



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

TURİZM SOYLULAŞMASININ KENT İMAJİ VE KENT KİMLİĞİNE
ETKİSİ: BOZCAADA ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYSU ŞAHİNTEPE

Tez Danışmanı
DOÇ.DR. OĞUZ DİKER

ÇANAKKALE- 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**TURİZM SOYLULAŞMASININ KENT İMAJI VE KENT KİMLİĞİNE ETKİSİ:
BOZCAADA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYSU ŞAHİNTEPE

Tez Danışmanı
DOÇ.DR. OĞUZ DİKER

ÇANAKKALE– 2023

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Aysu ŞAHİNTEPE

24/07/2023

TEŞEKKÜR

Eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen ve üzerimde emeği bulunan herkese teşekkürü bir borç bilirim.

Akademik hayatım boyunca biliminden faydalanma fırsatı bulduğum, öğrencisi olmaktan hep gurur duyacağım, destek ve emeklerini esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Oğuz DİKER'e teşekkürlerimi sunarım.

Öğretim hayatım boyunca bana yol gösteren ve akademik yolda yürüme şevki kazandıran Doç. Dr. Murat AKSU'ya teşekkürlerimi sunarım.

Araştırma sürecine katılan tüm Bozcaadalılara teşekkür ederim.

Hayatımın her anında en büyük destekçim olan abim Can ŞAHİNTEPE'ye, maddi manevi katkılarıyla hep arkamda olan annem Ömran ŞAHİNTEPE ve babam Abdülkadir ŞAHİNTEPE'ye sonsuz teşekkür ederim.

Aysu ŞAHİNTEPE
Çanakkale, Temmuz 2023

ÖZET
TURİZM SOYLULAŞMASININ KENT İMAJI VE KENT KİMLİĞİNE ETKİSİ:
BOZCAADA ÖRNEĞİ

Aysu ŞAHİNTEPE
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Doç. Dr. Oğuz DİKER
24/07/2023, 266

“Turizm soylulaşması”, turizm için inşa edilen ya da iyileştirilen kentlerin yaşadığı ekonomik, fiziksel ve sosyo- kültürel değişim sürecini ifade eden yeni bir neolojizmdir. Soylulaştırma kuramlarında ampirik yaklaşımların tüketim odaklı olması ve Marksist yaklaşımların ise sermayeyi ön planda tutması, turizm kentlerinde ortaya çıkan değişim ve dönüşümü ortaya koymada önemli bir bağlantı sağlamaktadır. Bununla birlikte, kentsel mekânda meydana gelen değişimler bireylerin genel ve güncel psikolojik algıları üzerinde önemli bir belirleyicidir. Bu yüzden, turizm soylulaştırmasının kentsel imaj ve kimlik açısından incelenmesi oldukça önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, son yıllarda turizmde hızlı bir ivme kazanan Bozcaada’nın kentsel mekânında meydana gelen ekonomik, fiziksel ve sosyo-kültürel değişim süreçlerini turizm soylulaşması perspektifinden tartışmak ve bireylerin kent imajı ve kimliği algılarını belirlemektir. Bu çalışmanın evrenini Bozcaada’da yaşayan kişiler oluşturmaktadır. Evren birimlerine ulaşmak zor olduğu için kartopu örnekleme yöntemine başvurulmuştur. 30 katılımcıdan elde edilen verilerin analizinde, betimsel analiz tematik yöntem kullanılmıştır. Tematik yöntem kapsamında, bulgular dört farklı tema çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları Bozcaada’da yaşanan turizm soylulaşmasının etkilerini ortaya koymuş olup, katılımcıların kent imajı ile kent kimliği algılarını göstermiştir. Bu çalışma, turizm soylulaşmasına yönelik yapılan çalışmalar ve turizm soylulaşmasının etkilerini psikolojik faktörler açısından irdeleyen çalışmaların sınırlı olması nedeniyle önemlidir.

Anahtar kelimeler: Turizm Soylulaşması, Soylulaştırma, Kent İmajı, Kent Kimliği.

ABSTRACT
THE EFFECT OF TOURISM GENTRIFICATION ON URBAN IMAGE
AND URBAN IDENTITY: THE CASE OF BOZCAADA

Aysu ŞAHİNTEPE
Çanakkale Onsekiz Mart University
School of Graduate Studies
Master of Science Thesis in Tourism Management
Advisor: Asst. Prof. Oğuz DİKER
24/07/2023, 266

"Tourism gentrification" is a new neologism that describes the process of economic, physical, and socio-cultural change that occurs in cities built or improved for tourism. The fact that empiricist approaches in gentrification theories emphasize consumption while Marxist approaches emphasize capital provides an important link in revealing the change and transformation that occurs in tourism cities. In addition, changes in urban space are a significant determinant of individuals' general and current psychological perceptions. Therefore, it is critical to examine tourism gentrification in terms of urban image and identity. The aim of this study is to discuss the economic, physical, and socio-cultural change processes that have occurred in the urban space of Bozcaada, which has gained rapid momentum in tourism in recent years, from the perspective of tourism gentrification and to determine individual's perceptions of the city image and identity. This study's population is made up of people who live in Bozcaada. Because reaching the universe units is difficult, the snowball sampling method was used. The descriptive analysis thematic method was used to analyze the data collected from 30 participants. The findings were evaluated using the thematic method within the framework of four different themes. The study's findings revealed the effects of tourism gentrification in Bozcaada, as well as the participants' city image and urban identity perceptions. This study is significant because there have been few studies on both tourism gentrification and the effects of tourism gentrification on psychological factors.

Keywords: Tourism Gentrification, Gentrification, City Image, City Identity.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

1.1. Soylulaştırma Kavramı	3
1.2. Soylulaştırma Yaklaşımları	8
1.2.1 Geleneksel Yaklaşım.....	8
1.2.2 Eleştirel Yaklaşım	11
1.3. Soylulaştırma Süreci	14
1.4. Soylulaştırmanın Tarihsel Süreci.....	16
1.5. Soylulaştırıcılar	19
1.6. Soylulaştırma ve Yerinden Edilme	22
1.7. Turizm Soylulaşması	24

İKİNCİ BÖLÜM KENT İMAJİ VE KENT KİMLİĞİ

2.1 İmaj Kavramı	34
2.2 Kent İmajı Kavramı	36
2.3 Kent İmajının Oluşumu	41
2.4 Kent İmajı Kuramı	42
2.4.1 Yollar.....	43
2.4.2 Kenarlar	45
2.4.3 Bölgeler	46

2.4.4 Düğüm/Odak Noktaları	46
2.4.5 İşaret �ğeleri	47
2.5 Kent İmajı ve Turizm	48
2.6 Kimlik Kavramı	53
2.7 Kent Kimliğı Kavramı	55
2.8 Kent Kimliğı Türleri	57
2.8.1 Fiziksel Kimlik	57
2.8.2 Sosyal Kimlik	58
2.8.3 Kültürel Kimlik	59
2.8.4 Tarihsel Kimlik	59
2.8.5 Biçimsel Kimlik	60
2.8.6 Kent İşlevlerinin Ortaya Koyduğı Kimlik	60
2.9 Kent Kimliğı Bileşenleri	61
2.9.1 Çevresel Kimlik Bileşenleri	62
2.9.2 Toplumsal Kimlik Bileşenleri	64
2.10 Kent Kimliğı Değışimi	65
2.11 Kent Kimliğı ve Turizm	66

      B    

ARAşTIRMA Y  NTEMİ

3.1 Araştırma Sahası: Bozcaada	73
3.1.1 Bozcaada'nın Tarihsel Geçmişi	73
3.1.2 Bozcaada'nın Coğrafi Konumu ve Topografik �zellikleri	75
3.1.3 Bozcaada'nın İklimsel �zellikleri	75
3.1.4 Bozcaada'nın Demografik Yapısı ve Geçim Kaynakları	75
3.1.5 Bozcaada'nın Yapay evresi	76
3.1.6 Bozcaada'nın Doğıal evresi	82
3.2 Araştırmanın Amacı ve Varsayımları	83
3.3 Araştırmanın �nemi	85
3.4 Araştırmanın Kuramsal Dayanağı	85
3.5 Araştırmanın Evren ve �rnekleme	86
3.6 Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Süreci	87

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZ

4.1	Demografik Bulgular	89
4.2	Görüşme Bulguları.....	91
4.3	Analiz.....	110
4.3.1	Tema 1: Fiziksel Etkiler	112
4.3.2	Tema 2: Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkiler.....	117
4.3.3	Tema 3: Kent İmajına Etkiler.....	123
4.3.4	Tema 4: Kent Kimliğine Etkiler	129

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1	Sonuç.....	136
5.2	Öneriler	143
5.2.1	Çevresel Öneriler	143
5.2.2	Sosyo-Kültürel Öneriler.....	144
5.2.3	Ekonomik Öneriler.....	144
5.2.4	Alanyazına Öneriler	145
5.2.5	Turizm Sektörüne Öneriler	145
KAYNAKÇA		147
EKLER		I
ÖZGEÇMİŞ.....		XCIII

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Ana Bilim Dalı
BOZTİD	Bozcaada Turizm İşletmecileri Derneği
K1, K2...	Katılımcı 1, Katılımcı 2...
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
TDK	Türk Dil Kurumu



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Soylulaştırmanın sistematik tarihi	17
Tablo 2	Turizm soylulaşmasını anlamak için bir model	28
Tablo 3	Turizm ve yerinden edilme	33
Tablo 4	Kent imajını etkileyen faktörler ve mekan algısı	41
Tablo 5	Turizmde kent imajını oluşturan unsurlar	49
Tablo 6	Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerin tarihleri ve süreleri	88
Tablo 7	Araştırmaya katılım sağlayan katılımcıların demografik dağılımları	90
Tablo 8	Tema 1: Fiziksel etkiler temasının kod dağılımı	112
Tablo 9	Tema 2: Sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerin kod dağılımı	118
Tablo 10	Tema 3: Kent imajına etkilerin kod dağılımı	124
Tablo 11	Tema 4: Kent kimliğine etkilerin kod dağılımı	130

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Soylulaştırmanın Etkileri	7
Şekil 2	Soylulaştırma süreci	15
Şekil 3	Turizm soylulaşması ve yerinden edilme ilişkisi	31
Şekil 4	Kent imajının boyutları	40
Şekil 5	Kent kimliği bileşenleri	62
Şekil 6	Turizm soylulaşması ve kent kimliği değişimi	70
Şekil 7	Bozcaada eski döneme ait bir sokak görüntüsü	76
Şekil 8	Bozcaada'da yer alan şarap fabrikasından eski bir görüntü	77
Şekil 9	Bozcaada yel değirmenine ait eski bir görüntü	78
Şekil 10	Bozcaada iskelesine ait eski bir görüntü	78
Şekil 11	Bozcaada arazi kullanımı	79
Şekil 12	Bozcaada kagir yapı örneği	80
Şekil 13	Bozcaada alt kat kagir, üst kat ahşap yapı örneği	80
Şekil 14	Bozcaada Rum ve Türk Mahallesinde yer alan bir evler	81
Şekil 15	Bozcaada Ayazma plajı	82
Şekil 16	Fiziki çevre ve altyapı değişimlerine yönelik kod haritası	91
Şekil 17	Bozcaada'daki yapıların kullanım amaçlarına yönelik kod haritası	92
Şekil 18	Yaz sezonunda ada nüfusundaki artışa yönelik kod haritası	93
Şekil 19	Kamusal alandaki işletmelere yönelik kod haritası	94
Şekil 20	Gelen turistler ve yerleşikler arasındaki farka yönelik kod haritası	95
Şekil 21	Emlak ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik kod haritası	96
Şekil 22	Turistlerin olumsuz etkilerine yönelik kod haritası	97
Şekil 23	Eski ve şimdiki komşuluk ilişkilerine yönelik düşüncelerin kod haritası	98
Şekil 24	Yerinden edilmeye yönelik kod haritası	99
Şekil 25	Bireylerin üç kelime ile Bozcaada kimliği algılarına yönelik kod haritası	100
Şekil 26	“Kimler adalı olabilir?” sorusuna yönelik kod haritası	101
Şekil 27	Adalılık algıları hakkındaki kod haritası	102
Şekil 28	Bireylerin Bozcaada'ya aitlik hissi hakkında kod haritası	103
Şekil 29	Bireylerin eski Bozcaada düşünceleri hakkındaki kod haritası	104
Şekil 30	Bozcaada'nın özgün kimliği hakkındaki kod haritası	105

Şekil 31	Bozcaada denilince akla ilk gelen ifadeye yönelik kod haritası	106
Şekil 32	Bozcaada'nın güçlü imajı hakkındaki algılara dair kod haritası	107
Şekil 33	Bozcaada'daki ön plana çıkan çekiciliklere yönelik kod haritası	108
Şekil 34	Diğer kentlere kıyasla ön plana çıkan özelliklerin kod haritası	109
Şekil 35	Araştırma bulgularına yönelik genel kod haritası	111



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Başlarda sadece kıyı turizmi ile sınırlı olan turistik hareketlilikler, günümüzde alternatif turizm türlerinin de yarattığı çeşitlilikle kendisini kırsal ve kentsel alanlarda göstermektedir. Özellikle günümüz itibariyle sosyal, ekonomik ve teknolojik erişim imkanlarının artması, medya araçlarının yaygın kullanımı ve küreselleşmenin etkileriyle turistik hareketlilikler bireylerin daha rahat katılabileceği bir aktivite haline gelmiştir. UNWTO verilerine göre 2022 yılında 963 milyon turist dünya çapında turistik hareketliliğin bir parçası olmuştur. Bu veriler artan turizm hareketliliğini gözler önüne sererken, turizm destinasyonlarında meydana gelen etkiler ve değişim süreçleri ayrı bir tartışma konusunu gündeme getirmiştir. Turizm literatüründe, turizmin etkileri uzun yıllardır ekonomik, sosyal ve fiziksel-çevresel boyutlarıyla tartışılmaktadır. Ancak, bu etkiler tek başına bir süreci ifade etmemektedir. Bu yüzden, turizmin etkilerine “soylulaştırma” perspektifinden bütüncül bir yaklaşım sergilemek oldukça önemlidir.

Platon’un da değindiği üzere; bir şehir ne kadar küçük olursa olsun, zengin ve fakir olmak üzere iki parçadan meydana gelmektedir. Soylulaştırma terimi de tam bu noktalar üzerinde durarak, soylu kesimlerin kente gelmesi sonucu kentte oluşan fiziksel, sosyo-kültürel ve ekonomik değişikliklere dikkat çekmektedir. Soylulaştırma kavramı, 1964’lü yıllarda Ruth Glass tarafından, Londra’nın bir mahallesinde yaşanan yeni orta sınıfın yerel halkın mülklerini satın alması ve yerel halkın yerinden edilmesi üzerine ortaya çıkan sınıfsal farklılıkları tanımlamak için ortaya atılmıştır.

İlk dönemlerde sadece kapitalist kentlerde ortaya çıkan ve yerel bağlamda görülen soylulaştırma, günümüzde artık küresel ve “kentsel hiyerarşi”yi karmaşık hale getiren bir olguya dönüşmüştür (Sönmez, 2014: 44). Öyle ki, soylulaştırma içerisinde “turizm soylulaşması” yeni bir neolojizm olarak tartışılmaya başlanmıştır. Turizm soylulaşması en genel tanımıyla; kentsel mekânın, post-turistlere hitap etmesi için dönüşümünü ve bundan kaynaklı olarak görülen fiziksel, ekonomik, sosyo-kültürel etkileri ifade etmektedir.

Tipik bir soylulaştırma sürecinden farklı olarak turizm soylulaşmasında kentsel dönüşüm değil, turizm için inşa edilen kentler görülmektedir. Turizm soylulaşmasının yaşandığı bir kentte turizm hızlı bir ivme kazanmakta ve kent turizm için metalaşmaktadır. Bu durum ise toplumsal ve sosyal yapıda birtakım dönüşümleri gündeme getirmektedir. Eski yapıların restorasyonu, turizm amaçlı yeni inşalar, turistik işletmelerin sayısında artış, arsa-

konut fiyatlarının artışı, yerinden edilme, ticari hayattaki küçük esnafların yeni tip soylulaştırılmış mekanlar ile el değiştirmesi ve ticari hayattaki fiyat artışları turizm soylulaşmasının neden olduğu sonuçlar arasında yer almaktadır.

Değişen kent-toplum yapısı, kent imajı ve kimliği üzerinde sahip olduğu etkiler ile ayrı bir tartışma konusudur. Soylulaştırılmış alanlar turist talebini arttırma eğilimindedir. Bu yüzden kentsel mekân turist beğenisi yaratılarak pazarlanmaktadır. Bu durum da kent imajını doğrudan güçlendiren bir etmen olarak görülmektedir. Kentin sahip olduğu imaj ve kimlik başlıca talebin kaynağını oluştururken özgünlükten uzaklaşmaya yol açmaktadır. Soylulaştırma her ne kadar kent imajını güçlendirse de kent kimliğini doğrudan zedelemektedir. Çünkü, soylulaştırılmış bir mekânda kentsel sistem başlıca dönüşüme uğramaktadır. Turizm için dönüştürülen kentler soylulaştırmayı; dönüştürülen kentlerin benliğinde meydana gelen değişimler kimliklerini; değişen kimliklerin algılanması ise kent imajını yeniden düşünmeyi gerekli kılmaktadır.

Bu tez çalışmanın araştırma sahasını Çanakkale iline bağlı önemli turizm destinasyonlarından biri olan Bozcaada oluşturmaktadır. Bu çalışmanın problemi, araştırmacı tarafından Bozcaada'da gözlemlenmiş olan değişim süreçlerinin turizm soylulaşması ile bağlantısının olup olmadığının belirlenmesi ve meydana gelen bu değişimlere yönelik yerel halkın kent imajı ve kent kimliği algılarını tespit etmektir.

Türkçe ve yabancı literatürde turizm soylulaşması alanında yapılan çalışmalar ve turizm soylulaşmasını psikolojik algı bakımından irdeleyen çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle bu çalışma önemli görülmektedir. Bu çalışma turizm soylulaşması alanında gerçekleştirilen nadir bir çalışmadır. Bu çalışmanın amacı; Bozcaada'da meydana gelen kentsel, ekonomik ve sosyo-kültürel değişimleri turizm soylulaşması perspektifinden irdelemek ve kent imajının turizm soylulaşması ile olan ilişkisini ortaya koyarak geçmiş ve güncel kent kimliği algılarını belirlemektir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm olan giriş bölümünde araştırmayla ilgili bilgilendirme yapılmış, araştırma problemine değinilmiş ve araştırmanın amacı açıklanmıştır. Araştırma problemine ilişkin kavramları açıklayabilmek adına, kavramların irdelenmesi bir gerekliliktir. Bu nedenle giriş bölümünün devamında soylulaştırma ve turizm soylulaşması kavramları irdelenmiştir. İkinci bölüm ana başlığı altında kent imajı ve kent kimliği kavramlarına yer verilmiş olup, bu iki kavram turizm bağlamında tartışılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde; araştırmanın amacı, önemi, kuramsal dayanağı ve temel varsayımları ifade edilmiştir. Dördüncü bölümde, katılımcılardan elde edilen bulguların kod

haritaları verilmiş olup devamında tematik yöntem ile belirlenen dört farklı tema ile bulguların analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın son bölümü olan beşinci bölümde ise araştırmadan elde edilen sonuçlar ile önerilere yer verilmiştir.

1.1. Soylulaştırma Kavramı

1964'lü yıllardan itibaren literatürde yer bulan soylulaştırma kavramı, bireylerin işçi sınıfı yerel halkın yaşadığı tarihi mahallelere karşı olan talepleri ile yapıların restore edilmesi ve sonrasında soylulaştırıcıların bölgeye olan etkileri doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Genel olarak soylulaştırma “bir kentte ya da mahallede yeni orta sınıfın konut ve arsa talepleri sonucu işçi sınıfı yerel halkın mülklerinin el değişimini ve yerinden edilmesini kapsayan, bunun sonucunda ise kentte ortaya çıkan fiziki, ekonomik ve sosyo-kültürel boyuttaki değişimleri” ifade etmektedir. Bu olgunun en can alıcı noktasından biri sadece sosyal değişimi içermesi değil, aynı zamanda mahalle konut stokunda fiziksel değişim ile arsa ve konut piyasalarında ekonomik bir değişimi de içermesidir (Smith, 1978: 463).

Genel bir kabul olarak, soylulaştırma kavramını literatüre kazandıran kişi 1964 senesinde yayımlanan “London: Aspect of Change” adlı kitabıyla Ruth Glass'dır. Ancak, Neil Smith kavramın 1850'li yıllarda Charles Baudelaire'nin “The Eyes of Poor” adlı şiirinde kavramın geçtiğine değinmektedir; şiir bulvarda yeni açılan bir kafenin sahip olduğu ışıltılı tasarımı, bu noktada bulunan zengin insanları, 40 yaşlarında fakir ve elinde tuttuğu çocuğuna “dadılık” yapan bir babayı ve onların bu kafeyi hayran bir şekilde izlemesini dizelere dökerek, şairin sevgilisi ile yaşadığı yabancılaşmayı anlatmaktadır (Bilecen, 2019: 12). Bunun yanında, “soylulaştırılmış” kelimesinin 1959 yılında North Kengiston'da gerçekleştirilen bir konut çalışmasında kullanıldığına yönelik görüşler de mevcuttur (Lees vd., 2008: 4).

İngilizce'de “gentrification” çevirisine sahip olan soylulaştırma, Türkçe'de “mutenalaştırma”, “seçkinleştirme”, “nezihleştirme”, “burjuvalaştırma”, “sosyal ve mekânsal yenileme” kelimeleriyle de eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Etimolojik olarak “gentry” sözcüğünden türetilen kelime, ortaya çıktığı İngiltere Viktorya dönemindeki, aristokrat kesimin altındaki ve sosyo-kültürel olarak iyi konumda olan bireyleri nitelendirmektedir. Ayrıca, kavram ilk ortaya atıldığı dönemlerde literatürde “whitepainting, inner-city, resurgence, brownstoning, upgrading, reinvestment, rejuvenation, renaissance, back to the city movement, resettlement” gibi kelimelerle de karşılık bulmuştur (İslam, 2003:

7). Olgunun bu çok yönlü kavramlarına dair fikir vermek adına Lees vd., (2008) her terimin kendi içerisinde tarihsel bir geçmişinin olduğunu ifade etmektedir;

“...New York'ta buna 'brownstoning' deniyordu; Baltimore'da 'homesteading'; Toronto'da 'whitepainting' ya da 'whitewalling'; ve San Francisco'da 'red-brick chic'. Williams'ın (1986) iddia ettiği gibi, birçok Amerikalı analist soylulaştırma teriminden rahatsız olmuş ve bunun yerine “şehre dönüş hareketi”, “mahallenin yeniden canlandırılması” gibi etiketleri tercih etmiştir... Her terimin kendi küçük tarihi vardır. Örneğin, 'brownstoning' terimi New York'taki kumtaşı hareketinden geldi...” (Lees vd., 2008: 6).

Kavramı ilk ortaya atan kişi olarak bilinen Ruth Glass (1963) Nazi Almanyası'nda bir mülteci, bir Marksist ve kent sosyolojisinin önde gelen isimlerinde biri olarak kabul edilmektedir (Lees vd., 2008: 4). En ses getiren eserlerinden biri ise soylulaştırmanın kentsel mekânda ortaya çıkardığı etki ve sonuçları açıklamak üzere yazdığı “London: Aspect of Change” adlı kitap olmuştur. Glass bu kitabında, Viktorya döneminde gözlemlediği Londra'da işçi sınıfının oturdukları konutların, üst sınıf tarafından dönüştürülüp lüks hale getirilmesiyle beliren, konut ve sınıfsal mücadele neticesinde emlak fiyatlarında meydana gelen artış ve işçi sınıfının yerinden edilmesi sonucu, soylulaştırma terimini kullanmıştır. Glass (1963) süreci şu sözlerle ifade etmiştir;

“Birer birer, Londra'nın işçi semtlerinin birçoğu orta sınıflar-üst ve alt- tarafından işgal edilmektedir. Eski püskü, mütevazı ahırlar ve kulübeler –üst katta iki, alt katta iki odalı- kira kontratlarının süresi dolduğunda ele geçirilmiş, şık ve pahalı konutlar haline gelmişlerdir. Daha önce ya da son dönemde eskimiş olan daha büyük Viktorya evleri- oda oda kiraya verilen ya da birden fazla hane tarafından kullanılan evler- tekrar iyileştirilmiştir. Bir mahallede bu soylulaştırma süreci bir kez başladığında, özgün işçi sınıfı kullanıcılarının tamamı ya da çoğunluğu yerlerinden edilene ve mahallenin toplumsal karakteri tamamen değiştirilene kadar hızla devam eder” (Glass, 1963'ten aktaran Smith, 2006: 20).

Soylulaştırma tanımını rehabilite süreci olarak nitelendiren Smith (1982) Ruth Glass ile benzer şekilde soylulaştırmayı açıklamıştır;

“Soylulaştırma ile ben işçi sınıflarının yaşadıkları mahallelerin orta sınıf ev alıcıları, yatırımcılar ve profesyonel konut geliştiriciler tarafından rehabilite edildiği bir süreci kastediyorum. Soylulaştırma ile yeniden yapılaşma arasında kuramsal bir ayrım yapıyorum. Yeniden yapılaşma eski dokuların rehabilitasyonunu değil, yapılı çevre üzerinde yeni binaların inşa edilmesini içerir” (Smith, 1982: 139).

Hamnett (1984) soylulaştırmayı “alacakaranlık alanların işgali” olarak nitelendirmektedir. Butler ve Hamnett (2009) ise soylulaştırmayı, daha önce işçi sınıfına ait olan alanların “ehlileştirilmesi” olarak tanımlamakta ve soylulaştırmanın konut, işgücü piyasaları, ağdaş kentsel değişim, ekonomi, sınıf, etnisite ve g konularını bir araya getirdiğine değinmektedir.

Diğer yandan, kavramın popüler bir kelime olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde köklü sözcükler arasına kabul edilmiş olması da şaşırtıcı olarak karşılanmaktadır. 1982 senesinde American Heritage sözlüğü soylulaştırma tanımını; “işçi sınıfı halkın yaşadığı eskimiş yapıların orta ve st sınıf tarafından yenilenmesi” olarak yapmıştır. Oxford Amerikan sözlüğü ise soylulaştırmayı; orta sınıfın kentsel bölgelere taşınması neticesinde konut değerlerinde yaşanan artış ve sonucunda düşük gelirli ailelerin bu bölgelerden sürülmesi olarak tanımlamıştır (Smith ve Williams, 2015: 11).

Soylulaştırma kavramının dünya çapında ses getiren bir olgu haline dönüşmesi, onun kentlerde hızlı yayılım göstermesinden ve belirgin etkileri ortaya çıkarmasından kaynaklanmıştır. Lees vd., (2008) soylulaştırmanın ortaya çıkışını savaş sonrası gelişen kapitalist kentlerin başlattığını savunmaktadır. Buna göre, soylulaştırmanın ilk görüldüğü kentler 1950’lerde Boston, Washington DC, Londra ve New York gibi metropollerdir. Moran’a (2007) göre ise “1950’lerin başından itibaren, Londra’nın iç yerleşim bölgeleri, o zamanlar adı olmayan bir fenomen tarafından dönüştürülmeye başlamıştır. Başkentın genç profesyonel sınıfları, kendilerini Hampstead, Highgate ve Chelsea gibi yerleşik orta sınıf bölgelerinin dışında, uygun yerlerdeki çekici dönem evlerinin bulunduğu, ancak çoğu zaman yenileme ihtiyaı olan ve çok daha fakir bölgelerin olduğu bölgelere taşınmaya başlamıştır.”

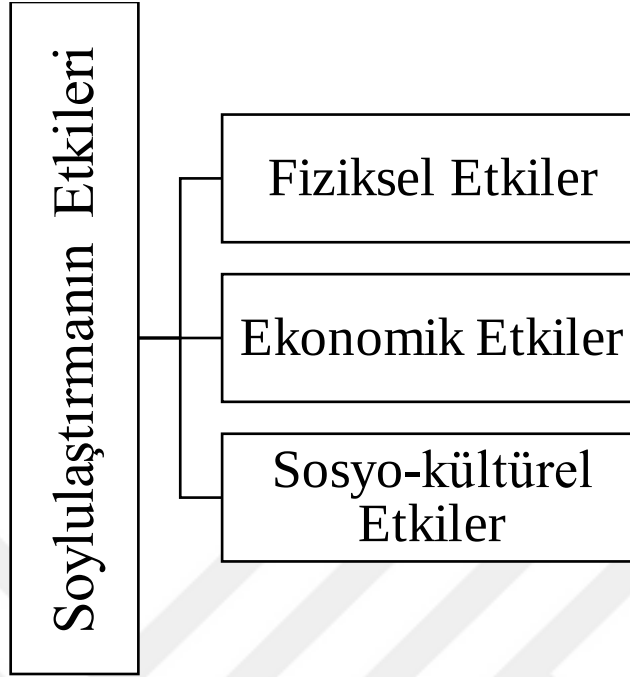
İlerleyen tarihlerde ise soylulaştırma sadece kapitalist kentlerde ortaya çıkan bir olgu değil, pek çok kentin yaşadığı bir sürece dönüşmüştür. 1960’lı yıllarda hız kazanan soylulaştırma, 1970’li yıllarda Avrupa, Kuzey Amerika, Avustralya ve evre ülkelerde etkili olmuştur (Smith, 1996’dan aktaran çeker ve Belge, 2015: 79). 1980 ve 1990’lı yıllara gelindiğinde ise soylulaştırma küreselleşerek, Batı Avrupa’dan Amerika’ya, Mumbai’den İstanbul’a ve pek çok kente kadar yayılmıştır (Altıntaş, 2016: 117). Soylulaştırmanın hızlı ilerleme süreci, Davidson ve Lees tarafından kent-kırsal ikileminin çökmesine dayandırılmıştır. Yazarlara göre, kentleşme süreciyle kırsal alanlardan kentsel alanlara göç eden bireyler, kentlerde birtakım farklılıkların kaynağıdır. Yazarlar bu süreci aşağıdaki gibi ifade etmektedir;

“Soylulaştırma ‘planı’ dünya çapında seri üretiliyor, kitlesel pazarlanıyor ve kitlesel olarak tüketiliyor. Kent-kırsal ikilemi çöktüğü için... dünyanın önemli bir kısmı giderek kentlileştiği ve kentsel yaşam tarzını arzuladığı için bazı üçüncü dünya şehirleri ve birinci dünya banliyö ve kırsal bölgeleri bile soylulaştırmayı yaşıyorlar.” (Davidson ve Lees, 2005’ten aktaran Lees vd., 2008).

Elbette kentlere olan talep devam ettikçe kentler ve toplumlar değişmeye devam edecektir. Davidson ve Lees yukarıdaki sözleriyle kent yaşantısının git gide önem kazandığını vurgulamıştı. Tallon ise kentlerin kırsal alanlarda yaşayan bireyler için çekici bir hale dönüşmesini beş madde ile özetlemiştir. Yazara göre soylulaştırmayı açıklamaya yönelik küresel faktörler şunları içermektedir (Tallon, 2010’dan aktaran Başyazıcı, 2012: 201);

- Değişen demografik yapı nedeniyle konut ihtiyacının artması,
- İş imkanlarının kent merkezinde, konut imkanlarının ise banliyöde bulunmasından dolayı iş-ev mesafesinin artması,
- Banliyölerin gençlere sıkıcı gelmesi
- Yaşam standartlarının banliyölerdeki 3 odalı müstakil ev anlayışından uzaklaşması,
- Kent merkezlerinin ucuz mekân, hızlı ulaşım ve sanat aktiviteleri imkânı sunması.

Görüldüğü üzere, kentlere olan talebin ve kentsel yaşam tarzına olan arzunun artması süreci tetikleyen bir etmen olarak görülmektedir. Elbette, bireylerin kentlerde yaşama istekleri arasında çeşitli nedenler yer alabilir. Yeni orta sınıfa sunulan iş gücünün kentsel alanlarda toplanması, kırsal alanların yeni orta sınıfa sıkıcı gelmesi, kentlerin yeni orta sınıfa pek çok alanda daha fazla imkân sunması bu nedenler arasındaki yerini almaktadır. Ancak, bireyler kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru göç ettikçe, kentlerin demografik yapısını etkilemekle birlikte çoğu dinamiği yeniden şekillendirmektedir.



Şekil 1. Soylulaştırmanın etkileri

Şekil 1’de görüldüğü üzere temel olarak soylulaştırmanın ortaya çıkardığı etkiler, kentlerde yeni orta sınıfın işçi sınıfın eski konutlarını satın alması ve sonrasında bu konutları iyileştirmesiyle başlayan fiziksel bir süreci ifade etmektedir. Soylulaştırmanın fiziksel etkileri, soylulaştırılmış yapıların yeni orta sınıfın ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanmasını içermektedir. Yeni orta sınıf başlıca tüketim tercihleri bakımında yerel halk ile ayrılmaktadır. Bu durum da konut yapılarında gözle görülebilir bir etkiyi ifade etmekte ve yeni mekânsal çevrenin yaratılmasına neden olmaktadır.

Diğer yandan ekonomik etkiler ise arz ve talep yönlü tartışmaların ana kaynağıdır. Yeni orta sınıfın kentlerde köhneleşmiş mahallelere olan talepleri konut ve arsaların fiyatlarını arttırırken, yaşanan banliyöleşme süreciyle “rant farkı” gündeme gelmektedir. Bunların yanında kentteki değişen tüketim tercihleri hizmet anlayışını da yeniden şekillendirmekte ve ticari hayattaki fiyatlarda yükselişe sebep olabilmektedir. Örneğin, yerel halkın işlettiği küçük esnaf işletmelerinin yerini tanınan marka ve zincir işletmelerinin alması uluslararası bir bütünleşmenin yanı sıra soylulaştırmanın meydana getirdiği etkileri de içermektedir.

Ayrıca soylulaştırma sürecinin sosyo-kültürel boyutlarıyla tartışılması kentteki sınıfsal ve kültürel farklılığa sahip olan iki grubun varlığını ifade etmektedir. Bu iki grup gerek ekonomik gerekse de yaşam tarzı bakımından farklılık gösterebilmektedir. “Soylulaştırma, yeni kullanıcıların önceki kullanıcılardan daha yüksek bir sosyo-ekonomik statüye sahip olacağı şekilde arazi kullanıcılarının nüfusunda bir değişikliği ve sabit sermayeye yeniden yatırım yoluyla yapıli çevrede ilişkili bir değişikliği içeren süreçtir. Sosyo-ekonomik statüdeki fark ne kadar büyük olursa süreç o kadar fark edilir. Özellikle de yeni kullanıcılar ne kadar güçlü olursa, yapıli çevrede buna eşlik eden değişiklik o kadar belirgin olacaktır...” (Clark, 2005’ten aktaran Butler, 2007: 166).

1.2. Soylulaştırma Yaklaşımları

Soylulaştırma demografi ve kültür boyutlu tartışmalar ile geleneksel yaklaşımı oluştururken, ekonomi ve emlak boyutlu tartışmalar ile de eleştirel yaklaşımı oluşturmaktadır. Geleneksel yaklaşım daha çok ilk dönem çalışmalarını açıklamada yeterli bulunmaktadır ve bireyin tüketim tercihleri ile mekân arasındaki bağlantıya değinmektedir. Eleştirel yaklaşım ise politik iktisadi bakış açısı temeline kurulmuştur. Bu yaklaşımda sermayenin banliyöleşmesi ön planda olup tüketici arka planda tutulmaktadır.

1.2.1 Geleneksel Yaklaşım

Geleneksel yaklaşım neo-klasik yer seçimi kuramlarına dayalı bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım genel olarak tüketicilerin ve yerel halkın kültürleri, yaşam tarzları, demografik özellikleri, toplumsal konumları, kentsel süreçteki yerleri ve kentleri etkileme/etkilenme şekillerini ele alınmaktadır. Farklı bir deyişle, ampirik gelenek soylulaştırmayı geniş bir perspektif ile toplumsal, demografi ve kültür çerçevesi içerisine yerleştirmektedir ve tüketime öncelik veren bir tezi savunmaktadır. Bu tez genellikle aile yapısının değişmesine, kadınların emek gücüne katılmasında artış yaşanmasına ve eğitilmiş orta sınıfın genişlemesine dair analizleri ortaya koymaktadır (Smith ve Williams, 2015: 16).

Geleneksel yaklaşım, kent sosyolojisinin ön planda olduğu bir yaklaşımdır. Kent sosyolojisinde ise akla ilk gelen isimlerden biri Robert Park’dır. Birinci Dünya Savaşı’ndan 1930’lu senelere kadar uzanan süreçte Robert Park, Ernest Burgess, Roderick McKenzie ve Louis Wirth’in oluşturduğu “Chicago Okulu” tarafından yapılan çalışmalar literatür için

oldukça önem taşımaktadır. Chicago Okulu'ndaki kentsel araştırmaların iki odak noktasını belirtmek gerekirse; birinci olarak mekânsal düzenin toplumsal ilişkilere etkisi ve kentlilerin yaşam tarzı irdelenmekte, ikinci olarak ise geleneklerin oluşturduğu kültürel yaşam tarzı üzerinde durulmaktadır (Alkan ve Duru, 2002).

Bunun yanında, okulun geliştirmiş olduğu “Ekolojik Kent Kuramına” göre gerçekleşen göçler sonucu oluşan çöküntü bölgeleri, insanın doğası ile alakalıdır ve kaçınılmazdır. Doğaya dayandırılan ve bazı yasalara bağlı kalarak ortaya atılan kuram, kenti sistematik bir temelde açıklamaya çalışmaktadır (Serter, 2013: 70). Bunları takiben, mekân ekonomisi ve bölge bilimi perspektifinden neoklasik teoriyi “mekansallaştırmaya” yönelik ve kentsel arazi piyasası analizlerini yaygınlaştıran kentsel çalışmalarında yapıldığı bilinmektedir, fakat yeni kentsel yapılanmaları açıklamada bu yaklaşım ne yazık ki yetersiz kalmaktadır (Smith ve Williams, 1986'dan aktaran Şen, 2005: 134).

Geleneksel yaklaşım içerisinde yapılan ilk dönem çalışmalarında, soylulaştırma kavramı genellikle kentsel değişim ve kültürden kaynaklı ortaya çıkan sosyal ve sınıfsal farklılıklar arasındaki bağlantıyı vurgulamaktadır. Buna göre, insan ve kentsel mekân arasındaki ilişkiler kentin biçimlenmesinde önemli bir öncüdür ve yeni orta sınıfın demografik özellikleri ile kültürel tercihleri bakımından önem taşımaktadır. Bu yüzden daha çok soylulaştırmanın başladığı yer, başlama şekli, yeni orta sınıfın kim olduğu ve süreci nasıl yönlendirdiği geleneksel yaklaşımın çalışma alanını oluşturmaktadır. Castells (1983)'den aktaran Williams (2015) kentsel mekân ve insan arasındaki ilişkiyi şu sözlerle açıkça yakalamaktadır;

“Kentler, tüm sosyal gerçeklik gibi fiziksel varlıklarının yanı sıra kültürel anlamları, sosyal örgütlenmedeki ve insanların yaşamlarındaki rolleri açısından tarihsel ürünlerdir. Kentsel değişimin temel boyutu, kentsel anlam üzerine toplumsal sınıflar ile tarihsel aktörler arasındaki tartışma, sosyal yapıda mekânsal biçimlerin önemi ve tüm sosyal yapı ile ilişkili olarak kentlerin bağlamı, hiyerarşisi ve kaderidir” (Castells, 1983'ten aktaran Williams, 2015: 96).

Geleneksel yaklaşımın son dönem çalışmalarını ise talep yönlü tartışmalar oluşturmaktadır (Sam, 2010: 138). Bu yaklaşımda, arsa ve konut piyasasında talep yaratan tüketici ön plandadır. Kayasü ve Yetişkul (2013)'a göre talep yönlü tartışmalar Alonso'nun (1964) “bid rent” modeline dayanmaktadır. Bu modele göre, ekonomik olarak sınıfsal farklılıklara sahip olan bireylerin bir kent içerisinde yerleşim yeri tercihlerinin nasıl olduğu ve bu tercihlerin nasıl değişim gösterdiği açıklanmaktadır. Talep yönlü tartışmalar,

çoğunlukla İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanan nüfus patlaması ve nüfusun yapısında gerçekleşen değişimler ile bunun sonucu olarak bireylerin tercihlerinde görülen farklılıklar üzerine odaklanmaktadır (İslam, 2009: 13). Soylulaştırıcı kesimin kimler olduğu bu yaklaşımın temelidir ve küresel kültür taşıyıcı olan yeni orta sınıfın önemi üzerinde durulmaktadır (Kurtuluş, 2003'ten aktaran Sam, 2010, 138). Çoğu yazara göre, soylulaştırmanın ortaya çıkma nedenlerinden biri bebek patlaması olarak da bilinen nüfusun hızla artış göstermesidir. Buna göre soylulaştırma eğitim, sağlık ve iktisadi zenginliklerden yararlanmakta ve sahip olduğu etkileri sosyal, siyasal, fiziksel çevrede göstermektedir. Bu durum Blum'ın aşağıdaki sözleriyle daha iyi anlaşılmaktadır (Williams, 2015: 109);

“Peyzajı kendi ihtiyaçlarımıza uygun hale getirdik. Sosyo-ekonomik durumumuz bize harcama gücü, böylece zamanında ırksal ve etnik özellikleriyle belirlenmiş mahalleleri dönüştürme gücü verdi. Siyahlar, Yahudiler ve İrlandalıları dağıldı ve yerlerini biz bebek patlaması çocukları aldık” (Williams, 2015: 109).

Blum'ın sözlerinden anlaşıldığı üzere, geleneksel yaklaşımda çoğunlukla soylulaştırıcı grupların kim olduğu ve bu grupların kültürel tercihleri ile tüketim davranışlarının ön plandadır. Ayrıca, geleneksel yaklaşımda literatür için önemli bir çalışma olan Ley'in (1986) “Alternative Explanations for Inner-City Gentrification: A Canadian Assessment” adlı çalışmasında soylulaştırmanın toplumsal boyutu vurgulanmaktadır. Ley soylulaştırma için dört çeşit açıklama varsaymaktadır. Bunlar demografik değişim, konut piyasası dinamikleri, kentsel olanaklar ve ekonomik değişiklikleri kapsamaktadır (Smith, 1978: 462). Ley sanayi sonrasında gerçekleşen toplumsal gelişmenin, kentsel arsaların farklı kullanımlara sunulmasının altındaki nedenin ve önceliklerin değiştiğini belirtmektedir. Bu sava göre, sanayi kentlerinde üretim amaçlı kullanımın yerini artık belirli tüketim unsurları, zevk ve estetikler almıştır. Soylulaştırma, tarihsel olarak yeni bir evreyi ve tüketimin üretime önceliğini göstermiştir (Smith ve Williams, 2015: 17). Ley'in yukarıda bahsedilen çalışmasına göre soylulaştırıcılar kültürel değerleri ve buna bağlı olarak sergiledikleri tercihleriyle açıklanabilmektedir. Çünkü Ley'e göre soylulaştırmanın coğrafyası, soylulaştırıcıların kültürel tercihleri ve demografik özelliklerine göre kentsel mekânın farklı yansıtılmasına sebep olmaktadır. Ley genel olarak çalışmasında şu bilgileri aktarmaktadır;

Özellikle soylulaştırmanın ilk aşamalarında görülen avangard sanatçılar, eşcinsel topluluklar ve aktivist siyasi derneklerin kültürlerarası yaşam tarzlarıyla ilişkilendirilmesi tesadüf olarak karşılanmamaktadır. Sosyal çeşitliliğe sahip topluluklara katılım, şehir içi soylulaştırıcıların belirtilen bir hedefidir. Diğer yandan, özellikle 1971 ve 1981 seneleri

arasında hizmet sektöründe gerçekleşen istihdam artışı, kaynak ve imalat sanayisine göre dört kat fazladır ve yaşanan bu toplumsal değişimler direkt olarak kentsel sisteme aktarılmaktadır. Özel ve kamu sektörü çalışanları, profesyoneller, üniversite ve hastane personelleri, sanat ve medya işleriyle uğraşanlar dahil olmak üzere şehir merkezinde hızla büyüyen iş gücü üretilmektedir. Ayrıca, 1970’lerde banliyölerde yeni konut stoklarının fiyatlarının yükselmesi ve ipotek-faiz oranları gibi sorunlardan dolayı bireyler ikinci bir tercih yoluna başvurarak, şehir merkezlerinde küçük ve ucuz yeni konutları tercih etmişlerdir. Bu noktada, yeni konut inşaatının yeni hane oluşumuna oranı önemlidir ve yeni birimlerin arzı talebe göre düşüş gösterdiğinde, tüketiciler şehir içi tercihlerde bulunmaktadır. Tüm bu durumlar ise kent merkezlerinde talep fazlalığına sebep olmaktadır (Ley, 1986: 522-524).

1.2.2 Eleştirel Yaklaşım

Eleştirel yaklaşımı arz yönlü politik ve iktisadi bakış açısının etkin olduğu çalışmalar oluşturmaktadır. Bu yaklaşımın temelini tüketici değil sermaye oluşturmaktadır. Yani bu yaklaşımda üreticilere yönelim görülmektedir. Smith’e göre soylulaştırma süreci insanların değil sermayenin kent merkezine dönmesi ile ilişkilidir ve süreçte kamu kurumları, inşaat firmaları, emlak geliştiricileri, arsa sahipleri ve finansal araçlar da rol oynamaktadır (“Halkla ilişkilerde imaj yönetimi, t.y”).

Temel olarak kapitalizmin eşitsiz olarak gelişimine yönelik söylemlerin olduğu bu yaklaşımda, Harvey (1997) kentsel mekânda ortaya çıkan soylulaştırılmış değerlerin kapitalist güçler tarafından ele geçirilmesiyle eşitsizliklerin ortaya çıktığını ve bunun en çarpıcı örneklerinin “çöküntü bölgeleri olduğunu belirtmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında, bireylerin banliyölere yönelim göstermesi soylulaştırmayı mekânsal ve toplumsal ayrıştırmadan farklı olarak göstermiştir (Sam, 2010: 140). Banliyöleşme, yatırımdan mahsur kalan bölgelere yeni konut stoku sağlamıştır. Ancak, bu süreçte arsa ve konut fiyatlarının artmasına rağmen talep de artış göstermeye devam etmiştir.

Eleştirel yaklaşım literatüründe önemli bir yere sahip olan Neil Smith, bu durumu “sermayenin banliyöleştirilmesi” olarak açıklamış ve “Kentın Mutenalaştırılması” adlı kitapta, soylulaştırma sürecinin aşağıdaki başlıklar ile gerçekleştiğine değinmiştir;

a) Banliyöleşme ve rant farkının ortaya çıkışı

Smith'e (2015) göre, sermayenin banliyöleştirilmesinin arkasında pek çok fazla gücün etkisi olmuştur. Fakat, sürecin odak noktasını kent merkezinin dışında kalan ucuz arsaların varlığı oluşturmıştır (Smith, 2015: 39). Banliyöleşme genel olarak kentsel mekandaki sermayenin dışarıya doğru yayılması ve merkezileştirilmesidir. Böylelikle köylerin kentlere, kentlerin metropollere dönüştüğü gözlemlenmektedir.

Eleştirel yaklaşımın en önemli adımını Smith'in geliştirdiği “rant farkı” teorisi oluşturmaktadır. Soylulaştırma fiziksel olarak arsa ve konut piyasalarındaki ekonomik değişim demektir (Smith, 1978: 463). Smith soylulaştırmayı insanların kent merkezine dönüşü olarak değil, sermayenin dönüşü olarak görmüş ve bir gayrimenkulün şu anki değeri ile gelecekte sahip olacağı değer arasındaki farka dikkat çekmiştir (Bıçkıcı ve Özgökçeler, 2012 :28)

“Banliyö, sanayi, konut, ticaret, eğlence ve dinlence faaliyeti geliştirmek için sermayenin dışı doğru taşınması banliyö ve kent içi toprak rantı düzeylerinde iki taraflı bir değişikliğe yol açar. Yeni yapıların artmasıyla banliyölerdeki arsa fiyatları yükselince, kent içi arsaların nispi fiyatı düşer. Kent içi bina stokunun bakımına ve onarımına gitgide daha düşük sermaye miktarları ayrılır. Bu da kent içinde mevcut (durgun) arsa kullanımından sermayeye eklenen gerçek toprak rantı ile “en yüksek ve en iyi” kullanımdan sermayeye eklenebilecek potansiyel kira arasında *rant farkı* adını verdiğimiz durum açığa çıkarır” (Smith, 2015: 39-40).

b) Sanayisizleşme ve beyaz yaka ekonomisinin gelişmesi

Sanayisizleşme kavramı, sanayi üretiminin azalması ve böylelikle bu sektörlerde meydana gelen istihdam kaybını ifade etmektedir. Smith (2015) sanayisizleşme ve beyaz yaka ekonomisinin gelişimini şu sözlerle açıklamaktadır;

“Kent içi sermayede meydana gelen değer kaybıyla birlikte belirli sektörler ve arsa kullanımları diğerleri göre daha fazla gerileme kaydeder. Bu durum, istihdam yapısında meydana gelen değişimlerinin birer sonucunu ifade etmektedir. Özellikle ileri kapitalist ekonomilerde (Japonya hariç) sanayisizleşme süreci gözlemlenirken, üçüncü dünya ülkelerinde tam tersi bir şekilde sanayileşme gözlemlenmiştir. 1960’larda sanayi sektöründe istihdam eden personel sayısında ciddi düşüşler yaşanmıştır. Bu sebepten dolayı ise üretim

bölgeler arasında orantısız olarak gerçekleşmiştir. Özellikle çoğu kentte modern üretim artışı görülürken, bazı kentlerde üretime yatırım azalmıştır. Yaşanan bu sanayisizleşme sonucunda ise diğer ekonomik sektörlerde, beyaz yaka ve hizmet sektörü istihdamında artış yaşanmıştır. Bu istihdam türleri genellikle büro, iletişim ve perakende işlerinden idari, profesyonel ve araştırma ile ilgili mesleklerden oluşmaktadır. Sanayisizleşme ve beyaz yakalıların varlığı, rant farkının gelişmesinde rol oynayan bina stoku, arsa kullanımı ve yeniden geliştirme yapılan yerlerde arsa kullanım türlerini açıklamaktadır.”

c) Mekânsal Merkezileşme ve Sermayenin Ademi Merkezileştirilmesi

Liberal ideolojilere göre merkezsiz olmak en iyi yönetim türüdür. Smith ise bu durumu soylulaştırma perspektifinden aşağıdaki sözler ile açıklamaktadır;

“Kapitalizm ile sermaye birikimi toplumsal bir gereklilik olmuştur. Sermayenin merkezileştirilmesi, mekânsal merkezileştirme ve yerelleştirme diyalektiğini de beraberinde getirmiştir. 19. yy’da küresel olarak sermayenin yayılması yerelleştirmenin en açık tezahürü olarak görülmektedir. Kent metropolünün gelişimi ise mekânsal merkezileşmenin en belirgin ürünüdür. Merkezileşme, tesis boyutu ve ulusal sermayelerde gerçekleşir. Ayrıca geleneksel kuramcılar ise “yığılma ekonomileri” üzerinde durur. Bugün yığılma ekonomileri, farklı işleyişleri ile mekânsal sonuçlara neden olmaktadır. En belirgin olarak ise beyaz yakalıların sayısında yaşanan artışla hızla değişen konumsal örüntüler içermesidir. Beyaz yakalılar ile ilgili sorun ademi merkezileştirme eğilimiyle ofis ve beyaz yakalı iş yerlerinin banliyölere taşınmasıyla görülmektedir” (Smith, 2015: 43-47).

d) Azalan Kâr Oranı ve Sermayenin Döngüsel Hareketi

“Sermayenin birikimi patlama dönemleri ve krizlerden oluşan döngüsel bir süreci ifade etmektedir. Rant farkı ise genişleme ile gelişim göstermektedir. Böylelikle sermayenin banliyölere akması ve kent merkezi ile kent içi alanlarda yaşanan değer kaybı bir arada gerçekleşmektedir. Sermaye, kâr oranının yüksek olduğu ve toprak rantının spekülasyon yolu ile mahsup edildiği yapılı çevreye geçme yöneliminde bulunmaktadır. İki durumun birleşmesiyle ve rant farkının ortaya çıkması ile yeniden yatırım olanağının sağlandığı genişleme sürecinin sonuna doğru sermaye eş zamanlı yapılı çevrede çıkış noktası arama yöneliminde bulunmaktadır” (Smith, 2015: 48).

e) Demografi Değişiklikler ve Tüketim Örüntüleri

“Bebek patlamasını oluşturan kuşağın olgunlaşması, kadınların iş gücündeki yerinin artması ve hane sayılarının düşmesi ile kentli bekarların artması soylulaştırmanın arkasındaki gerçek etmenler olarak görülmektedir. Nüfus ve yaşam tarzında meydana gelen değişiklikler ucuz restoran zincirleri yerine neden lüks restoranların, esnafların yerine neden son moda giyim ve gıda dükkanlarının, ‘kart geçmez sadece nakit’ ifadesi yerine neden American Express işaretlerinin çoğaldığını açıklar niteliktedir” (Smith, 2015: 50).

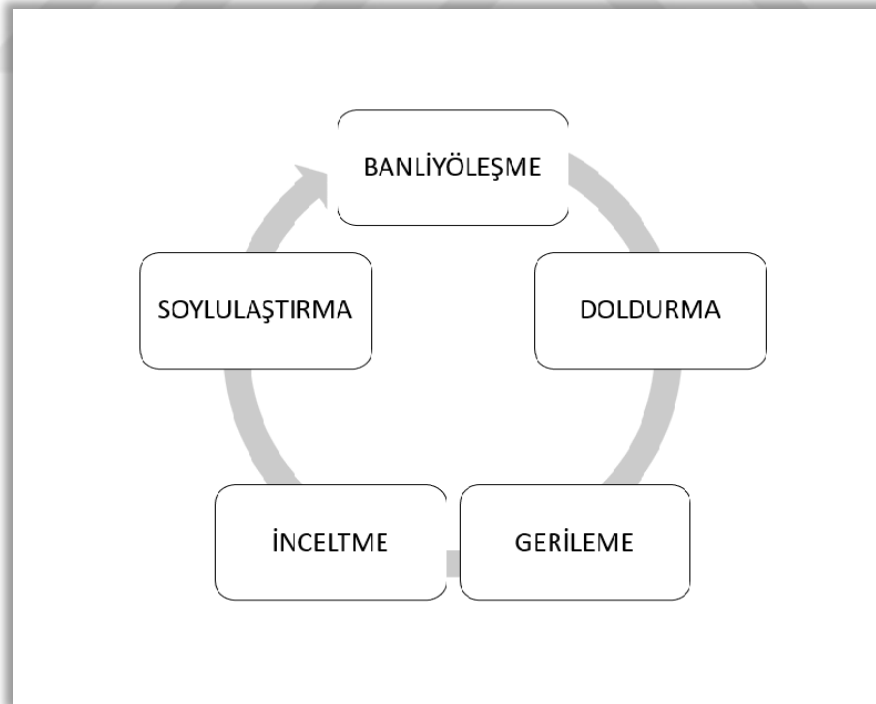
1.3. Soylulaştırma Süreci

Soylulaştırmaya dair ilk sınıflandırma çabası Philip L. Clay tarafından gerçekleştirilmiştir (Bilecen, 2019: 18). Brenna Darling, Clay’in Amerika kentlerinde ortaya çıkan soylulaştırmanın dört aşamada geliştiğini savunmaktadır. Bu makalede anlatılan bilgilere göre “öncü” aşamasında az miktarda “yaratıcı tip” mahalleye gelmektedir ve yaratıcı tipler beraberinde kente bir miktar finansal ve sosyal sermaye getirmektedir. Ayrıca bu aşamada, soylulaştırıcılar özel finansmanları ile satın aldıkları mülkleri yenilemektedir. Fakat bu aşamada mülklerin çoğunluğu boş olduğu için az sayıda yer değiştirme/yerinden edilme gerçekleşmektedir. “Genişleyen soylulaştırma” aşamasında, mahallenin orta sınıf tarafından yaşanabilir bir alan olduğuna dair fikirler ortaya çıkmaktadır. Üçüncü aşama “yerinden edilme” olgusunun ve “riskten kaçınan” soylulaştırıcıların devreye girip, kiraların arttığı bir aşamayı ifade etmektedir. Bu aşamada, konut stokuna yatırım yapmaya devam edildikçe mahallenin fiziksel karakteri değişmeye devam etmektedir ve kiralar arttıkça sınıf gerilimleri belirgin şekilde kendini göstermektedir. Son olarak dördüncü aşamada ise finans kurumları ve geliştiriciler mahalleyi bir fırsat olarak görmektedir. Bu aşamada, yüksek gelirli bireyler mahalleye taşınmaktadır ve pek çok orijinal sakin ile öncü soylulaştırıcılar yerinden edilmektedir (“Brenna Darling”, 2022).

Maurrasse ve Bliss (2006) ise soylulaştırma sürecini açıklamak için yedi aşama sunmaktadırlar;

1. **Taban düzeyinde örgütlenme:** Sakinlerin sokaklarını temizlediği, kamu görevlilerinin ise topluma karşı sorumlu tutulduğu vb. etkilerin yaşandığı aşamadır.

2. **Planlama:** Politikacıların, yerel topluluk geliştirme şirketleri ile ortaklaşa çalışarak daha varlıklı sakinleri talep etmesi ve iyileştirme stratejilerinin aktif olduğu aşamadır.
3. **Öncülük:** Yeni sakinlerin taşındığı, bazı yeni dükkanların belirdiği ve emlak fiyatlarının yükselişe geçtiği aşamadır.
4. **Yoğun yatırım:** Politikacıların, işletmelerin, yeni sakinlerin ve geliştiricilerin yatırımlarını arttırdığı aşamadır.
5. **Nüfus kayması:** Demografik farklılıkların ve işletmelerin belirgin şekilde değiştiği ve eski kültürün yitirildiği aşamadır.
6. **Yer değiştirme:** Düşük gelirli yerel halkın sayısının git gide azaldığı ve uzun süredir bölgede ikamet edenlerin mülklerini sattığı aşamadır.
7. **Tam dönüşüm:** Eski mahallenin büyük ölçüde tanınamaz hale geldiği, sakinlerin büyük çoğunluğunu yeni nüfusların oluşturduğu ve onların kültürlerinin egemen olduğu, işletmelerin yeni nüfusun tüketim alışkanlıklarına göre hizmet verdiği aşamadır.



Şekil 2. Soylulaştırma süreci

Kaynak: Çeker ve Belge (2015).

Şekil 2’de görüldüğü üzere, Knox ve McCarthy (2012)’den aktaran Çeker ve Belge (2015)’ye göre ise soylulaştırma süreci beş aşamada gerçekleşmektedir;

1. **Banliyöleşme:** Banliyöleşme süreci; coğrafi alanlarda sermayenin ve insan faaliyetlerinin merkezileştirilmesi ve yerleştirilmesinin birer sonucudur. Ulusal çapta, kentin dışarıya doğru yayılmasını kapsayan banliyöleşme, kasabaların büyüyen kentlere, kentlerin de metropollere dönüşmesini kapsamaktadır (Smith, 2015: 39). Banliyöleşme aşamasında; yüksek gelir mensubu bireyler bölgeye gelmektedir ve böylelikle bölgede nüfus yoğunluğu artmaktadır (Knox ve McCarthy, 2012’den aktaran Çeker ve Belge, 2015).
2. **Doldurma:** Yeni orta sınıfın kente yerleştiği ve nüfus sayısında artışın yaşandığı aşama olarak kabul edilmektedir. Bu aşamada, ekonomik ve sosyal yapıda değişim ve bozulmalar söz konusu olmaktadır.
3. **Gerileme:** Bu aşamada, kentte bulunan yapılar bozulmaya ve değer kaybetmeye başlamaktadır. Ayrıca, gerileme aşamasında nüfusta belirgin olarak bir artış gözlemlenmektedir.
4. **İnceltme:** İnceltme aşamasında; nüfusun artması, yapıların tahrip olması, bölgenin ekonomik-sosyal olarak değişmesi ve yapıların yıkımları gerçekleşmektedir.
5. **Soylulaştırma:** Sürecin son aşamasında, yapıların restore edilmesi ya da yeniden yapılması ile kent mimarisi tam anlamıyla değişerek, soylulaştırma gerçekleşmektedir.

Görüldüğü üzere, soylulaştırma sürecini açıklamaya yönelik farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Yukarıdaki yaklaşımların ortak noktasını yeni orta sınıfın kente gelmesi, fiziksel yapıların yeniden iyileştirilmesi, sürecin yayılarak emlak fiyatlarında artışa sebep olması, sosyo-kültürel ve ekonomik yapıyı etkilemesi ve düşük gelirli yerel halkın yaşadıkları bölgelerde baskılanarak yerinden edilmesi oluşturmaktadır.

1.4. Soylulaştırmanın Tarihsel Süreci

Soylulaştırma ilk ortaya atıldığı günden itibaren geçen 57 senelik süreç içerisinde farklı formlarda kendisini göstermiştir. Bu süreci Hackworth ve Smith (2001) üç dalga olarak ele almaktadır. Soylulaştırma dalgaları birinci dalga (1973 ve öncesi), ikinci dalga

(1970'lerin sonları ve 1980'ler) ve üçüncü dalga (1993 ve 1999 arası dönem) olmak üzere ayrılmaktadır (bkz. Tablo 1).

Tablo 1

Soylulaştırmanın sistematik tarihi

Yıl		Soylulaştırmanın yıllara göre özellikleri
1999	ÜÇÜNCÜ DALGA	Soylulaştırmanın geri dönüşü: Çoğu mahalle soylulaşmaya devam ederken, kent merkezinden uzakta olan diğer mahalleler süreci ilk kez deneyimlemeye başlamaktadır. Durgunluk sonrası soylulaştırmanın, daha çok sermayeye bağlı olduğu görülmektedir. Şehir planlamacılarının, devlet desteği sayesinde mahallelere tekrar giriş yapmasıyla süreç tekrar ilerlemiştir.
1998		
1997		
1996		
1995		
1994		
1993		
1992	GEÇİŞ	Soylulaştırmanın yavaşlaması: Resesyon süreci, sermayenin soylulaştırmaya ve soylulaşan mahallelere akışını kısıtlar. Bu süreç ters etki yaptığı için bazıları tarafından soysuzlaştırma olarak tanımlanmıştır.
1991		
1990		
1989		
1988		
1987		
1986		
1985	İKİNCİ DALGA	Soylulaştırmanın Demir Atması: Şimdiye kadar yatırım yapılmayan şehir merkezlerine yerleşim ve yatırım söz konusudur. Soylulaştırma, 1973 senesinin aksine 1980'lerde daha küçük ve küresel olmayan şehirlerde görülmektedir. New York'da sanat topluluklarının varlığı, kentsel soylulaştırma için bir anahtar olmuştur. Sermayenin Soho, Tribeca ve Güney yakasında bulunan komşu bölgelere akışı kolaylaşmıştır. Fakir yerleşimcilerin yerinden edildiği süreç boyunca politik çekişmeler meydana gelmiştir.
1984		
1983		
1982		
1981		
1980		
1979		
1978	GEÇİŞ	Soylulaştırıcıların mülk satın alması: Şehir planlamacıları ve yatırımcılar, mülk değerlerindeki düşüşü harap olmuş mahallelerin büyük bölümlerini ortadan kaldırmak için fırsata çevirmişlerdir. Böylelikle 1980'lerin soylulaştırmasına zemin hazırlanmıştır.
1977		
1976		
1975		
1974		
1973		
1972		
1971	BİRİNCİ DALGA	Seyrek soylulaştırma: 1973'ten önce soylulaştırma, esasen Amerika'nın kuzeydoğusu ve Batı Avrupa'da görülmüştür.
1970		
1969		
1968		

Kaynak: Hackworth ve Smith (2001: 467).

Tablo 1’de görüldüğü üzere, birinci dalga soylulaştırma 1950’den 1973 krizine kadar uzanan süreci kapsamaktadır (İslam, 2009: 3). Klasik soylulaştırma olarak da bilinen birinci dalga, Ruth Glass’ın kavramı ilk ele aldığı ve Londra’da ortaya çıkan ilk dalgayı ifade etmektedir. Birinci dalga soylulaştırmada yatırımdan mahrum kalan mahalleler öncüler tarafından yükseltilerek sakinlerin yerinden edilmesine sebep olmaktadır. Bu yüzden işçi sınıfının konutları orta sınıf ile el değiştirmektedir (Less vd., 2008: 10). Glass’ın soylulaştırmayı ortaya attığında açık bir şekilde görülen kavramın sınıfsal doğası, kentte dönüşen ekonomik yapı ile örtüşen sosyo-kültürel yapı hakkında onu daha görünür ve akışkan kılmıştır (Smith, 2006: 21). Ayrıca, bu dönemde kentsel gerilemeyi iyileştirmeye yönelik söylemler de görülmüştür. Birinci dalga soylulaştırma, Amerika ve Batı Avrupa kentlerinde yerel bağlamda görülmüştür. Bu soylulaştırma türü devlet tarafından finanse edilmiş olup 1970’lerin ortasında yaşanan durgunluk ile mutasyona uğramıştır (Aalbers, 2019: 3). 1970’lerin sonlarına doğru durgun piyasaların canlanmasıyla soylulaştırmanın tekrar önemi artmıştır (Hackworth ve Smith, 2001: 466).

İkinci dalga soylulaştırma, soylulaştırmanın coğrafi olarak yaygınlaştığı bir dönemdir. Bu dönemde soylulaştırma sadece kent merkezlerinde değil daha küçük ve küresel olmayan bölgelerde de kendini göstermiştir (İslam, 2009: 7). Bu yüzden daha önce soylulaştırmanın yaşanmadığı kentlerde yatırımları çekmek için stratejiler uygulanmıştır ve devlet soylulaştırmayı yönetmek yerine özel sektörü teşvik etmiştir (Hackworth ve Smith, 2001: 466). Bu soylulaştırma türü ve 1980’lerden itibaren kent merkezinde arazi ve konut piyasasında yoğunlaşan özelleştirme, büyük ölçekli çok yönlü kentsel yenileme planlarıyla 1960’ların kentsel yenilemesini büyük bir farkla geçerek yükselmiştir (Smith, 2006: 20). Diğer yandan, bu soylulaştırmada süreç sadece sınıf ya da mekân değişimi olarak kalmamış ve kendini kültürel ticari alanlarda da göstermiştir. Sanat ve kültürün varlığı, soylulaştırmanın gerçekleştiği yerlerde yeni sermaye akışlarını çeken “yumuşak bir faktör” görevi görmüştür. 1987 senesinde borsa çöküşü ve 1990’ların başında yaşanan durgunluk dönemiyle birlikte ikinci dalga soylulaştırmada durgunluk dönemi yaşanmıştır (Aalbers, 2019: 3).

Üçüncü dalga soylulaştırma ise birinci ve ikinci dalga soylulaştırmalardan daha farklıdır. Ayrıca, bu dalga içerisinde soylulaştırmada yeni neolojizmler görülmüştür; turizm soylulaşması, öğrencileştirme, kırsal soylulaştırma gibi. Diğer yandan, üçüncü dalga soylulaştırmada devlet soylulaştırma sürecine daha fazla dahil olmaktadır. Bu yüzden bu süreç “devlet eliyle soylulaştırma” olarak da bilinmektedir. Devlet eliyle soylulaştırma,

devletin soylulaştırma sürecinde alan tespitini yapması, gerçekleşecek dönüşümü tasarlaması ve yasal, fiziki, ekonomik siyasi koşulları oluşturması nedeniyle baş aktör olmasını ifade etmektedir (Sönmez, 2014: 44). 1990’larda soylulaştırma tüm dünya çapındaki kentlerde özel sermaye ile uyumlu kentsel yönetim için bir kentsel strateji niteliği görmüştür (Smith, 2006: 21). Ayrıca, üçüncü dalga soylulaştırmanın en önemli özelliği dışa doğru yayılması olmuştur. Bu süreçte soylulaştırma sadece devam etmemiş aynı zamanda genişlemiştir (Hackworth, 2000: 10). Smith (2006) bu durumun kolay ve düzenli bir süreç olmadığını ifade ederek, soylulaştırmanın kent merkezlerinde fiyatları arttırmasıyla dışarıda kalan mahallelerin soylulaştırmaya esir olduğunu ve bu yayılımın, mimariden suların varlığına kadar her şeyden etkilendiğine değinmektedir. Özet olarak maddeler ile belirtmek gerekirse Hackworth ve Smith (2001) üçüncü dalga soylulaştırmanın 4 farklı özelliğini ortaya koymaktadır. Bunlar şöyledir;

1. “Üçüncü dalga soylulaştırma, hem daha önceki dalgaların gerçekleştiği mahallelerde hem de şehir merkezinden uzakta olan mahallelerde gerçekleşmektedir.
2. Gayrimenkul endüstrisinde yaşanan yeniden yapılanma ve küreselleşme, daha büyük şehir planlamacılarının soylulaştırma sürecine dahil olmasını sağlamıştır.
3. İşçi sınıfının sürekli yerinden edilmesiyle ve 1980’lerin kavgacı ve soylulaştırma karşıtı gruplarının hizmet sektörüne girmesiyle, soylulaştırmaya karşı direniş azalmıştır.
4. Devlet, ikinci dalgadan daha fazla sürece dahil olmuştur.”

