yerlilerin hayvan otlatma ve tarım alanı olarak kullandığı topraklar, Turizm Teşvik Kanunu’nun yayımlanması ve bölgeye yönelik olarak artan turizm talebiyle birlikte önemli ölçüde değerlendirilmiştir. Böylece yerliler topraklarını

satarak, hayvancılık veya tarımdan elde edebilecekleri gelirlerin çok daha fazlasını kazanmıştır. Emek sarf etmeden kazanılan para zamanla yerlilerin, tarıma ve hayvancılığa olan ilgisini de azaltmıştır. K85-Ahmet Kireç; “...Onlara göre bedava, bizimkilere göre büyük para. Bütün sahillerdeki arazilerimizi, hemen hemen yüzde 95’ini diyeyim hani, daha fazla gitmeyeyim, yüzde 95’ini bu yabancılar geldiler, o günün değerinin üstünde paralar vererek satın aldılar.” ifadeleriyle yerel halkın kolay para tercihini aktarmıştır. Yerel halk ve bölgeye dışarıdan gelen insanlar arasındaki ilişkiler özellikle 1980’li ve 1990’lı yılların başında öncelikli olarak ekonomik düzlemde sürmüştür. Bu yıllarda arazi ve mal sahibi durumunda olan kesim yerel halktır. Bu kesimin bir kısmı elindekilerin kıymetli olduğunu anladıktan sonra kira ile geçinen ev sahibi boyutuna geçmiştir. K51-Muhammed Ali Acar bu durumu “...İlk başlangıçtaki çalışma arzusu, heyecanını, kendi işimizi kendimiz yapalım düşüncesi, anlayışı yavaş yavaş yerler para yapmaya başlayınca, dışarıdan gelen sermaye sahibi, özel sektör, küçük veya büyük çapta ne olursa olsun al kardeşim kira parasını deyince bizimkiler hemen atladılar. Aldılar kiralari, oh rahatımıza bakalım, niye çalışalım diye maalesef arzu etmediğimiz böyle bir gelişim süreci yaşandı.” sözleriyle açıklamıştır. K56-Recai Berkyar’da Muhammed Ali Acar’ın ifadelerine benzer tecrübelerle sahiptir. Recai Berkyar’da yaşadığı bir tecrübeyi, “Mesela şöyle bir şey eskiden sandaletçi dükkânı vardı burada, o sandaletçi dükkânına geldiler, ağabey bu dükkânı kiralayalım buraya sarraf dükkânı açalım. 10 milyon verelim sana. Ne dersin adam çıldıracak, kafayı bozacak. 10 milyon ne demek; ben kaç tane sandalet yaparım, berber, kaç tane traş yaparım. İşte böyle maddi bakımdan oldu, buraları böyle şey oldu.” ifadeleriyle aktarmıştır.

Yerlilerin kolay para kazanma tercihi kategorisinin alt kategorileri olarak ise **kira getirisinin yeterli görülmesi, yerlilerin üretimden çekilmesi ve yerlilerin çalışan durumuna geçmesi** olarak ortaya çıkarılmıştır.

Kira getirisinin yeterli görülmesi alt kategorisi yerlilerin dükkân, daire ve toprak gibi taşınmazların kirası ile geçinmesini ifade etmektedir. K84-Adnan Şenol yerel halkın kirayla geçinmesini “...Zaten yapacak hiçbir şeyi yok, hazır da dükkân nasılsa iyi de kira getiriyor, kirayla geçiniliyor. Ne olacak, 10-20 tane daire olunca kira toplamak bile başlı başına bir iş yani...” sözleriyle özetlemektedir. K70-Hilmi Yıldırım da benzer şekilde, “Vatandaş doğal olarak yerlerini konutlara veya otel yeri olarak sattılar ve ondan sonra

bazıları ev aldı ya da daire karşılığı verdi, onun kira geliriyle geçinmeye başladı.” ifadelerini kullanmıştır.

Yerlilerin üretimden çekilmesi alt kategorisi ise yıllarca zahmetli bir tarım ürünü olan tütüncülükle uğraşan yerel halkın topraklarının değerlendirilmesi neticesinde genel anlamda üretimde yer almamasını ifade etmektedir. K91-Erol Erdem, yerlilerin ellerindekileri satmalarını “kendi mallarını sattılar, çekildiler geçtiler. Kendi mallarını büyük fiyata sattılar ama hazır paraya biliyorsunuz dağ dayanmaz.” sözleriyle ifade etmiştir. K12-Mehmet Yavaş ise yerlilerin yatırım yapmadığını hazır alıştırıldığını şu sözlerle aktarmıştır; “...Bizler dâhil, bana göre Türkiye genelin de hiçbir yatırıma yönelim olmadı, hep hazır yenildi, hep hazır tüketti.”

Yerlilerin çalışan durumuna geçmesi alt kategorisi elindeki birikimini bitiren yerlilerin daha önceden mal sahibi olduğu dükkanlarda, otellerde arazilerde bölgeye gelen yatırımcıların yanında çalışan olmasını ifade etmektedir. K2-Cemile Acar, bölge halkının dışarıdan gelen yatırımcıların yanında çalışmasını; “Kendi değerler işte, değerlerini koruyabilen korudu yavrum, koruyamayan aptallık yaptı şimdi. Hep değerli yerleri sattılar, e satınca ne olacak elden gitti sonra o para da bitti, çocuğu çocuğu o sattıkları yerin gitti hizmetçisi oldu. Böyle çok...” sözleriyle aktarmıştır. Toprakları satarak elde edilen gelirin yatırım yapılmadan gereksiz harcamalarla bitirilmesini K4-Erdoğan Yaşyerli; “Bizim bu yörenin insanları, daha eski yıllarda arazilerini çok ucuz fiyatlara sattılar ve bu paralarla ya oğlunu evlendirdi ya kızını evlendirdi ya bir araba aldı, o paraları çarçur etti. Şimdi bekliyor, o tesislerde nasıl çalışırım, nasıl işte bana bir iş verirler diye o şekilde bekliyor.” acı bir şekilde anlatmıştır. Erdoğan Yaşyerli’ye benzer bir aktarım, K45-Duran Ergül tarafından şu sözlerle; “...Tabii arsalarını vesaire böyle para karşılığı satan, o arsalarla yapılan güzel otellere bakıp bakıp iç geçiriyor şimdi: Ah keşke satmasaydık, diyor! Zamanında üç kuruşa sattılar yerlerini, şimdi karşıdan seyirci oldular. Hatta acıdır, kendi sattığı arsasına yapılan otelde işçi olarak çalışanlar bile var...” ifade etmiştir.

5.3.6. Ulusal-Uluslararası Kuruluşlara Üyelikler

Ulusal-Uluslararası Kuruluşlara Üyelikler kategorisi ulusal veya uluslararası arenada tanınan kuruluşlarla ilişki kurmanın turizm alanında yatırım yaparken belirli kolaylıklar getirdiğini ifade etmektedir. Bölgede turizmin nicelik olarak geliştiği 2000’li yıllardan sonra ulusal veya uluslararası turizm organizasyonlarında yer almak, bölgedeki turizm

işletmecilerine önemli sosyal sermaye kazanım olanağı sağlamıştır. Bu konuda K49-İsmail Nejat Özbozdağ'ın şu sözleri önemlidir; “...Bir araya gelerek turizmin sorunlarını tartışmak, ama bir eğlence içerisinde. Ama bir yemek esnasında, bir happy-hour zamanında, bir araya gelerek, hem günün yorgunluğunu ya da günlerin yorgunluğunu atma adına, hem de o gün yaşanan, o gün, özellikle o günlerde yaşanan, o zamanın sorunlarını tartışarak ortak noktalarda buluşmayı hedefler ve bu toplantılarında, belediye başkanları gibi, kaymakam gibi, valimiz gibi ya da yabancı bir tur operatörünün temsilcisi gibi ya da havalimanı sorumlusu gibi, müdürü gibi değerli konukları da şey yapar, çağırır ve onlara kendi konularında bütün üyelerine bilgi verilmesini sağlar, bilgi akışını sağlar.” İsmail Nejat Özbağ'ın anlatımına benzer şekilde K54-Oktay Işıl'da uluslararası kuruluşlarda yer almanın uluslararası girişimcilerle bir arada bulunmak olduğu şu sözlerle; “Duymuşsunuzdur Kulübü'müz var bizim, uluslararası turizm girişimcilerinin, seçkin turizm girişimcilerinin kulübü.” Bu anlatımlardan anlaşıldığı üzere ulusal veya uluslararası organizasyonlarda yer almak, en üst düzeydeki kişilerden bilgi alınmasına ve karşılıklı olarak sıkı ilişkiler kurulmasına olanak vermektedir. Bu ilişkilerin neticesinde tüm taraflar potansiyel yatırımlarla ilgili önemli bilgi birikimi kazanmaktadır.

5.3.7. “Yatırımcılar” Kavramsal Açıklama

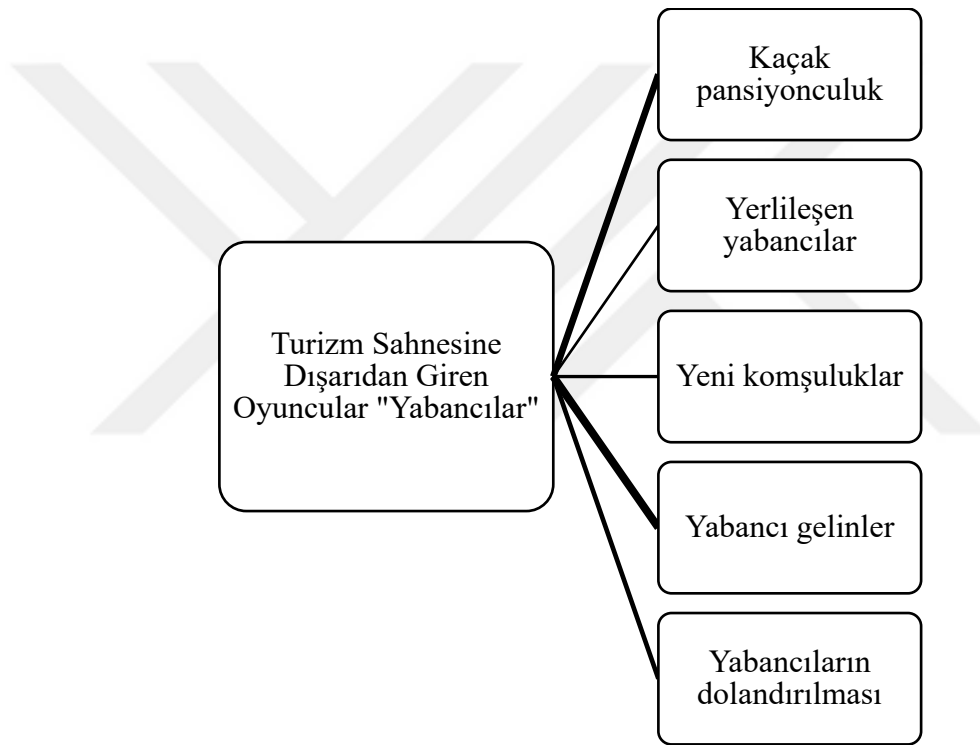
Araştırma kapsamında ele alınan ikinci tema “yatırımcılar”, araştırmanın belirli bir düzlemde ilerleyebilmesi açısından Bourdieu'nun kavram setiyle değerlendirilmelidir. Öncelikle yatırımcılar, Güney Ege Bölgesi'nde turizm hareketi başladığında bölgeye, bölge dışından gelen girişimcileri tanımlamaktadır. Kısaca turizm hareketinin alandaki ilk aktörleri ev sahipleriymken, ikinci aktör yatırımcılardır. Bölgeye gelen yatırımcıların “habitusları” birbirinden çok farklıdır. Bu durumun temel sebebi bölgeye gelen yatırımcıların, birçok farklı bölgeden gelmesi ve yatkınlıklarının birbirinden farklı olmasındandır. Alt temalardan bir tanesi olan “iş gücü hareketliliği” temasının alt kategorileri bölgeye gelen işçilerin habituslarıyla doğrudan ilişkilidir. Bölgeye herhangi bir sermaye biçimine sahip olmadan gelen işçiler, bölgede tutunabilmek için geçmişten getirdiği yatkınlıklarla beraber bölgenin yatkınlılarıyla melez bir habitus oluşturmuşlardır. Böylece bölgeye işçi olarak gelenler bir süre sonra ekonomik sermaye elde ederek, birer turizm yatırımcısına dönüşmüşlerdir.

Bölgenin yerlileri ise yatırımcılar geldikten sonra arka planda kalmış, genel anlamda turizmin hâkim sektör konuma gelmesinde doğrudan rol oynamamışlardır. Yerliler sahip oldukları dükkân, arazi, ev gibi taşınmazları gerek satarak gerekse kiralayarak emek sarf etmeden turizmden dolaylı bir gelir elde etmişlerdir. Bu durumun temel nedeni Bourdieu'nun kavram setindeki kültürel sermaye eksikliğinden kaynaklanabilir. Yatırımcılar, küresel anlamda turizm hareketinin gelişimini ve uluslararası turistin talebini öngörebilmiş ve gelişmelere daha iyi ayak uydurabilmiştir. Genel anlamda kültürel sermaye, toplumsal yaşamda yüksek öneme sahip olduğu düşünülen bilgi ve değerlere sahip olmakla ilgilidir (Bourdieu, 2016b, s. 156). Bu tanımlamadan hareketle de turizm hareketinde yüksek öneme sahip olan bilgi ve değerler yatırımcılar tarafından daha doğru izlenmiştir. Ayrıca yerlilerin elinde, yoğun turizm talebine yanıt verebilecek nitelikte ve büyük yatırımları gerçekleştirebilecek ekonomik sermaye birikmemiştir. Bir diğer nokta ise yatırımcıların, bakanlıklarla ve merkezi hükümet ile ilişkilerinin kuvvetli olmasıdır. Bu durum yatırımcıların sembolik sermayesinin yerlilere oranla daha kuvvetli olduğunu göstermektedir. Sembolik sermaye açısından bir diğer önemli nokta ise yatırımcıların ulusal-uluslararası kuruluşlara üyelikleridir. Bu üyelikler neticesinde yatırımcılar hem yurtdışındaki hem de yurt içindeki önemli gelişmeleri takip etmiş hatta üye oldukları kuruluşlardaki diğer üyelerle iş birliklerine giderek turizm alanındaki hareket alanlarını genişletmişlerdir. Yatırımcılarla beraber turizm alanında söz sahibi olan ancak ağırlıkları turizm yatırımcılarından sonra gelen bir diğer aktör ise “yabancılar.” Yabancılar bölgede edindikleri mülklerle araştırma alanında yeni ilişkilerin gelişmesine ön ayak olmuşlardır.

5.4. Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular “Yabancılar”

Tarihsel süreç içinde bakıldığında 1980’li yıllardan itibaren Türkiye Cumhuriyeti olmayan bireylerin mülk edinmesiyle ilgili çok sayıda düzenleme yapılmış, bu düzenlemeler farklı zaman dilimlerinde anayasa mahkemesi tarafından iptal edilmiştir. Ancak tapu kanunda yapılan düzenlemelerden iptal edilen zaman dilimine kadar yabancılar taşınmaz alımı yapmıştır. Bu düzenlemelerden ilki 21.06.1984 yılında yapılmış 13.06.1985 yılında iptal edilmiştir, ikincisi 22.04.1986 yılında yapılmış 09.10.1986 yılında iptal edilmiştir, üçüncü düzenleme 03.07.2003 yılında yapılmış 14.03.2005 yılında iptal edilmiştir, son yapılan düzenleme 03.05.2012 yılında yapılmış ve bu tezin yazım aşamasına kadar halen geçerliliği korumaktadır (Genç, 2014, 81-87).

Dönemsel olarak yapılan tapu kanununda yapılan değişikliklerle birlikte yabancıların mülk edinmesinin çeşitli şartlara göre önü açılmıştır. Bölgede taşınmaz elde eden yabancılar bölgede yaşamaya başlamış, bölgede yaşanan ilişkilerde bölgede “yerlileşen yabancılar” yaşamaya başlamıştır. Böylece bölgede turizm hareketi bölge nüfusunun artmasına neden olmuştur. Bu nüfus artışıyla beraber bölgedeki toplumsal yapı büyük ölçüde değişmiştir. Bu açıklamalardan hareketle, “yabancıların” alanda turizmle kurduğu ilişkiler ele alındığında ortaya çıkan kategoriler; *kaçak pansiyonculuk*, *yerlileşen yabancılar*⁶, *yeni komşuluklar*, *yabancı gelinler* ve *yabancıların dolandırılması* olmak üzere beş ana kategoride ele alınmıştır.



Şekil 5.3. Turizm Sahnesine Dışarıdan Giren Oyuncular “Yabancılar”

5.4.1. Kaçak Pansiyonculuk

Bölgede gerçekleşen tüm ekonomik faaliyetler bölge içinde kalmamıştır. Bölgede mülk edinen Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan kişiler zamanla kendi mülklerini bir pansiyon gibi kiralamaya başlamıştır. Bu durum bölge insanının turizmle kurduğu ekonomik ilişki üzerinde olumsuz bir etki yaratmıştır. Ayrıca yerel halk ekonomik bir kazanç sağlayamayınca farklı noktalarda da alanla ilgili ilişkileri sorgular hale gelmiştir.

⁶ Bu kavram Tuna ve Özbek’in 2012 yılında kaleme aldıkları ve Detay Yayın tarafından basılan “Yerlileşen Yabancılar: Güney Ege Bölgesi’nde Göç, Yurttaşlık ve Kimliğin Dönüşümü” kitabından alınmıştır.

Bu duruma ilişkin K4-Erdoğan Yaşyerli ve K37-Özer Olgun önemli tespitlerde bulunmuşlardır. K4-Erdoğan Yaşyerli, “...Misafirlerin yüzde 25’ i otellere geliyor, yüzde 75’i bu satın alınan evlere gidiyor. Bu evlerin sahipleri Avrupa’da kendi evlerini pazarlıyorlar, orada paralarını alıyorlar ve insanlar da burada o evlerde kalıyor ve sadece alışverişlerini gidip grosmarketlerde yapıyorlar, bize yoğun bir trafiği kalıyor, çöpü kalıyor, vergi ödemeden, hiçbir şey yapmadan böyle bir şekilde bizim sektörümüzü baltalıyor.” ifadeleriyle bu durumu aktarmıştır. Benzer şekilde K37-Özer Olgun, “...Sonra uyanık adamlar sanki devre mülkmüş gibi... İngiltere’deki dostlarıyla al anahtarları, bir hafta sen kal filan haline geldi. İş ticari hale dönüştü İngilizler açısından. Vergi vermiyorlar, bir şey vermiyorlar. Fethiye’de devletin acayip sakat politikalarından birisidir. Üç bine yakın villa adeta turizmde otel gibi çalışmaya başladı, vergisiz filan. Bütün otelciler de isyan ediyorlar tabii buna.” ifadelerini kullanmıştır. Hem Erdoğan Yaşyerli’ye hem de Özer Olgun’a benze ifadeler kullanan K84-Adnan Şenol; “Yabancılar ev satılmasına karşı değilim de, yabancılar bu evleri alıp kendileri kullanmıyorlar daha çok. Kullanan da var tabii... Kiralıyorlar tabii, bunun önüne geçme şansınız da çok az. Az da olsa bana göre otelleri baltalıyor. Şimdi adam alıyor evi burada, kendisi geliyor diyelim bir ay kalıyor ailesiyle beraber, sonra gidiyor, ev zaten dayalı döşeli hazır. Sonra bir bakıyorsunuz bir başka aile geliyor, 15 gün kalıyor. Onun oradaki eşi dostu arkadaşı komşusu her neyse, yani hiçbir pazarlama yapmasına falan da gerek yok. Orada o işi hallediyor, adam anahtarı alıyor geliyor buradan. Yani 10 ev sahibinden üç tanesi belki böyle yapıyor...” sözleriyle yabancıların bir nevi kaçak pansiyonculuk yaptıklarını ifade etmektedir.

5.4.2. Yerlileşen Yabancılar

1984 yılında tapu kanununda yapılan değişikliklerle beraber yurt dışında yaşayanların Türkiye’de taşınmaz alabilmesinin önündeki engellerin esnetilmesiyle birlikte, özellikle 2012 yılından itibaren bölgede çok sayıda mülk, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan bireylere satılmıştır. Bu durum bölgenin tüm ilişkilerine sirayet etmiştir. Bölgede yerel halk yalnızca turistlerle değil, “yerlileşen yabancılarla” da ilişki kurmaya başlamıştır. K26-Birol Ganioğlu bölgeki İngiliz yerleşikler ve yerel halkla ilgili olarak şu sözlerle; “Yok, çok sürtüşme olmadığı gibi İngilizler bir de üstüne üstlük... Bizim insanımız bu anlamda şeydir hala da öyle. Yandaki bahçede ürettiği herhangi bir şeyi işte sebzeyi, meyveyi alıp komşusuna götürür verir.” görüşlerini dile getirmiştir. Ancak buradaki

ilişkiden tek yönlü olarak söz etmek mümkün değildir. Bölgeye yurt dışından gelen yabancılarda bölge insanına farklı alışkanlıklar kazandırmıştır. Bu duruma örnek olarak K53-Nurcan Dağ, *“Mesela burada yaşayan İngilizlerden örnek aldığımız bir gelenek var. Kendileri ikinci el günleri yapıyorlar. İkinci el eşyalarını bir gün topluyorlar ve bunu gören bazı arkadaşlarımız burada ikinci el pazarının açılmasına öncülük ettiler. Cuma günleri Kipa’nın arkasında bir ikinci el pazarı açılıyor. Burada insanlar evde kullanmadıklarını eşyalarını getiriyorlar ve küçük miktarlara satıyorlar, çok güzel bir şey.”* anlatımında bulunmuştur. Bölgede yaşayanların önemli bir kısmı Türkçe öğrenmiş ve günlük hayattaki gereksinimlerini giderirken Türkçe konuşmaya başlamışlardır. K45-Duran Ergül; *“Yani günlük yaşama girdi yabancılar..., evleriyle yerleriyle, yaşantılarıyla günlük yaşama girdiler, Türkçe öğrendiler çoğu, Türkçe konuşanlar çok içlerinde yarım yamalak da olsa.”* ifadeleriyle yabancıların Türkçe öğrenmesi vurgulamıştır. Duran Ergül’e benzer şekilde K63-Adnan Aşık; *“...Yani bizim çocuklar da bir bocaladı ama şu anda inanın o İngiliz ailenin çocuklarının içerisinde birçok kişiden öz Türkçeyi daha güzel konuşan İngiliz çocukları var burada. O kadar güzel Türkçe öğrendiler ki yani kendi anadillerinden daha güzel Türkçe konuşuyorlar.”* ifadelerini kullanarak bölgeye gelen yabancıların yalnızca yetişkin olanlarının değil çocuklarının dahi Türkçeyle bağ kurduğunu aktarmıştır.

5.4.3. Yeni Komşuluklar

Yeni komşuluklar kategorisi bölge halkının kendi milliyetinden kendi coğrafyasından uzak insanlarla yan yana oturmasını ifade etmektedir. Türkiye’de yabancılara mülkiyet hakkı verilmesiyle birlikte özellikle turizm bölgelerinde daha önce ev sahibi-misafir rollerini benimseyen yerli halk ve turistler artık farklı bir rol biçimini benimsemek zorunda kalmışlardır. Bu durum bölgede hoş karşılanmış ve karşılıklı kültürel bir alışverişe dönüşmüştür. K75-Mümin Kamacı bu durumu; *“...İnsanlarımız gayet güzel komşuluk ilişkileri içerisinde, bir apartmanda sekiz daire varsa üçü İngiliz, beşi Türk orada oturdular. Yani İngilizler Türkçe öğrendi, bizim insanlarımız da İngilizce öğrendi, yani evlere gidip gelmeler, arkadaşlık yapmalar filan bunların tamamı oluştu...”* sözleriyle ifade etmiştir. Yerel halk çeşitli milletlerden insanlarla bir arada yaşamaya ve komşuluk yapmaya başlamıştır. Farklı milletlerden komşuluklar yapıldığını K33- Mete Ay şu sözlerle özetlemiştir; *“...Yaklaşık 5.000-5.500 ev şu anda konaklama yapıyor, permanently artık burada devamlı yaşayan İngiliz, yabancı ve bunun içinde ... Alman ve*

Ruslar da var.” Mete Ay’a benzer şekilde bölgede komşuluk tipinin değiştiğini isimler üzerinden vurgulayan K67-Ekrem Aşık ise; “...*Şimdi eskiden köylülerimizin komşuları Ayşe, Fatma, Hasan, Hüseyin’ken şimdi Elizabeth oldu, George oldu, öyle oldu.*” ifadelerini kullanmıştır.

Yabancılar mülkiyet hakkının verilmesi bölgede yalnızca ekonomik bir yarar sağlamamıştır. Bu hak, bölgeye gelen yabancıların kalış sürelerinin uzamasına ve yerel halkla daha fazla temas etmesine neden olmuştur.

5.4.4. Yabancı Gelinler

Yabancı gelinler kategorisi bölge insanının kendi milliyeti dışından yaptığı evlilikleri ifade etmektedir. Turizm hareketinin bölgede gelişmeye başlamasından itibaren farklı milliyetten insanlarla tanışan yerel halk, bölgeye gelen yabancılarla ister istemez hem ekonomik hem de kültürel ilişkiler geliştirmiştir. Gelişen bu ilişkilerin neticesinde yerel halk ve yabancılar arasında arkadaşlıklar, dostluklar ve duygusal ilişkiler gelişmeye başlamıştır. İlk etapta bölgenin erkekleri yabancı kadınlarla gönül ilişkileri kurmuş ve bu ilişkinin bir sonucu olarak yabancı evlilikler yaşanmıştır. Turizmle evlilikler arasında bir bağ kuran K83-Tayyar Cengiz; “*Turizmin başlamasıyla birlikte yabancı gelin sayımız birdenbire arttı.*” ifadelerini kullanmıştır. Bölgedeki evlilikleri 2000’li yıllara kadar değerlendiren K55-Osman Nuri Kargın “...*Erkek çocuklarımız, yabancılar meyillendi. Hemen genelde, yani yüzde 20’si, yüzde 30’u diyebilirim ki hep yabancılarla evli.*” sözleriyle bölgede yapılan yabancı evlilikleri oransal olarak aktarmıştır. Güney Ege Bölgesi özelinde yapılan evlilikleri yabancıların milliyetleri özelinde değerlendiren K43-Bülent Bülbüloğlu; “*İşte eskiden Finlandiya’ya çok damat veriyormuşuz, şimdi İngiltere’ye daha çok damat veriyoruz. Gelinleri Rus tarafından alıyoruz, çok değişen bir şey yok.*” çıkarımını aktarmıştır. Bülent Bülbüloğlu’na benzer şekilde ancak 2000’li yıllardan öncesi ve sonrasını değerlendiren K58-Sedat Kirt; “...*Geçmişte İngiliz ve Finli gelinler çokmuş, şimdi Rus turistler çok. Tabi benim yaptığım bir araştırmada Türkiye’de 2009 ya da 2008 yılı itibariyle sanırım Rus, Türklerle evlenen Rus bayan sayısı 50 bini aşmıştı.*” ifadeleriyle yabancı evlilikleri milliyetler ekseninde özetlemiştir. Yabancı gelinler kategorisinin alt kategorisinde **boşanmalar** ve **yaşlı evlilikler** alt kategorileri ortaya çıkmıştır.

Boşanmalar alt kategorisi bölge insanının yabancılarla evlenebilmek için hali hazırda evliliklerin bitmesini ifade etmektedir. Bölgede özellikle turizm hareketinin hız

kazandığı dönemlerde bölgeye çalışmak için gelmiş ve çok fazla maddi olanağı bulunmayan kişiler yabancı turistleri adeta yurt dışına çıkmak ve rahat yaşamak için bir çıkış bileti olarak görmüşlerdir. Bu düşüncede olan kişilerin bir kısmı evliliklerini bitirmişlerdir. Bu konuda K22-Tuğrul Acar; “...*Türk ve yabancı evlilikleri arttı..., Boşanmalar arttı, işte bir yabancıyla evlenmek için işte eşini boşuyor, onlar arttı.*” ifadelerini kullanarak, bölgedeki durumu özetlemiştir.

Yaşlı evlilikler alt kategorisi ise bölgedeki insanların önemli bir çoğunluğunun yurtdışına gidebilmek için yaşı büyük olan yabancılarla evlenmesini ifade etmektedir. Bölgede yapılan yaşlı evlilikleri K80-Taner Küsmez; “...*Bizim en yaşlı gelinlerimiz, 70 yaşında oluyor. Maalesef 20 yaşındaki gençlerimiz, 20 yaşındaki Türk gençlerimiz, 60-70 yaşındaki bayanlarla evlenme olaylarını burada çok yaşadık. Bu olay devam ediyor. Sırf bunlar acaba İngiltere’ye gidebilir miyim, bazı maddi şeylerden faydalanma amacıyla yapılan işlerin olduğunu da tahmin ediyoruz.*” sözleriyle özetlemiştir.

5.4.5. Yabancıların Dolandırılması

Alanyazında, turizm hareketinin gelişim göstermesiyle, turizm bölgelerindeki suç oranlarının artması arasındaki ilişkilere (Mcpheters ve Stronge, 1974; Jud, 1975; Doğan, 1989; Haralambopoulos ve Pizam 1996; Brunt, 1999) dikkat çekilmektedir. Yabancıların dolandırılması kategorisi, yabancıların gerek mülk alırken gerek iş yaparken gerekse günlük yaşamda aldatılarak parasının alınmasını ifade etmektedir. Genel anlamda bakıldığında K58-Sedat Kirt yabancıların dolandırılmasıyla ilgili gözlemlediği durumu şu sözlerle ifade etmiştir; “*Türkiye’de turiste karşı, dolandırıcılık var, büyük ölçüde var, ayıplı ürün işte bu taklit ürünler, belki kimisi bilerek alıyor bir kısmı da onu orijinal olduğunu sanarak alıyor.*” Bölgedeki art niyetli kişilerin yabancıları dolandırmasına ilişkin K63-Adnan Aşık; “*İşte buraya gelen İngiliz’i nasıl kandırırız da elindeki parasını alırız kullanırız. Kaç tane İngiliz’i bu şekilde dolandırdılar, mahvettiler. İşte beraber iş yapacağız ortak iş yapacağız...*” anlatımıyla dikkat çekmektedir. Tapusuz yerlere ev yapılarak bu evlerin yabancılarla satıldığını K70-Hilmi Yıldırım şu sözlerle açıklamıştır; “...*İşte yabancıların dolandırıldığı, hatta hazine parseline adam binayı yapıp yabancıya sattığını ve ondan sonra binanın hazine parseli çıktığını falan duymuştuk.*” K79-Salih Bankoğlu bir evin birden fazla turiste satıldığını; “*Bir kısım insanlar burada bazı turistleri işte maalesef tabiri caizse dolandırdılar. Ne yaptılar? Bir evi birkaç turiste sattılar. “Tapusunu vereceğiz” dediler, vermediler. Mağdur ettiler.*” sözleriyle aktarmıştır. Salih

Bankoğlu'na benzer şekilde K80-Silvia Aktaş'ta “...Mesela restoranından ya da bakkalından bir Türk arkadaşı oldu mesela, onlardan ev alırken dolandırıcılık oldu mesela ya da iki üç kişiye bir anda da ev satıldı, öyle bir şeyler oldu mesela. Ya fazla komisyon alındı ve o müşteri kaçtı şu anda mesela...” anlatımında bulunmuştur.

Alanda yaşanan bu sorunlar her ne kadar tüm yabancılar özelinde genellenemeyecek olsa da turizm hareketinin hız kazanmaya başladığı yıllarda yabancıların iyi niyetinden yararlanmaya çalışan art niyetli davranışların olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle 2000’li yıllar sonrasında hem yabancı sayısının artması hem de turizm bölgesinde hizmet veren kişilerin tamamen heterojen bir yapıya sahip olmasıyla suç işleme oranlarının arttığı ifade edilmektedir.

5.4.6. “Yabancılar” Kavramsal Açıklama

Araştırma kapsamında ele alınan üçüncü tema “yabancılar”, araştırmanın belirli bir düzlemde ilerleyebilmesi açısından Bourdieu’nun kavram setiyle açıklanmalıdır. Öncelikle yabancılar, Güney Ege Bölgesi’nde taşınmaz edinmiş ve bu bölgede hayatını sürdüren Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan bireyleri tanımlamaktadır. Bölgede yabancılara taşınmaz edinme hakları ilk olarak, 21.06.1984 yılında çıkarılmış 13.06.1985 yılında iptal edilmiştir, ikincisi 22.04.1986 yılında çıkarılmış 09.10.1986 yılında iptal edilmiştir, üçüncü düzenleme 03.07.2003 yılında çıkarılmış 14.03.2005 yılında iptal edilmiştir, son yapılan düzenlemeyle taşınmaz edinme hakkı 03.05.2012 yılında çıkarılmış ve bu tezin yazım aşamasına kadar halen geçerliliği korumaktadır. Kısacası Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan bireyler kesik kesik ve kısa aralıklarla da olsa bölgede taşınmaz satın almışlardır. Yabancıların bölgede taşınmaz alması ve bölgede yaşamaya başlaması Bourdieu kavramlarıyla değerlendirildiğinde, öncelikle farklı habituslara sahip çeşitli milletlere mensup bireylerin hem farklı milletlerin habituslarıyla hem de bölge insanın habitusuyla bir araya gelmiştir. Farklı yatkinlıklara sahip grupların bir araya gelmesi yeni iletişim ve ilişki biçimlerinin doğmasına ve farklı kültürlerin birbiriyle karışmasına neden olmuştur. Bölge insanın genel olarak değerlendirdiğimizde geçmişten günümüze kadar hep farklı etnik kökenlere sahip insanlarla bir arada yaşadığını, turizmin ve turistlerin bölgede kabul görmesinin bölge insanın geçmişten getirdiği farklı etnisitedeki insanlarla yaşama tecrübesinden ve yatkinlığından kaynaklandığını belirtilmiş idi. Benzer şekilde daha önce bölgeye tatile gelen turistlerin daha sonra bölgede taşınmaz satın alması ve bölgede yaşamaya başlaması, Güney Ege

Bölgesi'nde yaşayan yerel halkın geçmişten getirdiği yatkınlar nedeniyle rahatsız etmemiştir.

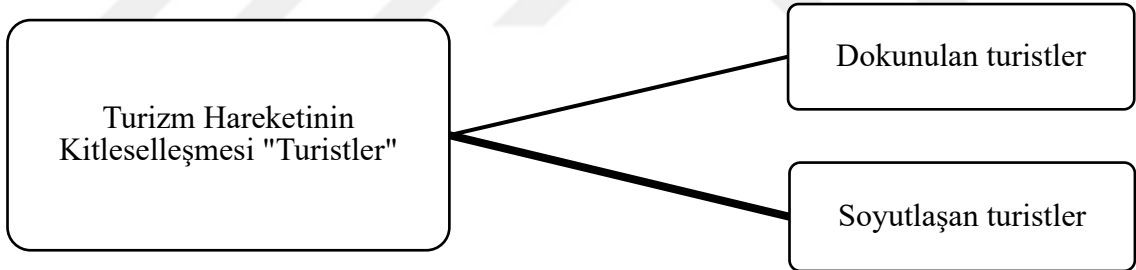
Yabancıların, ülke ekonomileri neticesinde sahip olduğu ekonomik sermaye bölgede taşınmaz edinmelerinde önemli bir rol oynamıştır. Ancak yabancıların sahip oldukları bu ekonomik özgürlüğe karşın bölgeye kattıkları en önemli değerler sahip oldukları kültürel sermaye neticesinde olmuştur. Anlatılar yorumlandığında görülmektedir ki, yabancılar bölgede bir arada yaşadığı yerel halktan bağımsız bir şekilde hayatını sürdürmemiş hem yerel dili öğrenmeye çalışmış hem de kendi ana dilini çevresindeki ailelerin çocuklarına öğretmeye çalışmıştır. Ayrıca yabancıların özel hayat ve sosyal yaşamdaki davranış biçimleri, bölge insanın -özellikle bölgedeki gençlerin- yaşam biçimine doğrudan katkıda bulunmuş, bölge insanın kültürel sermayesini zenginleştirmiştir. Yaşadıkları bölgede ikinci el eşya satışı ve kendi resmi veya dini bayramlarında özel etkinlikler yaparak bölgede farklı kültürlerin tanınmasını sağlayacak önemli bir rol üstlenmişlerdir.

Alan kavramı ekseninde değerlendirildiğinde ise alanda hem olumlu hem de olumsuz etkilerini söylemek mümkündür. Olumsuz etkilerinin önemli bir kısmının ise 2010'lu yılların başlangıcından itibaren olduğu ifade edilebilir. Bu olumsuz durum yabancıların sahip oldukları taşınmazları ülkelerinde kiralayıp, bölge turizminde ekonomik açıdan bir delik açmalarındandır. Ancak bu durumun ortaya çıkmasında, bölgedeki insanlarla giriştikleri çeşitli ilişkilerin olumsuz sonuçlarından kaynakladığı da ifade edilebilir. Bölgedeki yabancıların çeşitli fırsatçılar tarafından dolandırılması, yabancıların bölgeyle olan ilişkilerini değiştirdiği düşünülmektedir. Yabancıların taşınmaz almaya başladığı ilk zamanlarda karşılıklı iyi niyet, kültürel ve sosyal değişim ekseninde devam eden ilişkiler zamanla bazı art niyetli fırsatçılar tarafından suiistimal edilerek alanda yaşanan yabancı-yerli ilişkisinin zayıflamasına neden olmuştur.

5.5. Turizm Hareketinin Kitleselleşmesi “Turistler”

Bölgede turizm hareketi başladığında sahnede öncelikli olarak yerel halk yer almaktadır. 1980'li yıllara kadar yerel halk bölgeye gelen küçük turist gruplarını ağırlamış ve artan turist sayısına uyum sağlamaya çalışmıştır. Ancak Türkiye'nin 1980 yılı itibariyle dışa açık ekonomik politikaları benimsemesi ve turizm sektörünün kalkınmada öncelikli sektörlerden bir tanesi olması Türkiye'ye yönelik turistik talebi

önemli ölçüde artırmıştır. Böylece turistik bölgelere, bölge dışından yatırımcılar gelmiş ve turizm alanında ikinci perde yatırımcılarla açılmıştır. Yatırımcılar bölgede hem turistik arz kaynaklarını artırmış hem de bölgede yerleşimci pozisyonuna gelmişlerdir. Yatırımcılardan sonra bölgede üçüncü perde, bölgede mülk edinen “yabancılarla” açılmıştır. Bölgeye yerleşen yabancıların bir kısmı bölgede adeta “yerlileşmiş”, bir kısmı ise hem turist hem de adeta bir işletmeci rolüne bürünmüştür. Güney Ege Bölgesi’nde sahnenin son sahibi ise “turistler”dir. Turistler sahnede her zaman bulunan bir oyuncu olsalar dahi sahnedeki diğer oyuncularla olan ilişkileri değişkenlik göstermiştir. Turizm hareketinin ilk başladığı yıllarda bölge insanıyla daha derin ve uzun dönemli ilişkiler kuran turist grubu, turizm hareketinin kitleselleşmesiyle beraber bölgede bulunan insanlarla daha genel geçer ilişkiler kurulmaya başlamıştır. Hatta 2000’li yıllarla beraber konaklama yaptığı otelden ayrılmayan turist grupları dahi vardır. Bu açıklamalardan hareketle “turistlerin” alanda kurduğu ilişkiler ele alındığında ortaya çıkan kategoriler; ***dokunulan turistler*** ve ***soyutlanan turistlerdir***.



Şekil 5.4. Turizm Hareketinin Kitleselleşmesi “Turistler”

5.5.1. Dokunulan Turistler

Dokunulan turistler kategorisi gerek yerel halkın gerekse bölgedeki girişimcilerin veya yatırımcıların turistlerle doğrudan ve uzun dönemli ilişki kurmasını ifade etmektedir. Güney Ege Bölgesi’nde ilişkilerin sürekliliğinin korunduğu ve turistlere birebir dokunulduğu dönem yine 1980 öncesi dönemlere denk gelmektedir. Bu durumun en temel etkenlerinden bir tanesi pansiyonculuktur. O dönemin pansiyonları günümüzdeki butik otel konseptine benzer bir şekilde her misafiriyle birebir ilgilenen bir

hizmet sunmaktaydı. Bu dönemde bölgede kitlesel bir turizm şekli yaşanmıyordu. Bölgenin paket turlar halinde satılmaması ve her şey dahil sistemin henüz olmamasından dolayı kurulan ilişkilerde süreklilik aranmaktadır. Dokunulan turistler kapsamında biraz daha detaylı bir inceleme yapıldığında ortaya çıkan alt kategoriler; **otantik ortam sunma** ve **organik ilişkiler kurmadır**.

Otantik ortam sunma alt kategorisi turizm hareketinin gerçekleştiği bölgenin özelliklerini yansıtan, konaklama ve yeme-içme tesislerinin/mekanlarının varlığını ifade etmektedir. Turizm hareketinin başlamasından sonra 1980’li yıllara kadar gözlemlenebilen en önemli özelliklerden bir tanesi turistlerle, yerel halk arasında müdahale unsurunun bulunmamasıdır. Bu önemli nokta her ne kadar sonuç bölümünde MacCannell’in sahnelenmiş otantiklik kavramıyla irdelenecek olsa da bu yıllarda iki grup arasındaki ilişkiye herhangi bir müdahalenin olmayışı turistle, yerel halk arasında kurulan ilişki “sahnelenme değil” aslında olması istenen “otantik” olma durumundadır. K51-Muhammed Ali Acar, “...70’li yıllarda turizme başladı. Ev pansiyonculuğuyla başladı. ... Bazı yerleşik insanları işte oturduğu evinin bir odasına çekilir, diğer bir tane veya iki tane odasını pansiyon olarak kullanırlardı.” cümleleriyle kurulan ortamın otantikliğini vurgulamıştır. İlişkilerin doğallığı ve bu şekilde sürdürülebilmesi aslında turizm hareketinin doğasıyla da bir çelişki oluşturmaktadır. Crang bu noktada önemli bir tespit yapmıştır (2003, s. 148). Bu tespite göre, turizm eğer yerel halk tarafından özellikle otantik, özgün, doğal gibi kesinleşmiş kalıplar içinde olması planlanan bir hareket olarak planlınırsa turistler için bu durum mekanikleşmiş bir sunum algısı oluşturacaktır. Aksi taraftan bakılır ve turizm hareketi yalnızca hizmet sunanların sorumluluğuna bırakılırsa ise imaj kaybına neden olabilecektir. Tam bu noktada 1980 öncesi dönemde bölgenin yeni oluşan imajını kaybetmemek veya daha da geliştirmek için merkezi yönetim tarafından yerel halka çeşitli turizm eğitimleri ve kursları verilmiştir. Otantik ortam sunma alt kategorisi K97-Müjgan Şavkay’ın şu sözleriyle; “...Ev pansiyonculuğu söyledik. Nasıldı o? Tahta, eskiden evler tahtaydı. Böyle tahtalanmış, böyle tahtalar fırçalanmış, pırıl pırıl, sapsarı tahtalar, böyle yataklar kanaviçe işlemeli, beyaz işlemeli yataklar. Turistler geliyorlardı böyle ayakkabılarını kapının önünde çıkarıyorlardı, kapının önünde ki Avrupa’da mesela ayakkabı çıkarma âdeti yok. O kadar böyle saygılı. Yani nasıl oldu? Böyle bir aile, turistlerle bir aile olduk.” çok daha net anlaşılmaktadır. Turistlerin yalnızca konakladıkları yapılarda değil günlük yaptıkları gezilerde de bölgeye özgü yiyecek ve içecekler sunulmaktaydı. Zaten 1990’lı yıllara kadar ithalat hızı yavaş

olduğundan bir bakıma mecburiyetten dolayı da sunulan ürünler otantikdir. Bu durumla ilgili olarak K46-Erol Uysal şu ifadeleri kullanmıştır; “...Burada yaptığımız gezide köylüler onlara bir jest olarak güzel bir piknik yiyecekleri hazırlamışlar çayla beraber, işte adaçayı, efendim gözleme, harnup oraya özgü şeyler, o çökelek peyniri, keçi peyniri, ayran, aklıma gelen bunlar. Bunları ikram ettiler ve bunları da zevkle yediler.”

Organik ilişkiler alt kategorisi bölge insanı ile turist arasındaki ilişkinin çıkarsız bir ilişki olmasına vurgu yapmaktadır. Bu çıkarsız ilişki özellikle yerel halkın turizmde etkin olduğu 1980’li yılların ortalarına kadar sürmüş sonrasında ise giderek azalarak yok olma noktasına gelmiştir. Turizmin ilk başladığı yıllarda yerel halk tarafından turistler, müşteri olarak değerlendirilmemiş, misafir olarak görülmüştür. Bu ilişki neticesinde çok uzun yıllar süren dostluklar kurulmuş, turistlerin her yıl aynı ailenin yanına “misafir” olarak gelmesi söz konusu olmuştur. K19-Serdar Eskitürk, turistlerin misafir olarak görülmesini; “Turist her zaman bizim misafirimiz olarak şey yaptık. Ben onu söylüyorum, az önce ev pansiyonculuğundan bahsederken odasını açan kişiler onları müşteri olarak görmüyorlardı, misafir olarak görüyorlardı, yani öyleydi.” sözleriyle aktarmıştır. Serdar Eskitürk’e benzer şekilde K47-Fatma Çimen’de; “...Halk da çabuk benimsedi turizmi, şey davranmadılar gelenlere, yani ben şöyle örnekliyorum onu, mesela ev pansiyonculuğu yapanlar, komşular birbirlerine giderlerdi çok iyi hatırlıyorum, evde misafirimiz var, derlerdi! Yani onları misafir olarak kabul ediyorlardı, yani bir müşteri mantığı yoktu!...” ifadeleriyle misafir-müşteri tutumunu özetlemiştir. Müşteri mantığının olmaması gelen turistlerle dostlukların, ahabplıkların kurulması, turist-işletmeci arasında bir sadakat yaratmış her sene aynı konukları ağırlayan çok sayıda işletmeci olmuştur. Bu ilişkiyi kuran kişilerden biri olan K70-Hilmi Yıldırım, “Bizim için değişik bir şeydi yani yeni insanları tanımak, her gün yeni birileriyle tanışıyoruz, yeni bir insanlarla akraba gibi oluyorduk. Ve o müşterilerimiz bizim her yıl gelmeye başlamışlardı yani biz biliyorduk artık, işte bir müşterimiz var bize her yıl gelir. Ben hala birçoğunun ismini hatırlarım” sözleriyle ilişkilerin sürekliliğini ifade etmiştir. Benzer şekilde K16-Ömer Aras; turistlerle telefon aracılığıyla da ilişkilerini sürdürdüklerini ve ilişkilerinin uzun yıllar devam ettiğini “...Yok burası daha güzel cennetlik yer dediler sen ne deyip durursun burası cennet gibi yer” dediler “Biz ayrılmak istemeyiz” dediler aradık ahabp olduk, ertesi sene gene geldiler. Öbür sene, üçüncü sene kız kardeşim otel yaptı oraya ondan sonra akrabalarını da getirdiler, geldiler.” ifadeleriyle aktarmıştır. İlişkilerin sürekliliği yalnızca konaklama sektöründe yaşanmamıştır. Bölgede teknecilik faaliyetleri

yürüten K55-Osman Nuri Kargan, turistlerle kurulan ilişkilerin bazı temel şartlarını şu sözlerle ifade etmiştir; “...İyi hizmet, müşteriye güler yüz, fazla fahiş fiyatla satmamak, yani gelen turistin kendi evindeymiş gibi hissetmesi. Mesela ben, tekneme geliyor müşteri 15 gün kalıyor Marmaris’te üç sefer aynı kişi geliyor. Bu neden oluyor, tabi bizim ona karşılamamız, efendim onunla ilgilenmemiz, turistler böyle çok sıcakkanlı insanları daha çok seviyorlar ve geliyorlar. Her yıl geldiği, her yıl benim müşterim geliyor, her sene geliyor, böyle yani, iyi hizmet, kaliteli hizmet çok önemli.”

5.5.2. Soyutlanan Turistler

Soyutlanan turistler kategorisi gerek yerel halkın gerekse bölgedeki girişimcilerin veya yatırımcıların turistlerle doğrudan ve uzun dönemli ilişki kuramamasını ifade etmektedir. Güney Ege Bölgesi’nde turist ve bölge insanı arasındaki ilişkilerin soyutlaşmaya başlaması 1990’lı yılların ortasından itibaren başlamıştır. 1990 yılında Cem Kınay tarafından Magic Life Otel zincirinde uygulanmaya başlanan her şey dahil pansiyon sistemi, 1998 yılından sonra neredeyse bölge otellerinin tamamında uygulanmaya başlandı (Turizmgüncel, 2013). Bu sistemin yaygınlık kazanmasıyla beraber yurt dışındaki tur operatörleri çok daha kolay bir şekilde paket turlar oluşturmaya başlamıştır. Her şey dahil pansiyon tipini içeren paket turlar, her ne kadar bölge otelcilerine ve ulaştırma sektörüne ön ödeme alabilme şansı tanıdığı için kurtarıcı gibi gözükse de zamanla turist ve bölge arasındaki bağı olumsuz yönde etkilemiştir. Konaklama yaptığı otelden çıkmayan turistler çoğalmış, bölgeye ayak basmadan ülkesine dönen bir turizm hareketine neden olmuştur. K70-Hilmi Yıldırım her şey dahil öncesi dönemle her şey dahil sonrası dönemi; “O zamanki turizm farklıydı şimdikine, özellikle bu her şey dâhil sistemiyle birlikte turizm faaliyetleri de farklılaştı o zaten, böyle bir o dönem farklıydı yani.” sözleriyle vurgulamıştır. K55-Osman Nuri Kargın’da benzer bir düşünceye sahiptir, bu düşüncesini; “Bu her şey dâhil, otellerdeki her şey dâhiller, turistin dışarı çıkmaması, otelin içerisinde kalması turizm sektörünü epey etkiledi.” sözleriyle ifade etmiştir. Soyutlaşan turistler kategorisi irdelendiğinde ortaya çıkan alt kategoriler; **bölgeyi tanımama**, **esnafla ilişki kurmama** ve **bölge insanıyla tanışmama** olarak belirlenmiştir.

Bölgeyi tanımama alt kategorisi turistin tatilini geçirmek üzere geldiği konaklama tesisini terk etmemesi nedeniyle tatilini geçirdiği bölgeyi gezmemesi ve hakkında bilgi sahibi olmamasını ifade etmektedir. K22-Tuğrul Acar turistlerin bölgeyi tanımamasını

bir kamp merkezine gidilmesiyle özdeşleştirerek şu ifadeleri kullanmıştır, “*Şimdi kamp gibi, yurt dışından, Almanya’dan, Fransa’dan, İngiltere’den neredense geliyor bir hafta, 15 gün, her şey dâhil, her şey var otelde ücrete tabi, dâhil, dolayısıyla Bodrum’u tanımıyor insanlar. Bu bir turizm çeşidi değil bence, gezmek, görmek, tanımak, dinlenmek, eğlenmek, insan tanımak, burada bu kalıyor, bitti... ama kente çıkmıyor...*”. Bölgede hakkında görüşleri alınan kişiler özellikle 2000’li yıllardan sonra karşılarındaki rakibin; Yunanistan, İspanya gibi diğer Akdeniz destinasyonları olmadığını önlerindeki rakibin her şey dahil sistem olduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda görüşlerini ifade eden K80-Taner Küsmez; “*...Şu anki rakiplerimiz her şey dâhil sistemi. Her şey dâhil sistemi bizi çok etkiliyor. İnsanlar onlar bütün gün 24 saat tesiste kalıyorlar, bir yere çıkmıyorlar. ... daha fazla gezemiyorlar, göremiyorlar güzelliklerimizi, denizimizi...*” sözleriyle turistlerin gittikleri bölgeyi tanımamalarına dikkat çekmiştir.

Soyutlaşan turistler kategorisi altında ortaya çıkan *esnafı ilişki kurmama* alt kategorisi, bölgeye gelen turistlerle, bölge esnafı arasındaki ticari ilişkinin neredeyse bitme noktasına geldiğini açıklamaktadır. Paket turların yaygınlaşmasıyla birlikte ulaşım, konaklama ve rehberlik gibi hizmetleri bir paket olarak alan turistler, belirli dönemlerde yalnızca satın almış oldukları “paketin” kendilerini götürmüş oldukları esnaflarla ilişki kurmuştur. Paket turlarda her adımın planlanması nedeniyle, 1980 öncesi dönem olduğu gibi esnafı birebir ilişki kurma durumu giderek kaybolmuştur. K92-Gürbüz Arıkan, turistle, esnaf arasındaki ilişki kurulamamasını şu sözlerle dile getirmiştir; “*...Bir yere gittiğimiz zaman oranın neyi meşhur? Ya bir giysisini alacaksın, ya mutlaka bir şeyler alman lazım. Adam gemiden iniyor, otobüse biniyor, onu da acente onlara zaten A halıcısına gideceksin, B esnafına gideceksin diye yönlendiriyorlar. Turizmden hiç istifademiz yok.*” Paket turlar dışında turistlerin bölge esnafıyla ilişki kuramamasının arkasında bir diğer neden ise her şey dahil pansiyon sistemidir. Bu pansiyon tipinde tüm yiyecek-içecek gereksinimlerinin karşılanması potansiyel olarak bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleriyle turist arasında kurulabilecek ilişkileri azaltmaktadır. K41-Şeref Varlı; “*Sırf o all-inclusive meselesinden dolayı insanlar o yemeklerini bırakmamak için, yiyecek içecek her şey dâhil sistemi bırakmamak için çarşıya inmiyorlar. Bu yüzden bizim çarşıdaki restorancılarımız, kafecilerimiz ve alışveriş yerlerimiz biraz muzdarip.*” sözleriyle esnaf ve turist arasında ilişki kurulamama nedenini ifade etmiştir. Bölgede yer alan esnafı, turist arasında ilişki kurulamasını turist bakış açısıyla açıklayan K24-Vedat Zencir; “*Şimdi otellerde her şey dâhil sistemi çıktı... Şimdi gelen turist de kaç para verdi,*

iki bin pound verdi, İngiliz müşteri geldiyse, iki bin pound'la iki hafta bir kişi yatması-kalkması, yemesi-içmesi, her şeyi içinde, kendini garantiye almış oluyor dışarıdaki lokantaya gitmiyor, bara gitmiyor, diskoya gitmiyor.” ifadelerini kullanmıştır.