1.5. Soylulaştırıcılar

Elbette sayılan tüm bu süreçleri gerçekleştirecek aktörlerin varlığı soylulaştırmanın bir diğer önemli boyutunu ifade etmektedir. Soylulaştırma alanında yapılan çalışmalara göre süreç içerisindeki aktörlerin her biri farklı roller ortaya koymaktadır. Süreçteki bazı aktörler süreci başlatabilirken, bazıları da yönetebilmektedir. Bu aktörler içerisinde en çok ele alınanlar; yeni orta sınıf, hükümet, hükümet-şirket ortaklıkları, emlakçılar, bankalar gibi kurumsal aktörler, şehir plancıları ve kent politikalarıdır. Esasen soylulaştırma teorilerinin arz ve talep olarak iki başlıkta incelenmesi aktörleri de birbirinden ayırmaktadır. Blasius vd.’ne (2015) göre arz tarafındaki aktörler “arazi sahipleri, konut binaları sahipleri, yatırımcılar, emlakçılar” (örn. Logan & Vachon, 2008), “ulusal ve yerel yönetimler vb.”

iken (Hackworth & Smith, 2001 ; Lees, 2003 ; Wyly & Hammel, 1999), talep tarafı soylulaştırıcıları ise (1) meslek ya da sosyal grup (2) tutumlar (3) sosyo-demografik özellikler gibi değerlendirmelerle belirlenebilmektedir.

Bell, Batı dünyasının çoğu kentinin yüksek gelirli ve eğitim düzeyine sahip bekarlar ve çiftler arasında popüler hale geldiğini belirtmektedir ve Londra, New York gibi küresel kentlerde başlayan soylulaştırma sürecini hem sermayenin hem de insanların kent içine dönüşü olarak tanımlamaktadır (Boterman vd., 2010: 695). Soylulaştırmanın başlangıç noktası olan kente dönüş sürecinde, çöküntü mahallelerdeki konutları iyileştirerek ön plana çıkan soylulaştırıcılar “yeni orta sınıf öncüler” olarak kabul edilmektedir. Yeni orta sınıf, soylulaştırma kavramı ortaya ilk atıldığında “gentry” kelime kökünden türeyen kelimeyi nitelendirmekte ve toplumdaki seçkin kişileri ifade etmektedir. Yeni orta sınıf kapitalist üretim tazının ortaya çıkardığı farklı tüketim alışkanlıklarına sahip, sınıfsal olarak aynı olsa bile klasik burjuvaziden ayrılan bir sınıfı oluşturmaktadır (Uysal, 2006:79). Genellikle sanatçı kesiminden oluşan bu grubun bölgeye taşınması ve yaşanabilir olduğunu diğer sınıflara göstermesi önemli olarak karşılanmakta, moda dönüşen sürece daha geniş kitlelerin katılımıyla köhneleşmiş mahalleler mutena semtlere dönüşmektedir (İslam, 2003: 1).

Smith ve Williams’a (2015) göre, soylulaştırma yeni orta sınıfın ortaya çıkışı ile bağlantılıdır. Çünkü bu süreç genellikle “yeni genç profesyoneller” (yuppiller) tarafından sıklıkla ziyaret edilen son moda restoranları, butikleri, kulüpleri, dinlence, eğlence ve alışveriş merkezlerinin belirli alanlarda toplanmasını beraberinde getirmektedir.

Moran’a (2007) göre; soylulaştırıcıların büyük çoğunluğu kültürel meslek mensupları (sanatçılar, yazarlar, gazeteciler, akademisyenler, yayıncılar, mimarlar ve reklam ve televizyon yöneticileri) olduğundan dolayı soylulaştırma sosyolojik bir süreç olduğu kadar aynı zamanda bir medya olgusudur.

Ley’e (1994) göre ise soylulaştırmada iki önemli evre vardır. Birinci evre yaşam tarzı nedeniyle, kentte kent kültürüyle birlikte yaşamak isteyen (sanat profesyonelleri, medya çalışanları, öğretim görevlileri vb.) kişilerden oluşurken, ikinci evre yatırım amacıyla gelen kişileri kapsamaktadır (Altıntaş, 2016: 117).

Ayrıca, yeni orta sınıf farklı yaşam tarzları ve kültürleri nedeniyle kentsel ve sosyal dokuda etkilere sebebiyet verebilmektedir. Yeni genç profesyonellerin gittikleri kentlerde yaşam tarzları yerel halka göre farklılık göstermektedir. Tercih farklılıklarını ilk olarak hayatlarını devam ettirecekleri yapılarda göstermeye başlayan yeni orta sınıf, kentte yerel

halkın benimsediği norm ve değerler ile örtüşmeyen değerlere sahip olabilmektedir. Yeni orta sınıf genellikle geç evlenme, az çocuk dünyaya getirme, eğlence ve alışveriş alışkanlıklarını yoğun olarak gerçekleştirme, birikim yapmak yerine harcama odaklı olmak gibi hayat tarzlarına sahiptir (Ergun, 2006; Featherstone, 2005'ten aktaran Uysal, 2006: 79).

Bunların yanı sıra yeni orta sınıf her ne kadar yerel halktan daha varlıklı ve üst sınıfmış gibi gözükse dahi bu durum çoğunluk için geçersiz olabilmektedir. Çünkü kentte yaşanan soylulaştırma süreciyle birlikte yeni orta sınıf da tutunmaya çalışmakta ve soylulaştırmanın gelişim göstermesiyle onlarda süreç içerisinde asimile olabilmektedirler. Ancak soylulaştırma sürecinde sosyo-ekonomik boyuttaki farklar ne kadar büyük olursa, süreç o kadar göze çarpmaktadır ve özellikle yeni orta sınıf ne kadar güçlü olursa mekânsal çevrede meydana gelen değişiklik o kadar belirgin olmaktadır (Clark, 2005'ten aktaran Butler, 2007: 166).

Soylulaştırma sürecinde yeni orta sınıf her ne kadar öne çıksa bile bu durum genellikle birinci dalga soylulaştırmanın aktörleri olarak kabul edilmektedir. Özellikle Marksist yaklaşımlar ekonomik boyuttaki öncülere dikkat çekmektedir. Florida (2017) soylulaştırma sürecinde sadece plükoatratların değil büyük şirketlerin, emlak yatırım tröstlerinin, serbest ve devlet fonlarının da yatırım yaptığını belirtmektedir. Smith (2006) ise artık süreçte etkin olan aktörlerin hükümet, şirket ve hükümet şirket ortaklıklarının etkin olduğunu belirtmektedir. Buna göre soylulaştırma eskiden planlanmamış ve tesadüfi gelişen bir süreç iken günümüzde titiz bir şekilde planlanarak sistemleştirilmektedir.

Diğer yandan, soylulaştırmanın ana itici gücü bunu olumlu bir şekilde oluşturmayı sağlayan “kent politikalarıdır” (Lees ve Ley, 2008: 2380). Kentsel strateji olarak soylulaştırma büyük ve orta ölçekli müteahhitleri, yerel tüccarları, emlakçıları, marka bayileri ve küresel finans piyasalarını bir araya getirmektedir (Smith, 2006: 23). Soylulaştırmanın gerçekleşmesinde başrol gören bu aktörler, kimi zaman tek başına kimi zaman ise bir araya gelerek kurdukları ortaklıklar ile sürece katkı sağlamakta ve süreci tetiklemektedirler (İslam, 2009: 39). Sürecin planlı bir şekilde gerçekleştirildiğine dair fikirler de mevcut olup Lees vd., (2008) aşağıdaki alıntıyı aktarmaktadır;

“Britanya’da yirminci yüzyılın sonunda Amerika Birleşik Devletleri’nin biraz gerisinde kalan Yeni İşçi Partisi hükümeti, Britanya kasaba ve şehirlerinin “kentsel rönesansını” desteklemeye başladı. Soylulaştırma uygulamalarına sıkı sıkıya bağlı kavramları ve yaşam biçimlerini belirlediler... Birleşik Krallık'ta bir “kentsel rönesansın” söylemsel inşası, zamanın Başbakan Yardımcısı John Prescott tarafından mimar (ve şimdi

Lord) Richard Rogers'tan bir kentsel göreve başkanlık etmesi istendiğinde, yani 1998'de başladı. Richard Rogers, İngiltere'deki kentsel gerilemenin nedenlerini belirlemek ve insanları şehirlerimize, kasabalarımıza ve kentsel alanlara geri getirmek ve pratik çözümler önermek için hem kamu hem de özel sektörden bir grup uzmanı ve çok sayıda çalışma grubu üyesini koordine edecekti (Department of the Environment, Transport and the Regions, 1999: 1'den aktaran Lees vd. 2008: 18).

Görüldüğü üzere, artık soylulaştırma sürecinin aktörleri sadece yeni orta sınıf değildir. Devlet ve büyük ölçekli yatırımcıların sağladıkları destekler, kentsel mekâna yeni orta sınıfı çekmede ve kentsel mekânda meydana gelen dönüşüm sürecine önemli bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca, 1990'lı yılların sonunda ortaya çıkan soylulaştırmanın yeni türleriyle aktörler soylulaştırmanın türüne göre değerlendirilmeye başlanmıştır. Örneğin, öğrenci soylulaşmasında aktörler küçük ölçekli yatırımcılar ve mülk sahiplerinden meydana gelirken; turizm soylulaşmasının aktörleri turizm yatırımcıları ve turistler olabilmektedir. Bu durumun ortak yanını farklı grupların kentsel mekandaki dinamiklerde meydana getirdiği benzer etkiler oluşturmaktadır.

1.6. Soylulaştırma ve Yerinden Edilme

Soylulaştırma her ne kadar kentlerin ya da mahallerin geçirdiği bir süreç olarak tanımlansa bile esasen bireylerin başından geçen sosyolojik bir süreci de atıfta bulunmaktadır. Yerinden edilme yerleşiklerin soylulaştırma süreci sonucu ortaya çıkan baskılar nedeniyle yerlerini terk etmesiyle/yerinden edilmesiyle ilişkilidir. Yerinden edilmeyle ilgili en genel tanımı yapan kişi George ve Eunice Grier'dir. Bu tanıma göre “yerinden edilme”; herhangi bir konut, hane ya da yakın çevreyi etkileyen koşullar sebebiyle taşınmak zorunda kalmaktır ve üç formda açıklanmaktadır (Marcuse, 1985:205);

1. Yerinden edilme hanenin makul kontrol veya önleme yeteneğinin ötesindedir.
2. Hanenin önceden dayatılan tüm yaşam koşullarını yerine getirmesine rağmen meydana gelir.
3. Hanede sürekli oturmayı imkânsız ya da tehlikeli getiren bir neden vardır.

Yerinden edilmenin gerçekleşmesinin altındaki nedenler çoğunlukla ekonomik maliyetlere bağlı olabilmektedir. Çünkü, bilindiği üzere yeni orta sınıf yaşam maliyetleri üzerinde ciddi bir etkiye sebebiyet vermektedir. Diğer bir deyişle kent yeni orta sınıfa hitap edecek şekilde dönüştürülmektedir. Bu dönüşüm sonucunda ise bakkalların yerini süper

marketler, konfeksiyoncuların yerini ünlü markaların işletmeleri alabilmektedir. Aslında kent ticarileşmektedir. Fakat bu ticarileşme yerel halkın işlettiği küçük işletmeler ile değil zincir ya da büyük işletmeler ile gerçekleşmektedir. Kente gelen büyük işletmeler, yerel işletmecileri de yerinden ederken aynı zamanda da yaşam maliyetleri üzerinde önemli bir etkiye neden olmaktadır.

Bu ticarileşme beraberinde emlak piyasasındaki artışı gündeme getirmektedir. Soylulaştırma ile konut arsa fiyatları ve kiralari artmaktadır. Emlak piyasası ve hizmet anlayışında değişen dinamikler, artan maliyetler nedeniyle yerel sakinler üzerinde baskıya sebep olmaktadır. Bunun sonucunda ise yerel sakinler bulundukları ve yaşadıkları yerleri terk etmek zorunda kalmaktadır. Bu durum aslında zorunlu olarak yerel halkın yerinden edilmesini ifade etmektedir. Marcuse (1985) dört çeşit yerinden edilme türü olduğunu öne sürmektedir; (1) doğrudan yerinden edilme, (2) doğrudan zincirleme yerinden edilme, (3) dışlayıcı yerinden edilme, (4) yerinden edilme baskısı. Buna göre doğrudan yerinden edilme, bir hanenin işgal ettiği konuttan yerinden edilmesini; doğrudan zincirleme yerinden edilme, yerinden edinilen konutun daha önce de farklı bir hane tarafından işgal edilmiş olmasını; dışlayıcı yerinden edilme, boşaltılan bir konutun yerine farklı bir hane taşınmak istendiğinde hanenin o konuta kabul edilmemesini; yerinden edilme baskısı ise soylulaştırma nedeniyle baskılanan bireylerin ekonomik, kültürel ve sınıfsal farklılıklar gibi nedenler ile bulundukları yeri terk etmesini ifade etmektedir.

Özetle, soylulaştırma süreci bir takım ekonomik ve sosyo-kültürel değişimleri beraberinde getirmektedir ve düşük gelirli kesimleri derinden etkilemektedir. Kennedy ve Leonard (2001) soylulaştırmanın sonuçlarının şunları içerdiğini varsaymaktadır;

1. “Kiracıların, ev sahiplerinin ve yerel işletmelerin gönülsüz veya gönüllü olarak yer değiştirmesi.
2. Mülk sahipleri için daha fazla öz sermaye; kiracılar ve işletme sahipleri için ise artan kiralari ve konut değerleri.
3. Yerel ve devlet vergi gelirlerinin artması.
4. Gelir karışımı ve yoksulluğun kent merkezinden uzaklaştırılması.
5. Değişen sokak havası ve yeni ticari faaliyetler ile değişen toplum liderliği, güç yapısı ve kurumlar
6. Eski ve yeni sakinler arasında yaşanan çatışma.”

Yerinden edilmenin temel kaynağı iki sınıf arasındaki farklılıklardan meydana gelmektedir. Yani kentlerin liberal olmaları onları özgür kılarken, aynı zamanda onları

eşitsiz de yapmaktadır. Kentler altta yer alan bireylerin sosyal güvenlik ağından aşağıya düşmesine neden olarak, zengin ve fakir arasındaki mesafenin oldukça genişlemesine neden olmaktadır (Florida, 2017: 127-132). Böylelikle yerel sakinler kendi memleketlerine yabancılaşırken, dışarıdan gelen bireyler kentin yeni sakinleri olmaktadır.

Bu noktada yerinden edilme politikaları da ilişkili olarak görülmektedir. Açıklamak gerekirse, Birleşik Devletler 'de var olan üç varsayım şunları içermektedir;

1. Terk etme eylemi sancılıdır fakat kaçınılmazdır. Kamu politikaları bunu düzeltemez. En çok belirli mahalleler ile sınırlı tutar ve mahallerin korunması için, diğer mahalleler terk edilirken planlı küçülme, öncelik politikası gereklidir.
2. Soylulaştırma, konutların kalitesini yükseltir. Vergi matrahına katkı sağlar. Kentin önemli bölümlerini canlandırır. Bu sebepten dolayı, yerinden etme önemsiz bir durumdur ve soylulaştırmaya teşvik politikası izlenmelidir.
3. Soylulaştırma, terk etmenin tek gerçekçi çözümüdür. Özellikle ekonomik sıkıntılarda, kamu sektörünün terk etmeyi engellemesi beklenemez. Sadece, bu sektörün kaynaklarının tam kullanımı bunu sağlar. Bu sebepten dolayı, terk edilen yerlerin soylulaştırılması özellikle istenir (Marcuse, 2015: 207-208).

Yerinden edilme, soylulaştırma sürecinde kaçınılmaz bir etkidir. Fox (2019) yerinden edilmenin zararlı bazı etkilerini şöyle sıralamaktadır; (1) artan maliyetler, ev sahibi baskıları veya her ikisi nedeniyle taşınma ihtiyacı, kiracılar için konut güvensizliğine neden olabilir; (2) mevcut sakinlerin ayrılması ve yeni sakinlerin kente gelmesi, mahalle hizmetlerinde değişikliklere yol açar ve bu değişikliklerden memnun olmayan veya topluluğun artık ihtiyaçlarını karşılamadığını fark eden sakinlerin daha fazla yer değiştirebilir.

1.7. Turizm Soylulaşması

Turizm hareketliliği özellikle son yıllarda küresel çapta hızlı bir ivme kazanmıştır. Daha önceleri turizmin sadece bir tatil anlayışından ibaret olması turizmi sadece kıyı bölgeleri ile sınırlı tutarken, günümüzde artan kültürel farkındalıklar kentlerin önemini arttırmıştır. Kent turizmi genel olarak bir kentteki tarih, kültür, sanat, gastronomi ve rekreasyonel faaliyetler gibi pek çok olguyu içerisinde barındırmaktadır. UNWTO kent turizmini “uygulama/yönetim, üretim ticaret/servisler gibi tarıma dayalı olmayan ekonomik temelli kentsel alanda gerçekleşen turizm faaliyeti türü” olarak tanımlamaktadır. Kentlerin

içerisinde sosyal ve ekonomik yaşamın bir arada bulundurulması onları şekillendirirken, önemli bir çekicilik değeri de yaratabilmektedir. Kent turizmine karşı artan ilginin temel sebebi “kentleri insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı ve vakit geçirdiği kültür ve rahatlatma merkezleri haline getiren davranışsal değişikliklerdir” (European Commission, 2000).

Özellikle 1980’lerden itibaren önemli gelişim gösteren kent turizmi, önce Avrupa’da sonra da küresel çapta yayılım göstermiştir. Beraberinde ise turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesi, mimari peyzajın düzenlenmesi/ restore edilmesi, turizm yatırımları ve planlarının arttırılması gibi pek çok kentsel ve turistik yenilenmeyi de beraberinde getirmiştir. Kentler arası artan rekabet ile kültür, boş zaman, eğlence ve turizm kavramlarını ön plana çıkmış ve kentsel yenilenme sürecinde kentlerin yeniden canlandırılması adına turizm bir rol üstlenmiştir (Sequera ve Nofre, 2018: 2). Bu yenilenme türleri kenti iyileştirmeye dair birtakım fikirleri içerse de sosyolojik bir boyut ile soylulaştırmayı da tetiklemiştir. Farklı bir deyişle, turistler turistik alan olmayan yerleşim alanlarını tüketmişlerdir ve bunun yanında düşük maliyetli havayollarının büyümesi, Airbnb ve Booking.com gibi platformların kullanımının yaygınlaşması kentteki kısa süreli kiralama sayılarında artışa sebebiyet vermiştir (Cocola-Gant vd., 2020). Tüm bu sebeplerden dolayı, kentlerde turistik hareketliliklerin artması soylulaştırma sürecini düşünmeyi gerekli kılmıştır.

Soylulaştırma genel olarak kentsel mekânda ortaya çıkan konut, emlak ve diğer ekonomik şartlar ile sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişim ve dönüşüm sürecini ele almaktadır. Ancak, soylulaştırma kavramının ortaya atıldığı günden bugüne farklılaşan türleri yeni soylulaştırma türlerinin de literatürde kazandırılmasına neden olmuştur. Liang ve Bao (2015) soylulaştırmanın değişen tanımlarını beş kategoride ele almaktadır;

1. Soylulaştırma sadece karşı kentleşme ya da banliyöleşmenin ardından kente gelen yeni orta sınıfın hareketi değil, aynı zamanda sınıfların yer değişimi ve şehirde kalma hareketidir.
2. Soylulaştırma sadece kentlerde değil kıyı bölgelerinde, banliyölerde, kırsal ve tarihi bölgelerde gerçekleşebilir.
3. Soylulaştırma sadece eski evlerin yenilenmesini değil, aynı zamanda yeni orta sınıf tüketim alanlarının inşasıyla birlikte topluluk altyapısının ve tesislerinin iyileştirilmesini de içermektedir.

4. Düşük gelirli mahallelerde meydana gelen geleneksel soylulaştırmanın aksine, yeni inşa edilmiş soylulaştırma çoğu durumda daha önce yerleşim olmayan kentsel alanlarda da ortaya çıkabilir.
5. Soylulaştırıcılar her zaman orta sınıf gruplar değildir; süper zenginler, uluslararası seçkinler veya öğrenciler de olabilir.

Son zamanlarda turizm, küresel olarak çağdaş bölgelerin mekânsal, ekonomik, sosyal ve kültürel dönüşümün merkezi olmuştur ve buna dair fikir vermek adına UNWTO 2016 senesinde yaptığı açıklamaya göre turizmin büyüyen tek küresel ekonomi olduğunu bildirmiştir (Sequera ve Nofre, 2018: 1). Turizmin etkileri turizm literatüründe uzun yıllar ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel-çevresel olarak ele alınmıştır. Ancak, soylulaştırmayı tanımlanabilir olarak ayıran şey sosyal, fiziksel ve ekonomik değişimin birleşimidir. Harap mahalleler yeni orta sınıf tarafından işgal edilmemekte, aynı zamanda onarılmaktadır ve bu durum soylulaştırılmış bölgelerde önemli bir sermaye yatırımı da ifade etmektedir (Smith, 1978: 463). Soylulaştırma kapsamında meydana gelen kentin sosyal, kültürel ve mimari yapısındaki değişimler sadece konut yenilenmesini değil aynı zamanda rekreasyon ve turizm faaliyetlerinin de yenilenmesini içermektedir (Uğur ve Aliağaoğlu, 2013'ten aktaran Çeker ve Belge, 2015: 78). Literatürde turizm soylulaşmasının gerçekleşmesi için ise iki noktaya dikkat çekilmektedir. Birincisi, gelişmiş kapitalist ekonomilerde turizm ve soylulaştırma bir aradadır ve birbirini beslemektedir. İkincisi, turizm soylulaşması kalkınma ve büyüme açısından turizme dayanan ekonomiler için önem taşımaktadır (Cocola-Gant, 2018). Tüm bu bilgiler doğrultusunda, soylulaştırmayı açıklamada ampirik yaklaşımların tüketim odaklı olması, Marksist yaklaşımların ise sermayeyi ön planda tutması turizm kentlerinde ortaya çıkan değişim ve dönüşümü ortaya koymada önemli bir bağlantı sağlamaktadır.

Turizm ve soylulaştırma arasındaki bağı literatürde ilk olarak Gotham (2005) "Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre" adlı çalışmasında vurgulamıştır. Gotham'a göre "orta sınıf bir mahallenin, kurumsal eğlence ve turizm mekanlarının çoğalmasıyla kendini gösteren nispeten zengin ve seçkin bir yerleşim bölgesine dönüşümü" turizm soylulaşması kavramıyla açıklanmaktadır. Liang ve Bao (2015) sosyal alanın dönüşümünün turizm soylulaştırılmasının temelinde yer aldığını belirtmiştir. Buna göre kentsel alanlarda yeni inşa edilen turizm projeleri, lüks yerleşim alanları ve diğer tesislerini tümü turizm soylulaşmasını ifade etmektedir. Cocola-Gant (2015) da buna benzer bir tanımla turizm soylulaşmasını; mahallelerin zengin tüketicilere, sakinlere ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarına göre dönüştürüldüğü sosyo-mekansal değişim süreci

olarak tanımlamaktadır. Lopes vd., (2019) turizm soylulaşmasına daha sosyo-kültürel bakış açısıyla yaklaşarak, turizm soylulaşmasının mahalle kimliğini zedelediğini, mahalleye özgü değerlerin kaybolmasına ve kültürel anlamda olumsuzluklara yol açtığını savunmaktadır.

Turizm soylulaşması turizm potansiyeli bulunan bir kentin post-turistler için bir cazibe merkezi haline gelmesi nedeniyle kentteki turizm yatırımlarının artmasını, buna bağlı olarak fiziksel çevre, sosyo-kültürel yapı, toplumsal yapı ve ticari hayatın değişimini kapsayan, yerel halk üzerinde baskıya sebep olan ve yerinden edilmeye sonuçlanan bir süreci ifade etmektedir. Post-endüstriyel kentlerde turizm soylulaşmasına yönelik yaklaşım “turizm” terimini “kültürel pratikten” yeni bir “kentsel politika stratejisine” dönüştürmektedir (Sequera ve Nofre, 2018: 5). Turizm, soylulaştırmanın tüketim tesisleri ve daha fazla tüketiciye hitap eden orta sınıf bir yer duygusu sağlaması nedeniyle, soylulaştırılmış alanlarla örtüşme eğilimindedir (Cocola-Gant, 2018). Esas olarak sosyal alanın dönüşümü turizm soylulaşmasının temel sürecidir ve bu süreç yerinden edilmeyi ve sosyal yoğunlaşmayı, yapıli çevrenin dönüşümünü, kültür ve yaşam tarzındaki değişiklikleri ve mülk değerlerinin ekonomik olarak yeniden düzenlenmesini içermektedir (Warde, 1991’den aktaran Liang ve Bao, 2015). Ayrıca, turizm tüketim odaklı olarak büyüme ve gelişme, kültürel değerler ve miraslar ile de temas halindedir ve turizmin gelişimi kentlerde küresel ve karmaşık etkileşimleri ifade eden dinamik bir süreçtir (Utku, 2021: 42).

Diğer yandan, turizm soylulaşmasında yeni varlıklı bireyler giderek uluslararası tüketiciler haline dönüşmektedir. Bu tüketiciler ziyaretçiler, yaşam tarzı göçmenleri, uluslararası öğrenciler, gezginler ve sanatçılar gibi diğer kısa süreli kullanıcılardan oluşan bir karışımdır ve turizm soylulaşması, yerel halkı yerinden eden gelişmiş ekonomilerden bireylerin karışımının bir tüketim alanına hâkim olduğu süreci ifade etmektedir (Cocola-Gant, 2018: 205-206). Bu sebeplerden dolayı, kentler turizme yatırım yapmayı arzu ettikçe turizm soylulaşması sürecini yaşamaktadırlar. Cocola-Gant (2018) “Struggling with the leisure class: Tourism, gentrification and displacement” adlı doktora tezinde turizm soylulaşmasının şunları içermesi gerektiğini öne sürmektedir;

1. Turizme dayalı gayrimenkul yatırımı,
2. Daha varlıklı bireylerin kente gelişi (hem uluslararası hem de kısa süreli turistler)
3. Yerel halkın yerinden edilmesi,
4. Konut rehabilitasyonu ve ticari hayatta meydana gelen değişiklikler.

Cocola-Gant vd., (2020) farklı bir çalışmada ise turizm soylulaşmasının etkilerini üç boyut ile ortaya koymaktadır. Bu etkiler klasik soylulaştırma sürecinde olduğu gibi ekonomik, fiziksel- mekânsal ve sosyo-kültürel olarak ele alınmaktadır. Yazarlara göre;

- Ekonomik etkiler; yerel halk tarafından kullanılan tüketim tesislerinin kaybını, ziyaretçilere hitap eden tüketim tesislerinin metalaştırılmasını ve yaşam maliyetlerinde genel artışı,
- Fiziksel-mekânsal etkiler; aşırı kalabalık ve hareket kesintilerini, kamusal alanların özelleştirilmesini, gürültü ve buluşma yerlerinin kaybını,
- Sosyo-kültürel etkiler ise ziyaretçiler tarafından yerinden edilme ve toplumsal sosyal bağların kaybını ifade etmektedir.

Tablo 2

Turizm soylulaşmasını anlamak için bir model

Turizm gelişimi ve yatırımları	Demografik yapı	Fiziksel alt yapı, peyzaj ve tesisler	Kültür ve yaşam tarzı
-Turizm yatırımları ve turizmle ilişkili projeler	-Nüfus değişimi	-Eski evlerin ve çatı katlarının dönüştürülmesi	-Yaşam tarzı değişikliği
-Yerel emlak piyasasının oluşturulması	-Sosyal sınıf yapının yeniden düzenlenmesi	-Peyzaj oluşturmak için tesisler topluluğu oluşturulması	-Mekânın kültür üretimi
-Yatırım aşaması ve şekli		-Simgesel bölgelerin veya önemli cazibe merkezlerinin oluşturulması	-Topluluk kimliği
		-Mimari restorasyonlar	

Kaynak: Liang ve Bao (2015).

Tablo 2’de görüldüğü üzere turizm soylulaşması soylulaştırmanın üretim odaklı ve tüketim odaklı açıklamaları, turizm gelişmeleri, emlak endüstrisi ve yerel kurumlar arasında bir bağlantı sağlamaktadır (Gotham, 2005). Kentsel mekân açısından ele aldığımızda, turizm

yatırımcılarının mülklerini turizme kazandırmak için tekrardan tasarlaması mekânsal bir dönüşümü de ifade etmektedir. Örneklendirmek gerekirse, turizm soylulaşmasının yaşandığı kentlerde otantik ve cezbedici bir tarz yakalamak adına evlerin ya da eski birçok yapının turizme hizmet eden mekanlara dönüştürüldüğü sıklıkla görülür. Bunların yanında, yeniden inşalar ise sosyo-kültürel açıdan zengin fakat ekonomik sermayeden yoksun yeni orta sınıfın eski konut stok restorasyonunu değil, bir geliştirici tarafından yürütülen yeni inşa edilmiş apartmanları ve lüks konut siteleri de içermektedir (Davidson ve Less, 2005: 1169). Turizm soylulaşması içerisinde bu inşa edilen konutlar ve binalar olarak kabul edilebileceği gibi turizme hizmet eden işletmeler de olabilmektedir. Ayrıca turizm soylulaşmasının yaşandığı kentlerde özellikle post-turistleri kente çekmek için kentsel mekânda çeşitli cazibe unsurları yaratılır. Bunlar genellikle kentin sahip olduğu kimliği güçlendirmek üzere yapılmaktadır. Çeşitli peyzaj düzenlemeleri ya da kentle özgünleşen değerler olabilir. Bunun temel nedeni kentin özgün bir değerini ortaya koyarak, kentsel turizme karşı ilgi uyandırmaktır. Örneğin, Ürgüp'te turizme kazandırılan mağara oteller ve simgesel nitelik taşıyan balon turları kentsel turizmi tetiklemede önemli bir yere sahiptir. Kentsel mekânda simgesel nitelikte özellik taşıyan bazı unsurlar güçlü bir imaj ögesini oluştururken aynı zamanda da kenti soylulaştırmaktadır. Soylulaştırılmış peyzajların çoğalmasa ise turistlere tüketim fırsatları ve orta sınıf bir yer duygusu sağladığı için turist dostu alanlar yaratmaktadır (Cocola-Gant, 2018). Böylelikle, soylulaştırılmış mekanlar tüketici beğenisi yaratılarak pazarlanmaktadır (Gotham, 2005: 1114).

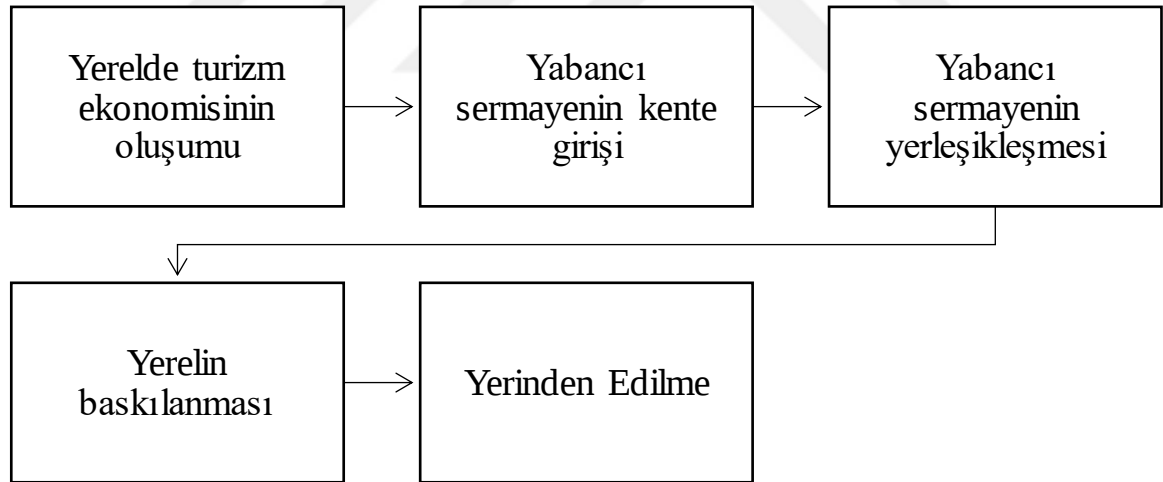
Turizm arazi kullanımlarının artmasından kaynaklı olarak kentteki arsa, mülk ve kira fiyatlarını arttırır. Turizm yatırımları, tarihsel değere sahip binaların restore edilmesi ya da yeniden inşası ile yapıların turizm amaçlı kullanılmasına olanak sağlar. Bu noktada turizm potansiyeli bulunan kentler, yatırımcıların gözünde gözde bir mekân konumuna taşınarak bölgeye yeni yatırımcıların gelmesine ve konut sahiplerinin mülklerini turizme kazandırmasına da sebep olmaktadır. Kentte kurulan her bir yeni tüketim alanı ise arsa değerlerini arttırma eğilimindedir, bu durum mülk sahiplerinin neden turizmin büyümesine teşvik ettiğini de açıklar niteliktedir (Logan ve Molotch, 2007'den aktaran Cocola-Gant, 2018). Ancak, “önemli olan nokta, turizmin emlak değerlerinin yükselmesine neden olurken ve uzun süreli yerleşim için mevcut konut stokunu azaltırken, aynı zamanda artan bir şekilde konut talebinin artmasına da katkıda bulunmasıdır” (Cocola-Gant vd., 2020). Bazı durumlarda kentlerdeki projeler başlangıç anından itibaren turist ekonomisine hitap edecek şekilde planlanmakta ve tasarlanmaktadır; bazı durumlarda ise yeni mal sahipleri, kiracılar,

tüketiciler, diğer kurumsal ve kolektif sosyal aktörlerin (emlakçılar, geliştiriciler, ipotek kredisi verenler vb.) kentsel alanlara yatırım yapmaktadır (Hamnett, 1991'den aktaran Gravari-Barbas ve Guinand, 2017: 89).

Turizmin ortaya çıkardığı bir diğer belirgin etki ise ticari hayatta meydana gelen değişimlerdir. Turizm soylulaşması sadece turizm yatırımlarını ifade etmemektedir. Aynı zamanda kentsel mekandaki ticari hayatın da yeni orta sınıf ya da post-turistler için yeniden dönüşümünü gündeme getirmektedir. Turizm soylulaşmasıyla birlikte yerel halkın gündelik yaşamında kullandığı çeşitli dükkanlar ve ticari işletmeler, zamanla üst sınıfa hitap eden tüketim alanlarına dönüştürülmektedir. Ayrıca turizm kentlerinde artan arazi değerleri, ticari mülkleri de etkilemektedir ve sonuç olarak büyük şirketler ve franchiseler yerel işletmelerle yer için rekabet edemez hale gelmektedir, bu da onların yerinden edilmesine neden olmaktadır (Cocola-Gant, 2015; Gotham, 2005; Jover, 2019'dan aktaran Cocola-Gant vd., 2020). Gotham (2005) New Orleans'da gerçekleştirdiği çalışmasında şunu vurgular; “köşe kafelerin ve yerel kahve dükkanlarının sonuncusu bugün dünyanın en büyük şirketlerinden bazıları ile yer için rekabet ediyor”. Bu rekabetin nedeni sermayenin, turistik hareketliliğin yoğun olduğu bölgeye toplanmasıdır. Ama bu sürecin asıl temelini, bölgeye gelen post-turistler ve onların tüketim alışkanlıkları sağlamaktadır. Turizm soylulaşması, kentlere ciddi bir turizm geliri sağlarken aynı zamanda da kentleri metalaştırmaktadır ve önceden kentsel mekânda değersiz olan toprakları/yerleşim olmayan bölgeleri post-turistlere sunmaktadır. Kentte turizm ve soylulaşmanın ortaya çıkması, kentin ekonomisindeki değişikliklerin tüketim ve istihdam kalıplarındaki değişikliklerle eşleşmesi sonucu ekonomik ve mekânsal yeniden yapılanma sürecinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Cocola-Gant, 2018). Bunların bir sonucu olarak ise emlak piyasası ve ticari hayat pahalılığı yerel halk üzerinde önemli bir baskıya neden olmakta böylelikle sınıfsal ve kültürel farklılıklar gündeme gelmektedir.

Turizm soylulaşması aktörleri başlıca “post-turistler” ya da “yeni kentsel turistler” olarak kabul edilmektedir. Post-turistler, kentin sosyo-kültürel yapısıyla örtüşmezler. Böylelikle kentte post-turistlere yeni sosyal coğrafya alanı yaratılır. Bunun sonucunda ise post-turistler kentin yeni yerlisi haline dönüşür ve turistlerin ziyaretleri kısa bir zaman dilimini kapsamasına rağmen etkilerinin varlığı kalıcı olarak kendini gösterir (Maitland, 2010'dan aktaran Cocola-Gant, 2015). Post-turistlerin tüketim odaklı olması ve varlıklı bireylerden oluşması nedeniyle yerel halk zamanla asimile olur. Çünkü artan gündelik yaşam maliyetleri, konut fiyatları, değişen ekonomik yapı gibi nedenler düşük gelirli yerel halkın

kentte barınması için engel teşkil eder. Diğer yandan kent içerisinde artan turist sayısı özellikle yerel halkta hareket gücünü çeken kesimler için kamusal alanda önemli sorunları beraberinde getirmektedir. Sokakların sınırlı bir alanda ve kalabalık olması yerel halkın dezavantajlı gruplarını olumsuz etkilemektedir. Benzer şekilde, kentte artan çevre kirliliği ve gürültü miktarı eğlence ve turizm faaliyetleriyle örtüşmektedir. Bu durum çoğunlukla yerel halkın yaşam kalitesini düşüren, kentin doğal yapısını ve çevresini baltalayan ve kentte ses kirliliği yaratan durumları da yaratmaktadır. Böylelikle, turizm soylulaşmasının yaşandığı bir kentte turizm için yaşanan her bir gelişim, yerel halk için yeni bir baskıyı ifade etmektedir. Turizm yatırımlarının artmasıyla arsa ve mülk fiyatları yükselir; ticari hayat post-turistlere yönelik yeniden düzenlenir, çevresel kirlilik ve ses kirliliği gibi çeşitli sorunlar gündeme gelir ve fiyatlarda artış yaşanır. Bu nedenle önemli olan nokta, bölge sakinleri ve turistler arasındaki mekân paylaşımının kaynaklar, tesisler ve bunlara erişim hakları için rekabete dönen bir çatışma kaynağı olabileceğidir (Robinson, 2001’den aktaran Cocola-Gant vd., 2020).



Şekil 3. Turizm soylulaşması ve yerinden edilme ilişkisi

Kaynak: Cocola-Gant (2018) ve Cocola- Gant vd. (2020)’den esinlenerek hazırlanmıştır.

Şekil 3’te görüldüğü üzere, bu tez çalışmasında turizm soylulaşmasının bir sonucu olarak yerinden edilmenin beş adımda gerçekleştiğine dikkat çekilmektedir. Yerelde turizm ekonomisinin oluşması; kentteki yapıların ve soylulaştırıcıların turizme yönelik faaliyetleriyle ilgilidir. Turizm potansiyelini fark eden kentler, kentsel mekânı ve peyzajı

turizme yönelik tasarlarlar. Bu tasarımlar, genellikle eski yapıların turizm soylulaştırıcıları tarafından iyileştirilmesini ve kent merkezindeki turistik cazibelerin çekiciliğiyle ilgili olabilir. Ancak, turizm için gelişmek isteyen kentler belirli eşitsizlikleri gündeme getirir. Temel olarak kentlerdeki eşitsiz gelişim hizmet sektörünü değiştirir ve sermayeyi turizm pazarında yoğunlaştırır. Böylelikle, kenti soylulaştırmaya açık hale getirir. Bunun bir sonucu olarak ise kente yabancı sermayenin girişi artar. Çünkü turizm potansiyeli turistler açısından olduğu kadar, yatırımcılar açısından da önemli bir çekicilik sağlar. Böylelikle kente yatırım amaçlı dışarıdan gelen soylulaştırıcılar sayıca artış gösterir. Soylulaştırıcıların, kentteki yapılara olan talepleri ise arsa ve konutların fiyatlarını arttırır. Ayrıca, emlak piyasasındaki bugünkü fiyatlar ile gelecekte sahip olacağı potansiyel fiyat ise rant farkını gündeme getirir. Rant farkı ise yatırımcılar için önemli bir çekicilik anlamı taşımaktadır. Diğer yandan, soylulaştırıcıların arsa ve konutları turizme hizmet eden işletmelere çevirmesi kentsel mekânda tüketimi arttırır. Çünkü, post-turistlere hizmet edecek çeşitli işletmelerin varlığı kent turizminde önemli rol oynar ve kentte hizmet sektörü post-turistlerin tüketim alışkanlıklarına ve sosyo-kültürel özelliklerine göre çeşitlenir. Böylelikle, turizm soylulaştırıcıları kentte yerleşik hale gelir. Turizm ve turizmle ilişkili işletmelerin de sayısı artarken, yerel işletmelerin değeri azalır. Kentte var olan turizm hareketliliği ise kentteki ticari anlamdaki tüm mal ve hizmetlerde bir yükselişe neden olur. Ortaya çıkan ekonomik, mekânsal ve sosyo-kültürel etkiler ise yerel halkın belirli kesimlerinin bu durumdan olumlu faydalanıp ekonomik olarak güçlenmesine olanak tanısa da yerel halkın belirli kesimlerinin de baskılanmasına neden olmaktadır. Yerelin baskılanması içerisinde; yerelde işletme sahibi olanlar, arsa-konut sahibi olanlar ya da düşük gelirli yerel halk değerlendirilebilir. Sonuç olarak, turizm soylulaşmasının ortaya çıkardığı etkiler yereli baskılayıp yerinden edebilir. Buradan hareketle Cocola-Gant (2018) turizm soylulaşmasında üç çeşit yerinden edilme türü olduğunu ileri sürer. Bunlar şöyledir;

1. **Konut yerinden etme:** Arsa ve konut fiyatlarında yaşanan artıştan kaynaklanmaktadır.
2. **Ticarete dayalı yerinden etme:** Konutların turist konaklamaları için kullanılması.
3. **Yere dayalı yer değiştirme:** Yazlık evlerin artmasıyla konut erişimlerinin zorlaşması.

Tablo 3

Turizm ve yerinden edilme ilişkisi

Turizm soylulaşması	Yerinden edilme türü	Yerinden edilmenin nasıl gerçekleştiği
Turizmin emlak değerlerini arttırması	Doğrudan yerinden etme	-Düşük gelirli yerel halkın yerinden edilmeye zorlanması
	Dışlayıcı yerinden etme	-Vatandaşların uygun fiyata konut bulmakta zorlanması
Oteller	Doğrudan yerinden etme	-Kiracıların yer değiştirmek zorunda kalması
Kısa süreli kiracılar	Doğrudan yerinden etme	-Kiracıların yer değiştirilmek zorunda kalması
	Dışlayıcı yerinden etme	-Kiralık konut piyasasındaki konutların azlığı
	Yerinden etme baskısı	-Kira fiyatlarının giderek artması -Gündelik sorunlar (yerel halktan bazı kesimlerin taşınması, diğerlerinin orada yaşamak zorunda olması)

Kaynak: Cocola-Gant vd. (2020).

Tablo 3'te görüldüğü üzere; turizmin emlak değerlerini arttırması, otellerin artması ve kısa süreli kiracılar kentteki ekonomik yapı üzerinde önemli bir belirleyicidir. Bunların bir sonucu olarak ise yerel halkı baskılamakta ve doğrudan ya da dışlayıcı olarak yerinden edilmektedir.

Sonuç olarak, turizm her ne kadar uluslararası ekonomide önemli bir yere sahip sektörlerin başında gelse bile önemli ekonomik, fiziksel ve sosyolojik etkileri de beraberinde getirebilmektedir. Ne yazık ki, tıpkı soylulaştırma sürecinde olduğu gibi turizm soylulaşmasında da kentler kalkınma aracı olarak turizmi kabul ettikçe/ turizm için kentler yaratıldıkça, kentler öz benliklerini bilinçsiz bir şekilde kaybetmeyle yüzleşeceklerdir.

İKİNCİ BÖLÜM

KENT İMAJİ VE KENT KİMLİĞİ

Kentler arası artan rekabet ile turizm kentleri kent politikaları aracılığıyla yenilenmeye ve canlılık kazanmaya başlamıştır. Öyle ki turizm kentlerinin kendilerini iyileştirme ve rekabet çabaları doğrudan toplumsal ve sosyal yapıya yansımış olup turizm soylulaşması kavramını tetikleyen önemli bir sorunu doğurmuştur. Turizm soylulaşmasının yol açtığı dönüşüm süreçleri ise sonuç olarak bir kenti açıklamada önemli iki faktör olan kent imajı ve kent kimliğindeki dinamikleri etkilemiştir. Kent kimliği, bir kentin sahip olduğu çevresel ve mekânsal değerleri ifade ederken, kent imajı da bu değerlerin bireyler tarafından nasıl algılandığını ele almaktadır. Bu sebepten dolayı, turizm soylulaşmasının yaşandığı bir kentte, kent imajı ve kent kimliğine yönelik psikolojik algıların göç hareketlerinden etkileneceği varsayılmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, bu bölümde; kent imajı ve kent kimliği kavramları detaylı olarak irdelenerek, bu kavramların turizm ile olan ilişkisi ortaya koyulmaktadır.

2.1 İmaj Kavramı

İmaj kavramı etimolojik olarak Fransızca “image” ve Latince “imago” kelimesinden Türkçe ’ye geçmiş olup “resim, görüntü, şekil, imge” anlamı taşımaktadır. İmaj kavramı ilk olarak 15- 16. yüzyıllarda Augsburg’da Fugger isimli bir ailenin uğraşları için tanımlanmıştır. O dönemlerde Fuggerler haberleşmek (Fugger mektupları), kurumlarının işaretlerini yaratmak, kendilerine ait gazetelerin yayımlanması ve fakir kişilere yardım etme gibi sosyal konularda planlı olarak kendi imajlarını yaratmak için uğraş göstermişlerdir (Önören, 2013: 75-76). Köken olarak sosyal psikolojiye dayanan imaj kavramını siyasi önyargı ve düşünceleri ifade etmek için ilk kullanan kişi ise 1922 senesinde Lippman olmuştur (Özüpek, 2005: 107’den aktaran “Halkla İlişkilerde İmaj Yönetimi”, t.y).

İmaj en genel tanımıyla, bireylerin bir olgu ya da nesneye karşı oluşturdukları algıları ve tutumları açıklamak için kullanılmaktadır. Literatürde yer alan imaj tanımları insanların anlam arama çabasıyla doğrudan bağlantılıdır.

Cambridge Sözlüğü imaj kavramını; “bir şeyin ya da birinin başkaları tarafından düşünülme şekli”, “zihindeki resim ya da birinin bir şeyin nasıl olduğuna dair fikir” ve

“okuyucunun ya da dinleyicinin zihinde okudukları ya da duydukları kelimelerden oluşan zihinsel resim ya da fikir” olarak tanımlamaktadır.

Tall ve Vinner (1981) imajı; “tüm zihinsel resim, ilişkili özellikleri ve süreci kapsayan toplam bilişsel yapıdır” şeklinde tanımlamaktadır.

Tolongüç (1992) imajı; “imaj farklı kanallardan edinilen, reklamlardan ikili ilişkilere, içerisinde bulunan kültürel yapıdan, bireysel önyargılara varasıya kadar tüm bilgi ve verilen değerlendirilmesidir” şeklinde tanımlamaktadır.

Gültekin (2005) imajı; “kişi, kurum, obje ya da ülkelerin kısa ve uzun süreç içerisinde sahip olduğu tüm değerler ve bunların algılanışını kapsamaktadır” şeklinde tanımlamaktadır.

Öter ve Özdoğan (2005) imajın duyularla algılandığından ve bunun sonucunda bellekte yer ettiğinden ya da zihinsel bir kurmaca olduğundan bahsetmektedir.

İmaj bazı temel özellikleriyle şöyle ifade edilmektedir (Bolat, 2006: 10);

1. İmaj, kişinin sahip olduğu bilgi ve verilerin işlenip, değerlendirilmesi ile ortaya çıkar.
2. Zaman içerisinde ve yavaş yavaş oluşur.
3. Süreç içerisinde değişim gösterebilir.
4. Nesnel veya öznel düşünce ve yargılardan etkilenebilir.
5. Farkında olmadan ve herhangi bir çaba gerektirmeden gerçekleşebilir.

İmaj tanımlarından da görüldüğü üzere, imaj insan zihnindeki parçaların dış dünyadaki nesne ya da olgular ile karşılaşması sonucu oluşan bir bütünü ifade etmektedir. Bu yüzden imaj yaratılırken bir unsuru oluşturan parçalar ve dış çevre ile ilgili ayrıntılar doğru ayarlanmalı ya da kontrol edilebilir olmalıdır. Bireyler farkında olmasa dahi çoğu kaynaktan çeşitli bilgiler elde edebilmektedir. Bireyin farklı kaynaklardan elde ettiği bu bilgiler ise karşılaştıkları herhangi bir şeyde tavır ve tutum sergilemesi için zemin hazırlamaktadır. Bilişsel, algısal ve psikolojik bir süreci oluşturan imaj kavramı, bireylerin somut ve soyut unsurlardan etkilendiği ve bunun sonucunda ise nesnelere ya da olgulara karşı bakış açıları ile algılarını tanımlamak için kullanılmaktadır. Bireyler ilk defa karşılaştıkları şeylere karşı zihinsel olarak çıkarım yapma eğiliminde bulunmaktadır. Örneğin; ürün paketi, mekân tasarımı ya da görsel organizasyonlar gibi karşılaşılan her farklı şey farklı çağrışımlara neden olmaktadır (İlgın vd., 2018: 205).

2.2 Kent İmajı Kavramı

“Toprak kalır, insan ölür. İnsan zayıflar ve toprağın altına gömülür. Biz bir süre yaşarız ama toprak ebedidir.” (Lynch, 1960: 140).

Kent kavramı, bireylerin bir arada yaşadığı toprak parçasını ya da fiziksel mekânı sınırlandırmak için kullanılmaktadır. Etimolojik olarak kent kelimesi Latince “civitatem” kökünden gelmektedir. Bu kelime ise köken olarak “civis (vatandaş) anlamı taşımaktadır. Bu açıdan bakıldığında, vatandaşların bir arada yaşadığı kara parçalarına kent adının atfedildiği görülmektedir. İnsanlık tarihinin var oluşundan itibaren insanların kara parçaları üzerinde yayıldığı ve kendi aralarında bir toplumu, kültürü, değerleri oluşturduğu bilinmektedir. Ancak, kentlerin esasen ortaya çıkışı insanoğlunun yerleşik düzene geçmesi ile olmuştur. Yerleşik bir düzen içerisinde insanlar hayatlarını devam ettirmek için uğraş göstermişlerdir. Bunların yanında, toplayıcılık ve tarım faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Artan nüfus ile de ilk kentler ortaya çıkmıştır.

Toplum ve kentlerin birbiriyle etkileşim içerisinde ve kendisini oluşturan imkanlar doğrultusunda meydana geldiği belirtilebilir. Kentler, sınırlı toprak parçaları içerisinde süreklilik gösteren ve her yaşanmışlığı dışarıya yansıtan alanlardır. Bu yüzden, toplumun sahip olduğu örf, adet, gelenek, ekonomik, sosyal ve kültürel yapının kentten ayrı düşünülmesi beklenemez. Kentsel mekânda bireylerin ortaklığını sağlayabilecek pek çok değer, konu ya da fikirler mevcuttur. Kentlerde bulunan her bir somut ve somut olmayan nesnelerin tamamı kentin ve içerisinde yaşayan toplumun sahip olduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve politik koşullarının birer yansımasıdır. Kültürel birikim içerisinde toplumlar ve kentler belirli süreçlerden geçmekte, sahip oldukları etkileşim ve iletişimi kente yansıtmaktadırlar. Ayrıca kentler temel tüketim alanlarıdır. Çünkü, kentsel mekânda ticaret vardır. Ticari hayatın içerisinde yer alan tüm işletmeler de ekonomik ve sembolik olarak kent hakkında bireylere bilgi vermektedir. Tüm bu sebeplerden dolayı bireylerin sahip oldukları kültür, yaşam tarzları veya kent ile etkileşime geçme tarzları farklı olsa bile bir arada yaşıyor olmanın beraberinde getirdiği değerler ya da kabuller kent imajında önemli bir yere sahiptir (Gündoğdu vd., 2016: 51). Kenti bir araya getiren her etmen bireyler için çeşitli anlamları ve mesajları ifade etmektedir. Böylelikle, kentsel imaj parçalarının bir bütünü oluşturması ile zihindeki resmi imgelenebilir kılmaktadır.

İmgeler, kentin insan zihninde kalan parçalarıdır. İnsanların kente yönelik tutum ve eylemleri kentin imajı tarafından koşullandırılmaktadır (Kotler, 1997: 607’den aktaran

Gilboa vd., 2014: 50). Ortaya çıkan bu süreçte, insanlar kent ile etkileşimleri sonucu imaja konu olan öğelerden istediklerini seçmekte ve bunu kendi çerçevelerinde anlamlandırmaktadırlar. Bir bakıma, kentler insan zihninde konumlanmaktadır. Literatürde yer alan kent imajı tanımları, kentsel mekân ve insan algıları arasındaki bağlantıyı vurgulamaktadır.

Lynch (1960) kent imajını dış dünyaya bakış ve bunun ardındaki etmenler olarak ele almaktadır. Lynch'e (1960) göre kent imajı; bireylerin zihninde yer almaktadır ve dış dünyanın genel görüntüsünü oluşturmaktadır. Bu imaj, anlık duyular ile geçmiş deneyimlerin ortaya çıkardığı bir ürün olup elde edilen bilgiyi yorumlamak ve hareketleri yönlendirmek için kullanılmaktadır.

Kotler (1997) kent imajına birey ve bireyin deneyimleri açısından yaklaşmaktadır ve kent imajını bireylerin herhangi bir kent hakkında sahip olduğu inanç, fikir ve izlenimlerin tamamını olarak tanımlamaktadır (Kotler, 1997: 607'den aktaran Priporas vd., 2020: 454).

Morgan ve Pritchard (1998) kent imajını tanımlarken kültürel bir bakış açısıyla kavramı ele almaktadır. Buna göre kent imajı belirli ortak anlamlar, inançlar ve değerleri yansıtip güçlendirmektedir. Bu yüzden kent imajından kültürlerin para birikimi olarak bahsedilebilir (Morgan ve Pritchard, 1998'den aktaran Oshimi ve Harada, 2019: 3).

Çetintahra (2011) kent imajını; “kentlin bir kimliğinin olmasını sağlayan ve içerisindeki bireyler için anlam taşıyan yapılardan meydana gelmektedir” şeklinde tanımlamaktadır.

Bayraktar ve Uslay (2016:1) kent imajına daha nitelik ve görsellik açısından yaklaşarak bireylerin kimliklerinin süreçte etkili olduğunu ifade etmektedir. Yazarlara göre kent imajı; marka, görsel imaj, itibar, yer duygusu ve bireylerin kimlikleri gibi kavramlardan oluşmakta ve bu kavramların tümü ise bir yerin genel imajını oluşturmaktadır.

Kent imajı sürecinin temeli esas olarak davranışsal coğrafyaya dayanmaktadır. “Çevreyi nasıl algıladığımız ve düşüncelerimiz ile algılarımızın davranışlarımızı nasıl etkilediğinin incelenmesi davranışsal coğrafyanın konusunu oluşturmaktadır” (Aliağaoğlu, 2007: 18). Davranışsal coğrafyacılar, bireylerin yapıli çevreyle olan ilişkisini araştırmaya bireylerin çevreyi farklı olarak algılaması varsayımı ve bundan kaynaklanan sübjektiflikten yola çıkarak başlamışlardır (Gregory, 2013'ten aktaran Temurçin ve Keçeli, 2015: 119). Bu sebeplerden dolayı, özellikle günümüz artan rekabet ortamında birey ve kent etkileşimi oldukça önem arz etmektedir. Kentsel mekandaki öğelerin görsel olarak ayırt edilebilir

özelliğe sahip olması ve anlamlar içermesi bireyin kent ile çağırışını kolaylaştırmaktadır. Stefanou (1992) bireyleri etkileyen çevresel faktörleri aşağıdaki gibi ifade etmektedir;

1. İmaj oluşturabilme
2. Okunabilirlik
3. Anlamlı Olma
4. Çağırışım oluşturabilme
5. Özgünlük
6. Çevreye uyum sağlayabilme
7. Çevresel öğelerin uyumu

Bunlara ek olarak, Lynch (1960) kent imajını üç bileşen ile irdelemektedir; kimlik, yapı ve anlam. Lynch'e göre (1960) bu üç kavram bir arada bulunmaktadır. İşlenebilir bir imge ilk olarak diğer nesnelerden ayırt edilebilmesi için tanımlanabilir olmalıdır. Nesne bir kimliğe sahip olmalıdır. Kimlik, nesnenin tek olduğunu ifade eder. İkinci olarak, bir nesne birey ve diğer nesneler ile uzamsal ya da dokusal olarak ilişki içerisinde olmalıdır. Üçüncü olarak ise nesne birey açısından uygulama veya duygusal olarak bir anlam ifade etmelidir. Bu üç bileşen, kent imajını nasıl algıladığına, nasıl deneyimlediğine ve nasıl anlamlandırdığına bağlı olarak her birey için farklı bir kent imajının ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Diğer yandan, kentin sahip olduğu imaj ya da kente dışarıdan gelen bireylerin algısı pek çok faktörden etkilenebilmektedir. Bunlar genel olarak; kent nüfusunun özellikleri, statüsü veya siyasi gücü, nüfusunun büyüklüğü, suç oranı, sosyoekonomik durumu ve istihdam durumu, şehir içinde yer alan ulusal kurumların sayısı ve karakteri, konumu ve tarihi geçmişi, film ve televizyon dizileri, kentte çekilmiş medya öğeleri, atmosferi, eğlence seçenekleri, turistik veya kültürel değeri ve fiziksel görünümü olarak sıralanabilir (Avraham, 2014: 472). Kent imajı bireylerin izledikleri filmler, okudukları yazılı materyaller, edindikleri bilgiler ve kendi deneyimleri doğrultusunda oluşmakta ve bu edinimler doğrultusunda olumlu, olumsuz ya da nötr olarak kendini göstermektedir (Şahin, 2010: 42'den aktaran Görkemli, 2012: 144).

Kotler vd. (1993) kent imajının dört şekilde oluşabileceğini öne sürer. Bunlar; olumlu ve çekici, olumsuz ve zayıf, karma ya da çelişkili şeklindedir. Avraham (2004) ise kent imajını açık ve kapalı imaj olarak ikiye ayırmaktadır. Açık imaj, kentin sahip olduğu imaja yeni özelliklerin eklenebileceğini ifade ederken; kapalı imaj değişmesi zor olan önyargıların varlığını ifade etmektedir. Yurtseven (2004)'den aktaran Geçikli (2012) ise kent imajını

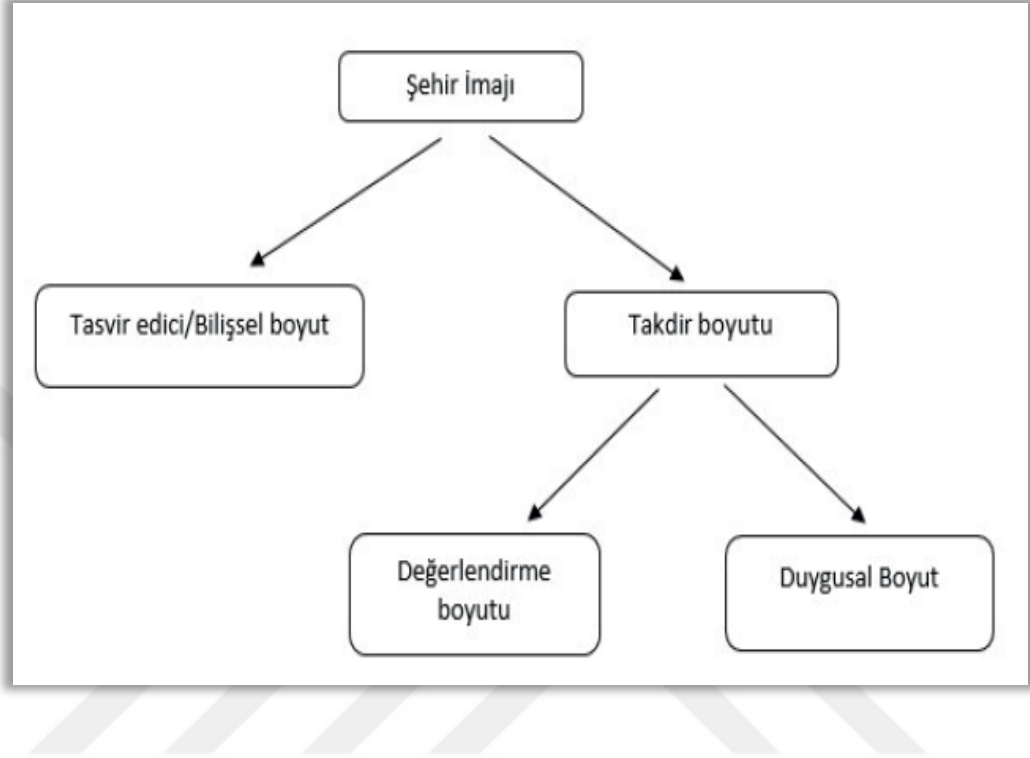
temel imaj ve özel imaj olmak üzere iki başlıkta incelemektedir. Temel imajı iki başlığa ayıran yazar; ilk olarak gezilecek yer, rekreasyon, turizm ve genel alt yapı, ulaşım ağı ve bunların maliyetine ilişkin faaliyetleri açıklarken, ikinci olarak tarihi, kültürel, politik, sosyal, finansal, iklimsel ve doğal güzelliklerin kenti ziyaret etme olasılığının arttırdığına değinmektedir. Özel imaj ise potansiyel tüketicilere hitap etmekte, temel ve özel imajı oluşturan koşulların fonksiyonundan meydana gelmektedir.

Kent imajının güçlü ve sürdürülebilir bir özelliğe sahip olabilmesi için aşağıdaki yolların izlenmesi birer gerekliliktir (Geçikli, 2012: 19-20);

1. **Altyapıyı oluşturmak:** Bu aşamada, kent imajının güçlü olabilmesi için kentle ilgili her detayın saptanması gerekmektedir.
2. **Dış imajı oluşturmak:** Dış imaj da amaç tüketici ile etkileşime geçerek, onları etkilemek ve memnuniyetini sağlamaktır. Reklam, sponsorluk, halkla ilişkiler, medya araçları, pazarlama ve sosyal medya gibi bileşenlere ağırlık vermek bu noktada önem arz etmektedir.
3. **İç imajı oluşturmak:** Olumlu bir kent imajı için kentte ikamet eden yerleşiklere yönelik çalışmaların düzenlenmesi ve onların memnuniyetsizliğin giderilmesi de bir gerekliliktir.
4. **Somut imaj oluşturmak:** Kentin logosu, tarihi dokusu, temizliği, ulaşım olanakları, park olanakları, yerel halkın sahip olduğu kültür ve iletişim tarzı gibi pek çok somut bileşenleri kapsayan değerlerin düzenlenmesini, korunmasını ve iyileştirilmesini ifade etmektedir.
5. **Soyut imaj oluşturmak:** Kent imajının güçlü ve sürdürülebilir olmasında son aşama soyut imajdır. Soyut imaj, dış çevre ile kurulan duygusal bağı ifade etmektedir.

Kent imajı için önem taşıyan bir diğer husus vizyondur. Vizyon, tıpkı kent imajı gibi kentin sahip olduğu koşulların, insan zihnindeki haritasını temsil etmektedir. Bu yüzden, kent imajından ayrı düşünülmesi imkansızdır ve olumlu bir kent imajı için kent vizyonunun sağlam temellere oturtulması bir gerekliliktir. Bunların yanında, kent imajının değerlendirilmesi bireylere göre farklılık gösterebilmekte ve iki bileşen ile irdelenmektedir. Bir kent imajının değerlendirilmesi, değerlendirci (bir fikrin ifadesi) ve duygusal (bir

tercihin belirtilmesi) olarak iki bileşene ayrılmaktadır (Pocock ve Hudson, 1998; Wilson, 2002'dan aktaran Richard ve Wilson, 2004: 6).



Şekil 4. Kent imajının boyutları

Kaynak: Richard ve Wilson (2004:1935); Yalçın (2020: 108).

Şekil 4'te görüldüğü üzere, kent imajı tasvir edici ve takdir edici olmak üzere iki boyutu içermektedir. Tasvir edici boyut, bir kenti bilişsel olarak ayırır ve insan zihninde kenti anlam ve derece bakımından konumlandırır. Takdir boyutu ise değerlendirme ve duygusal boyut olarak iki başlıkta incelenmektedir. Takdir boyutu, kenti fiziksel dış dünya açısından irdelemekte ve yollar, sınırlar, bölgeler, odaklar ve nirengiler olmak üzere incelemektedir (Fırat ve Kömürcüoğlu, 2015: 289). Bu boyutlar Lynch'in (1960) kent imajı kuramındaki başlıkları ifade etmekte olup, ilerleyen başlıklarda daha detaylı olarak irdelenecektir.

2.3 Kent İmajının Oluşumu

Bireyler kente dair pek çok kaynaktan bilinçli ya da bilinçsiz bilgi toplayabilmektedir. Bireyler gördükleri ve işittikleri şeylerin doğrudan farkında olmasa bile bu etkileşimler kentin imajını şekillendirebilmektedir. Kent imajının zihinsel bir birikim süreci olması dergi, gazete, televizyon, radyo, sosyal medya ve turizm işletmeleri gibi pek çok araçların yansıttığı mesajların anlamlandırılma çabasını ortaya koymaktadır.

Geçikli'ye (2012), göre kent imajının oluşması aşağıdaki dört madde ile gerçekleşmektedir;

1. Kente dair direkt deneyimler,
2. Çevre, aile ya da arkadaş gibi kaynaklardan elde edilen duyular,
3. Üçüncü kaynaklardan; kamu kaynakları, gazeteler, televizyon yayınları ve yapılan araştırmalardan elde edilen bilgiler,
4. Kente dair yapılan bilgilendirmeler, broşürler, tanıtım araçları ve reklam filmleri gibi iletişim araçları kent imajını oluşturmaktadır.

Tablo 4

Kent imajını etkileyen faktörler ve mekân algısı

GERÇEK DÜNYA	KULLANICININ FİZİKSEL ÖZELLİKLERİ	KULLANICININ SOSYO-PSİKOLOJİK ÖZELLİKLERİ		Zaman	
Çevre Faktörleri	-Kullanıcı boyutları	-Deneyim		→	İmaj
-Doğal yapı	-Göz nitelikleri	-Sosyal boyut	Algılanan Dünya	→	Zihinsel Harita
-Yapay/kültürel yapı	-Boyut algılaması	-Kişisel Özellikler		→	Anlam
	-Renk algılaması	-İhtiyaç			
	-Diğer algılar	-Hafıza, öğrenme			

Kaynak: Rapoport, 1977'den aktaran Erkan-Biçer (2002: 30).

Tablo 4'te de görüldüğü üzere, özellikle davranışsal coğrafya çalışmalarında algı, imaj, zihin haritası gibi kavramların da ele alındığı görülmektedir (Aliağaoğlu, 2007: 19). Bireyin davranışları; kentsel mekânın fiziksel ve sosyo-kültürel özelliklerine, bireyin ise

kişisel özelliklerine bağlıdır. Bir kentin fiziksel özellikleri, kentin yapay ve doğal çevresini tanımlamaktadır.

Bir kentin yapay çevre elemanları yapılar, sokaklar, kentsel mekân dokusu, tarihi-kültürel eserler ve insan eliyle inşa edilmiş olan diğer eserleri ifade etmektedir. Bireyler, kentsel mekânda sürekli olarak yapay öğeler ile etkileşim içerisinde olduğu için bu öğeler farkında olmadan dahi insan zihninde birikebilmektedir.

Benzer şekilde, doğal çevre elemanları da özellikle turistik amaçlı bir kenti ziyaret eden bireyler için bir seyahat motivasyonu olabilmektedir. Bu grupta dağlar, akarsular, vadiler, göller vb. gibi çeşitli doğal oluşumlar yer alabilir.

Sosyo-kültürel özellikler ise toplumun sahip olduğu değerleri ifade ederken, bu değerler kentsel mekânda fiziksel ve yapay çevrenin şekillenmesi ve korunması gibi konularda önemli rol oynayabilmektedir. Ayrıca, bu eserler sürekli olarak insan tüketimine maruz kaldığı için yıpranmaya açık yapılardır. Bu yüzden, kentin imgelenebilir olması için kentteki fiziksel ve sosyo-kültürel çevrenin korunması ve iyileştirilmesi önem taşımaktadır.