Bölge insanıyla tanışmama alt kategorisi, turistin tatilini geçirdiği bölgenin yerli halkıyla tanışmadan tatil sürecini geçirip ülkesine dönmesini ifade etmektedir. 1990'lı yıllar öncesinde turisti evinde ağırlayan, aynı sofraya oturan yerel halkla, turist arasındaki mesafe 1990'lı yıllardan itibaren giderek uzamıştır. Bölgeye gelen turistlerle uzun dönemli ilişkiler kuran K16-Ömer Aras'ın ifadelerinde de olduğu gibi turizm sezonu dışında da ağırladığı misafirlerle telefon üzerinden de görüşen yerel halk, turizm hareketinin sertleşmesi ve kitle turizminin gelişmesiyle bölgeye gelen turistlerle karşılaşamaz konuma gelmiştir. Yıllar içinde bölge turizminde yaşanan bu değişimi K15-Oğuz Alpözen, “Her şeyi otelde buluyorlar. Bodrum'da beş yıldızlı bir otele geliyor Bodrum'u tanımadan otelde yiyor, içiyor ve uçağına binip dönüyor ve Bodrum'u gezdim diyor. 1970'ler turizmiyle bugünkü turizm çok farklı. '70'lerin turizmi daha farklıydı. Turist geziyordu, dolaşıyordu. Bodrumlu Türk halkıyla tanışabiliyordu...” sözleriyle açık bir şekilde ifade etmiştir. Bölgenin yerli insanıyla, turistin bir araya gelememesi bölgedeki kültürel değişimin kesintiye uğramasına ve otantikliğin kaybolmasına da etki etmektedir. Anlatımlarda geçen iki husus, bu durumun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bunlardan ilki, yıllar itibariyle bölgeye gelen turistin cebindeki paranın miktarının düşmesi (ucuz turist), ikincisi ise her şey dahil sistemdir. Bu her iki nedeni tek potada eriterek yorumlayan K83-Tayyar Cengiz; “Çok kısıtlı bir bütçeyle, cebinde çok kısıtlı bir parayla geliyor. Sadece otelde geçiriyor vaktini, çünkü her şey dâhil de bir otel. Tura götüremiyorsunuz, kültürel hiçbir faaliyete yaklaştıramıyorsunuz.” ifadelerini kullanmıştır.

5.5.3. “Turistler” Kavramsal Açıklama

Araştırma kapsamında ele alınan dördüncü tema “turistler”, araştırmanın belirli bir düzlemde ilerleyebilmesi açısından Bourdieu'nun kavram setiyle ele alınmalıdır. Öncelikle turistler, Güney Ege Bölgesi'nde tatil sürecini geçirmeye gelmiş bireyleri tanımlamaktadır. Turistlerin bölgedeki ilişkileri, 1990 öncesi dönem ve 1990 sonrası dönem olarak iki eksenle ele alınabilir. 1960'lı yıllardan 1980'li yılların sonuna kadar bölgeye gelen turistler, bölgenin halkıyla yakın ilişkiler kurmuş ve bu ilişkilerini kendi anavatanlarına dönse dahi telefonla ve mektupla sürdürmüş kişilerdir. Ayrıca bölgeye

geldiklerinde karşılaştıkları ortam yerel halkın yaşadığı otantikliklerdir. 1990 sonrası bölgeye gelen turistler ise yerel halkla ilişkilerini en alt seviyeye indirmiş, uzun dönemli ilişki kurma çabası olmayan ve geldikleri bölge artık otantikliğin yerine kurgulanmış daha açık bir ifadeyle, MacCannell'in 1976'da yayımladığı '*The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*' kitabında belirttiği sahnelenmiş otantikliği yaşayan bireylerdir. Bu durum turistlerin "alanla" olan ilişkilerinin zaman içinde farklı yorumlanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Turistler, 1990 öncesinde Güney Ege Bölgesi'ndeki yerel halkın yaşadığı hayatın içinde tatil sürecini geçirirken, yerlilerin yatkınlıklarına entegre olmaya çalışır bir davranış içindedirler. Bölgedeki yatak kapasitesinin az olmasından dolayı yerlilerin evlerinde konaklamakta, yerlilerle aynı sofraya oturmaktadırlar. Gündüzleri yerliler tarım, hayvancılık gibi gündelik işleriyle meşgulken, turistler tatil sürecine devam etmektedir. Aynı sofrada yemek yemek, aynı sofrada sosyal ilişkiler kurup, sosyal ve kültürel alışverişlerde bulunmak yerliler ve turistler arasındaki mesafeyi sıfıra indirmektedir. Anlatımlarda yer aldığı haliyle turistler kimi günler yerlilerle tarlaya giden kimi günler hayvan güden bir otantiklikte tatillerini geçirmektedir. Bu dönem yerlilerin turistlerle tanış olduğu, kültürel ve sosyal sermayesini geliştirdiği dönem olarak adlandırılabilir. Böyle bir dönem yaşanmamış olsa belki de 1990 sonrasında yaşanan kitlesel turizm hareketine yerliler tarafından önemli bir tepki verilebilirdi. 1990 öncesi dönem kitlesel turizm hareketine bir hazırlık dönemi olarak adlandırılabilir. Bu dönem yine alanda yaşanan sıcak ilişkilerin, ağızdan ağıza bir şekilde turistlerin anavatanına yayılarak bölge hakkında ağır ama etkili bir tanıtım yapıldığı, bölgenin bilinirliğinin arttığı bir dönem olarak da tanımlanabilir.

1990 sonrası döneme bakıldığında ise bölgede turizme yönelik olarak konaklama kapasitesi artırılmış, yerel halkla-turist birbirinden uzaklaşmaya başlamış ve "alanda" kurulan ilişkiler ve güç dengeleri değişmiştir. Yerlilerin turistlerle kurduğu derin ilişkiler mekanikleşmeye başlamış, geldiği bölgede ne ile karşılaşarsa onu yaşamaya gelmiş turist yerini, ne istiyorsa onu gerçekleştirmeye gelmiş turiste bırakmıştır. Bu istek doğrultusunda büyük turizm işletmeleri kurulmuş, yerlilerin karşılayamayacağı talepler bu işletmeler tarafından yerine getirilmiştir. 1990 öncesinde ve 1990 sonrasında da alana geçici gelen bireylerin tamamı turist olarak nitelense dahi alanda buldukları karşılık değişmiştir. Kitlesel turizm tamamen hızlı bir döngüye odaklanmış, bu odaklanmada

ilişkiler derinliğini ve önemini yitirmiş sosyo-kültürel alışveriş düzeyi en alt düzeye inmiş yalnızca ekonomik alışveriş üzerine odaklanmıştır. Aslında bu durum alandaki sermaye türleri üzerinde de kendisini göstermektedir. Yerliler, 1990 sonrasında sahip oldukları arazilerin değerlendirilmesiyle, ekonomik sermayesinde artış yaşamış fakat kendi yaşadıkları bölgede kültürel ve sosyal olarak azınlık durumuna gelmeye başlamıştır. Böylece 1990 öncesinde bölgedeki hemen her bireyin diğer bir bireyi tanıdığı alan değişmiş, dolayısıyla yerlilerin sembolik sermayeleri yetersiz kalmaya başlamıştır. Bu dönemde gelen turistleri ise sahip oldukları sermayeleri kapsamında değerlendirmek çok sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Bu durum daha özel bir araştırma konusunu oluşturmaktadır. Çünkü bir hafta, on günlük periyotlarda, her şey dahil sistemi kapsamında gelen turistler tüketimden başka bir şeyle pek ilgilenmemişlerdir.

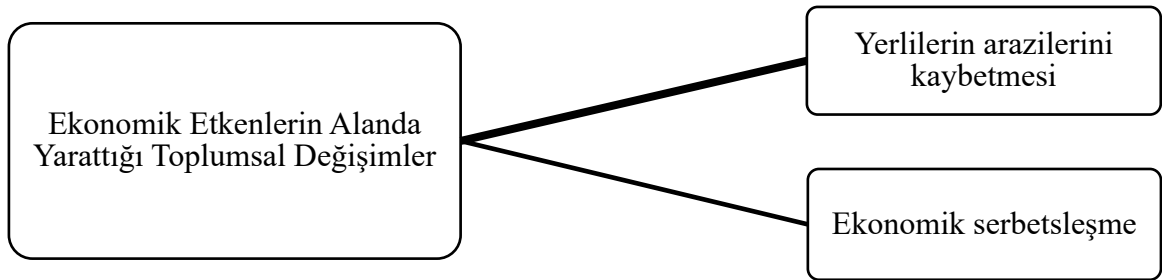
5.6. Turizm Hareketine Gelişimine Bağlı Olarak Alanda Yaşanan Toplumsal Değişiminin Boyutları

Türkiye’de turizm hareketinin gelişmesi neticesinde Güney Ege Bölgesi’ndeki toplumsal süreçlerin anlaşılması için 1960’lı yıllardan 2015 yılına kadar geçen dönem ele alınmıştır. İncelenen metinler sonucunda, turizm hareketinin gelişmesinin Güney Ege Bölgesi’nde yarattığı toplumsal süreçler; sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutlarla ön plana çıkmış ve bu boyutlarla ana kategoriler oluşturmuştur. Bu ana kategorilere bağlı alt kategoriler ise ilgili kategori başlığı altında yer almaktadır.

5.6.1. Ekonomik Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler

Alanyazına bakıldığında görülmektedir ki, turizm alanı en çok ekonomik yönüyle değerlendirilmiş bir toplumsal olaydır. Bu durumun temel nedeni hem ulusal hem uluslararası anlamda gelir yaratan ve döviz kazandıran bir faaliyet oluşudur. 1978 yılında turizm sosyolojisi üzerine çalışan Şevki Güler’inde belirttiği üzere doğal ve tarihi güzelliklere sahip olan ülkeler döviz gelirlerini turizm sayesinde artırmak istemektedir. 1970’li yıllar dikkate alındığında Meksika, Yunanistan, İspanya ve Yugoslavya gibi ülkeler turizm hareketinin gerek doğrudan gerekse dolaylı etkileriyle ülke ekonomilerinde oldukça önemli kazançlar elde etmişlerdir (Güler, 1978, s. 12). Turizm alanı Türkiye ekseninde değerlendirildiğinde ise 1980’li yıllara kadar turizmden elde edilen döviz geliri kısıtlı kalmış, turizm 1980 senesinden itibaren ülke ekonomisine etki eden önemli bir konuma gelmiştir.

Güney Ege Bölgesi özelinde bakıldığında ise bölgenin çok kültürlü bir demografiye sahip olduğu görülmekte ve turizm hareketinden önce bölgenin farklı geçim kaynaklarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Turizmin bölgenin ekonomik yapısı üzerinde yarattığı değişimleri anlamak, bölgenin ekonomik yaşamını anlamak açısından önem arz etmektedir. Turizm hareketinde atılım yapıldığı 1980 yılına kadar bölgede tarım ve denizcilik faaliyetleri, bölgenin ekonomik faaliyetleridir. 1980 sonrasında ise turizm ve inşaat sektörünün, bölgedeki temel faaliyet alanı olduğu görülmektedir. 1980 öncesinde bölgedeki ekonomik faaliyetleride ana rolde olan yerel halk, 1980 sonrasında bölgedeki ekonomik faaliyetlerin değişmesiyle birlikte arka planda kalmaya başlamıştır. 1980 sonrası genel olarak değerlendirilecek olursa yerel halkın adeta tek pozisyonu, turizmin gelişebilmesi için gerekli olan arazilerin satışında yer almak olmuştur. Önceleri otel gibi büyük konaklama işletmeleri için arazilerini satan yerel halk, yabancılara taşınmaz edinme hakkı verilmesiyle birlikte müteahhitlere arazilerini satmaya başlamıştır. Yerel halk elinde kalan tarım arazilerinde ya tarıma dönmüş ya da kira gelirleriyle ayakta kalmaya çalışmışlardır. Ancak bölgedeki temel ekonomik faaliyetler ile yerel halk arasında önemli derecede bir boşluk oluşmuştur. Böylece ekonomik faaliyetlerin temel belirleyicileri, yatırımcılar ve turistler olmuştur. Bu kapsamda Güney Ege Bölgesi'nde yaşanan ekonomik değişimleri tanımlayan kategoriler; *yerlilerin arazilerini kaybetmesi* ve *ekonomik serbestleşme*.



Şekil 5.5. Ekonomik Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler

5.6.1.1. Yerlilerin Arazilerini Kaybetmesi

Güney Ege Bölgesi'nde turizmin gelişmesiyle yerel halkın bölgedeki ekonomik gücü arasında ters orantılı bir ilişki vardır. Turizm hareketi geliştikçe yerlilerin ekonomik içindeki payı azalmıştır. Bu durumun temel nedeni “*yerlilerin arazilerini kaybetmesi*” olarak kategorileşen durumdur. Yerel halk turizm hareketinin gelişmesine karşı elinde olan tek kozunu (arazilerini) zaman içinde yitirmiştir. K65-Basri Göç; “...*Baştan, bedava gitti insanların yerleri ellerinden. Bilmedi insanlar. Yani tütün ziraatından da çıktılar. Tarlasını satıyor, gidip bir traktör alıyor. Ya kardeşim, sen tarlayı satmışsın zaten, neyi sürecen!*” sözleriyle yerlilerin toprak satışını özetlemiştir. Yerlilerin arazilerini kaybetmesi kategorisi; ***çalışmak yerine arazi satmanın tercih edilmesi, damatlar dönemi*** ve ***yerlilerin kendi arasında rekabet etmesi*** alt kategorilerine ayrılmıştır.

Çalışmak yerine arazi satmanın tercih edilmesi kategorisi, tarımla uğraşarak ekonomik hayatta kendilerine yer bulan yerlilerin, arazi satışlarından önemli derecede bir gelir elde etmesiyle ekonomik hayat içinden çıkmasını ifade etmektedir. Genel olarak bakıldığında Güney Ege Bölgesi'nde yaşayanlar, hayatlarını tütüncülük üzerine kurmuşlardır. Ancak hem tütün ekim işinin maliyetli olması hem de yoğun emek gerektirmesi tütüncülükle uğraşanlarda çeşitli yılgınlıklar meydana getirmiştir. Ayrıca tütün ekimi sonrasında tütünün işlenmesi ve satışa hazır hale getirilmesi de bir yıla kadar uzayan süreler gerektirmekteydi. Dolayısıyla bölgede sıcak paraya bir özlem olduğu söylenebilir. Bölgeye sıcak para girişini de turizm hareketinin gelişimi sağlamıştır. Bir anda bölgeye talep artmış ve yerlilerin elindeki araziler değerlenmeye başlamıştır. Ancak burada üzerinde durulması gereken nokta ise yerlilerin önemli bir çoğunluğunun arazilerini satın elde ettikleri geliri, herhangi bir üretim unsuruna dönüştürmemesidir. K5-Erman Aras arazi satışının geçici bir rahatlama sağladığını şu sözlerle; “...*Abi turizmin gelmesiyle birlikte toprağın para etmesi birçok ailenin refah seviyesini yükseltti ama hani ileride torunlara bir şey kalacak mı? O meçhul! Çünkü hep satarak yok ederek gidiyor, üretime dönüşmediği için, geçici olarak bir refah...*” aktarmıştır. O zamanlar önemli bir ekonomik değer kazandığını düşünen yerliler, zaman geçtikçe ekonomik olarak küçüldüklerini ve neredeyse ekonomik hayat içinde yer alamadıklarını fark etmişlerdir. K60-Süheyla Berkayar bu durumu, “*O zaman, o zamana göre çok büyük rakamlardı ama şimdi o rakamlarda çok küçük kaldı artık ve ellerinden çıkarmış oldular ve kendileri işletme sahibi olamadılar.*” sözleriyle ifade etmiştir. Dolayısıyla yerel halk arazi

satışından gelen paranın tatlı yüzüne kanmış, zaman içinde ekonomik düzen içinde oldukça geriye düşmüştür.

Araştırma kapsamında *damatlar dönemi* olarak nitelenen alt kategori, yerlilerin arazi kaybetmesinde etkili olan unsurlardan bir diğeridir. Bölgede tarım yapmaya uygun olmayan deniz kenarındaki araziler, ilk kuşakta yer alan kız çocuklarına bırakılmıştır. Ancak bölgede turizm hareketi geliştikçe en büyük değer artışı yaşayan arazilerde, kız çocuklarına bırakılan araziler olmuştur. Bu durum damatların ekonomik olarak bölgede güçlenmesine neden olmuştur. Bu durumu K84-Adnan Şenol; *“Eskiden aileler mallarını bırakacakları zaman kızlara ... deniz kıyısını bırakırlarmış, oğlanlara içerilerden yerlerini bırakırlarmış. Ama şimdi damatlar zengin oldu tam tersi. Çünkü sahiller, deniz kıyıları çok şey oldu. İşte verdiler müteahhide binalar yapıldı, daireler alındı.”* sözleriyle ifade etmiştir. K105-Vildan Koç, damatların zenginleşmesini biraz daha açarak, *“Asıl içerdeki köyde oturur, hala adamlar toprakla uğraşırlar damatlar kıyıda para saymakla uğraşır. Türkiye’nin birçok yerinde olmuş bu... çünkü sahil kesimi toprakla uğraşan, hani ağaç dikmek isteyen insan için önemli bir özellik değil. Orayı çorak arazi olarak görüyor. O aileleri böyle bir kurcaladığınızda hep kız tarafından damat, damatların çocukları...”* ifadeleriyle durumu özetlemiştir.

Yerlilerin kendi aralarında rekabet etmeleri alt kategorisi, yerlilerin bölgedeki ekonomik kapasite arttıkça, dışarıdan gelen yatırımcılarla rekabet etmek yerine kendi aralarında bir rekabete girişmelerini ifade etmektedir. Bölgede arazilerini satarak çeşitli gelirler elde eden yerliler öncelikle arazi satışlarında kendi aralarında bir rekabete tutuşmuşlardır. Bölgeye olan talebin geçici olduğunu düşünen yerel halk *“ya satılmazsa”* düşüncesiyle arazilerini satarken oldukça aceleci davranmış, adeta birbirleriyle yarışmışlardır. Bu rekabet arazi satışlarında son bulmamış, arazi satışlarından elde ettikleri gelirlerle beraber kurmaya çalıştıkları işlerde de devam etmiştir. Bu rekabet yerli halkın kendilerini geliştirmelerine yarar sağlamamış, birbirlerine zarar vermelerine neden olmuştur. K105-Vildan Koç yerliler arasındaki rekabeti genel anlamda değerlendirirken şu ifadeleri kullanmıştır; *Birisi yeni bir atılım yapıp da arkasından başkaları da başladığında hepsi birlikte batmak üzere ellerinden gelen gayreti gösterir.”* Burada yerli halk ekonomik hayatta kendilerini birbirlerine rakip olarak görerek ekonomik hayattan beraberce yok olmaya da zemin hazırlamıştır. K65-Basri Göç bu durumu değerlendirirken, *“...Bilmediler ellerindeki parayı... Kimisi minibüs aldı. 25-30 tane*

minibüs çalışıyordu, oraya birçoğu minibüsçü oldu. Birbirleriyle rekabet, birbirlerini batırıp gittiler orada.” ifadelerini kullanmıştır. Bu ifadeler yerlilerin kendi aralarında rekabet etmeleri alt kategorisini oldukça güzel bir biçimde örneklemiştir.

5.6.1.2. Ekonomik Serbestleşme

Ülke ekonomileri genelinde bakıldığında turizm, kitlesel bir ekonomik olgu olarak görülmektedir. Turizm hareketi, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkeler için çalkantılı ve darboğaz dönemlerinden kurtulmak için bir çıkış noktası oluşturmuştur. Türkiye’de 1980 sonrasında dışa açık ekonomiye geçilmesiyle, özellikle Akdeniz ve Ege kıyılarındaki potansiyel turizm arz kaynaklarından yararlanılmak istenmiştir. Bu kapsamda 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu gibi çeşitli düzenlemelerle turizm hareketi, ekonomik hayatta önemli alanlardan bir tanesi olmuştur. Bu kapsamda *ekonominin serbestleşmesiyle Güney Ege Bölgesi’nde yaşanan ekonomik değişimleri tanımlayan alt kategoriler; inşaat sektörünün ön plana çıkması, farklı bölgelerden yatırımcıların gelmesi ve turizm sektörüne aşırı bağımlılıktır.*

İnşaat sektörünün ön plan çıkması kategorisi, turizm hareketinin başladığı 1980’li yıllardan 2000’li yılların ilk birkaç yılına kadar Güney Ege Bölgesi’nde yaşanan yoğun yapılaşma sürecini ifade etmektedir. Bu durumun temel nedeni ise bölgeye yönelik talebin, arzı aşmasındandır. Bir diğer nedeni ise yatırımcılar ana kategorisinin alt kategorisini oluşturan *yatırımların geri dönüş hızıdır*. Bölgeye talebin yüksek olması, yerli halktan görece “ucuza” alınan arazilere bina yapılması ve bu binalardaki dairelerin ve dükkanların satılması, turizm sektöründen elde edilecek gelirin üzerinde bir gelir yaratmıştır. Bu nedenle bölgede turizm gelişirken, inşaat sektörü yatırımları doğrudan turizm yatırımlarını geçmiştir. K60-Süheyla Berkyar, inşaat sektörünün turizmin önüne geçişini; *“Daha çok yani ticari anlamda gelindiği için ticari anlamda gelindiğini düşünüyorum. İşte mesela binaların yapılmasıyla inşaat sektörü başladı. İnşaat sektörünün başlamasıyla birlikte işte diğer ihtiyaçlar belirlendi, yani sanki böyle turizmin dışına çıkıldı gibi bir şey oldu yani,”* sözleriyle ifade etmiştir. K31-Hikmet Selçuk’un; *“Bir arada inşaat sektörü vardı, hortladı böyle bir patladı gitti. İşte bu yabancıların ev alma yabancıların konut edinme ihtiyacından kaynaklanan... Bizim turizm yatırımcılarımızın çoğu turistik arazilerin turistik belgeli arazileri konut alanına çevirdiler. Turistik arazileri de sattık biz ara, çok zarar ettik o işlerden...”* ifadeleri değerlendirildiğinde; turizm belgeli arazilerin statüsün değiştirilmesiyle, bu arazilerin

konut yapılmasına uygun hale gelmesi, inşaat sektörünün, turizmin önüne geçtiğinin en somut kanıtlarındandır.

Bölgeye yönelik talep artınca öncelikle Türkiye'nin diğer yerlerinden bölgeye yatırımcı "akını" olmuştur. Bu durum *farklı bölgelerden yatırımcıların gelmesi* adıyla kategorilendirilmiştir. Her ne kadar bölgedeki ilk gereksinim talebe yanıt verecek inşaatların yapılması gibi gözüксе de bölgeye ulaştırma, yeme-içme, eğlence gibi birçok alanda iş kurmak isteyen yatırımcılar gelmiştir. Türkiye'nin doğusundan batısına, kuzeyinden güneyine birçok bölgeden yatırımcı, Güney Ege Bölgesi'nde iş kurmuştur. Bölgeler ekseninde durumu değerlendiren K58-Sedat Kirt, *"Ordulular yatırımcı, inşaat işleri yapmışlar zamanında ve kalmışlar. Otel, kendi otellerini yapmışlar, oteli olan Karadenizliler var diyelim, bir tek Ordulular değil hatta çoğunluk Ordulu ama pastaneler ve inşaat işleri Ordulular bu kesimden yürüyor. Aydın'dan gelenler daha çok servis şoförleri, taşımacılık, otellerde çalışanlar. Bunlardan oluşuyor yani ama profesyonel yönetici kadrosu değişik yerlerden. Antalya'dan, İstanbul, İzmir'den gelenler var."* ifadelerini kullanmıştır. Farklı bölgelerden gelenler hem ürettikleriyle hem de yaptıkları yatırımlar neticesinde bölgedeki ekonomik hayata katkı sunmuşlardır. Farklı iş kollarında ustalığı olan kişilerde bölgedeki iş kolu eksikliklerini görüp bölgeye gelmişlerdir. Bölgedeki iş kollarından bir kısmını şehirlere göre değerlendiren K4-Erdoğan Yaşyerli; *"Benim yapıcı ustalarım Ordu Fatsalıydı, marangozlarım Rizeliydi, sıvacılarım Bayburtluydu, yine fayansçım, seramik-çim Ağrı bölgesindendi."* ifadeleriyle adeta bir Türkiye mozaigi çizmiştir.

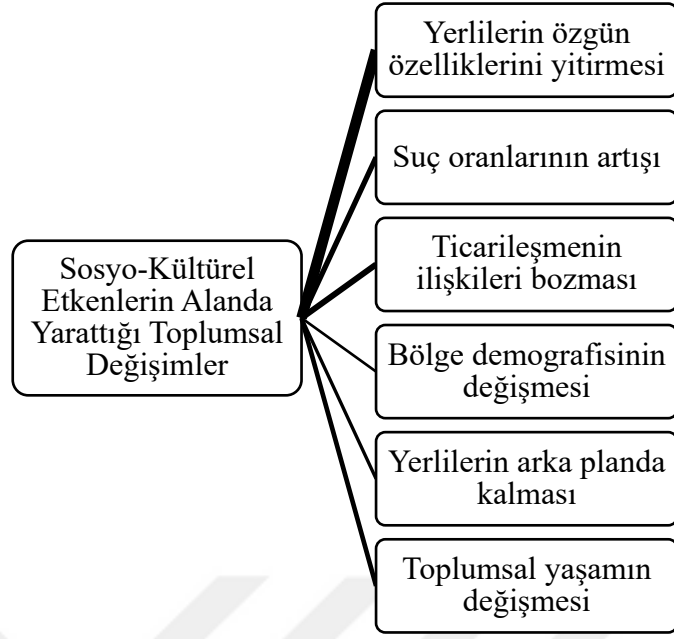
Turizm sektörüne aşırı bağımlılık kategorisi, bölgedeki ekonomik düzenin büyük oranda turizm hareketine bağlı olduğunu ifade etmektedir. Genel anlamda turizm alanına bakıldığında nispeten kalifiye olmayan işgücünü istihdam etmesi ve sektör içinde alternatif istihdam alanlarının fazla oluşu alanda çalışanların farklı uzmanlıklar gerektiren diğer sektörlerle geçişini zorlaştırmaktadır. Turizm alanında özel uzmanlıklar, yetenekler gerektirmeyen istihdam potansiyelinin olması kalifiye olmayan çalışanların turizm alanına aşırı bağımlı olması sonucunu doğurmaktadır. Benzer şekilde gerek arazisini değerlendirdiği için satan gerekse girdi maliyetlerinin yüksek oluşundan dolayı toprağını ekmeyen yerlilerin, turizm sektöründe çalışması, yerliler açısından da turizm alanına bir bağımlılık yaratmaktadır. K53-Nurcan Dağ, her iki durumu; *"İnşaat sektörü, turizm sektörü. İhracat ne durumda? İthalat ne durumda? Çektikleri sıkıntıları hepimiz biliyoruz*

ve diğer tarım ne durumda? Efendim hayvancılık ne durumda? Çiftçiye teşvik verdiniz, dışarıdan et ithal ettiniz bu ülkede. Ne bileyim çiftçi tavuk besliyor, yemini almak artık o kadar pahalı geliyor ki. Eskiden ekiyordu onu, ekemiyordu da yani demek ki burada turizm çok önemli.” sözleriyle ifade etmiştir. Benzer şekilde K100-Osman E. Çolakoğlu, “...Tarıma dayalı geliri de çok az buranın. Gelirin yüzde 90, yüzde 98’i turizmden. Dolayısıyla turizm kötü gittiği zaman burada herkesin işi kötü gidiyor.” ifadeleriyle bölgenin turizme olan bağımlılığının altını çizmiştir.

5.6.2. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler

Güney Ege Bölgesi yerleşikleri, özellikle mübadele dönemi sonrasında bölgeye yerleşenlerin ağırlıkta olduğu gruptur. Bu grupta yer alan yerleşikler gerek Türkiye topraklarında gerekse mübadele öncesinde yaşadıkları topraklarda çok kültürlü bir yapı içinde hayatlarını sürdürmüşlerdir. Hemen hemen bölgedeki tüm yerleşiklerin geçmiş yaşantıları ve tecrübeleri birbirine benzerlik göstermektedir. Bölgedeki sosyo-kültürel benzeşme 1920’li yıllardan 1980’li yıllara kadar sürmüştür. Turizm hareketinin bölgede hâkim olması ve ana faaliyet alanına dönüşmesiyle birlikte bölge öncelikle turistlerle beraber ardından gerek yurt içinden gerekse yurt dışından bölgeye yerleşenlerle birlikte sosyo-kültürel açılardan değişikliğe uğramaya başlamıştır.

Bölgeye 1990’lı yılların başından itibaren çalışmak veya yatırım yapmak için çok sayıda insan gelmiştir. Bu insan akımı bölge nüfusunu 2010’lu yıllara kadar üç-dört katına kadar çıkarmıştır. Dolayısıyla turizm hareketinin gelişmesiyle bölgedeki sosyo-kültürel değişiklikler arasında bir bağ olduğu ifade edilebilmektedir. Bölgeye öncelikle Türkiye’nin değişik bölgelerinden yerliler sonrasında ise yabancıların mülk edinmesini sağlayan yasaların çıkmasıyla birlikte yabancılar yerleşmiştir. Nüfusun bu denli yoğunlaşması ve bölgenin yüksek talep görmesi sosyo-kültürel etkileri beraberinde getirmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen sosyo-kültürel etkiler; ***yerlilerin özgün özelliklerini yitirmesi, suçların artışı, bölge demografisinin değişmesi, yerlilerin arka planda kalması, ticarileşmenin ilişkileri bozması ve toplumsal yaşamın değişmesidir.*** Kısaca turizm hareketinin gelişmesi, alandaki olağan yaşamı değiştirmiş, yeni ilişkilerin ve bölgesel özelliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Araştırma kapsamında belirlenen kategoriler ve bu kategorilere ilişkin alt kategoriler, takip eden başlıklarda detaylandırılacaktır.



Şekil 5.6. Sosyo-Kültürel Etkenlerin Alanda Yarattığı Toplumsal Değişimler

5.6.2.1. Yerlilerin Özgün Özelliklerinin Değişmesi

Görüşleri değerlendirilen kişilerin aktarımları dikkate alındığında turizm hareketinin gelişmesiyle birlikte, yerlilerin kendine özgü kimi değerlerinin kaybolduğu ve dönüştüğü sonucuna ulaşılmaktadır. Turizmin gelişmesiyle bölgedeki özgün değerlerin yitirilmesine dikkat çeken K91-Erol Erdem; “*Anadolu’nun başka kazasından farkı yoktur eski hali. İnsanlar dost, komşuluklar gelişmiş, birbirine yardım, imece usulü var. Şimdi bu turizm buraya gelince bunlar kayboldu hepsi, bunlar yok hiçbirisi.*” ifadelerini kullanmıştır. Bu kapsamda ortaya çıkan alt kategoriler; ***bölgenin kimliğinin unutulması, aile yapısının bozulması, komşuluk ilişkilerinin zayıflanması ve kadınların işçi olarak çalışmasıdır.***

Bölgenin kimliğinin unutulması alt kategorisi bölgenin tarihsel geçmişinin göz ardı edilerek yalnızca bugünün tek gerçeklik olduğunu ifade etmektedir. Bölgeyle ilgili anlatımlarına başvurulmuş kişiler bölgenin sahip olduğu kimliğin, turizm hareketinin öncesi ile turizm hareketinin geliştikten sonrası arasında bir fark olduğunu ifade etmektedirler. Bölgenin birçok tarihi uygarlığa ev sahipliği yapması, bölgenin kimliğini ve atmosferini zenginleştiren unsurlardan bir tanesidir. K1-Ali Uslu bölge kimliğinin oluşumunu ve değişimini şu sözlerle ifade etmiştir; “*Sadece kendi görüşüm değil aynı zamandaki tarihçilerin görüşü de. Burası bir nevi medeniyetler beşiği, yani birçok bele çok eski dönemlerdeki devletlerden tutun da Dorlara kadar burada birçok medeniyetin izini bulabilirsiniz. Dolayısıyla zannediyorum bu topraklardaki o atmosfer, ondan sonra*

gelen kuşakları da etkiledi ve burası o havayı, o çizgiyi hep yakaladı. Tabi şu anda dünyanın içinde bulunduğu konjonktürle beraber tabi birçok şey değişti...". Bölgenin geçmişten getirdiği atmosferin ve kimliğin değişmeye başlaması zamanla bölgenin rutini haline gelmiş ananelerin adetlerinin de unutulmasını beraberinde getirmiştir. K23-Tunçer Ergünsü, "Mesela evliliklerde, çok güzel bir deve üzerinde çeyiz götürmeler, efendime söyleyeyim kız almalar, davul zurnalar, o adetleri de gördüm, üç gün yemek yedikleri zamanların da gördüm düğünde, kına geceleri olduğunu biliyorum. Şimdi... Çok kalabalıklaştık, yine yapıyorlar mı? Valla o kadar pek emin değilim, çünkü her şey değişti, o bakımdan bu sorunuza zamana bırakıyorum. Herhalde o eski ananelerin bir kısmı biraz yapılıyor ama biz onu fazla göremiyoruz," sözleriyle bölgenin geçmişten gelen ve bölge kimliğinin önemli parçalarından olan ananelerin unutulmaya başlandığı anlaşılmaktadır.

Yerlilerin özgün özelliklerinin değişmesi kategorisinin bir diğer alt kategorisi olan *aile yapısının bozulması* alt kategorisi bölgedeki gençlerin, Türk toplumundaki alışlagelmiş geniş ve çekirdek aile yapısından uzaklaşmasını ifade etmektedir. Bölgede turizm hareketinin gelişmesiyle birlikte bölgeye gelen turistlerin aile yapıları, bölge gençlerinin yeni ilişkiler ağlarını keşfetmelerine ve öğrenmelerine neden olmuştur. Böylece gençler, geleneksel aile yapısından uzaklaşmaya başlamışlardır. Bölgenin geleneksel özellikleri ekseninde kız ve erkek tanışmakta, aileler birbirini bilir ardından nişanlılık süreci ve evlilikle aile yapısı kurulmaktaydı. Ancak bu süreç turizmle birlikte kısalmıştır. Bu sürecin kısalmasını K83-Tayyar Cengiz; *"Türk insanların içinde birbiri ile samimiyeti sadece ve sadece flört derecesinde kalır. Bir süre sonra iki aile birbiri ile tanışır. Bir nişanlılık ve evlilik süreci olur. Ama bu turizmin burada gelişmesi ve turistlerin buraya gelmesi ile birlikte o şey gitti. E bizim gençlerimiz de bunu beğendi, hoşuna gitti."* sözleriyle aktarmıştır. Bölgede geleneksel aile yapısının değişmesi yalnızca gençlerin turistlerin yaşam tarzına öykünmesiyle başlamamıştır. Bölgede turizm hareketiyle birlikte bölge insanın, farklı kültürleri tanınması ve bölgeye gelen farklı insanlarla dostluklar kurmasıyla bir arada yaşayan geniş aile yapısı birbirinden uzaklaşmaya başlamıştır. Aile üyelerinin birbirlerinden uzaklaşmasını K73-Mehmet Bilgin ve K74-Tevfik Gönül anlatırken şu ifadeleri kullanmışlardır; *"Önceden tam bir çekirdek aileydik. Anne baba kardeşler hep beraber yaşanırdı. Hatta evlerimiz yan yanaydı, dayı, teyze, amcalar hep evler yan yanaydı. Kardeş olunca hep evleriniz, tarlalarımız yan yanaydı. Ama işte 1970-80'lerden sonra dışarıya açılma başladı. Buraya insanlar gelmeye*

başladı. Dışarı açılmaya başlanınca yavaş yavaş çekirdek aile dağılmaya başladı.” Genel anlamda turizm hareketinin gelişmesi turizm hareketinin gerçekleştiği alanda içe kapanık geleneksel aile yapısını değiştirdiği ve daha dışa açık bir aile yapısını oluşturduğu ifade edilebilir.

Alanda, turizm hareketinin gelişmesi yalnızca çekirdek aile yapısını değiştirmemiştir. *Komşuluk ilişkilerinin zayıflaması* olarak araştırmanın alt kategorisini oluşturan komşuluk ilişkilerini de değiştirmiştir. Bölgede turizm hareketi başlamadan önce insanlar, daha kapalı bir toplum halinde yaşamış ve kurmuş olduğu ilişkilerde sürekliliği önemsemişlerdir. Ancak bölgede turizminin yaygınlaşması hem kapalı toplum özelliğini bozmuş hem de bölgeye sürekli gelen ve giden turist akışından dolayı ilişkilerin sürekliliği, ilişkilerin geçiciliğine dönmüştür. Turizm öncesinde bölgede her bir kişinin bölgedeki diğer kişilerin neredeyse tamamını tanıdığı zamanlar geçmiş, bölge insanı bölgesine yabancılaşmıştır. K59-Seval Suna; “...*Dostluk kaybedildi bence. Yani hani evet yerli halkın şikâyetleri var diyorum ama belki o zaman daha az bir nüfusta, insanların birbirini daha çok tanıdığı, insanların cenazesine düğününe, işte bir müşkül bir durumda olduklarında koşmak vardı. Onun da azaldığını hissediyorum. Eski komşuluk, eski yardımlaşma ve dostluk biraz daha azaldı...*” sözleriyle bölgede komşuluk ilişkilerinin zayıflamasına dikkat çekmiştir. Turizm hareketi öncesinde kapı komşusu olan birbirinin evinden “çıkmayan” komşular turizm hareketiyle beraber yıllarca görüşemediklerini ifade etmektedirler. Bu durumla ilgili buruk anlatımlardan bir tanesi ise K84-Adnan Şenol yapmıştır. Adnan Şenol; “...*Yani komşuluk, bakın biraz önce dışarıda karşılaştık Meryem Hanım’la, ben onun annesiyle çok iyi tanışırım, Hatice Hanım’ı ben çok çok iyi tanırım, o bizim ablamızdır. Meryem Hanım’ı da tanırım, ama kim bilir kaç senedir görüşmüyoruz, şurada karşılaştık, birbirimizi tanıyamadık ilk başta. Ben benzetiyorum, o benzetiyor falan, sonra zorla tanıdık birbirimizi.*” sözleriyle bölge insanın birbirine uzaklaşmasını aktarmıştır.

Kadınların işçi olarak çalışması alt kategorisi bölge kadınlarının farklı işletmelerde işçi olarak çalışmasını ifade etmektedir. Bölge kadınları kendi tarlalarında kendi pansiyonlarında çalışsalar dahi turizmin ilk yıllarında farklı işletmelerde çalışmayı tercih etmemişlerdir. Bölgede kadının farklı bir işletmede işçi olarak çalışması normal bir durum olarak görülmemiştir. K30-Günsenin Günel; “...*Arkadaşlarım geliyordu, oturuyordu, şey diyorlardı, “Sen Koca Yaşar Arı’nın kızısın ne işin var neden*

çalışıyorsun, ihtiyacın var mı” diyorlardı bana. Ondan sonra tabii yıllar geçtikçe bu değişti.” sözleriyle kendi durumunu aktarmıştır. Bölgede turizm hareketinin başlamasıyla beraber kadının iş hayatında yer almasına yönelik dönüşümü K13-Mustafa Danacı’da şu sözlerle ifade etmiştir; *“Neden, şimdi bakın gelenek göreneklerimiz neyse devam ediyor. Ha değişmez mi? Değişti. Eskiden bizde yerlinin hanımı bir yerde işçilik yapmazdı, bir yerde memur olarak çalışmazdı.”* Bölgede yerlilerin geçmişten özellikleri turizm hareketi neticesinde köklü değişikliklere uğramıştır. Bu değişikliklerin bir kısmı yabancıların davranışlarına öykünme, bir kısmı ise alanda değişen şartlara zorunlu olarak uyum sağlama gerekliliğindendir.

5.6.2.2. Suçların Artışı

Turizm hareketinin gelişmesiyle suç oranlarının artması (Mcpheters ve Stronge, 1974; Jud, 1975; Doğan, 1989; Haralambopoulos ve Pizam 1996; Brunt, 1999) arasında doğrusal bir ilişki vardır. Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen kişilerde benzer açıklamalar yapmışlardır. Anlatılarda, turizm hareketi öncesinde turizm hareketinin gerçekleştiği alanlarda suça dair çok az olay yaşandığı ifade edilirken turizm gelişimiyle beraber başta hırsızlık olmak üzere işlenen suç sayısında oldukça yüksek seviyeler görülmüştür. Hırsızlık, dolandırıcılık, uyuşturucu, kara para aklama, kavga, cinayet, yaralama, suç çeteleri anlatımlarda vurgulanan suçlardır. Burada suç unsurunun yalnızca turiste karşı değil toplumun her kesimine yönelik olduğu ayrıca vurgulanmalıdır. 1932 yılında doğan ve bölgenin her dönemine şahitlik eden K21-Tevfik Uslu; *“Hiçbir şey olmazdı, ne hırsızlık ne bir şey! Şimdi işte çok insan o iptidai şeye dönmek istiyor ama maalesef o artık zor!”* sözleriyle geçmişle günümüz arasındaki suça bakışını ifade ediyor. Tevfik Uslu’ya benzer şekilde bölgenin eskilerinden olan K45-Duran Ergül’de, *“Hırsızlık olayı yoktu mesela Marmaris’te, kapısı açık yatar millet, hiç hırsızlık olmazdı. Şimdi Allah’ım yani görseniz nasıl hırsızlık arttı! Uyuşturucu zaten bilinmezdi, uyuşturucu ticareti, paranın çok döndüğü yerde her halt oluyor!”* geçmiş ve günümüzü kıyaslamıştır. K60-Süheyla Berkyar’da *“80’li yılların sonu ‘90’lı yılların ortalarına kadar belki cinayet olayları bile yoktu, valla.”* sözleriyle bölgedeki suça dönük olan görüşlerini ifade etmiştir. Kısaca turizmin gelişim gösterdiği alanda nüfus kalabalıklaştıkça ve bölgeye farklı coğrafyalardan insanlar geldikçe bölgede neredeyse sıfır seviyesine yakın olan suç oranı giderek yükselmeye başlamıştır. Bu durum önceden

kapısını kilitlemeyen, arabasının anahtarını bırakan yerel halkın üzerinde davranışlarını değiştirici yönde bir etki oluşturmuştur.

5.6.2.3. Bölge Demografisinin Değişmesi

Turizmin gelişmesi bölgedeki demografi üzerinde de önemli değişikliklere neden olmuştur. Nüfus ve coğrafya başlığı altında yer alan Tablo 3.2’de görüldüğü üzere yıllar içinde bölge nüfusu önemli derecede artış yaşamıştır. Bu artış bölge insanının azınlıkta kalmasına ve turizmin başlangıcındaki bölge demografisiyle turizmin geliştiği zamandaki bölge demografisi arasında önemli farklar oluşmasına neden olmuştur. Bu durumun bölgenin kültürü üzerinde önemli değişiklikler yarattığını düşündürmektedir. Söz konusu durumun en çarpıcı örneği ise Güney Ege Bölgesi’nde yer alan Bodrum’da Bodrumlular Derneği, Kuşadası’nda ise Kuşadalılar Derneği’nin kurulmasıdır. Bu durumu K10-Mehmet Fidan; *“Yani, düşünebiliyor musun Bodrum’da Bodrumlular Derneği olacak olur mu? Düşünebiliyor musunuz? Neden? Çünkü Bodrumlular o kadar azınlıkta kaldı ki acaba dirsek temasına geçebilir miyiz, birbirimizi görebilir miyiz amacıyla kuruldu. Evet, böyle. Çok azınlıkta kaldı yani Bodrum’da.”* sözleriyle ifade etmiştir. Benzer şekilde K86-Ajlan Kartoğlu’da; *“Kuşadası’nda, tabelalara dikkat edin, efendim, Gaziantep’liler Derneği, Diyarbakırlılar Derneği, efendim Karadenizliler Derneği, en sonunda Kuşadalılar Derneği de çıktı... Çünkü Kuşadalılar o kadar azınlıkta kaldılar ki dernek kurmak zorunda kaldılar.”* anlatımı ile ifade etmiştir.

Turizm öncesinde bölgenin görece küçük ekonomisini elinde bulunduran yerliler, turizm hareketinin gelişmesiyle beraber ticarete geri planda kalmaya başlamışlardır. Bu durum turistlerle temas kuracak yerlilerin arka planda kalmasına bölge kültürünün dışarıdan gelenlere aktarılamamasına ve zamanla bölge kültürünün yabancı kültürlerle asimile olmasına neden olmuştur. K64-Adnan Aydoğan; *“Buralarına değersiz olarak gördüklerinden, turizm olgusu da olmadığından, ileriye de göreme-diklerinden hep elden çıkartmışlar. Dolayısıyla bütün şu andaki yatırımcıların yüzde 90’ından fazlası hep ... dışarıdan olanlar.”* sözleriyle yerlilerin ekonomik hayattaki yerini kaybedişini ifade etmiştir. Bölgenin yoğun bir şekilde turizm talebine maruz kalması bölgeye çok sayıda yatırımcıyı çekmiş, bölge nüfusu 1980’lerde nüfusunun üç-dört katına ulaşmıştır. Bu nüfus artışı bölge demografisini önemli ölçüde değiştirdiğinden bölgenin sosyo-kültürel özelliklerinin değişime uğradığını ifade etmek çokta hayalci bir düşünce olmayacaktır.

5.6.2.4. Yerlilerin Arka Planda Kalması

Turizm hareketinde yerlilerin kimlik ve kültürünün ön planda olması turizmde sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir unsurdur (Hichcock, 1999). Turizmde ticarileşmenin baskın olması da yerel unsurların arka planda kalmasına yol açabilmektedir (Yılmaz, 2007, s. 189-190). Araştırma alanına bakıldığında zamanda rahatlıkla görülmektedir ki alanda yaşamlarını sürdüren yerlilerin 1980’li yılların sonundan itibaren yerliler, bölgesel nüfus içindeki oransal olarak ağırlığını yitirmeye başlamıştır. Yerlilerin nüfus içindeki ağırlığını yitirmesi ve günlük hayatta arka planda kalması, yerlilerin yerel kimliklerini korumaları konusunda bir sorun yaratmasa da bölgesel aidiyet duygularında önemli bir erozyona yol açmıştır. *Yerlilerin arka planda kalması* alt kategorisi zaman içinde alanda bulunan yerlilerin hem oransal olarak hem de bölgesel kültürün turistlere aktarılması konusunda ön planda olmadığını ifade etmektedir.

Alanda turizm hareketinin hızlanmasıyla turistlerle birebir ilişkide olan farklı iş kolları ortaya çıkmıştır. Ancak turizmin ilk başladığı yıllarda yerel halk, yalnızca sattığı arazilerden geçimini sağlamaya çalışırken, “hazıra dağ dayanmadığı” için tekrar tarım yapmaya yönelmiştir ya da yerel yönetimlerde doğrudan turizmle ilgili olmayan yan işlerde çalışmaya başlamıştır. K67-Ekrem Aşık bu durumu şu sözlerle özetlemektedir; *“Dışarıdan gelenler ticareti ele geçirdi. Bizim yerli halk geride kaldı. Neden geride kaldı? Şimdi dışarıdan gelen insanın yapacak işi olmadığı için ticaret yaptı. Bizim elimizde tarlalarımız olduğu için biz kendimizi tarladan kurtaramadık. Onlar kendini tarladan kurtaramadığı için esnafılıkta biraz geride kaldılar. Genellikle belediyede iş buldular, yan işlerde çalışmaya başladılar. Şöyle oldu, tarla gitti, para bitti.”* Hem Ekrem Aşık’ın anlatımlarından hem diğer anlatımlardan yerlilerin turizm hareketi içinde bir yer bulmakta zorlandığı bu nedenle turizmle hareketinin geliştiği alanda bu hareket içinde arka planda kaldığı ifade edilebilmektedir.

Araştırma kapsamında görüşleri alınan kişilerin turizm alanına ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, yerlilerin bölgesel aidiyet duygularının hatıralarda kaldığı düşünülebilir. Bugüne ait unsurların göz ardı edilmesi ve geçmişe ait özlemlerin dile getirilmesi yerlilerin turizm alanında arka planda kalmalarına neden olarak görülebilecek diğer bir unsurdur. Geçmişin izlerini arayan yerliler, bugüne adapte olmakta zorlanarak arka planda kalabilmektedir. K68-Erdinç Göç geçmişe dair özlemini, *“...İnanın bundan 25 yıl öncesini çok arıyorum. Keşke o tozlu topraklı, efendime söyleyeyim o çamurlu*

yollar olsaydı da bu durum olmasaydı. Şu an hani inanın huzurumuz yok” sözleriyle ifade etmiştir. Erдің Göç’e benzer şekilde K55-Osman Nuri Kargın’da “Beton yığını haline geldi, yazın özellikle çok sıcak oluyor, ne oluyor beton o sıcaklığı dışarı vuruyor. O dönemlerde her taraf narenciye bahçesi, limon bahçesi, portakal bahçesi, işte sulanıyor. Suyun serinliği, biz klima bilmeyiz, şey bilmeyiz, o zaman evlerde dolap bile yok, tel dolap koyarız, tel dolaplar vardı. O dönemleri yaşadık, o dönemler güzeldi, ben hala arıyorum o günleri.” düşüncelerini aktarmıştır.

Alana bakıldığına zaman içinde yerlilerin turizm hareketi içinde arka planda yer aldığını, azınlıkta kalan yerli bir kesimin turizm hareketi içinde konaklama ve yeme-içme işletme alanlarında hizmet vermeye devam ettiği ifade edilebilir. Bu durum alana gelen turistlerin bölgenin kendine özgü sosyo-kültürel özelliklerini doğrudan yaşamasını engellemektedir. Bölgede ön planda olan yatırımcıların özellikleri hem kendi öz kültüründen hem de bölgenin sosyo-kültürel özelliklerinden ortaya çıkardığı bir sentezdir.

5.6.2.5. Ticarileşmenin İlişkileri Bozması

Araştırma kapsamında ticarileşme farklı kategoriler altında kendine yer bulmuştur. Burada ifade edilen *ticarileşmenin ilişkileri bozması* kategorisi ise bölgedeki ekonomik kaygıların turistlerle yaşanan sosyo-kültürel alışveriş üzerinde tahribat yarattığı ile ilgilidir. Turizm hareketinin henüz başlamadığı veya yeni yeni başladığı yıllarda kendi içinde kapalı bir hayat süren bölge halkı turizm hareketinin alanı genişledikçe kendisini hiç ummadığı farklı ilişkiler ağları içinde de bulmuştur. Bu kapsamda ortaya belirlenen alt kategoriler ise **turistlerin kullan-at olarak görülmesi, fırsatçıların ortaya çıkması, çalışan kalitesinin düşürülmesi, aile içinde dargınlıklar yaşanması, paket tur turistlerinin bilinçsizliği ve samimiyyetin sarkıntılığa dönüşmesidir.**

Turistlerin kullan-at olarak görülmesi alt kategorisi; yerliler tarafından turistlerin, kendi aralarında iletişim kurmayan bireyler olarak görülmesini ifade etmektedir. Bu kategori, nasıl olsa bu turist buraya bir kere geliyor, biz paramızı kazanalım eğilimindeki bir düşüncesinin sonucudur. Turistleri tek seferlik olarak gören bu ilişki türü, turistlerin ülkelerine döndüklerinde çevrelerine aktaracakları imajı düşünmeden yalnızca günlük ticari kaygılarla sürdürülen yanlış bir ticari ilişki biçimidir. K67-Ekrem Aşık bu durumu; “Şimdi şöyle değişti, ... hala turistleri yolunacak kaz gören insanlar olduğunu söyledim” cümleleriyle aktarmıştır. Bu anlatımdan yola çıkarak yolunan ve canı yanan bir canlının

bir daha acıyı yaşadığı yerden geçmemesi en doğal tercihi olacaktır. Bu nedenle turistlerin kullan-at görülmesi turistlerle kurulan ticari ilişkilere zarar vermiştir. Bu tutum zaman içinde bölgede ticari ahlakın bozulmasına, fiyatlarda bir standardın olmaması durumunu getirmiştir. K85-Ahmet Kireç; *“Ama sonradan işte, dışarıdan gelenler maalesef, baktılar ki turiste 10 da satsan gidiyor 20 de satsan gidiyor.”* anlatımıyla standartlaşmanın olmamasını ifade etmiştir. Bu durum uzun vadede esnaf ve turist arasında bir anlamda güvensizlik ilişkisinin doğmasına neden olmuştur. Ahmet Kireç ve Ekrem Aşık’a benzer şekilde K19-Serdar Eskitürk durumu *“Gelen misafiri biz misafir olarak görüyorduk. Biz şimdi bazen bakıyorum bazı tesisler müşteriye daha farklı gözle görüyor. Benim mesela turizm-de bir ilkem vardı; aynı kişi her sene aynı odaya gelip kalmalı, aynı kişi her sene gelip aynı lokantada aynı masaya oturmalı, yani şey zihniyeti olmamalı, işte bir kere gelsin de ben onun parasını alayım ondan sonrası beni ilgilendirmez denmemeli,”* sözleriyle özetlemiştir.