İnsanlar, kentler hakkında karar verirken kente dair bilgilerin yanında kendi kişisel özelliklerinden de etkilenebilmektedir. Bir bireyin demografik özellikleri, tercih edeceği kenti değiştirebilmektedir. Bu durum yaş, gelir yapısı, kültür ve eğitim düzeyi gibi dinamikler etrafında şekillenebilmektedir. Ayrıca, bireyin bir kente gitmedeki temel ihtiyaç nedeni de kentin imajının farklı konumlandırılmasına neden olabilmektedir. Örneğin, genç yaş grupları daha çok macera ve gezme görme merakı ile bir seyahat motivasyonuna sahipken, orta yaş gruplarının seyahat motivasyonları genellikle kültürel beklentiler çerçevesinde şekillenmektedir. Bu durum ise farklı bireyler tarafından kentin farklı algılanmasına neden olabilmektedir. Bu noktada, deneyim ve geçmiş tecrübeler de önem taşıyan bir diğer husustur. Bireylerin daha önce ziyaret ettiği ve etkileşime girdiği çevre, aynı kente ya da aynı bölgeye olan bir sonraki seyahat kararında önemli bir belirleyicidir. Olumsuz etkileşimler bireylerin negatif olarak güdülenmesi yol açarken, olumlu duygular ise pozitif güdülenmeye yol açmaktadır.

2.4 Kent İmajı Kuramı

Şehir planlamacısı olan Lynch (1960) çoğunlukla kentsel mekânda gerçekleştirdiği çevresel algı çalışmaları ile tanınmaktadır. Lynch'in kent imajı literatürü için önemli bir alışması olan "Kentın İmgesi" adlı eserde kentlerin insan zihninde nasıl okunduğuna dair

bilgiler yer almaktadır. Buna göre, bireyler kentsel mekânda kendilerini kurdukları zihinsel haritalar ile yönlendirmektedir. İyi bir yönlendirmenin sağlanabilmesi için ise kentlerin “okunaklı” olması gerekmektedir. Okunaklılık, kentin zihinde hayal edilebilirliği ya da imgelenebilirliği ile alakalıdır. Lynch, okunaklı olan kentlerin daha tanımlanabilir ve görsel olarak kavranabileceğini savunmaktadır.

Kent içerisinde bireyler yol arama ya da bulma arayışı içine girmektedirler. Yol bulmak, bireylerin dış dünyaya karşı zihninde oluşturdukları genel bir resmi ifade etmektedir. Bu resim, bireyin anlık duygular ve geçmiş deneyimlerinden oluşan bir ürün olup elde edinilen bilgiyi yorumlamak ve hareketleri yönlendirmek için kullanılmaktadır (Lynch, 1960: 4). Ayrıca, Lynch kentlerin bir mimari eser gibi yapılar olduğunu fakat daha büyük ve süreç içerisinde algılandığını savunmaktadır. Bu yüzden kentsel mekânda görme ve işitme aracılığıyla algılanmanın yanı sıra keşfedilecek pek çok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar çoğunlukla çevreyle alakalı olup kendi kendilerine deneyimlenememektedir.

Lynch (1960) kentlerin imgelenebilir olması için bireylerin zihinsel haritalarının beş unsurdan meydana geldiğini ifade etmektedir.

1. Yollar
2. Kenarlar
3. Bölgeler
4. Düğüm/Odak noktaları
5. İşaret öğeleri

2.4.1 Yollar

Yollar, en genel hali ile kent içerisinde sokakları birbirine bağlayan ya da bir sınır olarak birbirinden ayıran, ulaşımın sağlanabildiği alanları nitelemektedir. Lynch (1960) yollardan bireylerin nadir kullandığı ve alışkanlık ile olanaklarına bağlı olan alanlar olarak bahsetmektedir. Erkan-Biçer (2002) ise yollardan zemini kaplı ve kullanıcı hareketlerine olanak sağlayan, tavanı tanımlanmamış ve yan yüzeyleri ise kısmi tanımlanmış alanlar olarak bahsetmektedir. Buna göre yolların içerisinde; sokaklar, yaya yolları, toplu taşıma alanları, kanallar ile demiryolları gibi alanlar bulunabilmektedir. Kentler, yollardan izlenmektedir ve bireyler kentin farklı bölgelerine bu yollardan ulaşmaktadır; yollar önemlidir çünkü bireyleri bir alana yönlendirmektedir (Dougherty, 2006: 8).

Yollar, çoğu bireyin imaj algısında baskındır. Çünkü bireyler kenti gözlemlerken yollar aracılığıyla çevresel unsurları algılayabilmektedirler (Lynch, 1960: 52). Yollar, onu gözlemleyen bireyler için bir dış unsur iken aynı zamanda bu kişilerin yolların içinde yer almasını da sağlamaktadır (Çelikyay, 2017: 25). Yollar, kent hayatına farklı katkılar sağlamayabilmektedir. Yolların düz veya kavisli olması gibi özellikler yaşantıyı değiştirmekte, düz yollar bireylerde yönlenme ve monotonluk duygularını açığa çıkarırken kıvrımlı yollar ise merak ve çekicilik yaratmaktadır (Örer, 1993: 42). Benzer şekilde özellikle araç kullanan bireyler için yolların kavisli olması ya da kavşakların bulunması akıl karıştırıcı olabilmektedir. Yolların bütünlüğü sağlanabiliyorsa (ızgara sistemi gibi) ayırt edilmesi daha mümkün hale gelmektedir (Lynch, 1960: 67).

Kent ölçeğinde, belirgin yolların üzerindeki alanlar sadece daha fazla bireyi oraya çekmekle kalmayıp, aynı zamanda da kentin genel imajında belirgin bir şekilde yer almaktadır (Dougherty, 2006: 8). Belirli yollarda özel kullanımın bir cadde üzerinde yoğunlaşması, bireyler için o caddeyi önemli kılabilmekte ve yoğunlaşmaya neden olabilmektedir (Lynch, 1960: 56). Örneğin, İstanbul'da yer alan İstiklal Caddesi ile Bağdat Caddesi pek çok birey tarafından bilinen iki caddedir. İstiklal Caddesi, Taksim Meydanı ile Tünel Meydanı arasında yer almaktadır ve bu cadde çoğunlukla tarihi dokusu ve yol boyunca bireylerin gözlemlediği tramvay ile dikkat çekmektedir. Bireylerin bu caddeyi ziyaret amacı çoğunlukla zihinlerde çizdiği bu imajdan kaynaklanmakta ve cadde boyunca yer alan farklı sektördeki pek çok işletme onlar için ikinci planda kalabilmektedir. Benzer şekilde yine İstanbul'da yer alan Bağdat Caddesi ise insan zihninde ekonomik olarak daha üst sınıf duygulara hitap etmektedir. Lynch tam da bu noktalar üzerinde durarak belirli yolların bireyler için önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Diğer yandan yolların sahip olduğu belirli karakteristik özellikler yolların sahip olduğu imajı güçlendirebilmektedir. Geniş ya da dar yollar bu duruma güzel bir örnektir. Yolların geniş ya da dar olarak ayrılması, ana caddelerin geniş bir yapıya sahip olması, tali yolların ise daha dar bir yapıya sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca dar yollar içerisindeki yüksek yapılar ile de zıtlık imajı oluşturmaktadır. Yapıların sahip olduğu cephe özellikleri de yolları ön plana çıkarmakta ve imaj üzerinde önem taşımaktadır (Lynch, 1960: 56-57).

Kentte yer alan özel oluşumlara fiziki yakınlık da bir yolu önemli kılabilmektedir. Bir nevi, yol ikinci bir sınırmış gibi görev yapmaktadır. Örneğin bir caddenin parkla sınırlandırılması ya da bir caddenin limanla ilişkisinin bulunması onu tek başına önemli

kılabilmektedir. Kimi zaman da yol kendine has yapısal özellikleri nedeniyle ön plana çıkabilmektedir (Lynch, 1960: 57).

Yolların bir sürekliliğinin olması işlevsel olarak bir gerekliliktir. Çünkü bireyler bu sürekliliğe güvenirlir. Örneğin; bir yolun sürekli olarak aynı kaplama ile devam etmesi, yol boyunca yapılan bitki peyzajı ya da yol boyunca bulunan yapıların cepheleri yolun sürekliliğini açıklamaktadır. Ayrıca, yolların sahip oldukları yön özellikleri görsel algıyı daha netleştirebilme özelliğine sahiptir. Yolların nerede başlayıp nerede bittiğinin belli olması ya da yolun diğer yollarla uyumlu veya uyumsuz olması da o yolu daha güçlü bir kimliğe sahip kılmaktadır (Lynch, 1960: 60-61-62).

2.4.2 Kenarlar

Kent imajını oluşturan kenar unsurları “sınırlar” olarak da bilinmektedir. Adından da anlaşılacağı üzere kenarlar ya da sınırlar iki alanı birbirinden ayıran unsurlardan meydana gelmektedir. Kenarları oluşturan unsurlar genellikle kamusal alanları çevrelemektedir (Çelikyay, 2017: 27). Kenarlar, gözlemcilerin kullanamadığı doğrusal unsurlardır. Kenarlar sürekliliği böler ve bölgeler arasında sınır işlevi görür. Kent ölçeğinde kenar unsurları alanı sınırlayan, kuşatma hissi yaratan, kentin tanımlanmış ve ayrı bir alan olduğunu ileten unsurlardır. Kenarlar aynı zamanda bir kentin malzeme ve/veya karakter değişiklikleriyle farklılaşan bölümleri de ifade edebilmektedir (Dougherty, 2006: 8). Kıyılar, demiryolları ve duvar gibi yapılar kenarlar kategorisi içerisinde değerlendirilebilir. Yanal referans görevi gören bu kenarlar iki alanı ayırır ya da birleştirebilir. Kenarı oluşturan öğeler genellikle bireylerin yer yön bulmak için kullandığı ve ana sınırları su ya da duvar ile çevrelenen oluşumlardır (Lynch, 1960: 52). Erkan-Biçer (2002) kenarları oluşturan bu unsurları yapay ve doğal oluşumlar olarak ele almaktadır. Yazara göre akarsu, yeşil alan, yamaç ya da kıyılar doğal oluşumlar arasında sayılabilir. Yapay oluşumlar ise insanların hayata geçirdiği demiryolları, su kanalları, duvarlar, surlar, geniş akslar ve yapay yeşil bantları içermektedir.

Kenarı oluşturan unsurlar arasında yollar da sayılabilir. Kenar unsurları çoğunlukla bir yol olarak imgelenebilir ve sınırları oluşturan karakteristikler ile desteklenir. Ayrıca kenarlar yön özelliğine sahip olabilirler. Örneğin bir kenar unsuru su ve kenti birbirinden ayırabilir. Kenar öğeleri ayırıcı özelliğe sahip olsa bile aslında birleştirici özellik de taşır. Çünkü kenarlar bölgeleri ya da alanları birbirinden ayırsa dahi görsel açıdan devamlılık sağlayabilir (Lynch, 1960: 72-73).

2.4.3 Bölgeler

Bölgeler, belirli bir tutarlı karaktere sahip bir kamusal alan içindeki alanları ifade etmektedir (Dougherty, 2006: 8). Bölgeler iki boyutlu algılanırlar ve kentsel mekandaki orta ya da büyük bölümleri tanımlarlar. Bireyler bu alanlarda yer aldığını psikolojik olarak alanın içinde olduğunu düşünürler. Bireylerin algılamalarında yol ya da bölgeler baskınsa kent yapısı da bu doğrultuda oluşturulur (Lynch, 1960: 52).

Bölgeler kent içerisinde bütünlüğe sahiptirler. Konut bölgesi, ticaret bölgesi, sanayi bölgesi, rekreasyon bölgesi vb. gibi işlevsel ya da doku olarak bütünlük sağlayan alanlar bölgeler içerisinde sayılabilir. (Çelikyay, 2017: 29). Benzer şekilde, kentsel mekânda belirli sınıflara ya da gruplara ait yerleşim mekanları bulunabilmektedir. Bu durum birbirinden farklı sosyo-kültürel özelliklerinin, gelenek ve göreneklerinin ve çeşitli özelliklerinin de kente yansımaya neden olmaktadır (Erkan-Biçer, 2002: 33). Bölgeler, ortak karakter yapılarına sahiptir. İçten ve dıştan algılanabilirler. Bölgeleri oluşturan unsurlar çoğunlukla tipik özellikler ve karakteristik gruplar içerisinde imgenlenmektedir (Lynch, 1960: 74-76). Ayrıca bölgeler kentte yaşayan bireylerin kenti daha kolay ve rahat algılamasına neden olur. Kentsel mekân içerisinde bölgeler; işlev, sosyal ve fiziksel özellikler olarak birbirinden farklılaşmaktadır (Erkan-Biçer, 2002: 32).

Sonuç olarak bölgeleri oluşturan unsurlar belirli amaçlar doğrultusunda ve işlevlerine göre birbirinden ayrılmaktadır. Bu durum kent içerisinde bölgelerin kolay tanımlanabilir olmasını sağlamaktadır. Örneğin kentlerdeki pazar yerleri bu duruma güzel bir örnektir. Belirli bir işlev ve amaç doğrultusunda oluşurlar ve kentte yaşayan halk tarafından bilinirler. Bu durum kent imajının daha net bir resim çizmesine ve algılanmasına neden olur. Böylelikle insan zihninde kentin tanımı daha kolaylaşır.

2.4.4 Düğüm/Odak Noktaları

Düğüm noktaları bireylerin bir yerden farklı bir yere giderken sıklıkla kullandığı noktalardan oluşmaktadır. Düğüm ve odak noktaları unsurları arasında kavşaklar bu duruma iyi bir örnektir. Çünkü kavşaklar kentte yaşayan bireyler için zorlayıcıdır ve nereye gideceğine dair karar vermeyi gerekli kılar (Lynch, 1960: 52-81). Kentsel alan ölçeğinde düğüm ve odak noktaları etkinliklerin yapıldığı alan içerisindeki yerleri tanımlamaktadır;

bunlar belirli bir aktivite için gidilen yerler olabilmektedir (basketbol sahası, güneşte bir bank vs.) (Dougherty, 2006: 9).

İçerisinde bulunduğumuz çağ itibariyle odak/düğüm noktaları farklılık gösterebilmektedir. Bu alanlar artık bireylerin günlük ihtiyaçlarına cevap verecek alanlardan oluşmaktadır. Toplantı mekanları, oyun alanları, dini mekanlar gibi ortak kullanıma sahip alanlar bu duruma birer örnektir (Erkan-Biçer, 2002: 36). Bunların yanı sıra, otogarlar, iskeleler, tren garları, terminaller gibi topluluğunun bir arada bulunduğu ya da karşılaştığı sonrasında ise farklı yerlere dağıldığı alanlar da düğüm odak noktalarını oluşturmaktadır. Bu alanlar aynı zamanda sosyal yaşam alanlarıdır (Çelikyay, 2017: 30). Ayrıca odak noktaları toplumun önemli anlarına şahitlik eden mekanları da içerisinde barındırmaktadır. Bireylerin açık havada zaman geçirme, kentsel mekânda var olmaya aracılık eden unsurlar bu grup içerisinde (Erkan-Biçer, 2002: 36). Kentlerde yer alan meydanlar odak/düğüm noktalarına birer örnektir.

2.4.5 İşaret Öğeleri

İşaret öğeleri, mimari ya da kentsel boyutta kendi özellikleri sebebiyle ayırt edilebilirler. Ayrıca bu öğeler kent dokusunda yer yön bulma ya da hatırlama konusunda bireylere yardımcı olurlar. Çoğunlukla kente dışarıdan gelen bireye kentle ilgili sembolleri aktarırlar ve bu unsurların unutulması daha güçtür (Erkan-Biçer, 2002: 36-37).

İşaret öğeleri, çoğunlukla harici öğelerden meydana gelmektedir. Birey bu unsurların içerisinde yer aldığını hissetmemektedir. İşaret öğeleri oldukça kolay tanımlanabilirler. Binalar, işaret levhaları, dükkânlar ya da dağlar bu gruba birer örnektir. Bu alanların kullanımı pek çok olasılık arasından yapılan tercihlerle ilgilidir. Bu gruptaki bazı unsurlar, belirli uzaklık ya da mesafeden fark edilebilmektedir ya da diğer unsurlara göre hiza ve yükseklik olarak tezatlık oluşturabilmektedirler. Kentlerde yer alan kuleler, kubbeler ya da tepeler bu gruba örnek olarak verilebilir.

Ayrıca, yerel olan işaret öğeleri belirli güzergahlarda ve sınırlı alanlarda gözükabilir. İşaret levhaları, dükkân önleri, ağaçlar ya da diğer kentsel detaylar gibi (Lynch, 1960: 53-54-88). Heykeller, saat kuleleri, dini ya da anıtsal yapılar mimari olarak daha ayırt edici özelliğe sahiptir ve kamusal alanları tarif ederken bu işaret öğeleri daha çok ön plana çıkmaktadır. Bir nevi bu öğeler, bir yeri tarif ederken tarifi kolaylaştırıcı bir görev görürler ve bulundukları yere bir kimlik kazandırır (Çelikyay, 2017: 32). İşaret öğeleri bireyler

için dışsal öğeler ve basit fiziksel unsurlardır. Bu öğelerin başka bir unsurla desteklenmesine gerek yoktur, tek başlarına var olmaktadır (Lynch, 1960: 87-91).

2.5 Kent İmajı ve Turizm

Turizm hareketliliği küresel çapta yaygınlaşan ve kentleri rekabete sürükleyen bir faaliyet haline dönüşmüştür. Bu sebeplerden dolayı, kentlerin turist çekebilmesi için olumlu bir kent imajını dış çevreye yansıtması gerekmektedir. Turizm sektöründe küresel çapta artan rekabet ile bireylerin çok fazla tercih edeceği kent bulunabilmektedir. Küreselleşen dünyamızda, kentlerin özellikle turizm hareketliliğiyle ticari bir rol üstlenmesi bu durum üzerindeki en belirleyici açıklamalardan biridir. Çünkü bir turistin kente olan ziyaretinin en önemli sebebi, kentin küresel çapta ve birey zihninde yer alan imajıdır. Rekabet açısından ön plana çıkmak isteyen kentler, turistlere belirgin özelliklerini kent imajı aracılığı ile pazarlamaktadır. Bu esnada kent imajının değişken bir yapıya sahip olması onu geliştirmeyi ve değiştirmeyi mümkün kılmaktadır.

Tablo 5'te görüldüğü üzere, turizmde kent imajını etkileyen unsurlar 9 kategoride değerlendirilmektedir. Buna göre, olumlu bir kent imajı için her unsur kent içerisinde bütünlüğü sağlamalıdır. Herhangi bir yapının ya da oluşumun kentin kimliğinden bağımsız ya da aykırı olması beklenemez. Her unsurun kent ile bir bağı bulunmalıdır ve bu unsurlar ancak kendisini meydana getiren olaylar ve geçmiş deneyimler ile algılanabilmektedir (Lynch, 1960:1). Bir kentin imgelenebilir olması için kentsel mekânın kimliği ve buradaki tarihi, estetik, kültürel ya da doğal dokunun korunması önemlidir. Çünkü, bireyler her şeyden önce gideceği kentte ilk olarak gözleri ile temas kurmaktadır. Bu durum aslında Lynch'in iyi bir imaj için önerdiği kimlik, yapı ve anlamın varlığını ile uyumludur. Çünkü, turizm potansiyeli bulunan bir kent zaten içerisinde birtakım çekicilikleri barındırmaktadır. Turizm kentlerinin kimlikleri bir bakıma daha güçlüdür. Ancak, bu çekiciliklerin kent ile bir bütünlük sağlaması ve çeşitli anlamlar barındırması güçlü bir kent imajı yaratmanın en önemli kaynağını oluşturmaktadır.

Tablo 5

Turizmde kent imajını oluşturan unsurlar

DOĞAL KAYNAKLAR	GENEL ALTYAPI	TURİZM ALTYAPISI
Hava durumu; sıcaklık, yağış, nem, güneşli saatler	Gelişmiş ve kaliteli yollar	Oteller; yatak sayısı, kategoriler, kalite
Plajlar; deniz suyu kalitesi, kumlu ve kayalık plajlar, plajların uzunluğu, plajların kalabalığı	Özel ve toplu taşıma imkanları	Restoranlar; restoran sayısı, kategorisi ve kaliteleri
Kırsal zenginlik; korunan doğal kaynaklar, göller, dağlar, çöller vb.	Sağlık hizmetlerinin gelişimi	Bar, diskotek ve kulüpler gibi eğlence alanları
Flora ve fauna çeşitliliği ile benzersizliği	Telekomünikasyon hizmetlerinin gelişimi	Destinasyondaki geziler
	Ticari altyapı gelişimi	Turizm merkezleri
	Modern binaların yaygınlaşması	Turistik bilgi imkanları
BOŞ VAKİT VE REKREASYON ALANLARI	KÜLTÜR, TARİH VE SANAT	SİYASİ VE EKONOMİK FAKTÖRLER
Tema parkları, eğlence ve spor alanları (golf, balıkçılık, avcılık vs.), su parkları, hayvanat bahçeleri, yürüyüş ve macera aktiviteleri, gazino, gece hayatı ve alışveriş	Müzeler, tarihi binalar, anıtlar vs.	Politik istikrar ve eğilimler, ekonomik gelişim, güvenlik (suç oranı, terör vs.) ve fiyatlar
	Festivaller, konserler vs.	
	El sanatları, gastronomi, folklor inanç, gelenekler ve yaşam tarzları	
DOĞAL ÇEVRE	SOSYAL ÇEVRE	KENT ATMOSFERİ
Manzaranın güzelliği, kent ve ilçelerin çekiciliği, temizlik, aşırı nüfus, hava ve gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı	Yerel halkın misafirperverliği ve arkadaşlığı, ayrımcılık ve yoksulluk, yaşam kalitesi, dil engeli	Lüks, moda ve itibarlı mekanlar, aile mekanları
		Kentin egzotikliği, mistik havası, dinlendiriciliği, eğlenceli, keyifli, hoş, sıkıcı, çekici ya da ilginç oluşu

Kaynak: Beerli ve Martin (2004: 659).

Temel olarak bu bileşenlere değinmek gerekirse; doğal kaynaklar, turizmde temel çekicilik kaynağını oluştururken aynı zamanda kent imajını güçlendiren bir unsur da ifade etmektedir. İklim açısından, Bodrum çoğunlukla yaz tatili ile ön plana çıkarken, Bursa kış tatili ile öne çıkmaktadır. Buradaki temel belirleyici, kentin sahip olduğu doğal koşulları turizm içerisinde değerlendirmesi ve bunu dış çevreye yansıtmasıdır. Doğal güzellikler ya da doğal koşullar kentin imajını bazı noktalarda daha belirgin hale getirebilmektedir. Genel altyapı ise kentteki ulaşım, iletişim, ticaret ve sağlık imkanları ile ilgilidir. Altyapı şartları, bireylerin kent içerisindeki hareketlerini ve imkanlarında belirleyici olabilmektedir. Eksik bir altyapı, bireylerin hizmetlerden yoksun olduğunu ve faydalanamadığını hissettirir. Böylelikle, bireyler negatif etkilenir ve negatif güdülenirler. Tam tersi şekilde, güçlü bir altyapı ise bireye kendini hem daha güvenli hem de daha rahat hissettirir. Turizm altyapısı ise çoğunlukla kentteki turistik işletmelerin varlığını ifade etmektedir. Dışarıdan gelen bir birey turistik hizmetlerden yararlanacak işletmelere ihtiyaç duymaktadır. Bu yüzden turizm yatırımları kent imajının önemli bir belirleyicisi olabilmektedir. Aynı zamanda turizmin bir kolu olarak, serbest zamanları değerlendirmek bireyler için önemli olan bir diğer husustur. Serbest zaman ve rekreasyon alanları ile kültür, tarih ve sanat alanlarının varlığı bireylerin kent içerisinde sosyalleşmesine ve zaman geçirmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum, kenti kültürel anlamda da yükseltmektedir. Siyasi, doğal ve sosyal çevre kentteki bu dinamiklerin nasıl olduğuna dair bireylere fikirler sunmaktadır. Kent atmosferi ise kentte yer alan mekânsal çevrenin çeşitliliği ve bunların yarattığı havayı ele almaktadır. Kent atmosferi, bireylerin kentsel mekân ile olan etkileşimi sonucunda, aldıkları mesajları anlamlandırmasını ifade etmektedir.

Turizm için kent imajını oluşturan unsurları, Lynch'in kent kuramı açısından ele almak gerekirse; turizm kentlerinde yollar, kenarlar, bölgeler, düğüm/odak noktaları ve işaret öğeleri turistlerin bulunduğu ve kullandığı alanların hemen hemen hepsini kapsamaktadır. Yollar, ulaşımı sağlayan temel alanlardır ve turizm için bir gerekliliktir. Ayrıca bunu kentsel mekân içerisinde değerlendirmek gerekirse, yolların döşemesi zihindeki imgelenebilirliği etkileyebilir. Örneğin, asfalt yol çoğunlukla araçlara hitap ettiği için pek fazla bir fark yaratmazken, taş döşeme yollar akılda daha kalıcı olabilmekte ve tarihi dokuyu daha da yansıtabilmektedir. Ayrıca, bu yolların önemi çeşitli özellikleri ile artabilmekte (dar yollar, ticaretin yoğunlaştığı yollar vs.) ve turistik çekicilik değeri yaratabilmektedir. Diğer yandan, kentsel mekândaki bölge öğelerinin daha büyük kent parçalarını ifade etmesi, turistik hareketliliğin de belirli alanlarda yoğunlaşmasını sağlayabilmektedir. Örneğin,

çoğunlukla Avrupa kentlerinde yer alan old townlar gerek mimari yapısı gerekse de tarihsel ve kültürel geçmişi ile ön plana çıkan bölgelerdir. Bu bölgelerde düğüm ve odak noktaları ile işaret öğelerine rastlamak mümkün olup, bu durum kentin imgelenebilirliğini güçlendirmektedir. Bu unsurlar, aslında kentsel mekandaki görsel unsurlardır ve kent ile çağrışım kurmayı kolaylaştırmaktadır. Örneğin, Paris Eiffel Kulesi'ni, Barselona La Sagrada Familia'yı, Dubai Burj el-Arab'ı çağrıştırmaktadır. Türkiye genelinde bir örnek vermek gerekirse, İstanbul'da yer alan Sultanahmet Meydanı bölgeler içerisinde değerlendirilebilir. Bu bölgede yer alan meydanlar, yollar ve dini mekanlar bireylerin günlük hayatta karşılaştığı ve sonrasında ayrıldığı düğüm/odak noktalarına birer örnektir. Ayrıca, bu bölgede bulunan; Sultan Ahmet Camii, Ayasofya, Topkapı, Türk İslam Eserleri Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Yerebatan Sarnıcı ve bölgedeki diğer yapılar, turizm için önemli bir çekicilik olup işaret öğeleri arasında da yer almaktadır.

Sonuç olarak, tüm bu faktörlere maruz kalan bireyler, kentsel mekândan aldıkları mesajları algılamakta ve güdülenmektedirler. Turizmde, kent imajı oluşumu aşağıdaki üç öge ile gerçekleşmektedir (Avcıkurt, 2010:42'den aktaran Ilgın ve Uruç, 2018: 3);

1. **Bilgilenme Düzeyi:** İletişim kanalları, reklam, tanıtıcı yayınlar, dış çevreden alınan tavsiyeler
2. **Sahip Olunan Yargılar:** Bireylerin karşılaştıkları şeyler karşısındaki değerleri ve yargıları
3. **Sunulan Olanaklar ve Hizmetler:** Turistik ürünün nitelikleri

Bireyler, bir kente gelmeden önce kentin sahip olduğu imaj doğrultusunda belirli tutum ve yargılara sahiptirler. Bireyler, çeşitli kanallardan bilgi toplayarak, bu bilgileri genişletebilirler. Böylelikle, kente dair sahip olduklara bilgilere ya da yargılara bir yenisi eklerler. Bireylerin, satın alma davranışları bireysel, kültürel, toplumsal ve psikolojik özellikler çerçevesinde gelişmektedir (Öter ve Özdoğan, 2005: 129). Bireysel, kültürel ve toplumsal faktörler bireyin kendisi ve ait olduğu sosyo-kültürel, toplumsal değerler ile ilgiliyen, psikolojik faktörler bireylerin dış çevreden aldığı mesaj ve bu mesajları kendi psikolojik süreci doğrultusunda anlamlandırmasını ifade etmektedir. Bu faktörlerin toplamı ise bireyin zihnindeki kent imajını ortaya çıkarmaktadır. Turizm perspektifinden kent imajı, parça bütün ilişkisini açıklayan bilişsel ve duygusal bir süreci ifade etmektedir. Bilişsel öğeler kentin özellikleri, yerel halk ve o kentte yaşanan olayları değerlendirme sonucunda ortaya çıkarken, duygusal öğeler daha çok bir kenti sevip sevmeme gibi bilişsel öğelere bağlı duygusal bir değerlendirme sonucu ortaya çıkmaktadır (İlban vd., 2008: 108). Bu yüzden,

kişinin zihnindeki değerleri ve yargıları şekillendirmek mümkündür. Bu noktada, olumlu bir kent imajı için ise yerel yönetimler ve paydaşlara büyük sorumluluklar düşmektedir.

Geçikli (2012) kent imajı oluşumunda; halkla ilişkiler, reklam ve pazarlamanın önemine dikkat çekmektedir. Yazara göre halkla ilişkiler, oluşturulan kent imajının uygun yöntem ve araçlarla turistlere ulaştırılmasını sağlarken, reklam hedef kitleyi etkilemek için kullanılan bir araçtır. Pazarlama ise reklam ve halkla ilişkilere destek olarak kullanılmakta olup, bu üç bileşen turistleri etkileme konusunda önem taşımaktadır. Bireyleri, kent imajı noktasında etkileyen bir diğer önemli hususu turistik ürünlerin nitelikleri oluşturmaktadır. Turistik ürünlerin nitelikleri, ürünlerin sahip oldukları özellik ve hizmet kalitesi açısından değerlendirilebilmektedir.

Turizm kentlerinde güçlü imajı oluşturma bir diğer yolu güçlü bir vizyondan geçmektedir. Kentin sahip olduğu vizyon, en genel haliyle bir kentin genel görüntüsünü oluşturmaktadır. Böylelikle, bireyin zihninde oluşturduğu imaj kentin güçlü ve zayıf yönleri belirgin şekilde açığa çıkartabilmektedir. Vizyon ve güçlü imajın bir getirisi olarak ise “marka kentler” ön plana çıkmaktadır. Marka kentler, genellikle sahip olduğu çekicilikleri iyi bir fırsat olarak değerlendirmekte ve diğer turistik kentlere göre ön plana çıkmaktadır. Marka değerine sahip olan kentler, uluslararası tanınırlığından dolayı dünyaya çeşitli mesajlar iletebilir, yatırımlara ev sahipliği yapabilir ve ekonomik faydalar sağlayabilir (İçellioğlu, 2014: 45). Örneğin, turizm odaklı olarak, Paris bir marka kenttir. Paris; zengin tarihi, kültürü, mimarisi, entelektüel yapısı, cezbedici mekanları, turizm hareketliliği ve güçlü ekonomik yapısı ile ön plana çıkan bir kenttir ve “ışık kenti” olarak anılmaktadır (Görkemli, 2012: 149). Bunun yanında, çoğu kent kendi sloganları ile dünya çapında bilinirliğini arttırmakta ve bunu bir pazarlama faaliyeti olarak kullanmaktadır. Bu durum, kent imajını güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, 1970’li yıllarda medyadaki negatif söylemlerden dolayı, turizm için zor bir dönem geçiren New York, “I Love New York” sloganını kullanmış ve bu slogan günümüze kadar ulaşmıştır (Kızıldaş, 2017: 219). Bu sloganın günümüze kadar ulaşmasının arkasındaki önemli etmenlerden biri, kentin markalaşması ve bu sloganı pazarlama içerisinde iyi değerlendirerek güçlü bir kent imajının oluşturulmasıdır.

Kent imajı içerisinde önemli olan bir diğer husus ise yerel halk ve yerel halkın turizm bilinci düzeyidir. Elbette, turizm potansiyeli bulunan bir kentte dışarıdan gelen bireylerin rahat ve güvenli bir ortam içerisinde vakit geçirebilmesi için yerel halkın farklı kültürlerle ve yaşam tarzlarına karşı açık ve saygılı olması gerekmektedir. Fakat bu sağlanamadığı takdirde

turizm için sağlıklı bir ortam yaratılacaktır. Böylelikle kent imajı olumsuz etkilenecektir. Bu olumsuzlukları önlemek için ise yerel halk turizm konusunda bilinçlendirilmeli ve yerel halkın turizme katılımı sağlanmalıdır. Yerel halk turizm konusunda bilinçlendirildiği takdirde, sosyo-kültürel ve fiziki değerlerin önemini anlaşılabilecektir ve daha korumacı bir yaklaşım içerisinde olunacaktır. Ayrıca, turizm için artan yatırımlar kentin turistik açıdan imajını güçlendirirken, yerel halk için de istihdam olanakları sağlayacaktır.

Bireylerin seyahat motivasyonu her ne olursa olsun, kentin imajı bireylerin bir kenti ziyaret etmelerini engelleyebilir ya da teşvik edebilir. Sonuç olarak, kentin sahip olduğu ve dış çevreye yansıttığı imaj, turistik hareketlilik konusunda önemli bir belirleyici olabilmektedir. Bu yüzden, turizmden istenilen faydayı elde etmek için sahip olunan değerler mümkün olduğunca iyileştirilmeli, korunmalı ve bütünleşik olarak turizm içerisinde kullanılmalıdır.

2.6 Kimlik Kavramı

Kimlik (identity) kavramı, etimolojik olarak Latince “idem” kökünden türeyen, aynılığı ve sürekliliği içeren bir kavramdır (Aydoğdu, 2004: 117). Kimlik, kelime kökü olarak “kim” sözcüğünden gelmektedir. Bu yüzden, kimlik ayırt edilebilirliğin temelini oluşturmaktadır. Bir unsurun diğerlerine göre farklılıklarını ortaya koyarak, kimliğe konu olan unsuru tanımlamaktadır. Böylelikle, kimlik aynılığı aşmakta ve sadece geçmişe değil aynı zamanda geleceğe de atıfta bulunmaktadır (Veermer ve Ven, 2006: 176).

Çağdaş psikolojide, kimlik emsalleri ile kıyaslanması sonucu algısal bir varlıktır. Kimlik esasen varlığı olan bir nesneyi ifade etmemektedir (Oğurlu, 2014: 280). Kimlik, bireyin ya da sosyal grupların farklı niteliklerdeki aidiyetlerini ifade eden ve onların tanınmasına olanak sağlayan, dışarıdan gözlem ile algılanabilen özelliklerdir (Ayyıldız ve Ertürk, 2017: 67). Kimlik, benzerlik ve farklılıkları ortaya koyduğu gibi insanlara ve toplumlara ait belirli nitelikleri de açıklamaktadır; toplumun, halkın, ulusun direkt olarak yansımaları, imgesi ve göstergesi kimliği ifade etmektedir (Alver, 2006: 32). Literatürde yer alan kimlik tanımları şöyledir;

Lynch (2010) kimlik ve nesnelerin ayırma özelliğine dikkat çekmektedir; “Bir nesnenin tanımlanması böylelikle diğer şeylerden ayrıştırılması ve bir varlık olarak kabul edilmesini gerekli kılar. Bu da kimliğini ortaya koyar. Başka bir şeyle eşdeğer olması

anlamında değildir, bu tekliğini veya tekilliğini ifade eder.” (Lynch, 2010: 8; Aliağaoğlu, 2018: 16).

TDK’ye göre kimlik; “toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü; kişinin kim olduğunu tanıtan belge, kimlik belgesi, tanıtma kartı, hüviyet; herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır.

Oxford English Dictionary’e göre kimlik; “bir kişinin veya bir şeyin her zaman veya her koşulda aynılığı; bir kişinin veya şeyin kendisi olduğu ve başka bir şey olmadığı durumu veya gerçeği; bireysellik, kişilik” olarak tanımlanmaktadır.

Cambridge Sözlüğü’ne göre kimlik; “bir kişinin adı ve kim olduklarına dair diğer hakikatler; bir kişiyi, kurumu vb. diğerlerinden farklı kılan nitelikler; birinin kim olduğunu göstermek veya kanıtlamak, bir kişinin kim olduğu veya bir kişi veya grubun onu diğerlerinden farklı kılan nitelikleri; bir kişi veya kuruluşun, kamuoyunun kendileri hakkında belirli bir şekilde düşünmesini sağlayan itibarı, özellikleri vb.” şeklinde tanımlanmaktadır.

Kimlik, bir anda oluşan bir şey değildir, süreç içerisinde kimliğe konu olan olgunun sahip olduğu şartlar altında gelişmektedir. Charles Taylor kimlik için şöyle der; kimlikle neyi kastettiğimizi düşünün. O, kim olduğumuz, nereden geldiğimizdir. Aslında; beğeni, arzu, fikir ve isteklerimizin ifade ettiklerine karşın 'öz'dür (Taylor, 1994: 33’ten aktaran Veermer ve Ven, 2006: 175). Işıktaş ve Tanar (2015) kimliğin yalıtılmış bir şekilde ifade edilecek bir olgu olmadığına değinerek, kimlik oluşumunda, öznel ve nesnel unsurların büyük rol oynadığına değinmektedir. Buna göre, maddi ve manevi değerlerin toplamı tarihsel bir bellek süzgecinden geçtiğinde, bireylerin bir dil ya da kamu kültürünü ortak bir şekilde paylaştığı görülmektedir.

Kimlik kavramı, genellikle bireyler ile özdeşleştirilmektedir. Ancak, bireyin yanı sıra; toplumun, toplum içerisindeki grupların, ülkelerin, kültürlerin, kentlerin, kentlerdeki fiziksel mekanların ya da mimari değerlerin de bir kimliği olabilir. Aslında kimlik, varoluşun bir ürünüdür (Kancıoğlu, 2005: 51). Kimlik, günümüzde sosyoloji, sosyal psikoloji, felsefe, edebiyat, siyasal bilimler, antropoloji vb. pek çok disiplini ilgilendiren bir kavram haline gelmiştir (Dalbay, 2018: 162). Bu alanda yapılan çalışmalar, kimliğin 1950’li yıllardan itibaren felsefe, psikoloji ve sosyoloji alanlarında oldukça tartışıldığını göstermektedir. Bu yüzden kimliği tek bir boyuttan ele almak doğru olmayacaktır. Felsefi yaklaşımlar,

genellikle kimliği meydana getiren durumlar üzerine odaklanmaktadır. Hançerlioğlu (1996) bu durumu şöyle açıklamaktadır; “Bir şey neyse odur ve kendisinden başka bir şey olamaz.”

Psikolojik çalışmalar ise kimliğin oluşumunda benlik ve kişilik boyutlarına odaklanmaktadır. Kimlik, bir bireyin kendi ve dış dünyayla olan etkileşimi ile bireyi diğerlerinden farklı tutan özelliklerin toplamını ifade etmek için de kullanılmaktadır. “Ericson, kimliği bireysellik ve biriciklik duygularının yanı sıra geçmiş ve gelecekle bütünlük ve süreklilik duygularını da içeren, karmaşık bir içsel durum olarak tanımlamaktadır.” (Anlı, 2016). Kimlik, bireylerin kendilerini kategorize etme ya da tanımlaması ile meydana gelir. Bir bireyi, diğer bireylerden ayıran en önemli özellikler; öz farkındalık, hareket etme ve kendini yansıtmaya gücüdür (Qazimi, 2014: 307).

Sosyoloji alanında yapılan çalışmalara göre ise kimlik; toplumsal, sınıf ve cinsiyet belirleme açısından ele alınmaktadır (Aydoğdu, 2004: 117). Toplumsal kimlik, toplumların süreç içerisindeki edinimleriyle oluşmaktadır. Din, gelenek, görenek, etnisite, tarihsel geçmiş, toplumsal ilişkiler ve pek çok toplumsal olgu, toplumsal kimlik üzerinde etkilidir. Ayrıca, toplumsal kimlik sınıf ve cinsiyet kimlikleri gibi farklılıkları tanımlamak için de kullanılmaktadır.

2.7 Kent Kimliği Kavramı

Kentsel alanlar, toplumların bir arada yaşadığı toprak parçalarıdır ve bireyler, kent ile sürekli olarak etkileşim halindedir. Kent kimliği, öncelikli olarak bireylerin kente yükledikleri anlamı ifade etmektedir. Bir kentin kimliği, ketteki bireylerin ürettiği ve taşıdığı zihinsel yapının temsidir (Sezik, 2016: 46). Kent kimliği, kenti oluşturan toplumların, içinden geçtiği hayati süreci kapsamaktadır; kentler, doğanın özellikle de insan doğasının ürünleridir (Park ve Burgess 2015: 37). Bu etkileşim ise bireylerin yaşadıkları toprakları vatana dönüştürmektedir: “bunu sağlayan şey ise yerin ruhudur”. Bu ruh, insan varlığının en önemli parçalarından biridir” (Holt-Jensen, 2018). Kentlerin içinde ruhun varlığına yönelik inançlar, o yerin belirli bir zaman içerisinde tıpkı insanlar gibi kişilik ve duygularının oluşmasına neden olmaktadır ve bir yerin kişiliği, doğal özellikler ve insanların zamanla oluşturduğu düzenlemelerin bileşkesi haline gelmektedir (Tuan, 2005: 119’dan aktaran Çonoğlu, t.y: 21). Geniş bir süreç içerisinde oluşan kent kimliği, kentlerin coğrafi yapısı, tarihi dokusu, kültürel düzeyi, mimarisi, yerel gelenekleri ve kentte yaşayan bireylerin sahip olduğu yaşam tarzının etkisi altında kalmaktadır (Güler vd., 2016: 91).

Literatürde kent kimliği kavramı, yer ve yerin nitelikleri arasındaki bağlantıya değinmektedir. 1979 senesinde Wicker, sosyal ortamları süreç içerisinde gelişim gösteren bir tasarım olarak tanımlamıştır. Sonrasında ise Canter, “mekân psikolojisi” teorisini geliştirerek bir yerin fiziksel özelliklerinin insan anlayışı ve etkinliklerinin birer ürünü olduğunu belirtmiştir. Stokols ise “ortamların işlemsel görünümü” teorisıyla, yer ve birey arasındaki ilişkilerin birbiri ile bağlantılı olduğunu vurgulamıştır (Qazimi, 2014: 206).

Yer kimliği; bireyin yer ile ilgili deneyimi ve bağlılığının gelişiminde, aidiyet sürecini ifade etmektedir (Ercoşkun vd., 2016).

“Yer kimliği, bireyin içinde yaşadığı fiziksel dünya hakkında geniş olarak kavranan bilişlerden oluşan kişinin kendi kimliğinin bir alt yapısıdır.” (Torabi ve Sima, 2013: 48).

Relph’e göre yer kimliği; fiziksel özellikler ve görünüşler, faaliyetler ve anlam ve sembollerin birleşiminden oluşmaktadır (Ziyade, 2018: 22). Böylelikle bir kentsel mekânda kimliğinin varlığı söz konusu olmaktadır.

“Yerin kimliği, özetlenebilecek ve kısa bir olgusal betimlemede sunulacak basit bir etiket değildir. Varoluşsal içsellikle ilgili bir yerin gerçek veya gerçek bir kimliğinin olduğu da iddia edilemez...(ancak)... yerin kimliği birçok biçim alır, ancak her zaman bu yerle ilgili deneyimimizin temelidir.” (Relph, 1976: 62’den aktaran Cheshmehzangi, 2015).

Kavramsal olarak kent kimliği; bir kentin özelliği ve bireyin kendisini kent ile özdeşleştirmesi olarak tanımlanabilir (Belanche, et.al. 2017: 139). Kent kimliği; tüm farklılık ve ilişkilerin sürdürülebilirliği için bilgilendirici normlardır. İmge, anlam, bellek, deneyim, yer duygusu ve yer duygusunun karakterize edildiği ve tanımlandığı ilişkiler bütünü temsil etmektedir (Cheshmehzangi, 2015). Kent kimliği; bir kentte yer alan sosyo-kültürel özellikler ile doğal ve yapay çevre faktörlerini tanımlamaktadır. Bu faktörler arasında belirgin ve etkileyici özelliğe sahip olanlar kent kimliğini oluşturmaktadır (Kancıoğlu, 2005: 52). Kentlerin, kendilerine özgü karakterleri kent kimliği/profili/imesi kavramlarıyla ifade edilebilmektedir. Bir kent doğal, yapay, hareketli ve hareketsiz durumuyla kendinden bir şeyler anlatır ve bireylere toplumsal kimlik sunar. Bir kenti diğerlerinden ayıran her özellik kentin kimliğidir (Kaypak, 2010: 375).

Mekânsal boyutta, pek çok insan kendileri için önemli olan özel yerlere bağlılık duyabilir. Örneğin, bir bireyin kendi evi ya da kendi memleketi daha değerlidir. Kentler gibi yüksek coğrafi düzeyler, sosyal temsiller yani ortak anlamlar ve sosyal aidiyeti ifade ettiği için kimliğin oluşması için oldukça önem taşımaktadır (Hay, 1998). Binle ve Ertan’dan (1992) aktaran Beyhan ve Ünügür (2005) kimliğin şu unsurlara sahip olması gerektiğine

değmektedir; dikkat çekici olması ve toplum tarafından kabul görmesi, kitlesel olarak etkiler yaratması, yerleşimde odak noktası niteliğine sahip olması ve çevre ile ilişki içerisinde olması.

Buradan yola çıkarak, kent kimliğinin oluşumunda, geçmişten günümüze kent içerisindeki her bir dinamiğin önemli rol oynadığı görülmektedir. Kent kimliğini içerisindeki değerler, nesiller tarafından başkalaşıma uğrarken, aynı zamanda da kendilerinden sonraki döneme izler aktarmaktadır (Yalçın, 2021: 26). Peki, kimlik bir kente ne kazandırmaktadır? Demir (2006) altı madde ile kimliğin, toplum ve kente olan kazanımlarını sıralamaktadır. Bunlar şöyledir;

- Bir kentin kimliği, o kenti daha tanınır kılar ve diğer kentlerden ayırır.
- Büyüme modeli, kentin sahip olduğu kimliğe uygun olarak gelişim gösterir.
- Kent kimliği, ona zarar verecek olan durumları reddeder.
- Kent kimliği, toplumsal duyarlılığın artmasını sağlar.
- Kent içerisinde yapılmak istenen yatırımlarda, nitelik ve uygunluk ön planda tutulur.
- Kentsel kaynakların tüketimi, kent kimliği ile paralel şekilde rasyonalize olur.

2.8 Kent Kimliği Türleri

Kentler, geniş ve farklı coğrafyalar üzerinde kurulu olduğu için onların kimliklerini tanımlarken farklı türler ile karşımıza çıktıklarını görmekteyiz. Kent kimliği; fiziksel kimlik, sosyal kimlik, kültürel kimlik, tarihsel kimlik, biçimsel kimlik ve kent işlevlerinin ortaya koyduğu kimlik olmak üzere 6 başlıkta değerlendirilmektedir (Çöl, 1998; Sağlık ve Kelkit, 2019).

2.8.1 Fiziksel Kimlik

Fiziksel çevre; kentlerin ortamının, varlığının, özelliğinin ve niteliğinin fiziksel açıdan algılandığı çevreyi ifade etmektedir (İstanbul AUZEF, 2022b). Fiziksel kimlik en genel tanımıyla, kentteki yapay ve doğal çevrenin bütünleşik olarak görünümüdür. Kentteki doğal ve yapay çevre elemanları, bireylerin kentteki var oluş anından itibaren gelişim gösteren yapılardır. Bu yapılar, kentlerin sahip olduğu coğrafi ve doğal özelliklere göre fiziksel mekânın şekillenmesi sağlamaktadır. Bu noktada doğal çevre elemanları, coğrafyanın hali hazırda sahip olduğu değerler iken, yapay çevre elemanlarını da sahip

olunan doğal koşullar ile şekillendirebilmektedir. Örneğin, Assos Antik Kenti sahip olduğu coğrafi koşullar nedeniyle volkanik bir tepe üstüne kuruluyken, kentte yapıların inşasında kullanılan andezit taşı, kentteki doğal ve yapay çevrenin birbiri ile olan etkileşimini göstermektedir.

Fiziksel kimlik içerisinde genel olarak yer alan doğal çevre elemanları; topografya, coğrafi konum, iklim, bitki örtüsü, denizler, göller, akarsular, ormanlar, dağlar vb. gibi pek çok doğal koşul olarak ifade edilebilir. Kentlerin sahip oldukları doğal çevre elemanları neticesinde, yerleşim yerinin kuruluşu, gelişimi, toplumun yaşam tarzı, geçim kaynakları ve fiziksel çevrenin şekillenmesi gibi pek çok durum farklılık gösterebilmektedir. Su kenarı yerleşim yeri olarak İstanbul, kent gelişimi ve makro-formunun belirlenmesi ile yerleşiklerin yaşam tarzı olarak belirgin etkiler ortaya koymuştur (Çöl, 1998: 15).

Yapay çevre elemanları, genellikle insan eliyle ortaya çıkan somut ürünleri ifade etmektedir. Binalar, yapılar, köprüler, yollar, sokaklar, kent mimarisi gibi unsurlar yapay çevre elemanları içerisinde değerlendirilebilir. Yapay çevre elemanlarının ayırt edilebilir ve özgün bir değere sahip olması kentleri diğerlerinden ayırabilmektedir.

2.8.2 Sosyal Kimlik

Kentlerin toplumlardan ayrı düşünülmesi beklenemez. Kentler belirli bir doğal çevre üzerine konumlanırken, içerisindeki bireylerin var oluşu sosyal kimliği ortaya koymaktadır. Milliyet, cinsiyet, din, meslek vb. gibi öğeler sosyal gruplandırmadır ve bireylerin, aynı grup içerisinde yer alması, onları belirli sosyal grupların üyesi yapmaktadır (Sözen, 1991: 5). Kentlerin sosyal kimlikleri toplumsal yapı, ekonomik yapı, siyasal yapı ve nüfus hareketlilikleri ile ön plana çıkmaktadır (Çöl, 1998: 19).

Toplumsal yapı, toplumun genel bir görünümü olarak ortak amaçlar doğrultusunda bir arada yaşayan insanlar için kullanılmaktadır ve bu yapı uzun bir süreç içerisinde var olmaktadır. Bireyler, doğdukları an sosyal olamayan varlıklardır ancak toplum sosyal olamayan varlıkları dahi kendisine benzetecek kadar güçlü bir çevredir (Özkan, 2011: 334). Kente olan nüfus hareketlilikleri ise toplumsal yapıyı etkileyen bir diğer husustur. Nüfus sayısının, artması ya da azalması, ölüm- doğum oranları, göçler gibi her bir durum sosyal kimlik üzerinde belirgin etkilere sahiptir. Ekonomik yapı ise toplumun üretim kaynakları ve biçimi ile yakından ilişkilidir. Sanayi kenti, tarım kenti gibi pek çok farklı tanımlamalar ile kentlerin kimliklerini göstermektedir. Ayrıca kentteki siyasi yapı, kamu politikalarında ve

bu politikaların işleyişinde önemli bir öncüdür. Tüm bu faktörlerin bir araya gelmesi ise kentsel mekâna bir kimlik kazandırmaktadır ve kentler sosyal olarak var olmaktadır.

2.8.3 Kültürel Kimlik

Kültür, sosyoloji içerisinde önemli ve yaygın olarak kullanılan bir kavramdır. Kültür genel olarak, (1) toplumların karakteristik özelliklerini meydana getiren unsurların tamamını ifade etmektedir; (2) her topluluğun, halkın ya da sınıfın diğerlerine göre farklı ve özgün özellikleridir (Özlem, 2000: 143). Bireyler, doğaya şekil verirken aynı zamanda da kendilerine kültürel bir çevre yaratmaktadır. Toplumların yarattığı; sokaklar, kentsel mekân, meydan, konut vb. gibi bireyleri yansıtan çevrenin tamamı kültürel çevredir (Çöl, 1998: 25). Kentin kimliğini meydana getiren kültür, kültüre katkı sağlayan da kentin sahip olduğu kimliktir. Bu iki kavram arasındaki etkileşim yadsınamaz bir gerçektir (Keleş, 2005: 14).

Kültürel kimlik iki kategori içerisinde değerlendirilmektedir; verilmiş ve kazanılmış. Verilmiş kimlik; aile, etnik grup, topluluk, ulus ve uygarlık gibi bireyin doğduğu andan itibaren sahip olduğu kimlik özelliklerini ifade ederken, kazanılmış kimlik özgür irade ile seçilen kimliği ifade etmektedir (Bilgin ve Oksal, 2018: 65). Kültürün, kent kimliği üzerindeki etkileri genel olarak şöyledir (Görer, 1993'den aktaran Çöl, 1998: 26);

- Kent kimliği toplum gibi tasarımcıları da etkileyen ve yeni öğeler, geçmişteki öğeler ya da geçmişten öğelerin yorumlandığı kültürel bir olguyu ifade etmektedir.
- Kent kimliğinin varlığı, geçmiş değerlerin korunmasına ve bugünün kültürünün sürdürülebilmesine bağlıdır.
- Kent kimliği, farklı zaman dilimlerindeki farklı kültür katmanlarının birikimi ile meydana gelmektedir.

2.8.4 Tarihsel Kimlik

Tarihsel kimlik, kentlerin geçmişten günümüze kadar olan süreçteki tarihsel birikimini ifade etmektedir. Yaşanan olaylar, kazanılan değerler, tarihsel süreç içerisindeki yerleşimler gibi her bir durum tarihsel kimliği açıklamaktadır. “Tarih boyunca kentler, kültür ve medeniyetlerin doğduğu, geliştiği ve yayıldığı yerler olmuştur. Medeniyetlerin çoğu zaman kentlerde ortaya çıktığı ve kentlerin çökmesi ile birlikte medeniyetlerin de çöktüğü görülmektedir” (Pustu, 2006'dan aktaran Negiz, 2017: 162). Kentlerin kuruluş sebepleri,

günümüze kadar olan süreçteki idari, sosyal, politik, kültürel, ekonomik yapılanma ve kentleşme oranları tarihsel kimliği ifade etmektedir (Çöl, 1998: 29).

2.8.5 Biçimsel Kimlik

Biçimsel kimlik, kentlerin zaman içerisinde planlı ya da plansız olarak kazandığı formlardır. Kentler sahip olduğu coğrafi ve toplumsal şartlar neticesinde kentsel mekânda yayılım göstermektedirler ve bu durumda kentin aldığı biçimi etkilemektedir. Çöl (1998) kentleri biçimsel kimlik boyutuyla üç şekilde ele almaktadır;

1. **Biçimin önceden belirlendiği kentler:** Kentlerin bir faktöre bağlı kalmadan; dikdörtgen, kare, yuvarlak gibi geometrik şekillerle; mekân olarak yapılanmasıdır. Antik Çağ kentleri gibi.
2. **Doğal şartların zorluğundan oluşan biçimsel kentler:** Kentlerin coğrafi ve jeolojik özelliklerinin rol oynadığı, su kenarı ya da bir tepede yerleşimin var olduğu ve yayıldığı kentleri ifade etmektedir. İstanbul gibi.
3. **Mekâna bağlı olarak biçimsel kentler:** Çeşitli özelliğe sahip olan mekanlar etrafında kentlerin oluşmasını ifade etmektedir. İstanbul'un Tarihi Yarımada bölümü gibi.

2.8.6 Kent İşlevlerinin Ortaya Koyduğu Kimlik

Kentler sahip olduğu belirli fonksiyonlarıyla ön plana çıkabilmekte ve o fonksiyon ile özdeşleşebilmektedir. Bunun temel nedeni, kentin ekonomik olarak geçimini sağlayan kaynağın kent içerisinde işlevsel olarak yer bulması ve o işlevle tanınmasından kaynaklanmaktadır. Çöl (1998) Türkiye'deki kentleri aşağıdaki gibi ayırmaktadır;

1. **Sanayi kenti:** Sanayi kentleri, sanayiye bağlı olarak gelişim göstermektedir ve ekonomi temel olarak sanayiye bağlı olmaktadır. Kocaeli sanayi kentine bir örnektir.
2. **Üniversite kenti:** Üniversite kentleri, kentte yer alan üniversite ile kentin gelişim göstermesini ve kentlilerin geçim kaynağının üniversiteden kaynaklanmasını ifade etmektedir. Eskişehir üniversite kentine bir örnektir.
3. **Turizm kenti:** Turizm kentleri, kimliklerinde bulunan özelliklerden dolayı güçlü bir turizm potansiyeline sahiptir. Turizm kentleri turistik hareketliliğin yoğun

olmasından kaynaklı olarak turizm kenti olarak ön plana çıkabilmekte ve yerel halkın da geçim kaynağını sağlayabilmektedir. Antalya turizm kentine bir örnektir.

4. **Maden kenti:** Yerleşiklerin geçim kaynağının maden ve kömür gibi değerler ile sağlaması maden kentlerini oluşturmaktadır. Zonguldak maden kentine bir örnektir.

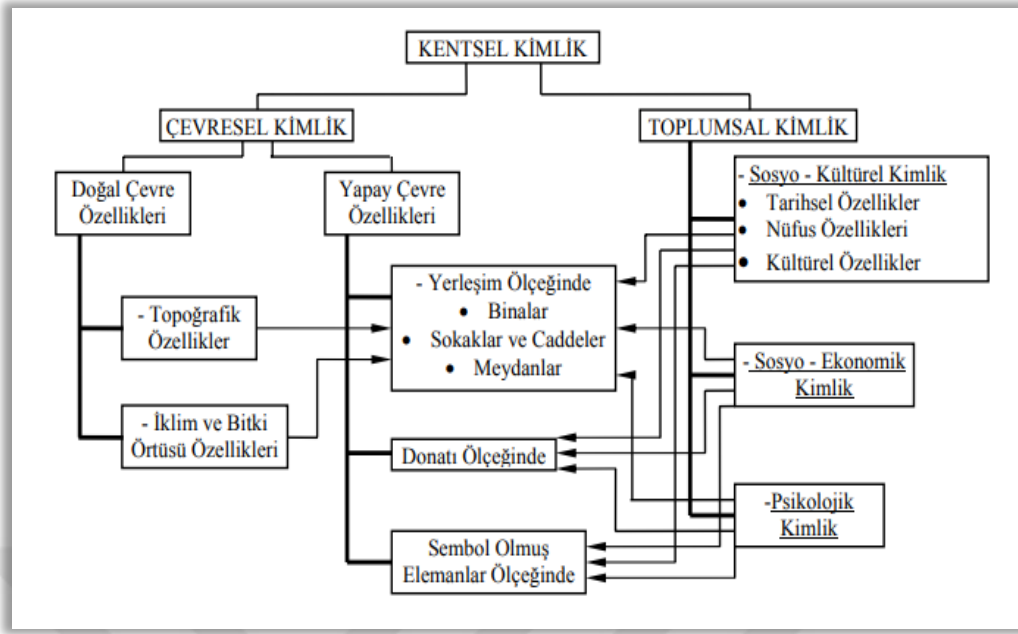
2.9 Kent Kimliği Bileşenleri

Kent kimliği, bir kent içerisindeki çevresel ve toplumsal değerleri açıklamak üzere ele alınmaktadır. Bu değerler, kentsel ve toplumsal süreç içerisinde ortaya çıkan doğal, kültürel, sosyal, mimari vb. değerleri ifade edebilmektedir. Kentler, uzun süreçler boyunca farklı toplumlara ev sahipliği yapmaktadır ve her toplum kente bir şeyler katmaktadır. Literatürde kent kimliği bileşenlerine dair birçok sınıflandırma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şöyledir;

Hacıhasanoğlu ve Hacıhasanoğlu'dan (1995) aktaran Kancıoğlu (2005), kent kimliğini oluşturan bileşenleri şu başlıklar altında sıralamaktadır;

1. **Coğrafi Özellikler:** İstanbul'un boğaz ile Venedik'in kanallar ile kimlik kazanması gibi.
2. **İklimsel Özellikler:** Akdeniz Bölgesi'nin ılıman iklimi ile kimlik kazanması gibi.
3. **Anıt Yapıları:** İstanbul'dan yer alan camiler, Paris Eyfel Kulesi gibi.
4. **Folklorik ya da Sosyo-kültürel özellikler:** Viyana'nın valsle, Rio'nun karnavalı ile kimlik kazanması gibi.

Çöl (1998) kent kimliği bileşenlerini; kentin fiziksel yapısı, sosyo-ekonomik özellikleri, kültürel birikimi ya da yapısı, tarihsel gelişimi, mekân karakteristikleri, biçimsel ve görsel özellikleri, yaşam biçimi ve kalitesi, kentin işlevleri, fiziksel çevresi ve toplumsal davranış ilişkisi, kent-doğa bütünlüğü, kent altyapısı ve tipolojisi olarak ayırmaktadır. Erdoğan ve Akay (2018) kent kimliği bileşenlerini; çevresel kimlik-toplumsal kimlik öğeleri ve somut olmayan öğeler olmak üzere incelemektedir. Montgemory (1998) kentsel form, aktivite, görsel değer ve yer olarak yer kimliği bileşenlerine değinmektedir. Liggett ve Perry (1995) ise doğal çevre kimlik bileşenlerini kentin topoğrafik yapısı, iklim koşulları, bitki örtüsü, genel konumu vb. özellikler; beşerî çevre bileşenlerini ise birey ve toplum olarak incelemektedir (Ayyıldız ve Ertürk, 2017: 67-68).



Şekil 5. Kent kimliği bileşenleri

Kaynak: Örer (1993).

Şekil 5'te görüldüğü üzere, Örer (1993) kent kimliği bileşenlerini çevresel ve toplumsal olmak üzere iki başlıkta ele almaktadır. Çevresel bileşenler; doğal ve yapay çevre olarak ayrılmaktadır. Doğal çevre bileşenleri; topografik ve iklim, bitki örtüsü özellikleridir. Yapay çevre bileşenleri; binalar, sokaklar, caddeler ve meydanlar olarak ele alınmaktadır. Toplumsal kimlik ise tarihsel özellikler, nüfus özellikleri, kültürel özellikler, sosyo-ekonomik kimlik ve psikolojik kimlik olarak değerlendirilmektedir. Bu tez çalışmasında ise bir sonraki başlıklarda, kent kimliği bileşenleri çevresel kimlik ve toplumsal kimlik olmak üzere iki başlıkta incelenmektedir.

2.9.1 Çevresel Kimlik Bileşenleri

Çevresel kimlik doğal ve yapay çevre olarak iki başlıkta ele alınmaktadır. Doğal çevre, insanların herhangi bir müdahalesi bulunmadan kendiliğinden var olan yapıyı ifade etmektedir. Bir kentin sahip olduğu doğal çevre, coğrafyaya bağlı olarak değişebilir ve bu durum kentteki fiziki ve biyolojik oluşumlarda da farklılık ve çeşitliliği ifade etmektedir. Kentin sahip olduğu doğal çevre iki başlıkta incelenmektedir;

- Topoğrafik özellikler,
- İklim ve bitki örtüsü.

Topoğrafik özellikler, kentlerin yerleşik olduğu arazilerin özelliklerini açıklamaktadır. Kentteki; eğimler, düzlükler, yükseltiler, alçaltılar, dağlar, tepeler, platolar, yamaçlar vb. gibi her bir unsur topoğrafik özellikler içerisinde (Yalçın, 2021: 33). Kentler topoğrafik özellikleri doğrultusunda kimliğe sahip olabilirler ve kentin kurulduğu ve yayıldığı yerin özellikleri, yerleşim ve bina ölçeğinde kenti etkileyebilir (Örer, 1993: 47). İlk yerleşim yerlerinin su kenarlarına kurulması ya da tepe noktalarında yerleşimlerin bulunması, kentlerin topoğrafik özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Her kentin farklı bir coğrafyada konumlanması, ona belirli özellikler yüklemektedir. Bunların yanında, kentteki çeşitli doğal oluşumlar da kent kimliğini daha ayırt edilir kılabilir. Denizler, akarsular, göller, dağlar, ormanlar vb. gibi pek çok oluşum kentin kimliğinde önemli bir yere sahip olabilmektedir. Örneğin, Kapadokya denildiğinde akla ilk gelen doğal oluşum peri bacalarıdır. Bu tarz doğal oluşumlar ve coğrafi şartlar, kenti benzerlerinden ayırmada önemli bir rol üstlenmektedir.

Bir alanın sahip olduğu bitki örtüsü, iklim şartları ve toprak özelliklerinin yanında yer şekilleriyle de yakın ilişkilidir (AUZEF İstanbul, 2022a). İklim, kentlerin konumlandırılması, ana aksların oluşumu ve mimari tercihler gibi durumlarda önemli bir etkidir (Yalçın, 2021: 35). Bitki örtüsü ise kentte yetişen bitki türlerinden, üretim ürünlerine pek çok faktörü etkileyebilmektedir. İklim ve bitki örtüsü kentleri; yerleşimden, üretime, binalardan, mimari öğelere kadar şekillendirmektedir. Örneğin Ege kentlerinde zeytin üretiminin oldukça fazla olması ve bu ürünlerin metalaşması, iklim ve bitki örtüsünün birer getirisi. Bunların yanında, farklı iklim koşullarında binaların konumu, çatı renkleri ve eğimi gibi pek çok farklı faktör etkilenebilmektedir. Soğuk iklimlerde (İskandinav ülkeleri gibi), güney cepheli binaların inşası ve siyah çatılar söz konusudur. Yağış miktarının bol olduğu Karadeniz kıyılarında çatılar çok eğimli iken, yağışın az olduğu Bodrum'da düz çatılar kullanılmaktadır (Örer, 1993: 48). İklim, kentsel mekânda sokakların da genişliğini etkileyebilmektedir. Örneğin, Güneydoğu Anadolu Bölgesi yazları oldukça sıcak bir iklime sahiptir ve burada bulunan sokaklar oldukça dar, binalar toprak damlı ve yüksek avlu duvarları ile çevrelenmektedir (Yalçın, 2021: 35).

Çevresel kimlik içerisinde yapay çevre ise insanların tarihsel süreçte kendi elleriyle yaptıkları doğal olmayan çevreyi ifade etmektedir. Herhangi bir yapay çevre elemanı kente benzersizlik katabilmektedir. Bunlar binalar, barajlar ve köprüler olabilir. Yapay çevre

bileşenleri; yerleşim ölçeğinde, donatı ölçeğinde ve sembol olmuş öğeler ölçeğinde değerlendirilmektedir. Yerleşim ölçeğinde yapay çevre elemanları, Lynch'in (1960) kent imajı kuramında değindiği; yollar, kenarlar, bölgeler, işaret öğeleri ve düğüm/odak noktaları olarak ele alınmaktadır. Donatı ölçeğinde yapay çevre elemanları ise kentteki mobilyaları temsil etmektedir. Bu mobilyalar; oturma elemanları, sokak lambaları, posta kutuları, telefon kulübeleri ve çöp kutuları gibi bileşenlerden meydana gelmektedir (Örer, 1993: 54). Sembol ölçeğinde yapay çevre elemanları ise kentin karakterini oluşturan görsel unsurları içermektedir. Bunlar; tabelalar, bayraklar, antenler ya da simgesel unsurlardan meydana gelmektedir. Örneğin, Çanakkale Bigalı köyü evlerin önüne asılan Türk bayrakları ile ön plana çıkmaktadır ve bu durum kent kimliğinde "Bayraklı Köy" olarak yer bulmaktadır. Ayrıca, kentlerin tarihinde yer eden simgesel unsurlar da kent kimliğini güçlendirmektedir. Örneğin "Ankara Anıtkabir" kent için bir simge niteliğindedir. Anıtkabir'in hem simgesel hem de milli duygular nedeniyle ayırt edilebilir olması onun biricikliğini ortaya koymaktadır.

2.9.2 Toplumsal Kimlik Bileşenleri

Toplumsal kimlik beşerî özellikleri ifade etmektedir. Toplumsal kimlik; sosyo-kültürel kimlik, sosyo-ekonomik kimlik ve psikolojik kimlik olmak üzere üç başlıkta incelenmektedir.

Sosyo-kültürel kimlik; toplumun varoluşu ve özelliklerini kapsamaktadır. Bu kimlik tarihsel, nüfus ve kültürel özellikler olarak üç başlıkta değerlendirilmektedir (Örer, 1993: 57). Tarihsel özellikler, toplumların tarihsel geçmiş içerisindeki edinimleri ile şekillenmektedir. Kültürel özellikler de buna benzer şekilde, kentteki var olan koşullara karşılık toplumların yarattığı somut ve somut olamayan değerleri ifade etmektedir. Nüfus özellikleri ise kentin sahip olduğu nüfus çeşitliliği ve nüfus sayısını oluşturmaktadır.

Sosyo-ekonomik kimlik ise toplumun geçim ve üretim kaynaklarını ve farklı bireylerin yer aldığı farklı iş kollarını tanımlamaktadır. Kent içerisindeki yerleşiklerin ürettiği üretim öğeleri kentin kimliğiyle özdeşleşebilmektedir. Örneğin, İzmir'in Bayındır ilçesinde yerleşiklerin büyük çoğunluğu geçimini çiçek üretimiyle sağlayabilmektedir. Bu tür örnekler kentteki geçim ve üretim kaynaklarına dair fikir sunmaktadır. Bunun yanında, toplumdaki farklı iş kolu dağılımları da kentteki ekonomik düzey hakkında bilgiler

sunmaktadır. Toplumu oluşturan beyaz ve mavi yakalıların oranı, toplumun ekonomik yapısı dair bilgiler sunmakta ve sosyo-ekonomik kimliği şekillendirmektedir.

Son olarak, psikolojik kimlik ise insan ve çevre arasındaki etkileşimi açıklamaktadır. Bireylerin çevrelerini algılamaları bilişsel bir sürece bağlıdır. Bu sebepten dolayı, her bireyin çevre ile olan etkileşimi sonucu kente karşı benzer etkiler vermesi beklenemez. Bireyler, çevreyi kullanır ve değiştirebilir; toplumun sahip olduğu psikolojik yapı davranışlar ile görünür kılındığı için bu durum kentleri de etkileyerek kent kimliğini şekillendirir (vandalizm vb. gibi) (Örer, 1993: 60-61).