Diğer bir alt kategori olan *fırsatçıların ortaya çıkması* alt kategorisi, bölgede ortaya çıkan yeni iş kollarında fiyat kırarak fırsat yaratanlar nedeniyle bölgesel ilişkilerin bozulmasını ifade etmektedir. K80-Silvia Aktaş bölgede bozulan ilişkilerle ilgili olarak; *“Mesela şimdi araştırırsanız seyahat acentelerinde 15 Pound kişi başı Bodrum Havalimanı’nda ücretleri vardı, şu anda beş, yani 10 Pound düştü kişi başı. Özel transferlerde 70-80 Pound’du mesela tek yön Bodrum Havalimanı Didim, şu anda 50 Pound, 40 Pound yapanlar da var. Bakkalcı, garson, resepsiyondaki mesela çocuk, ya ne bileyim herhangi bir arabanın sahibi transfer yapıyor. Özel arabayla müşteri, ha arkadaş olduk restoranda garson ben sizi götürürüm, acente 50 Pound’a mı götürüyor, ben sizi 40 Pound’a götürürüm, bu sefer bütün herkesin işleri bozuluyor.”* havalimanı taşımacılığı örneğini aktarmıştır. Bu durum bölgedeki hem ticari hem de sosyal ilişkileri bozarak dargınlıkları ve düşmanlıkları da beraberinde getirmiştir.

Çalışan kalitesinin düşürülmesi alt kategorisi eğitimsiz veya tecrübesiz personel çalıştırılmasının turistlerle kurulan ilişkilerin bozulmasını ya da en kötü ihtimalle iyi ilişkilerin geliştirilememesini ifade etmektedir. Alanyazında yapılan çalışmalarda görülmektedir ki sunulan hizmetin kalitesiyle tüketici arasında doğrudan bir ilişki vardır. İş görenlerin tutum ve davranışları, müşterilerle kurulan ilişkilerin en önemli ayağıdır (Tsaur ve Lin, 2004, s. 471-481; Juwaheer, 2004; Döğerlioğlu, 1999, s. 75-76). K5-Erman Aras; *“Çalışanların profili tamamen değişti, artık yani şu anda hele hele şimdi ekonomi*

yapacağız diye para vermeden, en düşük kaliteli insanların çalıştırmaya başladılar. Bilgili insanlara zaten yavaş yavaş yani fazla para vermemek için onları çıkarıyorlar, gittikçe daha kalitesiz personelle iş bitirmeye çalışıyorlar, yani şu anda turizmdeki en büyük acı kalitesiz ve ucuz işgücü.” sözleriyle yalnızca maliyet odaklı bakmanın sakıncalarını ifade etmiştir. Çalışanların kalitesinin düşürülmesi bölgede de turistlerle kurulan ilişkilerin kalitesini düşürmüştür. Kısaca alanda yaşanan yoğun ticarileşme ilişki kalitesinin bozulmasına neden olmuştur.

Aile içinde dargınlıklar yaşanması alt kategorisi, alanda turizm hareketinin hızlanmasıyla birlikte yaşanan enflasyonun aile ilişkilerine zarar vermesini ifade etmektedir. Turizm hareketi sezonluk karakteri nedeniyle gerçekleştiği bölgede enflasyonunda gelişmesine neden olmaktadır. Belirli bir zaman diliminde kitleler halinde insanların geldiği bölgelerde arzın aynı oranda artmaması nedeniyle enflasyonist baskılar yaşamaktadırlar (Göksan, 1978, s. 34). Yaşanan ekonomik sorunlar aile içi ilişkilerde de önemli sorunlara neden olabilmektedir. K8-İsmet Cengiz; *“Valla işte fiyatlar arttıkça, masraflar çoğaldıkça, lükse doğru kaçtıkça her şey zorlaşıyor! Artık kardeş kardeş arasında bile para yüzünden dargınlık olabiliyor.”* sözleriyle yaşanan aile içi sorunları ifade etmiştir.

Turizm sektöründe ticarileşmenin yoğunlaşmasıyla birlikte ilişkileri bozan diğer bir durum ise *paket tur turistlerinin bilinçsizliği* olarak kategorilendirilmiştir. Bu kategori yalnızca ekonomik uygunluk nedeniyle paket tur alan turistlerin tatillerini geçirecekleri bölge ve bu bölgedeki yerel halk hakkında bir araştırmaya girmemiş olmasındandır. Anlatımlardan anlaşıldığı üzere hangi ülkeye tatile geldiklerini dahi bilmeyen turistler olmuştur. Bu durum yalnızca ticari ilişkilerin var olmasına, sosyo-kültürel ilişkilerin ise arka planda kalmasına neden olan bir durumdur. K22-Tuğrul Acar *“Adam otele girdi, odasına yerleşti, “Nereye geldim ben” diye resepsiyona soruyor, “Neresi burası” diye soruyor resepsiyona, bakar mısınız? Yani böyle bir paket turizm var. Bunu geçen yıl duymuştum, çok yadırgamıştım bunu”* sözleriyle bir durumun tespitini yapmıştır. Dolayısıyla paket turla gelen turist otel dışına da pek çıkmadığı için sosyo-kültürel etkileşimler en alt seviyeye düşmüştür. K-Sevval Suna’nın, *“Çünkü turist otelden dışarı çıkmıyor. Ekstradan hiçbir şekilde esnaflarımız çok memnun olmuyorlar. Her geçen bir öncekinden birazcık daha şikâyetle kapatıyoruz”* ifadeleri turistle yüz yüze dahi gelemeyen esnafın, yerli halkın durumuna örnektir.

Ticarileşmenin ilişkileri bozması kategorisinin son alt kategorisi ise *samimiyetin sarkıntılığa dönüşmesidir*. Bu alt kategori, bölgedeki esnafın dükkanına müşteri çekebilmek için samimiyetin dozunu ayarlayamamasını ifade etmektedir. Birçok anlatımda özellikle yabancı kadın yabancı turistlere sarılmak, yakın durmak gibi hareketlerin aşırı olmasından şikâyet edilmiştir. Bu davranış biçimi her ne kadar “ticari” kaygılarla yapılmış olsa da taciz veya sarkıntılığa dönüşmesi arasındaki çizgi bulanıklaşmıştır. Bu durum mesafeli ilişkileri doğurmaktadır. K45-Duran Ergül; “*Çarşı içinde adamın biri turistin karısına sarıldı, hello, hello, hello, diyerek karısına sarıldı, ondan sonra, samimiyet gösteriyor güya!*” ifadeleriyle yaşadıklarını aktarmıştır. Duran Ergül’e benzer şekilde K60-Süheyla Berkay’da turist ve esnaf arasındaki ince çizgiyi, “*Evet, işte biraz mesela orta yaşlıysa sarılıyor, öpüyor falan böyle işte kızsı ona daha farklı böyle bir serenatta bulunuyor, ama bunlar yani hiç yakışmayan şeyler diye düşünüyorum ve onlar zaten onu gördükleri an böyle kaçmaya çalışıyorlar yani gelip oturacaksa bile belki o ondan hoşlanmıyor. ... Oraya levhanı koymuşsun, yiyeceğini koymuşsun, tamam, tabi ‘buyurun’ diyebilirsin, ha içeriye girmek niyetinde bulunduğu andan itibaren sandalyesini çekebilirsin, efendim suyunu koyabilirsin, ha hizmetin sana ondan sonra başlar ama yoldan geçen herkesi tutup, sarılıp, öpüp, koklayıp bilmem napıp oraya sokmak zorunda değilsiniz.*” sözleriyle detaylı bir biçimde aktarmıştır.

5.6.2.6. Sosyal Hayat Standartlarının Değişmesi

Turizm hareketinin yeni yeni kendine alan bulmaya başlayan bölgelerde, turist sayısının artmasıyla birlikte değer ve inanç yapılarının değişikliğe uğradığı, kıyafet ve günlük hayat davranışlarında geleneksel kalıplardan vazgeçildiği, yabancı dilde sözcük kullanımının arttığı gibi çeşitli değişimler gözlemlenmektedir (Doğan, 2004, s. 131). Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen kişilerin anlatımlarından araştırma alanında da çeşitli değişikliklerin olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle *sosyal hayat standartlarının değişmesi* kategorisinin alt kategorileri; ***farklı yaşam standartlarını öğrenme, aile içi davranışların değişmesi, yeni toplumsal değerlere alışma, gençlerin davranış kalıplarının değişmesi*** ve ***sanatsal alanda çeşitlenmeler*** olarak belirlenmiştir.

Farklı yaşam standartlarını öğrenme alt kategorisi, daha önce kapalı bir şekilde yaşayan toplumun turizm hareketiyle birlikte farklı kültürleri, farklı davranış kalıplarını keşfetmeye başlamasını ifade etmektedir. Turizm hareketinin hızlanmaya başladığı alanda yerliler; toplumsal yaşantıdan veya aile büyüklerinden öğrendiği yaşam

standartlarını, turistlerin davranışlarını gözlemledikçe sorgular olmuş ve kendisine yeni olan bu standartları keşfetmeye başlamıştır. Keşfettikçe, öğrenmiş ve öğrendiklerini kendi yaşam standartlarına adapte etmeye başlamıştır. K64-Adnan Aydoğan, “*E tabii turizm, bu genel anlamda öyledir. Turizm nedir? Oradaki belli bir turist var, oradaki yaşam şartları farklı, o yaşam şartlarını burada aynı şekilde uyguluyor. Bunu gören yeni nesil ona ayak uyduruyor. Oturuyor bir, ne oluyor; eğlence kültürü değişiyor, her şey değişiyor. İyi mi oluyor, kötü mü oluyor bilmiyorum; ama değişim tabii oluyor. Turizm olan yerde bir başkalaşım oluyor.*” sözleriyle alanda yaşanan değişimi aktarmıştır.

Turizmin hareketinin boyutunun büyümesiyle birlikte ortaya çıkan diğer bir alt kategori *aile için davranışların değişmesi* kategorisidir. Turizm hareketi alanyazındaki çalışmalarda da yer aldığı üzere aile yapısı üzerinde çeşitli etkiler yaratmaktadır. Turizm hareketi aile içindeki disiplini etkilemekte katı ve hoşgörüsüz disiplin anlayışını değiştirmektedir (Salustiano, 1970). Ayrıca, turizm hareketinde üzerine yapılan çalışmaların bir kısmında ise turizm sektöründe çalışan ailelerin aile bağlarının zayıfladığı ve yabancı evliliklerle beraber akrabalık ilişkilerinin asgari düzeye indiği ifade edilmektedir (Boissevain ve Inglott, 1979, s. 275). Bölgeye gelen yabancı turistin aile ilişkilerini gözlemleyen yerliler kendi aile ilişkilerini de zaman içinde güncellemişlerdir. K84-Adnan Şenol, baba ve çocuk arasındaki ilişki üzerinde değişimi şu sözlerle ifade etmiştir; “*Gelenek görenekler dediğim gibi turistik bölgelerde değişti... Yani eskiden öyle bir şeyler vardı ki, baba oğul aynı yerde oturmazdı, aynı kahvede oturmazdı, birbirlerinin yanında ne bileyim sigara içilmezdi, şu içilmezdi... Şimdi artık, hele sahillerde böyle bir şey yok yani.*” Burada vurgulanması gereken nokta ise görüşleri değerlendiren kişilerin aile içinde yaşanan bu değişimi olumlu olarak karşılamasıdır. Yaşanan değişimle ilgili geçmişe ait bazı öylemler olsa da değişime ayak uydurma konusunda direnme olmamıştır. Bölgeye gelen yabancılarla birlikte yaşamının aile ilişkileri üzerine etkisini değerlendiren K66-Başak Kamacı, “*Yani olumsuz anlamda bir sıkıntı olmadı ama böyle şey, aile ilişkileri, hoş aile ilişkileri gelişti. Ondan sonra yabancı dil konusunda mutlaka bir etkisi oldu. İngiliz ailelerle Türk aileler güzel dostluklar geliştirdi.*” ifadelerini kullanmıştır.

Gençlerin davranış kalıplarının değişmesi alt kategorisi ise turizm hareketinin başladığı ve hızlandığı dönemlerde bölgedeki genç nüfusun turistlerin davranışlarına özenmesini ifade etmektedir. Bölgede yaşantısını sürdüren gençler turizm hareketine

katılan akran olduğu turistleri gözlemleyerek onların rahat tavırlarına ve dünya görüşlerine öykünmüş bu öykünme neticesinde geleneksel davranış kalıplarında çeşitli değişimler yaşanmıştır. Turizm hareketinin hızlanmasıyla bölgedeki gençlerin davranış kalıplarının değişmesi arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. K92-Gülbüz Arıkan, *“1990’lardan sonra veya 1980’lerden sonra bu barlar açıldı. Gece kulüpleri açıldı. Orada gençlerin yaşantıları daha değişik oldu. Arkadaş şeyleri, görüşleri daha değişik oldu. Onlarla gezmeler, flört etmeler, tozmalar her şey değişti”* ifadeleriyle bu değişimi yıllar bazında değerlendirmiştir. Özellikle bölgenin yerel gençleri turizm hareketi öncesinde daha çekingen davranışlar sergilerken turizm hareketine adapte olduktan sonra daha bireysel davranışlar sergilemişlerdir. K83-Tayyar Cengiz gençlerde yaşanan bireyselleşmeyle ilgili; *“...Gençlerin yaşam şekli değişti, kesinlikle değişti. Eskiden çok daha ürkek, çok daha saygılı, çok daha acaba bu yanlış olur mu olmaz mı endişesini taşıyan gençler artık hiçbir şeyi umursamaz oldu. Çünkü turizmle birlikte bu çocukların, bu gençlerin eline ciddi paralar geçti, para kazandılar. Para kazanınca birdenbire hayatları da değişti.”* ifadelerini kullanmıştır. Bu anlatımda gençlerin davranış kalıplarının değişmesinde ekonomik özgürlüğün önemi ön plana çıkmaktadır. Gençlerin davranışlarının değişmesi üzerine anlatımda bulunan K86-Ajlan Kartoğlu, *“Çok değişti. Çünkü turistin nasıl yaşadığını, davranışlarını, hareketlerini filan gördükçe gençler onlar gibi olmaya çalıştılar.”* sözleriyle düşüncelerini aktarmıştır.

Yeni toplumsal değerlere alışma alt kategorisi, turizm hareketinin ahlaki değer ve davranışları etkilediği düşüncesine dayanmaktadır. Geçmiş yıllardan bugüne kadar turizm ve toplumsal değer değişimi üzerine yapılmış olan araştırmalara bakıldığında turizmin, toplumsal değerleri değiştirdiği görülmektedir. Turizmin; cinsel ahlakı ve davranışları, kadın-erkek ilişkilerini, giyim-kuşam alışkanlıklarını, gönüllü yapılan işlerin para karşılığı yapılması (valiz taşıma vs.) gibi çeşitli değerleri değiştirdiği yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Salustiano, 1970; Boissevain, 1977; Andronikou, 1979, s.248-249). Bu araştırmada da görüşleri alınan kişiler turizm hareketinin alanda, eski kültürel değerlerin turizm hareketiyle beraber bir değişime uğradığını ifade etmişlerdir. Turizm alanının gelişimine 1960’lı yıllardan itibaren tanıklık eden K28-Fatin Ergen, *“Mesela bir yatı ile gelen insan böyle dekolte vaziyette mayosu ile bilmem nesi ile yatından çıkıp şöyle bir pazar bile gidemezdi. Şimdi insanların kafa yapıları o kadar değişti ki kimse isterse çıırılçıplak gezsın kimse kafasını çevirip bakmıyor onu rahatsız etmiyor. ...Turizm hakikaten insanın şeyi da sosyal yapıyı da çok değiştiriyor. İnsanların*

görgüsünü artırıyor. Hayret edersiniz eskiden bizim köylümüz bir çorba pişirirdi 10 kişilik bir nüfusla ortaya koyar. O tencerenin içine 10 tane kaşık girerdi. Şimdi kahvaltı tabağı ayrı yemek tabağı ayrı...” sözleriyle alandaki yeni toplumsal değerleri özetlemiştir. Turizm öncesi yaşıntıda ayrı hoş görünmeyecek kimi davranışlar, turizm hareketiyle beraber değişikliğe uğramış, yaşıntının olağan bir parçası haline dönüşmüştür.

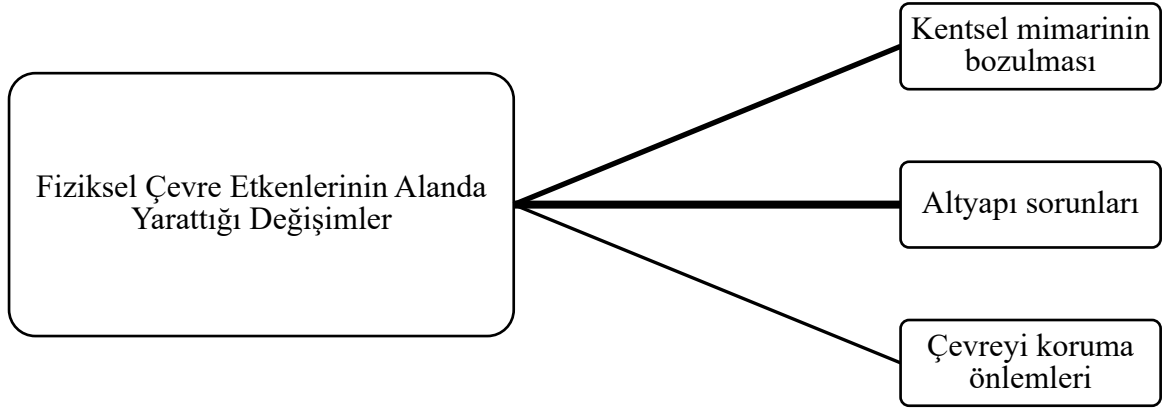
Sosyal hayat standartlarının değişmesi kategorisinin son alt kategorisi *sanatsal alanda çeşitlenmelerdir*. Bu alt kategori bölgeye gelen yabancılarla birlikte bölgede sanatsal olarak farklı çeşitlenmelerin yaşandığını ifade etmektedir. Güney Ege Bölgesi’ne yerleşen ve yılın çok önemli bir kısmını bu bölgede geçiren yabancılar sanatsal faaliyetlere devam etmişlerdir. Farklı milletlerin farklı sanat dalları bölgede kendisine yer bulmuş ve sanatsal faaliyetlerin çeşitlenmesini sağlamıştır. Bölgedeki kültürel ve sanatsal çeşitlenmeyi K53-Nurcan Dağ *“Burada yabancı eşlerle evlilikler Finli kızlarımızla, İngiliz kızlarımızla bu dönemsal olarak değişti, Rus kızlarımızla evlilikler yapıldı. ... İnsanlar sonuç olarak kültürleriyle geldiler. ...oranın yaşam ve kültürünü buraya taşıdılar. Ve gerek Rusya olsun, Finlandiya olsun, İngiltere olsun köklü, yüzyıllar süren bir gelenekleri ve yerleşik düzenleri olan, sanata, kültüre çok büyük katkıları olan milletler. Ve buraya geldiklerinde bakıyorsunuz resim sergileri açmaktalar, ne bileyim birtakım şeyler kültürel aktiviteler düzenlemekteler, kurslar yani bu dönemde hoş bir çeşitlilik olduğunu düşünüyorum.”* sözleriyle ifade etmiştir.

5.6.3. Fiziksel Çevre Etkenlerinin Alanda Yarattığı Değişimler

Turizm hareketi çevresel etkenlerle iç içe olarak başlayan ve devam eden bir faaliyettir. Turizm hareketi yalnızca ekonomik boyutuyla değil toplumsal ve çevresel boyutlarıyla da ele alınması gereken bir olgudur (Tuna, 2012, s. 1). Turizm hareketi geliştikçe turizm ve çevre arasındaki ilişki giderek artmaktadır. Turizm hareketi çevresel etkenlerle iç içe olarak başlayan ve devam eden bir faaliyettir. Türkiye’de turizm faaliyetinin 1980’li yıllarda 2634 sayılı kanunla ivme kazandığı kabul edilmektedir. Türkiye 1980’li yıllarda 60,000 yatak kapasitesine sahipken, 1990’lı yıllarda 200,000 yatak kapasitesine ulaşmıştır. Bu durumun temel nedeni yatırımcılara sağlanan parasal desteklere ek olarak sunulan orman arazilerinin tahsisidir. Bu tahsisler turizm hareketinin Türkiye’deki ilk olumsuz örneklerinden bir tanesidir. K18-Sami Akbaş, *“84’ten sonra Özal başlatmıştı rahmetli biliyorum, onu aşırı şekilde kullandık, şimdi o güzelim turistik,*

turizm tesisi yapılabilecek araziler kooperatiflerle özel evlerle doldu, bilhassa Bodrum'da. Ama her yerde öyle hemen hemen bakıyorum Didim öyle, Güllük öyle, Antalya öyle, Alanya öyle, Fethiye öyle, Marmaris öyle, ama kaçırdık orada treni bence yani tesis yapılacak yere kooperatif yaptık, kooperatif yapılacak yere ev yaptık” sözleriyle arazi tahsislerinin yanlış dağıtımını aktarmıştır. Ayrıca 1980’li yıllarda ikincil konutlar fiziksel çevre üzerinde bir tahribata yol açarken, 1990’lı yıllardan itibaren konaklama işletmelerinin fiziksel çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler raporlanmaya başlanmıştır. Ek olarak 1980 sonrasında turizm politikalarının kitle turizmi üzerine kurulmuş olması; tatil köyü ve kıyı otel yapımlarını hızlandırmış, kamu arazileri yatırımcılara açılmıştır. Bu noktada yatırımcılar maliyetlerini azaltmak için inşaatların malzeme kalitesine ve çevreyle uyumuna dikkat etmemiş, bu yapılar kamu tarafından yeterince denetlenmemiştir. Ayrıca devletin kitle turizmini kaldırabilecek altyapı olanaklarını sağlayamaması da turizmin fiziksel çevre baskısını ve yarattığı sorunların boyutlarını arttırmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015, s. 138-139). Turizm hareketinin hızlı gelişimi, kıyılarda doğal çevre ve manzara tahribatı yaratmakta, ayrıca deniz ve kara alanlarının kirlenmesi, kırsal ve tarım alanlarının yok olması gibi büyük boyutlu çevresel sorunlar ortaya çıkarmıştır (Tuna, 2011). Bu noktada ifade edilebilecek bir başka konu ise turizmin yalnızca olumsuz etkilerinin olmadığı eski yapıların restorasyonu, çevre koruma planları gibi olumlu etkilerinin de olduğudur (Mathieson ve Wall, 1982).

Güney Ege Bölgesi ekseninde bakıldığında bölgeye olan turistik talep, zaman zaman inşaat sektörünü turizm sektörünün önüne geçirmiştir. 1980’li yılların ortalarından 1990’lı yılların ortalarına kadar olan 10-15 yıl arası bir süreçte bölgedeki inşaat yatırımları hızlanmış, talebi karşılamak için plansız bir arz yaratılmıştır. Bu plansız yapılaşma neticesinde bölgenin kendine has mimari özelliklerinin göz ardı edildiğini söylemek mümkündür. Fiziksel çevrede yaşanan değişimler; **kentsel mimarinin bozulması, altyapı sorunları** ve **çevreyi koruma önlemleri** kategorilerini ortaya çıkarmıştır.



Şekil 5.7. Fiziksel Çevre Etkenlerinin Alanda Yarattığı Değişimler

5.6.3.1. Kentsel Mimarinin Bozulması

Güney Ege Bölgesi’nde kentleşme süreci 1980’li yılların ortasında başlamıştır. Turizmin gelişme hızına paralel olarak kent dokularının kendine has özellikleri geri dönüşü zor biçimde değişmektedir (Tuna, 2007, s. 24). Turizm hareketinde makro planlamalar yapılması ve bölgelere yönelik kararların yerelden değil merkezden alınması kentsel mimarinin değişmesindeki en önemli nedenlerden bir tanesidir. 1980 öncesinde bölgeye yönelik turistik talep yerel yönetim ve yerel halkın kendi olanaklarıyla yerel malzemelerle ve yerel mimariyle sürdürülmüştür. Ancak bu durum 1990’lı yıllardan itibaren değişmiştir. Güney Ege Bölgesi’nde genel anlamda kentsel mimari özelliklerini koruyabilen tek ilçe Bodrum’dur. Buradan hareketle örneğin “Bodrum Evleri” turistler için bir çekim unsuru oluşturmakta ve bölge kimliğini yansıtmaktadır. Ancak diğer bölgelerin hemen hepsi birbirine benzemekte bölgelerin özgün özelliklerine ait bir unsur taşımamaktadırlar.

Kentsel mimarinin bozulmasına etki eden en önemli faktörlerden bir tanesi yabancılara taşınmaz satın alma hakkının verilmesidir. Yabancılara taşınmaz edinme hakkının verilmesiyle birlikte başta Didim, Kuşadası ve Marmaris olmak üzere yoğun bir konut talebi yaşanmıştır. Bu yoğun talepten “kaymağını” almak isteyen inşaat ve emlak sektörü, tüm kentsel özellikleri göz ardı ederek büyük bir iştahla hızlı bir yapılaşmaya gitmiştir. K66-Başak Kamacı bu dönemi; *“Tabii bu beraberinde şeyi getirdi, İngilizlerden yoğun bir ev talebi oldu. Bu, beraberinde inşaat sektörünün birdenbire harekete geçmesini, birdenbire yapılaşmaya gidilmesine neden oldu. Bu da tabii ki*

mimari anlamda, yani kent dokusu anlamında birtakım zararlar verdi. Hızlı yapılaşmanın her zaman zararları kaçınılmaz. Ve dolayısıyla o hızlı İngiliz göçünün sonucu, kentsel mimari anlamında bir sıkıntı olarak şu anda mevcut” sözleriyle aktarmıştır. Güney Ege Bölgesi’nde Bodrum dışında kalan hemen her turistik bölge, geçmiş mimarisine bir özlem duymaktadır. K29-Günay Özütok; “*Bu kentin bir mimarisi olsun isterdim. Yani Fethiye’nin bir mimari yapısı vardı. Lykia evleri vardı, bütün evler balkonlu veya cumbalıydı. Yani bir kenti kent yapan şey, oranın kimliğidir. Oraya ait öz değerleridir.*” sözleriyle Fethiye’nin mimari dokusunun kayboluşuna dair fikirlerini ifade etmiştir. Benzer bir biçimde K63-Adnan Aşık’ta, “*Aslında bu çok katlı evlerin de burada olması iyi olmadı. Bodrum gibi keşke bu mimari durum şey olsaydı Bodrum evleri gibi olsaydı Didim’in kıymeti daha değerli olurdu. Bu apartman olayı olmayacaktı.*” sözleriyle her ne kadar farklı bölgelerde de olsa Günay Özütok’a benzer düşüncelerini aktarmıştır.

Katılımcıların görüşleri değerlendirildiğinde kentsel mimarinin kaybolmasına dönük olarak yapılan anlatılarda en çok tekrarlanan vurgu ise *betonlaşma ve çarpık yapılaşmadır*. Betonlaşma, görüşleri değerlendirilen katılımcıların bölgelerine yapılan kötülüklerin en büyüğü olarak gördükleri unsurdur. Bu durumun nedeni olarak ise betonlaşmanın halen devam etmesidir. Katılımcıların anlatımlarında, sürekli olarak yeni arazilerin inşaata açılması, yerlilerin tahammülünün en üst noktasında olduğunu göstermektedir. Katılımcıların görüşlerini arka arkaya verildiğinde, K36-Naci Dinçer, “*Gerçekten böyle bir doğal cennette, sırf turizm kapasitesi artsın diye de betonlaşma cinayet, başka hiçbir şey değil.*”, K45-Duran Ergül, “*Betonlaşma, arsa satışları, o arsalarla oteller kondurulması, izinli izinsiz evler, dışarıdan gelenler, işte ruhsatlı ruhsatsız işyeri ve ev yaparak... Yani eski Marmaris kalmadı! Eski Marmaris silüetiyle de kalmadı,*”, K79-Salih Bankoğlu, “*Didim’de doğal dokunun bozulmasına yol açtı. Buna mutlak suretle önümüzdeki süreçte dur denmesi gerekiyor. Yapılaşmanın, betonlaşmanın önüne mutlak suretle geçmemiz gerektiğini de düşünüyorum.*”, K90-Erdoğan İstanköylü, “*Şu betonlaşmaya dur desinler, artık bu Kuşadası’nın buna tahammülü yok.*” anlatımları betonlaşmaya karşı Güney Ege Bölgesi’ndeki tepkiyi açıkça göstermektedir.

Çarpık yapılaşma sorunu da katılımcıların yoğun olarak üzerinde durduğu bir diğer sorundur. Çarpık yapılaşma Güney Ege Bölgesi’nde hızlı ve yoğun yapılaşmanın neticesinde betonlaşmayla paralel bir biçimde plansız büyümeden kaynaklanmıştır.

Turistik talebe göre arpıklaşmayı örnekleyen K48-Hasan Mengi, “*Yabancılar otel, apart, İngilizlerin yoğun istek ve arzularından dolayı çarpık bir gelişme göstermişiz.*” ifadelerini kullanmıştır. Turizm talebinin ranta dönüşmesini, rantın ise çarpık yapılaşmaya dönüşünü K104-Tacettin Özden; “*Şehirdeki arpık hep, daha doğrusu bir rant yaratı turizm. O yaratılan rant da çarpık yapılaşmayı beraberinde getirdi.*” sözleriyle aktarmıştır. K72-Kadir Karakaya arpık yapılaşmaya yönelik olarak yerel yönetimleri eleştirirken, “*Tabii bu hızlı büyüme, bazen çarpık büyüme haline de dönüştü. Yerel yönetimlerde bilinçli insanların olması, bu sektörün içinde insanların olması esasında, bu çarpık yapılaşmayı, çarpık büyümeyi önleyebilir. Ama maalesef geçmiş yıllarda yönetimde olanlar, bir hayli hataları var.*” ifadeleriyle düşüncelerini aktarmıştır.

5.6.3.2. Altyapı Sorunları

Turizm hareketinin gelişmesi ile birlikte bölgeye ulaşımın sağlanması için ulaştırma, su, elektrik, kanalizasyon gibi hizmet altyapısı gelişmiştir. Araştırma alanında özellikle ulaştırma altyapısının, turizm hareketinin gelişimiyle paralel bir gelişme gösterdiği ifade edilebilir. Ancak araştırma alanında hizmete dönük altyapı olanaklarının özellikle yaz aylarında -turizm dönemlerinde- aksadığı anlatılardan anlaşılmaktadır. Söz konusu aksaklıkların yaşanmasındaki temel neden turizm hareketinin ani ve plansız büyümesi sonucunda bölgedeki nüfusun artışı ve bölgede yaşanan aşırı yapılaşmadır. Yapılan araştırmalarda da görölmektedir ki turizmin bir bölgede gelişmesi neticesinde o bölgeye karayolu, havayolu, içme suyu temini, kanalizasyon ve iletişim olanakları gibi yatırımlar yapılmakta ve bu olanaklar iyileştirilmektedir (Inskeep, 1991, s. 346). Öte yandan yerel halk da turizm hareketi dışında başka türlü elde edemeyecekleri olanaklara kavuşmaktadır (Barutçugil, 1986, s. 30). Burada dikkat edilmesi gereken ince bir çizgi vardır. Turizm yatırımları iyi ve doğru bir şekilde planlanmaz ve sağlıklı bir çevre yönetimi sağlanmaz ise turizm alanında yaşanacak olumsuz çevresel etkiler de kaçınılmazdır (Avcıkurt, 2017, s. 52). Bölgede yaşanan altyapı sorunlarının çıkış noktasını K104-Tacettin Özden, “*Bu nüfus yoğunluğunun paralelinde altyapı sorunları başladı. Şehirdeki arpık hep, daha doğrusu bir rant yaratı turizm. O yaratılan rant da çarpık yapılaşmayı beraberinde getirdi.*” sözleriyle ifade etmiştir.

Turizmin gelişimiyle altyapı arasındaki gelişimin paralel olduğu ifade edilmiştir. Ancak bu gelişimin yalnızca ulaştırma sektörüne ilişkin olduğunu ifade etmek çok iddialı bir cümle olmayacaktır. Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen katılımcıların

ortak ifadesiyle hizmete dönük altyapı eksiklikleri yaşanmakta bu durumun temel nedeni bölgenin geçmişten bugüne yeteri kadar yatırım alınmamasıdır. K64-Adnan Aydoğan, *“70’li yıllarda burası jeneratörle yani bir merkez şurada yakında bir jeneratör vardı, elektrik jeneratörden verilirdi, ‘70’li yıllarda. “Bu ‘86’dan itibaren tesisler yapıldı” dedim ya, şimdi bu ‘86 yılından itibaren tesis yapılıyor ama altyapı aynı, hiçbir ilerleme yok, hiçbir değişim yok. Elektrik devamlı kesiliyor.”* elektrik altyapısına ilişkin görüşlerini ifade etmiştir. Bölgede ortak olarak ifade edilen diğer bir altyapı sorunu ise kanalizasyondur. K30-Günsenin Günel, *“Altyapı ilerlemedi. Mesela Ölüdeniz’de 25 sene önce yapılmış kanalizasyon var. Bu kanalizasyonda şu anda yetmiyor. Çünkü beş misline çıktı oda sayısı beş mislini kaldırmıyor,”* K10-Mehmet Fidan, *“Kanalizasyon altyapımız bir facia.”*, K72-Kadir Karakaya, *“En büyük sıkıntı, altyapıydı. Kanalizasyon yoktu, elektrikler yeterli değildi. Ondan sonra, telekomünikasyon yeterli değildi. Bu sıkıntıları, yıllarca sürdü. Halen daha devam etmekte”* sözleriyle bölgedeki kanalizasyon sorununu ifade etmişlerdir. Alanda turizm sezonu ve turizm sezonu dışında nüfusun çok dalgalı olması bölgede yapılan ilk altyapı yatırımlarında bölgenin gelecekte alacağı turist sayısının tam olarak öngörülememesi, bölgede yaşanan altyapı sorunlarını doğurmuştur.

5.6.3.3. Çevreyi Koruma Önlemleri

Turizm hareketinin bölgede ani ve “kontROLSÜZ” yapılaşmayı beraberinde getirmesi, çevrenin tahrip edilmesine yol açmış ve gerek yerel gerekse merkezi yönetimleri bu konuda karar almaya itmiştir. 1983 yılında 2872 sayılı “Çevre Kanunu” çıkarılmıştır. Yıllar içinde kanun maddeleri güncellenmiştir. Ayrıca Dünya Turizm Örgütü de turizm bölgelerinin korunması konusunda tavsiye niteliğinde önemli programlar hazırlamıştır. Turizm alanlarının pazarlamasının yapıldığı en önemli unsur çevredir. Bu nedenle Türkiye dahil birçok ülkede milli parklar, koruma alanları, doğal ve tarihi yerler bulunmakta ve yerel/merkezi yönetimler bu değerlerin korunmasına yönelik politikalar geliştirmektedir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2015, s. 141).

Çevre koruma kanunu ekonomik yönüyle değerlendirildiğinde, toprak sahibi yerlilerin sahip olduğu araziler kanunun yürürlüğe girmesinden sonra önemli derecede değer kazanmıştır. K33-Mete Ay, *“Kesinlikle yok, çünkü bizim bölgemizde maalesef alanları çok değerli, yani öyle bir kanun çıkarmışlar ki Özel Çevre Koruma’yla beraber, kesinlikle ve kesinlikle üç kata, dört kata, beş kata, altı kata, yedi kata izin verilmediği sürece toprak çok değerli. Turizmde de kullanılsa, şeyde de kullanılsa tarımda da*

kullanılsa.” sözleriyle çevre koruma önlemlerinin hem maddi hem de çevresel açıdan bölgelerine kattığı değeri ifade etmiştir. K36-Naci Dinçer, “Özel Çevre Koruma’nın getirdiği kurallar nedeniyle ve geride kalan bütün tarım alanları korundu, dolayısıyla insanların domatesten vazgeçip turizme yönelmeleri diye bir seçenek ortadan kalkmış oldu.” ifadeleriyle çevre kanunlarının bölgenin alışlagelmiş yapısını koruduğunu ifade etmiştir.

Güney Ege Bölgesi’nde yaşayan yerel halk çevrelerine olan koruma duygusunu yalnızca kanun maddelerine bırakmamış, çevrenin korunması noktasında bölgesinde çeşitli faaliyetler yapmıştır. Bu faaliyetlerden bir tanesi gerçekleştiren K87-Ayşe Şerifoğlu, *“Biz o dönemde hani otelleri bilinçlendirmek, geri dönüşüm hakkında, su kirliliği, su tasarrufu hakkında eğitimler veriyorduk, okullara gidiyorduk tek tek işte ambalaj atıkları nasıl ayrılır, nasıl toplanır, onların bizzat eğitimlerini veriyordum ben kendim. Okulların çevre kulüplerini oluşturduk.”* sözleriyle hem otellerdeki çalışanlara hem de okullardaki öğrencilere çevre bilincinin oluşturulması açısından bölgedeki yerel çabaları aktarmıştır. Yerlilerin çevre koruma adımları yalnızca bilinçlendirme faaliyetleri ekseninde kalmamıştır. Yerliler bölgelerine zarar vereceklerini düşündükleri maden gibi çeşitli yatırımlara karşı da mahkemelerde hakkını aramıştır. K51-Muhammed Ali Acar, *“Turizmle maden, turizmle sanayi bunlar örtüşmeyen şeylerdir. Dolayısıyla bununla ilgili ciddi mücadeleler verildi ve Danıştay’dan bu tahsisler iptal edildi ve kurtulduk bu olumsuzluktan. Dolayısıyla her şeyden önce doğamızı, çevremizi, tarihimizi kesinlikle korumamız gerekir.”* ifadeleriyle, yaşadıkları bölgedeki çevrenin korunmasına yönelik duyarlılıklarını aktarmıştır.

5.7. Bölüm Değerlendirmesi

Turizm bölgelerine yönelik çalışmalar incelendiğinde araştırmaların önemli bir çoğunluğunun tözsel özellikler taşıdığı görülmektedir. Tözsel düşüncenin temelinde yer alan varlıkların değişmez özellikleri varsayımı, ilişkisel sosyoloji bakışında kabul edilmemektedir. İlişkisel sosyoloji toplumsal yaşam içinde yer alan tüm aktörlerin geliştirdiği ilişkilerle var olduğunu, yeni ilişkiler neticesinde yeni aktörlerin doğabileceğini, bazı aktörlerin arka planda kalabileceğine vurgu yapan bir tutumdur. İlişkisel bakış, belirli bir sonuca değil, sürece odaklanan bir yaklaşımdır. Bu kapsamda bulgular bölümünde genel çıkarımlar yapmak yerine araştırma “alanında” yer alan aktörlerin hangi gelişmelerle güç kazandığı, hangi gelişmelerle arka planda kaldığı belirli

bir süreç içinde ele alınmıştır. Özellikle Türkiye ekonomisine doğrudan etki eden 24 Ocak 1980 ve dışa açık ekonomiye geçiş kararlarıyla beraber turizm sektörü döviz yaratıcı öncü sektörlerden bir tanesi olmuştur. Böylece Güney Ege Bölgesi'nde turizm hareketi içinde yer alan aktörlerin ilişkileri ve ilişki ağları, 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönemde açık bir şekilde yön değiştirmiştir.

1980 öncesinde ilişkilerin sürekliliğine dayanan, kapalı bir şekilde yaşanan ve otantik bir ortamda gerçekleşen turizm hareketi, yerliler ve turistler arasında aracılardan bulunmaması, doğrudan temasın gerçekleşmesi gibi özelliklerle, 1980 sonrası turizm hareketinden ayrılmaktadır. 1980 öncesi süreçte turistlerle doğrudan ilişkiler kuran, kendi gücü çerçevesinde ve yerel yönetimlerin yönlendirmesiyle ufak ölçekli pansiyonlar inşa eden yerel halk ana roledir. Yerli halkın yatınlıkları ve biriktirmiş olduğu sermaye türleri ilişkilerin ve turizm hareketinin devam etme sürecindeki en önemli unsurlardır. 1980 sonrası süreçte ise yerli-yabancı yatırımcılar, bölgeye çalışmak için Türkiye'nin farklı bölgelerinden gelenler ve merkezi yönetimler turizm hareketinin içerisine girmeye başlamış, “alandaki” güç turizm hareketine sonradan giren bu oyunculara geçmiştir. Kısaca turizm hareketi içindeki oyuncuların ilişkileri ve iktidar/güç oranları süreç içinde değişiklik göstermiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen temalarla birlikte “alanın” ilişkişel ifadesi, bir sonraki bölüm olan sonuç ve değerlendirme bölümünde alanyazın karşılaştırmalarıyla beraber sentezlenecektir.

ALTINCI BÖLÜM

6. SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Turizm olayı gerçekleştiği bölgedeki toplum üzerinde değişimler meydana getiren önemli toplumsal hareketlerden bir tanesidir. Bu araştırma da 1960'lı yıllardan 2010'lu yılların ortasına kadar geçen süreçte, Güney Ege Bölgesi'ndeki turizm hareketi ilişkisel bir bakışla ele alınmıştır. Bu çerçevede araştırmanın temel problemi, merkezi turizm politikaları ve küresel gelişmelerle birlikte hız kazanan turizm hareketinin, Güney Ege Bölgesi'nde nasıl bir değişim yarattığıdır. Diğer bir ifadeyle turizmin gelişimine bağlı olarak bölge turizminde aktif rol üstlenen aktörlerin, tarihsel süreç içinde kendilerine nasıl yer buldukları ortaya çıkarılmak istenmiştir.

Cumhuriyet döneminde Türkiye turizm tarihine bakıldığında Akdeniz ve Güney Ege Bölgesi'nin turizm gelişiminde ana rolü oynayan bölgeler olduğu görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın etkilerinin azalmasına müteakip insanlar global anlamda, turizm hareketine yönelmiştir. Bu hareketle beraber Türkiye'de belirli bir oranda turist çekmiştir. 1960'lı yıllarla beraber Güney Ege Bölgesi turistlere ev sahipliği yaparak turizmle ilk temasını kurmuştur.

Turizm hareketi büyüdükçe yerel halk-turist arasında gerçekleşen ilişkilerin sayısı ve türleri giderek karmaşıklaşmıştır. Geçmişten bugüne kadar turizm hareketi içinde yer alan aktörleri ele alan çalışmalar yapılmıştır. Ancak turizm hareketi, yerliler ve turistler arasında kurulan ilişki üzerinden ele alınmadıkça, aktörler arasındaki etkileşimler teorik düalizmler ekseninde kalmaktadır. Turizm hareketini yorumlarken yalnızca yerlilerin kültürüyle turistlerin kültürleri arasındaki ilişkiyi ele almak yetersiz olacaktır. Bu noktada Bourdieu'nun, "Ekonominin Sosyal Yapıları" adlı eserinde geçen (2005, s. 148) "iki taraflı karşılıklı bir etkileşim her zaman iki fail ve bu failerin yer aldıkları toplumsal uzaydan meydana gelen üç taraflı bir etkileşimdir" cümlesi araştırmacıyı düşündürmelidir. Bu cümleden hareketle turizm hareketinin turistler, hizmet sağlayıcılar ve "turizm alanı" arasındaki ilişki sonucunda var olduğu kabul edilmelidir. Tez kapsamında Bourdieu'nun kavramsal setinden hareket edilmesinin nedeni, sosyal bilimler alanındaki düalizmleri aşması ve hem sosyoloji hem de farklı sosyal bilim disiplinleri için kullanılabilecek ortak bir kavram seti sunmuş olmasındandır (Başdaner, 2018, s. 141).

Güney Ege Bölgesi turizm hareketi öncesinde kapalı bir şekilde devam eden toplumsal yaşantıdan, dinamik ve değişken bir toplumsal yaşantıya geçmiştir. Ancak yerel halk bu dönüşüme çokta uzak değildir. Bu durumun nedeni ise bölgenin yerli halkı olarak nitelendirilen kişilerin, çok uzak olmayan yıllar içinde farklı bölgelerden Güney Ege Bölgesi'ne göç etmelerindendir. Bu durum Simmel'in (2009a, s. 545) toplum ve mekan arasında kurduğu ilişkiye benzemektedir. Simmel, bir toplumun diğer gruplar veya toplumlarla ilişki kurmadan yaşadığı durumlarda, toplumun varlığını sürdürdüğü mekanları kendi varoluşu neticesinde dolduracağını ifade eder. Ek olarak birbiriyle iletişime veya etkileşime geçmeyen gruplar arasında kalan mekanların sosyolojik olarak boş olacağı çıkarımını yapar. Ancak gruplar veya toplumlar arasında iletişimin başladığı anda ise boş kalan mekanların canlanacağını vurgular (Simmel, 2009a, s. 545). Araştırmanın bulgularında bu durumun turizm hareketinin yoğunlukla yaşandığı Ege Bölgesi'nde de benzer bir şekilde ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

Turizm hareketinden önce yaşadıkları mekanları yalnızca varoluş amaçları için dolduran yerel halkın, aynı mekanları farklı ve daha karmaşık ilişkiler için kullanmaya başladığı görülmektedir. Böylece bölgede bireyi şekillendiren ve birey tarafından şekillendirilen habitus, değişime uğramaktadır. Bunun en temel nedeni ise bireyin öznel beklentilerinin ve kendi pratiğinin yaşadığı mekanların (Palabıyık, 2011, s. 130) turizm hareketi neticesinde değişmesindendir. Mekanların ve ilişkilerin gerçekleştiği toplumsal uzay diğer bir ifadeyle "alan"; turizm hareketinin gelişimi değerlendirilirken bir kez daha ön plana çıkan bir kavram olarak karşımızda durmaktadır. Tam da bu nedenle bu araştırma kapsamında ele alınan Güney Ege Bölgesi'ndeki turizm hareketinin gelişimi "alandan" yaşanan gelişmeler neticesinde aktarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın kapsadığı "alandan" köklü bir değişikliğe yol açan 1980 kararları, alanda yeni oyuncuların doğmasına, var olan oyuncuların ise arka planda kalmasına neden olmuştur.

Güney Ege Bölgesi'ndeki turizm öncelikle 1980 kararları sonrasında ise 1982 yılında yayımlanan Turizm Teşvik Kanunlarıyla -özellikle 1990'lı yıllar- hacim ve kapasite olarak büyük bir sıçrama yaşamıştır. Bölgeye gelen yatırımcıların kurduğu büyük tesisler neticesinde bölgedeki arz düzeyi yükselmiştir. Bu yükseliş birbirinden farklı ilişkiler ağı geliştirmiş ve ilişki düzeylerindeki karmaşıklık artırmıştır. Bu karmaşıklığın artışının en önemli nedenlerinden bir tanesi de turizm sektörünün 50'nin üzerinde sektörle iş birliği içinde olmasındandır. 1980'li yıllar öncesinde bölgede ki ilişkiler yerel halk bazında

düşünüldüğünde; ilişkilerin sürekliliğinden bahsedebilirken, 1990'lı yıllardan sonra bireysel bazdaki ilişkilerin geçiciliğinden söz edebilir. Turizmle bağlantılı ilişkiler yerel halk ve turistler arasında gerçekleştiğinden bu iki grup arasında ilişki her zaman bir güç ilişkisi ekseninde devam etmektedir. Bu durumun nedeni yerel halkın kendisini, turistlerin gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda şekillendirmesindendir. Ancak bu ilişki içinde ne turistler mutlak efendi ne de yerel halk mutlak köledir (Başdaner, 2018, s. 133-134). Bu durum turizm ürünün soyut bir ürün olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü gerek yerel halk açısından gerekse turistler açısından üretilen veya tüketilen turistik ürün, karşılıklı ilişkiler neticesinde şekillenmekte ve sürekli güncellenmektedir. Katılımcıların ifadelerinden bölgede 1980 öncesinde gerçekleşen sürekli ve yakın ilişkilerin ortak bir paydada hareket etmeyi gerektirdiği, 1980 sonrası ise bölgede turizm hareketinin hızlanmasının ardından yerel halk ve turist arasındaki ilişkinin mesafesinin uzadığı anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile 1980 sonrası yerel halkın; turist ve turizm ilişkisinde görece uzak bir aktör olduğu görülmektedir.

Elde edilen bulgulardan hareketle araştırma alanına Bourdieu'nun sermaye kavramlarıyla bakmak gerekir ise yerel halkın elinde biriken ekonomik sermayenin, turizmin başladığı dönem ile turizm geliştiği dönemlerde farklılaştığı sonucuna ulaşılabilir. Turizmin hız kazandığı dönemde bölgeye gelen yatırımcılar ile yerel halk karşılıklı ilişki kurmaya mecbur olmuştur. Bir grup toprak, iş gücü, ürün sahibiyken diğer bir grup ise ekonomik ve sembolik güç sahibidir. Söz konusu bu iki grup arasında farklı boyutlarda ilişkiler kurulmuştur. Bölgede yabancı sermayedarların artması, yatırımların yapılması bu duruma bağlı olarak turizm hareketinin giderek hız kazanması, bölge halkının sürekli yaşadığı bölgede gerek kendi arasında gerekse bölgedeki yeni kimselerle farklı ilişkiler kurmasına neden olmuştur. Turizm hareketinden önce bölgede kendi varoluş neticeleri kapsamında ilişkiler geliştiren yerel halk, artık aynı mekanlarda daha yeni daha karmaşık ilişkiler geliştirmiştir. Kültürel sermaye ekseninde alan değerlendirildiğinde; turizm ile ilişki içinde olan yerel halkın okul mezuniyet oranlarının doğum yıllarına ve bölgesel olanaklara göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. İlk nesil turizmciler olarak görüşleri alan katılımcıların arasında ilkökul mezunu da vardır, üniversite mezunu da vardır. Turizmle ilgili resmi bir eğitim almayan ilk nesil turizmciler alaylı olarak nitelendirilen kişilerdir. Ancak ilk nesil turizmcilerin ifadelerinden eğitime önem verdikleri anlaşılmaktadır. Zira kendisinden sonra turizm sektöründe aktif rol alan çocuklarının büyük bir kısmının üniversite mezunu olduğu

ifadelerden anlaşılmaktadır. 1980’li yıllardan sonra bölgeye gelen yatırımcılarla ve işçilerle beraber alanda, kültürel sermaye değişimleri ve dönüşümleri yaşanmıştır. Yatırımcıların ve işçilerin bölgeye gelmesi alanda, Simmel’in ifadesi ile mekânda göç hareketleri gibi yolculukların yaşanmasına neden olmuştur. Simmel’e göre mekâna diğer bir ifadeyle alana gelen yabancılar gruba organik olarak bir bağ ile bağlı olmasa da grubun değişmez unsurlarından bir tanesidir. Yakınlık ve uzaklık ilişkisi içinde ele alındığında ise yabancıların bulunduğu konum hem grubun içinde hem de grubun dışındadır (Simmel, 2009b, s. 149-150). Yabancılaşma kavramının uzun süre hissedildiği durumlarda ise bölgeye gelenler o bölgede uzun süre kalmak istememektedir. Ancak bu çalışmada Simmel’in öne sürdüğü durum farklılık göstermiştir. Öyle ki bölgenin 1990’lı yıllardan sonra yoğun yatırımcı ve iş gücü çektiği bulgulardan anlaşılmaktadır. Yatırım yapmak ve çalışmak için bölgeye gelenlerin yoğun olması nedeni ile bölgeye dışarıdan gelenlerin yabancılaşma duygusunu yaşamadığı, aksine yerlilerin zamanla kendi bölgelerinde kendilerini yabancı hissettikleri ifadelerden ortaya çıkarılmıştır. Genel anlamda kültürel sermaye üzerine bir değerlendirme yapıldığında bölgenin ilk yıllarda akademik turizm eğitimi konusunda eksik olduğu görülse de zaman içinde yerel halkın gerek alanda elde edilen tecrübelerle gerekse devlet destekli kısa zamanlı eğitimlerle belirli bir turizm eğitimi aldığı görülmektedir. Diğer yandan turizm sektörü içinde yer alan ailelerin çocuklarının son mezun oldukları okullarının üniversite olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bölgenin kültürel sermayesini yalnızca eğitimle sınırlamak olası değildir. Bölgenin geçmişten gelen çok kültürlü yapısı, bölgede turizm gelişirken kurulan ilişkilerin olumlu anlamda seyir etmesine yardımcı olmuştur. Bu noktada ilişkisellik sorgulandığında, çevrede yaşanan gelişmeler göçlere neden olmuş, göçler ise bölge insanının kültürel sermayesini ve yaşadıkları bölgeyi algılayış biçimlerini değiştirmiş ve geliştirmiştir. Böylece, bölgede turizm hareketi başlayınca yerel halk bu hareketi hiç yadırgamayıp bu gelişmeye hemen adapte olabilmıştır.

Alana sosyal ve sembolik sermaye ekseninde bakıldığında ise 1980 öncesinde alanda bu iki sermaye türüne sahip oyuncunun yerliler olduğu anlaşılmaktadır. Bu dönemde yerliler, yerel yönetimlerle ve bölgede yaşayan diğer bireylerle tanışıklıkları neticesinde bölgede etkin rolde dirler. Bir başka açıdan bakıldığında ise bölgede turizm hareketi gelişirken, bölgede yerliler ve turistler dışında farklı bir oyuncu bulunmamaktadır. Bu nedenle gerek yerel yönetimlerin yönlendirmesiyle gerekse bölgedeki eksikliklerin giderilmesi için zorunlu olarak ellerini taşın altına koyan yerlilerin, 1980’li yıllara kadar

bölgedeki sembolik gücü ellerinde tutabildikleri belirlenmiştir. Ancak 1980 sonrasında Güney Ege Bölgesi'nin turizm teşvikleriyle beraber bir bakıma yatırımcı istilasına uğradığı görülmektedir. Bölgeye gelen yatırımcılar merkezi yönetime ulaşabilen sosyal sermayeleriyle ve ekonomik sermayeleriyle, bölgede sembolik sermaye açısından en güçlü grup haline geldikleri bulgulardan hareketle ifade edilebilir. Bu gelişmelerle beraber yerlilerin turizm hareketinde geri planda kaldıkları, arsa-arazi satan ve/veya kiralayan bir konuma geçtikleri anlaşılmıştır. Güney Ege Bölgesi'nde turizm hareketine bağlı olarak “Alan” değiştikçe bölgede sermaye değişimleri de yaşandığını ifade edebiliriz.