2.10 Kent Kimliği Değişimi

Kent kimliği; kentin yerleşiklerinin kentte buldukları değerler ve amaçlar doğrultusunda kente yüklenen idealleştirmedir. (Tekeli, 1991: 80'den aktaran Aliagaoglu ve Uğur, 2018 :2363). Kimlik değişime açık ve canlı bir yapıyı ifade etmektedir. Kent kimliğini meydana getiren bileşenlerde en ufak bir farklılık, farklı örüntülere ya da kimliklerin oluşmasına neden olabilmektedir (Saban-Ökesli ve Gürçınar, 2011: 39). Her kentin kimliğini oluşturan kendine özgü değerlerinin zamanla oluşması kadar zaman içerisinde değişim geçirmesi de normaldir. Ancak, bu değişim mevcut kimliğin doğrultusunda ve bu kimliği yok etmeden meydana gelmelidir (Oğurlu, 2014: 276). Bu yüzden, kentsel kimliğin sürdürülebilirliğini sağlamak için kentsel mekânda meydan gelen değişimleri analiz etmek ve bu bileşenleri tanımlamak gerekmektedir (Saban-Ökesli ve Gürçınar, 2011: 39). Örer (1993) kent kimliği değişimlerini dört başlık ile ortaya koymaktadır;

1. **Doğal afetler:** Engellenmesi zor olan doğal afetler, kentin kimliğini belirgin şekilde değiştirebilmektedir. Bir uygarlığın dahi yok olmasına sebep olabilmektedir. Depremler, salgınlar, yangınlar, seller bu grup içerisinde değerlendirilebilir.
2. **Nüfus değişimi:** Nüfus değişimleri oldukça sık görülen etkilerdir. En önemli nedenini göçler oluşturmaktadır ve kent kimliğini ciddi oranda etkilemektedir. Nüfus değişimleri sosyal, ekonomik ve kültürel yapının değişimine neden olmaktadır.
3. **Teknolojik gelişim:** Teknolojik gelişimler kent kimliğini birçok ölçekte etkileyebilmektedir. Araçların yaygın kullanım ya da artan televizyon kullanımı nedeniyle kentsel mekânda artan çanak antenler, uydular vb. gibi etkiler bu duruma birer örnektir.

- 4. İdari yaptırımlar:** Kent düzenlemeleri için yapılan imar planları ve yönetmelikler kent kimliğini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Kanun ve yönetmeliklerin, yönetimlerin politik yaklaşımlarına göre şekillenmesi kent kimliğini bozacak etkilere neden olabilir.

2.11 Kent Kimliği ve Turizm

İnsanları turistik hareketliliğe katılmaya teşvik eden durumların başında kentlerin özgünlüğü yer almaktadır. Bir kentin kimliği turistik hareketliliği açıklamada temel bir belirleyici olabilmektedir. Çünkü bireylerin bir kenti ziyaretindeki temel amacı kenti tanımak ve bilmektir. Bireyler kente hangi amaçla giderse gitsin (gastronomi, dini, kültürel vs.) geçici bir süreliğine o kentin kimliğini deneyimlemekte ve yaşamaktadırlar. Kimlik oluşturmaya ve iletmeye yardım eden sembollerin her birinin, kentin kalbinde yer aldığı tasavvur edilmektedir; bu yüzden turizmde asıl amaç kent kimliğinin satılmak üzere paketlenmesidir (Palmer, 1996: 6). Nitekim, turistler için hazırlanan broşürler ve çeşitli pazarlama araçları incelendiğinde gerek doğal çevre gerekse de kültürel çevreden yararlanılarak kent kimliğini pazarladığı görülmektedir.

Turizm kentleri, kent işlevlerinin ortaya koyduğu kimlik içerisinde değerlendirilmektedir. Sanayileşmiş ve turizmde belirli bir güce ulaşmış ülkeler, doğal ve tarihi alanları birer kaynak olarak kabul etmekte ve kullanmaktadırlar (Ömürgönülşen, 1990: 31). Turizmde hızlı bir ivme kazanan ve güçlü bir potansiyeli bulunan kentler ise turizmde işlevsellik kazanarak, turizm yönüyle tanınmaktadırlar. Bir bakıma, turizm potansiyeli bulunan kentler, özellikle çevresel bileşenler bakımından daha güçlü bir kent kimliğine sahiptir. Turizm kentleri yansıttıkları kimlikleriyle benzersizlik olarak daha fazla ön plana çıkabilmekte ve turistler üzerinde çeşitli duygular uyandırabilmektedir. Örneğin; Galler dürüst, misafirperver, romantik ve gerçekçidir; İspanya, arkadaş canlısı ve aile odaklıdır; Londra açık fikirli, alışılmışın dışında, canlı ve yaratıcıdır ve Paris ise romantiktir (Morgan ve Pritchard 2002'den aktaran Ekinci ve Hosany, 2006: 128). Kentlerin sahip olduğu bu özellikler onların kişilikleri hakkında bir fikirdir.

Hankinson, bir destinasyonun/kentin kişiliğini üç başlıkta incelemektedir (Çevik, 2017: 28'den aktaran Meydan-Uygur, 2020: 6);

- **Fonksiyonel Özellikler (somut):** Müzeler, sanat galerileri, tiyatro ve konser salonları, boş zaman ve spor faaliyetleri ve tesisleri, konferans ve sergi alanları, kamusal alanlar, oteller, restoranlar, eğlence işletmeleri, ulaştırma alt yapısı.
- **Sembolik Özellikler (soyut):** Yerel halkın karakteri, kent ziyaretçilerinin profili, hizmet personeli tarafından sunulan hizmetin kalitesi.
- **Deneyimsel Özellikler (soyut):** Kentin ziyaretçilerde bırakacağı his (rahatlık, heyecan ya da hayranlık); kent hissinin tanımlayıcıları (kent deneyimi, enerjik, huzur); kurulu çevrenin karakteri (tarihi, modern, yeşil ve ferah) ve güvenlikle ilgili tanımlayıcılar.

Görüldüğü üzere, turizm kentlerinin kimlikleri daha önce Şekil 4’te de gösterildiği üzere çevresel ve toplumsal birçok faktöre bağlı olmanın yanında, kentteki kültürel ve turistik altyapının varlığından da etkilenmektedir. Cheshmehzangi’ye (2015) göre ise kent kimliği altı ayrı kategoride değerlendirilebilmektedir;

- **Tekillik:** Fiziksellik, bina ya da binalar ile ilgilidir. Tekillik, bir kentin tarihi ve ayırt edici özelliklerini içerebilmektedir. Kent mimarisi ve kimliği gibi. Bir kent tekil bir bina tarafından küresel olarak tanınabilir (Sydney’deki Opera Binası, Paris’teki Eiffel Kulesi, Londra’daki Big Ben ve Tayvan’daki Taipei 101, vb.).
- **İşlevsellik:** İşlevsellik sadece belirli bir amaç ya da anlama dayanmaktadır. Kentin fonksiyonelliği, kentin belirgin bir özelliği olabilmektedir. (Las Vegas kenti eğlenceli yerleri ve kumarhaneleri çağrıştırmaktadır; Lhasa kenti Budistlerin dua ettiğini hayal edebileceğimiz yerdir).
- **Ekonomik özellikler:** Ekonomik düzey, kentlerin finansal olarak tanımlanmasını ifade etmektedir. Bazı kentler ya da bölgeler ekonomik anlamda daha fazla ön plana çıkmaktadır. Böyle özelliğe sahip kentler (örneğin, Hong Kong, Singapur veya New York) amaçları nedeniyle ayırt edilebilmektedirler.
- **Coğrafi (peyzaj) özellikler:** Bir kenti diğerlerinden ayıran doğal ve topografik özellikleri ifade etmektedir. Venedik bu nokta güzel bir örnektir. Venedik seçkin ortamı nedeniyle imaj yaratmaktadır. “Su şehri”, “yüzen şehir” veya “kanallar şehri”, Venedik kentinin kimliklerinden bazılarını oluşturmaktadır.
- **Tarihsel özellikler:** Kentin tarihsel geçmişi kenti anlamlı kılmaktadır. Tarihsel özellikler farklıdır ve hepsinin en kapsamlısı olarak kabul edilmektedir. Tarihsel özellikler zaman içinde gelişmektedir. “Çin Seddi”, “Persepolis harabeleri” ve “Kudüs’ün Eski Kenti” gibi yerler tarihsel özellikleriyle ön plana çıkmaktadır.

Genel olarak değinmek gerekirse, kent kimliği turizmin ana ürünüdür. Turizm, kent kimliği içerisinde sosyal, kültürel, toplumsal, tarihi, doğal ve yapay çevrelerin kullanımını gerekli kılmaktadır. Yukarıda sayılan kent kimliği kategorileri, turistik açıdan kentleri ön plana çıkaran özellikleri içerebilmektedir. Daha detaylı değerlendirmek gerekirse kent kimliği içerisinde çevre; yerleşim, doğal güzellikler, üretim gibi pek çok şeyi etkileyebilmektedir ve bu etmenler turizmde yöresel olarak konumlanabilmektedir. Topoğrafya, bu noktada en önemli etmenlerin başında gelmektedir. Kentler, topoğrafik yapısına göre düz ya da eğimli olabilirler ve bu durumun derecesi herhangi bir konuda birçok çeşitliliği ortaya çıkarabilir (Turgut vd., 2012: 173). Örneğin, Karadeniz kentlerinde oldukça sık görülen yayla evleri, kentin sahip olduğu topoğrafik özellikler ve iklim şartları doğrultusunda inşa edilmiş yapılar, bu yapılar günümüzde yayla turizmi ile metalaşabilmektedir. Bunun yanında kentlerin sahip olduğu bitki örtüsü ve iklimik özellikler, yapıları ve mimariyi etkileyebilmektedir. Böylelikle, turistik açıdan her kent farklı bir çekiciliğe sahip olabilmektedir. Örneğin, ada kentleri genellikle mavi-beyaz, tek katlı, taş yapılardan meydana gelirken, daha kırsal bir alanlarda kerpiç evler görülebilmektedir. Ayrıca, kentlerin sahip olduğu coğrafi koşullar doğrultusunda ürettiği ürünler, günümüzde turizm için önemli bir yere sahip olabilmektedir. Örneğin, Napoli'nin kent kimliğinde pizza önemli bir yere sahiptir. Turizm hareketliliklerinin artmasıyla da pizza popülerliğini oldukça arttırmıştır. Ancak, bilindiği üzere pizza, savaş döneminde elde var olan malzemelerin hamur üzerine konulmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu durum ülkenin sahip olduğu coğrafi koşullar ve imkanlar doğrultusunda bir ürünü üretimini gösterirken, günümüzde bu değerler kent kimliğini güçlendirmekte ve turizmde pazarlanabilmektedir.

Diğer yandan, doğa ve doğal güzellikler kent kimliği içerisinde turistleri etkileyen en önemli öncülerden bir diğerini oluşturmaktadır. Bu noktada, kentin sahip olduğu coğrafi konum doğal çevre üzerinde önemli bir etmen olabilmekte ve coğrafi görünümleri de etkileyebilmektedir. Özellikle bazı coğrafi görünümlere ise belirli coğrafyalarda rastlanılması bazı kentleri özel kılabilir. Örneğin, travertenler Türkiye sınırı içerisinde pek çok kentte görülmesine rağmen, sadece Pamukkale özdeşleşmiştir. Bu durum, coğrafi görünüm bakımından kentin kimliğinin gücünü ortaya koymaktadır.

Kentsel planlama turizm kentlerinin kimliklerini güçlendiren unsurlardan bir diğeridir. Farklı coğrafyalarda bulunan kentler, kent planlarıyla farklılaşabilmektedir. Örneğin, Akdeniz havzasında yer alan kentler ticari bir düzen içerisinde gelişirken, İslam

lkelerinde kentler cami, medrese, han ve hamam gibi yapılar etrafında gelişim göstermektedir (Oğan ve Yasak, 2020: 100).

Diğer yandan, yapay çevre öğesi olarak kentsel mekân toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik şartlarını yansıtmaktadır. Kentteki yapay çevre ve öğeleri kentin tarihi geçmiş ve kültürel birikimine paralel olarak gelişim göstermektedir. Bu yüzden, kentin kim olduğunu belirlemek adına yapay çevre önemli ipuçları sunmaktadır. Yapay çevre, kentin ruhunu yansıtmaktadır. Özellikle, iyi tasarlanmış bir kentsel mekân kimliği güçlendirmekte ve turistik hareketliliği arttırabilmektedir. Bu noktada, eski ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi, çevresel düzenlemelerin düzgün bir şekilde tasarlanması önemlidir.

Toplumların sahip olduğu sosyal ve kültürel değerler, giyim tarzları, kullandıkları dil ve bunun gibi pek çok toplumsal faktör turizm sektöründe pazarlanan kimlik elemanları içerisinde yer almaktadır. Yerel giyimden, folklor oyunlarına, yiyecek içecek kültüründen, yaşam tarzına her bir değer turistik hareketlilik içerisinde deneyimlenmektedir.

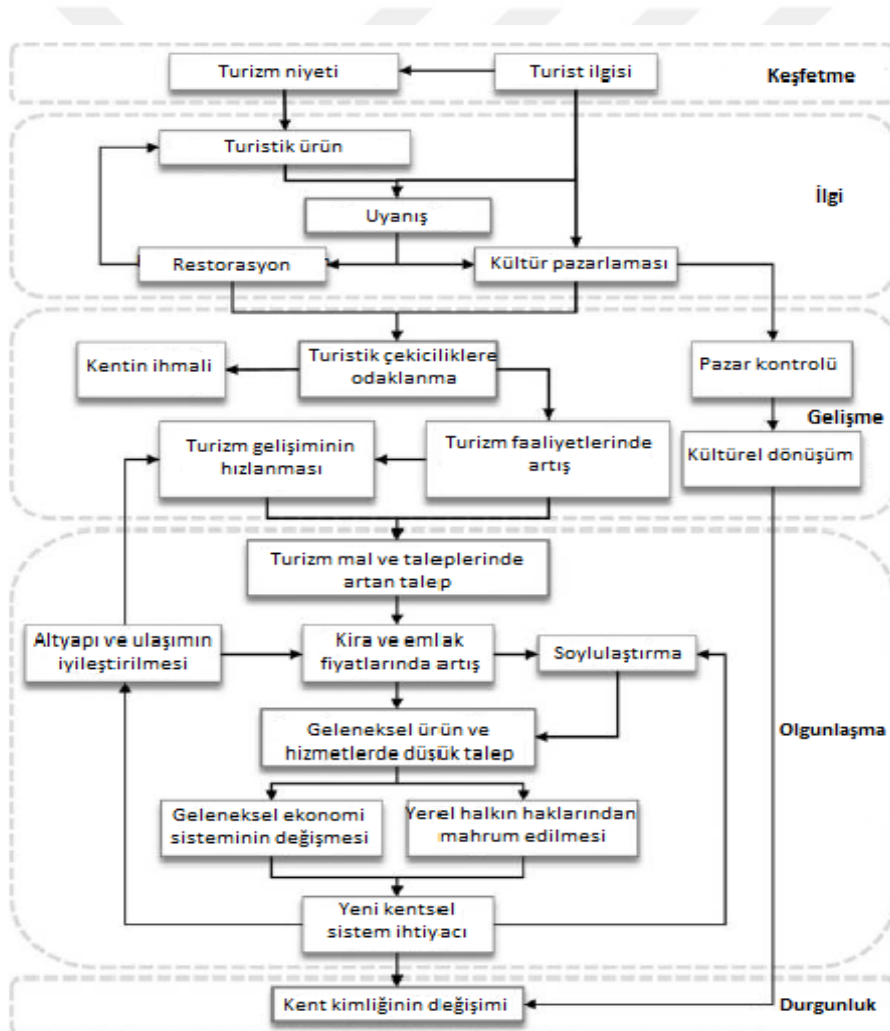
Bunların yanında, güçlü bir kent kimliğine sahip olan turizm kentlerinin iyi bir turizm altyapısına sahip olması da turistik hareketliliklerin önemli bir belirleyicisi olabilmektedir. Kentteki turistik işletmelerin varlığı ve işleyişı, rekreasyon ve kültürel alanların varlığı gibi faktörler kent kimliğini turistik açıdan güçlendirmektedir. Çünkü turistler gittikleri kentlerde serbest zamanlarını değerlendirebilecekleri aktivite imkanlarına ihtiyaç duymaktadırlar.

Görüldüğu üzere, turizm kent kimliğinden beslenmektedir. Ancak, kent kimliğinin her bir birey tarafından aynı olarak algılanmasını beklemekte yanlış olacaktır. Farklı ülkeden gelen bir turist ile aynı ülkeden gelen bir turistin kent kimliğini algılaması ve yorumlaması farklılık gösterebilmektedir. Kent kimliği genel olarak değişik kesimler tarafından sağlanan parçaların üzerine kurulmaktadır (Kaypak, 2010: 376). Cheshmehzangi (2015) kent kimliği seviyelerini, genişten küçüğe, farklı kentsel ölçekteki rolleri belirlemek için dört başlık ile ele almaktadır. Bunlar şöyledir;

- **Küresel Görünüm (Kapsayıcı Düzey):** En geniş kent kimliği düzeyini ifade etmektedir. Kentin küresel çapta kabul edildiği seviyedir. Sosyal kaygılar en alt seviyededir. Bu düzeyde oluşan kimlik, algısal ve görseldir. Bireyin bilgi ya da imaj algısı doğrultusunda kent ile ilişki kurmasını ifade etmektedir.
- **Kentsel Ortam (Makro Düzey):** Kent kimliğinde, bir yerin imajına çok fazla önem verilmesi ve markalaşma için kullanılmasını ifade etmektedir. Alanlar ya da binalar, kentin genel düzeniyle sosyo-çevresel ve görsel ilişkiler süreci aracılığıyla kabul edilmektedir. Bu düzeyde, bazı alanlar ayırt edici özelliğe sahip olabilmektedir.

- **Çevresel Çerçeve (Orta Düzey):** Toplum ve yerler arasındaki ilişkilerin kapsamlı olarak oluşturulduğu “yer kimliğini” ifade etmektedir. Bu düzey, sosyo-mekansal anlayıştan kaynaklı, sosyal tutarlılık yaratmayı amaçlamaktadır.
- **Kişisel Perspektif (Mikro Düzey):** Kent kimliğinin, kültürden kültüre, konumdan konuma ya da kişiden kişiye değişebildiği düzeydir. Bir bireyin gözlem ve hisleri diğer kişi ile farklılık gösterebilmektedir. Bu düzey, kentin insan zihninde sahip olduğu kişilik ve anlama odaklanmaktadır.

Bunun yanında turizmin kent kimliğini değiştirebileceği unutulmamalıdır. Özellikle turizmin yol açtığı soylulaştırma süreçleri kent kimliği ve imajını etkileyen güçlü etmenlerden biridir.



Şekil 6. Turizm soylulaşması ve kent kimliği değişimi

Kaynak: Imon (2017).

Şekil 6 turizm niyetiyle kent içi dinamiklerde meydana gelen dönüşümü açıklamaktadır. Buna göre, süreç turistlerin kente ilgi duymaya başlamasıyla meydana gelmektedir. Sonrasında sürece yerel ve ulusal yönetim dahil olmakta ve kentin turistik açıdan pazarlanabilmesi için çaba sarf etmektedir. Gelişme aşamasına gelindiğinde kent içinde turizm faaliyetlerinin yoğunluğu oldukça artmakta ve bu durum tesis ve turizm hizmetinde de artışa neden olmaktadır. Dördüncü aşama olan olgunlaşma aşamasına gelindiğinde ise kültürün sürekli olarak pazarlanabilir bir hal alması soylulaştırmayı doğurmaktadır. Böylelikle yerel baskılanmakta ve kent içi tamamen turistlere hizmet verecek olan işletmelere dönüşmektedir. Bu yüzden, turistik işletmelerin sayısında artış meydana gelmektedir. Son aşama olan durgunlukta ise yeni kentsel sistem ortaya çıkmaktadır yani kent içerisinde soylulaştırmanın getirisi olarak yeni bir kültür doğmaktadır. Bu durum da kent kimliğinin değişimine yol açmaktadır.

Literatürdeki kimlik ve soylulaştırma ilişkisine değinen çalışmalara değinmek gerekirse;

Daly vd. (2021) Lizbon'un Alfama, Mouraria ve Bairro Alto mahallelerinde turizm soylulaşmasının kültürel kimliği nasıl etkilediğini ele almıştır. 90 katılımcıyla görüşme gerçekleştiren yazarlar, bu mahallelerdeki kültürel kimlik algılarının “otantiklik, mahallelerin renkli/şenlikli olması ve mahalle yaşamı” bağlamında olduğunu, bu algıların ise mahalleleri turistik bir yer haline dönüştürdüğünü tespit etmiştir. Bu turistik hareketliliğin ise aşırı yoğunluk, yerinden edilme ve airbnb faaliyetlerin fazlaşmasına neden olduğunu tespit eden yazarlar; bu etkilerin sonuç olarak kimlik kaybına yol açtığını, mahallenin sosyal özgünlüğünü zedelediğini, güvensizlik algısının yüksek ve yaşam kalitesinin ise düşük olduğunu tespit etmiştir.

Ouassini ve Ouassini (2021) turizm soylulaşmasının Kashab'daki etkilerini araştırmıştır. Yazarlar görüşme yöntemiyle verilerini toplamıştır. Katılımcılar soylulaştırıcıların topluma fayda sağlamadığını belirtirken bazı olumlu yönlerinin olduğundan da bahsetmiştir. Bunlar; Avrupa ve Amerikalıların emlak fiyatlarını yükseltmesi, suç oranlarının denetimi için güvenliğin sıklaştırılması şeklindedir. Ancak yerleşikler bu değişimden dolayı özgün kimliklerinin zedelendiğini ve yerinden edildiklerini belirtmişlerdir.

Xue vd. (2016) çalışmalarında turizmin gelişimini ve kırsal kimliğin değişimini araştırmışlardır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştiren yazarlar; (1)kırsal zorluğun kırsal refaha dönüştüğünü, (2)kırsal utancın kırsal gurura dönüştüğünü, (3) topluluk

kimliğinde artışın meydana geldiğini, (4) kırsal kimliğin sürdürülebilirliği tehlikeye atarak daha az kırsal hale geldiğini tespit etmiştir.

Minoia (2017) Venedik'te binaların yıl boyunca karnaval edasıyla ziyaret edildiğini, bunların çok fazla satın alınıp/kiralandığını, restore edildikten sonra turizm amaçlı kullanıldığını ve bu durumun kamu mallarının küçülmesine, kent kimliğinin değişimine neden olduğunu belirtmiştir. Örnek olarak da Mariot adındaki işletmenin Isola delle Rosa (Gül Adaları) olarak isim değiştirdikten sonra markalaştığını ancak özgün kimliğini kaybettiğini vurgulamıştır.

Othman (2017) Melaka'nın Eski Mahallesi'nde gerçekleştirdiği çalışmada 148 katılımcıyla anket yapmıştır. Yerel kentsel miras kimliğinde soylulaştırmanın etkilerini ölçen yazar 4 ana etki tespit etmiştir. Bunlar; soylulaştırma kentsel kültürel miras dokusunu değiştirmekte, soylulaştırma yerin ruhunu azaltmakta, sosyal ve kültürel değişime yol açmakta, kültürel mirası metalaştırmakta şeklindedir.

Neducin vd. (2009) Novi Sad'da yer alan Grbavica bölgesinde soylulaştırmayı mimari, kentsel, sosyal, ekonomik ve çeşitli yönleriyle ele almışlardır. Yazarlar çalışmalarında Grbavica bölgesinde soylulaştırmanın plansız geliştiğini belirterek olumlu ve olumsuz yönlerini belirtmişlerdir. Buna göre yazarlar fazla konut stoku, altyapı iyileştirilmesi, nüfus yenilenmesi ve modernizasyon ile soylulaştırmanın olumlu yöne sahip olduğunu, sadece kâr amacı güden yatırımcıların kente gelmesiyle de olumsuz yöne sahip olduğunu vurgulamışlardır. Yazarlar bu kimlik öğelerinin dikkatli şekilde yapılandırılması gerektiğini aksi taktirde bu sürecin 'kentsel bomba'ya dönüşeceğini belirtmişlerdir.

Pacurar vd. (2019) çalışmalarında soylulaştırmayı ve bölgenin kimliği üzerindeki etkiyi ele almışlardır. Toplamda 46 kişi ile mülakat yaparak bölgenin güncel durumunun önemli ölçüde değiştiğini, soylulaştırmanın tüm etkileriyle kent kimliğinde dönüşüme neden olduğunu tespit etmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1 Araştırma Sahası: Bozcaada

Bu başlıkta çalışmanın araştırma sahası olan Bozcaada'ya ilişkin tarihsel, coğrafi, doğal ve mekânsal özelliklere yer verilmektedir.

3.1.1 Bozcaada'nın Tarihsel Geçmişi

Bozcaada, Antik Çağ'da "Leukophrys (Lefkofris), Yunan Mitolojisinde ise "Tenedos" olarak bilinmekteydi. Adanın Antik Çağ'daki adı olan Leukophrys'in kökenleri Latince'ye dayanmaktadır ve "beyaz yılan" ya da "beyaz kaş" anlamı taşımaktadır. Rivayete göre, bu ismin nedeni adaya karşıdan bakıldığında, kıyılarda yer alan beyaz taşların beyaz bir yılanı benzetilmesinden kaynaklanmaktadır ("Çanakkale'nin Turizm Tarih ve Kültür Portalı" t.y).

Tenedos ismi ise Yunan mitolojisine dayanmaktadır. "Derler ki: Denizlerin Efendisi Poseidon'un kimbilir kaç çocuğundan biri, Kyknos adında bir kralmış. Beyçayırı'nın kuzeyinde Lâpseki bölgesindeki Miletos Kolonisi, Kolonai kentine hükmedermiş. Onun da Tenes adında bir oğlu varmış. Tenes'in annesi ölünce babası yeniden evlenmiş. Fakat üvey ana bu ya; Tenes'e iftira etmiş! Üstelik kendisine yalancı tanık olarak bir de kavalcı bulmuş. Kral Kyknos bu iftiraya kanmış ve oğlunu bir sandığa koyarak denize attırmış. Sandık yüze yüze gitmiş, boğazdan geçerek Leukophrys Adası'nın sahiline vurmuş. Tenes burada sandıktan çıkmış, adaya yerleşmiş ve ünlü coğrafyacı Strabon'a göre bazılarının Kalydna dediği Leukophrys Adası'nın ismini 'Tenes'in Adası' anlamına gelen Tenedos olarak değiştirmiş." ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).

Ayrıca, Tenedos ismi Homeros'un Troya Savaşı'nı anlattığı İlyada adlı eserinde geçmektedir. Troya kenti, Bozcaada'nın karşı kıyısındaki anakarada ve tepe konumunda yer alan tarihin zengin kentlerinden biridir. Troya Savaşı'nın yaşandığı dönemlerde, Akalar yiyecek ve içecek tedariki için Tenedos'a ayak basarlar. Troya'yı savaşıarak fethedemeyeceklerinin bilincine varan Akalar, günümüzde Troya Atı olarak bilinen devasa ölçülerdeki tahta atı Troya halkına hediye ettiklerini belirtirler ve artık aralarındaki savaşa son verip, memleketlerine dönecekmiş gibi bir izlenim yaratırlar. Fakat, Akalar

memleketlerine dönmek yerine Bozcaada'nın arkasında yer alan Ayazma'da beklerler. Troyalılar ise tahta at hediyesinin tanrılar için adandığı düşüncesiyle hediye kabul ederler. Savaştan yeni çıktıkları için yorgun olan Troyalılar, yaptıkları kutlamalar ve içtikleri şarapların da etkisinde kalarak uyurlar. Herkes uyuduğunda ise Aka askerleri hediye ettikleri atın içerisinden çıkarak, kaleyi ele geçirip kenti yağmalarlar ("BOZTİD" t.y). Böylelikle, Bozcaada'nın mitolojideki yeri bizlere Troya Savaşı ile arasındaki ilişkiden izlenimler sunar.

Bozcada isminin kökenleri ise tam bilinmemekle birlikte, Türk denizciler tarafından bu adın verildiği düşünülmektedir. Piri Reis, bir eserinde Bozcaada için "adanın en yüksek sivri bir boz tepesi – bugün Göztepe" demektedir. Ayrıca, Bozcaada'nın 40 mil mesafeden kontrolünün sağlandığına ve bu mesafe içerisinde yer alan gemilerin, boz tepeyi görebildiklerini ifade etmektedir. Bu yüzden, Türklerin adaya "Boz-ada" ya da "Bozcaada" dediği tahmin edilmektedir. Adanın karşıdan bakıldığında bohçayı andırması sebebiyle Bohçaada ismiyle de anıldığı söylenmektedir ("Çanakkale'nin Turizm Tarih ve Kültür Portalı" t.y).

Tarihsel süreç içerisinde ise adanın bilinen ilk sakinleri, Akaların bir kolu olan "Pelasglar" (Pelazziler)'dir. Sonrasında ise adada Fenikeliler, Atinalılar ve Yunanlıların yaşadığı bilinmektedir. M.Ö. 493 tarihinde Pers istilasına uğrayan ada, M.Ö. 334 tarihinde Büyük İskender'in bu istilaya son vermesiyle, Büyük İskender yönetimine geçmiştir. Sonrasında ise M.Ö. 168 tarihinde Bergama Krallığı yönetiminden çıkarak, Roma hakimiyeti altında kalmıştır. Roma İmparatorluğu'nun da ikiye bölünmesinin ardından adanın yönetimi Bizans İmparatorluğu'na geçmiştir. 1203 senesinden sonra ise adada Bizans, Ceneviz ve Venediklilerin egemenlik mücadelesi devam etmiştir. Bozcaada ilk kez, 1455 senesinde Fatih Sultan Mehmet devrinde Osmanlı topraklarına katılmıştır. Bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu ile Venedik arasında yaşanan mücadeleler ile Bozcaada'nın kimi zaman Venedik hakimiyetine girdiği olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu devrinde bir kale dizdarı ve kadı tarafından yönetilen ada, 19. Yy. sonları merkezi Sakız ve Rodos'a bağlı olan Bahr-i Sefid Eyaletinin Midilli Sancağına bağlı bir kaymakamlık olarak teşkilatlandırılmıştır. Ayrıca, bu dönemde adada belediye binası da bulunmaktaydı. Bozcaada, 1912 senesinde Balkan Savaşı sırasında Yunanlılar tarafından işgal edilmiştir. Sonrasında ise 20 Eylül 1923 tarihinde Lozan Barış Antlaşması ile Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlanmıştır ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).

3.1.2 Bozcaada'nın Coğrafi Konumu ve Topografik Özellikleri

Bozcaada, Çanakkale iline bağlı Türkiye'nin üçüncü büyük adası ve köyü olmayan tek ilçedir. Ege Denizi'nin kuzeydoğusunda ve Çanakkale Boğazı'nın 12 mil güneyinde yer almaktadır. Bozcaada'nın çevresi toplamda 38 km ve alanı 36.67 km²'dir. Ayrıca Bozcaada'nın etrafında 17 adacık daha bulunmaktadır. Bu adacıklar arasında 800 dönümlük arazisi ile en büyük adacığı Tavşan Adası olarak da bilinen Mavriya Adası oluşturmaktadır. Bozcaada, yeryüzü şekli olarak alçak ve basık yapıya sahip olup, adanın en yüksek noktasını 192 metre ile Göztepe oluşturmaktadır. Adanın iç kesimleri çoğunlukla büyük düzlüklerden meydana gelmektedir. Adaya özgü yer şekilleri olarak 12 burun ve 12 koy bulunmaktadır. Ayrıca kuzey kıyılarında kumullar da yer almaktadır ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).

Bozcaada'nın karayla bağlantısı, Ezine'nin Geyikli beldesinden adaya düzenlenen feribot seferleri ile sağlanmaktadır. Geyikli ve Bozcaada arası yaklaşık 6 km – 4 mil olup, feribot ile yolculuk yaklaşık yarım saat sürmektedir. Bunların yanı sıra Bozcaada'nın komşuları; 17 mil ile Gökçeada, 26 mil ile Limni ve 27 mil ile Midilli adalarıdır.

3.1.3 Bozcaada'nın İklimsel Özellikleri

Bozcaada Akdeniz iklimine sahiptir. Adada yaz ayları serin ve kurak, kış ayları ise ılık ve az yağışlı geçmektedir. İklimsel özelliklerinden kaynaklı düşük nem oranına sahiptir. Bozcaada, boğazın çıkışında bir konuma sahip olduğu için kuzey rüzgarlarını almaktadır ve güney rüzgarlarına da açıktır. Yılın her ayı rüzgârlı, kış ayları ise aşırı rüzgârlı geçmektedir. Bu yüzden Bozcaada'nın rüzgâr alan bölümlerinde bitki örtüsü oluşmamaktadır. Adanın iç kesimlerinde ormanlık alanlar mevcuttur. Fakat, en önemli alanı üzüm bağları oluşturmaktadır. Makiler ve doğal çalılar, adanın doğal bitki örtüsünü oluşturmaktadır. Diğer yandan, yapılan bir araştırma sonucuna göre Bozcaada'da 65 familyaya ait 437 çeşit bitkinin varlığı tespit edilmiştir ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).

3.1.4 Bozcaada'nın Demografik Yapısı ve Geçim Kaynakları

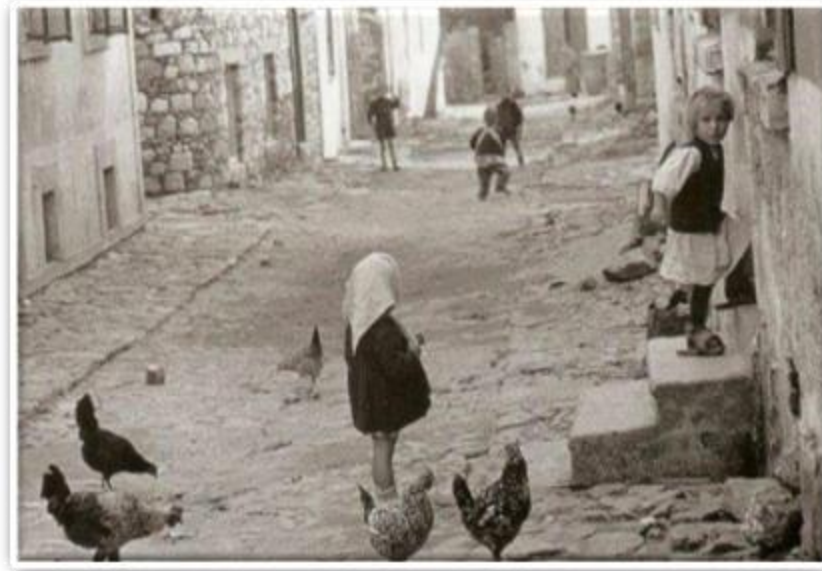
Bozcaada'nın 2022 itibari ile yaklaşık nüfusu 3120'dir ("Bozcaada Nüfusu", t.y). Adaya olan turizm talebi nedeniyle bu nüfus yaz aylarında 10.000'e kadar çıkabilmektedir. Bozcaada Rum ve Türklerin tarihsel süreçte bir arada yaşadığı bir kentsel mekandır. 0. yy'da

ada nüfusunun yarısını Rumlar oluştururken, günümüzde bu nüfus üç kişiye kadar düşmüştür (“Bozcaada Belediyesi”, t.y).

Bozcaada’da temel geçim kaynağı bağcılıktır. Çavuş üzümü ve diğer üzüm çeşitleri Bozcaada’da yetiştirilmekte olup, şaraplık üzüm üretimi de yapılmaktadır. Bu üzümler adada bulunan altı şarap fabrikasında işlenmekte ve pazarlanmaktadır. Ayrıca geçim kaynağı olarak balıkçılık ve turizm de ön plana çıkan sektörler arasındadır. Süngercilik eskiden önemli bir geçim kaynağı olup, günümüzde artık yapılmamaktadır (“Bozcaada Belediyesi”, t.y). Bunların yanında adada bir adet reçel imalathanesi de bulunmaktadır. Bozcaada’da bulunan tarım arazilerinde sırasıyla; bağcılık, tarla bitkileri, zeytincilik, sebzecilik ve meyvecilik faaliyetleri sürdürülmektedir. Diğer tarım faaliyetleri ise aile işletmeciliği adı altında yapılmakta ve pazarlanmamaktadır (“T.C Bozcaada Kaymakamlığı” t.y).

3.1.5 Bozcaada’nın Yapay Çevresi

Bozcaada’nın yapay çevre elemanları arasında adaya özgü evler, dar sokaklar, oteller, şarap fabrikaları, yel değirmenleri, kilise, cami gibi çeşitli öğeler yer almaktadır.



Şekil 7. Bozcaada eski döneme ait bir sokak görüntüsü

Kaynak: Bozcaada Belediyesi (2022).

Şekil 7’de görüldüğü üzere Bozcaada’ya ait eski dönem fotoğraflar incelendiğinde, adada eski dönemlerde yer kaplaması olarak taş döşeme kullanıldığı ve yapıların da genellikle kagir yapılar olduğu görülmektedir. Günümüzde bu yapıların restoresi ve iyileştirilmesiyle yapay çevrenin korunmaya devam ettiği ve daha modern bir görünüme kavuştuğu görülmektedir.



Şekil 8. Bozcaada’da yer alan şarap fabrikasından eski bir görüntü

Kaynak: Bozcaada Belediyesi (2022).

Şekil 8’de görüldüğü üzere adanın geçim kaynağının bağcılık ve şarapçılık olması, geçmişten günümüze Bozcaada’nın kimliğinde önemli bir yere sahip olmuştur. Bu durum, şarap fabrikaları ve üzüm bağları gibi üretim faktörleriyle kentsel alanda rahatlıkla görülmektedir.



Şekil 9. Bozcaada yel değirmenine ait eski bir görüntü

Kaynak: Bozcaada Belediyesi (2022).

Şekil 9’da görüldüğü üzere Bozcaada’da yer alan yel değirmeninin eski görüntüsü gösterilmektedir. Yel değirmeninin Bozcaada kimliği üzerinde önemli bir gücü bulunmaktadır. Yel değirmeninin eski dönem şartlarında un öğütmek gibi amaçlarla kullanılması, günümüzde yerini turistik ziyaretlere bırakmıştır.



Şekil 10. Bozcaada iskelesine ait eski bir görüntü

Kaynak: Bozcaada Belediyesi (2022).

Şekil 10’da görüldüğü üzere Bozcaada iskelesinin eski görüntüsü gösterilmektedir. Bu iskele günümüz şartları gereği daha modern ve yeterli seviyeye taşınmıştır.



Şekil 11. Bozcaada arazi kullanımı

Kaynak: “Bozcaada Turizm Master Planı 2018-2027” (2016).

Şekil 11’de görüldüğü üzere, günümüz itibariyle kentin koruma alanında çoğunlukla konut kullanımları mevcuttur. Kale ve etrafında yer alan kesimler genellikle kamusal alandır. Ayrıca, kamusal alanlar çoğunlukla merkezin çeperlerinde yer almaktadır. Yeşil alanlar ise Bozcaada’nın güney kesiminde yer alan Alaybey Mahallesi’nde (Türk Mahallesi) bulunmaktadır. Adada iki adet otopark mevcuttur ve bunlar Cumhuriyet Mahallesi (Rum Mahallesi) tarafında yer almaktadır. Diğer yandan, adaya özgü üç şarap fabrikası da merkez bölümünde konumlanmaktadır (“Bozcaada Turizm Master Planı 2018-2027”, 2016).

Bozcaada günümüzde, yapay çevre olarak ada mimarisinin eşlik ettiği renkli bir kimliğe sahiptir. Taş sokakları, renkli evleri, dini ve tarihi çeşitli yapıları ile ön plana çıkmaktadır. Bozcaada Kaymakamlığı, Bozcaada’nın yapay çevresi hakkında şu bilgileri sunmaktadır;

Bozcaada, Türk ve Rum kültürünün izlerini yansıtmaktadır. Adayı ortadan ikiye ayıran derenin yerini günümüzde Çınar Çarşı Caddesi almıştır. Bozcaada’ya karşıdan bakıldığında, eski derenin sağ tarafında kalan kısım Rum Mahallesi, sol tarafı ise Türk

Mahallesi'dir. Bu sebepten dolayı, adanın Rum Mahallesinde Rum, Türk Mahallesinde ise Türk mimarisinin izleri görülmektedir ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).



Şekil 12. Bozcaada kagir yapı örneği

Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.



Şekil 13. Bozcaada alt kat kagir, üst kat ahşap yapı örneği

Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Şekil 12 ve Şekil 13' görüldüğü üzere, bu iki mimari türü birbirine benzese bile işlevsel olarak farklılıkları bulunmaktadır. Yapıların türü genellikle kagir ve ahşap karkislerden meydana gelmektedir. Yapılar alt kat kagir, üst kat ahşap ya da tamamen kagir olabilmektedir ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).

Bozcaada Rum Mahallesi'nde yer alan yapıların bodrumları bulunmaktadır. Bu bölümde mutfak, banyo, çamaşırılık yer almaktadır. Yapıların pencereleri genellikle yüksek, geniş ve kepenklidir. Kapıları ise yüksek, çift kanatlı ve pencerelidir. Türk Mahallesi'ndeki yapılara kıyasla bu mahalledeki yapılar balkonlu olabilmektedir. Pek çok evin "mağaza" adındaki bitişik nizam ve yüksek duvarlı yapıları vardır. Burada şarap üretimi ve muhafazası ya da kışlık erzak muhafazası gerçekleştirilmektedir ("T.C Bozcaada Kaymakamlığı" t.y).



Şekil 14. Bozcaada Rum ve Türk Mahallesi'nde yer alan evler

Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Şekil 14'te Rum ve Türk Mahallesi'nde yer alan iki farklı ev gösterilmektedir. Türk mahallesindeki yapılar ise alt katları daha yüksek, dar ve pencereli yapılardan oluşmaktadır. Bunun nedeni, yapıların alt katının erzak deposu ya da taşlık işlevi görmesidir. Yapıların avlu kısmında üstü toprak damla kaplı mutfak ve çamaşırılık bulunmaktadır. İç bölümünde ise yerli dolaplar, gusülhaneler ve ahşap tavanlar bulunmaktadır. Bu yapılarda tuvalet avluda yer almakta ve çatıları alaturka kiremitli ve kirpi saçaklı olmaktadır. Ancak, geçirilen çeşitli

değişimlerle bu örnekleri karşılayan yapı sayısı oldukça azalmıştır (“T.C Bozcaada Kaymakamlığı” t.y).

Bozcaada’da sayılan bu yapay çevre ve mimari özelliklere ek olarak; Bozcaada Kalesi, Alaybey Camii, Köprülü Mehmet Paşa Camii, Meryem Ana Kilisesi (Kimisis Rum Ortodoks Kilisesi), Bozcaada Müzesi, Ayazma Manastırı, yel değirmenleri, bağ evleri ve şarap fabrikaları Bozcaada’nın kent kimliğinde önemli unsura sahip yapılardır.

Bunların yanında, Bozcaada’nın geçim kaynağı bağcılık ve şarapçılık olduğu için bu yapılar da kentsel mekân içerisindeki yerini almaktadır. Adanın en eski üç şarap üreticisi ada merkezinde yer alırken, yeni açılan üç diğer şarap fabrikası ada merkezinin dışında konumlanmaktadır.

3.1.6 Bozcaada’nın Doğal Çevresi



Şekil 15. Bozcaada Ayazma plajı

Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Şekil 15’te görüldüğü üzere, Bozcaada’nın ada kimliğinden kaynaklı olarak doğal çevresini; deniz, koylar, plajlar ve yüksek tepeleri oluşturmaktadır. Adada 12 burun, 12 koy bulunmakla birlikte Ayazma, Sulu bahçe, Habbele, Mermer Burnu (Akvaryum Koyu) gibi ünlü plajlar yer almaktadır. Adanın en bilinen plajı Ayazma’dır.

3.2 Araştırmanın Amacı ve Varsayımları

Günümüzde kentsel yenilenme ya da yeniden canlandırma adı altında yapılan kentsel gelişim süreçlerinin önemli bir odak noktasını soylulaştırma oluşturmaktadır. 1960'lı yıllardan beri tartışılan kavram dünyanın pek çok büyük kentinde hızlı bir yayılım göstermiştir. Özellikle günümüzde üçüncü dalga soylulaştırma türleri arasında değerlendirilen türler ile soylulaştırma sadece büyük kentlerde değil kırsal bölgelerde, ilçelerde ve kasabalarda da kendisini göstermiştir.

Gotham (2005) turizm soylulaşması kavramını ilk ortaya attığında bu kavramla orta sınıf kentlerin eğlence merkezine dönüşümünü, kentlerin ve yerlilerin görece zenginleşmesini ve seçkinleşmesini vurgulamıştı. Sequera ve Nofre (2018) ise turizm soylulaşmasını turizm kavramının kültürel pratikten kentsel politika stratejisine dönüşümü olarak ifade etmişti. Sonrasında Cocola-Gant (2018) ise turizm soylulaşmasının gerçekleştiği kentlerde; turizme dayalı gayrimenkul yatırımının artmasını, varlıklı bireylerin bölgeye gelmesini, yerel halkın yerinden edilmesini ve konut iyileştirilmesi ile ticari hayatta meydana gelen değişimlerin yaşanması gerektiğini vurgulamıştı.

Bozcaada'da artan turizm yatırımları, yapılı çevrenin turizm için dönüşümü, yerel halktan ayrışan grupların kente gelişi, kışın düşük yazın ise yüksek nüfus oldukça dikkat çekmektedir. İlgili gözlemi detaylandırmak gerekirse 2005 yılında 20.322 olan turist sayısı 2015 yılında 41.617 kişiye kadar çıkmıştır ("Bozcaada Turizm Master Planı 2018-2027", 2016). Ayrıca basında yer alan haberlere göre ise Bozcaada 2021 yılında günlük 15 bin ile 20 bin arasında turiste ev sahipliği yaparken (Anonim, 2021), 2022 yılı 9 günlük Kurban Bayramı tatilinde 30 bin turiste ev sahipliği yapmıştır (Anonim, 2022).

Bozcaada son zamanlarda ekonomik ve sosyal çevre bağlamında önemli değişim ve dönüşümlere tanıklık etmiştir. Bozcaada'nın mekânsal dönüşümü, kentin demografik yapısında meydana gelen değişim, ticari faaliyet gösteren işletmelerin sadece turizme hizmet etmesi, emlak ve kira fiyatlarında yaşanan artış turizm soylulaşması hakkında önemli ipuçları sunmuştur. Ayrıca, Bozcaada'da meydana gelen bu dönüşüm süreci özgün kimliği zedeleyen ancak turistik açıdan kent imajını güçlendiren bir görev görmüştür. Soylulaştırılmış alanların çoğalması kente post-turist ve soylulaştırıcıların çekilmesinde önemli rol oynamıştır.

Bu doğrultuda; turizm soylulaşması, kent imajı ve kent kimliği kavramlarının birbiri ile olan ilişkisini belirlemek gerekli görülmüştür. Çünkü, göç yönelimli hareketlikler

genellikle negatif etkilere sahiptir. Ancak turizm soylulaşmasında bu durum tam tersi olarak gözlemlenebilmekte ve pozitif etkiler görülebilmektedir. Soylulaştırılmış alanların turistik çekicilik yaratması kent imajını ve kimliğini güçlendirmektedir. Bunun yanında, soylulaştırıcılar da pozitif etkiler yaratabilmektedir. Bu yüzden, turizm soylulaşmasını yaşayan kentler sürekli olarak turist sayısı ve turizm işletmesi bakımından artış göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı; araştırmacı gözlemi doğrultusunda Bozcaada'da yaşanan turizm soylulaşmasını ölçmek ve kent imajının turizm soylulaşması ile olan ilişkisini ortaya koyarak kent kimliği algılarını belirlemektir. Bu sayede imaj ve kimlik açısından Bozcaada'nın mevcut durumu ortaya koyulacak ve turizm soylulaşmasını tetikleyen psikolojik faktörler belirlenecektir. Bu bilgiler doğrultusunda belirlenen araştırmanın temel varsayımları ise aşağıdaki gibidir;

Temel Varsayım 1: Turizm soylulaşması, eski yapıların rehabilite edilerek turizm için kullanılmasına ve yeniden turistik inşalara izin vermektedir.

Temel Varsayım 2: Turizm soylulaşması aşırı turist yoğunluğuna neden olmaktadır. Bu durum ise yerleşiklerin yaşam kalitesini negatif etkilemektedir.

Temel Varsayım 3: Turizm soylulaşması, kentte turizm yatırımları arttığı için rant farkına neden olmaktadır ve yatırımcıların kenti ticari amaçlı kullanımına olanak tanımaktadır.

Temel Varsayım 4: Turizm soylulaşması; altyapı ve kent içi peyzajın dönüşümüne olanak tanımaktadır.

Temel Varsayım 5: Turizm soylulaşması kentleri ticarileşmeye açık hale getirmektedir. Kamusal alanlarda turizm işletmelerinin yoğunluğu belirgin olarak hissedilmektedir.

Temel Varsayım 6: Turizm soylulaşması, emlak fiyatları üzerinde artış yaratmaktadır.

Temel Varsayım 7: Turizm soylulaşması yerleşiklerin konut/arsa satışı, ticari ve yazlık amaçlı yerinden edilmesine neden olmaktadır.

Temel Varsayım 8: Turistler evre ve yerleşikler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Temel Varsayım 9: Turizm soylulaşmasında, turistler ve yerleşikler arasında sosyo-kültürel ve ekonomik farklılıklar görülebilmektedir.

Temel Varsayım 10: Turizm soylulaşması toplumsal ilişkileri zedeler ve komşuluk gibi sosyal ilişkilere zarar verir.

Temel Varsayım 11: Soylulaştırılmış kentler güçlü bir kent imajına sahiptir. Kentteki bazı ayırt edici özellikler turistlerin o bölgeyi neden tercih ettiğini açıklamaktadır.

Temel Varsayım 12: Kent imajının gücünü tetikleyen kültür taşıyıcıları ve soylulaştırıcılar bulunmaktadır.

Temel Varsayım 13: Turizm soylulaşması olumsuz etkilere neden olduğu için kentsel aidiyeti olumsuz etkilemektedir.

Temel Varsayım 14: Turizm soylulaşması kent kimliği algılarında değişime neden olmaktadır. Bu yüzden yerleşikler kentin özgün kimliğinin zedelendiğini düşünmektedir.

Temel Varsayım 15: Turizm soylulaşması kentsel sistemi olduğu gibi değiştirdiği için yerleşiklerin geçmiş ve güncel kent kimliği algılarını etkilemektedir.

3.3 Araştırmanın Önemi

Soylulaştırma, 1960'lerden itibaren literatürde yer eden bir kavramdır. Bu kavrama yönelik araştırmalar, genellikle mimarlık ve sosyoloji alanında yapılan çalışmaları içermektedir. Soylulaştırmanın üçüncü dalgasıyla birlikte kentlerde çıkan ortaya çıkan yeni soylulaşma türlerine yönelik özellikle Türkçe literatürde yapılan çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Bu türlerden birini ise turizm soylulaşması oluşturmaktadır. Ayrıca, turizm disiplininde çalışılan destinasyon imajı ve marka kimliği gibi kavramlar daha çok pazarlama yaklaşımını benimsemektedir ve sosyolojik yaklaşımdan daha uzak bir tutum sergilemektedir. Bu kapsamda, özellikle Türkçe literatürde ve turizm disiplininde turizm soylulaşmasına yönelik yapılan çalışmaların sınırlı olması; ayrıca turizm soylulaşması tetikleyen psikolojik faktörleri kent kimliği ve imajı açısından irdeleyen çalışmaların sınırlı olması nedeniyle bu çalışma önemli görülmektedir. Bu çalışma turizm soylulaşması alanında gerçekleştirilen nadir bir çalışmadır.

3.4 Araştırmanın Kuramsal Dayanağı

Bu çalışmanın kuramsal dayanağı, soylulaştırma kuramlarından geleneksel ve eleştirel yaklaşıma dayanmaktadır. Geleneksel yaklaşımın neo-klasik yer seçimi kuramlarına dayanması, Bozcaada'nın demografik ve kültürel değişim dönüşüm sürecini ince bir şekilde yakalamaktadır. Kentte turizmle meydana gelen otantik ve modern anlamdaki işletme sayısındaki artış, sosyal yaşamda meydana gelen dönüşüm, binalara olan talep ve emlak fiyatlarındaki artış, kent içi peyzajın dönüşümü; kültürel ve demografik yapının dönüşümü ile meydana gelmiştir. Bozcaada'nın göç alması ancak bu göç olgusunun

negatif değil de tam tersi bir etki göstermesi kentte toplumsal, kültürel ve demografik örüntülerde yeni bir sınıfın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sınıf, turistler bazında gözlemlenebildiği gibi aynı zamanda yatırımcılar ve sonradan Bozcaada'ya yerleşen bireylerde rahatlıkla fark edilmektedir. Bozcaada'ya sonradan gelen bireyler bir nevi kültür taşıyıcılarıdır ve bu kültür taşıyıcıları kentte meydana gelen fiziksel, ekonomik, sosyo-kültürel dönüşümün başlıca nedenidir.

Diğer yandan, eleştirel yaklaşım açısından bakıldığında ise Bozcaada'da yatırımcılar için önemli bir sermaye bulunmaktadır. Her ne kadar Bozcaada'nın ana yerleşim yeri sit alanı olsa dahi, kent merkezinde kalan yapılarda ve kent dışı arsa ve binalarda ortaya çıkan rant farkı kolaylıkla ayırt edilebilmektedir. Geleneksel yaklaşımla birlikte düşünüldüğünde, kente gelen ünlü ve sanatçıların ortaya çıkan rant farkındaki rolü göz ardı edilemez. Bu yüzden, özellikle Bozcaada merkezinin arka kısımlarında kalan arsalarda ve kent içinin bazı noktalarında imar durumları izin verdikçe yapılaşmanın arttığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, Bozcaada artık geleneksel üretim tarzından uzak bir anlayış benimsemektedir. Çünkü turizmin daha kolay ve fazla gelir kaynağı sunması, yerleşiklerin sahip olduğu sermayeyi turizmde değerlendirmesine yol açmıştır. Smith'in (2015) belirttiği gibi modern üretim artışıyla birlikte üretime yatırım azalır ve diğer ekonomik sektörlerde ve hizmet sektörü istihdamında artış yaşanır. Yine Smith'in (2015) belirttiği üzere; nüfus ve yaşam tarzında meydana gelen değişimler, ucuz restoranların yerine lüks restoranları, esnafın yerine son moda dükkanların var olmasına neden olmaktadır. Bu yüzden, Bozcaada'nın şu anki ana geçim kaynağının turizm olduğu belirtilebilir. Bu durumda bizlere Gotham'ın (2005); "orta sınıf bir mahallenin, kurumsal eğlence ve turizm mekanlarının çoğalmasıyla kendini gösteren nispeten zengin ve seçkin bir yerleşim bölgesine dönüşümü" sözleriyle Bozcaada'da yaşanan turizm soylulaşması sürecini düşünmeyi gerekli kılmaktadır.

3.5 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini, Bozcaada'da ikamet eden bireyler oluşturmaktadır. Örneklemenin tespit edilmesinde kartopu örneklem metodu kullanılmıştır. Kartopu örnekleme tekniği, evren birimlerine erişmenin zor olduğu ya da evren hakkındaki bilgilerin (büyüklük ve bilgi derinliği vb.) eksik olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Patton, 2005). Bu doğrultuda ilk olarak evren içerisinde belirlenen bir üye ile iletişime geçilmiştir. Daha sonra ise araştırma amacı doğrultusunda ve her üyenin önerileri doğrultusunda örnekleme yeni

üyeler eklenmiş ve örneklem zincirleme olarak büyütülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, yüz yüze olacak şekilde gerçekleşmiştir. Yapılan görüşmelerde doyum noktasına ulaşılmasından dolayı aynı yargıların tekrar edildiği gözlemlenmiştir. Bu yüzden, 30. kişide veri toplama süreci sonlandırılmıştır.

3.6 Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Süreci

Araştırma konusu ve amacı doğrultusunda, Bozcaada’da yaşayan 30 kişi ile temas kurularak yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacının kaba hatları ile bir yol haritasına sahip olduğu ve katılımcının ilgi ve bilgisi doğrultusunda farklı sorular da yönlendirilerek araştırmanın farklı yönlerinin ortaya çıkarıldığı veri toplama yöntemini ifade etmektedir (Coşkun vd., 2019: 115). Bu yöntemin seçilmesinin nedeni, katılımcı görüşlerinin derinlemesine irdelenmek istenmesidir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla katılımcılara toplamda 4 farklı kategorilerde sorular yönlendirilmiştir. Bu kategoriler; demografik sorular, soylulaştırmaya dair sorular, kent kimliğine dair sorular ve kent imajına dair sorulardan oluşmaktadır. Katılımcılara yönlendirilen toplam soru sayısı 25’tir. Araştırma soruları hazırlanırken Utku (2021), Altıntaş (2016), Altanlar vd. (2018), Başyazıcı (2012), Öter ve Özdoğan (2005), Özdemir ve Karaca (2009) ve Demirel (2014)’in çalışmaları dikkate alınmıştır.

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler ses kaydı cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Sonrasında bu veriler yazıya dökülmüştür. Elde edilen veriler MAXQDA 2020 programına yüklenerek kodlanmıştır. Sonrasında bu kodlar kod haritalarına dönüştürülmüştür. Elde edilen bulgular betimsel analiz, tematik boyut kullanılarak analiz edilmiştir. Betimleyici araştırmaların temel amacı neyin yaygın olduğunun araştırılmasıdır. Bu kapsamda, turizm soylulaşmasının kent imajı ve kimliği üzerindeki etkilerini ölçmek üzere Bozcaada’da toplumunda yaşayan bireylerin görüşleri önemli görülmüştür. Sonrasında bu katılımcılardan elde edilen veriler tematik boyut ile dört farklı tema çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular doğrultusunda; fiziksel etkiler, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler, kent imajına etkiler ve kent kimliğine etkiler olmak üzere dört farklı tema belirlenmiştir. Bu temalar içerisindeki sorulara verilen cevaplar içerisinde en fazla tekrarlayan ifadeler belirlenmiş ve katılımcı görüşleri doğrudan aktarılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZ

Bu bölümde, Bozcaada’da yaşayan kişilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular aktarılmaktadır.

Tablo 6

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerin tarihleri ve süreleri

Katılımcı Kodu	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi
K1	01.05.2022	08:52
K2	01.05.2022	31:50
K3	01.05.2022	13:25
K4	01.05.2022	18:16
K5	01.05.2022	22:32
K6	01.05.2022	10:52
K7	01.05.2022	20:45
K8	01.05.2022	15:20
K9	01.05.2022	15:39
K10	01.05.2022	28:22
K11	09.05.2022	17:14
K12	13.05.2022	36:37
K13	21.05.2022	15:31
K14	29.05.2022	17:52
K15	29.05.2022	07:21
K16	29.05.2022	10:24
K17	29.05.2022	09:26
K18	29.05.2022	14:11
K19	29.05.2022	10:50
K20	29.05.2022	08:04
K21	29.05.2022	11:23
K22	29.05.2022	25:55
K23	29.05.2022	30:01
K24	29.05.2022	18:17
K25	29.05.2022	07:36
K26	29.05.2022	09:45
K27	29.05.2022	12:10
K28	30.05.2022	13:55
K29	31.05.2022	14:53
K30	31.05.2022	40:25

Tablo 6’da görüldüğü üzere, katılımcıları ifade etmek üzere elde edilen bulgular aktarılırken K1, K2, K3... şeklinde kodlama yapılmıştır. Katılımcıların; katılımcı kodları, görüşme tarihi ve görüşme süresi Tablo 6’da gösterilmektedir.

4.1 Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik dağılımları Tablo 7’de verilmektedir. Tablo 7’de belirtilen katılımcılar hakkındaki bazı detaylar şöyledir;

- Katılımcıların büyük çoğunluğu erkektir.
- Katılımcıların büyük çoğunluğunu 35-44 yaş arası bireyler oluşturmaktadır.
- Katılımcıların büyük çoğunluğunu lise mezunu bireyler oluşturmaktadır.
- Katılımcıların büyük çoğunluğu turizm meslek mensubudur. Katılımcıların 6’sının turizm işletmecisi, 6’sının da restoran ve kafe işletmecisi olması bu durumu açıklamaktadır.
- Katılımcıların 16’sı Bozcaadalıym, 14’ü Bozcaadalı değilim cevabını vermiştir.
- Katılımcıların 14’ü doğduğundan beri Bozcaada’da yaşamaktadır.

Tablo 7

Katılımcıların demografik dağılımı

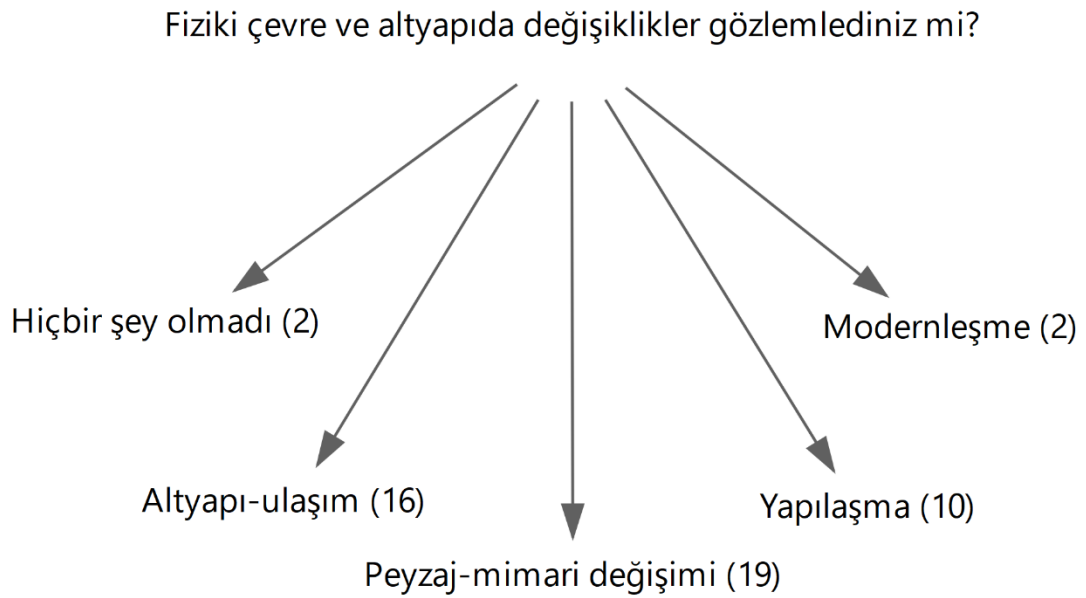
Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim Durumu	Bozcaada'da mısınız?	Yaşam süresi
K1	Erkek	38	Kafe işletmecisi	Lisans	Evet	38 yıl
K2	Erkek	67	Emekli	İlkokul	Hayır	57 yıl
K3	Kadın	44	Restoran işletmecisi	Lise	Hayır	25 yıl
K4	Kadın	45	Restoran işletmecisi	Lise	Hayır	9 yıl
K5	Kadın	37	Ev hanımı	İlkokul	Hayır	22 yıl
K6	Erkek	31	Otel işletmecisi	Lisans	Evet	31 yıl
K7	Erkek	60	Emekli	Lise	Hayır	2 yıl
K8	Kadın	40	İş kadını	Lise	Hayır	40 yıl
K9	Kadın	31	Restoran işletmecisi	Lise	Hayır	11 yıl
K10	Kadın	36	Bankacı	Lise	Hayır	11 yıl
K11	Erkek	36	Yerel gazeteci	Lise	Evet	31 yıl
K12	Erkek	52	Memur	Lisans	Evet	52 yıl
K13	Erkek	62	Emekli	Ortaokul	Evet	50 yıl
K14	Erkek	53	Kafe işletmecisi	Lise	Evet	53 yıl
K15	Erkek	37	Elektrikçi	Lise	Evet	37 yıl
K16	Erkek	42	Otel işletmecisi	Lise	Evet	42 yıl
K17	Erkek	34	Otel işletmecisi	Lisans	Evet	34 yıl
K18	Erkek	51	Otel işletmecisi	Lise	Evet	51 yıl
K19	Erkek	61	Otel işletmecisi	Lise	Hayır	15 yıl
K20	Erkek	42	Otel işletmecisi	Lise	Evet	42 yıl
K21	Erkek	45	Sanatçı	Lisans	Hayır	7 yıl
K22	Erkek	83	Bağcı	İlkokul	Evet	83 yıl
K23	Erkek	52	Memur	Lisans	Hayır	22 yıl
K24	Erkek	51	Memur	Lisans	Hayır	10 yıl
K25	Erkek	44	Güvenlik görevlisi	Lise	Evet	44 Yıl

Tablo 7'nin devamı

K26	Erkek	42	Memur	Lise	Evet	42 yıl
K27	Erkek	32	Şoför	Lise	Evet	32 yıl
K28	Erkek	38	Kafe işletmecisi	Lisans	Hayır	11 yıl
K29	Erkek	71	Emekli	Ortaokul	Evet	71 yıl
K30	Erkek	70	Emekli	İlkokul	Hayır	54 yıl

4.2 Görüşme Bulguları

SORU 1: Bulunduğunuz süre içerisinde Bozcaada'nın fiziki çevre ve altyapısında değişiklik gözlemlediniz mi?

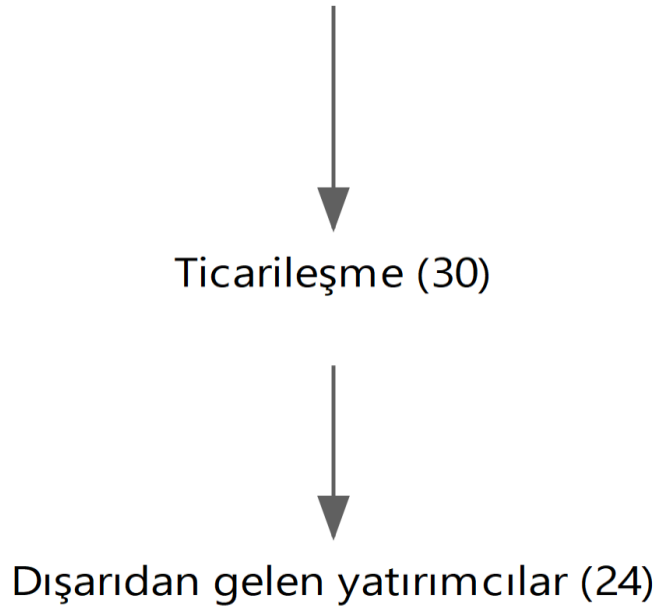


Şekil 16. Fiziki çevre ve altyapı değişimlerine yönelik kod haritası

Şekil 16’da görüldüğü üzere, katılımcılara sorulan ilk soru Bozcaada’da yaşadığı süre esnasında fiziki çevre ve altyapıda herhangi bir değişiklik gözlemleyip gözlemlemediğine yöneliktir. Katılımcılara göre Bozcaada’da en çok peyzaj-mimari değişim ve altyapı-ulaşım yönünde değişiklikler yaşanmıştır. Bu ifadeleri ise yapılaşma, modernleşme ve hiçbir şey olmadı ifadeleri takip etmiştir.

SORU 2: Sizce buradaki yapılar turizm için mi ticarileştirildi?

Bozcaada'daki yapılar turizm için mi ticarileştirildi?

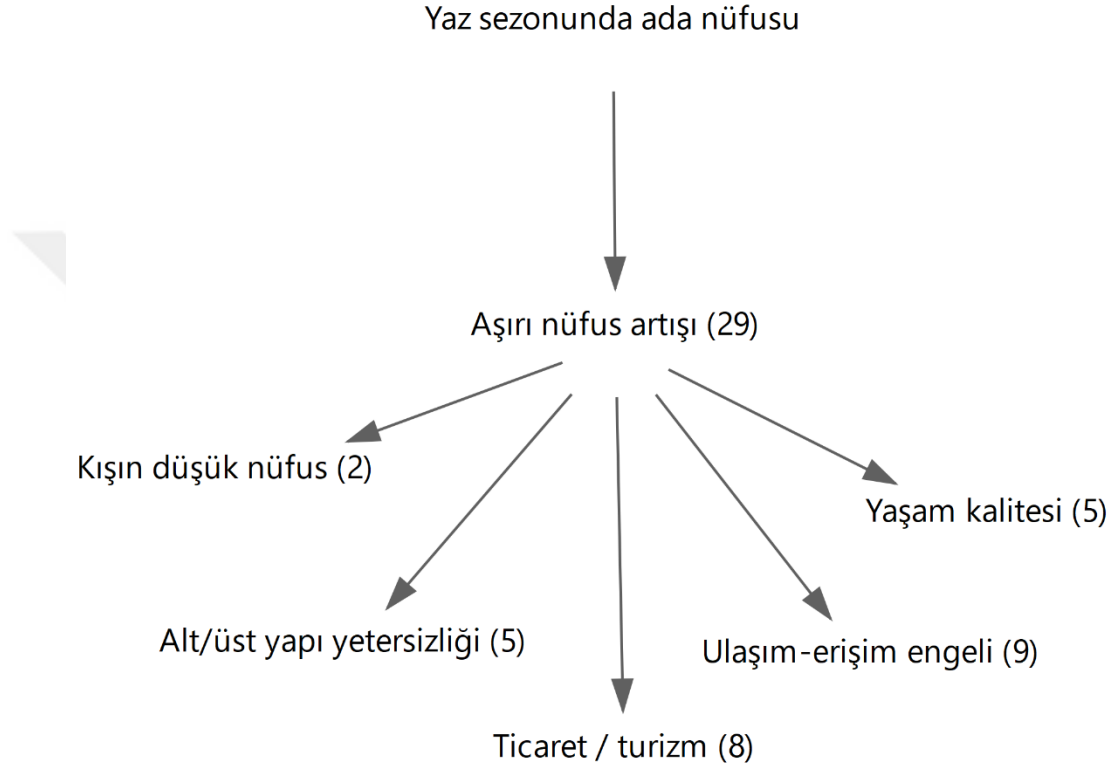


Şekil 17. Bozcaada’daki yapıların kullanım amaçlarına yönelik kod haritası

Şekil 17’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen ikinci soru Bozcaada’daki yapıların kullanım amaçlarıyla ilgilidir. Katılımcıların tamamı Bozcaada’daki yapıların

ticari amaçlı kullanıldığını düşünmektedir. Bunun yanında 24 katılımcı ise dışarıdan gelen yatırımcıların olduğunu belirtmektedir.