Araştırma kapsamında elde edilen veriler sermaye türleri ekseninde değerlendirildikten sonra araştırma problemini oluşturan merkezi turizm politikaları ve küresel gelişmelerle birlikte hız kazanan turizm hareketinin, “alanda” yarattığı değişim yorumlanabilir. Alanda yaşanan değişimin sade ve net bir şekilde açıklanması için alandaki iktidar (güç) dengesinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Foucault, bireyler arasındaki ilişkileri incelerken ekonomi alanının ele aldığı mübadele ilişkileriyle, dilbilim ve göstergebilimin açıklamaya çalıştığı anlam ilişkileri dışında bireyler arasındaki ilişkileri incelerken iktidar ilişkileriyle beraber farklı ilişki tarzlarının da beraber ele alınması gerektiğini ifade etmiştir (2016, s. 58). Buradan hareketle, araştırmanın birinci bölümünde Bourdieu'nun “alan” kavramını açıklarken oyun metaforunu kullandığını ve oyuncuların toplumu oluşturduğu belirtilmişti. (Bourdieu ve Wacquant, 2014; tez içinde başlık 2.3.1.3.). Bu kapsamda araştırma alanında süreç içinde değişen iktidar sahibi oyuncular ve bu oyuncuların süreçleri tartışılmalıdır.

Turizm hareketiyle beraber alanda iktidar sahibi olan ilk oyuncu “yerlilerdir”. Araştırma alanına yönelik turizm hareketi ilk başladığında bu hareketi ilk karşılayanların, yerliler olduğu anlaşılmaktadır. Bölgede henüz turizm hareketinin kapsamı daha tam olarak bilinmezken yerliler, gelen turistleri misafir olarak ağırlamışlar, turizm hareketinin ilk dönemlerinde gelen misafirlerden herhangi bir ücret dahi almamışlardır. Yerliler turistlerle kurdukları ilişkilerde herhangi bir yabancılık hissetmemiş aynı sofraya oturmuş, evlerinin bir odasını turistlere ayırmışlardır. Turistlere karşı yabancılık yaşamamalarının en temel nedenlerinden bir tanesi geçmişten getirdikleri yatkınlıkları olarak belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile bu yatkınlık, Bourdieu'nun kavram setiyle yerlilerin habituslarıdır. Zira bölgede yaşayanlar, geçmişten itibaren çok farklı etnik

gruplarla bir arada yaşamış çok kültürlü bir yaşamı tecrübe etmiş ve etmeye devam eden bireylerden oluşmaktadır. Yerliler 1920’li yıllarla beraber yaşanan mübadele yıllarında, farklı kültürlerle yaşamışlardır. Bu durumun yabancılara karşı oluşan hoş görünün ve saygının temelini oluşturduğu düşünülmektedir. Yabancıların hayatlarına karşı hoş görülü ve saygılı olan yerlilerin deniz-kum-güneş için bölgeye gelen turistlerin taleplerini içtenlikle karşıladığı ifadelerden anlaşılmaktadır.

Yerliler, geçmişten itibaren denizle bağı olan bir topluluktur. Bu topluluğun bir kısmının geçmişte geçimini deniz ürünlerinden sağladığı bulgularda sıkça ifade edilmiştir. Bölgeye yönelik turist talebi artınca yerlilerin denizle olan ilişkisinin deniz ürünlerinin yanında gezi turları düzenlemeye doğru bir geçiş gösterdiği izlenmektedir. Bu durum bölgedeki teknelerin yapısının değişimine kadar birçok yeni denizcilik faaliyetinin başlamasına neden olmuştur. Bulgulardan hareketle bölgede turizm geliştikçe yerlilerin, turizm hareketi içinde deneyim kazandığı ve düzenlenen resmi eğitimlere katılarak turizmle kurdukları ilişkiyi profesyonelleştirdiği görülmüştür. Çok odalı olmayan ancak tamamen turistlerin konaklaması için yapılmış olan küçük pansiyon işletmeleri ortaya çıkmıştır. Aile olarak alanda ekonomik, kültürel, sosyal ve dolayısıyla sembolik sermayeye sahip ailelerin yerel makamlarca yönlendirildiği, bölgedeki ilk acentelerin ve görece büyük konaklama işletmelerinin bu şekilde kurulmaya başlandığı ifade edilebilir. Yerlilerle ilgili dikkati çeken ilginç sonuçlardan bir tanesi kadınlarla ilgilidir. Turizm hareketinden önce verimsiz olarak nitelenen denize yakın toprakların verildiği kadınlar, turizm hareketiyle beraber önemli bir kazanıma sahip olmuştur. Bu durum kadınların iş gücünde etkin olmasına, turizm hareketinin ilk yıllarında arka planda çalışan kadınların ön plana çıkmasına da vesile olmuştur. Toplumsal alanda turizmin gelişmesi, cinsiyet eşitliğini sağlayan bir rol oynamıştır. Bölgedeki ilk oyuncu olarak nitelendirilebilecek yerlilerin turizm hareketinden önce kapalı bir toplum olarak yaşadığı bölgede geliştirmiş olduğu tüm ilişki biçimlerinin, turizmle beraber değişime uğradığı elde edilen sonuçlardan bir tanesidir. Çalışmada, turizmle beraber yerlilerin gerek denizle olsun gerek aile içindeki kadınların ekonomik olarak ön plana çıkması olsun gerek sermaye sahibi ailelerin tarım ve hayvancılık dışındaki sektörlerde ilk yatırımlarını yapmaları olsun, alanda yaşanan ilk önemli ilişkisel gelişmeler olarak belirlenmiştir.

Bulgulardan hareketle, 1980 yılında merkezi hükümet tarafından dışa açık ekonomik politikaların benimsenmesiyle alanda iktidarı ele geçiren oyuncunun “yatırımcılar”

olduğu belirlenmiştir. 24 Ocak 1980 kararları ve 1982 turizm teşvik kanunuyla beraber ülkeye döviz getirecek öncelikli sektörler arasında turizm sektörü en önemli sektörlerden bir tanesi olarak görülmüştür. Bu kararlar ve teşviklerle beraber araştırma alanındaki tüm güçlerin ve ilişki ağlarının yeniden biçimlendiği görülmektedir. Alanda, yatırımcıların etkinliğinin artması ile amatör bir ruhla turizm hareketine cevap vermeye çalışan yerlilerin önemli bir bölümünün turizm sektöründen çekildiği ve yerel kararların yerini merkezi kararların aldığı ifadelerden anlaşılmaktadır. Bu durumla beraber bölgede güç sahibi olan “yatırımcıların” alandaki tüm işleyişi değiştirdiği sonucuna varılmıştır. Yerlilerle, yatırımcıların ilk temasının arazi satışlarında olduğu anlaşılmıştır. Yatırımcıların, yerlilerin topraklarına teklif ettiği fiyatlar yerlilerin topraklarının el değiştirmesine neden olmuştur. Araştırma kapsamında yerlilere yönelik olarak yapılabilecek en önemli çıkarımlardan bir tanesi ise yerlilerin, topraklarına olan talebin biteceğini düşünmeleridir. Bu nedenle kendi aralarında arazi satışı yarışına giren yerliler, yok pahasına arazilerini bir bakıma yatırımcılara “kaptırmışlardır.” Takip eden yıllarda ise yerliler, bir zamanlar toprak sahibi oldukları arazilere yapılan işletmelerde çalışan olarak turizm sektöründe yer almaya başlamışlardır. Bu durum 1980’li yıllara kadar bölgedeki gücü elinde tutan yerlilerin 1990’lı yıllardan itibaren giderek arka planda kaldığının önemli bir göstergesidir. Yatırımcılar ise özellikle 1980’li yılların ortalarından 2000’li yılların başlarına kadar bölgede yatırım maliyetlerinin dönüş sürelerinin çok hızlı olması nedeniyle bölgenin en önemli hâkimidir. Bu duruma gelmelerinin diğer bir nedeni ise talebi karşılayacak arz kaynağının 2000’li yıllara kadar henüz tamamlanamamış olmasındandır. Araştırma sonuçlarına göre yatırımcıların hâkim duruma geçmesinin alanda yarattığı bir diğer önemli gelişme ise iş gücü hareketliliğidir. Türkiye’nin hemen her bölgesinden Güney Ege Bölgesi’ne bir iş gücü göçü yaşanmıştır. Zaman içinde belirli sektörlerde etnik ağların egemen olmaya başladığı anlaşılmıştır. İnşaat sektörü Karadeniz, Güney Doğu ve Doğu Anadolu bölgelerinden gelen grupların hakimiyetindeyken, taşıma sektörü ise daha çok Ege Bölgesi’nden gelen grupların hakimiyetinde şekillenmiştir. Böylece Güney Ege Bölgesi’nde yatırımcıların hâkim konuma geçmesi ve bölgeye yönelik iş gücü göçlerinin yaşanması bölge demografisinin değişmeye başladığı yıllar olarak ifade edilebilir. 2000’li yıllarla itibaren turizm sektörünün küresel tur operatörlerinin mutlak hakimiyetine geçmesi, turistlerin alandaki ağırlığını artırmıştır.

Araştırma sonuçlarından hareketle ifade edilebilir ki, Türkiye’de 1990’lı yıllarda yaşanan ekonomik çalkantılar, Türkiye turizminin küresel tur operatörlerinin hakimiyetine geçmesini kolaylaştırmıştır. Bu durum “turistlerin” alandaki hâkim konuma geçen diğer bir oyuncu olmasına neden olmuştur. Bulgulardan hareketle turistlerin, 1990’lı yıllara kadar alanda yerlilerle ve esnafla temas ederek ekonomik ve sosyo-kültürel alışverişlerde bulunduğu ifade edilebilir. 2000’li yıllarla beraber turistler soyutlanmış, yerlilerle ve esnafla temasını en aza indirmiştir. Bu durum alanda kurulan ilişkilerin bireysel bağlamdan koparılıp endüstriyel bazda kurulmasından kaynaklanmaktadır. Kitlesel turizm hareketinin bir merkezi halinde olan bölge, makro çapta kurulan ilişkilerin yaşandığı bir alana dönüşmüştür. Anlatımlardan çıkan bir diğer sonuç, alanda bireylerin karşılıklı temas ederek kurduğu ekonomik ilişkilerin yerini işletmelerin kendi arasında kurduğu ekonomik ilişkilere bıraktığıdır. Burada araştırma bulgularının işaret ettiği nokta her şey dahil sistemdir. Anlatımlarda bu sistem, turistin dünyanın neresinde olduğunun bir öneminin olmadığı bir sistem olarak nitelenmektedir. 2000’li yıllar sonrasında her şey dahil sistem ile turistin nitelik olarak zayıfladığı ancak nicelik olarak sayısının arttığı görülmektedir. Bu durum alanda, turistin turizm paydaşları ile kurduğu organik ilişkilerin yerini, mekanikleşen ilişkilere bıraktığı sonucuna ulaştırmaktadır. Bu sonuç MacCannell’in otantiklik ve sahnelenmiş otantik kavramlarının tam karşılığıdır. MacCannell’a göre en önemli değer tüketimi “kültürel deneyimdir”. Kültürel deneyimin bir alt türü ise “turistik deneyimdir”. Turistik deneyim içinde üretilen değerleri ve sembolleri tüketen grup ise turistlerdir. (MacCannell, 1999, s. 19-29). Bu noktada araştırma alanındaki turistik deneyimin, merkezi kararlar ve küresel gelişmeler neticesinde değiştiği çıkarımına yol açmaktadır. Güney Ege Bölgesi’nde merkezi kararlardan bağımsız bir şekilde 1980’li yıllara kadar devam eden süreci otantik dönem, 1980’li yıllardan itibaren merkezi kararların ve küresel aktörlerin devreye girmesiyle devam eden süreci ise sahnelenmiş otantik dönem olarak adlandırabiliriz.

Sonuç olarak Bourdieu’nun alan teorisi, turizm hareketi üzerinden değerlendirildiğinde, turizm hareketinin yalnızca ekonomik, turist memnuniyeti, yerlilerin karşılaştıkları problemler gibi tek odaklı noktalardan bakıldığında eksik kaldığı, turizm hareketini turist, yatırımcı, yerliler gibi daha geniş toplumsal ilişkiler ağı ekseninde ele alınması gerektiğidir. Bu araştırma kapsamında Güney Ege Bölgesi’ndeki turizm hareketinin gelişim süreci Bourdieu’nun alan teorisi üzerinden değerlendirilmiştir. 1960’lı yıllardan 1980’li yıllara kadar olan zaman dilimi Güney Ege Bölgesi’nde

ilişkilerin sürekliliğinin önemsendiği, turist kavramı yerine misafir kavramının kullanıldığı, bölgedeki hâkim gücün yerliler olduğu bir dönemi ifade etmektedir. 1980’li yılların ortalarından 2000’li yılların başına kadar geçen süreçte ise alana, yerli-turist dışında yatırımcılar ve Türkiye’nin hemen her bölgesinden gelen işçiler katılmıştır. Bu dönemde yerlilerin, 1980’lere kadar amatör bir ruhla sürdürdüğü turizme bağlı ticari hayattan çıktığı, arazi satışlarıyla beraber sürekli olarak mevki kaybettiği ve yıllar içinde yaşadığı bölgeye yabancılaştığını çıkarımını yapabiliriz. 2000’li yıllar sonrası ise bölgede kitlesel turist akımlarının yaşandığı ancak hem kültürel hem de ekonomik olarak 2000’li yıllar öncesinde yaşanan alışverişlerin asgari düzeye indiği bir alanla karşılaşyoruz. Kısaca turizm hareketi Güney Ege Bölgesi’nde geleneksel toplumsal yapısından modern toplum yapısına geçişi hızlandıran bir işlev görmüştür.

Güney Ege Bölgesi özelinde yapılan bu değerlendirmeler, bölgedeki turizm aktörlerinin rollerinin ve ilişkilerinin hangi koşullarda değiştiğinin anlaşılmasına yol gösterici niteliktedir. Tez çalışmasında, 1980 kararları öncesi ve sonrası olarak nitelenen dönemlere ilişkin yapılan çıkarımlar, ileride yapılacak mikro ölçekteki sosyoloji, tarih ve turizm araştırmalarına önemli ip uçları sunabilecektir. Güney Ege Bölgesi’nde turizm hareketinin gelişiminin incelendiği tez çalışmasında bölgede mülk edinen yabancılara karşı girilen tutumlar ve yabancılardan bölgede yarattığı değişimler gelecek çalışmalarda ele alınabilecek konulardır.

KAYNAKÇA

- Acuner, Ş. A. (2006). *Alternatif turizm türlerinin doğu karadeniz bölgesi turizm potansiyelinin gelişmesine etkisi*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Akış-Roney, S. (2011). *Turizm: bir sistemin analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akış, S., Peristianis, N. and Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2 (1): 1-34.
- AKTOB. (2014). *Turizm sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye katkısı*. Antalya: Retma Matbaa.
- Alexandris, K., Kouthouris, C. and Meligdis, A. (2006). Increasing customers' loyalty in a skiing resort: The contribution of place attachment and service quality. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 18(5), 414-425.
- Allen, J. (1992). Post-industrialism and post-Fordism. S. Hall, D. Held ve T. McGrew (Ed.), *Modernity and its Futures içinde* (s. 170-240). Oxford: Polity Press.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Amman, MT. (1995). *Sosyal tabakalaşma ve günümüz fransız sosyolojisinin yaklaşımları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. and Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals Of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andronikou, A. (1979). Tourism in cyprus. E. De Kadt (Ed.) *Tourism: Passport to development içinde* (s. 237-264). UK: Oxford University Press.
- Ansart, P. (1990). *Les sociologies contemporaines*. Paris: Le Seuil.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals Of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

- Arlı, A. (2007). Klasik sosyolojide derin revizyon: pierre bourdieu sosyolojisi. G. Çeğin (Çev.). G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (Derleyen), *Ocak ve zanaat: pierre bourdieu derlemesi* içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arslan, S. (2008). *Balkan savaşları sonrası rumeli'den Türk göçleri ve Osmanlı Devleti'nde iskânları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yakın Çağ Tarihi Bilim Dalı.
- Aslan, U. V. (2016). Simmel'in toplum ve öznellik kavramları üzerine. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 197-216.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). <https://aydin.ktb.gov.tr>, (Erişim tarihi: 04.02.2021).
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baran, A. G. ve Özsöz, C. (2019). Pratik, kültür, sermaye, habitus ve alan teorileriyle Pierre Bourdieu sosyolojisi. S. Suğur ve A. Görgün-Baran (Ed.), *Sosyolojide yakın dönem gelişmeler içinde* (s. 2-20). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm ekonomisi ve turizmin Türk ekonomisindeki yeri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Başdaner, O. (2018). *Turizm alanının sosyolojik ve kuramsal inşası için bir taslak*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bauman, Z. and May, T. (2001). *Thinking sociologically*. USA: Blackwell Publishing.
- Bayındır, T. (2018). <https://www.turizmaktuel.com/haber/bir-otel-yatirimi-kac-yilda-geri-doner>, (Erişim tarihi: 03.12.2020)
- Berber, Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 205-221.

- Berger, P. (1963). *Invitation to sociology: A humanistic perspective*. USA: Anchor Books.
- Bertan, S. (2009). Turizmin çevre üzerinde yarattığı etkiler: Pamukkale örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204-214.
- Billington, R., Hockey, J. L. and Strawbridge, S. (1998). *Exploring self and society*. Basingstoke: Macmillan.
- Boissevain, J. (1977). Tourism and development in Malta. *Development and Change*, 8: 523-528.
- Boissevain, J. and Inglott, P. S. (1979). *Tourism in Malta*. Oxford University Press for World Bank and UNESCO.
- Bogdan, R., C. and Biklen, S., K. (2007). *Qualitative research for education: an introduction to theory and methods*. Boston: Pearson Education.
- Boley, B. B. (2013). *Sustainability, empowerment, and resident attitudes toward tourism: developing and testing the resident empowerment through tourism scale (rets)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. USA: Virginia Polytechnic Institute and State Üniversitesi.
- Boorstin, D. J. (1964). *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Harper and Row.
- Borden, I. (1997). Space beyond: spatiality and the city in the writings of Georg Simmel. *The Journal of Architecture*, 2(4), 313-335.
- Borgatta, E. F. and Montgomery, R. J. (2000). "Tourism" *encyclopedia of sociology* - volume 5. USA: Macmillan Reference.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P.. (1986). The forms of capital. J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research For The Sociology of Education* içinde (s. 241-258). New York: Greenwood.

- Bourdieu, P. (1987). What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. *Berkeley Journal of Sociology*, 32, 1-17.
- Bourdieu, P. (1997). *Toplumbilim sorunları* (Çev: I. Ergüden). İstanbul: Kesit Yayınları.
- Bourdieu, P. (2005). *The social structures of the economy*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2006). *Sanatın kuralları yazınsal alanın oluşumu ve yapısı* (Çev. N. K. Sevil). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006). *Pratik nedenler-eylem kuramı üzerine*. (Çev: H. U. Tanrıöver). İstanbul: Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. (2010). *Sosyal sermaye kuram- uygulama-eleştiri*. (Der: M. M. Şahin ve A. Z. Ünal). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2013). *Outline of a theory of practice*. New York: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (2014). *Seçilmiş metinler*. (Çev: L. Ünsaldı. Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016). *Akademik aklın eleştirisi Pascalca düşünme çabaları*. (Çev. P. B. Yalım). İstanbul: Metis Yayınevi.
- Bourdieu, P. (2016b). *Sosyoloji meseleleri*. (Çev. A. Sümer, M. Gültekin, F. Öztürk ve B. Uçar). Ankara: Heretik.
- Brunt, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. J. D. (2014) *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar*. (Çev: N. Ökten). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. UK: Oxford University Press.
- Bozyer, Ü. (2017). Turizm Sosyolojisi. M. Tuna (Ed.), *Sosyolojiye giriş içinde* (s. 403-418). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331-358.
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for third world development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Brunt, P. and Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. (2006). *The tourism area life cycle: applications and modifications* (Vol. 1). UK: Channel View Publications.
- Butler, R. (2006). *The tourism area life cycle: Conceptual and theoretical issues* (Vol. 2). UK: Channel View Publications.
- Candela, G. and Figini, P. (2012). The economics of tourism destinations. *Economics of tourism destinations* içinde (s. 73-130). Berlin: Springer.
- CE, Commission of the European Communities, Directorate General XXIII-TourismUnit. (1993). *Taking account of environment in tourism development*, Bruxelles.
- Cengiz, E. Kırkbir, F. (2007). Yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 19-37.
- Choi, H. S. (2003). *Measurement of sustainable development progress for managing community tourism*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Teksas: Texas A & M University.
- Choi, H. S. C. and Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.

- Chubchuwong, M. and Speece, M. W. (2016). The “people” aspect of destination attachment in international tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(3), 348-361.
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Cohen, E. (1979). “A phenomenology of tourist experience”. *Sociology*, (13), 179-201.
- Cohen, E. (1982a). Jungle guides in northern Thailand-the dynamics of a marginal occupational role 1. *The Sociological Review*, 30(2), 234-266.
- Cohen, E. (1982b). Marginal paradises: Bungalow tourism on the islands of Southern Thailand. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 189-228.
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10 (1), 373-392.
- Cohen, E. (1988). Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 29-46.
- Cohen, E. (2004). *Contemporary tourism diversity and change*. Boston: Elsevier.
- Collins, A. B. (1999). *A case study of instructional supervision at a private school*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Crang, F. (2003). Performing the tourist product. Rojek, C. ve Urry, J. (Ed.), *Touring cultures içinde* (s. 137-154). Londra: Routledge.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: beş yaklaşıma göre nitel araştırma deseni*. (Çeviri Ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Crossley, N. (2015). Etkileşimler, bitişiklikler ve beğeniler: ilişkisel sosyolojide “ilişkileri” kavramsallaştırmak. (Çev: Ö. Akkaya), Powell ve Depeletau (Ed.), *İlişkisel sosyoloji ontolojik ve teorik yönelimler içinde* (s. 193-224). Ankara: Phoenix Yayıncılık.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası İlçesi uygulaması. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 23-27 Nisan, Antalya, Türkiye.

- Çetin, T. F. (2018). *Pierre Bourdieu sosyolojisi bağlamında eğitim kurumuna eleştirel bir bakış*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü.
- Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015). Türkiye’de turizm girişimciliğinin gelişimi ve turizmle ilgili sağlanan teşvikler. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 174-184.
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. USA: SAGE Publications.
- Diedrich, A. and García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Doğan, H. Z. (1989). Forms of adjustment sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16, 216-236.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: method, applications, and issues. *Health Care for Women International*, 13(3), 313-321.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Travel and tourism research associations sixth annual conference proceedings*, s. 195-198.
- Döğerlioğlu, Ö. (1999). Müşteri memnuniyeti yaratmada etkili olan hizmet kalitesi boyutları. *İktisat, İşletme, Finans Dergisi*, (14).
- Dress, G. (1979). *Wirtschafts-und sozialgeographische aspekte des tourismus in entwicklungsländern: dargestellt am beispiel der insel Bali in Indonesien*. Münih: Florentz.
- Durkheim, E. (1976). *The elementary forms of the religious life*. Londra: Routledge.
- Dursun, O. (2018). Toplumu Pierre Bourdieu ile düşünmek. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 68-123.

- Dwyer, L., Forsyth, P. ve Papatheodorou, A. (2011) Economics of tourism. C. Cooper (Ed.) *Contemporary Tourism Reviews* içinde. Oxford: Goodfellow Publishers
- Eade, J. and Sallnow, M. J. (1991). *Contesting the sacred: the anthropology of christian pilgrimage*. Londra: Routledge.
- Elias, N. (1978). *What is sociology?*. New York: Columbia University Press.
- Elias, N. (2004). Uygarlık süreci: toplumun değişimleri/bir uygarlaşma teorisi için taslak, cilt 2. (Çev: E. Özbek 2. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Emirbayer, M. (2012). İlişkisel bir sosyoloji için manifesto. (Çev: G. Çeğin ve E. Göker) *Tözcülüğün Tasfiyesi, İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar içinde*. Ankara: Notabene Yayınları.
- Eralp, Z. (1974). *Turizmin toplumsal değişime sosyo-ekonomik etkisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Filiposki, O., Ackovska, M., Petroska Angelovska, N. ve Metodijeski, D. (2016). Socio-economics impacts of tourism. *Economic Development*, 18(1-2), 125-155.
- Filiz, A., & Yılmaz, Ö. D. (2017). Turizm gelişim yaklaşımları kapsamında yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları: Mazi Köyü-Türkbükü karşılaştırmalı analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1799-1824.
- Forster N (1994) *The analysis of company documentation*. C. Cassell, G. Symon (Ed.), *Qualitative methods in organizational research: a practical guide* içinde. London: Sage.
- Foucault, M. (2016). *Kliniğin doğuşu*. (Çev: İ. Malak Uysal, 2. Baskı). Ankara: Epos Yayınları.
- Foucault, M. (2005). *Özne ve iktidar*, (Çev. I. Ergüden, O. Akinbay, (Yayıma Hazırlayan: F. Keskin) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (1976). *The birth of the clinic*. London: Tavistock.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: an Introduction*. Londra: Sage.
- Franklin, A. (2009). The sociology of tourism. T. Jamal ve M. Robinson (Ed.), *The sage handbook of tourism studies* içinde (s. 65-81). Londra: Sage.

- Frisby, D. (2002). *Georg Simmel (key sociologists)*. Londra: Routledge.
- Frisby, D. (2012). Georg Simmel – modernitenin ilk sosyoloğu, (Çev: E. Çen), A. Artun (Ed.), *Modern kültürde çatışma içinde* (s. 9-51). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Fulcher, J. and Scott, J. (2003). *Sociology* (2nd edn). Oxford: Oxford University Press.
- Futter, M. and Wood, L. (1997). The tourism employment equation: does it add up?. *Indicator South Africa*, 14, 48-53.
- Gazioğlu Terzi, E. (2014). Toplumsal yapı ile bireysel eylem arasındaki ilişki bağlamında Pierre Bourdieu'nün habitus kavramı, *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 12(46): 73-83
- Geertz, C. (1973). *Thick description: toward an interpretive theory of culture. The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (p. 3-30). New York: NY Basic.
- Genç, Ş. (2014). Geçmişten günümüze Türkiye'de yabancı gerçek kişilerin taşınmaz edinimi. *Sayıştay Dergisi*, 95, 77-90.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (Yayına Hazırlayan: C. Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gonzalez, V. M., Coromina, L. and Galí, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73 (3), 277-296.
- Göker, E. (2007). Ekonomik indirgemeci mi dediniz?, (Der: G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan), Ocak ve zanaat: Pierre Bourdieu derlemesi içinde (s. 53-76). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Ofset.
- Gözaydın, İ. ve Gülsoy, N. Ö. (2010). Durkheim sosyolojisinde dinin tarihsel ve güncel olanakları. *Sosyoloji Dergisi*, 3(21), 1-15.
- Greenwood, D. J. (1977). Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. V. L. Smith (Ed.) *Hosts ve Guests: the Anthpology of Tourism* içinde, (s. 129-138). USA: Blackwell Publishers.