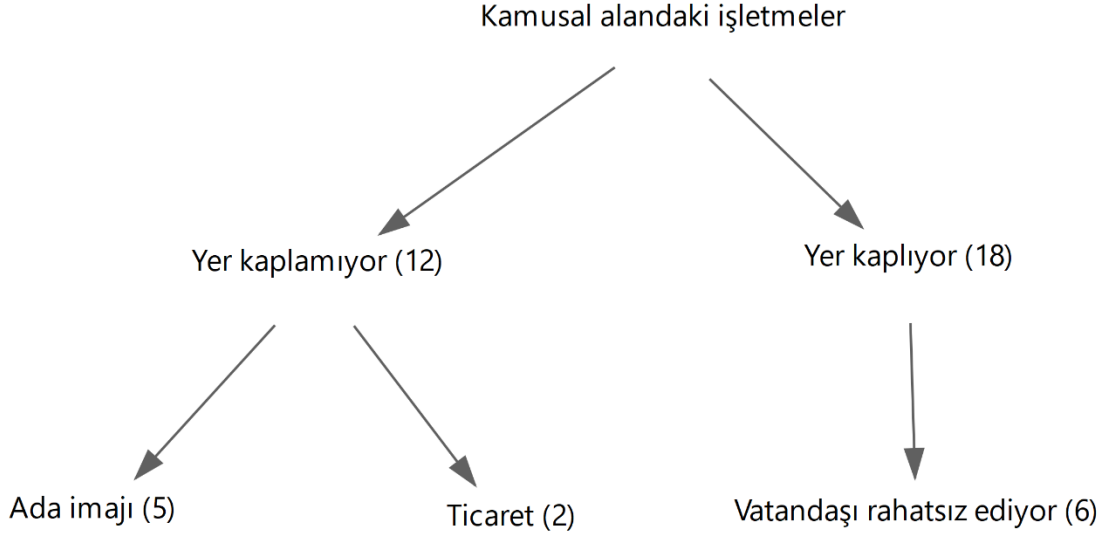
SORU 3: Yaz sezonunda ada nüfusunda bir artış oluyor mu?



Şekil 18. Yaz sezonunda ada nüfusundaki artışa yönelik kod haritası

Şekil 18’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen üçüncü soru yaz sezonunda ada nüfusunda bir artış gözlemleyip gözlemlemediklerine yöneliktir. Katılımcıların 28’i yaz sezonunda aşırı nüfus artışı gözlemlediğini belirtirken, 9’u ulaşım erişim engeli yaşadıklarını, 8’i ise bu durumun rahatsız edici olduğunu belirtmiştir. Bunlara ek olarak rahatsız edici değil, kışın düşük nüfus, yaşam kalitesi, alt/üst yapı yetersizliği, ticaret ve turizm kaynaklı nüfus artışı gibi görüşler de mevcuttur.

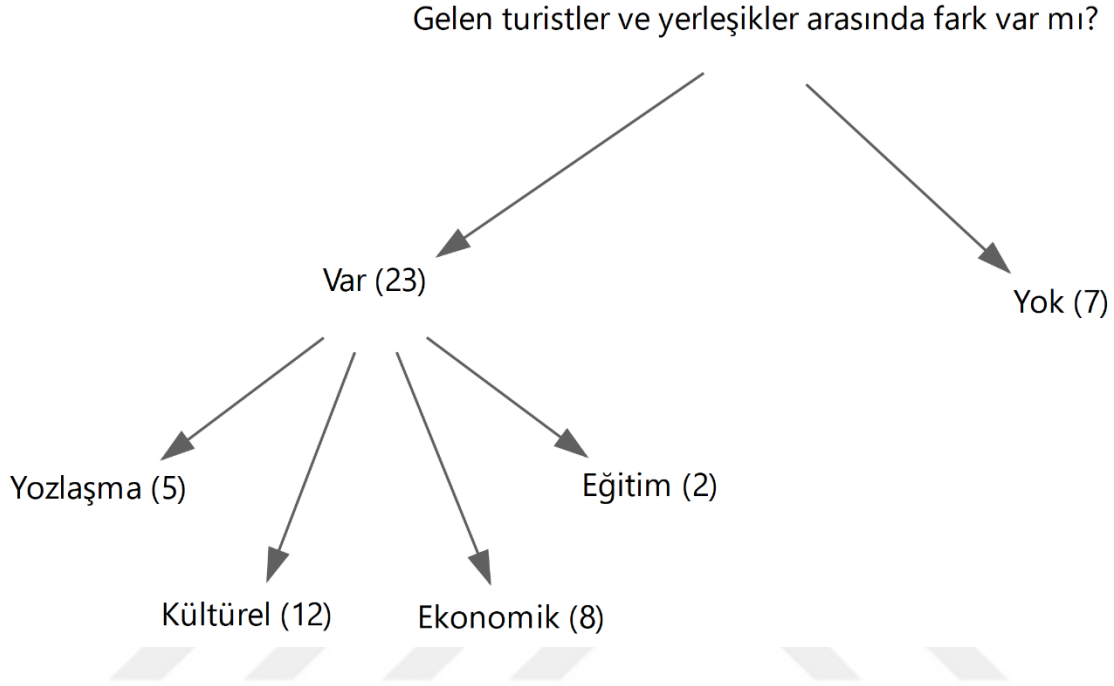
SORU 4: Otel, restoran ve eğlence işletmeleri gibi turistik işletmelerin kamusal alanda çok yer kapladığını düşünüyor musunuz?



Şekil 19. Kamusal alandaki işletmelere yönelik kod haritası

Şekil 19’da görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen dördüncü soru kamusal alandaki turistik işletmelere yöneliktir. Katılımcıların 18’i bu işletmelerin kamusal alanda yer kapladığını belirtirken, 12’si kaplamadığını belirtmiştir. İşletmelerin kamusal alanda yer kapladığını belirten katılımcılar bu durumun vatandaş rahatsız ettiğini belirtmiştir. İşletmelerin kamusal alanda yer kaplamadığını düşünen katılımcılar ise bu durumu ada imajı ve ticaret ile bağdaştırmıştır.

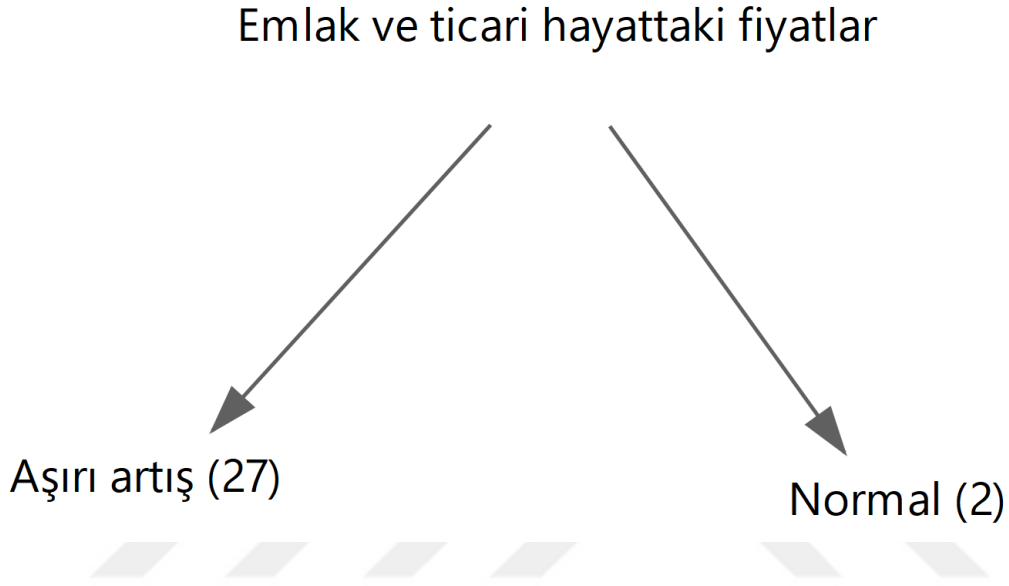
SORU 5: Bozcaada'ya gelen turistlerin özelliklerinden bahseder misiniz? Yerel halk ve turistler arasında farklılıklar var mı?



Şekil 20. Gelen turistler ve yerleşikler arasındaki farka yönelik kod haritası

Şekil 20’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen beşinci soru Bozcaadalı yerleşikler ile dışarıdan gelen turistlerin arasında algılanan bir fark olup olmadığına yöneliktir. Bu soruya katılımcıların 23’ü fark var derken, 7’si fark yok cevabını vermiştir. Gelen turistler ile yerleşikler arasında fark var diyen katılımcıların görüşleri kültürel, ekonomik, eğitim farklılıkları ve yozlaşma etrafında şekillenmiştir.

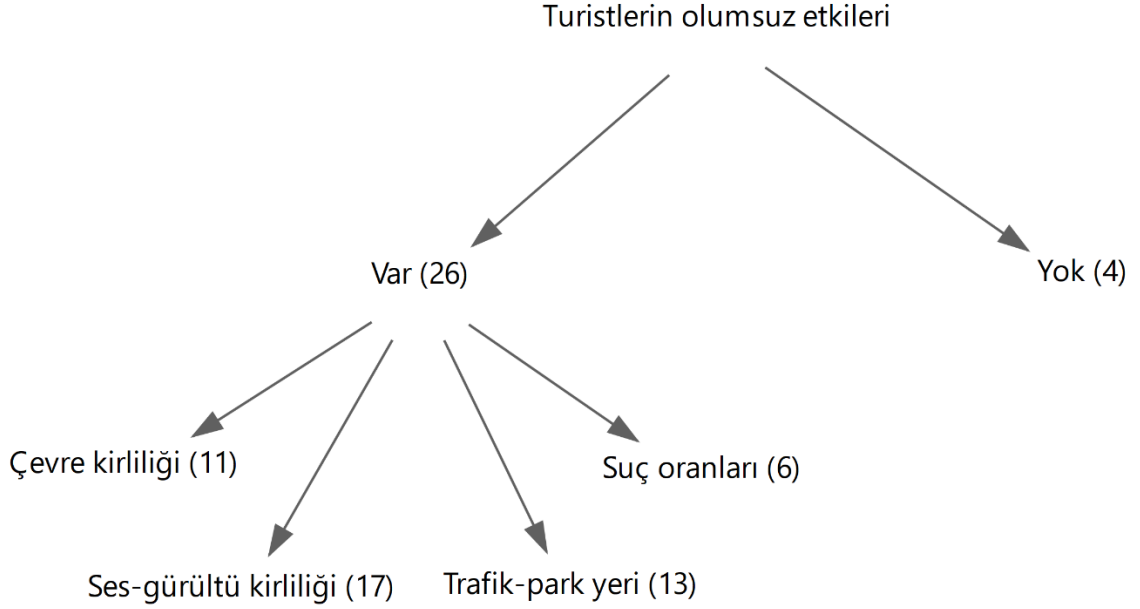
SORU 6: Arsa-konut fiyatları, kira fiyatları ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik düşünceleriniz nelerdir?



Şekil 21. Emlak ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik kod haritası

Şekil 21’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen altıncı soruda arsa-konut fiyatları, kira fiyatları ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik düşünceleri alınmıştır. Bu sorudaki görüşler aşırı artış ve fiyatlardan normal olmak üzere iki grupta toplanmıştır. Ayrıca, 1 katılımcı bu soruyu cevaplandırmak istememiştir.

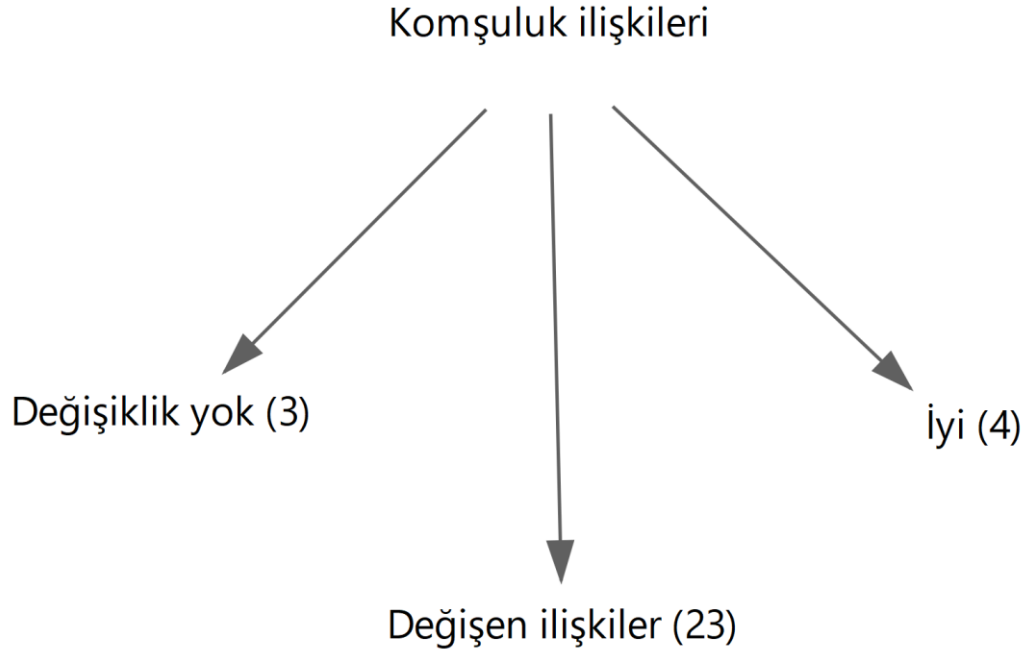
SORU 7: Turistlerin ve işletmelerin; suç oranları, gürültü, çevre kirliliği, trafik sorunu gibi etkilerini gözlemliyor musunuz?



Şekil 22. Turistlerin olumsuz etkilerine yönelik kod haritası

Şekil 22’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen yedinci soru kente gelen turistlerin olumsuz etkilerini ölçmeye yöneliktir. Bu soruya 26 katılımcı turistlerin olumsuz etkileri var cevabını verirken, 4 katılımcı turistlerin olumsuz etkileri yok cevabını vermiştir. Turistlerin olumsuz etkileri var diyen katılımcıların görüşleri 4 kategoride toplanmıştır. Bunlar; ses-gürültü kirliliği, trafik-park yeri, çevre kirliliği, suç oranları şeklindedir.

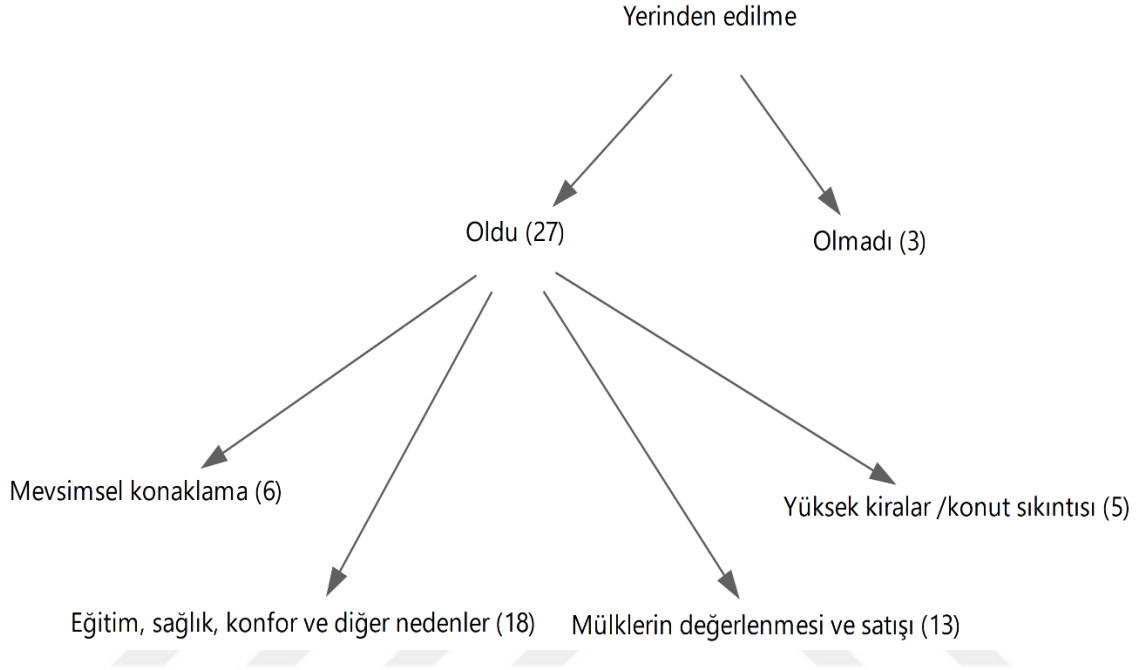
SORU 8: Eski komşuluk ilişkileriniz ile şimdiki komşuluk ilişkilerinizi nasıl karşılaştırırsınız?



Şekil 23. Eski ve şimdiki komşuluk ilişkilerine yönelik düşüncelerin kod haritası

Şekil 23'te görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen sekizinci soruda katılımcılardan eski komşuluk ilişkileri ile şimdiki komşuluk ilişkilerini karşılaştırmaları istenmiştir. Bu kapsamda katılımcıların 23'ü değişen ilişkilerin olduğunu belirtirken, 4'ü komşuluk ilişkilerinin iyi olduğunu, 3'ü ise herhangi bir değişiklik olmadığını belirtmiştir.

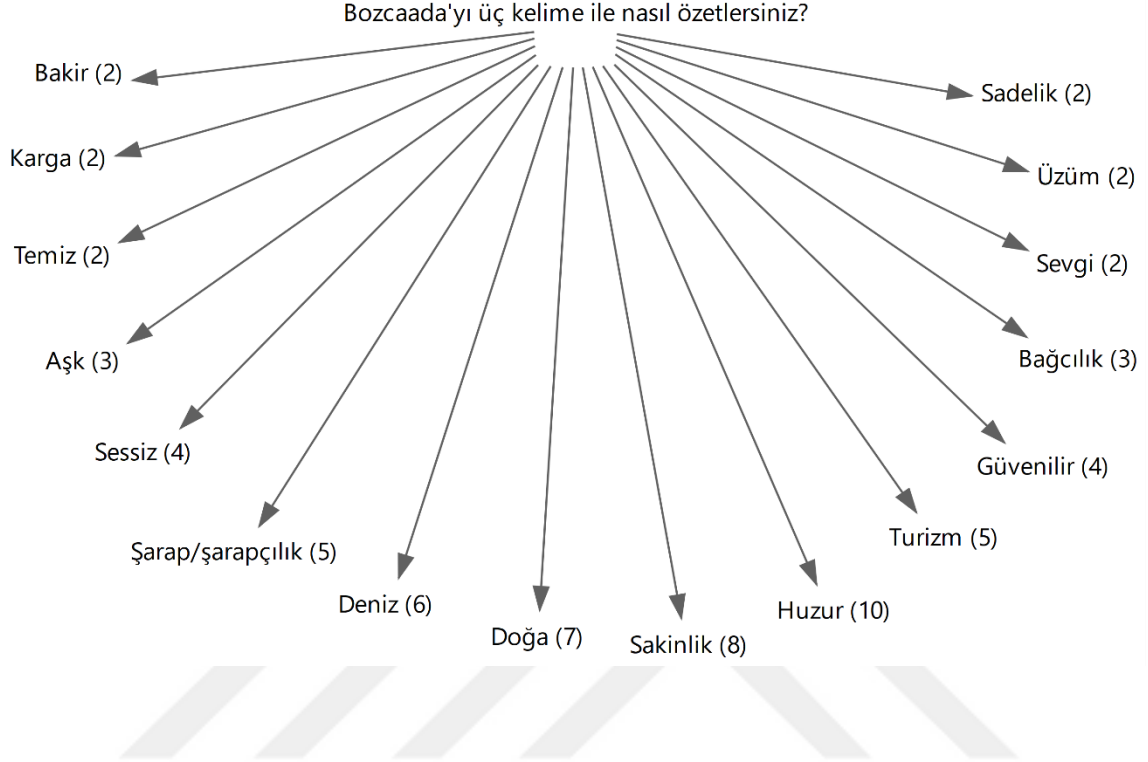
SORU 9: Oluşan şartlar nedeniyle, adahların buradan taşındığı oldu mu? Kalanlar ve gidenler açısından bunu değerlendirir misiniz?



Şekil 24. Yerinden edilmeye yönelik kod haritası

Şekil 24’te görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen dokuzuncu soruda katılımcıların Bozcaada’da yerinden edilmeye tanıklık edip etmediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Buna göre katılımcıların sadece 3’ü yerinden edilme olmadı derken, 27 katılımcı yerinden edilmenin; eğitim, sağlık, konfor ve diğer nedenler, mülklerin değerlendirilmesi ve satışı, mevsimsel konaklama ve yüksek kiralar/konut sıkıntısı nedeniyle gerçekleştiğini belirtmiştir.

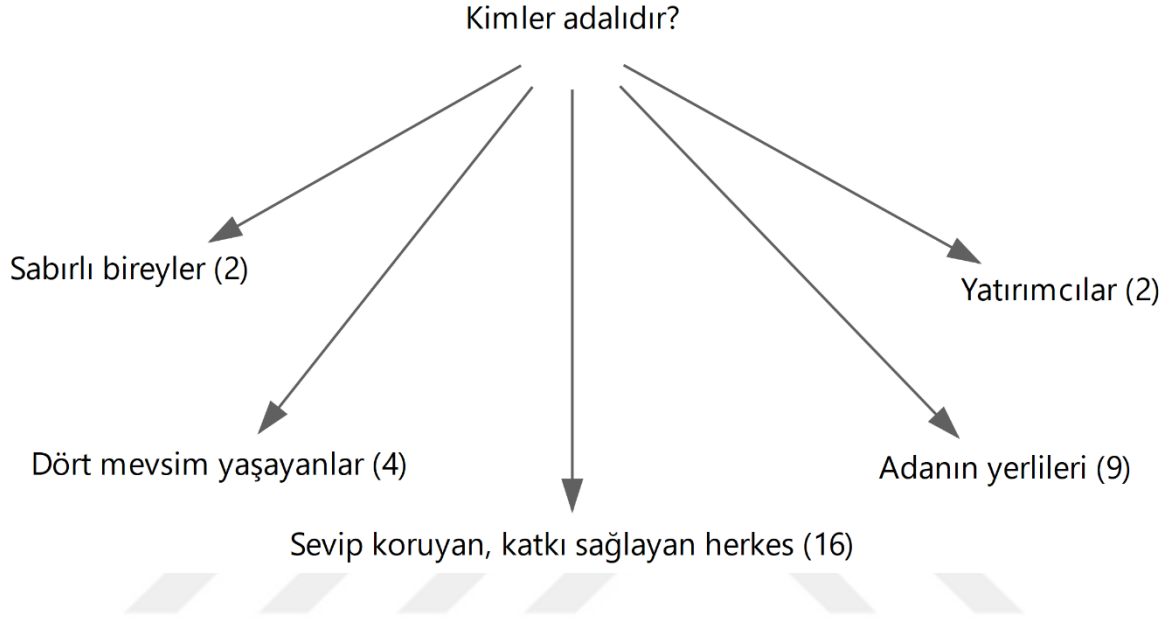
SORU 10: Bozcaada'yı üç kelime ile nasıl anlatırsınız?



Şekil 25. Bireylerin üç kelime ile Bozcaada kimliği algılarına yönelik kod haritası

Şekil 25'te görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 10. soruda Bozcaada'yı üç kelime ile özetlemeleri istenmiştir. Buna göre katılımcılar arasında en fazla tekrarlayan ifadeler; huzur, sakinlik, doğa, deniz, turizm şarap ve şarapçılık şeklinde olmuştur. Devamında bu ifadeleri; sessiz, güvenilir, aşk, bağcılık, sevgi, temiz, üzüm, karga, sadelik ve bakir seyretnmiştir.

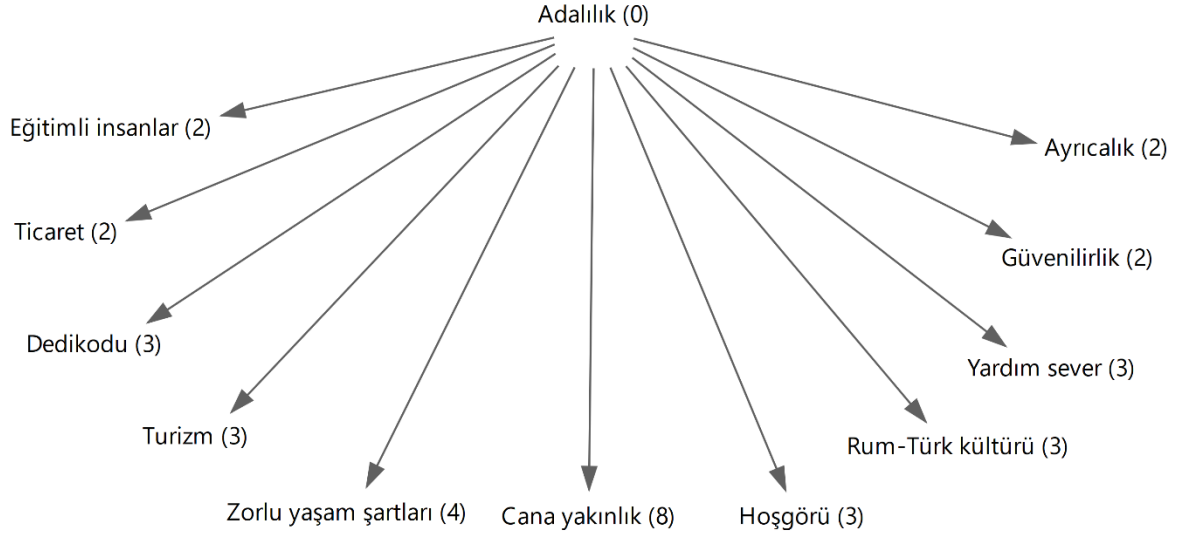
Soru 11: Kimler adalı olabilir?



Şekil 26. “Kimler adalı olabilir?” sorusuna yönelik kod haritası

Şekil 26’da görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 11. soruda kimlerin adalı olabileceği sorulmuştur. Bu soruya verilen cevapların büyük çoğunluğu “sevip, koruyan herkes adalı olabilir” ifadesinde toplanmıştır. Bu ifadeyi devamında; adanın yerlileri, dört mevsim yaşayanlar, yatırımcılar ve sabırlı bireyler ifadeleri takip etmiştir.

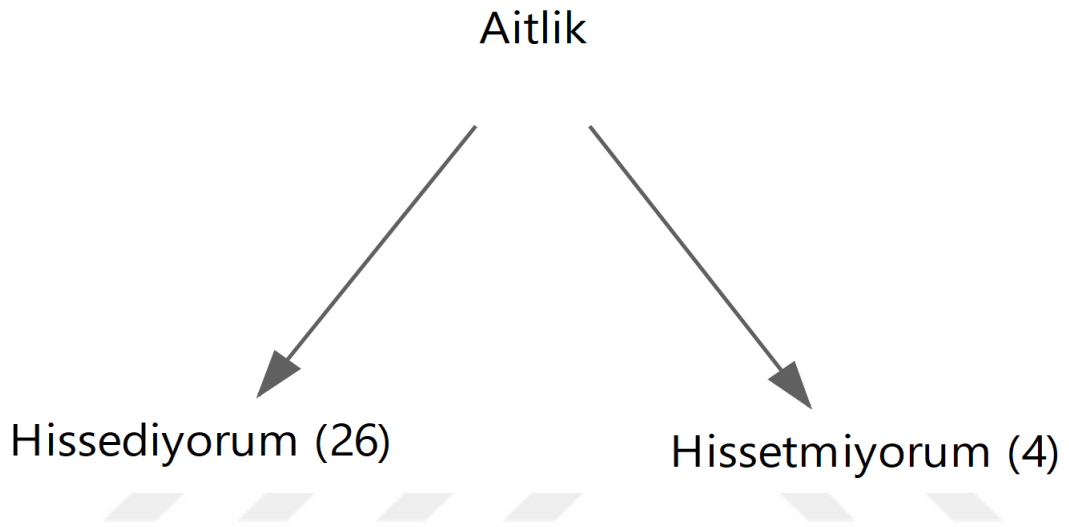
Soru 12: Size göre adallılık/ adalı olmak nedir?



Şekil 27. Adallılık algıları hakkındaki kod haritası

Şekil 27’de görüldüğü üzere, 12. soruda katılımcıların adallılık hakkındaki düşünceleri ölçülmüştür. Bozcaada’da yaşayan bireyler adallılar için en çok “cana yakın” ifadesini kullanmıştır. Bu ifadeyi devamında; zorlu yaşam şartları, turizm, dedikodu, hoşgörü, Rum-Türk kültürü, yardım sever, ticaret, eğitilmiş insanlar, güvenilirlik ve ayrıcalık ifadeleri takip etmiştir.

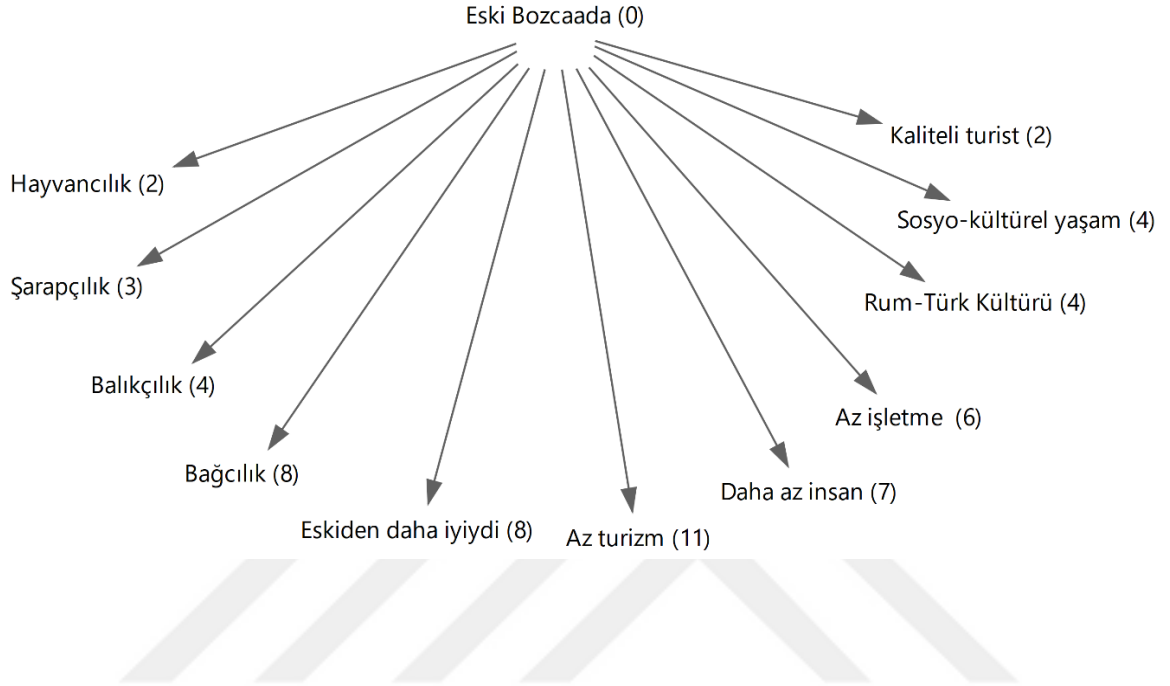
Soru 13: Kendinizi Bozcaada'ya ait hissediyor musunuz?



Şekil 28. Bireylerin Bozcaada'ya aitlik hissi hakkında kod haritası

Şekil 28'de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 13. soruda kente karşı aidiyet durumları irdelenmiştir. Katılımcıların 26'sı Bozcaada'ya aidiyet hissettiğini belirtirken; 4'ü aidiyet hissetmediğini belirtmiştir.

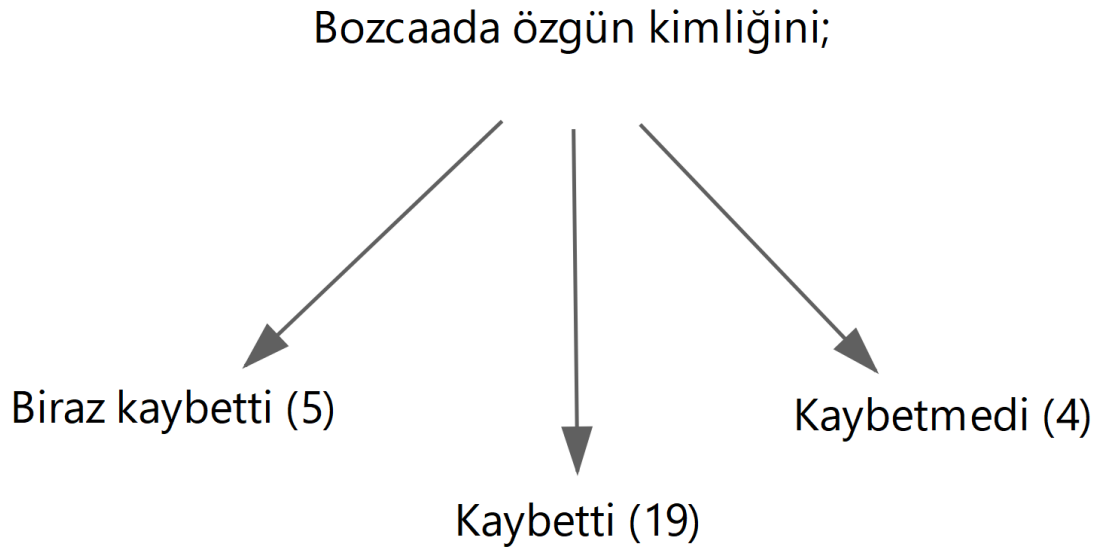
Soru 14: Eski Bozcaada'yı nasıl tanımlarsınız?



Şekil 29. Bireylerin eski Bozcaada düşünceleri hakkındaki kod haritası

Şekil 29’da görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 14. soruda Bozcaada’nın eski hali hakkında ne düşündükleri irdelenmiştir. Bu soruya katılımcıların büyük çoğunluğu; az turizm vardı, eskiden daha iyiydi, bağcılık vardı, daha az insan ve işletme vardı şeklinde cevap vermiştir. Katılımcılar bu cevapları takiben ise Rum-Türk kültürü vardı, balıkçılık, şarapçılık, hayvancılık vardı, sosyo-kültürel yaşam daha farklıydı ve daha kaliteli turistler geliyordu ifadelerinde bulunmuştur.

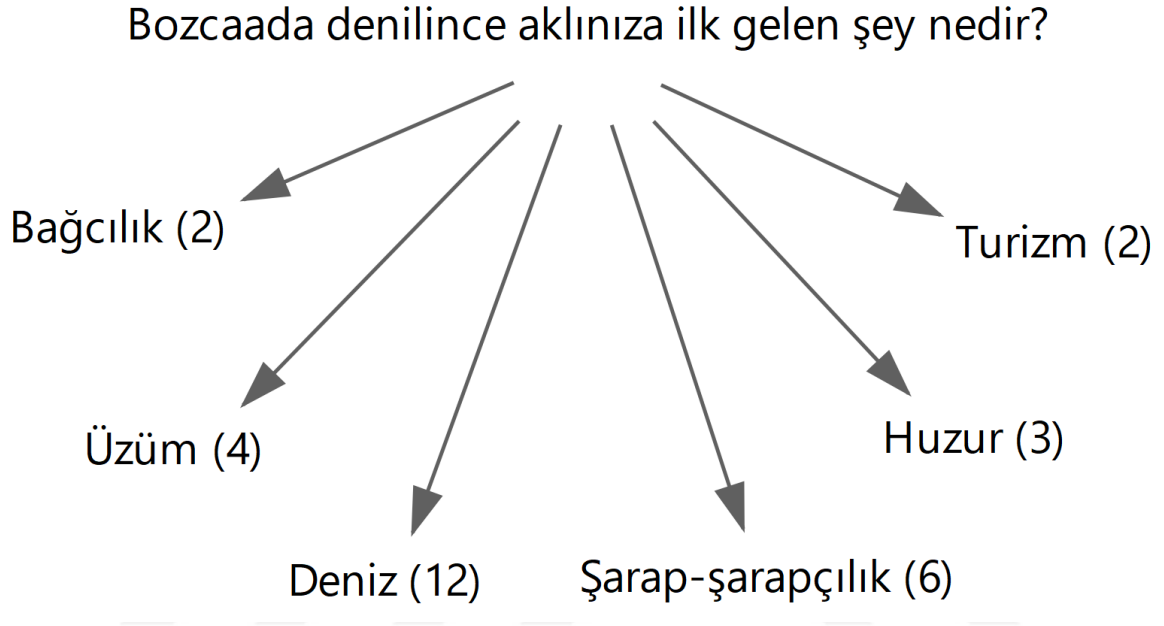
Soru 15: Adanın özgün kimliğini kaybettiğini düşünüyor musunuz? Bozcaada’nın eski ve yeni hali hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?



Şekil 30. Bozcaada’nın özgün kimliği hakkındaki kod haritası

Şekil 30’da görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen bir diğer soru “Bozcaada’nın özgün kimliğini kaybettiğini düşünüyor musunuz?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların 19’u Bozcaada özgün kimliğini kaybetti ifadesini kullanırken, 5’i biraz kaybetti ve 4’ü kaybetmedi ifadelerinde bulunmuştur.

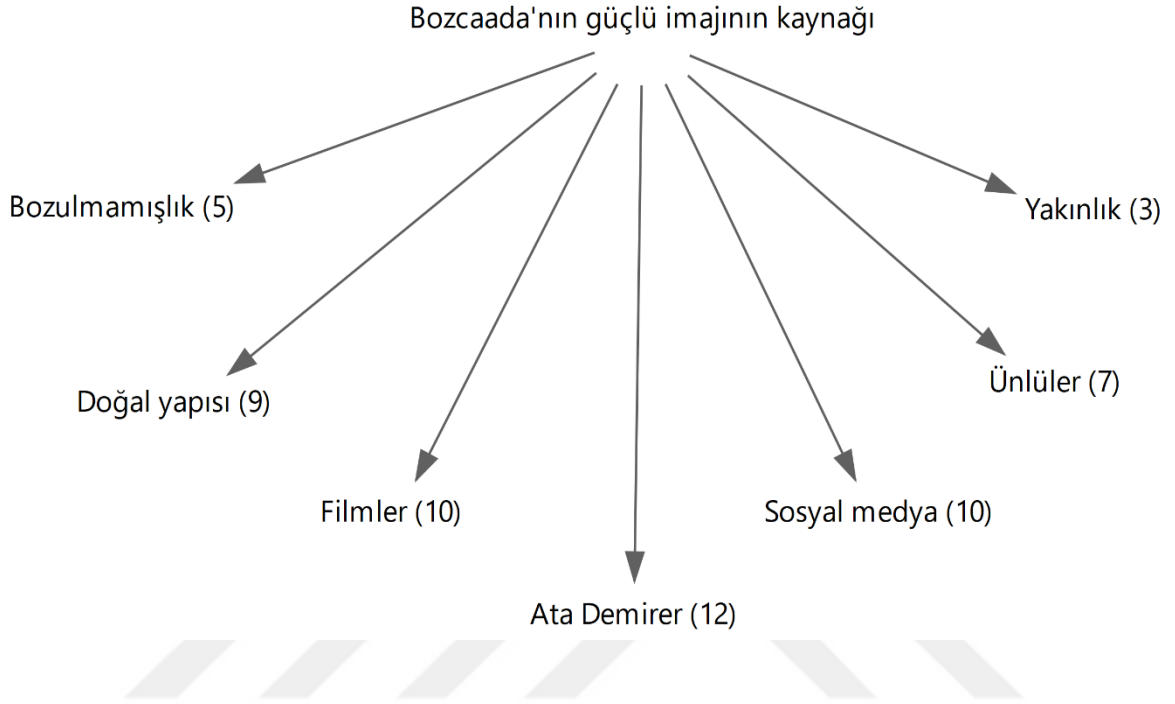
Soru 16: Bozcaada denilince aklınıza ilk ne geliyor?



Şekil 31. Bozcaada denilince akla ilk gelen ifadeye yönelik kod haritası

Şekil 31’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 16. soruda Bozcaada denilince akıllarına gelen ilk şeyin ne olduğunu belirtmesi istenmiştir. Bu soru kent kimliğinde hangi unsurun baskın olduğunu ölçmek adına önemlidir. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğu deniz ifadesini kullanırken, bunu şarap ve şarapçılık, üzüm, huzur, bağcılık, turizm ifadeleri takip etmiştir.

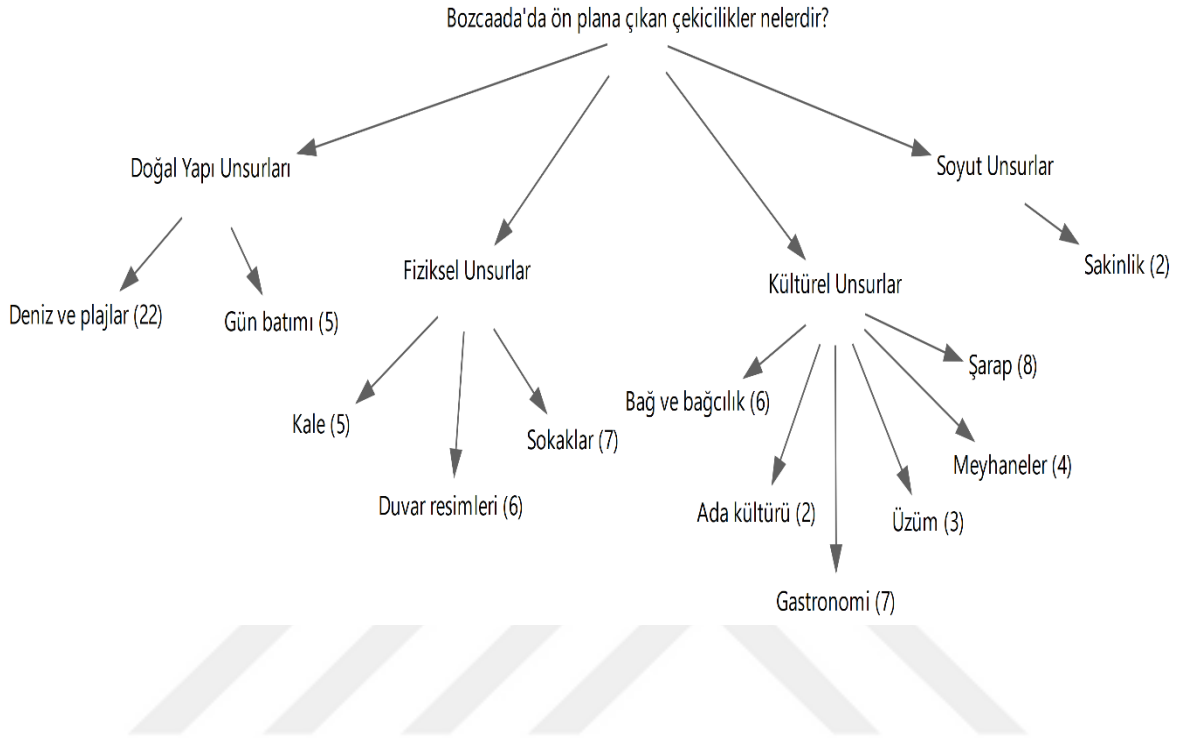
Soru 17: Bozcaada'nın güçlü imajının kaynağı sizce nedir?



Şekil 32. Bozcaada'nın güçlü imajı hakkındaki algılara dair kod haritası

Şekil 32'de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen 17. soruda Bozcaada'nın güçlü imajının kaynağının ne olduğuna yönelik düşünceleri irdelenmiştir. Bu soruya katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya, doğal yapısı, filmler ve ünlüler şeklinde cevap vermiştir. Bu ifadelerin içerisinde ise en fazla tekrar eden ifade Ata Demirer olmuştur. Devamında bozulmamışlık, reklam, fuarlar ve yakınlık da bu soruya verilen ifadeleri oluşturmuştur.

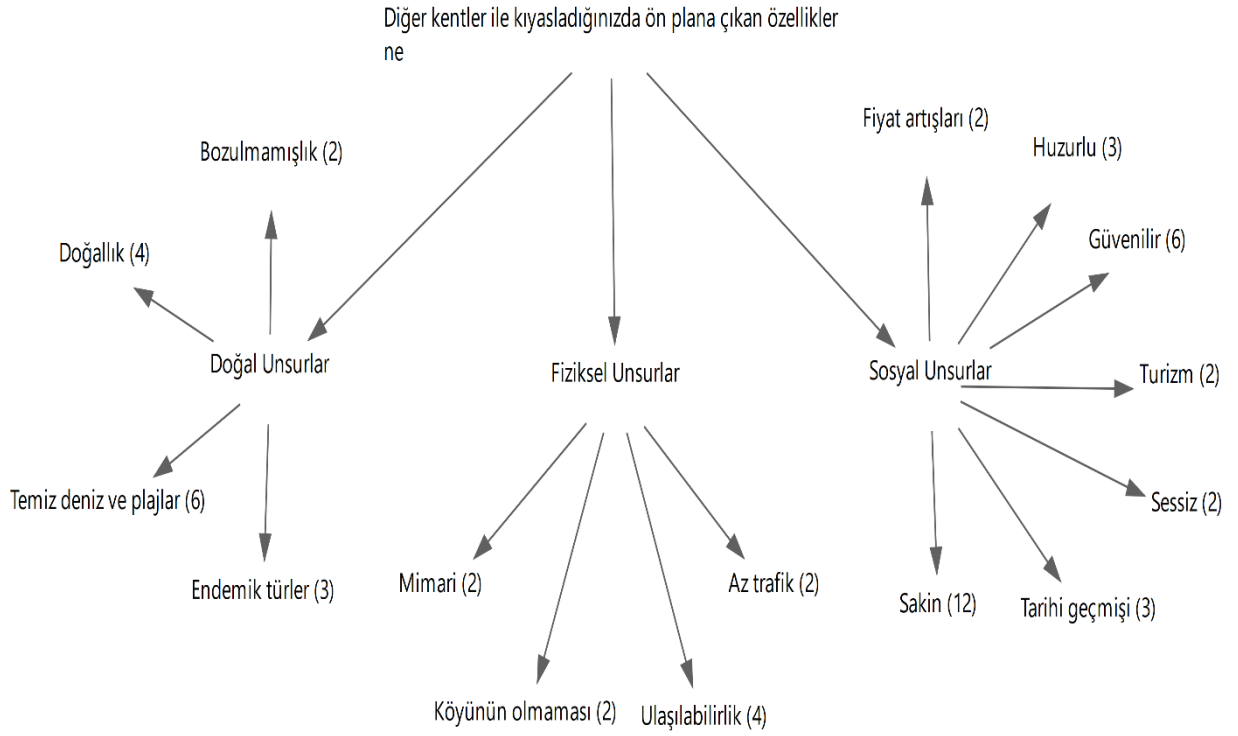
Soru 18: Bozcaada’da hangi çekicilikler ön plana çıkıyor?



Şekil 33. Bozcaada’daki ön plana çıkan çekiciliklere yönelik kod haritası

Şekil 33’te görüldüğü üzere, katılımcılara sorulan 18. soruda Bozcaada’da hangi çekiciliklerin ön plana çıktığı sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplar oldukça çeşitli olduğu için soru kendi arasında doğal yapı unsurları, fiziksel unsurlar, kültürel unsurlar ve soyut unsurlar olarak dört gruba ayrılmıştır. Doğal yapı unsurlarında deniz ve plajlar ile gün batımı; fiziksel unsurlarda kale, duvar resimleri ve sokaklar; kültürel unsurlarda bağ ve bağcılık, ada kültürü, gastronomi, üzüm, meyhaneler, şarap; soyut unsurlarda ise sakinlik en çok tekrarlayan ifadeler olmuştur.

Soru 19: Bozcaada'yı diğer kentler ile kıyasladığınızda, sizin için kentin hangi olumlu yönleri ön plana çıkıyor?



Şekil 34. Diğer kentlere kıyasla ön plana çıkan özelliklerin kod haritası

Şekil 34'te görüldüğü üzere, 19. soruda bireylerin Bozcaada'yı farklı kentler ile kıyaslamalarını ve onlara göre Bozcaada'nın ön plana çıkan özelliklerinin ne olduğunu belirtmeleri istenmiştir. Bu soruya verilen cevaplar doğal unsurlar, fiziksel unsurlar ve sosyal unsurlar olmak üzere üç başlıkta toplanmıştır. Doğal unsurlarda bozulmamışlık, endemik türler, doğallık, temiz deniz ve plajlar; fiziksel unsurlarda köyünün olmaması, az trafik, ada olması, ulaşılabilirlik, mimari; sosyal unsurlarda turizm, sessiz, gastronomi, fiyat artışları, sakin, huzurlu, güvenilir ve tarihi geçmiş en çok tekrar eden ifadeler olmuştur.

4.3 Analiz

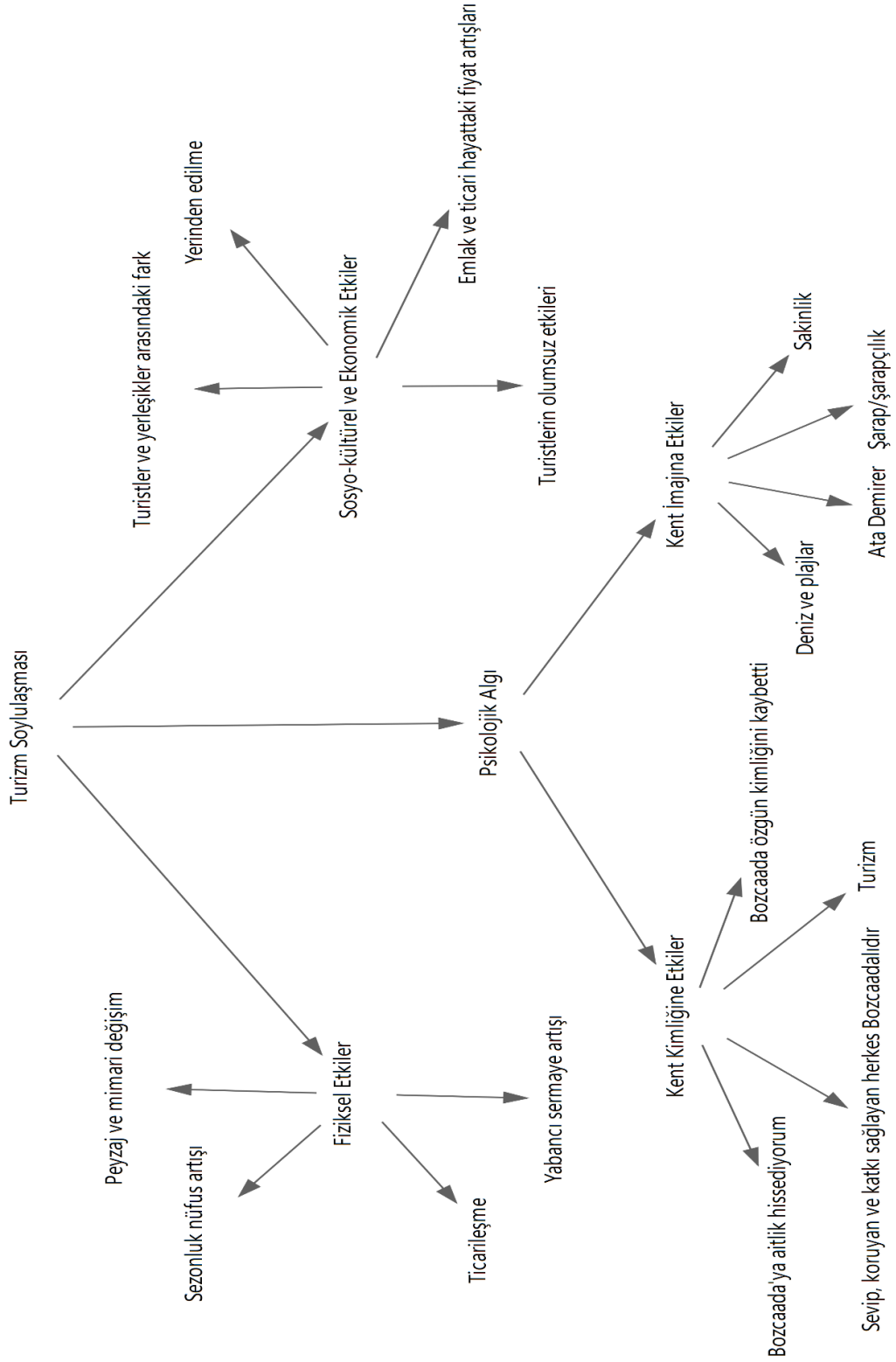
Katılımcıların %20'si kadın, %80'i erkektir. Katılımcıların %20'si otel işletmecisi, %20'si kafe ve restoran işletmecisi, %16,66'sı emekli, %13,33'ü memur, %3,33'ü ev hanımı, %3,33'ü iş kadını, %3,33'ü bankacı, %3,33'ü yerel gazeteci, %3,33'ü elektrikçi, %3,33'ü sanatçı, %3,33'ü bağcı, %3,33'ü güvenlik görevlisi, %3,33'ü şoför olarak görev yapmaktadır.

Katılımcıların %13,33'ü ilkokul, %6,66'sı ortaokul, %53,33'ü lise, %26,66'sı lisans mezunudur.

“Bozcaadalı mısınız?” sorusuna, katılımcıların %53,34'ü evet, %46,66'sı hayır cevabı vermiştir. Katılımcıların %46,66'sı doğduğundan beri Bozcaada'da yaşarken; %13,33'ü 0-10 yıl, %13,33'ü 11-20 yıl, %10'u 21-30 yıl, %6,66'sı 31-40 yıl, %10'u ise 50-60 yıl aralığından beri Bozcaada'da yaşamaktadır.

Bir önceki başlıkta, araştırma verilerinden elde edilen kodlar ve bunların kod haritaları verilmiştir. Buradan yola çıkarak, Tablo 8'de araştırma verilerinden elde edilen kodların istatistiksel dağılımı gösterilmektedir.

Elde edilen bulguların analizinde betimsel analiz tematik yöntem kullanılmıştır. Verilerin analizi için dört tema belirlenmiştir. Belirlenen temalar; fiziksel etkiler, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler, kent kimliğine etkiler ve kent imajına etkiler şeklindedir. Tekrar eden ifadeler bu temalar içerisinde dağıtılmış ve katılımcı görüşleriyle desteklenmiştir.



Şekil 35. Araştırma bulgularına yönelik genel kod haritası

Şekil 35'te araştırma bulgularına yönelik genel kod haritası aktarılmaktadır.

4.3.1 Tema 1: Fiziksel Etkiler

“Tema 1: Fiziksel Etkiler” başlıklı temada, turizm soylulaşmasının neden olduğu fiziksel etkilere yönelik görüşler aktarılmaktadır.

Tablo 8

Tema1: fiziksel etkiler temasının kod dağılımı

Kodlar	f	%
Ticarileşme	30	14,85
Yaz sezonunda ada nüfusunda aşırı artış oluyor.	29	14,35
Dışarıdan gelen yatırımcılar var.	24	11,88
Peyzaj ve mimari değişim	19	9,40
Kamusal alandaki işletmeler yer kaplıyor.	18	8,91
Altyapı ve ulaşım	16	7,92
Kamusal alandaki işletmeler yer kaplamıyor.	12	5,95
Yapılaşma	10	4,95
Ulaşım-erişim engeli	9	4,45
Ticaret ve turizm	8	3,96
Kamusal alandaki işletmeler vatandaşı rahatsız ediyor.	6	2,97
Alt/üstyapı yetersizliği	5	2,47
Yaşam kalitesi	5	2,47
Ada imajı	5	2,47
Modernleşme	2	1,00
Bozcaada'nın fiziki çevre ve altyapısında hiçbir şey olmadı.	2	1,00
Kışın düşük nüfus	2	1,00

Tablo 8’de görüldüğü üzere, “Fiziksel Etkiler” temasında en çok tekrar eden ifade “ticarileşme” olmuştur. Klasik bir soylulaştırma sürecinde olduğu gibi turizm soylulaşması da yapılı çevrenin dönüşümü ile hissedilebilmektedir. Özellikle yatırımdan mahrum kalan alanların üst sınıf yer duygusu yaratan turistik mekanlara dönüşümü turizm soylulaşmasının en önemli etkilerinden biridir. Bozcaada’da da yapılı çevrenin turizme hizmet eden işletmelere dönüşümü kolay bir şekilde gözlemlenmektedir. K17 Bozcaada’nın tamamen turizm merkezine dönüştüğünü şu sözlerle belirtmiştir; “Artık Bozcaada’nın tasarım

merkezi tamamen turizm için bir hal aldı. Burası artık eski yaşam şehri, old city de diyebiliriz. Bundan dolayı da bütün evler dükkânlar olsun hepsi işletme haline geldi...” (K17).

Turizm soylulaşmasında “turizm” kavramı, kültürel pratikten kentsel politikaya dönüşen bir süreci ifade etmektedir ve turizm soylulaşmasının en hissedilebilir yanlarından birini ise turizme dayalı olarak artan gayrimenkul yatırımı oluşturmaktadır. Bozcaada’da turizme dayalı olarak artan gayrimenkul yatırımı dikkat çeken ve araştırma probleminin çıkış kaynağını oluşturan bir husustur. Buna yönelik fikir vermek adına, K7 Bozcaada’da yaşanan gayrimenkul yatırımının ticaret amacıyla kullanıldığını şöyle ifade etmiştir; “...Burada insanların %80’i evlerinin bir odasını dahi olsa kendine ayırdı ve geri kalanını pansiyon yaptı” (K7). K30 da bu görüşleri destekler nitelikte ifadelerde bulunmuştur. Bireylerin kendi evlerini turistlere kiralamasını ve çadırdaki kalmalarını vurgulamıştır; “İnsanlar gerekirse kendileri terasa çıkıyor ve çadırdaki kalıyor. Evlerinin odalarını ise turistlere kiralayıp, kendi evlerinde onlara yemek çıkartıyorlar” (K30).

Klasik bir soylulaştırma sürecinden farklı olarak, turizm soylulaştırmasında dışarıdan gelen yatırımcılar soylulaştırıcı kesim olarak görülebilmektedir. Liang ve Bao (2015) turizm soylulaşması sürecinde, turizm yatırımları ve bununla ilişkili projelerin var olduğunu savunmaktadır. Buna bağlı olarak ise yerelde bir emlak piyasası ortaya çıkmakta ve kente yatırımcılar gelmektedir. K11 Bozcaada’da yaşanan mülklerin el değiştirmesini şu sözlerle ifade etmiştir; “Son yıllarda Bozcaada çok fazla el değiştirmeye başladı. Bozcaadalıların kimileri halen daha işletmeciliğe devam ediyor ancak çoğu kiralama ya da satma yoluyla el değiştiriyor” (K11). K24 ise Bozcaada’nın yabancılaştığını vurgulamıştır; “Dışarıdan gelen yatırımcılar var. Zaten Bozcaada artık ötekileşmiş durumda, adanın yerlisi kalmadı. Şu anda işletmelerin çoğunluğu İstanbul yerleşimli...” (K24).

Turizm yerel halk için önemli bir gelir kaynağıdır. Bu sebepten dolayı da konut kullanımlarının ötekileşmesi turizm destinasyonlarında sıklıkla görülebilmektedir. Konut kullanım amaçlarının değişimi, emlak piyasasında etkilere sahiptir. Çünkü maliklerin yaz sezonunda bir gün içerisinde turistlerden alacakları oda ücreti bedeli, aylık olarak alacakları kira bedelinden çok daha fazla paya sahiptir. Bu durum da satılık ve kiralık konut sıkıntısını gündeme getirmekle birlikte, yasadışı işletmelerin çoğalmasının önünü açmaktadır. Araştırma esnasında da bazı katılımcılar kent içerisinde ticarileşen yapıların çoğunun yasa dışı şekilde faaliyet gösterdiğini belirtmiştir. Örneğin K11 resmi yatak kapasitesinin daha az olmasına rağmen yaz sezonunda Bozcaada’da konaklayan bireylerin çok daha fazla

olmasına dikkat çekmiştir; “*Şu anda adada resmi yatak kapasitesi 4 bin civarında. Fakat biz yaz sezonunda yaklaşık 20 bin misafir ağırlayabiliyoruz...*” (K11).

Turizmin önemli fiziksel etkilerinden birini özellikle yaz sezonunda artan turist sayısı oluşturmaktadır. Turizm soylulaşması nüfus ve demografik yapının değişmesini gerektirdiği için bu süreçte de turistler kültür taşıyıcısı olarak sosyal sınıf yapısının şekillenmesinde büyük etkiye sahiptir. Buradan yola çıkarak, Bozcaada’da turizmden kaynaklı olarak nüfus artışının olup olmadığının belirlenmesini gerekli görülmüştür. K28 Bozcaada’da yaz sezonunda yaşanan nüfus artışını belirtmek için şu ifadelerde bulunmuştur; “*Çok fazla oluyor. Özellikle bayramlarda 15-20 bin kişi geliyor. Şu anda ise ada nüfusu aşağı yukarı 600 kişidir...*”

Ada halkının geçim kaynağının tamamen turizme doğru yön değiştirmesinden dolayı, turistlere karşı oldukça ılımlı oldukları gözlemlenmiştir. Öyle ki, ada nüfusunda yaşanan artışa yönelik görüşlerin çoğunluğu turizm ve ticaret perspektifinden “ne kadar turist o kadar para” anlayışıyla değerlendirilmiştir. Örneğin K30, ticaret yapan insanların kalabalığı sevdiğini vurgulamıştır; “*Yaz aylarında Bozcaada çok kalabalık olur. İşçiler, turistler ve yazlıkçılar gelir... Bozcaada’nın kalabalığı kimseyi rahatsız etmez tam tersi herkesi sevindirir...*” K1 ise gelir kaynaklarının bu olduğuna ve turizmin dengede tutulması gerektiğine dikkat çekmiştir; “*Turizmden kaynaklı. Bu artış beni rahatsız ediyor ama oradan para kazanıyoruz. Dengede tutmak çok önemli...*” (K1).

Bozcaada’da yaz sezonunda artan nüfusa karşılık bazı katılımcılar alt ve üst yapının aşırı nüfus için yetersiz olduğunu ve çeşitli sıkıntılar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Örneğin K8 su ve ekmek yetmediğini dahi vurgulamıştır; “*Altyapı üstyapı hiçbir şey buna uygun değil. Ne su yetiyor ne ekmek yetiyor ne yollar yetiyor, hiçbir şey yetmiyor herkes ayakta...*” (K8). Katılımcı 26, bunlara ek olarak park sorunlarını vurgulamıştır; “*...İstediğimiz gibi hareket edemiyoruz, arabamızı istediğimiz gibi evin önüne park edemiyoruz...*” (K26). Bunun yanında bazı katılımcılar ise çeşitli kurumlara, alanlara, kaynaklara ya da karşı ana karaya ulaşım-erişim problemi yaşadığını belirtmişlerdir. Örneğin devlet memuru olan K23, boş zamanlarında sosyalleşmek için oldukça zorlandığını vurgulamıştır; “*Hem de çok rahatsız ediyor bizi. Çünkü ben devlet memuruyum esnaf değilim. Buraya gelen insanlar her yere gidiyor. Ben de gezmek istiyorum ama onlar geldiği zaman şehir içi trafiği var...*” (K23). K29 ise kamusal alanlara erişim konusunda yaşadığı sıkıntıları dile getirmiştir; “*...Mesela postaneye ya da bankamatiğe gidip kuyruk beklemeye alışkın değiliz ama bu ticaret, olacak yani*” (K29).

Bu tarz erişim ve ulaşım problemleri yerleşiklerin yaşantısında bazı standartların düşüşüne neden olmaktadır. Örneğin K8 yaşam kalitesinin düşüşüne şu sözlerle dikkat çekmiştir; *“Dışarı çıkamıyoruz, evin dışına çıkamıyoruz yani. Gece uyku yok. Gürültü kirliliği de var, aklınıza gelebilecek her türlü kirlilik var aslında. İnsanlar çok saygısız zaten...”* (K8). K9 ise yaşam kalitesinin etkilenmesine rağmen geçim kaynaklarının turizm olmasından dolayı bu durumu kabullendiklerini ifade etmiştir; *“Yaşam kalitemizi etkiliyor ama yani bir yerden sonra da göz yumuyorsun...Kışın burada hiçbir gelirimiz yok. Yazın gelirimizi alıp kışın yiyoruz...”* (K9).

Ada nüfusunda yaşanan artış ile ilgili görüşlere ek olarak, katılımcıların sık tekrar ettiği bir diğer ifade “kışın yaşanan düşük nüfus” ile ilgili görüşleri kapsamaktadır. Turizmin mevsimsellik özelliği, arz ve talebi kısıtlı bir süre içerisinde yerleştirmeye neden olmaktadır. Bu yüzden, yaz sezonu bittiğinde turistler ile turizm işletmecilerinin de kentten gitmesi dikkat çekmektedir. Bu durum ile ilgili K2 şu ifadelerde bulunmuştur; *“Oluyor tabi. Aşağı yukarı 15 bin nüfus oluyor gününbirlikte beraber. Kışın ise bin nüfusa düşüyoruz...”* (K2). K29 ise bu görüşü destekleyen ifadelerde bulunmuştur; *“Şimdi kışın hemen hemen Bozcaada’nın 600-700 kişisi Çanakkale’de oturur. Bozcaada’da kışın 1000 kişi ya var ya yok ama yazın turizmden kaynaklı olarak 20 bini buluyor...”* (K29).

Bilindiği üzere, soylulaştırma üst ve orta sınıfın işçi sınıfı mahallelerde konut satın alması ve bunları onarması ile ortaya çıkmıştır. K12’ye göre Bozcaada’ya dışarıdan ilk gelen kişiler turizm hareketlilikleri görülmeden önce yazlık amaçlı olarak ucuz konut alıp, bunları restore etmişlerdir. Bu sözler, turizm soylulaşmasının fiziksel etkilerini doğrudan yakalamıştır; *“...İlk gelenler daha turizm çıkmadan önce yazlık amaçlı evleri aldılar, ucuza aldılar ve restore ettiler ...”* (K12).

Klasik bir soylulaştırmada olduğu gibi, turizm soylulaşmasında da peyzaj ve mimari değişimde yaşanan değişiklikler rahat bir şekilde ayırt edilebilmektedir. Bozcaada’nın eski ve köklü bir kültüre sahip olması, bunun yanında kent merkezindeki konutların şu anda sit alanı içerisinde olması da peyzaj ve mimari değişimde yaşanan değişimlerin önünü oldukça açmaktadır. K20; *“Eski binaların hemen hemen hepsi yenilendi diyebiliriz bu süreçte”* (K20) sözleriyle yapı çevrenin iyileştirilmesine dikkat çekmiştir. Ayrıca, Bozcaadalıların dışarıdan gelen yabancılara “İstanbullu” demesi dikkat çeken bir diğer husustur. Çünkü onlara göre İstanbullular beyaz yakalı ve ekonomik açıdan üstün bireyleri ifade etmektedir. K9 İstanbullu olarak adlandırdığı yatırımcıların konut iyileştirmelerini şöyle ifade etmiştir; *“İstanbullular mesela eski bir binayı yenileyip ev ya da otel yapıyorlar”* (K9). Bunun

yanında, araştırma bulgularında turizm için yaşanan peyzaj ve mimari değişime yönelik görüşler de ön plana çıkmaktadır. *“Örneğin kent içi çok değişti. Turizm arttıkça evler onarıldı, restore edildi. Sonrasında duvarları, çatıları olsun onarılıp otel olarak kullanılan ya da sıfırdan inşa edilip otel olarak kullanılan yapılar oldu.”* (K28). Smith’in rant farkı teorisinde yer alan banliyöleşme süreci küçük bir ada için çok mümkün olmasa bile yine de kent merkezi dışındaki ucuz arsalarda ve kent içi imar durumu uygun olan arsalarda yapılaşma imkânı sunmuştur. K19 bu durumu şu sözlerle ifade etmiştir; *“Özellikle üstyapı olarak tadilat yapılan, restore edilen evler var. Merkez dışındaki arazilerde izni ve projesi alınmış olan yerler imara açıldı ve bina, pansiyon veya otel yapıldı”* (K19).

Tema 1’de en fazla tekrar eden bir diğer ifade altyapı ve ulaşımındaki değişikliklere yönelik olmuştur. Katılımcılar bu ifade de genellikle elektrik, su ve gemi ile ilgili cevaplar vermiştir. *“Biz 14-15-20 metrelik teknelerle yolculuk yapıyorduk. Zaman içerisinde çıkartma gemileri, arkasından 4 kuleli bir gemi, arkasından büyük gemiler geldi. Büyük gemiler bizim için hep hayaldi...”* (K14). Altyapı içerisinde tekrar eden bir diğer ifade elektrik ve su bağlamında gerçekleşmiştir. Bazı ifadeler şöyledir; *“Su şebekesi yoktu mesela. Şimdi karşıdan su geldi Bozcaada’ya. Elektrik jeneratörü vardı saat 23.00’da veya gece 01.00’de sönüyordu...”* (K29). Turizmin olumlu özelliklerinden biri de gerçekleştiği çevrenin alt ve üst yapısında iyileştirmelere imkân tanınmasıdır. Bulgulara göre bazı katılımcılar altyapı düzenlemelerini turizmin gelişim göstermesiyle ilişkilendirmiştir. *“Turizm için kısa mesafede kat edilecek şeyleri kat ettiler. Uzun vade olarak düşünülmedi de kısa bu yazı kurtarmak amaçlı...”* (K8).

Tema 1’de bir diğer tekrar eden ifade “yapılaşma” olmuştur. Bu bağlamda, katılımcılar Bozcaada’da çok fazla yapılaşma olmaya başladığı hakkındaki görüşlerini ifade etmiştir. *“... Şöyle, çok fazla ev yapılmaya başlandı ve bazı evler mimariye uygun değil benim gördüğüm kadarıyla... Turizmin patlaması, daha tanınır bir yer olması adaya artısıyla beraber eksiler getirdi”* (K1). K10 bazı koylardaki konutlardan ve otellerden bahsetmiştir; *“Çok fazla yapılaşma var... Mesela Akvaryum koyunda Eti’nin yaptığı Akvaryum Evleri var... Bazı otellerin de plaj yapma sevdası Bozcaada’yı bozuyor...”* (K10).

Tema 1’de tekrar eden diğer ifadeler ise “modernleşme” ve “hiçbir şey olmadı” ifadesi etrafında birleşmiştir. Modernleşmeye yönelik cevaplar genellikle gelişim süreçlerini yakalamaktadır. *“Baya bir değişiklik var Bozcaada’da. Birçok şey değişti daha modernleşti. Eski halinden eser kalmadı gibi bir şey”* (K3). Hiçbir şey olmadı diyen katılımcılar imar durumunu ve düzensiz uygulamaları vurgulamıştır. *“Hiçbir şey olmadı Bozcaada’da.*

Yıllardır aynı. Bağ evleri filan oluyor, şu an için imara da kapalı tamamıyla ada” (K6). K8 ise olumsuzlukları vurgulamıştır; “Olumlu yönde hayır. Yani herkes kendi kafasına göre bir düzenleme yaptı aslında, hani çok da kaidelere uyduğunu söylemeyeceğim” (K8-K-40).

Tema 1’de bir diğer tekrar eden ifade “kamusal alandaki işletmeler yer kaplıyor” olmuştur. Günümüz küresel piyasasında otantik ve modern anlayışı harmanlayarak hizmet sağlayan işletmeler imaj bakımından farkındalık yaratabilmektedirler. Turizm soylulaşmasının da bu duruma oldukça izin vermesi kentteki ticari faaliyetleri arttırdığı gibi aynı zamanda da kamusal alanların tamamen kaplanmasına neden olabilmektedir. Çünkü, ne kadar fazla hizmet sağlanırsa o kadar çok gelir imkânı bulunmaktadır. K2 bu duruma şöyle dikkat çekmiştir; *“Bu sokakların hepsi turizm. Yazın buralarda yürüyemezsin, geçemezsin bile” (K2).*

Daha önce Bozcaada’da yer alan turistik işletmelerin gözle görülebilir şekilde bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştik. Özellikle K9 ve bazı katılımcıların ifadeleri Bozcaada’da bir sokağın artık “Meyhaneler Sokağı” olarak anıldığını göstermektedir; *“Tabi burada bayağı yer kaplıyor yani. Sokaklarımız artık “meyhaneler sokağı” diye adlandırılıyor” (K9).* Kamusal alandaki işletmelerin yoğunluğundan bahseden katılımcılar çoğunlukla bu durumun vatandaşı rahatsız ettiğini ifade etmiştir. Örneğin K13 rahatsızlık duyduğu sebeplerden dolayı yerinden edildiğini ifade etmiştir; *“...Benim Rum mahallesinde evim vardı. Ben kendi evime akşamları gidemiyordum, ben rahatsızlıktan dolayı evimi sattım Çanakkale’ye geldim. Caddeden evime gidemiyordum...” (K13).*

Bunun yanında, kamusal alandaki işletmelerin çok fazla yer kaplamadığını ifade eden katılımcılar da olmuştur. İşletmelerin kamusal alanda çok yer kaplamadığını düşünen katılımcılar, bu durumu genellikle ada imajı ve ticaret ile ilişkilendirmiştir. Ticaret ile ilişkilendiren katılımcılar geçim kaynaklarına dikkat çekmiştir; *“Vatandaşı rahatsız ediyor, biz işletmeciler olduğumuz için ve para kazandığımız için sesimizi çıkarmıyoruz...” (K2).* K1 ise Bozcaada’daki eğlence sektörünü İstanbul ile karşılaştırıp ada imajını vurgulamıştır; *“Bence o adanın rengi. Yani İstanbul’da nasıl Nevizade Çiçek Pasajı’nda bu şekilde bir eğlence sektörü varsa, burada da aynı şekilde var...” (K1).*

4.3.2 Tema 2: Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkiler

“Tema 2: Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkiler” başlıklı temada, turizm soylulaşmasının neden olduğu fiziksel etkilere yönelik görüşler aktarılmaktadır.

Tablo 9

Tema 2: sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerin kod dağılımı

Kodlar	f	%
Emlak ve ticari hayattaki fiyatlarda aşırı artış var.	27	9,96
Yerinden edilme oldu.	27	9,96
Turistlerin olumsuz etkileri var.	26	9,58
Gelen turistler ve yerleşikler arasında fark var.	23	8,48
Komşuluk ilişkileri değişti.	23	8,48
Eğitim, sağlık, konfor ve diğer nedenlere bağlı yerinden edilme oldu.	18	6,60
Ses-gürültü kirliliği etkileri var.	17	6,26
Trafik-park yeri sorunları var.	13	4,79
Mülklerin değerlendirilmesi ve satışı oldu.	13	4,79
Trafik-park yeri sorunları var.	13	4,79
Kültürel farklılıklar var.	12	4,40
Çevre kirliliği etkileri var.	11	4,00
Ekonomik farklılıklar var.	8	2,95
Suç oranlarına etkileri var.	6	2,20
Mevsimsel konaklamalar oldu.	6	2,20
Yozlaşma var.	5	1,80
Yüksek kiralar ve konut sıkıntısı oldu.	5	1,80
Turistlerin olumsuz etkileri yok	4	1,46
Komşuluk ilişkileri iyi.	4	1,46
Yerinden edilme olmadı	3	1,10
Komşuluk ilişkilerinde değişiklik yok.	3	1,10
Emlak ve ticari hayattaki fiyatlar normal.	2	1,10
Eğitim farklılıkları var.	2	1,10

Tablo 9’da görüldüğü üzere, Tema 2’ de en fazla tekrar eden ifadelerden biri “emlak ve ticari hayattaki fiyatlarda aşırı artış var” ifadesi olmuştur. Bilindiği üzere, soylulaştırma sürecinde yapıların ve kent dışı arsaların fiyatlarında artış gözlemlenebilmektedir. K2 artan emlak fiyatlarını şöyle ifade etmiştir; “...Şehir içinde de şehir dışında da ekonomik yer bulamazsınız... Atıyorum 5 liraya satanın komşusu diyor ‘burayı 5 liraya sattı, benim yer 7 lira’ diyor...” (K7). Bunun yanında, bazı katılımcılar Bozcaada’daki yüksek emlak

fiyatlarını turizm ve rant ile ilişkilendirmiştir. Örneğin K4 şu ifadelerde bulunmuştur; *“Bildiğim kadarıyla Bozcaada emlak fiyatlarındaki artışta Türkiye’nin ikincisi galiba ... Biz imara kapalıyız, konut yapılamıyor ama mevcut konutlarda da rant olduğu için fiyatı arttırıyor ...”* (K4).

Klasik bir soylulaştırmanın en can alıcı noktasını, soylulaştırma sürecinin yerinden edilme ile sonlanması oluşturmaktadır. Cocola-Gant (2018) ise turizm soylulaşmasında yerinden edilmenin çeşitli biçimlerde görülebileceğini ortaya koymaktadır. Tema 2’de en fazla tekrar eden ifadelerden bir diğeri “yerinden edilme oldu” ifadesidir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, Bozcaadalı yerleşiklerin çoğunlukla konfor, eğitim ve sağlık amaçlı olmak üzere Çanakkale’den ev aldıklarını belirtmişlerdir. K29; *“...Kışın birinci derece sağlık açısından, ikinci derece eğitim açısından, üçüncü derece rahatlık açısından gidiyorlar...”* (K29) ifadesiyle bu duruma açıklık getirmiştir. K7 bu görüşlere ek olarak mülklerin değerlendirilmesini de vurgulamıştır; *“Yani parayı değerinden fazla verince satıyor ... Tabi buradan 1 tane yer satıyor Çanakkale’den 2 tane yer alıyor...”* (K7). Diğer yandan, K13 özellikle Bozcaada’da duyduğu rahatsızlıktan dolayı mülkünü satıp Çanakkale’ye yerleştiğini belirtmiştir; *“Ben bağcıyım, her sabah 6’da uyanıyorum ama 04.30’a kadar lokantanın sesi oluyordu. Ben 1.5-2 saat uykuyla bağma gidiyordum, öğlen geliyordum 2-3 saat uyuyordum ancak öyle dinlenebiliyordum. Yani ben bu rahatsızlıktan dolayı evimi satıp Çanakkale’ye geldim...”* (K13).

Bunun yanında, turizm soylulaşmasının yaşandığı kentlerde ticari mekanların soylulaştırılmasından dolayı, ticari hayattaki fiyatlarda artışlar gözlemlenebilmektedir. Yani yerelin günlük ihtiyaçları ile soylulaştırıcıların yaşam biçimleri çatışma kaynağı yaratabilmektedir. Örneklendirmek gerekirse K23 şu ifadelerde bulunmuştur; *“...İnsan kazıklandığı yere gider mi? Denizi güzel diye lokantasında 1000 TL’ye kazık yenir mi?”* (K23).

2 katılımcı ise “emlak ve ticari hayattaki fiyatların normal” olduğunu belirtmiştir. Örneğin K12 fiyatları İstanbul ile kıyaslamıştır; *“İstanbul ile kıyasladığımız zaman Bozcaada bana göre şu anda bile pahalı değil. Bir konutu yaparsınız, eğer ki kendini 16-20 yıl arasında amorti ediyorsa çok iyidir. Bozcaada’da 5 yılda amorti etme şansı var...”* K18 ise Bozcaada’yı yurtdışı örnekleri ile karşılaştırmıştır; *“... Bugün 100 bin dolara Paris’te ya da İngiltere’de 20 metrekare yer alamazsınız, biz hala uygunuz...”* (K18).

Turizm soylulaşması demografik yapıyı etkilemektedir. Sosyo-kültürel bağlamda turizm soylulaşması yerleşikler ve turistler arasındaki mekân paylaşımından doğan

kaynaklar, çevre ve tesisler ile ilgili sorunların çatışma kaynağı olabilmektedir. Bunun sonucunda ise çevre kirliliği, ses/gürültü kirliliği, artan turistler ile artan araç sayısının yarattığı trafik, değişen toplum yapısıyla artan suç oranları görülebilmektedir. “Turistlerin ve işletmelerin olumsuz etkileri var” diyen katılımcılar en fazla ses ve gürültü kirliliğinden şikâyet etmişlerdir. Bu katılımcılar çoğunlukla işletmelerde karışan müzik ve insan seslerinden bahsetmişlerdir. Örneğin K26 ortaya çıkan rahatsızlıkları ifade etmiştir; “...Bazen yüksek sesli müzikler oluyor, alkol kullanımına bağlı gürültü yapan insanlar da oluyor, doğal olarak kavgalar da çıkıyor. Buna bağlı rahatsızlıklarımız oluyor” (K26).

Turistlerin ve işletmelerin olumsuz etkileri var ifadesini kullanan katılımcıların en çok tekrarladığı bir diğer ifade “trafik ve park yeri” ile ilgili sorunlar olmuştur. Bozcaada’nın küçük bir ada olması ve yaz sezonunda çok fazla turiste ev sahipliği yapması bu durumla ilgili şikâyetlerin başında yer almaktadır. K11 otopark sorununu şöyle vurgulamıştır; “*Trafik anlamında var. Yazın özellikle 3-4 ay park edecek yer bulamazsınız, otoparklar yok...*” (K11).

Tema 2’de yer alan “turistlerin ve işletmelerin olumsuz etkileri var” ifadesi altında tekrarlayan bir diğer ifade “çevre kirliliği” ile ilgili görüşler olmuştur. Turizmin başlıca insan etkileşiminden kaynaklanmaktadır ve insan temas halinde bulunduğu her alanda olumsuz etkilere sebep olabilmektedir. Nitekim, katılımcılar da özellikle çöplerden kaynaklı yaşadıkları sıkıntıları vurgulamışlardır. K28; “*Plajlar pislik içinde insanlar yiyip içip bütün pisliklerini bırakıp gidiyor, halkımız genel olarak eğitimsiz bu konuda*” (K28) sözleriyle yaşadıkları çevre sorunlarına dikkat çekmiştir. Bunun yanında, K13 ise restoranların da çevre kirliliğine neden olduğunu vurgulamıştır; “*Ne derece doğru bilmiyorum ama yemek artıklarını sokaklara döküyorlar...*” (K13).

Turizm soylulaşmasının sosyal yapıda yarattığı değişiklikler başlıca kentte yaşayan insan profilinin değişimi ile ilgilidir. Buna bağlı olarak ise kentte suç oranları sayısında artış yaşanabilmektedir. K23 yaşanan suç oranları şöyle örneklendirmiştir; “*...3 sene önce burada bir cinayet işlendi adalı bir arkadaşımız öldü...*” (K23).

“Turistlerin ve işletmelerin olumsuz etkileri yok” diyen katılımcılar ise genellikle turizm işletmecisidir. Turistler ile işletmelerin sahip oldukları olumsuz etkilere çoğunlukla “para kazanma” açısından yaklaşmaktadırlar. K7; “*Turizmin var diyemeyiz çünkü onun sırtından para kazanılıyor...adalı buna katlanmak zorunda*” (K7) sözleriyle şikâyet duymadığını belirtmiştir. K3 de bu görüşü destekler nitelikte ifadelerde bulunmuştur;

“Burası turizmle geçinen bir yer. Yani hiçbir şeye mana bulmamak gerekiyor herkes ekmek parası için çalışıyor...” (K3).

Bilindiği üzere, klasik bir soylulaştırma türünde olduğu gibi turizm soylulaşmasında da soylulaştırıcılar ile yerleşikler sosyo-kültürel bağlamda farklılıklar gösterebilmektedir. Katılımcıların bazıları yerleşiklerin kültürel anlamda daha yoksun olduğunu belirtirken, bazı katılımcılar da gelen turistlerin kültürel anlamda daha farklı bir yaşam tarzına sahip olduğunu belirtmiştir. Örneğin kültürel anlamda fark var ve yerleşikler kültürel anlamda daha yoksun diyen K12 şu ifadelerde bulunmuştur; *“Yerel halk turizmden çok para kazanıyor ama o kültürleri yok. O kültürleri olmadığı için onlarla kendilerini sadece para olarak kıyaslayabilirler...” (K12).* K29 ise Bozcaada halkının dışarıdan gelenlere göre daha izole bir yaşam sürdüğünü vurgulamıştır; *“...Şimdi günübirlikçiler ekseriyetle kötü bir kapasitede oluyorlar. Bir İstanbullu geldiği zaman eğlence hayatını arıyor, bizim Bozcaadalılar kapanıktır biraz o durumda...” (K29).*

Turistlerin daha farklı bir kültüre sahip olduğunu savunan katılımcılar genellikle turistlere karşı duydukları şikayetleri dile getirmişlerdir. Örneğin, K10 Bozcaada’nın yazlık bir yerleşim yeri olmasına karşın, bireylerin görgü kurallarına uygun giyim kuşam ve yaşam tarzının olmadığını savunmuştur; *“... Bozcaada merkezinde mesela bikiniyle dolaşmasınlar. En lüks otele gittiğinizde de yemek yeme alanlarında ya da otel içinde bikiniyle dolaşamazsınız...” (K10).* K8 ise bu görüşleri destekler nitelikte, turistlerin ahlaki sınırları aşan davranışların var olduğunu ifade etmektedir; *“...Çok uç seviyede yaşayan insanlar geliyor özellikle ahlak açısından aklınıza ne gelebilirse her şeyi görüyoruz. Hani bizim dört duvar arasında bile görmediğimiz şeyler sokağa yansıyor maalesef” (K8).*

Gelen turistler ile yerleşikler arasında fark var ifadesi içerisinde tekrarlanan bir diğer ifade “ekonomik yönlü farklılıklar” olmuştur. Bazı katılımcılar gelen kesimin ekonomik olarak daha üstün olduğunu belirtmiştir. Örneğin K27 gelen turistlerin daha varlıklı olduğunu ve yerleşikleri küçük gördüklerini vurgulamıştır; *“...Şimdi karşıdan paralı insan geliyor, elit insan geliyor. Kültürel olarak da kendilerini bizden bir üst seviyede görüyorlar...” (K27).* K12 ise şunları vurgulamıştır; *“Ekonomik ve kültürel farklılıklar çok fazla. Benim yaptığım iş kolunda gelen kesim özellikle ekonomik olarak bizden kat kat yüksek. Onların kendi keyif ve zevkleri için harcadıkları para, bizim kazanç kapımız...” (K12).*

Gelen turistler ile yerleşikler arasında fark var diyen katılımcıların bazıları da yozlaşma ifadesi etrafında cevaplar vermiştir. Bu katılımcılara göre gelen turist profili

oldukça negatif çağrışımlara sahiptir. K4 yozlaşmayı şöyle anlatmıştır; “...Onların tek amacı buraya gelip buranın güzelliklerini görmektense, adı duyulmuş bir mekâna oturup fotoğraf çekirmek ve selfie paylaşmak” (K4). K6 ise yozlaşma ile çocukların kötü alışkanlıklar kazanmasını şöyle ifade etmiştir; “...Alkol bilmeyen çocuklar gidiyor o içiyor diye hadi bende içeyim diyor... Uyuşturucu bilmeyen çocuklar uyuşturucu içiyor” (K6).

Gelen turistler ile yerleşikler arasında fark var ifadesi içerisinde tekrarlayan bir diğer ifade ise “eğitim” olmuştur. K6 gelen turistlerin daha eğitilmiş olduğunu belirtmiştir; “Buraya kaliteli insanlar geliyor. Yerel halkın eğitim seviyesi biraz düşük...” (K6). K14 ise gelen turistlerin kendi kültürlerine saygı duyması gerektiğine dikkat çekmiştir; “...Var olan kültürünüzü getirip bize empoze etmeyin, mevcut olan kültüre saygı duyun. Yani biz mağarada yaşamıyoruz, biz Bozcaada dışındaki hayatı da biliyoruz...” (K14).

“Gelen turistler ile yerleşikler arasında fark yok” diyen katılımcılar ise çoğunlukla geçim kaynaklarının turizme dönüşmesiyle aynı seviyeyi yakaladıklarını vurgulamışlardır. K1; “Bence yerel halk ve turistler arasında kültürel olarak çok fark yok. Ekonomik olarak da çok fazla yok. Bozcaada halkı turizmden para kazandığı için zaten gelen kitlenin ekonomik seviyesine ulaşmaya başladı...” (K1) sözleriyle fark olmadığını belirtmiştir.

Bozcaada’nın yüzünü tamamen turizme çevirmesi her alanda olduğu gibi sosyal ilişkilerde de çeşitli etkilere sahip olmuştur. Turizm soylulaşmasının kenti yabancılaştırmaya açık hale getirmesi konut piyasası ve kamusal alanda olduğu kadar komşuluk ilişkilerinde de etkilemektedir. Komşuluk ilişkilerine yönelik görüşlerde “eski komşuluk ilişkileri ile şimdiki komşuluk ilişkileri arasında fark var” diyen katılımcılar ön plana çıkmıştır ve bu katılımcılar çoğunlukla sezonluk ilişkileri vurgulamıştır. Örneğin K11 turizmden kaynaklı yerleşikler arasında artan rekabete dikkat çekmiştir; “...turizm girdiği her yeri eninde sonunda, bütün ilişkileri baltalıyor. Herkes işletmelerin çoğalmasıyla birbirine rakip oldu...” (K11). K12 de bu görüşleri destekler nitelikte ifadelerde bulunmuştur. Ona göre turizmin gelişimi bireyleri para kazanmak için hırslandırmıştır. “Eskiden imkanlarımız da kısıtlıydı, tamamen paylaşımcılık vardı. Birbirimiz ile daha çok muhabbetimiz vardı. Şimdi ben özellikle yaz sezonunda arkadaşlarımı dahi göremiyorum, herkes para kazanma hırsından çalışıyor” (K12).

Bunun yanında, komşuluk ilişkilerinin iyi olduğunu belirten katılımcılar Bozcaada’da ilişkilerin ılımlı olduğunu vurgulamıştır. Komşuluk ilişkilerine iyi diyen katılımcıların çoğunluğunun Bozcaadalı olmaması dikkat çeken bir diğer husustur. Örneğin K24 Bozcaada’nın küçük bir yer olmasından dolayı ilişkilerin iyi olduğunu vurgulamıştır;

“Burası çok ufak bir yer. Ben şuradan günde beş sefer geçsem belki beş sefer aynı kişiye rastlarım...” (K24).

Diğer yandan “komşuluk ilişkilerinde değişiklik yok” diyen katılımcılar da olmuştur. Örneğin K19; *“Değişmedi, değişmez ama azaldı tabi ki...”* (K19) sözleriyle komşuluk ilişkilerinden bahsetmiştir.

Bu görüşlerin yanında mülklerin değerlendirilmesini vurgulayan katılımcılar olmuştur. K30 bir konut ile başka yerden iki konut alınmasını vurgulamıştır; *“Adada parayı iyi görenler hep sattı gitti. Adada eskiden 1 ev alıyorsan Çanakkale’den 2 ev alıyordun...”* (K30).

Yerinden edilme içerisinde tekrarlayan bir diğer ifade “mevsimsel konaklama” hakkındaki görüşleri içermektedir. Aslında mevsimsel konaklama tarzı, bir tür ticarete dayalı yerinden edilmeyi de kapsamaktadır. Çünkü, yerleşiklerin asıl amacı turizm sezonunda kente gelip gelir amacı gütmektir. Örneğin K25; *“Tabi satılıyor, topraklar da üzüm bağları da satılıyor... Adalılardan mesela turizmle uğraşanlar var. Yazın turizmle uğraşıyorlar kışın da Çanakkale’ye gidiyorlar”* (K25) ifadesinde bulunmuştur.

Yerinden edilmeye yönelik bir diğer tekrarlayan ifade “yüksek kiralar/konut sıkıntısı” hakkındaki görüşler olmuştur. *“Eğer maddi durumu iyi olmayan bir aile iseniz Bozcaada’da yaşamak çok zor. Çünkü Bozcaada’da ev kiralari 5 bin TL’den aşağı değil”* (K11).

Bunun yanında “yerinden edilme olmadı” ifadesinde bulunan katılımcılar da olmuştur. Bu katılımcılar çoğunlukla Bozcaada’da konut ve arsaların değerli olması ile iş imkanlarını vurgulamıştır. K19; *“Yok olmadı. Burası her zaman çok güzel bir ekmek kapısı, burada her zaman çorbanız kaynar...”* (K19) ifadesinde bulunurken, K23 *“...evini ekonomik durumdan satıp çok fazla giden yok, tam tersi buradan almaya çalışıyorlar çünkü karşıda 1000 TL iken kiralar burada 3 bin TL...”* (K23) ifadesinde bulunmuştur.

4.3.3 Tema 3: Kent İmajına Etkiler

“Tema 3: Kent İmajına Etkiler” başlıklı temada, bireylerin güncel ve mevcut kent imajı algılarına yönelik görüşler aktarılmaktadır.

Tablo 10

Tema 3: kent imajına etkilerin kod dağılımı

Kodlar	<i>f</i>	%
Deniz ve plajlar	39	17,33
Şarap-şarapçılık	14	6,22
Sakinlik	14	6,22
Doğal yapısı /doğallık	13	5,77
Ata Demirer	12	5,34
Sosyal medya	10	4,44
Filmler	10	4,44
Gastronomi	9	4,00
Bağcılık	8	3,55
Sokaklar	7	3,11
Üzüm	7	3,11
Bozulmamışlık	7	3,11
Ünlüler	7	3,11
Güvenilir	6	2,66
Duvar resimleri	6	2,66
Huzur	6	2,66
Gün batımı	5	2,22
Kale	5	2,22
Turizm	4	1,77
Meyhaneler	4	1,77
Ulaşılabilirlik	4	1,77
Bir Küçük Eylül Meselesi	3	1,33
Endemik türler	3	1,33
Tarihi geçmiş	3	1,33
Yakınlık	3	1,33
Eylül Fırtınası	2	0,90
Fuarlar	2	0,90
Ada kültürü	2	0,90
Köyünün olmaması	2	0,90
Az trafik	2	0,90
Mimari	2	0,90
Sessiz	2	0,90
Fiyat artışları	2	0,90

Tablo 10’da görüldüğü üzere, Tema 3’te en fazla tekrar eden ifade “deniz ve plajlar” olmuştur. Bozcaada’nın bir ada kenti olması, sahip olduğu doğal unsurların imgelenebilirliğini arttırmaktadır. K22 Bozcaada denilince aklına ilk denizin geldiğini şu sözlerle ifade etmiştir; “*Deniz ile başlıyor burası. Ada demek deniz demek*” (K22).

Turistler bir destinasyonu ziyaret etmeyi tercih ederken, destinasyonun onlar için ayırt edilebilir bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Bu durum destinasyon özellikleri ve turist beklentileriyle doğrudan ilişkilidir. K26 Bozcaada'da ön plana çıkan çekicilikler içerisinde denizi şöyle vurgulamıştır; *“Deniz temiz ve güzel. Eskiden gelen şarap kültürü de devam ettirilmeye çalışılıyor... Burada yapılan şey zaten denize girmek akşam da rakı balık”* (K26). K1 de benzer görüşlerde bulunarak diğer kentlere kıyasla Bozcaada'nın deniz ve plajlarına dikkat çekmiştir; *“Öncelikle ada olması, dört tarafı denizlerle çevrili. Huzurlu sakin, denizi ve plajları temiz”* (K1).

Bunun yanında kent imajının belirlenmesinde, Bozcaada'nın geçim kaynakları ön plana çıkan bir diğer husus olmuştur. Adanın yöresel geçim kaynaklarından birini bağcılık ve şarapçılıktır. Bozcaada'nın kendine özgü üzümlerinin bulunması, bunun yetiştiriciliğinin ve çeşitli üretimlerinin yapılması kent imajını belirleyen etmenler arasında yer almıştır. Tema 3'te en fazla tekrar eden bir diğer ifade “şarap ve şarapçılık” olmuştur. Ancak, yaşanan turizm soylulaşmasıyla geçim kaynakları turizme doğru bir geçiş göstermiştir. Örneğin K2 kent imajına yönelik algılarını şu şekilde ifade etmiştir; *“...Turizm, bağcılık ve şarapçılık ayrılmaz üçlü”* (K2).

Yerel geçim kaynakları, katılımcıların Bozcaada'da ön plana çıkan çekicilikler üzerindeki algısında da etkili olmuştur. Özellikle şarapçılığın kentte bir kültürü yaşatması gastronomi alanında da önemli bir yer tutmaktadır. K20 şarap ve gastronomi ile ilgili şu ifadelerde bulunmuştur; *“...Şarapları var, içmeyen bile tadıyor çünkü o kadar eski bir medeniyet ki şarapçılık. Restoranları çok iyi, gastronomi konusunda da çok ileri eski ve yeninin çok iyi bir sentezi var restoranlarımızda...”* (K20).

Kentin imajı onu benzerlerinden ayırma bakımından çeşitli değerlere sahiptir. Bu yüzden, bireylerin sahip olduğu algılar kenti benzerlerinden farklı kılmakta ve ön plana çıkarmaktadır. Katılımcıların Tema 3'te en fazla tekrarladığı bir diğer ifade “sakinlik” olmuştur. K28 sakinliği şöyle vurgulamıştır; *“Bence sakin olması adada bir telaşın olmaması, karadan uzak olması, ulaşımın kısıtlı olması ve toprağının da para etmesi ön plana çıkıyor”* (K28). K29 ise ön plana çıkan çekicilikler arasında sakinlik ve diğer unsurları şöyle ifade etmiştir; *“...İstanbul'dan gelenler sakinlik istiyor. Ayazma plajı, Akvaryum Koyu, Habbele Plajı ve diğer koylarımız var...”* (K29).

Tema 3'te tekrar eden bir diğer ifade “doğal yapı” olmuştur. Bozcaada'nın başlıca bir ada kenti olması onu benzerlerinden ayırmaktadır. Bunun yanında kentin sahip olduğu doğal güzellikler ve yaşam koşulları da önemli bir yer tutmaktadır. K18 insanların

Bozcaada'ya geliş nedeninin doğal yapıdan kaynaklı olduğunu şöyle vurgulamıştır; *“Bozcaada'yı Allah öyle bir yaratmış ki, doğası çok güzel bir defa o doğası çok güzel olduğu için insanlar geliyor zaten”* (K18).

Doğal yapının bir getirisi olarak kentte yetişen ürünler ve bu ürünlerin yetiştiriciliği özel bir yere sahiptir. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde kentin imaj algısında bağcılığın önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür. Bu yüzden Tema 3'te tekrar eden ifadeler arasında “bağcılık” ve “üzüm” ifadeleri de yer almıştır. K17 Bozcaada'da ön plana çıkan çekicilikleri şöyle ifade etmiştir; *“Plajlar, sokaklar, Rum-Türk mahallesi, liman ve kalesi, rüzgâr gülleri, gün batımı, gün doğumu, bağları”* (K17). K27 de benzer görüşlerde bulunmuştur; *“Üzüm bağı görmeyen insanlar bile var ilk defa burada görüyor üzüm bağını”* (K27).

Bozcaada tipik bir soylulaştırma türünde olduğu gibi yuppi olarak adlandırılan sanatçılara ve tanınmış kişilere ev sahipliği yapmıştır. Bu kişiler gerek yaptıkları paylaşımlar ile gerekse de film ve müzik klibi gibi çekimler ile Bozcaada'nın tanınırlığında belirgin rol oynamışlardır. Bu kapsamda en fazla tekrar eden ifade “Ata Demirer” olmuştur. Ata Demirer'in sahip olduğu ün gerek çektiği filmler gerekse de sosyal medyada yaptığı paylaşımlar ile Bozcaada'nın tanınırlığında önemli rol oynamıştır. Örneğin K27 Ata Demirer ile ilgili şu görüşlerde bulunmuştur; *“...Ata Demirer geliyor evi de var burada. Her bir ünlü fark etmiyor, bir tane ünlü olsun bir yerde reklam yapsın hemen gündem oluyorsun zaten...”* (K27).

Ata Demirer ile birlikte diğer ünlülerin de ada imajında rolü olduğunu ifade eden katılımcılar olmuştur. Örneğin K22 şu görüşlerde bulunmuştur; *“...Ben klip bile çevirdim. Göçmen Kızı'nı Mahsun Kırmızıgül ile çevirdik, Ziynet Sali Mevsimsizim'de oynadım. Böyle oturuyordum Ziynet bana gelsene diyor...”* (K22).

Bunun yanında, Bozcaada'nın güçlü imajında filmlerin etkisi olduğunu belirten katılımcılar Bir Küçük Eylül Meselesi, Eylül Fırtınası çevirdiği filmleri sıklıkla tekrarlamışlardır. Örneğin K11 şu ifadelerde bulunmuştur; *“Bozcaada zaten “Eylül Fırtınası ve Güle Güle” diye bir film vardı. O filmler çekildikten sonra zaten turizmle tanışmaya başladı...”* (K11).

Ayrıca, Bozcaada'nın imajında fuarların da etkisinin olduğunu belirten katılımcılar olmuştur. Örneğin K2; *“Burada çevrilen filmler var, fuarlara gidiliyor. Ben çok fuarcılık yaptım. Mesela İngiltere'de fuara gittik Bozcaada'yı tanıttık...”* (K2) görüşünde bulunmuştur.

Bozcaada'nın güçlü imajına yönelik tekrar eden bir diğer ifade "sosyal medya" olmuştur. Sosyal medyanın güçlü bir imaj kaynağı oluşturduğunu ifade eden katılımcılar genellikle sosyal platformlarda yapılan paylaşımlar ile Bozcaada'nın imajının yayıldığını ifade etmiştir. K23 sosyal medya ile ilgili şu görüşlerde bulunmuştur; *"...Biraz sosyal medyanın arttıkça hızlandı. Mesela bizim burada bir tane gemimiz vardı biliyor musunuz? Soğan gemisi diye. Onu görmek için Manisa'dan Antalya'dan oradan buradan gelen insanlar var..."* (K23).

Doğal çevrenin korunması kentte yaşayan her canlı için büyük öneme sahiptir. Bozcaada bir ada kenti olmasından dolayı yeşil alanlara, temiz plajlara, yatay mimariye ve az yapılaşmaya sahiptir. Bu durumda pek çok kişi için rahatlık ve refahlık duygusu yaratmakta ve imaj algısında ayırt edici olabilmektedir. Bozulmamışlık ifadesinde bulunan K6 şunlara dikkat çekmiştir; *"Doğası, dokusu. Doğal bitki örtüsü. Bozulmamışlığı. Adaya şimdi binalar yap insanlar kaçır buradan, AVM yap kaçır. İki kattır burada üçüncü kata izin verilmez"* (K6).

Kent imajı kuramında yollar ulaşımı sağlama ve yer yön bulma gibi nedenlerden dolayı önemli bir yere sahiptir. Bozcaada'nın sahip olduğu tarihselliği sokaklara yansıtması kentin karakterini ön plana çıkarmaktadır. Sokaklar" ifadesinde bulunan katılımcılar kentin mimarisinin yarattığı çekiciliğe dikkat çekmiştir. K15 sokaklar ile ilgili şu görüşlerde bulunmuştur; *"En çok sokaklarda fotoğraf çekiyorlar. Restoranlar sokağımız var orası bir de...(K15). K24 ise benzer görüşlerde bulunmuştur; "Düğün fotoğrafı çekilen gelinler damatlar var bir bakıyorsun bazen üç beş tane birden sokaklarda ya da kapının önünde fotoğraf çektiriyorlar"* (K24).

Bunun yanında ise duvarlarda bulunan süslemeler ve resimler de kenti imajını güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır. K4 duvar resimleri ile ilgili şu ifadelerde bulunmuştur; *"Duvar resimleri, selfie çekmeye geliyorlar... O kapının önünde o resmin yanında benim..."* (K4). K17 ise ön plana çıkan çekicilikleri şöyle özetlemiştir; *"Plajlar, sokaklar, Rum-Türk mahallesi, liman ve kalesi, rüzgâr gülleri, gün batımı, gün doğumu, bağları"* (K17).

Bozcaada'nın küçük bir yerleşim yeri olması ve yerleşiklerin çoğunlukla birbirini tanıması bir kent yaşantısına göre onu farklı kılmaktadır. Bu bağlamda, katılımcı ifadeleri çoğunlukla sosyal güvenilirliğe dikkat çekmiştir. Örneğin K6; *"Burada hırsızlık, uğursuzluk yok. Hiçbir şey olmaz. Sen bu akşam dışarıda kalacaksın sana biri gelip laf bile atmaz. Güvenilir bir yer"* (K6) ifadesinde bulunmuştur. K7 ise sessizliği vurgularken, Bozcaada'nın

kışın daha güvenilir olduğunu ifade etmiştir; “*Sessiz ve sakin olması. Bir de kışın yine burada az insan kalıyoruz o yüzden kışın güvenilir ama yazın tam tersi*” (K7).

Bozcaada’da ön plana çıkan çekicilikler arasında fiziki ve doğal çekicilikler de imaj algısında önemli bir yere sahiptir. Kent imajı kuramına göre, Bozcaada Kalesi bir işaret ögesi olarak değerlendirilebilmektedir. Bunun yanında, farklı çekiciliklere de değinen K17, Bozcaada’da ön plana çıkan değerleri şöyle ifade etmiştir; “*Plajlar, sokaklar, Rum-Türk mahallesi, liman ve kalesi, rüzgâr gülleri, gün batımı, gün doğumu, bağları*” (K17). K1 ise; “*Deniz, Rum kültürü, üzümü, bağı, ada sokakları, şarabı*” (K1) görüşünde bulunmuştur.

Ada kentlerinde deniz ticaretinin gelişmiş olması, meyhane kültürüne önemli katkılar sunmaktadır. Bu durum katılımcı algılarında da belirgin olarak görülmektedir. Bozcaada’da ön plana çıkan özelliklerden birinin “meyhaneler” olduğunu belirten katılımcılar genellikle turistlerin eğlence ortamı aradığını vurgulamıştır. Örneğin K22; “*İnsanlar denize, üzüme geliyor, şarabını alıyor. Pek eğlence de yok, akşamları meyhaneler var burada oynuyorlar eğleniyorlar*” (K22) görüşünde bulunmuştur.

Bir kentin imajının ayırt edilebilir olması için benzerlerine kıyasla daha belirgin özellikler sergilemesi gerekmektedir. Katılımcılardan Bozcaada’yı diğer kentler ile kıyaslamalarını istendiğinde tekrar eden ifadelerden biri “turizm” olmuştur. Bu yüzden, katılımcıların Bozcaada’yı denilince aklına ilk gelen ifadelerden birinin turizm olması normaldir. Benzer şekilde, ada coğrafi oluşumu gereği küçük yapıdadır ve kent içerisindeki alanlar sınırlı bir bölge içerisinde yer almaktadır. Bu yüzden, kent imajı algılarında “ulaşılabilirlik” de önemli bir yer tutmaktadır. K9 turizm ve ulaşılabilirlik ile ilgili görüşlerini şöyle vurgulamıştır; “*Tatil bölgesi olması, denizinin olması, bir de yürüme mesafesinde olması her yerin. Ulaşılabilir yani gemiden çıktığında sen yürüyerek arabasız da gelsen şehir merkezine kolaylıkla gelebilirsin...*” (K9). Bunun yanında, Bozcaada’nın güçlü imajında yakınlığında etkisinin olduğu vurgulanmıştır. Örneğin K14; “*1- Ana karaya yakın olması, 2- İstanbul’a yakın olması 3- ada olması. Bozcaada’nın aslında çok da cazip bir yanı yoktur baktığınızda*” (K14) ifadesinde bulunmuştur.

Bozcaada’nın sakin ve küçük bir ada kenti olması, uzun yıllar ada halkının iç içe yaşamasına neden olmuş önemli etmenlerden biridir. Bu durumun katılımcı algılarını da etkilediği görülmektedir. Tema 3’te bir diğer tekrar eden ifadenin “huzur” olmuştur. K4 Bozcaada’yı diğer kentler ile kıyasladığında ön plana çıkan özellikleri “*Sakinliği ve huzurlu olması*” (K4) şeklinde belirtirken, K7 de “*Sessiz ve sakin olması*” (K7) yönünde görüş bildirmiştir.

Bozcaada'nın coğrafi olarak kritik bir konuma sahip olması tarih boyunca pek çok medeniyet için önem arz etmiştir. K12 Bozcaada'nın diğer kentlerden tarihi geçmiş ve endemik türler bakımından ayrılmasını şöyle ifade etmiştir; “...Bozcaada'ya özgü endemik türlerin olması, Çavuş üzümü gibi, balık türlerinin olması ve Türk kültürünün de en az 500-600 yıllık geçmişinin olması, iki halkın kaynaşması Bozcaada'yı ayırıyor” (K12).

K17 Bozcaada'yı diğer kentler ile kıyasladığında Bozcaada'nın başlıca bir ada olmasını ve köyünün olmaması, mimari ve bunların turizme kazandırılmasının ön plana çıktığını ifade etmektedir. “Ada olması. Trafik ışığı olamayan tek ilçe, çok fazla köyünün olmaması, mimarinin çok katlı olmaması, yatay mimari olması ve eski bir şehir olması yüzyıllar önce kurulan sokakların o şartlarda kurulup bugün turizme kazandırılması, güzel şirin bir sahil kasabası olması” (K17).

Bunun yanında, tipik bir soylulaştırma sürecinde konut ve arsa fiyatlarındaki artış kentin dezavantajları gruplarını olumsuz etkilerken, Bozcaadalı yerleşiklerin imaj algısında bu durumun tam tersi olduğu görülmektedir. Örneğin K16 fiyat artışları ile ilgili şu görüşlerde bulunmuştur; “Fiyat artışları, yerlerin değerlendirilmesi. Konutlar arsa fiyatları değerlendirildi, kira artışları fazlalaştı” (K16).

4.3.4 Tema 4: Kent Kimliğine Etkiler

“Tema 4: Kent Kimliğine Etkiler” başlıklı temada, bireylerin güncel ve mevcut kent kimliği algıları ile kent aidiyetliklerine yönelik görüşler aktarılmaktadır.

Tablo 11

Tema 4: kent kimliğine etkilerin kod dağılımı

Kodlar	f	%
Bozcaada'ya aitlik hissediyorum.	26	10,75
Bozcaada özgün kimliğini kaybetti.	19	7,85
Turizm	19	7,85
Sevip, koruyan, katkı sağlayan herkes Bozcaadalıdır.	16	6,61
Bağcılık	11	4,55
Adanın yerlileri	9	3,71
Şarap/şarapçılık	8	3,30
Sakinlik	8	3,30
Cana yakınlık	8	3,30
Eskiden daha iyiydi.	8	3,30
Daha az insan	7	2,90
Rum-Türk kültürü	7	2,90
Doğa	7	2,90
Az işletme	6	2,47
Deniz	6	2,47
Güvenilir	6	2,47
Bozcaada özgün kimliğini biraz kaybetti.	5	2,06
Bozcaada özgün kimliğini kaybetmedi.	4	1,65
Bozcaada'ya aitlik hissetmiyorum.	4	1,65
Sosyo-kültürel yaşam	4	1,65
Sessiz	4	1,65
Dört mevsim yaşayanlar	4	1,65
Zorlu yaşam şartları	4	1,65
Balıkçılık	4	1,65
Aşk	3	1,23
Dedikodu	3	1,23
Yardım sever	3	1,23
Hoşgörü	3	1,23
Bakır	2	0,82
Karga	2	0,82
Temiz	2	0,82
Sevgi	2	0,82
Üzüm	2	0,82
Sadelik	2	0,82
Sabırlı bireyler	2	0,82
Hayvancılık	2	0,82
Ayrıcalık	2	0,82
Yatırımcılar	2	0,82
Eğitimli insanlar	2	0,82
Ticaret	2	0,82
Kaliteli turist	2	0,82

Tablo 11’de görüldüğü üzere, Tema 4’te en fazla tekrar eden ifade “Bozcaada’ya aitlik hissediyorum” olmuştur. Fiziki mekanlar çoğunlukla sahip olduğu karakteristik

özellikler ve yer duyguları ile bireylere aidiyet duygusu kazandırmaktadır. Araştırma bulgularına göre katılımcıların %86,67'si "Bozcaada'ya aitlik hissediyorum" ifadesinde bulunurken, %13,33'ü "Bozcaada'ya aitlik hissetmiyorum" ifadesini kullanmıştır.

"Bozcaada'ya aitlik hissediyorum" ifadesinde bulunan katılımcılar, aitlik durumlarını çoğunlukla Bozcaada'da doğup büyümeleri ile Bozcaada'nın sahip olduğu kimlik bileşenleriyle açıklamışlardır. Örneğin K17 ata topraklarının Bozcaada olduğunu vurgulamıştır; *"Biz 4 kuşaktır Bozcaadalıyız dedelerimiz gelmiş buraya dedelerimiz 300-400 yıl önce buraya geldiği için kendimi ait hissediyorum. Hepsinin mezarlıkta mezarları var"* (K17). K27 ise Bozcaada'nın kimlik bileşenlerine dikkat çekmiştir; *"Taşından, toprağından, suyundan, havasından, sessizliğinden, insanlığından, her şeyinden"* (K27).

Bunun yanında, "Bozcaada'ya aitlik hissetmiyorum" ifadesinde bulunan katılımcıların Bozcaadalı olmaması dikkat çekmektedir. Bu ifadeyi kullanan katılımcılar genellikle mecburiyet durumlarından dolayı Bozcaada'da yaşadığını ifade etmiştir. K5; *"Burada yaşamam gerektiği için adada yaşıyorum"* (K5) ifadesinde bulunurken, K24; *"Ne kadar yaşasam da belli bir yaştan sonra özellikle hissetmem. Burada özellikle gidilmesinin sebebi 1- eğitim, 2-sağlık..."* (K24) ifadesinde bulunmuştur.

Tema 3'te en fazla tekrar eden diğer ifade ise "Bozcaada özgün kimliğini kaybetti" olmuştur. Kent kimliği kolektif bir kavramdır. İmge, anlam ve bellek kent kimliğinin özüdür. Turizm soylulaşmasının yaşanması ise toplum ve kent içerisinde pek çok dinamiği etkilediği için yerel halkın kent kimliği algıları değişebilmektedir. "Bozcaada özgün kimliğini kaybetti" ifadesinde bulunan katılımcılar çoğunlukla değişen geçim kaynaklarını, toplum yapısını, kültürü ve yapılaşmayı vurgularken, bunların nedenini turizm olarak ifade etmişlerdir. Örneğin K28 özgün kimliğin bozulmasını ve turizmin etkisini şöyle ifade etmiştir; *"Bence kaybetti. Çünkü Bozcaada demek bağcılık balıkçılık demektir. Şimdi hangisi var? Sadece turizm var. İnsanları para hırsı bürüdü..."* (K28). K13 ise kentin özgün kimliğinin kaybını dışarıdan gelen soylulaştırıcı kesime bağlamıştır; *"Kültür bitti ve toplum değişti çünkü mecburen herkes gelen İstanbullulara ayak uydurdu"* (K13).

"Bozcaada özgün kimliğini biraz kaybetti" ifadesinde bulunan katılımcılar ise Bozcaada'nın sahip olduğu kültürün bir parçada olsa korunduğunu düşünmektedir. Bu ifadeye yönelik K19 özellikle yaz sezonunda özgün kimliğinin zedelendiğini vurgulamıştır; *"Belli zamanlarda evet, yoğun tempoda o kimlik ister istemez gelen konuklarla da kayboluyor tabi ki"* (K19).

Bunun yanında “Bozcaada özgün kimliğini kaybetmedi” ifadesinde bulunan katılımcılar da olmuştur. Bu katılımcılar genellikle Bozcaadalıların geçmişte daha fakir bir halk olmasını vurgulamıştır; *“Yok, sadece biraz daha eskilerin hep iyilerini hatırlıyoruz negatif yönlerini hatırlamıyoruz. Eskilerin negatif yönlerini hatırlasak o zaman da çok özgün bir kimliğinin olmadığını görürüz”* (K12).

Bunun yanında, katılımcıların güncel kent kimliğini algılarını belirlemekte gerekli görülmüştür. Bu doğrultuda, araştırmada bireylerden Bozcaada’yı üç kelime ile ifade etmesi istenmiştir. Araştırma bulgularına göre en fazla tekrar eden ifadeler sırasıyla “huzur”, “sakinlik”, “doğa”, “deniz”, “turizm” ve “şarap/şarapçılık” olmuştur. Bu ifadeleri ise sırasıyla “güvenilir”, “sessiz”, “aşk”, “bağcılık”, “sevgi”, “temiz”, “karga”, “bakır”, “üzüm” ve “sadelik” ifadeleri takip etmiştir. Buna yönelik bazı katılımcı görüşleri şöyledir; *“Aşk, huzur, güven. Mesela burada hiçbir şey olmaz, buranın insanı size zarar vermez...”* (K10). K22 ise geçim kaynaklarına dikkat çekmiştir; *“Bağcılık, şarapçılık, turizm”* (K22).

Turizm soylulaşmasının toplumsal yapıda değişim yaratması kent kimliğini etkileyen unsurlardan biridir. Bu durumda yerleşiklerin “yerli” algılarını etkileyebilmektedir. Bu kapsamda, Bozcaadalı yerleşiklere yönelik kimlik algılarının belirlenmesi gerekli görülmüştür. Elde edilen bulgulara göre ise en fazla tekrar eden ifadenin “sevip, koruyan katkı sağlayan herkes” olduğu ortaya çıkmıştır. K4 Bozcaada’ya değer katmanın önemini ifade etmiştir; *“Bence burayı sevip koruyan aslında adalı... Adalısın evet ama adaya hiçbir şey katmıyorsun ki, yani katmadıktan sonra adada doğmuş olman benim için önemli değil”* (K4). K14 ise benzer görüşlerde bulunmuştur; *“Ben her zaman şunu söylüyorum, bizi seven Bozcaada’yı seven herkes, koruyan herkes, destekleyen, bir şeyler katabilen insanlar adalıdır”* (K14).

Bunun yanında, Bozcaadalı yerleşiklerin kimlik özelliklerinin belirlenmesi üzerine yöneltilen soruda en fazla tekrar eden bir diğer ifade ise “adanın yerlileri” olmuştur. Bu ifadeye yönelik K22’nin görüşleri şöyledir; *“...Herkes adalıyız der burada, öyle derler ama öyle olmasın. Ben şimdi Almanya’da kaldım 1 ay, ben Almanım diyebilir miyim?..”* (K22). K6 da benzer görüşlerde bulunmuştur; *“Adayı tam özünde yaşayan. Temelden çatıya, dedesi- ninesi- annesi- babası mesela kim varsa adalı odur...”* (K6).

Bozcaadalı yerleşiklerin kimlik özelliklerine belirlemeye yönelik tekrar edilen bir diğer ifade “dört mevsim yaşayanlar” olmuştur. Örneğin K27 şu görüşlerde bulunmuştur; *“12 ay adada yaşayanlar adalı olabilir...2-3 ay keyfini çıkartıp gidenler olmaz...”* (K27). K24 ise aslen Bozcaadalı olmamasına rağmen dört mevsim Bozcaada’da yaşadığı için şu

ifadelerde bulunmuştur; *“Burada yaşayanlar olur adalı. Ben artık adalıyım ya, değil mi ama şimdi? 12 ay burada yaşıyorum...”* (K24).

Diğer yandan “yatırımcılar” ve “sabırlı bireyler ifadesi” de tekrar eden ifadeler arasında yer almıştır. K19 yatırımcılara yönelik şu ifadelerde bulunmuştur; *“...Burası Türkiye’nin toprakları herkes dilediği gibi gücü de yetiyorsa gelecek. Yani mülk de alacak, çalışmaya da gelecek...”* (K19). Ayrıca, sabırlı bireyler Bozcaadalıdır diyen katılımcılar ise Bozcaada’da yaşamının zorluklarına, özellikle gemi seferlerine, dikkat çekmiştir. Örneğin K29; *“Herkes adada yaşayamaz. Gemi 2-3 gün çalışmadığında dışarıdan gelip yerleşen insan bu atmosfere alışkın olmuyor...”* (K29) ifadesinde bulunmuştur.

Diğer yandan katılımcılar güncel bir kent kimliği algısı olduğu gibi mevcut kent kimliği algıları da bulunmaktadır. Katılımcıların mevcut algılarına yönelik görüşler çoğunlukla “az turizm” etrafında birleşmiştir. Bozcaada’da eskiden daha az turizm hareketliliklerinin olduğunu belirten katılımcılar, artan turizm hareketlilikleriyle kentin bozulmaya başlamasını vurgulamıştır. Gotham (2005) "Tasarım barlar, zincir restoranlar ve turizm odaklı hediyelik eşya dükkanları, eski işçi sınıfı kafeleri ile yiyecek dükkanlarının yerini yavaş yavaş aldı” sözleriyle turizm soylulaşmasının değiştirdiği fiziksel kent kimliği dinamiklerine dikkat çekmiştir. K16 da buna benzer şekilde Bozcaada’daki eski turistik işletmelerden şöyle bahsetmiştir; *“İşletmeler genelde turizm amaçlı değildi, işte buradaki yerel halka hitap ediyordu marketi, manavı, kasabı, restoranı yerel halka hitap ediyordu. Şu anda dönüştü işletmeler”* (K16). K22 ise eskiden ada halkının turizmi hiç bilmediğini vurgulamıştır; *“Şaraphaneler vardı. Adalılar yaşırdı bu kadar yabancı yoktu. Benim arkadaşlar vardı turizm dedin mi kuru üzüm anlıyorum diyorlardı, bilmiyorlardı...”* (K22).

Eski Bozcada kodunda tekrar eden bir diğer ifade “eskiden daha iyiydi” ifadesi etrafında birleşmiştir. Bozcaada’nın eskiden daha iyi olduğunu belirten katılımcılar genellikle eski sosyal ilişkilere, bozulmamış doğal yapıya ve turizm hareketliliklerinin az olmasına dikkat çekmektedir. “Eskiden daha iyiydi” ifadesi ile ilgili K9 şu görüşlerde bulunmuştur; *“Eskiden daha bir kaliteliydi. Komşuluklar daha yoğundu, insan hali hatırı sormak daha vardı. Şimdi mesela ben bazılarını tanımıyorum burada...”* (K9). K7 de benzer şekilde sosyal ilişkilere dikkat çekmiştir; *“Eskiden Bozcaada’nın kendi insanı vardı. Özellikle yazın bu kadar kalabalık değildi. Bir düğün bayram seyran oldu mu herkes birbirine gider gelir, yardım ederdi. Şimdi öyle değil, yazın herkes para peşinde koşuyor...”* (K7).

Katılımcıların Bozcaada'nın eski haline yönelik algıları etrafında birleşen bir diğer ifade ise “daha az insan” olmuştur. K7 Bozcaada'da yaşayan eski insanlar hakkında şunları söylemiştir; *“Eskiden Bozcaada'nın kendi insanı vardı. Özellikle yazın bu kadar kalabalık değildi. Bir düğün bayram seyran oldu mu herkes birbirine gider gelir, yardım ederdi”* (K7). Elbette, Bozcaada'da turizm patlamasının yaşanması insan nüfusunda olduğu kadar işletme sayısında da artışa neden olmuştur. Turizm soylulaşmasının önemli etmenlerinden biri olan turistik işletme sayısındaki artış, kent kimliği algılarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Eski Bozcaada kodunda tekrar eden ifadeler “az işletme” ve “kaliteli turist” şeklinde olmuştur. K29 Bozcaada'da geçmişte yer alan işletmeler ile ilgili şunları ifade etmiştir; *“O zaman Andrea'nın bir kahvesi vardı, Niko'nun meyhanesi vardı, Hasan amcanın mekânı vardı, Hüseyin Talay'ın bir kahvesi vardı. Yani küçüktü mutluydu herkes...”* (K29). Kaliteli turist ifadesiyle ilgili bazı görüşler ise şöyledir; *“...Daha çok nezihti, çok kaliteliydi, gerçekten adanın halkı bundan faydalanyordu ve gelen insanlarda çok kaliteliydi...”* (K8).

Bozcaada'nın yüzünü artık tamamen turizme çevirmesi geçim kaynaklarında önemli bir dönüşüme neden olmuştur. Öyle ki Eski Bozcaada kodunda tekrar eden diğer ifadelerin Bozcaada'nın geçim kaynaklarına yönelik olması oldukça dikkat çekmektedir. Buna göre Eski Bozcaada kodunda tekrar eden diğer ifadeler “bağcılık”, “balıkçılık”, “şarapçılık” ve “hayvancılık” şeklinde olmuştur. Bu ifadelere yönelik bazı katılımcı görüşleri şöyledir;

“Bozcaada'da eskiden yönetime dayalı çalışmaya dayalıydı. Yani bağcılık vardı, hayvancılık vardı, balıkçılık vardı insanların çalışmaktan başka çaresi yoktu...” (K14).

“Eskiden tabi daha çok bağcılık ve balıkçılık üzerine bir ada vardı. Daha farklı bir yaşam vardı turizmle birlikte tabi bunların hepsi çok geri planda kaldı” (K20).

“Bozcaada'nın geçmişi belliydi üzümçülük ve şarapçılık, geçmişi budur yani. Turizm sonra çıkma olayıdır, turizm kolay para kazanma yoludur” (K24).

Eski Bozcaada kodunda tekrar eden diğer ifadeler ise sosyo-kültürel yapıya yönelik ifadeler etrafında birleşmiştir. Bu ifadeler “sosyal yaşam” ve “Rum-Türk kültürü” ile ilgili görüşleri kapsamıştır. Sosyal yaşama yönelik görüşler genellikle Bozcaadalıların yaşam tarzı ve kültürüne yönelik görüşleri içermiştir. K13 şu görüşlerde bulunmuştur; *“Eskiden adada iki tane kışlık sinema üç tane yazlık sinema vardı. Adanın kültürü çok fazlaydı, tam Batı kültürünü yaşıyorduk...”* (K13). Rum-Türk kültürüne yönelik görüşler ise eskiden Bozcaada'da yaşayan Rum nüfusunun fazla olduğunu ifade eden görüşler olmuştur. Örneğin K16; *“Eskiden Rumlar ve adalı halkı daha yoğundu. İnsanlar Rumlarla birlikte bağcılık ve balıkçılık yapardı...”* (K16) görüşünde bulunmuştur.

Ada yaşamının tipik bir kent yaşamına göre farklılık göstermesi yerleşik kültürü etkileyen ve önemli derecede şekillendiren bir etmendir. Bu yüzden katılımcıların “adalılık” algılarının ne olduğu belirlenmek istenmiştir. Elde edilen verilere göre “adalılık” kodunda en fazla tekrar eden ifade “cana yakınlık” olmuştur. Bu ifadeyi ise sırasıyla “zorlu yaşam şartları”, “hoşgörü”, “turizm”, “Rum-Türk kültürü”, “dedikodu”, “yardım sever”, “güvenilirlik”, “ayrıcalık”, “ticaret” ve “eğitimli insanlar” ifadeleri takip etmiştir. Adalılık ile ilgili “cana yakınlık” ifadesini kullanan K2 şu görüşlerde bulunmuştur; *“Adalılar çok cana yakın ve hoşgörülü insanlardır. Çünkü burada kültür yaşamış. Rumlarla biz beraber yaşadık burada”* (K2). Adalılık ile ilgili “zorlu yaşam şartları” ifadesinde bulunan katılımcılar ise çoğunlukla geçmiş dönemlerin imkansızlıklarından bahsetmiştir. Örneğin K29; *“Ben şimdi adanın yerlisiyim. Çok zorluklar çektim, affedersiniz insan ve hayvan aynı yerde geldik gittik”* (K29) görüşünde bulunmuştur. Adalılığın “hoşgörü” çağrışımı yarattığını belirten K30 şunları vurgulamıştır; *“Adalılar misafirperver, kavgası gürültüsü olamayan, dost kişilerdir. Dışarıdan gelen insanlar bile anca adalıların tatlı dilinin hatırına adada kalır”* (K30). Adalılık ile ilgili tekrar eden diğer görüşler ise şöyledir;

“Adalılar genelde çiftçilikle uğraşan son 10-15 yıldır çiftçiliğin gelir düzeyinin azalmasından dolayı turizmle uğraşan kişilerdir” (K17).

“Buranın çoğunluğu Bayramiç’ten gelmedir, adalıyız diyenler aslında 20-30-50 sene önce gelenler, Bayramiçlidir. Dedikoduculardır yani ne diyeyim...” (K4).

“Adalı olmak aslında ayrıcalık. Adada yaşamak zor çünkü...” (K16).

“Ada halkı Benjamin Franklin gibi parayla bakıyor burada bütün değerler para üzerine...” (K23).

“Adalılar iyi, iyi eğitilmiş insanlar. Tabi ki şimdi burada Türk adalılardan konuşuyoruz, Rumlardan kalan gelenekleri görenekleri üslubu da almış kişiler...” (K19).

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda sonuç ve önerilere yer verilmektedir.

5.1 Sonuç

Bu çalışmada, turizmin Bozcaada'da yarattığı fiziksel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilere turizm soylulaşması perspektifinden bir yaklaşım benimsenerek, yerleşiklerin turizm soylulaşması bağlamında kent imajı ve kimliği algıları irdelenmiştir. Buradan hareketle, Bozcaada'da yaşayan 30 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek katılımcıların turizm soylulaşması, kent imajı ve kimliğine yönelik görüşleri alınmıştır. Elde edilen bulgular ilk olarak kodlanarak kod haritaları oluşturulmuştur. Sonrasında ise bu bulgular; fiziksel etkiler, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler, kent imajına etkiler ve kent kimliğine etkiler olmak üzere dört farklı tema etrafında analiz edilmiştir.