- Guba, E., G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Educational Communication and Technology Journal*. 29(2): 75-91.
- Güler, Ş. (1978). *Turizm sosyolojisi: Turist rehberleri için*. Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Gürdal, M. (1987). *Ulaştırma Ekonomisi: Turizm Ulaştırmasına Genel Yaklaşım*. Aydın: Coşkun Matbaası.
- Haralambopoulos, N. and Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Harker, R. K. (1984). On reproduction, habitus and education. *British Journal of Sociology of Education*, 5(2), 117-127.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Hern, A. (1967). *The seaside holiday: the history of the English seaside resort*. Londra: Cresset Press.
- Hitchcock, M. (1999). Tourism and Ethnicity: Situational Perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 1(1): 17-32.
- Holden, A. (2008). *Environment and Tourism (2nd. edition)*. Oxon: Routledge.
- Holloway, I. and Wheeler, S. (2002). *Qualitative research in nursing*. Wiley-Blackwell.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jenkins, C. L. (1997). *World tourism leaders' meeting on social impacts of tourism*. Final Report, WTO, Manila.
- Jud, G. D. (1975). Tourism and crime in Mexico. *Social Science Quarterly*, 324-330.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Tourism Research*, 36(2), 3-11.

- Juwaheer, T. D. (2004). Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach—a case study of Mauritius. *Managing Service Quality: An International Journal*, (14) 5, 35-364.
- Kadanalı, E. ve Yazgan, Ş. (2012). Kırsal turizmin ekonomik-sosyal ve çevresel etkileri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* (2), 97-100.
- Kalaycıoğlu, S. (2011). Toplumsal yapı, toplumsal kurumlar. M. Zencirkıran (Ed.), *Dünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı* içinde (s. 3-145). Bursa: Dora.
- Kaplan, M. ve Yardımcıoğlu, M. (2018). Alan, habitus ve sermaye kavramları ile Pierre Bourdieu. *Habitus Toplumbilim Dergisi*, (1), 23-37.
- Karacaoğlu, S. (2017). *Yerel halkın toplum temelli turizm gelişimine ilişkin algı, tutum ve desteği: misi köyü örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kazgan, G. (2000). *İktisadi düşünce veya politik iktisadın evrimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kazgan, G. (1988). *Ekonomide dışa açık büyüme*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Khan, M. M. (1997). Tourism development and dependency theory: Mass tourism vs. ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 988-991.
- Kırlar Can, B. (2019). *Terör riskine yönelik seyahat uyarıları: Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin yaklaşımları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kirk, J. and Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. CA: Sage.
- Kim, Y. H., Kim, M. and Goh, B. K. (2011). An examination of food tourist's behavior: Using the modified theory of reasoned action. *Tourism Management*, 32(5), 1159-1165.
- Knox, J. (1982). Resident-visitor interactions: a review of the literature and general policy alternatives. F. Rajotte (Ed.), *The Impact of Tourism Development in the Pacific*

- içinde (s. 76–107). Ontario: Environmental and Resource Studies Program, Trent University.
- Ko, D. W. and Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Koytak, E. (2012). Tahakküme hükmetmek: Bourdieu sosyolojisinde toplum ve bilim ilişkisi. *Sosyoloji Dergisi*, 3(25): 85-101.
- Kozak, N. (2012). Turizmin toplumsal ve fiziksel çevre ilişkisi. M. Akoğlan Kozak (Ed.) *Genel turizm bilgisi* içinde (s. 108-123). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2015). *Genel turizm: ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçük Asya Araştırma Merkezi. (2014). *Göç Rumların Anadolu'dan mecburi ayrılışı 1919-1923*. (Çev. H. Milas). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kümbetoğlu, B. (2015). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Lanquar, R. (1991). *Turizm-seyahat sosyolojisi*. (Çev: G. Ö. Kayır). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lareau, A. and Weininger, E. B. (2003). Cultural capital in educational research: A critical assessment. *Theory and Society*, 32(5-6), 567-606.
- Lea, J. (1988). *Tourism and development in the Third World*. London: Routledge.
- Leach, J. W. 1973. Making the best of tourism: The Trobriand case. R. J. May (Ed.), *Priorities in Melanesian Development* içinde (s. 357- 361). Canberra: Australian National University.
- Lett Jr, J. W. (1983). Ludic and liminoid aspects of charter yacht tourism in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 35-56.

- Lickorish, L. J. and Kershaw, O. J. (1975). Tourism between 1840 and 1940. A.J. Burkart ve S. Medlik (Ed.), *The management of tourism içinde* (s. 11-26). Londra: Heinemann.
- Löschburg, W. (1998). *Seyahatin kültür tarihi*. (Çev: J. Traub). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- Mansur, F. (1972). *Bodrum: A town in the Aegean*. Leiden, The Netherlands: Brill
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- Marin, D. (2015). Study on the economic impact of tourism and of agrotourism on local communities. *Research Journal of Agricultural Sciences*, 47(4), 160-163.
- Mauss, M. (2005). *Sosyoloji ve Antropoloji*. (Çev: Ü. Doğan). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Mathieson, A. and Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Londra: Longman.
- McCulloch, G. (2004). *Documentary research: In education, history and the social sciences*. Londra: Routledge.
- McIntosh, R. W. and Goeldner, C. R. (1990). *instructor's manual and test bank to accompany tourism: principles, practices, Philosophies*. Wiley.
- McPheters, L. R. and Stronge, W. B. (1974). Crime as an environmental externality of tourism: Miami, Florida. *Land Economics*, 50(3), 288-292.
- Merriam, S., B. (2013). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama için Bir Rehber*. (Çeviri Ed: S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Miles, M., B. and Huberman, A., M. (1994). *An expanded sourcebook: qualitative data analysis*. California: Sage Publications.

- Monterrubio, C., Osorio, M. and Benítez, J. (2018). Comparing enclave tourism's socioeconomic impacts: A dependency theory approach to three state-planned resorts in Mexico. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 412-422.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). <https://mugla.ktb.gov.tr>, (Erişim tarihi: 04.02.2021).
- Myerscough, J. (1974). The recent history of the use of leisure time. I. Appleton (Ed.), *Leisure research and policy*, (s, 3-16). Edinburgh: Scottish Academic Press.
- Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal araştırma yöntemleri: nitel ve nicel yaklaşımlar*. (Çev: S. Özge). Ankara: Yayın Odası.
- Nirun, N. (1994). *Sistemik sosyoloji yönünden aile ve kültür*. Ankara: Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yayınları.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. and Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
- Nunkoo, R. (2016). Toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents' attitudes to tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39(588), 30303-3.
- Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39-44.
- Oktik, N. (2001). Turizm sektöründe çalışan kadınların toplumsal değişime etkileri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(4).
- Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk ekonomisindeki yeri*. İzmir: Enka Yayınları.
- Özdemir, M. (1998). Turizme fiske taşları: (1989-1998). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 9, 5-7.
- Özel, Ç. H. (2014). Turizmin sosyo-kültürel boyutta ortaya çıkardığı etkilerin incelenmesi: Marmaris örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 57-68.

- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2017). An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: a Social Exchange Theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 284-300.
- Özkalp, E. (2014). *Sosyolojiye giriş* (Geniştirilmiş ve Gözden Geçirilmiş 23. Baskı). Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- Özsöz, C. (2009). *Pierre Bourdieu sosyolojisi ve simgesel şiddet*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu sosyolojisinde “habitus”, “sermaye” ve “alan” üzerine. *Liberal Düşünce*, 16(61-62), 121-141.
- Patton, M., Q. (2018). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Pegem Akademi.
- Pearce, P. L. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. New York: Pergamon.
- Peden, A. J. (2001). *The graffiti of Pharaonic Egypt: Scope and roles of informal writings (c. 3100-332 BC)* (Vol. 17). Brill.
- Perdue, R. R., Long, P. T. and Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perkin, H. J. (1976). The 'Social Tone' of Victorian Seaside Resorts in the North-West. *Northern History*, 11(1), 180-194.
- Perreault, W. D., Darden, D. K. and Darden, W. R. (1977). A psychographic classification of vacation life styles. *Journal of Leisure Research*, 9(3), 208-224.
- Piñeroba, J. A. N. (1977). Turistas y nativos: El caso de Formentera. *Revista española de la opinión pública*, (47), 147-165.
- Pi-Sunyer, O. (1977). Through native eyes: Tourists and tourism in a Catalan maritime community. V. L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* içinde (s. 149-155). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.

- Powell, C. and Depelteau, F. (2015). *İlişkisel sosyoloji: ontolojik ve teorik yönelimler*. (Çev: Ö. Akkaya). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Punch, K., F. (2016). *Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar*. (Çev: D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Reisinger, R. and Turner, L. W. (2003). Cross-Cultural behavior in tourism; concept and analysis. *Oxford: Elsevier Science Limited*.
- Richter, R. (2013). *Sosyolojik Paradigmalar*. (Çev: N. Doğan). İstanbul: Küre Yayınları.
- Riley, M., Ladkin, A. and Szivas, E. (2002). *Tourism employment: Analysis and planning* (Vol. 6). Bristol: Channel View Publications.
- Roche, M. (2000). *Mega-Events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Londra: Routledge.
- Rojek, C. (1993). *Ways of escape: Modern transformations in leisure and travel*. Hong Kong: Macmillan.
- Sarigöllü, E. and Huang, R. (2005). Benefits segmentation of visitors to Latin America. *Journal of Travel Research*, 43(3), 277-293.
- Salustiano, D.C. (1970). Changes in cultural models due to growth of international tourism in Spain. *Sociological Abstracts*, 18(5): 783.
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21(2), 147-156.
- Seggie, F. N ve Bayyurt, Y. (2015). *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Shafaei, F. and Mohamed, B. (2015). A Stage-Based model development study on tourism social impact assessment. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(3), 6.
- Shahmirzadi, E. K. (2012). *Community-based tourism (CBT) planning and possibilities: The case of Shahmirzad, Iran*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Güney Kıbrıs: Eastern Mediterranean Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Sharpley, R. (1999). *Tourism, tourists and society*. Huntingdon: ELM.
- Shaw, G. and Williams, A. M. (1994). *Critical issues in tourism: A geographical perspective*. USA: Blackwell Publishers.
- Shields, R. (1991). *Places on the margin: Alternative geographies of modernity*. Londra: Routledge.
- Siisiainen, M. (2000). Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam. *ISTR Fourth International Conference*, 5-8 Temmuz, Dublin, İrlanda.
- Simmel, G. (1997). The sociology of space. D. Frisby ve M. Featherstone (Ed.), *Simmel on Culture* içinde (s. 137-170). Londra: Sage.
- Simmel, G. (2009a). *Sociology: Inquiries into the construction of social forms*. Lieden: Brill.
- Simmel, G. (2009b). *Bireysellik ve kültür*. (Çev: T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Siu, G., Lee, L. Y. and Leung, D. (2013). Residents' perceptions toward the “Chinese tourists' wave” in Hong Kong: An exploratory study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(5), 446-463.
- Smith, V. L. (1977). Eskimo tourism: Micromodels and marginal man. Eskimo Tourism: Micro-Models and Marginal Men. V. L. Smith (Ed.), *Hosts and Guests* içinde (s. 51-70). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Soyak, A. (2009). *Türkiye'ye yönelik yabancı turizmin iktisadi etkileri: Akdeniz ve Ege bölgeleri üzerine bir araştırma*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.
- Sözen, M. (2007). 1982 sonrasında Türkiye’de uygulanan turizm politikalarının Çanakkale turizmine etkileri. *Sosyo Ekonomi*, 6(6), 63-88.
- Suess, C. and Mody, M. (2016). Gaming can be sustainable too! Using Social Representation Theory to examine the moderating effects of tourism

- diversification on residents' tax paying behavior. *Tourism Management*, 56, 20-39.
- Sutton, W. A. (1967). Travel and understanding: Notes on the social structure of touring. *International journal of Comparative Sociology*, 8(2), 218-223.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. London: CABI.
- Swartz, D. (2013). *Kültür ve iktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. (Çev: E. Çen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik düşüncenin kısa tarihi*. (Çev: O. Akınhay). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şen, A. ve Şit, M. (2015). Turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisindeki rolü ve önemi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 30-45.
- Şen, H. (2019). İlişkisel sosyoloji ve din. *Strata-İlişkisel Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 59-74.
- Tataroğlu, E. G. (2006). *Conceptual analysis of tourism: The case of Marmaris Town in Turkey*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tatlıcan, Ü. ve Çeğin, G. (2010). Bourdieu ve Giddens: Habitus veya yapının ikiliği. E.G. Çeğin ve Ü. Tatlıcan (Ed.), *Ocak ve Zanaat Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Teye, V., Sönmez, S. F. and Sırakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 668-688.
- Thompson, E. P. (1994). *Teorinin sefaleti*. (Çev: A. F. Yıldırım). İstanbul: Alan Yayınları.
- Toğrol, B. (1991). *Direnış (Bulgaristan Türklerinin 114 yıllık onur mücadelesinin karşılaştırmalı psikolojik incelemesi)*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Toker, A. (2019). *Tarihsel süreçte Didim'de yaşanan göçlerin yarattığı değişimin turizm ekseninde incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toskay, T. (1989). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.

- Tsaur, S. H., & Lin, Y. C. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior. *Tourism Management*, 25(4), 471-481.
- Tuna, M. (2017). *Turizm sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Tuna, M. ve Özbek, Ç. (2012) *Yerlileşen yabancılar. Güney Ege Bölgesi'nde göç, yurttaşlık ve kimliğin dönüşümü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tuna, M. (2012). Turizm gelişmesinin sosyokültürel etkileri. M. Tuna (Ed.), *Turizm Sosyolojisi* içinde (s. 64-82). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
- Tuna, M. (2011) Social and environmental impacts of tourism development in Turkey. M. Kozak ve N. Kozak (Ed.), *Sustainability of tourism: cultural and environmental perspectives* içinde (s. 1-16). UK: Cambridge Scholars Publishig.
- Tuna, M. (2007). *Turizm, çevre ve toplum (Marmaris örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Turizm Güncel (2013). <https://www.turizmguccel.com/editor/her-sey-dahilin-babasi-cem-kinay--e31.html> (Erişim tarihi: 28.02.2021).
- Turner, V. (1973). The center out there: Pilgrim's goal. *History of Religions*, 12(3), 191-230.
- Turner, V., Abrahams, R. D. and Harris, A. (1991). *The ritual process: Structure and anti-structure*. NY: Cornell Paperbacks Cornell University Press.
- Turner, J. A. (2003). *The sutructure of sociological theory*. United States: Thomson Wadsword.
- Türkiye Cumhuriyet, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2021). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> (Erişim tarihi: 19.04.2021).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1>, (Erişim tarihi: 02.02.2021)
- Uluocak Ş. (2016). Tözcülük ilişkisellik dikotomisi açısından ilişkisel sosyolojik modellerin türkiye'de sosyoloji pratiği ve düşünömselliği açısından olası

- açılımları, *Sosyoloji Konferansları Dergisi (Istanbul Journal of Sociological Studies)*, 53(1), ss.101-153.
- Ulutaş, B. (2015). Doküman analizi. F. N. Seggie., ve Y. Bayyurt (Ed.), *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* içinde. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Urry, J. (2009). *Turist bakışı*. (Çev: E. Tataroğlu ve İ. Yıldız). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Urry, J. (1990). The “consumption” of tourism. *Sociology*, 24(1), 23-35.
- Ünal, A. Z. (2004). *Sosyal tabakalaşma bağlamında Pierre Bourdieu’nün kültürel sermaye kavramı*. Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünal, A. Z. (2007). Rahatsız eden bir adamın bilimi: Sosyoloji. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (Derleyen), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ünal, S. (2012). Sosyal-Mekânsal-Siyasal kümelenme biçimi olarak İzmir kentinde balkan (Rumeli) kimliği. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 21(3), 49-77.
- Ünal, A. Z. (2013). “Yerinden olmuşlar”ın yoksulluğunu yeniden üreten habitus. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 15 (25): 105-112.
- Ünlüöner, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik yansımalarıyla Türk turizminin seksen yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 131-156.
- Ürger, S. (1993). *Genel turizm*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Veasna, S., Wu, W. Y. and Huang, C. H. (2013). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management*, 36, 511-526.
- Wacquant, L. (2007). Pierre Bourdieu: Hayatı, eserleri ve entelektüel gelişimi. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (Derleyen), *Ocak ve zanaat: Pierre Bourdieu derlemesi* içinde (s. 53-76). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Wacquant, L. (2014). Giriş, (Çev: N. Ökten). *Düşünsel bir antropoloji için cevaplar* içinde (s. 13-46). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Walpole, M. J. and Goodwin, H. J. (2000). Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 559-576.
- Wang, N. (2000). *Tourism and modernity: A sociological analysis*. Oxford: Pergamon.
- Wang, Y. A. and Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes towards tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis*. CA: Sage.
- Williams, J. and Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Yardımcı, Ş. (2018). *Çalışma hayatı uluslararası düzensiz göçle karşılaştığında: Şanlıurfa ilindeki Suriyeli göçmenlerin durumu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yatırımlar ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2021). <https://yigm.ktb.gov.tr>, (Erişim tarihi: 04.02.2021).
- Yel, A. M. (2007). Bourdieu ve din alanı: Sermaye, iktidar, modernlik. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan (Ed.), *Ocak ve zanaat içinde* (s. 559-580). İstanbul: İletişim, 559-580.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz, B. S. (2007). Turizmin sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri. Orhan İçöz (Ed.), *Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler İçinde* (s. 183-200). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Yoon, Y., Gursoy, D. and Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
- Zengin, B. (2010). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine reel ve moneter etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 5(1), 102-126.

Zenker, S. and Rütter, N. (2014). Is satisfaction the key? The role of citizen satisfaction, place attachment and place brand attitude on positive citizenship behavior. *Cities*, 38, 11-17.



ÖZGEÇMİŞ VE ESERLER LİSTESİ

Adı ve Soyadı: Çağdaş AYDIN

Eğitim Bilgileri:

Derece	Program	Üniversite	Not Ort.	Yıl
Lisans	Seyahat İşletmeciliği	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	3,84	2013
Y. Lisans	Turizm İşletmeciliği	Anadolu Üniversitesi	3,87	2016
Doktora	Turizm İşletmeciliği	Anadolu Üniversitesi	3,96	2021

Yüksek Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışmanı: Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Veri Tabanlı ve İlişkisel Pazarlama Yaklaşımlarıyla Müşteri Sadakati Oluşturması Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi

Danışman: Prof. Dr. Nazmi KOZAK

Doktora Tezi Başlığı ve Danışmanı: Güney Ege Bölgesi'ndeki Turizm Hareketinin Tarihsel Süreç İçindeki Değişiminin İlişkisel Sosyoloji Perspektifinden İncelenmesi (Turizmde Değişen Roller Değişen Aktörler)

Danışman: Prof. Dr. Nazmi KOZAK

BAŞARILAR

2211-A: TUBİTAK - Genel Yurtiçi Doktora Burslusu.

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 2013 Mezuniyet Yılı, Üniversite ikincisi (Tüm Fakülteler Dahil).

2010 Dikey Geçiş Sınavı Türkiye altmış beşincisi.

ESERLER

1. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2020). Bir Destinasyon Olarak Eskişehir'in Turistik Çekiciliğinin Eskişehir Yerel Basınındaki Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (1), 107-122.

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2019). Türkiye Turizminin Tanıtılmasında Öncü Bir Süreli Yayın: Turizm Mecmuası (1957-1987). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Hasan Olalı Özel Sayısı, 30 (2), 35-44.

Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2019). Akman Boza Markasının Marka Kimliği Prizması Modeli ile İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2536-2549.

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2018). Turizm Yayıncılığının Unutulan Yüzü: Hayri Benli. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2), 275-277.

Akoğlan Kozak, M., Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2017). Rekreasyon Faaliyetlerine Katılan Kişilerin (rekreasyonistlerin) Örtük Liderlik Algıları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (2), 227- 243.

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2016). Turizmde GÜDÜLENME Kuramları Kapsamında Seyahat Acentalarının Reklam Görsellerinin Analizi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5 (2): 65-78.

2. Yazılan ulusal kitaplardaki bölümler:

Aydın, Ç. (2020). Toplum Temelli Turizm Örnekleri. N. Kozak ve A. Toker [Editörler], *Toplum Temelli Turizm* içinde (ss. 206-221). Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2020). Fehmi Köfteoğlu: Turizm, Ekonominin Belkemiği Olmaya Aday. M. Kozak ve N. Kozak [Editörler], *Türk Turizmine Kanat Gerenler Cilt VI: Öncü Turizm Eğitimci ve Araştırmacıları* içinde (ss. 129-140), Ankara: Detay Yayıncılık.

Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2020). Sultanahmet'te Başlayan bir Hikâye: Remzi Erbaş. M. Kozak ve N. Kozak [Editörler], *Türk Turizmine Kanat Gerenler Cilt II: Öncü Turizm Eğitimci ve Araştırmacıları* içinde (ss. 389-396), Ankara: Detay Yayıncılık.

Aydın, C. (2019). Kravatlı Şehrin Yeşil Ceket: Papazın Bağı. N. Kozak, [Editör], *Dünden Bugüne Ankara'daki Tarihi İşletmelerin Öyküsü* içinde (ss. 361-370). Ankara: Detay Yayıncılık.

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2018). Turizm Yayıncılığının Unutulmaya Unutulan Yüzü: Hayri Benli. M. Kozak ve N. Kozak [Editörler], *Türk Turizmine Kanat Gerenler Cilt I:*

Öncü Turizm Eğitimci ve Araştırmacıları içinde (ss. 191-202), Ankara: Detay Yayıncılık.

Aydın, Ç. (2018). Uluslararası Eskişehir Şiir Buluşması. N. Kozak [Editör], *Dünden Bugüne Eskişehir ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)* içinde (ss. 213 -226), Eskişehir: Tepebaşı Belediyesi Yayınları.

Aydın, Ç. ve Aydın C. (2018). Nazım Hikmet ve Kuva-i Milliye Şehitleri Anma Kültür ve Sanat Etkinlikleri. N. Kozak [Editör], *Dünden Bugüne Eskişehir ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)* içinde (ss. 47 -60), Eskişehir: Tepebaşı Belediyesi Yayınları.

Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2018). Uluslararası Eskişehir Film Festivali. N. Kozak [Editör], *Dünden Bugüne Eskişehir ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)* içinde (ss. 121 -132), Eskişehir: Tepebaşı Belediyesi Yayınları.

3. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2018). Türkiye Turizm Yayıncılığı Tarihinden Bir Süreli Yayın: Turizm Mecmuası (1957-1987), Sözlü Sunum. *Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu*, 8-21 Ekim 2018, İzmir.

Aydın, Ç. (2017). Otellerde Uygulanan Her Şey Hariç Sistemin Sürdürülebilirlik Anlayışı Kapsamında Ele Alınması, Tam Metin Bildiri. *1.Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 23-25 Kasım 2017, Kastamonu.

Aydın, Ç. (2017). Seyahat Acentaları Web Sayfalarının İşlevsel Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Ön Çalışma, Tam Metin Bildiri. *4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 9-12 Kasım 2017, Aydın.

Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2017). Boş Zaman Aktivitelerinin Akış, Öz Yeterlilik ve Telik-Paratelik Kuramları Kapsamında Değerlendirilmesi, Tam Metin Bildiri, *4. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, 9-12 Kasım 2017, Aydın.

Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2016). Konaklama Sektöründe Enerji Kullanımı ve Sıfır Enerjili Binalar Kavramı, Tam Metin Bildiri. *8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Konferansı*, 29-30 Nisan 2016, Nevşehir.

Aydın, Ç. ve Özel, Ç. H. (2014). Futbol Müsabakalarına İzleyici Olarak Katılımı Etkileyen Güdüler: Eskişehirspor Taraftarları Üzerine Bir Ön Çalışma, Tam Metin Bildiri. *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 19-21 Kasım 2015, Kastamonu.

4. Devam Eden Proje ve Yayın

Türkiye Turizm Ansiklopedisi projesinde bölüm editörlüğü ve madde yazarlığı.

5. Tamamlanmış Projeler

Türkiye'de Turizm Bakanlığı'nın Kurum Tarihinin İncelenmesi (1957 - 2019). Anadolu Üniversitesi, Yayın ve Araştırma Teşvik Projesi. (Proje No: 1905E039).

6. Editörlükler

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Etkinlik Notları Bölüm Editörlüğü (2016 - devam ediyor).

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Sanal Yayın Editörlüğü (2018 - devam ediyor).

7. İdari Görevler

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erasmus + Programı Koordinatör Yardımcılığı (2016 - 2020).

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erasmus Staj Programı Koordinatör Yardımcılığı (2016 - 2020).

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mevlana Programı Koordinatör Yardımcılığı (2016 - 2020).

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Farabi Programı Koordinatör Yardımcılığı (2016 - 2020).

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mezunlar Birliği Koordinatörü (2016 - 2020).

8. Kongre/Sempozyum Düzenleme Kurulu Üyeliği

Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu (2018), Yürütme Kurulu Üyeliği.

9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (2018), Yürütme Kurulu Üyeliği.

4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi (2017), Yürütme Kurulu Üyeliği.

4. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi (2017), Yürütme Kurulu Üyeliği.

8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (2016), Yürütme Kurulu Üyeliği.

10. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (2020), Yürütme Kurulu Üyeliği (Pandemi nedeniyle 2022 yılına ertelendi).

9. Davetli Olarak Katıldığı Akademik Toplantılar

Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı (2015), Düzenleyenler: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – Türkiye Aşçılar Federasyonu. Davetli Katılımcı.

Turizmde Personel İstihdamı Akademi-Sektör İş Birliği (Seyahat Acentacılığı) (2015), Düzenleyenler, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – TÜRSAB Orta Anadolu Bölgesel Yürütme Kurulu. Davetli Katılımcı.

Turist Rehberliği Eğitimi Arama Konferansı (2016), Düzenleyenler: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi. Davetli Katılımcı.

Turizm Sektöründeki Krizin Kapadokya Eksenindeki Yönetimi Arama Konferansı (2016), Düzenleyenler: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – Kapadokya Meslek Yüksekokulu. Davetli Katılımcı.

Örgün ve Yaygın Eğitimde Eko-Turizm Bilincinin Geliştirilmesi Arama Konferansı (2016), Düzenleyenler: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Davetli Katılımcı.

Doğa Turizmi Arama Konferansı ve Pınarbaşı Çalıştayı (2019), Düzenleyenler: Düzenleyenler: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi – Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi. Davetli Katılımcı.

10. Diğer Faaliyetler

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Anayasa I kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Dijital Tasarım kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Hukuk Dili ve Adli Yazışmalar kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, İcra ve İflas Hukuku kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, İstihdam ve İşsizlik kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Lojistik Yönetimi kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Medya Girişimciliği kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Temel Kalem Mevzuatı Bilgisi kitabı öğretim tasarımcılığı

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Spor Finansmanı kitabı öğretim tasarımcılığı