Fiziksel etkiler temasında, katılımcılar Bozcaada'nın kentsel mekanının tamamen turizm için ticarileştiğini belirten görüşlerde bulunmuştur. Katılımcılar ticarileşme ile ilgili görüşlerini yasadışı artan yatak kapasitesi, evlerin turizm tesislerine dönüşümü ve rant ile ilişkilendirmişlerdir. Liang ve Bao (2015), Cocola-Gant (2015) ve Gotham (2005) turizm soylulaşmasını açıklarken ilk aşamada turizm yatırımları ve bununla ilişkili projelerin varlığını savunmaktadır. Cocola-Gant (2018) turizm soylulaşmasının mekânsal dönüşümünü yapıli çevrede yeni yatırım fırsatlarının artması, tarihi ve turistik alanlarda konut rehabilitasyonu ve yeniden inşası olarak açıklamaktadır. ***Bozcaada'da ortaya çıkan ve sayıları artış gösteren turizm işletmeleri sayısı literatürdeki çalışmalar ile uyum göstermektedir ve temel varsayım 1'i desteklemektedir.***

Bunun yanında, turizm soylulaşmasının başlıca aktörleri post-turistlerdir. Kentin ticari yapısında meydana gelen değişimler soylulaştırılmış alanlar yaratmaktadır ve bu alanlar turistler için çekici değere sahiptir. Bu yüzden kente gelen turist sayısında yaşanan artış, turizm soylulaşmasının sahip olduğu bir diğer etkiyi oluşturmaktadır. Cocola-Gant (2018) çalışmasında gürültü ve gece aktivitelerinde kaynaklanan çatışmaların olduğunu ve yerleşiklerin yaşam kalitesinde azalma yaşandığını tespit etmiştir. ***Bu çalışmanın bulguları da Bozcaada'da yaz sezonunda aşırı artış yaşandığını, bu artışın nedeninin turizm***

olduğunu ve çeşitli sorunlara neden olduğunu ortaya koymuştur ve temel varsayım 2'yi desteklemiştir. Ayrıca, turizm soylulaşmasının bir diğer aktörleri turizm yatırımcılarıdır. Lees vd. (2008) girişimci ve yatırımcıların kentlerdeki rant farklılıklarına sebep olduğunu belirtmektedir. Cocola-Gant (2018) turizm emlak değerlerini arttırdığı için yatırımcıların sermayelerini turistik bölgelerdeki konutlarda sakladığını belirtmektedir. Bu yatırımcılar, kentteki rant ve ticari yoğunluktan kaynaklı olarak soylulaştırılmış alanlara yönelme eğilimi göstermektedir. ***Bu çalışmada Bozcaada'ya dışarıdan gelen yatırımcıların var olduğu ve Bozcaada'nın artık el değiştirdiğini ve ötekileştiğini, yatırımcıların tek amacının rant ve turizm geliri olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular temel varsayım 3'ü desteklemektedir.***

Soylulaştırılmış alanların yaratılması ve bu alanlara talebin artması başlıca fiziki çevrede ve alt-üst yapı iyileştirmelerini gündeme getirmektedir. Sequera ve Nofre (2018) turizm soylulaşmasında geleneksel peyzajın ticari amaçlı dönüştürüldüğüne, Cocola-Gant (2018) soylulaştırılmış peyzajların çoğalmasına, Liang ve Bao (2015) ise altyapı ve peyzajın fiziksel anlamda değiştiğine dikkat çekmektedir. ***Bu çalışmada Bozcaada'da peyzaj ve mimari değişimin yaşandığı, restorasyonların ve yeniden inşaların olduğu, kent merkezinde yapılaşmanın arttığı ve kaçak yapılaşmaların olduğu, bu durumların beraberinde altyapı ve ulaşımda iyileştirmelere neden olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, tespit edilen bulgular temel varsayım 4'ü desteklemektedir.***

Bozcaada doğal yapısı gereği küçük bir kentsel mekâna sahiptir. Bu yüzden hem sınırlı bir mekâna sahip olması hem de aşırı turist yoğunluğuna ev sahipliği yapması, turizm işletmesi ihtiyacını arttırırken kamusal alanda yoğunluğa yol açmaktadır. Kamusal alandaki işletmelerin yer kapladığını belirten katılımcılar, bir sokağın adını “Meyhaneler Sokağı” koyduklarını belirtmiştir. Ayrıca bu yoğunluğun hamile, çocuklu ve engelli vatandaşları rahatsız ettiğini vurgularken herhangi bir yangın ya da afet durumunda yoğunluğun olduğu bölgeye ulaşımın zor olduğu tespit edilmiştir. ***Bu bulgular, Fainstein ve Gladstone (1999) turistik kentlerde işçi sınıfı yerleşim alanlarına ticari ve eğlence tesislerinin hâkim olabileceğini belirten çalışması ile uyumludur ve temel varsayım 5'i desteklemektedir.***

Çalışmanın bir diğer temasını “Tema: 2 Sosyo-kültürel ve Ekonomik Etkiler” oluşturmaktadır. Bu temada, katılımcıların turizm soylulaşmasının neden olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik değişimlere yönelik algıları irdelenmiştir. Logan ve Molotch (2007) mekânsal dönüşümün yaşandığı destinasyonlarda yeni tüketim alanlarının arazi değerlerini arttırma yeteneğine sahip olduğunu belirtmektedir. Emlak ve ticari hayattaki fiyatlarda aşırı artış olduğunu belirten katılımcılar özellikle arsa ve konut fiyatlarının çok fazla arttığını, bu

durumun yeni mülk sahibi olmalarını engellediğini ve bunun sebebinin ise rant ve turizm olduğunu vurgulamıştır. Katılımcılar ticari hayattaki fiyat artışlarını ise genellikle ulaşımdan kaynaklı gemi maliyeti ile bağdaştırmıştır. ***Bu çalışmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun emlak fiyatlarının aşırı arttığı belirttiği tespit edilmiştir. Bulgular temel varsayım 6'yı desteklemektedir.***

Soylulaştırma sürecinin en sosyal etkilerinden birini yerinden edilme olgusu oluşturmaktadır. Bu çalışmada Bozcaada'da yerinden edilme sürecinin yaşandığı ve bu sürecin yoğunlukla eğitim, sağlık, konfor ve diğer nedenlerden dolayı gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bunun yanında Bozcaada'nın ada kenti olması bir şehir yaşamına göre belirli koşullar bakımından daha zor olabilmektedir. Özellikle kış aylarında ısınmanın soba ile sağlanması, yeterli eğitim ve öğrenim kurumunun olmaması, hastalık ve çeşitli nedenler Bozcaadalı vatandaşların evlerini terk etmeye neden olabilmektedir. Ayrıca, Bozcaada'da özellikle 1990'lı yıllardan sonra hızlanmaya başlayan turizm sektörü beraberinde konut fiyatlarındaki artışı meydana getirmiştir. Mülklerin değerlendirilmesi ve satışı ifadesinde bulunan katılımcılar, yerleşiklerin zamanında Bozcaada'daki 1 adet evini satarak Çanakkale ve çevre il-ilçelerden 2-3 adet ev aldığını belirtmiştir. Ayrıca, mevsimsel konaklama nedeniyle yerinden edilmenin olduğunu belirten katılımcılar da genellikle yatırımcıların Nisan ayında Bozcaada'ya gelip Eylül ayının sonlarında gittiğini vurgulamıştır. Yüksek kiralar ve konut sıkıntısı nedeniyle yerinden edilmenin yaşandığını belirten katılımcılar ise evlerin turizm için dönüştürülmesi nedeniyle yerleşiklerin kiralık konut sıkıntısı bulmada zorluk çektiğini ve var olan konutların kira ve satış fiyatlarının oldukça yüksek olduğunu ifade etmiştir. Cocola- Gant et.al (2020) turizm soylulaşmasında yerinden edilmenin emlak değerlerinin artmasına, kısa süreli kiracıların ortaya çıkmasına ve otel sayılarının artmasına bağlı olarak ortaya çıkabileceğini savunmaktadır. Cocola-Gant (2018) bir diğer çalışmada konut, ticarete ve yere dayalı yerinden etmenin ortaya çıkabileceğini belirtmektedir. Utku ve Altındağ (2021) ise yerleşim yerlerinin tüketim yerlerine dönüştürülmesinin yerinden etme gücüne sahip olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmanın bulguları, belirtilen çalışmalar ile kısmen uyum göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu yerleşiklerin sağlık, konfor, eğitim vb. nedenler ile yerinden edildiğini belirtmiştir. ***Daha düşük bir kısmı ise mülklerin değerlendirilmesi ve satışı, yüksek kiralar ve konut sıkıntısı ile mevsimsel konaklamayı vurgulamıştır. Bu yüzden, bulgular temel varsayım 7'yi kısmen desteklemektedir.***

Sosyal ve demografik yapının değişimi çoğu zaman yerleşikler ile doğrudan örtüşmediği için çatışma kaynağı olabilmektedir. Bozcaada'nın küçük bir kent merkezine

sahip olması işletmelerin belirli alanda yoğunlaşmasına olanak tanımaktadır. Bu durumda ses ve gürültüden kaynaklı şikayetleri arttırabilmektedir. Katılımcılar, turistlerin bir diğer olumsuz etkilerinden trafik-park yeri ile ilgili sorunlar olarak bahsetmiştir. Yine adanın küçük bir yerleşim yeri olması, yaz aylarında Bozcaada'ya çok fazla aracın giriş yapması ve fazla park yeri imkanının olması bu sorunların önemli tetikleyicisi olarak görülmektedir. Turistlerin olumsuz etkilerinden çevre kirliliği olarak bahseden katılımcılar genellikle plajlarda ve kent içinde turistlerin bıraktıkları çöp ve atıklarla ilgili görüşlerini beyan etmişlerdir. Suç oranlarından bahseden katılımcılar ise daha önce Bozcaada'da ilk kez bir cinayetin işlenmesine, yaz aylarında kavga çıkmasına ve küçük çocukların yasaklı maddelere özenmesine dikkat çekmiştir. Ayrıca, bazı katılımcılar ise turistlerin olumsuz etkilerinin olmadığını belirtmiştir. Turistlerin olumsuz etkilerinin olmadığını belirten katılımcıların geçim kaynağının turizm olduğu ya da turizmi ikinci bir iş olarak yaptığı tespit edilmiştir. Sequera ve Nofre (2018) turist odaklı gelişimlerin, gece hayatı tesislerinin sayısını arttırdığına ve bu durumun sokak temizliği, yüksek gürültü, alkollü bireyler arasında artan şiddet olayları, geceleri yüksek sesle muhabbet eden ve çılgık atan bireylerin varlığına neden olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, Cocola-Gant (2018) gece hayatından kaynaklı gürültü ve çatışmaların oluştuğunu belirtmektedir. ***Bu bulgular literatürdeki çalışmalar ile uyumlu olup, temel varsayım 8'i desteklemektedir.***

Butler (2006) sosyo-ekonomik statüdeki farklar ne kadar büyük olursa, soylulaştırma süreçlerinin de o kadar belirgin hissedildiğini vurgulamaktadır. Altıntaş (2016) sosyo-kültürel değişimin taşıyıcısı olan grupların sosyal dokuda doğrudan ve direkt etkilerinin olabileceğini belirtmektedir. Matiland (2010) turistlerin gündelik yaşam ve kültür bakımından yerleşikler ile örtüşmediğini ancak kentle bütünleşen yeni sosyal alanlar yarattığını vurgulamaktadır. Soylulaştırma sürecinde olduğu gibi, turizm soylulaşması da yerleşikler ve soylulaştırıcılar arasındaki farklılıklara dikkat çekmektedir. Gelen turistler ve yerleşikler arasında fark var diyen katılımcılar en fazla kültürel farklılıklara dikkat çekmiştir. Katılımcılar kültürel farklılıklar hakkında beyaz yakalıların yaşam tarzı ve uygunsuz yaşam tarzı hakkında görüşlerde bulunmuştur. Ekonomik farklılıklar var diyen katılımcılar gelen turistlerin gelir bakımından çok üstün olduğunu vurgulamıştır. Yozlaşma var diyen katılımcılar düşük turist kalitesine dikkat çekmiştir. Eğitim farklılıkları var diyen katılımcıların biri yerel halkın eğitim seviyesinin düşük olmasına dikkat çekerken, diğer katılımcı gelen turistlerin oldukça eğitimsiz olduğuna dikkat çekmiştir. ***Bu bulgular temel varsayım 9'u desteklemektedir.***

Altanlar vd. (2018) turizmin gelişimine verilen desteğin mahalle ve özgün kimliği zedelediğini, mahallenin yaşam tarzlarını ve komşuluk ilişkilerini değiştirdiğini tespit etmiştir. Uysal (2006) soylulaştırmanın toplumsal ilişkiler, tüketim alışkanlıkları ve kültür değerleri üzerinde köklü değişime neden olduğunu belirtmiştir. Turizmin sosyal yapıda sebep olduğu etkilerden biri ise ilişkileri baltalamasıdır. Tema 2’de tekrar eden bir diğer ifade “komşuluk ilişkileri değişti” olmuştur. Komşuluk ilişkilerinin değiştiğini belirten katılımcılar geçmişte imkânların kısıtlı olmasına rağmen komşuların birbirleriyle olan samimi ilişkisine dikkat çekerek günümüzde her şeyin turizm ve para etrafında şekillendiğini ifade etmiştir. ***Bu bulgular temel varsayım 10’u desteklemektedir.***

Çalışmanın bir diğer temasını “Tema 3: Kent İmajına Etkiler” oluşturmaktadır. Bu temada, Bozcaada’nın katılımcıların zihnindeki konumu ve bu imajı sağlayan nedenler irdelenmiştir. Terhorst vd. (2003) Amsterdam’da ortaya çıkan soylulaştırmanın restoranları, popüler barları, antika dükkanları ve sanat galerini ortaya çıkardığına ve bu alanların Amsterdam’ın imajını iyileştirdiğini tespit etmiştir. Gravari-Barbas (2017) Paris Le Marais’teki kent imajının yükseltilmesinden sonra mahalleye yapılan yatırımların arttığını ve turistlerin soylulaştırılmış alanlara çekildiğini tespit etmiştir. Buradan hareketle, Bozcaada’nın kent imajını belirlemek gerekli görülmüştür. Lynch (1960) kent imajının yollar, kenarlar, bölgeler, düğüm/odak noktaları ve işaret öğelerinden meydana geldiğini belirtmektedir. Katılımcıların kent imajı algıları da Lynch’in (1960) kent imajı kuramı ile benzerlik göstermektedir. Tema 3’te en fazla tekrar eden ifade “denizler ve plajlar” olmuştur. Denizler ve plajlar kent imajı kuramına göre kenar unsurlarıdır ve kentsel alanları çevrelediği için zihinde kalıcı bir role sahiptir. Bozcaada’nın dört tarafının denizlerle çevrili olması ve temiz plajlara sahip olmasının katılımcıların imaj algılarında önemli bir yere sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar Bozcaada denilince aklına ilk gelen şeyin deniz ve plajlar olduğunu belirtirken, bu düşüncüyü kentin ön plana çıkan özellikleri ve diğer kentler ile kıyaslamalarında da desteklemişlerdir. Bunun yanında sokaklar, gün batımı, duvar resimleri, kale, meyhaneler ifadelerinin de tekrar ettiği tespit edilmiştir. Bu mekanlar soylulaştırılmış alanlar ile doğrudan bağlantılıdır. Bozcaada sokakları yaşadığı mekânsal dönüşüm ile yapıların daha modern ve çekici bir görünüme kavuşmasını sağlamıştır. Ayrıca, kentte yer alan duvar resimlerinin ve meyhaneler sokağının turistik talep yarattığı tespit edilmiştir. ***Bu bulgular temel varsayım 11’i desteklemektedir.***

Ley (1986) soylulaştırma sürecinde sanatçıların ve sosyal çeşitliliğe sahip toplulukların etkin bir rol oynadığını belirtmektedir. İslam (2003) sanatçıların taşındıkları

bölgeleri yaşanabilir olarak gösterdiğini ve o bölgeye soylulaştırarak daha geniş kitlelerin gelmesine neden olduklarını vurgulamaktadır. Moran (2007) ise soylulaştırıcıların büyük çoğunluğunu kültürel meslek mensuplarının (sanatçılar, yazarlar, gazeteciler, akademisyenler, yayıncılar, mimarlar ve reklam ve televizyon yöneticileri) oluşturduğunu belirtmektedir. Katılımcılara Bozcaada'nın güçlü imajının kaynağının ne olduğu sorulduğunda “Ata Demirer” yanıtını vermişlerdir. Bozcaada'nın güçlü imajının Ata Demirer olduğunu belirten katılımcılar, bu durumu Ata Demirer'in çektiği filmler ve sosyal medyada yaptığı paylaşımlar ile açıklamışlardır. Ayrıca, katılımcılar kente gelen ünlülerin ve kentte çekilen filmlerin de Bozcaada'nın imajını güçlü kıldığını belirtmişlerdir. Bir Küçük Eylül Meselesi ve Eylül Fırtınası filmleri de tekrar eden ifadeler arasındaki yerini almıştır. Bunları takiben kente gelen turistlerin (özellikle influencerların) sosyal medyada yaptığı paylaşımlar da güçlü imajın kaynağı olarak tespit edilmiştir. ***Bu bulgular temel varsayım 12'yi desteklemektedir.***

Çalışmanın son temasını “Tema 4: Kent Kimliğine Etkiler” oluşturmuştur. Bu temada, katılımcılar için Bozcaada'nın ne ifade ettiği, adalılığın ne demek olduğu irdelenerek, katılımcıların Bozcaada'ya karşı aidiyet duyguları ile kentin geçmiş hali hakkındaki görüşleri tespit edilmiştir.

Utku ve Altındağ (2021) turizm soylulaşmasının yarattığı olumsuz etkilerin, yerleşiklerin kentsel aidiyet duygusunu etkilediğini belirtmektedir. Tema 4'te en fazla tekrar eden ifade “Bozcaada'ya aitlik hissediyorum” olmuştur. Bozcaada'ya aitlik hissettiğini belirten katılımcılar, yerinden edilmiş olsa dahi, Bozcaada'da doğup büyümelerinden dolayı aitlik hislerini belirtmişlerdir. Bunun yanında, “Bozcaada'ya aitlik hissetmiyorum” ifadesini kullanan katılımcıların da aslen Bozcaadalı olmadığı tespit edilmiştir. ***Bu bulgular literatürdeki çalışmalar ile uyumlu değildir. Bu yüzden temel varsayım 13'ü desteklememektedir.***

Tema 4'te en fazla tekrar eden bir diğer ifade “Bozcaada özgün kimliğini kaybetti” olmuştur. Bozcaada'nın özgün kimliğini kaybettiğini belirten katılımcılar bunu genellikle turizmin kentte sebep olduğu fiziksel ve sosyal etkiler ile açıklamışlardır. Bu durum, turizm soylulaşmasının Bozcaada'da ortaya koyduğu etkiler ile de örtüşmektedir. Yani, katılımcılar Bozcaada'nın özgün kimliğinin değişimini kent içi dinamiklerin dönüşümüne dayandırmaktadır. ***Bu bulgular, turizm soylulaşmasının yarattığı mekânsal, ekonomik ve sosyo-kültürel etkiler ile örtüşmekte ve temel varsayım 14'ü desteklemektedir.***

Bozcaada'nın kimliğini belirlemek üzere, bireylerin zihnindeki ilk çağrışımları irdelemek gerekli görülmüştür. Buna karşılık turizm, sakinlik deniz, bağcılık, şarap ve şarapçılık, üzüm, balıkçılık, hayvancılık, karga, aşk ve sevgi ifadelerinin kent kimliğinde belirgin bir rolünün olduğu tespit edilmiştir.

Bozcaada'nın son zamanlarda çok fazla göç alması “adalı” kavramı üzerinde tartışmalara yol açmıştır. Buradan hareketle, katılımcılara kimlerin adalı olabileceği sorulduğunda en fazla tekrar eden ifadenin “sevip, koruyan, katkı sağlayan herkes Bozcaadalıdır” olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar bu ifade ile Bozcaada'da yaşayan kişilerin dışarıdan bile gelse adaya katkı sağlaması ve Bozcaada'nın doğal yapısını bozmadan koruması gerektiğini savunmuşlardır. Bunu takiben tekrar eden bir diğer ifade ise “adanın yerlileri” olmuştur. Bozcaada'nın yerlilerinin sadece adalı olabileceğini belirten katılımcılar, kuşaklar boyunca Bozcaada'da yaşamının önemini vurgulamıştır.

Örer (1993) kent kimliğinin nüfus değişimine bağlı olarak değişebileceğini belirtmektedir. Turizm soylulaşması da başlıca kısa süreli göçleri ifade ettiği için kent kimliğinde değişimlere neden olmaktadır. Imon (2017) kent kimliği değişiminde turizm soylulaşmasıyla benzer bir model önermektedir. Bu modelde turizmin gelişiminin kültürel dönüşüme, turizm faaliyetlerinin artışına, alt-üst yapı iyileştirmelerine, kira ve emlak fiyatlarını arttırdığına, gelenekselin talep görmediğine neden olduğuna değinmekte ve sonunda yeni kentsel sitem ihtiyacının ortaya çıkarak kent kimliğinin değiştiğini belirtmektedir. Bu çalışmanın bulgularında da mevcut kent kimliği ve geçmiş kent kimliği algıları arasında farklılıklar görülmektedir. Mevcut kent kimliği algıları pozitif ve negatif çağrışımlara sahip iken, geçmişteki kent kimliği algıları daha pozitifdir. Geçmiş ve mevcut kent kimliği algılarında turizm kritik bir rol oynamıştır. Turizm soylulaşmasının etkileri ile uyumlu olarak geçmiş kent kimliği algılarının geçim kaynakları, sosyo-kültürel yaşam ve turizm bağlamında olduğu tespit edilmiştir. Geçim kaynakları bağlamında cevap veren katılımcılar eskiden geçim kaynaklarının şarap ve şarapçılık, balıkçılık ve hayvancılık olduğunu vurgulamıştır. Sosyo-kültürel yaşam perspektifinden cevap veren katılımcılar eskiden daha az insanın olduğunu, Rum-Türk kültürünün olduğunu ve sosyo-kültürel yaşamın daha samimi bir havaya sahip olduğunu belirtmiştir. Bunun nedenine gelindiğinde ise çoğunlukla turizm ifadesi göze çarpmıştır. Katılımcıların turizme yönelik cevaplarının; eskiden daha az işletme, daha az turizm hareketlilikleri ve kaliteli turist bağlamında olduğu tespit edilmiştir. ***Bu bulgular temel varsayım 15'i desteklemektedir.***

Sonuç olarak, bu çalışmanın sonuçları Bozcaada’da yaşanan mekânsal, ekonomik, demografik ve sosyo-kültürel dönüşümü turizm soylulaşması temellerine dayandırmaktadır. Fiziksel iyileştirmeler, artan turizm yatırımları, değişen toplum yapısı ve alışkanlıklar Bozcaada’da yaşanan turizm soylulaşması sürecinin özetidir. Bozcaada’nın kentsel yapısı dönüşürken aynı zamanda kent imajını güçlendiren ve daha fazla soylulaştırıcı çeken bir görev görmüştür. Bu bağlamda sokaklar, duvar resimleri, meyhaneler, denizler plajlar imaj açısından kentte ön plana çıkan unsurlar olmuştur. Ayrıca, bu süreçte etkin olan bazı kültür taşıyıcılarının da varlığı tespit edilmiştir. Sanatçılar ve sosyal medyada aktif olarak kabul edilen bu bireyler, yaptıkları paylaşımlar ile kent imajını güçlendirmektedir. Ancak, turizm soylulaşması sürecinin Bozcaada’da yeni bir kentsel sistemi doğurması var olan kimliğin kaybına yol açmıştır. Bu durum da yerleşiklerin geçmiş ve güncel kent kimliği arasındaki farklılıkları ortaya koymuştur. Bu çalışma turizm soylulaşmasının yol açtığı ekonomik, fiziksel ve sosyo-kültürel etkilerine ek olarak psikolojik etkileri de ortaya koymuştur.

5.2 Öneriler

Bu bölümde, elde edilen sonuçlar doğrultusunda çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik, turizm sektörüne ve alanyazına önerilere yer verilmektedir.

5.2.1 Çevresel Öneriler

Katılımcıların ifade etmiş olduğu “peyzaj ve mimari değişim” ifadesine yönelik bulgular üzerinden değerlendirildiğinde, geleneksel peyzajın ticari amaçlı bozulması turizm soylulaşmasının sonuçlarından biridir. Bu doğrultuda, yerel yönetimler ve ilgili merciler geleneksel peyzajı korumak adına yeniden inşa ve rehabilite süreçlerinde belirli düzenlemeler ve sınırlamalar getirebilir.

“Ada nüfusunda aşırı artış oluyor” ve buna bağlı olarak “kamusal alandaki işletmeler yer kaplıyor” ifadesi üzerinden değerlendirildiğinde, kamusal alandaki işletme yoğunluğu özellikle engelli, yaşlı, hamile ve çocuklu bireyleri olumsuz etkileyebilmekte ve doğal afet esnasında tehlike teşkil edebilmektedir. Bu bağlamda, yerel yönetimler kent içi alanlar ile ilgili ve işletmelerin işgaliyesi konusunda çevresel düzenlemeler yapabilir.

Benzer şekilde aşırı nüfus artışı ve turistlerin beraberinde getirdiği fiziksel etkiler bağlamında değerlendirildiğinde ise çevre kirliliği turist yoğunluğundan kaynaklı olarak

turizm destinasyonlarının şikayetçi olduğu konulardan biridir. Doğayı korumak adına turizm destinasyonlarında naylon kullanımına yerel yönetimler tarafından sınırlamalar getirilebilir. Çevreye ve tarihi-kültürel eserlere zarar veren bireyler hakkında kolluk kuvvetleri tarafından belirlenerek yaptırımlar uygulanabilir.

5.2.2 Sosyo-Kültürel Öneriler

Bu çalışmanın bulguları temel varsayım 9'un "turizm soylulaşmasında turistler ve yerleşikler arasında sosyo-kültürel ve ekonomik farklılıklar görülebilmektedir" ifadesini desteklemektedir. Yerel halkın sahip olduğu kültür, gelenekseli sürdürmek adına önemlidir. Bu yüzden, turizm soylulaşmasının yaşandığı kentlerde dışarıdan gelen bireyler kendi kültürlerini yerel halka dayatması ya da ekonomik olarak üstünlük ortaya koyması kabul edilemez bir durumdur. Benzer şekilde temel varsayım 10'un "turizm soylulaşması toplumsal ilişkileri zedeler ve komşuluk gibi sosyal ilişkilere zarar verir" ifadesi farklılıklardan dolayı sosyal kaynaşmayı en aza indiren durumlardan biridir. Bu durumları önlemek için yerel yönetimler ve dernekler gibi çeşitli kuruluşlar tarafından düzenlenen çeşitli festivaller, fuarlar ve etkinlikler ile yerleşik kültür tanıtılabilir ve dışarıdan gelen bireylere yerleşik kültür hakkında bilinç kazandırılabilir.

Turizmin farklı gruplar üzerinde çeşitli negatif etkileri bulunabilmektedir. Bu çalışmanın bulguları temel varsayım 8'in "turistler çevre ve yerleşikler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir" ifadesini desteklemektedir. Turizm işletmeleri ses ve gürültü gibi nedenler ile yerel halkın gündelik yaşantısını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu yüzden, turizm işletmelerine yerel yönetimler tarafından desibel ve saat sınırlaması gibi sınırlamalar getirebilir.

Ayrıca, turistler yerel halktaki çocuk ve genç grupları olumsuz davranışlara özendirebilmektedir. Bu yüzden, eğlence merkezleri etrafındaki denetimler arttırılabilir. Benzer şekilde, özellikle yasaklı maddelerin satışını engellemek için asayiş uygulamalarının sıklığı artırılabilir.

5.2.3 Ekonomik Öneriler

Turizm soylulaşmasının kenti ticarileştirmeye açık hale getirmesi yerel halkın konut ve arsa kaybını, bu alanların turistler için metalaştırılmasıyla emlak piyasasında yaşanan

fiyat artışlarını ve yaşam maliyetlerinde aşırı artışı beraberinde getirmektedir. Ayrıca, kentsel mekânın tamamen turizm için tasarlanması konut amaçlı kullanımı azaltmakta ve turizm amaçlı konut – arsa kullanımını arttırmaktadır. Buna bağlı olarak da konut sıkıntısı yaşanabilmektedir.

Barınma temel bir ihtiyaçtır, yatırım ve geçim kaynağı olarak görülmemelidir. Bu doğrultuda, ilgili merciler konutlara metrekaresi ve yapı özellikleri bağlamında fiyat sınırlaması getirebilir. Bunun yanında, kent dışındaki yabancıları konut ve arsa satışı hakkında sınırlamalar getirilebilir.

Turizm destinasyonlarında imar planları düzenlenebilir. İmar planları yeniden ele alınarak, uygun olmayan alanların tüketimi ve rantın önüne geçilebilir.

5.2.4 Alanyazına Öneriler

Daha sonra araştırma yapacak olan kişiler turizm soylulaşmasının gerçekleştiği bölgelerde yerinde inceleme ve anket çalışmaları gerçekleştirebilir. Üçüncü dalga soylulaştırma türleri içerisindeki diğer soylulaştırma türlerini kent imajı bağlamında çalışabilir. Kırsal bölgelerdeki turizm faaliyetlerini kırsal soylulaştırma ve turizm soylulaşması perspektifinden ele alabilir. Soylulaştırmanın yaşandığı kentlerde kent kimliği dönüşüm sürecini tarihsel aralıklar ile ortaya koyabilir.

5.2.5 Turizm Sektörüne Öneriler

Aşırı turist yoğunluğu, özellikle belirli sezonlarda alt ve üst yapıyı yetersiz bırakabilmektedir. Kentlerin alt ve üst yapı kapasitesine bağlı olarak seyahat acenteleri ve tur operatörlerine taşıyacağı turist sayısı bakımından T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sınırlamalar getirilebilir.

Turizmin sürdürülebilir olması için destinasyonlarının taşıma kapasitesi resmi olarak belirlenebilir.

Yerel yönetimler, turizm işletmesi amaçlı kullanım ve konut amaçlı kullanım yapıları arasındaki farkı belirli kriterlere dayandırabilir ve geleneksel yapıların aşırı kullanımının önüne geçebilir.

Turizm amaçlı kullanılan ve turizm işletmesi belgesine sahip olmayan konutlar yerel yönetimler ve kolluk kuvvetleri tarafından denetimlerin artırılması ile tespit edilebilir. Böylelikle hem geleneksel evler turizmin sebep olduğu yoğunlaşmanın etkilerinden arınır, hem de kentteki kiralık ve satılık konut sıkıntısının önüne geçilebilir.

Fiziksel ve kültürel çevre üzerindeki baskıyı azaltmak için turizm destinasyonlarındaki turistik işletme sahiplerine çeşitli eğitimler verilebilir.

Turizmden istenilen maksimum faydayı sağlamak için turizm planlaması yapılabilir, destinasyonlarda turizm master/eylem planları hazırlanabilir.

Destinasyonlarda özellikle yaz sezonunda yaşanan yığılmanın önüne geçmek için ürün çeşitlendirilmesi yapılabilir ve turistik hareketlilikler 24 aya yayılabilir.



KAYNAKÇA

Aalbers, M. B. (2019). Introduction to the forum: from third to fifth-wave gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110(1), 1-11. <https://doi.org/10.1111/tesg.12332>.

Aliağaoğlu, A. (2007). Davranışsal coğrafyaya bir örnek: öğrenci merkezli Balıkesir şehir imajı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 17-44.

Aliağaoğlu, A. ve Uğur, A. (2018). Logolarda Erzurum kent kimliği: yorumlayıcı anlamaya yönelik bir çalışma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(4), 2357-2379.

Alkan, A. ve Duru, B. (2002). 20. Yüzyılda kent ve kentsel düşünce. *20. Yüzyıl Kenti*, 7-25.

Altanlar, A., Kavak, İ., ve Güremen, L. (2018). Tarihi mahallelerdeki turizm odaklı müdahalelerin mahalle sakinleri üzerindeki etkisi; Amasya, Sofular mahallesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-104.

Altıntaş, S. (2016). Kültürel etkinlikler aktörü olarak yeni orta sınıf ve soylulaştırma ilişkisi üzerine bir tartışma. *Sosyoloji Konferansları*, (54), 115.

Anlı, İ. (2016). Ego ideali ve kimlik devamlılığı. *İstanbul Bilim Üniversitesi Florence Nightingale Tıp Dergisi*, 2(4), 287-290.

Anonim, 2021. Bozcaada'da Doluluk yüzde 100 oldu (2021, 16 Temmuz). *Hürriyet*. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/bozcaadada-doluluk-yuzde-100-oldu-41854704>

Anonim, 2022. Ege'nin Turizm Cenneti İlçelerinde 'Tatilci' Bereketi (2022, 13 Temmuz). *Milliyet*. Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/egenin-turizm-cenneti-ilcelerinde-tatilci-bereketi-6789245>

Avraham, E. (2004). Media strategies for improving an unfavorable city image. *Cities*, 21(6), 471-479.

Alver, K. (2006). Edebiyat ve kimlik. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 32-43.

Aydoğdu, H. (2004). Modern kimlikte öznenin ölümü. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*.

Ayyıldız, S. ve Ertürk, F. (2017). Kentsel kimlik bileşenleri ile yerel kimliğin izlerini sürmek: Kapanca Sokak örneği. *Mimarlık ve Yaşam*, 2(1), 65-88.

Başıyazıcı, B. (2012). Cihangir’de soylulaştırma sürecinin semtin ticari kimliği üzerine etkileri. *İdealkent*, 3(5), 198-219.

Bayraktar, A., & Uslay, C. (Eds.). (2016). *Strategic place branding methodologies and theory for tourist attraction*. IGI Global.

Beerli, A. & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research*, 31(3), 657-681.

Belanche, D., Casalo, L. V. & Flavián, C. (2017). Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 138-153.

Beyhan, Ş. G. ve Ünügür, S. M. (2010). Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İtüdergisi/ mimarlık, planlama, tasarım*, 4(2), 79-87.

Bilecen-Yılmaz, M. (2019). Türkiye’de soylulaştırma sürecinin iletişim metinleri üzerinden analizi: 1980-2015 dönemi. Yayımlanmış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Ankara.

Bilgin, A., ve Oksal, A. (2018). Kültürel kimlik ve eğitim. *Academy Journal of Educational Sciences*, 2(1), 82-90.

Bıçkı, D. & Özgökçeler, S. (2012). Does gentrification displace the urban poor? The case of Bursa, Turkey. *International Journal of Social Inquiry*, 5(1), 25-46.

Blasius, J., Friedrichs, J., & Rühl, H. (2016). Pioneers and gentrifiers in the process of gentrification. *International Journal of Housing Policy*, 16(1), 50-69.

Bolat, O. (2006). Konaklama işletmelerinde kurumsal imaj oluşturma süreci. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(15), 107-126.

Boterman, W. R., Karsten, L., & Musterd, S. (2010). Gentrifiers settling down? Patterns and trends of residential location of middle-class families in Amsterdam. *Housing studies*, 25(5), 693-714.

Butler, T. (2007). For gentrification?. *Environment and Planning A*, 39(1), 162-181.

Butler, T., & Hamnett, C. (2009). Walking backwards to the future—waking up to class and gentrification in London. *Urban policy and research*, 27(3), 217-228.

Cocola-Gant, A. (2015). “Tourism and commercial gentrification” *Proceedings of the RC21 International Conference on “The Ideal City: Between Myth and Reality, Representations, Policies, Contradictions and Challenges for Tomorrow’s Urban Life”*, Urbino, Italy (s. 27-29).

Cocola-Gant, A. (2018) "Tourism gentrification" Lees, L & Phillips, M (Eds.) *Handbook of Gentrification Studies*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham ve Northampton.

Cocola-Gant, A., Gago, A. ve Jover, J. (2020). "Tourism, gentrification and neighbourhood change: An analytical framework–Reflections from Southern European cities." J. Oskam (ed.) *The overtourism debate* (s. 121-135). Emerald, Bingley.

Cheshmehzangi, A. (2015). Urban identity as a global phenomenon: hybridity and contextualization of urban identities in the social environment. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(5), 391-406.

Çeker, A., ve Belge, R. (2015). İstanbul'da kentsel dönüşüm kapsamında gerçekleşen bir olgu: Soylulaştırma. *Türk Coğrafya Dergisi*, (65), 77-86.

Çelikyay, H. S. (2017). *Kent imgelerinin kamusal alanı tariflemesindeki rolü*. Bartın Üniversitesi Yayınları, Bartın.

Çetintahra, G. E. (2011). Kent imajı yaratma sürecinde kentsel tasarım ve planlamanın sorgulanması. *İdealkent*, 2(3), 158-171.

Çonoğlu, S. (t.y). Mekânlaşmış kültürün millet hayatındaki yeri ve huzur romanının başkışısı: İstanbul. *Türk Dili*. <https://tdk.gov.tr/wp-content/uploads/2013/02/20130205.pdf>

Çöl, Ş. (1998), Kent kimliğini oluşturan faktörler ve günümüz kentlerini kimlikli kılmak için bir sistem önerisi. Yayınlanmış Doktora Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Dalbay, R. S. (2018). "Kimlik" ve "toplumsal kimlik" kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 161-176.

Davidson, M. & Lees, L. (2005). New-build 'gentrification' and London's riverside renaissance. *Environment and planning A*, 37(7), 1165-1190.

Demir, C. (2006). Kent kimliği geliştirme sürecinde mekansal model tasarımı ve kent plançılarının rolü. *Planlama*, 3, 117-122.

Demirel, M. (2014). Burdur kent imajı: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6(10), 230-241.

Dougherty, D. (2006). Embodying the city: identity and use in urban public space. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Virginia State University, Alexandria- Virginia.

Ekinci, Y. & Hosany, S. (2006). Destination personality: An application of brand personality to tourism destinations. *Journal of travel research*, 45(2), 127-139.

Ercoşkun, O. Y., Öcalır-Akünel, E. V., Yenigül, S. B. ve Alkan, L. (2016). Kentlilik bilincini oluşturan göstergeler ve kentlilik bilincini geliştirme yolları. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 4-23.

Erdoğan, G., ve Akay, S. Ç. (2018). Denizli'de kent kimliği bileşenleri. *Kent Akademisi*, 11(3), 459-473.

Erkan- Biçer, N. Ç. (2002). Kastamonu örneğinde anadolu kenti imaj öğeleri ve değişim süreci. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, İstanbul.

European Commission. (2000). *Towards quality urban tourism, Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*. European Communities Publications.: Brussels.

Fırat, A. ve Kömürcüoğlu, F. (2015). Muğla şehir markası ve imaj algısı; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(26), 285-304.

Florida, R. (2017). *Soylulaştırma, eşitsizlik ve seçkinler şehri ile gelen yeni kentsel kriz*. Derya Nuket Özer (çev.). Doğan Kitap, İstanbul.

Fox, S. (2019). Environmental gentrification. *U. Colo. L. Rev.*, 90, 804-865.

Geçikli, F. (2012). *Şehir imajı Amasya şehri üzerine bir uygulama*. Fenomen Yayıncılık: Ankara

Gilboa, S., Jaffe, E. D., Vianelli, D., Pastore, A. & Herstein, R. (2015). A summated rating scale for measuring city image. *Cities*, 44, 50-59.

Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: the case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099-1121.

Görkemli, H. N. (2012). Kent imajı ve markalaşan kentler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (17), 141-155.

Gravari-Barbas, M. & Guinand, S. (2017). *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Taylor & Francis.

Güler, T., Şahnagil, S., ve Güler, H. (2016). Kent kimliğinin oluşturulmasında kültürel unsurların önemi: Balıkesir üzerine bir inceleme. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 85-104.

Gültekin, B. (2005). Türkiye'nin uluslararası imajında yükselen değerler ve eğilimler. *Selçuk İletişim*, 4(1), 126-140.

Gündoğdu, H. M., Kuru, A. ve Özkök, M. K. (2016). Kırklareli kent algısı üzerine deneysel bir çalışma. *İdealkent*, 7(18), 48-79.

Hackworth, J. (2000). Third-wave gentrification. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. The State University of New Jersey Graduate School-New Brunswick Rutgers, Coğrafya Yüksek Lisans Programı, New Brunswick- New Jersey.

Hackworth, J., & Smith, N. (2001). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92(4), 464-477.

Hamnett, C. (1984). "Gentrification and residential location theory: a review and assessment." D. T. Herbert & R. Johnston (Eds.) içinde *Geography and the Urban Environment* (s. 283-322). Wiley and Sons, Chichester.

Hançerlioğlu, O. (1996). *Felsefe sözlüğü*. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin durumu*. Çev: Sungur Savran. Metis Yayınları, İstanbul.

Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of environmental psychology*, 18(1), 5-29.

Holt-Jensen, A. (2018). *Geography: history and concepts*. Sage.

Hosany, S., Ekinci, Y. & Uysal, M. (2007). Destination image and destination personality. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 62-81.

İslam, T. (2003). İstanbul'da soylulaştırma: Galata örneği. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.

İslam, T. (2009). Devlet eksenli soylulaşma ve yerel halk: Neslişah ve Hatice Sultan mahalleleri (Sulukule) örneği. Yayımlanmış Doktora Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, İstanbul.

İlgin, H. Ö., ve Uruç, H. (2018). Destinasyon imajı araştırmaları perspektifinden Marmaraeğlisi üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2-15.

İlgin, H. Ö., Ertekin, İ., ve Yengin, D. A. (2018). İmaj ve kurumsal imaj bağlamında kent imajı. *The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 8(2), 203-215.

Imon, S. S. (2017). Cultural heritage management under tourism pressure. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(3), 335-348.

İşıktaş, B., ve Tanar, M. (2015). Kimlik oluşumu sürecinde popüler müziğin etkisi. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (51), 31-49.

- Kancioğlu, M. (2005). Çevresel imaj, kimlik ve anlam kapsamında turizm binalarına ilişkin kullanıcı değerlendirmeleri. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 49-62.
- Kayasü, S. ve Yetişkul, E. (2013). Bir araştırma çerçevesi: soylulaştırma 2.0. *Planlama*, 23(3), 147-152.
- Kaypak, Ş. (2010). Antakya'nın kent kimliği açısından irdelenmesi/examination of Antakya in terms of urban identity. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 373-392.
- Keleş, R. (2005). Kent ve kültür üzerine. *Mülkiye Dergisi*, 29(246), 9-18.
- Kennedy, M. & Leonard, P. (2001). Gentrification: practice and politics. Washington, DC: Local Initiatives Support Corporation Center for Homeownership and Knowledge Sharing Initiative.
- Kızıldaş, S. (2017). Mekân pazarlama yaklaşımıyla ülke ve şehir logolarının analizi. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 3(2), 214-229.
- Kotler, P., Haider, D.H. & Rein, I. (1993) *Marketing places*. Free Press, New York.
- Lees, L., & Ley, D. (2008). Introduction to special issue on gentrification and public policy. *Urban Studies*, 45 (12), 2379-2384. <https://doi.org/10.1177%2F0042098008097098>.
- Lees, L., Slater, T. & Wyly, E. (2008). *Gentrification*. Routledge, Londra.
- Ley, D. (1986). Alternative explanations for inner-city gentrification: a Canadian assessment. *Annals of the association of american geographers*, 76(4), 521-535.
- Liang, Z. X. & Bao, J. G. (2015). Tourism gentrification in Shenzhen, China: causes and socio-spatial consequences. *Tourism Geographies*, 17(3), 461-481.
- Logan, J.R. & Molotch, H.L. (2007) *Urban fortunes: The political economy of place*. University of California Press, Berkeley- Los Angeles:
- Lopes, A. C., Rodrigues, E. B., & Vera-Cruz, R. (2019). Tourism gentrification. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 471 (9).
- Lynch, K. (1960). *The Image of The City*. MIT Press, Londra.
- Marcuse, P. (1985). Gentrification, abandonment, and displacement: Connections, causes, and policy responses in New York City. *Wash. UJ Urb. & Contemp. L.*, 28, 195.
- Marcuse, P. (2015). “Terk etme, mutenalaştırma ve yerinden etme: New York City’deki Mekanizmalar”. Melike Uzun (çev.) N. Smith ve P. Williams (ed.) içinde *Kentin mutenalaştırılması*. (s. 207-237). Yordam Kitap, İstanbul.

Maurrasse, D. J., & Bliss, J. B. (2006). Comprehensive approaches to urban development: gentrification, community, and business in Harlem, New York. *Nw. JL & Soc. Pol'y.*

Meydan-Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.

Montgomery, J. (1998). Making a city: urbanity, vitality and urban design. *Journal of urban design*, 3(1), 93-116.

Moran, J. (2007). Early cultures of gentrification in London, 1955–1980. *Journal of Urban History*, 34(1), 101-121.

Negiz, N. (2017). Kentlerin tarihsel sürdürülebilirliğinde kültürel miras:  nemi ve değeri üzerine düşünmek. *Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 159-172.

Oğan, O. ve Yasak,  . (2020). Küreselleşme bağlamında mekânsal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmine etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (74), 97-105.

Oğurlu,  . (2014).  evre-kent imajı-kent kimliği-kent kültürü etkileşimlerine bir bakış. * stanbul Ticaret Üniversitesi*, 13 (26), 275-293.

Oshimi, D., & Harada, M. (2019). Host residents' role in sporting events: The city image perspective. *Sport Management Review*, 22(2), 263-275.

 m rg n ş en, U. (1990). Turizm ve  evre ilişkileri üzerine eleştirel bir bakış. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 31-34.

 rer, G. (1993).  stanbul'un kentsel kimliği ve değişimi. Yayınlanmış Doktora Tezi.  stanbul Teknik  niversitesi,  stanbul.

Öter, Z., ve  zdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes  rneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 127-138.

 zdemir, ř. ve Karaca, Y. (2009). Kent markası ve marka imajının  l  m : Afyonkarahisar kentinin kent imajı üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe  niversitesi  . .B.F. Dergisi*, 113,134.

 zkan,  . (2014).  stanbul için üretilen kentsel projelerin  stanbul kent imajına etkileri. Yayınlanmış Doktora Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı,  stanbul.

Özlem, D. (2000). *Kültür bilimleri ve kültür felsefesi*.  nk lap,  stanbul,

Palmer, C. (1999). Tourism and the symbols of identity. *Tourism management*, 20(3), 313-321.

Park, R. E. ve Burgess, E. W. (2015) *Şehir, kent ortamındaki insan davranışlarının araştırılması üzerine öneriler*. Heretik, Ankara.

Patton, M. Q. (2005). *Qualitative research*. John Wiley & Sons, Ltd., New York.

Priporas, C. V., Stylos, N., and Kamenidou, I. E. (2020). City image, city brand personality and generation Z residents' life satisfaction under economic crisis: Predictors of city-related social media engagement. *Journal of Business Research*, 119, 453-463.

Qazimi, S. (2014). Sense of place and place identity. *European Journal of Social Science Education and Research*, 1(1), 306-310.

Richards, G. & Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban studies*, 41(10), 1931-1951.

Saban-Ökesli, D. & Gürçınar, Y. (2012). An investigation of urban image and identity findings from Adana. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 37-52.

Sam, N. (2010). Soylulaştırma süreçlerine ekonomik bir yaklaşım: rant farkı. *Marmara Üniversitesi İİ BF Dergisi*, 29(2), 133-151.

Serter, G. (2013). Şikago Okulu kent kuramı: kentsel ekolojik kuram. *Planlama Dergisi*, 23(2), 67-76.

Sequera, J., & Nofre, J. (2018). New debates on touristification and the limits of gentrification. Shaken, not stirred. *City*, 22(5-6), 843-855.

Sezik, M. (2016). Kent kimliğinin korunması ve kentsel gelişimin sağlanması bağlamında yerel yönetimin önemi: Adıyaman örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 43-56.

Smith, N. (1978). Gentrification and the rent gap. *Taylor&Francis Online*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1987.tb00171.x>

Smith, N. (1982). Gentrification and uneven development. *Economic geography*, 58(2), 139-155.

Smith, N. (2006). Yeni küresellik, Yeni şehircilik: küresel kentsel strateji olarak soylulaştırma. *Planlama*, 13.

Smith, N. (2015). “Mutenalaştırma, sınır ve kentsel mekânın yeniden yapılandırılması”. Melike Uzun (çev.) N. Smith ve P. Williams (ed.) içinde *Kentin Mutenalaştırılması*. (s. 29-55). Yordam Kitap, İstanbul.

Smith, N. ve Williams, P. (2015). “Ortodoks yaklaşıma alternatifler: tartışmaya davet”. Melike Uzun (çev.) N. Smith ve P. Williams (ed.) içinde *Kentin Mutenalaştırılması*. (s. 1-26). Yordam Kitap, İstanbul.

Sönmez, B. (2014). Soylulaştırmanın yeni biçimleriyle yerinden edilmeyi yeniden düşünmek. *Planlama Dergisi*, 24(1), 42-53.

Sözen, E. (1991). Sosyal kimlik kavramının sosyolojik ve sosyal psikolojik bir incelemesi. *Istanbul Journal of Sociological Studies*.

Stefanou, J. (1992). “The contribution of the analysis of the image of a place to the formulation of tourism policy.” içinde *Tourism and the Environment* (s. 155-162). Springer, Dordrecht.

Şen, B. (2005). Soylulaştırma: kentsel mekânda yeni bir ayrışma biçimi. *İstanbul’da Kentsel Ayrışma Mekânsal Dönüşümde Farklı Boyutlar*, Haz. Hatice KURTULUŞ, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Tall, D., & Vinner, S. (1981). Concept image and concept definition in mathematics with particular reference to limits and continuity. *Educational studies in mathematics*, 12(2), 151-169.

Temurçin, K. ve Keçeli, K. (2015). Bir davranışsal coğrafya çalışması: Isparta şehri örneğinde uluslararası öğrencilerin kentsel mekân algısı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (36), 1-22.

Terhorst, P., Ven, J. & Deben, L. (2003). “Amsterdam: it’s all in the mix.” Hoffman L, Fainstein S, & Judd DR (eds.) içinde *Cities and visitors: regulating people, markets, and city space* (s. 75-90). Blackwell, Oxford.

Tolonguç, A. (1992). Tanıtım ve imaj. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 11-19.

Torabi, Z., & Sima, Y. (2013). Urban identity in the entrance of city. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 3(4), 47-54.

Turgut, H., Özalp, A. Y., ve Erdoğan, A. (2012). Artvin ilinde doğal çevrenin kent kimliğine etkileri. *Turkish Journal of Forestry*, 13(2), 172-180.

Utku, T. (2021). Bağlamsal soylulaştırma araştırmalarında yerel dinamiklerin etkisi: Nevşehir-Uçhisar Beldesi. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Utku, T. ve Uludağ, Z. (2021). Yerel bağlamsallığın soylulaştırma üzerine etkileri: turizm soylulaştırmasında Nevşehir Uçhisar. *İdealkent*, 12 (Kentleşme ve Yaşam Kalitesi Özel Sayısı), 355-384.

Uysal, U. E. (2006). Soylulaştırma kuramlarının İstanbul'da uygulanabilirliği: Cihangir örneği. *Journal of the Chamber of City Planners*, 2, 77-92.

Williams, P. (2015). “Mekansal yeniden inşa ile sınıf oluşumu. Avustralya, Britanya ve Birleşik Devletler'deki mutenalaştırmaya ilişkin bir yeniden değerlendirme”. Melike Uzun (çev.) N. Smith ve P. Williams (ed.) içinde *Kentin Mutenalaştırılması*. (s. 38-109). Yordam Kitap, İstanbul.

Yalçın, M. (2021). *Şehir markalaşmasında sosyal medya ve şehir imajı*. Eğitim Yayınevi, Konya.

Ziyaee, M. (2018). Assessment of urban identity through a matrix of cultural landscapes. *Cities*, 74, 21-31.

İnternet Kaynakları:

Bozcaada Belediyesi, 2022. (2022, 15 Haziran). Erişim adresi: <https://www.instagram.com/bozcaadabld>

Bozcaada Belediyesi, t.y. (2022, 8 Nisan). Erişim adresi: <http://www.bozcaada.bel.tr/bozcaada/bozcaada-hakkinda7>

Bozcaada Nüfusu, ty. (2023, 27 Haziran). Erişim adresi: https://www.nufusu.com/ilce/bozcaada_canakkale-nufusu

Bozcaada Turizm Master Planı 2018-2027. (2022, 10 Şubat). Erişim adresi: http://www.bozcaada.bel.tr/wp-content/uploads/2018_2027_Turizm_Master_Plan%C4%B1_Tasla%C4%9F%C4%B1-compressed.pdf

Brenna Darling, 2022. (2021, 13 Eylül). Erişim adresi: <https://wp.nyu.edu/as-journalofsca/2016/05/02/bushwick-is-over-the-contradictions-of-gentrification-for-the-creative-middle-class/>

BOZTİD, t.y. (2021, 29 Kasım). Erişim adresi: <http://www.boztid.org.tr/bozcaada-tarih-ve-mitoloji/>

Cambridge İngilizce Sözlük. (2021, 26 Ekim). Erişim adresi: <https://dictionary.cambridge.org/>

Çanakkale'nin Turizm Tarih ve Kültür Portalı. (2021, 27 Kasım). Erişim adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/canakkale/gezilecekyer/bozcaada-kalesi>

Halkla İlişkilerde İmaj yönetimi. (2021, 23 Ekim). Erişim adresi: https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/19_20_Guz/halkla_iliskiler_sm/5/index.html#konu-3

İstanbul AUZEF, 2022a. (2021, 12 Aralık). Erişim adresi: https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/ders/bitki_cografyasi/6/index.html

İstanbul AUZEF, 2022b. (2021, 12 Aralık). Erişim adresi:

https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/2021_Guz/cevre_sorunlari/1

Oxford English Dictionary. (2021, 2 Eylül). Erişim adresi: <https://www.oed.com/>

T.C Bozcaada Kaymakamlığı. (2021, 27 Kasım). Erişim adresi: <http://www.bozcaada.gov.tr/>

TDK. (2021, 10 Eylül). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>



EKLER

Ek Şekil 1

Etik Kurul İzin Belgesi



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma Etik Kurulu



Sayı : E-84026528-050.01.04-2200082321
Konu : Başvuru İncelenmesi

15.04.2022

Sayın Doç. Dr. Oğuz DİKER

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğunuz 2022-YÖNP-0319 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun almış olduğu 14.04.2022 tarih ve 08/19 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 19- Doç. Dr. Oğuz DİKER'in sorumlu yürütücülüğünü yaptığı “Turizm Hareketliliğinin Kent Soylulaşması Bağlamında Kent İmajı ve Kent Kimliğine Etkisi: Bozcaada Örneği” başlıklı araştırmasının, Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul ilkelerine **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Salih Zeki GENÇ
Kurul Başkanı

Belge Doğrulama Kodu: AAHMAPF

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi: dogrulama.comu.edu.tr

Adres: Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Yerleşkesi Çanakkale

Telefon No: (0 286) 2180018

e-Posta:

Kep Adresi: comu@hs01.kep.tr

Faks No:

İnternet Adresi: <https://www.comu.edu.tr>

Bilgi için :

Emine Ateş

Fen Bilimleri Enstitüsü Etik

Kurulu Menur

Telefon No:

(0 286) 2180018 - 1040



Ek Tablo 1

Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Kişisel bilgiler;

Cinsiyet:

Yaş:

Meslek:

Eğitim durumu:

Bozcaadalı mısınız?

Kaç yıldır Bozcaada'da yaşıyorsunuz?

Soylulaştırmaya dair sorular;

1. Bulunduğunuz süre içerisinde Bozcaada'nın fiziki çevre ve altyapısında değişiklik gözlemlediniz mi?
2. Sizce buradaki yapılar turizm için mi ticarileştirildi?
3. Yaz sezonunda ada nüfusunda bir artış oluyor mu?
4. Otel, restoran ve eğlence işletmeleri gibi turistik işletmelerin kamusal alanda çok yer kapladığını düşünüyor musunuz?
5. Bozcaada'ya gelen turistlerin özelliklerinden bahseder misiniz? Yerel halk ve turistler arasında farklılıklar var mı?
6. Arsa-konut fiyatları, kira fiyatları ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik düşünceleriniz nelerdir?
7. Turistlerin ve işletmelerin; suç oranları, gürültü, çevre kirliliği, trafik sorunu gibi etkilerini gözlemliyor musunuz?
8. Eski komşuluk ilişkileriniz ile şimdiki komşuluk ilişkilerinizi nasıl karşılaştırırsınız?
9. Oluşan şartlar nedeniyle, adalıların buradan taşındığı oldu mu? Kalanlar ve gidenler açısından bunu değerlendirir misiniz?

Kent kimliğine dair sorular;

10. Bozcaada'yı üç kelime ile nasıl anlatırsınız?
11. Kimler adalı olabilir?
12. Size göre adalılık/ adalı olmak nedir?
13. Kendinizi Bozcaada'ya ait hissediyor musunuz?
14. Eski Bozcaada'yı nasıl tanımlarsınız?
15. Adanın özgün kimliğini kaybettiğini düşünüyor musunuz? Bozcaada'nın eski ve yeni hali hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Kent imajına dair sorular;

16. Bozcaada denilince aklınıza ilk ne geliyor?
17. Bozcaada'nın güçlü imajının kaynağı sizce nedir?
18. Bozcaada'da hangi çekicilikler ön plana çıkıyor?
19. Bozcaada'yı diğer kentler ile kıyasladığımızda, sizin için kentin hangi olumlu yönleri ön plana çıkıyor?

Aysu ŞAHİNTEPE

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi LEE Turizm İşletmeciliği A.B.D

Ek Şekil 2

Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Metni

BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ ONAM METNİ

Sizi Aysu ŞAHİNTEPE tarafından yürütülen “Turizm Hareketliliğinin Kent Soylulaşması Bağlamında Kent İmajı ve Kent Kimliğine Etkisi: Bozcaada Örneği” başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı; araştırmacı gözlemi doğrultusunda Bozcaada’da yaşanan turizm soylulaşmasını ölçmek ve kent kimliği ve kent imajı üzerindeki algıları tespit etmektir. Araştırmada sizden tahminen 15-20 dakika ayırmanız istenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 30 kişi katılacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamamızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

☐ Araştırmaya katılmayı kabul ediyorum.

☐ Araştırmaya katılmayı kabul etmiyorum.

Aysu ŞAHİNTEPE

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği A.B.D

Ek Tablo 2

Soru Bazında Katılımcı Görüşleri

SORU 1: Bulunduğunuz süre içerisinde Bozcaada'nın fiziki çevre ve altyapısında değişiklik gözlemlediniz mi?

K1: Gözlemledim, her geçen gün bozuluyor. Çok fazla ev yapılmaya başlandı ve bazı evler mimariye uygun değil, benim gördüğüm kadarıyla. O yüzden bozulmaya başladı. Turizmin patlaması, daha tanınır bir yer olması adaya artısıyla beraber eksiler getirdi.

K2: Bazı değişiklikler oldu tabi ki. Yapılaşmada, peyzajda, altyapılarda oldu. Kentsel gelişimde de elektrikleri yer altına aldık, altyapı yaptık, kanalizasyon yaptık. Eskiden bunlar yoktu. Karşıdan denizin altından su getirdik, elektrik getirdik, iskele yapıldı. Bunlar hep benim zamanımda ve benden önceki zamanlarda yapıldı, 90-94'lü yıllarda.

K3: Evet, baya bir değişiklik var Bozcaada'da. Birçok şey değişti daha modernleşti. Eski halinden eser kalmadı gibi bir şey.

K4: Tabi ki değişiklikler oldu. Gelişmeler oldu. Altyapısında bir değişiklik olmadı bu sene yapılıyor ama. *(Ne gibi değişiklikler oldu?)* Peyzajla ilgili bir şeyler değişmedi, yani yapılacağı hep söyleniyor ama hep aynı. Onun dışında gelişmeler tabi ki kentsel açıdan oldu.

K5: Evet. Son yıllarda her şeyi düzenlemeye aldıklarından daha düzgün bir Bozcaada olmasını sağlıyorlar.

K6: Hiçbir şey olmadı Bozcaada'da. Yıllardır aynı. Bağ evleri filan oluyor, şu an için imara da kapalı tamamıyla ada.

K7: Fiziki çevresinde var. Bazı yerlerin imara açılması durumu var, orada betonlaşma var. Eski yapılar çoğunlukla mesela dam olan yerler, virane yıkılmış evler pansiyon ve otel yapıldı tekrardan.

K8: Olumlu yönde hayır. Yani herkes kendi kafasına göre bir düzenleme yaptı aslında, hani çok da kaidelere uyduğunu söylemeyeceğim. Turizm için kısa mesafede kat edilecek şeyleri kat ettiler. Uzun vade olarak düşünülmedi de kısa bu yazı kurtarmak amaçlı, önümüzdeki sezon Allah kerim. Altyapı, su hatları daha yeni değişmeye başladı. İnşallah biter, pek umudumuz yok ama.

K9: 2-3 seneden beri daha yoğun burası. Daha önce, 3 sene öncesi filan daha sakindi. Ulaşım daha kolaydı şimdi bu sene deniz olayı filan tamamen bizi engelledi. Havaalar

olsun, kaptanın kendi kullandığı şey olsun o yüzden çok sıkıntı oldu bu sene. **(Konut satın alıp onları iyileştirenler oldu mu?)** Tabi ki. İstanbullular mesela eski bir binayı yenileyip ev ya da otel yapıyorlar, onlar var.

K10: Çok fazla yapılaşma var ya da ben burada kaldıkça dikkatimi çekmeye başladı. Mesela Akvaryum koyunda Eti'nin yaptığı Akvaryum Evleri var. Bir kapanıyor bir açılıyor, çok gereksiz bence. Bazı otellerin de plaj yapma sevdası Bozcaada'yı bozuyor. Bıraksanız her yeri otel yapacaklar, bence böyle olamamalı. Bu bile çok. Mesela burada otel olmamalı, pansiyon ve bağ evi olmalı.

K11: Özellikle 10-15 yıldan beri turizmin belirlediği değişimler yaşandı. Çok fazla tesis oldu, çok fazla işletme oldu. **(Mimari düzenlemeler, restorasyon ya da altyapı ile ilgili gözlemlerinizi oldu mu?)** Onunla ilgili çok bir şey söyleyemem ama işletme açısından, tesis açısından çok daha fazla olmaya başladı.

K12: Gözlemledim. Benim babam 1950 yılından beri Bozcaada'da inşaat ustasıydı. Çok uzun yıllar inşaat ustalığı yaptı. Biz ailecek inşaatçıyız. Dolayısıyla oradaki bütün tamiratlara, özellikle 1990'lı yıllara kadar, bütün inşaat işlerine biz baktık. Bir rahmetli babam vardı inşaat ustası, bir de Rumlardan onun emsali Foti usta vardı, ondan önce de Todî usta vardı, babamın ustası sayılabilecek. Böyle birkaç ustayla birlikte 90'lı yıllara kadar Bozcaada devam etti. Bozcaada'da daha çok ne olur? Sıfır evden ziyade taş duvar onarımı, çatı aktarması olur, bunlar rutin işlerdir. Daha sonra özellikle 1977'den sonra Bozcaada'ya ilk gelen İstanbullular, şu an Ayazma ve Sulu Bahçe'nin yanında olan bir Doktorlar Sitesi var, oraya geldi. Buraya gelenler İstanbul, Çapa ve Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nin hocalarıydı, profesörlerdi. Buraya yazlık tatil köyü kurdular, o zaman yollar falan şimdiki gibi değildi, gemi de yoktu. Buranın inşaat işlerini biz yaptık. Ben babamın yanında yetiştim, abim ustadır, babam ustadır. Bir fiil ben bunu gözlemledim. İlk gelenler daha turizm çıkmadan önce yazlık amaçlı evleri aldılar, ucuza aldılar ve restore ettiler. Fakat Bozcaada'da benim gördüğüm özellikle 1980'li yıllardan sonra biraz gelenler adayı kıpırdattılar Uğur Dünder, Ayşe Tunalı, Haluk Şahin gibi. Bu ilk gelenlerin çok büyük faydaları oldu. İnşaat sektöründe özellikle bize bakış açısı kazandırdılar, eskiyi korumak adına. Daha sonra hükümetinde desteğiyle Bozcaada koruma altına alındı. Bu bizim işimize geldi fakat bu insanlar da güzel paralar vardı. Bunların paralarıyla örnek evler yapıldı. Daha sonra 90'lı yıllara doğru yeni yeni pansiyonculuğa geçtiler. İlk pansiyonları açanlar da İstanbullulardı. Bizim her ne kadar bu işi adalılar yapsa bile adalılar daha çok yöresel imkanlarla yapıyor, evinde üç oda var

banyo tuvalet ortak filan. Gelen İstanbullular bu işi de görenler güzel örnekler yaptılar. Bunlara baka baka şu an eğer Bozcaada mimarisi korunduysa bu dışarıdan gelen artı değer katan insanların da çok emekleri var. **(Kent içerisinde mimari değişimler oldu mu?)** Tabi tabi. Zaten Bozcaada'nın kendine özgü bir mimarisi vardı. İskeleden indiğiniz zaman Ayazma 'ya doğru giden şehri ikiye bölen asfalt bir yol var şu anda şehir merkezinde. Gemiden indiğiniz zaman sağ tarafınız Rum mahallesi, bu yolun sol tarafı Alaybey Mahallesi yani Türk mahallesidir. Bizim Alaybey mahallesinin evleri daha çok taş duvar üzerine, ikinci kat ahşap cumbalı o tür Osmanlı mimarisini andıran evlerdi, benim çocukluğumda da öyleydi. Rum mahallesindeki evlerin mimarisi ise tamamen taş duvar, bitişik nizam, arkada bahçesi bulunan, yerleşim olarak düşündüğünüzde evlerin köşelerinin birbirini 90 derece kestiği evlerden oluşmaktadır. Bizim Alaybey mahallesinin evleri daha böyle bir dağınıktır, boş alan çoktur, poyraza karşı geldiği için de zamanla bu cumbadan vazgeçtiler, şu an hala olsa bile onlar da taş duvar işine girdiler.

K13: Son senelerde adada çok değişiklikler oldu. Daha evvelki belediye başkanı zamanında kanalizasyon yapıldı, şimdiki belediye başkanı herhalde arıtmayı bildiğim kadarıyla kurdu ve şu anda da merkezdeki su boruları değişiyor. Gemiyle ilgili sadece GESTAŞ var zaten, feribot kullanılıyor. Yapılarda daha evvel 2 kattı imarlar, şu anda tek kata düştü. Eski evler devlet destekli olarak yeniden tamir edildi, restore edildi.

K14: Çok değişti. Kültürel yapısı, sosyo-ekonomik yapısı, mimari dokusu her şeyi tamamıyla değişti. Bozcaada'nın temel sorunlarından bir tanesi zaten hiçbir zaman kimliğini bulamamıştır. Mimari dokusu olarak yeni yapılaşmalara baktığımda Bozcaada ile alakası olmayan yapılar yapılmaya başlanmış. Eski cumbalı-ahşap altı taş bina olan konutların yerine hepsi ticaret amaçlı pansiyon tarzına çevrildiği için kutu kutu evler, ne olduğu belirsiz evler yapılmaya başladı. Biz 14-15-20 metrelik teknelerle yolculuk yapıyorduk. Zaman içerisinde çıkartma gemileri arkasından 4 kuleli bir gemi arkasından büyük gemiler geldi. Büyük gemiler bizim için hep hayaldi, e tabi günümüz şartlarında teknoloji ilerledikçe Bozcaada'nın ulaşımı da daha kolaylaştı.

K15: Tabi ki. Sürekli gelişmekte, oteller pansiyonlar yapılmakta peyzaj olarak değişmekte. Ulaşım yönünden ise kışın sıkıntılarımız var. Lodos havada özellikle gemi geçmiyor çünkü bazen acil işlerimiz oluyor ama yapamıyoruz işte. Ulaşım konusunda biraz özellikle kış aylarında sıkıntı çekiyoruz.

K16: Tabi değişiklikler oldu. Çevre konusunda değişiklikler oldu, yapılaşmalar oldu, yeni yapılar var. Genelde Rum mahallesindeki ve Türk mahallesindeki yapılarda restorasyon oldu. Altyapı olarak ulaşım aynı bir değişiklik yok. Zaten buraya ulaşım sadece tekne ve botla olduğu için eski feribotlara göre iyi mesela eskiden daha küçük gemilerle günde 2 defa giderken şimdi ulaşım konusu daha kolay.

K17: Tabi ki birçok değişiklik oldu. Bozcaada bulunduğumuz zaman içerisinde elektrik, su bu tip işlemler altyapıya alındığı için yollar değişti. Bundan 20 sene önce Arnavut kaldırımları vardı orijinal bugün hepsi mezar taşı oldu bana göre bir binayı yaparken bile bu kadar kurulu çevreyi ve her şeyi korurken o Arnavut kaldırımları da korunmalıydı mesela, bunların hepsi gitti. Yapıların hepsi iyileştirildi, her sokakta en az 10 ev varsa 5-6'sı yıkılıp yeniden yapıldı veya tadilat gördü, hepsi yenilendi.

K18: Tabi gözlemledik. Önceden iki tane mahalle vardı burada Cumhuriyet mahallesi ve Alaybey mahallesi, işte Cumhuriyet mahallesine Rum mahallesi denir, Alaybey mahallesine de Türk mahallesi denir halk dilinde. Sonrasında adanın dışında yapılaşmalar oldu, bağ evleri arttı, biraz adanın dışında farklı inşaatlar oluştu. Biraz gelişmeler oldu tabi ki ama çok fazla oldu mu derseniz, hayır çok fazla olduğunu diyemeyiz. *(Altyapı?)* Altyapıda iyileştirmeler işte son dönemlerde yapılıyor bir şeyler, bir su arıtma cihazının yapılması çok güzel oldu, şimdi tamamen yerin su altyapısı değiştiriliyor belki biraz gecikti ama şu anda bunlara başlandı, güzel.

K19: Tabi 15 sene içerisinde gözlemledik. Özellikle üstyapı olarak tadilat yapılan, restore edilen evler var. Merkez dışındaki arazilerde izni ve projesi alınmış olan yerler imara açıldı ve bina, pansiyon veya otel yapıldı. Bu son dönem şebeke suyu altyapı çalışması var, görmüşsünüzdür. Onun dışında 6-7 sen önce Poyraz Limanı mevkiinde arıtma tesisimiz yapıldı, eski belediye başkanı önderliğinde. Onun dışında göze çarpan aman aman şeyler yok ama tadilat hep var adada bilhassa ilçe merkezinde tadilat ve restorasyon devamlı var.

K20: Tabi ki. Turizmin başlamasıyla hızlı bir değişim süreci oldu hem altyapıda hem üstyapıda her yerde görebiliyoruz zaten. Eski binaların hemen hemen hepsi yenilendi diyebiliriz bu süreçte.

K21: Tabi ki. Olumlu yönde de olumsuz yönde de kentsel bir yapılaşma var. Restorasyonlar güzelleşiyor, kaçak yapılaşma şehrin dışında biraz var onun dışında gayet güzel iyi gidiyor.

K22: Tabi o zamandan bu yana çok değişiklikler oldu. İnsanlar değişt i en büyük sorun toplum değişt i. Yapıların onarılması oluyor da biz eskiye uygun yapıyoruz ama o ekseriyetle olmuyor, herkes senin gibi düşünmüyor. Altyapıda ise şimdi su oluyor, elektrik kabloları aşağıdan geçiyor. Belediye bu senede direkleri değiştiriyor, kanalizasyon ve su boruları yapıldı.

K23: Yok fazla gözlemlemedim. Burada halk kendisi yaparsa vatandaş yaparsa bir şeyler oluyor, şimdiye kadar korunuyordu ama son yıllarda iyice kötüye gidiyor. Betonlaşma oldu. Belki de belediye başkanı değişt i diye mi neden bilmiyorum ama bence bozulmaya başladı eskiden daha iyiydi.

K24: Altyapı zaten yetersiz, yazın yüz binler geliyor buraya ama kışın sadece yüzler yaşıyor. Tabi ki geçmişte burada yaşayan halka göre yapılmış bir altyapı var burada ama turizmle bir patlama olayı da var burada. Özellikle Temmuz Ağustos'ta 170-180 bin turist geliyor. E bu altyapı neyi kadar kaldırır? Ada yaşamı zor. Yapılan tek şey ticari amaçlı zaten burada 10 tane inşaat yapılıyorsa 9 tanesi otel amaçlı, konut anlamında yapılan hiçbir inşaat yok burada maalesef.

K25: Yazın gemi saatleri çok oluyor işte kışın az oluyor. Son yıllarda betonlaşma fazlalaşıyor Bozcaada'da.

K26: Kısmen. Kısmen altyapıda değişiklikler oldu ama yeterli olduğunu düşünmüyorum tabi ki. Yollar yapıldı, altyapıda birtakım değişiklikler oldu bir dönem, tatlı su geldi ama bunların üzerinden çok yıllar geçti ve şu anda tekrardan bir yenilenme başladı. Fakat şu anda yapılacak olanın da yeterli olmayacağını düşünüyorum. Bozcaada'daki yapılar 2 kattan fazla değil gördüğünüz üzere, ona uygun hareket etmeye çalışıyorlar onun da doğru orantıda ilerlediğini düşünüyorum.

K27: Pek olmadı genelde kaldırımlar ve çiçekler oldu. Fiziksel yapısında bir farklılık yok, şu anda altyapı çalışması yapılıyor. Altyapı çalışması biterse güzel olacak. Yapıları iyileştirenler oldu.

K28: Tabi ki gözlemledim. Örneğin kent iç i çok değişt i. Turizm art tı kça evler onarıldı, restore edildi sonrasında duvarları, çatıları olsun onarılıp otel olarak kullanılan ya da sıfırdan inşa edilip otel olarak kullanılan yapılar oldu. Bu evler genelde gördüğünüz gibi ada ruhunu yansıtan renklerde boyandı bu da adaya şirin bir hava kattı. Adanın dışında ise genelde İstanbullu dediğimiz kesim bağ evi adı altında evler yaptı ya da arsa aldılar içine bir karavan attılar. Altyapıda ise çok eskiyi bilmiyorum ama şu anda yapılan bazı çalışmalar var suyla ilgili. Ulaşım da ise eskiyi anlatanlar çıkartma gemileri olduğunu

filan söylüyor ama günümüz şartları tabi her şey değişti. Sadece sefer saatlerinde veya iptallerinde sorun oluyor o kadar.

K29: E tabi, su şebekesi yoktu mesela şimdi karşıdan su geldi Bozcaada'ya. Elektrik jeneratörü vardı saat 23.00'da veya gece 01.00'de sönüyordu jeneratör, karanlıkta kalıyorduk. Şimdi artık elektriğimiz de suyumuz da karşıdaki sahilden geliyor, deniz altından. Peyzajlarda değişiklikler var şimdi, şu anda da çalışma aşamasında zaten yollar filan.

K30: O zamanlar adada boydan boya taaa askeriye kadar bir çukur vardı, kanal. Açıktı kanal. Ezine'den düğüncüler gelmişti o zaman, düğün için, kimileri sarhoştı. O zaman da Rum mahallesinden Türk mahallesine kalaslar ile geçiliyordu karşıya. Adam oraya düşmüş, 3 metre de derinliği vardı. Kanal kalenin dibine akıyordu, kalenin dibinden ölüsünü çıkardılar adamın. Ondan sonra orası kapandı. Evler de bir değişiklik olmadı, çünkü adanın ne kadar yeri var? Evleri anca içinden dışından tamir ettiler, bahçeyi çiçeklendirdiler. Sit alanı zaten elleme imkânın yok.

SORU 2: Sizce buradaki yapılar turizm için mi ticarileştirildi?

K1: Evet turizm için ticarileştirildi. Herkes evini, barkını otel yapmaya başladı.

Dışarıdan gelen yatırımcılar var, turizm amaçlı geliyorlar.

K2: Yani şöyle, 1999-2000 yılından sonra Bozcaada'da bağcılıktan sıkıntılı günlerimiz olduğundan dolayı üzüm para etmemeye başladı. Şarapçılık geri gitmeye başladı. Onun için ada halkı turizme yönelmeye başladı. Aslında para kazanmak için yaptık turizmi ama tabi bu arada bağcılıktan elde ettiğimiz şarabı, reçeli, pekmezi satmak için bir pazar turizm. Bu yüzden ondan da istifade ettik ama tabi ki zarar da gördük. Turizm güzel para getiriyor ama yanında birtakım sıkıntıları birtakım yanlış şeyleri de getiriyor. Abuk sabuk insanlar geldi, çok hızlı gelişti ayak uyduramadık, kalabalık oldu yani istediğimiz bir turizmi elde edemedik. Çünkü insanlara sen gelme sen gel diyemiyorsun, paralı gel parasız gelme veya çöpü atmayan gelsin atan gelmesin diyemiyorsun. Böyle bir şansımız yok. Onun için günübirlik turizm bizi yıktı. Aslında tabi malımızı satıyoruz, şarabımızı satıyoruz burada. Arkadaşlarımızın lokantası var, kimisinin otelleri var, para kazanıyoruz kazanmıyoruz değil ama işte yanında da birtakım sıkıntılı işler geliyor. Olaylar oldu, birkaç tane çocuğumuz öldü burada. Bunlar turizmin getirdiği sıkıntılı durumlar. *(Konut sahipleri konutlarını turizm için kullanıyor mu?)* Kullanıyor, hepsi kullanıyor. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)* Var, dışarıdan da gelen otelciler var. Ada çok alternatifli bir yer. Ada küçük bir ilçe gibi gözüküyor ama aslında popüler,

dünyada da popüler. Benim zamanımda Ege Adalarında yarışma yapılıyordu 10 ada arasında, Mikonos ve diğer adalar gibi Bozcaada da dahildi bunlara. Biz iki üç sene dördüncü seçildik, iki sene birinci seçildik. Ege’de 10 ada arasında birinci seçildi Bozcaada. *(Neye göre seçiyorlardı?)* Turizm acenteleri neye göre seçiyorsa; altyapı, temizlik, doğallık, insan gelişine filan onlara bakıyorlardı herhâlde bilemiyorum. 2021’de gezilebilecek, orijinalliğini bozmayan, doğasını bozmayan 10 ada içerisinde yine seçildi. Ama yine de iyi ada, şu anda elimizden biraz kaçırdık biraz istediğimiz gibi tutamıyoruz. Çünkü insanlar geldiği zaman değiştiriyor seni. Yani biz ada insanı olarak da satıyoruz, satınca başkası geliyor. Satmadan durabilirsek. Beş tane bağımız var ikisini satıp otel yapıyoruz, ikisini satıp Çanakkale’den ev alıyoruz. O gelenler de adayı tanımıyor. Yani adanın kültürünü, geleneğini bilmiyor, bilse de işine gelmiyor. Kimileri koruyor, koruyucu hakikaten çok iyi davranıyor ama kimileri de rant için geliyor. O işte sıkıntı bizim için.

K3: Evet, o kesin. *(Konut sahiplerin konutlarını turizm için kullanıyor mu?)* Tabi ki. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar turizm amaçlı mı?)* Tabi, aynen öyle.

K4: Tabi ki. Burada maalesef şöyle bir şey var konut olarak aslında kullanılması gereken birçok yer sezonda pansiyon olarak verildiği için mesela şu anda Bozcaada’da bir ev sıkıntısı var. Ama sezonda konutlarını, aslında yasadışı olarak yapıyorlar bunu legal bir şey değil, çok daha yüksek paralara kiraya verdikleri için sezon dışı kiraya vermek istemiyorlar. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar?)* Var tabi ki. Sadece turizm için. Onlar zaten 3 ay buradalar sonra gidiyorlar.

K5: Daha çok kendileri için. *(Konut sahipleri konutlarını turizm için kullanıyor mu?)* Tabi ki. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar?)* Daha çok paralarına para katmak için geliyorlar. *(Turizm aracılığıyla mı?)* Evet. Yani çıkarları neye yarıyorsa onu yapıyorlar, ada için çok fazla bir şey olduğunu düşünmüyorum.

K6: Hepsi. Konutlar bile evler bile otel, pansiyon oldu. Dışarıdakiler de paraya geliyor. Turizm için geliyor kışın gidiyor, üç ay kazanıyor parayı gidiyor.

K7: Tabi tabi turizm için. Burada insanların %80’i evlerinin bir odasını dahi olsa kendine ayırdı ve geri kalanını pansiyon yaptı. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)* Var, çok var. Turizm amaçlı para kazanmak için geliyorlar.

K8: Tabi. Bir tane odası bile olan ticarethaneye çevirmeye çalışıyor, rant var çünkü. Mevsim çok kısa, başka bir kazanç alanı çok fazla yok maalesef. Diğer türlü göç oluyor zaten. Hem onu engellemek amaçlı hem de kısa yoldan para kazanmak amaçlı herkes bir

odası dahi olsa pansiyona vermeyi ya da ticarethane olarak kullanmayı düşünüyor.

(Dışarıdan gelen yatırımcılar?) Geliyor. **(Turizm amaçlı mı?)** Görüntü öyle, turizm amaçlı. Konut satın alıyorlar işte kimi restoran kimi otel.

K9: Evet turizm için para için genellikle. Çok nadir adayı sevip de yaşamak için yaptıran çok nadir yani. Bağ evlerini tercih ediyorlar çünkü İstanbul'un trafiğinden bıkmıyorlar işte buraya geldikleri zaman sakin huzurlu bir hayat istiyorlar o yüzden bağ evlerini tercih ediyorlar ada dışında. Bizim arkadaşlar da var burada İstanbul'dan gelen, işte İstanbul'da komşuluk yok buraya geliyoruz hani kapımızı çalan biri var, nasılsın diyen biri var diyorlar. **(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)** Turizm için geliyorlar ama hepsi için iyi bir şey söyleyemem. İyileri de var kötüler de var. Ada esnafının kuralları vardır, bunlar torpille de olsa şeyle de olsa bunları yıkabiliyorlar mesela. Hani bize uymayan şeyler olabiliyor bazen. **(Yasal boyutta mı?)** Evet evet aynen. Hani diyelim bizim sokakta bir esnaf grubu vardır, kahvaltılık restoran, gözlükçü. Bizim sokak öyle bir sokak. Biz hepimiz birbirimize saygılıyızdır, birbirimize sayı gösteririz. Bazılarında diyorum o yok. İstanbul'dan gelip de böyle işletme açanlar da o yok diyorum yani. Adaya geldiler ama kendilerine göre yapmaya çalışıyorlar bazı şeyleri. Kendi kurallarını yapmaya çalışıyorlar o zaman sıkıntı oluyor. **(Yerel halkı baskılıyorlar mı?)** Yo baskılayamıyorlar, yerel halk da haklarını korumayı biliyor.

K10: Ticaret için, turizm için. Turizmden öte tamamen para kazanma. Bu böyle olsun hizmet verelim diye değil, tamamen para, evet iyi çalışan işletmeler de vardır ama buranın amacı tamamen para insanları birazcık olsun düdükleme. Çok iyi esnaf var ama 10 taneden 2-3 tanedir. Paraya düşkün insanlardır hemen hemen. Burada daha önce Bartur'a gitmiştik biz. Orada bir bayan kendi evini kiralyor, kendisi de annesinin ya da kayınvalidesinin evine taşınmıyor. Baktığınızda bunu da hoş görmek lazım 3 ay sezon var burada. Geçinmek zorundalar insanlar ya da eşleri Çanakkale'ye gitmek zorunda, onlarda bir şekilde çözüm buluyorlar.

K11: Şu anda adada resmi yatak kapasitesi 4 bin civarında. Fakat biz yaz sezonunda yaklaşık 20 bin misafir ağırlayabiliyoruz. Bu 4 bin resmi yatak haricindeki diğer kalan kısımda ise herkes kendi evlerini, yaşadıkları yerin bir odasını ya da iki odasını, üç odasını ya da tamamen ev olarak pansiyona otele çevrilmiş durumda şu an. **(Dışarıdan gelen yatırımcılar?)** Var evet. Son yıllarda Bozcaada çok fazla el değiştirmeye başladı. Bozcaadalıların kimileri halen daha işletmeciliğe devam ediyor ancak çoğu kiralama ya da satma yoluyla el değiştiriyor.

K12: Evet, neredeyse hepsi kullanılıyor. Şimdi bu işte de şöyle bir durum var, görüldüğü gibi değil. Zaten Bozcaada'nın kentsel merkezi üçüncü derece sit alanıdır. Sizin yapabileceğiniz çok belli tip projeler var. İki kat veriyor, yer altına da bir kat bodrum veriyor, ortalama kot yüksekliği bir metre bunun üzerine vermiyor. Çatının, pencerenin ölçüsü bellidir. Bunların içerisinde sizin seçme şansınız çok az. Dış kaplama da bazı yapılar da cumba gibi sıvalı şeklinde veya beyaz boya yapabiliyorsunuz ya da bunu ahşap yapabiliyorsunuz. Betonun üzerine yani tamamen ahşap yaptırmıyorlar. Burada büyük bir gelişim değişim oldu ama eskiden de böyleydi burası, eskiden gelen zenginlerin evleri böyleydi, bu biraz para olayı. Yani bundan 50 yıl önce de böyleydi, parası olan evi çok güzel yaptırıyor ama parası olmayan yaptırmıyordu. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)* Çok fazla var. Özellikle 90'lı yılların sonunda İstanbul'da evler ve arsalar güzel para etti. Yani kabaca söylemek gerekirse, adam İstanbul'daki iki tane 3+1 evini sattı Bozcaada'dan bir tane iki tane yer aldı bunları çok güzel oteller haline getirdi ve kazandığı paralar da muazzam. Şimdi benim burada gördüğüm sorun şu, buraya yerleşen kışın kalan da İstanbullular var zaten bu 30-40 yıllık bir sirkülasyon. Şu an zaten adada ben çoğunu tanımıyorum, hepsi de adalı olduklarını iddia ediyorlar, doğrudur 20-25 yıldır adalıdır, ben Bozcaada doğumluyum gençliğim burada geçti çoğunu tanımıyorum. Demek ki 90'lı yıllardan sonra oldu. Bir de mahallelerimiz farklı yoğunlukla, Rum mahallesinde biz çok yaşamadık. Oranın belirli bir insan yapısı oluşmuş, bunlar adalı oldukları iddia ediyorlar, doğrudur. Çünkü adada oturuyor adaya değer katıyor ve buradan iyi para alıyorlar. Bakın buradan kazanan paraları şöyle anlatayım, hiçbir ev kirasıyla alamazsınız. Rahat rahat oradan gelen para pansiyon ya da otel olarak işletirse, ki ortalama 10 odalı bir yer düşünelim, ayda en az 30 bin TL-40 bin TL'ye gelir. O yüzden şu anki ölçüde bu insanları hakir görmemek lazım. Kamuoyunda tartışmalar çıktı, yok ada da ev bulamıyoruz yok öyle şöyle. Ben şöyle anlatayım 1994 yılında ilk Emlak Bankası Evleri açıldığı zaman inşaat başladı, şimdi Baytur Evleri'dir Bozcaada'nın çıkışında en sonda sağ tarafta. Ada da ev sorunu o zamanda vardı, ada da ev sorunu var. Hatta ada da para hep döner, şu an turizm ile dönüyor, tarihin her döneminde ada da büyük paralar olmuş. Osmanlı ve ondan önceki dönemde de şarap ticareti, üzüm bağları muazzam gelir sağlamış, şu anda da var. Ben insanların hep kendi açısından baktığını düşünüyorum. Şimdi diyelim sizin burada bir eviniz var, imar durumu da otel yapmaya müsait, 10 tane oda aldınız yaptınız belli bir masraf ettiniz ve yıl sonunda size 700 bin TL para kalıyor. Şimdi kimse gelip de şunu

diyemez, vay efendim insanlar evsiz sen bunu tut kiraya ver ayda 3 bin TL, yılda 30 bin TL 20-30 kat fark var arada. Çünkü eskiden de İstanbulluların ticari olarak yaptıkları çok büyük paraları kazandılar, biri iki yaptılar. Bazı işte ada da ekonomik durumu olmayan, şekilde görüldüğü gibi ben, mesela otelimi yeni yapabildim. Arsam var ama benim onu yapabilecek gücüm yok. İşte 30 yıl sonra biz tuttuk o arsamızın üzerine 10 odalı bir otel yaptık, artık kaç yıl sürer 2-3 yılda borcunu kapatırız ama benden sonra gelecek neslin yani kızımın kaderi değişti. Şimdi bana hangi akıllı çıkacak diyecek ki, sen bu oteli yapma burada ev sorunu var bunu kiraya ver aylık 3 bin TL'ye, böyle bir şey mümkün değil.

K13: Kullanılıyor. İlk baştan insanlar buradan ev olarak almış ama sonra pansiyona çevirdiler gelir sağlamak amacıyla. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar oldu mu?)* Adam bağ evi alıyor sonra onu pansiyona çeviriyor.

K14: Evet. Şimdi çok güzel bir soruya değindiniz, Bozcaada'da artık halk kendisi yapmış olsa turizmi sıkıntı yok ama bir emlak patlaması olduğundan dolayı çoğu yerli yerlerini satmıştır, binalarını filan. Dışardan gelen vatandaşlarımızın da hepsi ticaret amaçlı bakmıştır ama kimisi bağ evini pansiyona çevirmiştir, kimisi şehir içindeki binaları pansiyona otele çevirmiştir.

K15: Tabi. Hepsi turizm için. Genellikle turizm için evler otele dönüyor, boş arsalar komple otele, restorana dönüyor. Komple turizme yönelik artık hepsi. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)* Var, turizm amaçlı.

K16: Ticarileştirildi tabi. Dışarıdan gelen yatırımcılar da var, adalı yatırımcılar da var herkes turizme döndü. Bizde kendi yaşadığımız evi otele çevirdik geçim kaynağı olarak turizme yöneldik.

K17: Artık Bozcaada'nın tasarım merkezi tamamen turizm için bir hal aldı. Burası artık eski yaşam şehri, old city de diyebiliriz. Bundan dolayı da bütün evler dükkanlar olsun hepsi işletme haline geldi. Eskiden çarşı Bozcaada Çınar Altı idi. Bir anda bütün sokaklardaki evler ve dükkanların üstü otel haline geldi. Dışarıdan gelen yatırımcılar çok, turizm amaçlı gelen de çok. Konaklama amaçlı gelen var, sakinlik arayıp burada bir ev almaya gelen de var, çok bir şeyi olmayıp burada bir tarla alıp hafta sonları karavanıyla gelirim diyen de var her türlü yatırımcı geliyor.

K18: Kullanılıyor tabi. Genelde bu amaçla kullanıyorlar çünkü burası küçük bir belde. Ada geçim kaynağı çok önceleri tamamen bağcılık, balıkçılık gibi konularken son 20

yılda turizm arttı, herkes de konutlarını tabi ki otele pansiyona çevirdi ama bu baktığınız zaman Türkiye'nin her yerinde böyle ve bu tür işletmelerin de desteklenmesi gerekiyor.

K19: Tabi ki kullanılıyor. *(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)* Var tabi ki özellikle İstanbul olsun, Bursa ve Ankara olsun işletme sahipleri el değiştirdi. İster arsa olsun, ev olsun, eski ev olsun daha sonra tadilat yapıp küçük bir butik otel haline getirildi. Daha önce konut olarak kullanılan evler pansiyona dönüştü.

K20: Tabi turizm. İşletme ruhsatı olamayanlar bile şu anda turizmden faydalaniyor. Son 15 yıldır bayağı bir işletmelerin birçoğu dışarıdan gelen kişiler tarafından ya kiralanıyor ya da satın alınıyor ya da el değiştiriyor.

K21: Evet, hepsi turizm için kullanılıyor. Dışarıdan gelenlerin hepsi turizm için geliyor.

K22: Turizm için kullanıyorlar evleri. *(Konut sahipleri mi?)* Tabi. Dışarıdan gelenler de yapıyorlar. Bunlar artık pek kontrollü değil.

K23: Zaten herkes ev pansiyonculuğu yapıyor. Bu anlamda dersin turizmi herkes kullanıyor. Yani kayıtlı 4 bin kusurmuş 10 bin yatak kalıyor. Düşünsenize yazın nerede kalıyor bunlar? Kayıt dışı bir sürü işletme var. Maddiyata bağlı olduğu için dışarıdan daha çok yatırımcı geliyor. Çünkü bunu adalılar her ne kadar yaptıysa biraz da revaçta olunca fiyatlar anlamında evler filan her şeyin fiyatı artınca tabi dış yatırımcının da gözünü boyadı.

K24: Yapılar tamamen turizm amaçlı kullanılıyor. Dışarıdan gelen yatırımcılar var. Zaten Bozcaada artık ötekileşmiş durumda, adanın yerlisi kalmadı. Şu anda işletmelerin çoğunluğu İstanbul yerleşimli. İşte açıklıyorlar adanın nüfusu 3.200, tam olarak bilmiyorum ama bu rakamlara yakın, bunların içerisinde zaten 1.500'e yakını adaya sadece yazın ikamet olarak kullanıp kışın İstanbul kayıtlı vatandaşlar var, ticaret amaçlı yani ki burada kazançlarını vergi olarak da bırakmayan kişiler çoğu. Bu devlete veriyor tamam ama adaya bir katkısı bile yok bunun vergisi bile İstanbul'a gidiyor, oradan yatırıyor buraya bir katkısı yok.

K25: Ticari amaçlı genelde. Konut sahipleri konutlarını turizm için kullanıyor. Zaten şu anda turizmcilerin %70'i dışardan gelenlerdir, Bozcaadalı değildir.

K26: Çoğu yapı turizm yönünde değişti, evet kesinlikle turizm için ticarileşti. Konut sahipleri %80 oranında turizm amaçlı konutlarını kullanıyor, dışarıdan gelen yatırımcılar da var şu an %70 civarında.

K27: Turizm için bence. Konut sahipleri konutlarını kullanıyor zaten dışarıdan gelen yatırımcılar da var, işletmelerin belki yarısından çoğu dışardan gelen insanlar yani iş

kurmak için buraya geliyorlar otel alıyorlar ya da kiralyorlar mesleklerini burada icraat ediyorlar.

K28: Tabi turizm için herkes ticaret yapıyor adada. Yani baktığımızda insanların adada geçim kaynakları çok sınırlı zaten gençler desen bağıcılık yapmıyor, ki turizm hepsinden çok daha iyi bir gelir kapısı zaten niye yapmasınlar yani? Kim kazanabiliyor o kadar parayı 3-4 ayda? O yüzden 1 evi bile olan evinin 1-2 odası dahi olsa turistlere kiralyor. Kaldı ki zaten resmi kayıtlarda görünen otel sayısının daha az olduğunu söylüyorlar ama şu şehir için bir gezin bakın hepsi oteldir. **(Dışarıdan gelen yatırımcılar var mı?)**

Olmaz mı? Var tabi ki. Ada zaten yatırımcıların gözdesi oldu resmen. İnsanlar 2 trilyona burayı alıyorsa şimdi sat bana dediğinde 3 trilyon diyorlar yani rant var işte fiyatı kim neye göre belirliyor belli değil. Yatırımcılarda zaten turizm yapıyorlar, paralarına para katıyorlar işte. Parası olan için ada mükemmel bir yer.

K29: Çoğu millet zaten yeni pansiyon, otel yaptı. Bazıları da evini tadilat ettirip otelcilik ve pansiyonculuk yaptı. Dışarıdan gelip konut satın alan çok var. Şimdi bizim Bozcaada'da bir karış toprak altın değerindedir. Çünkü, talep çok arz az ve fiyatlar da astronomik.

K30: İnsanlar gerekirse kendileri terasa çıkıyor ve çadırdaki kalıyor. Evlerinin odalarını ise turistlere kiralayıp, kendi evlerinde onlara yemek çıkartıyorlar.

SORU 3: Yaz sezonunda ada nüfusunda bir artış oluyor mu?

K1: Oluyor, aşağı yukarı bayağı bir artış var, nüfusun 10 binlere çıktığı oluyor. **(Bu sizi rahatsız ediyor mu? Artışın kaynağı ne?)** Turizmden kaynaklı. Bu artış beni rahatsız ediyor ama oradan para kazanıyoruz. Dengede tutmak çok önemli. Evet rahatsız ediyor ama koruyabildiğimiz kadar koruyacağız, onun yanında da para kazanmaya devam edeceğiz. **(Bu durum kentte rahat hareket etmenizi engelliyor mu?)** Tabi ki engelliyor, feribotta bile Bozcaadalılar için bir kontenjan ayrılmıyor. Acil bir işimiz olsa bile o feribot sırasına girip, feribotu beklememiz gerekiyor. **(Yaşam kaliteniz etkileniyor mu?)** Evet, etkileniyor.

K2: Oluyor tabi. Aşağı yukarı gününbirlikte beraber 15 bin nüfus oluyor. Kışın ise bin nüfusa düşüyoruz. Bizim istediğimiz bu değildi aslında, bizim istediğimiz yaz kış yaşayan bir ilçe olmaktı. Ben mesela iki yıllık üniversiteyi getirdim buraya, turizm ve seyahat bölümü vardı. Bunun üstü eski belediye, aşağısı yeni belediye. Orayı ben taşıdım, hükümet konağıydı orası. Niye getirdim? Adada turizmle ilgili gurme de olabilir, otelcilik de olabilirdi biz seyahat bölümünü getirdik o zamanlar. Adadaki

işletmelere, eğitilen bu çocuklar ara eleman olarak katkı sağlasın diye. Ölü sezonlarımız var bizim, işte Eylül-Ekim veya Nisan-Mayıs aylarında tam kadro eleman tutamıyoruz işletmelerimizde. Çünkü ölü sezon. O zaman işte hafta sonu bu çocuklar bizim işimize yarıyordu. Diyorduk ki gel, kaç kişi üç kişi, al yevmiyeni gel çalış iki akşam bizde, kurtarıyorduk paçayı. İkincisi bize buraya can kan getiriyorlardı. 150-200 öğrenci ne demek burada kışın öğretmeni filan var daha. İki bölüm yapsak 300 öğrenci yapardı. 300 öğrenci adayı hoplatır. Bunun gibi kışın da adayı yaşatabilecek olan projeler üretmemiz gerekiyordu, ürettik de. Bazı projeler vardı ama maalesef sonra bunlar yok oldu gitti. Bir de adadan maalesef resmî kurumlar gitti. Bunları tutamadık elimizde. Mesela adliye gitti. Adliyenin gidişi bizim için çok kötü. Bir ilçede bir adliye olması lazım. Telekom gitti. Meteoroloji taşındı. Ada kışa döndü. Biz oysa istiyorduk ki ada yaz kış yaşayan bir ilçe olsun. Çünkü bir ada bir ilçe kışın yaşamıyorsa ölüyor, her şey ölüyor her şey. Esnaf ölüyor, binalar ölüyor, yaşayanlar işsiz kalıyor. Mesela biz burayı marina yaptık, limanın içini büyüttük ama bir türlü ihale yapıp beceremediler orayı. Tekrar okulu geri getirmek istedik. Yer lazım, adliye binasını verdik. Okulun yeri hazır. Cezaevinin olduğu yeri verdik üniversiteye, yani buralara gelsinler bir şeyler yapsınlar diye ama gelmedi. Toplu konut yapalım dedik, 4- 5 bin TL Bozcaada’da ev kirası, nasıl yaşar memur burada? Onu bırak biz kendimiz yaşayamıyoruz çünkü işçilerimize ev kiralayacağız biz de işin içinden çıkamıyoruz. Bunları adada yaşanabilir duruma getirebilmemiz için bu tip yatırımlar yapmamız lazım, yoksa adada yaşa yaşıyorsun ama insanı yaşatacak şey lazım, yaz kış yaşatamıyorsan zor. Bak esnafın hali kötü, insanlar dükkanını açamıyor, kirasını veremiyor. Yani memurların bir kısmı polis, asker, hemşireler karşıda duruyor. Geyikli ’de evlerini kiralyorlar sabah gelip akşam gidiyorlar, böyle yaşam olur mu ya? Bir ilçe olarak bunu siyasi partiler, kaymakam bilmem ne buna bir çare bulmaları lazım.

K3: Çok. Olması gereken bence. Para kazanmak için olması gereken. Çünkü üç dört ay çalışan bir yer. *(Sizi rahatsız ediyor mu?)* Ben işletme sahibiyim, beni rahatsız etmiyor. Ne kadar insan o kadar para. *(Yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)* Ben merkez dışında oturuyorum, beni rahatsız etmiyor açıkçası.

K4: Yaşanıyor tabi ki. Biz işletmeciyiz. Kalabalık ve tatilde gelen insanlar aslında bizim sezonumuz ve biz zaten onları bekliyoruz. Onun dışında muazzam bir gününbirlikçi gelen var, onlar bence ada için hiçbir fayda sağlamayan insanlar. *(Bu durum yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)* Etkiliyor tabi ki. Denize girmek bile bir dert oluyor. Gelen insanlar için de böyle. Onlardan da duyduklarımız bu yönde. Yazın kalabalık oluyor. Tam sayı olarak

size net bir rakam veremem tabi ama biz burada 3 bin nüfuslu bir yeriz ve 6 bin yatak gibi bir kapasite var. Dolayısıyla bir 10 bin oluyordur herhâlde.

K5: Tabi turizm kenti olduğu için burası ekonomik açıdan güzel katkı sağlıyor bize ama bu sadece sezonda olan bir şey. Kışın mesela ada halkı burada 200-300 kişi kalıyor, çok bir anlam katmıyor. Önemli olan bunun kışın da devam edebilmesi yani 12 ay boyunca. Ama sadece İstanbullular geliyor buraya, üç ay beş ay neyse tatilini yapıp gidiyor buradan. Ondan sonra ada halkı olarak biz baş başa kalıyoruz burada. **(Kalabalık sizi rahatsız ediyor mu?)** Tabi ki. İnanılmaz bir yoğunluk bir kalabalık oluyor. Bu, yüzde yüzünün bize para bıraktığı anlamına gelmiyor. Dedğim gibi tabi ki para da kazanıyoruz ama çoğu insan buraya ev yaptırıyor ve üç ay beş ay geliyor burada keyfini sürüyor.

K6: Olmaz olur mu? Yapacağımız bir şey yok kazancımız o zaten. Kalabalık rahatsız ediyor, kafam yoruluyor ama parası iyi. Ulaşım sektörü iyi.

K7: Çok aşırı oluyor. Mesela bu aylarda 2000 civarında ise yazın herhâlde 15-20 bini buluyor. **(Rahatsız mısınız?)** Rahatsızlık olamaz, onların sırtından para kazanılıyor. Mesela ben şimdi emekliyim ama şoförlük yapıyorum. **(Yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)** Para kazandıktan sonra etkilemiyor. Zaten üç ay.

K8: Tabi 10 katı. **(Sizi rahatsız ediyor mu?)** Ediyor. Altyapı üstyapı hiçbir şey buna uygun değil. Ne su yetiyor ne ekmek yetiyor ne yollar yetiyor, hiçbir şey yetmiyor herkes ayakta. Maalesef yeterli değil. Çünkü en fazla 10 bin kişiyi kaldıracabilecekken 30-40 bin kişi oluyor. Her şey patlıyor. **(Bu artış turizmden mi kaynaklı?)** E tabi. Çünkü belirli aylarda oluyor, en cıvıvı aylarda. En sıcak Temmuz-Ağustos. Haziran ise biraz daha zayıf geçiyor. **(Yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)** Dışarı çıkamıyoruz, evin dışına çıkamıyoruz yani. Gece uyku yok. Gürültü kirliliği de var, aklınıza gelebilecek her türlü kirlilik var aslında. İnsanlar çok saygısız zaten gelenlerde de aynı sıkıntı var. Ben buraya geldim para ödüyorum ne istersem yaparım havasında. Her yerin fotoğrafını çekebilirler, sizin fotoğrafınızı çekebilirler özgürler yani o zihniyetle geliyorlar, o düşünceyle geliyorlar. Onun içinde tabi ki ada halkının yaşama standardı çok düşüyor.

K9: Tabi, çok yoğun. Beni şu an rahatsız etmiyor, neden ben bundan ekmek parası kazanıyorum. Onlar ne kadar gelirlerse o kadar benim için iyi. Ama yazlıkçılar için mesela sıkıntılı. Benim için hiçbir problem yok. Yaşam kalitemizi etkiliyor ama yani bir yerden sonra da göz yumuyorsun. Çünkü ihtiyacın var. Çalışmak zorundasın. Kışın burada hiçbir gelirimiz yok. Yazın gelirimizi alıp kışın yiyoruz o yüzden başı şeylere de göz yumuyoruz mecburen ister istemez.

K10: Çok fazla var ve yaz sezonunu hiç sevmiyorum artık. Kapımın önü feribot sırasından araba kaynıyor. Hiçbir şey olmasa bile yaz gelsin istemiyorum.

K11: Çok fazla yani kışın normalde 500-600 kişinin yaşadığı Bozcaada'da yazın nüfus günlük 20 binlere kadar çıkabiliyor. *(Turizmden mi kaynaklı?)* Tabi tabi turizm. *(Sizi rahatsız ediyor mu?)* Tabi artık Bozcaada artık tamamen yüzünü turizme çevirdi. Bozcaada'daki normal hayat, ilişkiler ve kültürel yaşam gibi her şey çok fazla kötü anlamda etkilenmeye başladı. *(Ulaşım erişim kolaylığı?)* Yazın çok fazla talep olduğu için aşırı sefer oluyor (feribot). Günde 20-25 sefere kadar çıkıyor, sabah 6'da bile 2 sefer yapıldığı oluyor. Kışın ise 4-5 tane sefer oluyor, sefer yapmıyorlar bile. Bu seferde ulaşım sıkıntısı kışın daha çok yaşanıyor.

K12: Çok fazla, neredeyse 10-15 katı artış var. Şimdi bunların çoğu turistler fakat kış sezonunda da artış var aslında. Şöyle anlatayım, adalıların ekonomik olarak hepsinin olmasa bile büyük bir bölümünün Çanakkale'de işleri iyi ve evleri var. Çoğu çocuğunu okutmak için Çanakkale'ye geliyor. Yazın turizmciilik yapanlar kışın da Çanakkale'de rahat, doğalgazlı, sosyal yönü kuvvetli bir ortamda yaşamlarını geçiriyorlar. Ama bir de buradan ayrılamayan bir grup var, ekonomik şartları buna müsait değil, bunlar da artı olarak kışın inşaatçılar, montajcılar ve bakımcılar. O kadar çok nüfus var ki, bakıyorsunuz kahvede mesela kahve Doğulu. Şimdi adalı yok, iş için gelmiş. Mart-Nisan ayına kadar bu nüfus var. Mayıs ayının 15'inden sonra turizmin başladığını düşünelim, inşaat yasağı geliyor, bu gelen inşaatçılar başka yerlere giderken bu sefer günübirlikçiler gelmeye başlıyor. İşte gelen turistler otelde kalıyor, restoranları kullanıyor. En ağır, nüfusun çok fazla olduğu dönem Temmuz ve Ağustos. *(Sizi rahatsız ediyor mu yoğunluk?)* Buradaki rahatsızlık bence Çanakkale'de de var. Çanakkale benim gençliğimde 45 bin nüfuslu bir yerd, Esenler mahallesi Truva Caddesi hiç yoktu, küçücük bir şehirdi herkes birbirini tanırdı. Aynı rahatsızlık şu an Çanakkale'de de var. Ama Bozcaada'da şu var, hizmet anlamında gelenlerin belirli bir kültür seviyesi var. Bunlar para harcamaktan çekinmiyorlar. Ben eşimle birlikte şu anda bir otel işletiyorum, belirli bir elit gruba hitap ediyoruz. Biz bunu özellikle seçmedik, kaliteli yaptık belirli bir fiyatımız var. Çok basit bir örnek vereyim, diyelim ortalama sıradan bir pansiyon ya da çok çok aşırı lüks olmayan ama temiz de olmayan bazı yerler ada içerisinde deniz görmeyen yerler odanın günlüğünü 500-600 TL'ye satıyor. Biz tamamen aileye hitap ediyoruz, fiyat politikamız o. Onların 500 TL'ye sattığı yerde benim oda fiyatım günlük 800-900-1000-1200'dür. İnanın gelen insanlar hemen seçiliyor, anlayışlılar, oradaki

yapılan hizmeti görüyorlar ve onların fiyat derdi yok. Kesinlikle aldıkları hizmetten memnunar, otelin konumu güzel deniz görüyor, limanın üzerinde. Şimdi ben bunlarla muhatap oluyorum çok iyiler, biraz aşağıya iniyorum, internetten yorumlarına bakabilirsiniz, adam yazmış otele “karakolluk olmak istiyorsanız falanca otele gelin”, “karı-koca kavgası görmek istiyorsanız gidin” diye. Böyle şeyler yaşamak istemiyorsanız o fiyat aralığının bile çok önemi var, bu restoranlar için de geçerli. Gelen bir de meraklılar var, günlük gelenler var. Ben şunu hep savundum, yerel yönetimlere de söyledim, kaliteli hizmet verin verdiğiniz hizmetin içi dolu olsun, fiyat haliyle yüksek olacak ama bu fiyat size olumsuz olarak dönmeyecek. İnanın fiyatı düşürdüğünüz an öyle insanlar geliyor ki siz rahatsız oluyorsunuz. Mesela şöyle anlatayım, ben inşaatımı 600 bin TL’ye bitirebilirdim. Ben inşaatıma 1.5 milyon TL harcadım, kesinlikle 2. Sınıf malzeme kullanmadım, proje çizimim çok iyi, odalarım kullanışlı, A kalite, gerçekten iyi ve ben özellikle dışarıdan ücretli personel çalıştırmıyorum. 3 kişilik bir iş var bende, ben, eşim ve kızım çalışıyoruz. Bunu yapmadığım zaman temizlikte sorun yaşarım. Çok basit örnekle, bir banyoya önce ben giriyorum komple temizliyorum en iyi ve en pahalı deterjanı kullanıyoruz, ondan sonra eşim giriyor bakıyor ikinci temizliği yapıyor, kızım geliyor kontrol ediyor uygun görürse o da bir temizlik yapıyor ama müşteri geldiği an çok rahat ediyor, çok mutlular, birbirlerine öneriyor, parayı sormuyor para bizde hep ikinci planda ama aşağıda hep paranın birinci sırada olduğu işletmeler de var onlara bir şey demiyorum.

K13: Çok artış oluyor. Bu beni rahatsız ediyor. Şimdi ben Bozcaadalı olarak alışık değilim. Düşünün bir günde adanın nüfusu 2500 iken 25000’e çıkıyor, iki kişi merkezde gezemezsiniz. Çok kalabalık, aşırı kalabalık ve gelenlerde şikayetçi. Lokantaya gidiyorsunuz yemek yemek için sıra bekliyorsunuz.

K14: Aşırı fazla. Bozcaada’nın altyapısı ve üstyapısı kaldıramayacak kadar fazla. Ekonomik olarak ticaretle uğraştığımız için rahatsız etmiyor ama yaşayan insanlar için rahatsızlık oluyor. (*Şehir içerisinde rahat hareket etmenizi engelliyor mu?*) Tabi canım, engel teşkil ediyor.

K15: Yaz sezonu tabi daha yoğun oluyor. Ben korkuyorum açıkçası gidiyorum kuytu köşeye oralarda kalıyorum, durmuyorum yazın kalabalıkta. Alışkın değiliz çünkü kışın sessiz sakin yazın aşırı derecede kalabalık. Ben rahatsız oluyorum ama tabi ada için gerekli bir şey.

K16: Oluyor. Şimdi turizm olduğu için artışın olması normal. Bizi rahatsız etmiyor zaten geçim kaynağımız bu olduğu için. Eskiden kafeler restoranlar içerideydi şimdi dışarıda yol kenarlarına masa sandalye atılıyor geçişte sıkıntı yaşıyoruz araç trafiği de arttığı için yayalar için daha sıkıntılı.

K17: Tabi yaklaşık yüksek sezonda 25-30 binlere, bayram seyranlarda 35 binlere kadar çıkıyor. Yaşam ve hareket burada imkânsız hale geliyor. Otoparklar doluyor, su yetmiyor, marketlerin ve çarşının fiziki altyapısı zorlanıyor yetmiyor değil ama zorlanıyor. Birçok şeyler var, 25-30 bin kişiye göre bir sistem kurulmadığı için tabi sıkıntılı oluyor.

K18: Tabi ki, turizmden kaynaklı. Şimdi ada ufak bir yer buraya normalde 10 bin kişi geldiği zaman turizm açılmış oluyor aslında. Adanın Türkiye genelinde, Avrupa genelinde hatta Dünya genelinde tanıtılması lazım. Buraya bana sorduğunuz zaman niye 30 bin 40 bin kişi gelmiyor derim. Tabi bunun için bir altyapı hazırlanması lazım yani 10 bin kişi geliyor birtakım şeyler kaldırılamıyor, yapılamıyor, edilemiyor. Mesela burada bazı düşünceler oluyor yapılmasın edilmesin ama insanlar da fazla gelmesin gibi zihniyetler de var. Ama değişimin gelişimin önüne geçemezsiniz. Önemli olan değişime ve gelişime hazırlıklı olabilmeniz, güzel programlar yapabilmeniz. Adanın doğasını koruyarak, doğayı özde tutup altyapısını imar durumları için düzgün projeler yapılabilir ve dolayısıyla insanlara gelme diyemezsiniz. Ben bir adalı olarak daha çok insan gelsin daha çok insan tanısin isterim. *(Artan ada nüfusu sizi rahatsız etmiyor mu?)*

Etkilemiyor çünkü ben bunlarında çok samimi olduğunu düşünmüyorum. Bakın burada şimdi adanın keyfini çıkartmaya gelenler var. Adalıların sosyoekonomik yapıları düzgün, onlar mesela gürültü istemeyebilir, şunu istemeyebilir veya şuradaki bir esnaftan rahatsız olmuş olabilir. Ama burada öyle bir kesim var ve buradan geçiniyor yani adam esnafılık, ticaret yapıyor. Sizin düşünün burada bir kafemiz var, kafenizi işletmek istiyorsunuz yani bu gruplar birbirleriyle adada çakışıyorlar. Kimisi mümkünse kimse gelmesin modunda, diğer kesimde işin ticari, ekonomik tarafında tabi ki.

K19: Bayağı, epey oluyor. Biz turizmciyiz tabi ki ticari olarak da düşünmek lazım ama bir yandan da tabi ki ada halkı olarak çok yoğunlukta üzülüyoruz, altyapısı kaldırmıyor. Ada küçük malum, üzüntümüzde oluyor temizlikten, hijyenden yana. Altyapı ve üstyapıdan kaynaklanan sıkıntılar bayağı oluyor.

K20: Tabi ki. Turizmden kaynaklı bu, normalde nüfusu kışın 500-600 kişiyken 30 bin gibi rakamlara çıkıyoruz yazın. *(Yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)* Tabi hangi açıdan sorduğunuza bağlı.

K21: Aşırı. *(Sizi rahatsız ediyor mu?)* Evet. Daha kontrollü olabilir.

K22: Artış oluyor. Adanın nüfusu 1500 şu anda ama yazın 5-6 bin oluyor. Beni rahatsız etmiyor da nerede kalabalık orada biraz şey oluyor, yoğunluk var. Bazı sıkıntılar çekiyorsun Çanakkale’de öyle ben kışın Çanakkale’de kalırım.

K23: Olmaz mı? Hem de çok rahatsız ediyor bizi. Çünkü ben devlet memuruyum esnaf değilim. Buraya gelen insanlar her yere gidiyor. Ben de gezmek istiyorum ama onlar geldiği zaman şehir içi trafiği var. Trafik kapanıyor tamam güzel bir uygulama ama bu sefer adalılar olarak ne denize doğru düzgün gidebiliyoruz çünkü gelenler bir şekilde yerini ayırtıyor, ediyor. Biz devlet memuruyuz akşam 5’ten sonra bir de cumartesi pazarımız var o da zaten en yoğun olduğu zaman, ben arabamı kullanamıyorum. Şehir içerisinde dikkat ettiyseniz yaya yolu bile olmadığı için, yaya kaldırımları bile esnafın kullanımına tabii insanlar da otomatik olarak şehir içerisinde araç trafiği olmadığı için her tarafa yürüyorlar ve yolda yürüyorlar. Korna basmadan bir şekilde geçmeye çalışıyoruz, İstiklal Caddesi nasıl İstanbul’da öyle. Yazın düz yürüyemiyoruz.

K24: Kesinlikle, hele bazen öyle bir oluyor ki esnaf bile “ya artık sezon bitsin yeter” diyorlar. Artık en son geçen sene bile mesela o pandemide yurtdışının yasaklanması artı geçen sene güneydeki yangınlardan dolayı burada büyük bir patlama oldu. Buraya kaçtı insanlar. Şöyle diyorlar bazıları “ada biter şöyle olur” ada hiçbir zaman bitmez. Sonuçta bir ada ve ada özelliği var yani burada. Artık ben şu Çanakkale Köprüsü’nden sonra daha da fazla artacağını tahmin ediyorum, İstanbul artık 2.5-3 saat buraya. İnsanların orada iki üç saat bekleme şeyi yok, ha burada beklerle ona bir şey diyemem.

K25: Oluyor evet baya yüksek bir artış oluyor. Yani ben şimdi bağıcılıkla da uğraşıyorum mesela insan burada yazın yapacağı işi yapamıyor. Bağa gideceksiniz her yer trafik gidemiyorsun. *(Yaşam kalitenizi etkiliyor mu?)* Tabi etkiliyor.

K26: Gözlemliyorum, oldukça fazla. Kışın 1000 nüfus varsa yazın adanın işletmecileriyle ve gelen turist sayısı bu durum oldukça fazlalaşiyor. Bu bizi rahatsız ediyor, etmiyor değil. İstedğimiz gibi hareket edemiyoruz, arabamızı istediğimiz gibi evin önüne park edemiyoruz. Bu gibi sıkıntılar yaşanıyor. Su kesintileri fazlalaşiyor, kullanım arttığı için doğal olarak su kesintisi de fazlalaşıyor, ister istemez etkiliyor tabi ki.

K27: Baya oluyor. Bizi kalabalık rahatsız ediyor bir de herkes yabancı olduğundan tanıdık insan bile göremiyorsun, kışın öyle değil. Yazın arabaya binemiyoruz desek yeridir.

K28: Çok fazla oluyor. Özellikle bayramlarda 15-20 bin kişi geliyor. Şu anda ise ada nüfusu aşağı yukarı 600 kişidir. Tamamen turizme bağlıyız, evet çok kalabalık ama herkesin gelir kaynağı da o gelen insanlar. Tabi altyapının yetersiz kaldığı dönemler oluyor mesela feribot seferleri yetmiyor, suyun bittiği günler oluyor bunlara da çare düşünülmeli. *(Kalabalık sizi rahatsız ediyor mu?)* Evet aslında çok kalabalık herkesi olduğu kadar bizi de yoruyor ama yapacak bir şeyimiz yok 3-4 ay bu kalabalık sonra kimse kalmıyor. Yani turizm yapıyoruz katlanmak zorundayız.

K29: Tabi. Şimdi kışın hemen hemen Bozcaada'nın 600-700 kişisi Çanakkale'de oturur, Bozcaada'da kışın 1000 kişi ya var ya yok ama yazın turizmden kaynaklı olarak 20 bini buluyor. Turizm olayı, adanın havası güzel denizi temiz. *(Bu sizi rahatsız ediyor mu? Artışın kaynağı ne?)* Bazı konularda mesela biz alışkın değiliz. Mesela postaneye ya da bankamatiğe gidip kuyruk beklemeye alışkın değiliz ama bu ticaret, olacak yani.

K30: Yaz aylarında Bozcaada çok kalabalık olur. İşçiler, turistler ve yazlıkçılar gelir. Kimi adanın temizliğine gider, kimi balık için gider. Adanın üzümü balığı meşhurdur. Eskiden üzüm zamanı işçiler giderdi çalışmaya. Gemi seferlerinden belli olur. Kışın 4 sefer, yazın 15 sefer. Bozcaada'nın kalabalığı kimseyi rahatsız etmez tam tersi herkesi sevindirir. Ticaretle uğraşan kesimi tabi. Eskiden 3 tane lokanta vardı, bunlar hep adalılara kadardı.

SORU 4: Otel, restoran ve eğlence işletmeleri gibi turistik işletmelerin kamusal alanda çok yer kapladığını düşünüyor musunuz?

K1: Bence kaplamıyor, zaten çok fazla eğlence mekânımız yok. En fazla iki üç tane vardır, onlar da kafe bar şeklinde hizmet veriyor. O yüzden çok fazla sıkıntı yok.

(Sokaklara taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?) Bence o adanın rengi. Yani İstanbul'da nasıl Nevizade Çiçek Pasajı'nda bu şekilde bir eğlence sektörü varsa, burada da aynı şekilde var. İnsanlar üç ay sesini çıkarmasın.

K2: Bu sokakların hepsi turizm. Yazın buralarda yürüyemezsin, geçemezsin bile. *(Sizi rahatsız ediyor mu?)* Vatandaşı rahatsız ediyor, bizi işletmeci olduğumuz için ve para kazandığımız için sesimizi çıkarmıyoruz ama vatandaşı rahatsız ediyor. Biri çocuk arabasıyla geçemiyor ya da yürüyerek geçemiyor. Haklı vatandaş. Bunu da aslında

ayırmamız lazım, yani turistik yerleri. Konut alanları aralarına çok işletme vermemiz lazım. Bu sıkıntıların yaşanmaması için gerekli önlemleri almamız lazım aslında.

K3: Yani sokak aralarında var. Ulaşabileceğimiz her yer meydanda zaten o taraflar daha çok keyfi yerler.

K4: Tabi Rum Mahallesiinde özellikle. Bizim burada alanımız biraz daha geniş olduğu için biz yolu kapatmıyoruz vesaire yapmıyoruz ama onlar tabi yola atıyorlar ve yola attıkları için mesela Allah korusun bir yangın çıksa itfaiyenin giremeyeceği sokaklar var yani. *(Yerel halktan şikayetler var mı?)* Tabi ki çok oluyor.

K5: Değil, rahatsız etmiyor. Sonuçta bizim burada sezonumuz üç ay dört ay, ne kapabilirsek kardır, çünkü sonra para kazanamıyoruz. İnsanlar da haklı, bir masa bir masadır. Bana göre rahatsız edecek bir konu değil, ben de esnafım burada. Herkesin üç beş lirasına bakıyor.

K6: Tabi tabi, restoranlar özellikle sokaklara sandalye masa atıyor, kimse geçemiyor mahalle aralarından.

K7: Burada kamusal alanda yoktur. *(Sokaklara taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?)* O şekilde var tabi. Bilhassa Rum mahallesinde, işte o Rum sokakları havasını yaratmak için veya hava vermek için sokaklara taşıyorlar ama o aslında görüntü kirliliği başka hiçbir şey değil. Çünkü adanın mis gibi kordonu varken, orada mahalle içinde bilhassa yazın sıcaklığında hem görüntü kirliliği hem ses kirliliği.

K8: Fazlasıyla.

K9: Tabi burada bayağı yer kaplıyor yani. Sokaklarımız artık “meyhaneler sokağı” diye adlandırılıyor. *(Öyle mi adlandırılıyor?)* Tabi, meyhaneler sokağı diye adlandırılıyor. Bizim evimize çıkan bir sokak var meyhane sokağı, burası da meyhane sokağı yan tarafı da meyhane sokağı. Yazın olduğu zaman bütün sokaklarımız öyle. Araba geçen sokaklarımız çok nadir. Çevre yolunu takip edeceksiniz. Mesela ada içine yine giriş yok, kapanlarımız kuruluyor. Çünkü arabanın girdiği zaman çıkacak bir sokağı yok.

K10: Otellerin çok yer kapladığını düşünüyorum ama hala yetmediğini söylüyorlar. Ama bu kadar çok otel yapılmasa, bu kadar çok yoğunluk olamayacak çünkü o kadar çok geliyorlar ki yer yok, arabaları koymaya yer yok. Lokanta olarak da çok fazla olduğunu düşünmüyorum. Balıkçıların yeri tıka basa doluyor yer kalmıyor. Yemek yerleri bence yeterli yani daha da olabilir hatta. *(Yollara taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?)* Benim hoşuma gidiyor, bazı arkadaşlar bana kızıyor. Yolu etkiliyor trafiği ama trafiğe çözüm bulamalılar yolu başka yerden vermeliler. Çünkü ben yola

taşıyan sandalyeyi seviyorum, o tamamen ada kültürü böyle rahatlık filan geliyor aklıma. O beni rahatsız etmiyor.

K11: Zaten en büyük sorunlardan bir tanesi. 2019'a kadar çok daha fazla çoğalmaya başladı ve Bozcaada'da 2019'da ilk defa bir cinayet işlendi gece hayatında. Adalı bir arkadaşımızı kaybettik... Gece hayatı yok desek de saat 01.00-02.00'ye kadar halen daha o kafeler evlerin dibinde olması nedeniyle evdeki yaşamları, aile yaşamlarını önemli derecede etkiliyor.

K12: Düşünüyorum, özellikle belediyenin malları üzerinden kiracı oldular ve bundan 30-35 sene önce kiralayan adam hala daha sülalesi de dahil orada. Çok büyük alanları var, buradan büyük paralar kazandılar, ödedikleri kira hiçbir şey. Bunlar çoğunun kendi yerleri değil ama yaptıkları ve artı bir değer kattıkları yok, bu sıkıntı. Örneğin, büyük bir park var bir kişi burayı 30 sene önce kiralamış, hatta resmîyetle sorun yaşamamak için şirket kuruyorlar el altından başkasına kira veriyorlar. Halbuki orası dörde beşe bölünebilir. Kamu yerlerinden çok ağır kazançlar var.

K13: Tabi çok aşırı. Rum mahallesi dediğimiz Cumhuriyet mahallesine çok lokanta açıldı, ev olan yerlere. Tabi bunlar hep gelir için, evin alt katını lokantaya çevirdiler. Benim Rum mahallesinde evim vardı. Ben kendi evime akşamları gidemiyordum, ben rahatsızlıktan dolayı evimi sattım da geldim Çanakkale'ye. Caddeden evime gidemiyordum çünkü yolda olduğu gibi masa ve sandalyeler vardı. Evime arkadan dolaşıp gidiyordum, kendi evime. Şimdi benim evimin karşısında lokanta vardı. Ben bağcıyım, her sabah 6'da uyanıyorum ama 04.30'a kadar lokantanın sesi oluyordu. Ben 1.5-2 saat uykuyla bağma gidiyordum, öğlen geliyordum 2-3 saat uyuyordum ancak öyle dinlenebiliyordum. Yani ben bu rahatsızlıktan dolayı evimi satıp Çanakkale'ye geldim. Bozcaada'nın dışında bağ evim var, gittim küçük bir kulübe yaptım orada kalıyorum ama evim Çanakkale'de.

K14: Kaldırım ve yol kapanmaları oluyor tabi ki. Zaten sıkıntı Bozcaada'da 2 ay çalışıp 10 ay yatan bir kesim oluşmaya başladı. Yani dünyanın hiçbir ekonomisinde böyle bir sistem yoktur 2-3 ay çalış geri kalan sürede 8-9 ay evinde tembel bir vaziyette yat. Üretim yok, hepsi turizme bağlı olan bir ekonomi var Bozcaada'da. Üretilecek zaten herhangi bir şey de kalmadı. Çünkü herkes bağını bahçesini sattı.

K15: Yok hayır. *(Sokaklara taşıyan işletmeler var.)* Restoranlar sokağı ama o da yazın yani 3 aylık süreç, ona da artık katlanıyoruz. Eskisi gibi çok adalı yok, herkes yaz

dönemi geliyor yaz bitince de gidiyor. Turizm günlük yaşamı çok etkilemiyor, ha biraz problemlerimiz oluyor ama 3 ay katlanıyoruz bir şekilde.

K16: Kamusal alanda çok fazla yer kapladığını düşünmüyorum.

K17: Hayır düşünmüyorum. Hepsi belirli ölçüde belirli çerçevede. Sokaklara taşanlar var ama hepsi tabi ki ticari kaygıyla 20 masa atılacak yere 40 masa atınca böyle sıkıntılar var onun dışında sıkıntı yok yani.

K18: Hayır düşünmüyorum. Orada sadece bazı düzenlemeler yapılabilir çünkü denge önemlidir, dengeyi kaçırmamak lazım. Bazı yerlerde eğer bunlar varsa düzenlemeler yapılabilir.

K19: Yok düşünmüyorum. *(Sokağa taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?)*

Var tabi ki ama adanın karakteri o, yakışıyor da yani. Örneğin Rum mahallesinde klişenin alt paralel sokakları şu anda “Meyhaneler Sokağı” adı altında hizmet veriyor ve sokaktaki o masalar restoran hizmetlerinden misafirler de çok memnun, onu arıyorlar onun için geliyorlar oraya. Yani kapalı bir yere girip yemek yiyip birkaç saat geçirmektense bunu tercih ediyorlar, çok da hoşlarına gidiyor o salaşlık, biraz özgürlük diyelim.

K20: Yok düşünmüyorum. *(Sokaklara taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?)* Yani tabi son zamanlarda belediyenin kontrolsüzlüğünden ve denetimsizliğinden dolayı sokakları biraz işgal etmeye başladılar.

K21: Çok yer kaplamıyorlar ama işgalileri çok yer kaplıyor. İşletmeler sokaklara taşıyor sandalye ve masalarını aşırı bir şekilde atıyorlar. *(Turizm günlük yaşamın önüne geçti mi?)* Geçti. Bir kere günlük yaşam diye bir şey bence şu anda yok Bozcaada’da sadece turizm var.

K22: Kaplıyor. O tarafta işim yok ben Türk mahallesindeyim bu taraftayız daha sakin.

K23: Evet. Şu anda Allah korusun bir yangın olsa onların yazın koyduğu masa sandalyeden insanlar bırak yangını evlerine gidemiyorlar, öyle aksilik bir durum da ambulans filan giremez zaten çok büyük sıkıntı çıkmıyor. Yazın çok kalabalık, daha doğrusu nüfusa göre çok kalabalık, yüz ölçümü anlamında fazla gezilecek yer yok. Şehir merkezini haricinde yayan gidebileceğiniz hiçbir yer yok köyü yok vesairesi yok, bir yazın denize gidilen yerler var. Diğer zamanlar herkes merkezde yani 1000 kişi de gelse 5000 kişi de gelse kalabalık yapıyor. Başka yerde 5 bin kişinin yaptığı kalabalığı burada 500 kişi kalabalık gösteriyor.

K24: Evet. Her tarafta var şimdi bakıyorsunuz orada okul, var burada cami var, burada işletme var. Restoran dibimde işte baktığınız zaman vatandaş kalabalıktan nereden geçeceğini şaşırıyor. Masa atıyor, bilmem ne atıyor. Resmi yol neresi ben bile bilmiyorum açıkçası.

K25: Tabi var. Şimdi orada oturan ada halkı da var (Rum mahallesi) kendi evlerine zor gidiyorlar, gece ses oluyor bunlardan rahatsız oluyorlar.

K26: Merkezde oldukça fazla yer kaplıyorlar. Sokaklara da taşıyorlar, evlerin önüne de taşıyorlar, kaldırımlara da taşıyorlar ama başka çarelerinin de olduğunu düşünmüyorum. Biraz önce bahsettiğimiz konutlar ve yapılar turizm amaçlı değiştiğinden dolayı evlerde böyle turizme yönelik lokanta, restoran, pansiyon olduğu için doğal olarak yaşıyor. Daha fazla gelir sağlamak amacıyla yapıyorlar tabi ki.

K27: Aslında onlar da şart turizm için şimdi o kadar insan geliyor hepsini kapasite karşılamaz yani 2-3 tane otel, restoran olsa o kadar turisti karşılamaz, dengelemez.

K28: Şöyle, kent içerisinde evet tüm mekanlar ticari amaçlı ama çok fazla yer kaplamıyor bence zaten bütün işletmeler işte bu olan evler. Kaldırımları, yolları işgal eden işletmeler var sadece görüntü olarak güzel gelenlerin ilgisini çekiyor ama bir olay olsa mesela yangın ya da başka bir şey, henüz olmadı, artık çok zor duruma düşeriz yani itfaiye, ambulans oraya nasıl girer ya da bu kadar insan nasıl tahliye edilir çok düşünen yok.

K29: Çoğu şeyler dışarıda artık, yani şehrin dışında. *(Sokaklara taşan işletmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?)* Var tabi, belediyenin izni çerçevesinde masasını koyuyor müşterisine hizmet ediyor. Şimdi Rum mahallesi dediğimiz yerden geçerken bebek arabasıyla geçmek imkânsız bir şey.

K30: Herkesin belli başlı yeri var. Atanlar var ama onların yanı başında yol, diğer türlü atamazlar.

SORU 5: Bozcaada'ya gelen turistlerin özelliklerinden bahseder misiniz? Yerel halk ve turistler arasında farklılıklar var mı?

K1: Bence yerel halk ve turistler arasında kültürel olarak çok fark yok. Ekonomik olarak da çok fazla yok. Bozcaada halkı turizmden para kazandığı için zaten gelen kitlenin ekonomik seviyesine ulaşmaya başladı ama gelen kitle kültürlü, eğitilmiş, daha çok beyaz yakalı ve kendi özel şirketleri, özel işleri olan insanlar.

K2: Yok, olmuyor. Ada halkı zaten turizme yatkın bir halk, çok sıkıntı olmaz bizde yani abes görünmez hatta yardımcı olur bizim ada halkı. Tabi ki gelenlerin içerisinde abuk

sabuk insanlar geliyor. Yani adam altına çekmiş bir tane araba, parayı bulmuş burada geliyor ukalalık yapıyor. Bu tip insanlar geliyor ama genelde çok sıkıntı olmuyor.

K3: Var. Sezona göre değişiyor gelenler. Bazen hiç kendini bilmez insanlar da gelebiliyor, her şeyi yapabileceğini düşünebilecek insanlar geliyor. Bazen de çok anlayışlı bir kesim geliyor. Yani o sezondan sezona fark ediyor. Ekonomik olarak zengin tipler geliyor genelde.

K4: Şöyle bir şey söyleyebilirim, ben 9 senedir buradayım ama 9 sene öncesinde 6 sene boyunca her tatilimizde biz buraya geldik. O zaman gelen profil ile şu anda gelen profil çok farklı. Gençler artık gelmeye başladı. Eskiden gençler gelmezdi, tercih etmezdi burayı. Şu anda çok fazla genç var mesela 4 tane kız buraya tatile gelmezdi, çünkü onlar için bir şey yoktu burada. Şimdi ama o değişti. Eskiden 40 yaşları, aileler arkadaş gruplar onlar gelirdi. Şu anda daha biraz amiyane tabirle piyasa yapmaya gelenler de geliyor. *(Gelenler kültürel yapıda etkiye sebep oluyor mu?)* Yozlaşmasına sebep oluyor tabi. Çünkü onların tek amacı buraya gelip buranın güzelliklerini görmektense, atıyorum buranın değerleri var ahtapotu çok önemlidir kalamarı çok önemlidir şarabı çok önemlidir. Ama onların tek amacı adı duyulmuş bir mekâna oturup fotoğraf çektirmek ve selfie paylaşmak.

K5: Nereden baksan 15 senedir burada esnafılık yapıyorum, beni rahatsız edecek hiçbir konumda insanlarla temas haline girmedim. Birçok esnafta gelen müşterilerin memnun kaldığını, tabi ki zaman zaman herkesin düşüncesi farklıdır ki farklı düşüncelere de sahip çıkalım ama çok dediğim gibi rahatsız olacak bir konu yok. *(Kültürel değişimler oldu mu?)* Yok, hiç. *(Yerel halk turistlerden etkilenmiyorlar mı?)* Mutlaka vardır, bu her iştedir, her konuda bir sıkıntı yaşarsın ama bu çok insanın gözüne batacak kadar rahatsızlık olmuyordur tabi ki.

K6: Buraya kaliteli insanlar geliyor. Yerel halkın eğitim seviyesi biraz düşük ama iyidir hırsızlık uğursuzluk olmaz burada. *(Ekonomik olarak fark var mı?)* Tabi, gelen kişilerde hep para var. Sınıf olarak üst sınıf geliyor adaya. Eğlencelere şimdi kısıtlama getirildi, burada Abbas diye bir arkadaşımız vardı o öldürüldü. Ondan sonra kısıtlama geldi, şu anda eğlence mekânlarına ruhsat dahi verilmiyor. Mevcut olanlar da zaten binanın içerisinde dışarıya bile taşmıyor.

Uğur Dünder'da burada, evi vardı yıllarca burada yaşadı, ada bozuldu kaçtı buradan. İlk gelen adaya sanatçılardan bir tanesidir Haluk Şahin ve Uğur Dünder, Haluk Şahin hala

daha burada. Feridun Düzağaç gitti, Cezmi Baskın buradaydı Gökçeada'ya geçti o, Ayşe Tunalı, Sumru Yavrucuk'un evi var şu anda.

Yerel halkı da bozuyor, alkol bilmeyen çocuklar gidiyor o içiyor diye hadi bende içeyim diyor, yani bozuyor yerel halkı da bozuyor. İyi yanı da var kötü yanı da. Uyuşturucu bilmeyen çocuklar uyuşturucu içiyor.

K7: Şimdi şöyle, Bozcaada'ya hakikaten yüksek kaliteli müşteri geliyor, paralı müşteri geliyor. Mesela ben Gökçeada'da kaldım, Gökçeada'ya gelen turist buradan daha düşük kalite olarak. Buranın kalitesi çok iyi. Onun için ada biraz fiyatlı ve fiyatlı olması da iyi. Çünkü fiyatlı olduğu zaman kaliteli müşteri geliyor. Çünkü Gökçeada'da otel pansiyon olarak buranın sadece %10'unu bulabilirsiniz. Ama Bozcaada'da o şu anda yavaş yavaş oturmaya başlıyor yani. **(Gelen turistler toplumu etkiliyor mu?)** Tabi, görüyorlar yani. Dışarıdan geldikçe müşteri bir şeyler istiyor sizden. Hizmet istiyor, bu sefer müşteri isteyince otelci motelci pansiyoncuda o hizmeti getirmeye çalışıyor, ne oluyor bu sefer ufuk genişliyor yani.

K8: Kalite düştü. Bundan bir 5-10 sene önceki insan kalitesinin maalesef şu anda çok çok altında. Eskilerin tabiriyle ipini koparan geliyor, aynen öyle. **(Yerel halka aralarında farklılıklar var mı?)** Tabi ki. Çok uç seviyede yaşayan insanlar geliyor özellikle ahlak açısından aklınıza ne gelebilirse her şeyi görüyoruz. Hani bizim dört duvar arasında bile görmediğimiz şeyler sokağa yansıyor maalesef.

K9: İlk Mayıs-Haziran sezonun başladığı zamanlarda çok kaliteli insanlar geliyor. Onları çok seviyoruz. Ama Temmuz-Ağustos zamanları artık iyice genç kesim geliyor ve İstanbul'daki gibi davranmak istiyorlar. Buraya geldiklerinde çok rahat davranıyorlar. **(Yaşam tarzı farklılıkları mı var?)** Yaşam tarzı olarak, içki-alkol tabi çok yoğun. Kendilerini kaybetme oluyor sokaklarda bazen görüyoruz. **(Zarar veriyorlar mı?)** Yok, zarar verdiklerini düşünmüyorum ama görüntü kirliliği. Şimdi ada halkı böyle sakin, nezih oluyor. Yazın onlar geldikleri zaman bambaşka bir dünya. Biz biraz yadırgıyoruz ama tabi sonra alışıyoruz, onlar da eğlenmeye geldi diyoruz.

K10: Benim anlayışım, tişört terlik şort giyip, eskilerdeki gibi sepetimi koluma takıp gitmek. Ama buraya gelenler ne yazık ki Alaçatı zihniyeti makyajlı topuklu kişiler. Evet herkes her istediğini giyebilir ama burada ada kültürü var. Bozcaada merkezinde mesela bikiniyle dolaşmasınlar. En lüks otele gittiğinizde de yemek yeme alanlarında ya da otel içinde bikiniyle dolaşamazsınız. Bu kapalı görüşlülük değil ama sen bikiniyle dolaşamazsın. Bakkala, markete ya da yemek yeme yerine bikiniyle giremezsin, pareo

hiç yok mesela öyle giremezsin. Ya da plajda bazı şeyler çok abartılı. Bazı şeyler ya ailesinden çok baskı görüp yapamayıp burada tek başına kız kıza gelip ya da erkek arkadaşınla gelip ya da tek başına gelip çok fazla aşırıya kaçmak. Ki ben açıklığı severim ama bazı şeyler burada çok aşırıya kaçtı genel olarak kaçtı. Burası ada kültürüyle yaşanmalı, ada kültürü yani denizin içinde şarap içilmemeli bence. Al kadehini, mis gibi iç. Kıyafet evet giy istediğini giy ama burası bir köy. Evet herkes turistik yer diyor ama burası bir köy. Buranın halkı küçük yerde yaşayan kasaba insanları gibi, bazı şeyler ne yazık ki kaldırmıyor. Kaldırıyormuş gibi görünüyor ama olmuyor. *(Kültürel değişimler var mı?)* Var tabi ki. Yazın istediğini giy, ama kışın bir pantolon giyseniz nereden düştü bu oluyor.

K11: 2010'lara kadar Bozcaada'da gerçekten çok güzel altın çağı dediğimiz bir turizm dönemi yaşıyorduk. O zamanlar gelen kitle Bozcaada'ya ve çevreye çok daha duyarlı, yerlere çöp atmayan, maddi anlamda sadece güçlü değil her anlamda çok daha kaliteli bir kesim gelirken maalesef tamamen yönünü turizme çevirmesiyle artık Mevlâna gibi "ne olursan ol gel" anlayışıyla her türden insan Bozcaada'ya gelmeye başladı. *(Yaşam tarzı farklılıkları var mı?)* Bozcaada zaten çok izole bir yer yani sadece yazın 3-4 ay turizmin olduğu kışın kendi içine kapandığı, ulaşımın vs. anakaraya çok zor olduğu bir coğrafya. Yaşam anlamında tabi ki çok farklılıklar var. Bir İstanbul hayatı ya da ne bileyim bir beyaz yakalıların hayatı Bozcaada'ya göre çok daha farklı ama turizmde en büyük getirisi para olduğu için 3-4 ay adaptasyon süreci var ondan sonra adada herkes kendi hayatını yaşamaya başlıyor.

K12: Ekonomik ve kültürel farklılıklar çok fazla. Benim yaptığım iş kolunda, gelen kesim özellikle ekonomik olarak bizden kat kat yüksek. Onların kendi keyif ve zevkleri için harcadıkları para, bizim kazanç kapımız. Arada çok büyük bir fark var. Yerel halk turizmden çok para kazanıyor ama o kültürleri yok. O kültürleri olmadığı için onlarla kendilerini sadece para olarak kıyaslayabilirler. Şöyle anlatayım, ben öğretmenim yüksek bir öğrenim aldım onlara göre ve bunlar benim sınıf arkadaşlarım. Orta okulda o zaman kalma vardı, bizim sınıfın kalın kafalıları üst üste çift dikiş ve orta 1'den orta 2'den terk olan kişilerin hepsi şu anda turizmcisi. Belki benden 10 kat fazla paraları var, çok güzel arabaları var ama hayata bakışı farklı. O eğitimi, o kültürü almamış maalesef aynı değiller. Bir adalı bunu kıyaslarsa kesinlikle para olarak kıyaslar. Şimdi 3-4 tane oteli olan, oteller zinciri olan çok zengin bir arkadaşım var, bankada milyonları var, hala Bozcaada'da kendisi soba yakıyor ama Çanakkale'ye bir geliyorlar 5 yıldızlı otellere

gidelim, kumarhanelere gidelim, oraya buraya gidelim. Sanki gelişmişliklerini böyle anlatmaya çalışıyorlar.

K13: Bozcaada'ya önceden çok kaliteli insanlar geliyordu. Şu anda kalite düştü. Yaşam tarzı farklılıkları var. Daha evvel gelen insanlar kaliteli insanlardı, kendilerini bilen insanlardı şimdi herkes geliyor.

K14: Tabi var. İlk zamanlarda Bozcaada'ya gelenlere baktığınız zaman iş adamı düzeyinde belirli bir eğitim seviyesi üzerindeki kesim geliyordu. Kimseyi sınıf olarak ayırmıyorum ama daha sonra günübirlik turizmciler, turlar akabinde Geyikli'de konaklayıp Bozcaada'ya sadece gezmeye gelen bir kesim var. Mesela biz çevre kirliliği bilmezken çevre kirliliği görmeye başladık sahillerde. Şikayetçi misiniz? Bazı konularda tabi ki şikayetçiyiz. Sadece para da değil tabi ki vatandaşın gezme özgürlüğü var, seyahat özgürlüğü var kimse engelleyemez ama biraz daha saygı lazım. Bizim insanlardan beklediğimiz ne biliyor musunuz? Var olan kültürünüzü getirip bize empoze etmeyin, mevcut olan kültüre saygı duyun. Yani biz mağarada yaşamıyoruz, biz Bozcaada dışındaki hayatı da biliyoruz. İşte bazı kesimler geliyor ne bileyim kendini aydın zannediyor, zenginlik taşıyor. Yani bunlar bize ters geliyor.

K15: Herhangi bir farklılık yok. Hemen hemen aynı. Artık eskisi gibi değil önceden beyaz yakalılar çoktu da şimdi öyle değil biraz kalite düşmeye başladı açıkçası.

K16: Genelde buraya yerli turist geliyor. İstanbul, Ankara ve Bursa çevresinden geliyor genellikle. Mesela eskiden burada kültürel ve ekonomik olarak balıkçılık, bağcılık geçim kaynağıydı. Şimdi turizm başladığında bu gelen turistlere ticari amaçlı bakılıyor.

K17: Genelde Bozcaada'ya gelen beyaz yaka, karı koca, şirketlerde İstanbul'da kurumsal yerlerde çalışan insanlar. Aylık ortalama 10-15-20 bin TL evlerine girip yaz tatillerini planlayan bir portföy var beyaz yaka diye adlandırılan o profil genelde Bozcaada'nın profili, bir de üst zengin kısım var onlar da yer alıp, ev alıp yatırım amaçlı gelen profil. Yaşam tarzı farklılıkları çok fazla yok, gelen turist en fazla 3-5 gün kalıp gidiyor. Bozcaada'nın ortalama konaklama sayısı 4 gün. Ondan dolayı çok fazla yaşam tarzı farklılıkları görecektir bir zaman yok. Kültürel olarak da çok bariz farklılıklar yok çünkü her şey cep telefonunda sosyal medyada olduğu için artık insanlarda kendini eskisi gibi görmemişlik durumu var herkes her şeyi görüyor, ulaşmasa da.

K18: Zaten adadaki turizmin %80'i İstanbul ile bağlantılı. İstanbul'dan gelen insanlar var ve artık adayla onlar iç içe geçmiş vaziyette. Kültürel anlamda da birbirlerini etkiliyorlar. Ben çok çatışma yaşandığını düşünmüyorum. Bir de ada esnafının turizmde

çok başarılı olduğunu düşünüyorum. Ada insanı mesela misafiri sever, turisti sever. Yani Adana'dan gelse de sever, İstanbul'dan gelse de sever. Burada çok sorun olduğunu düşünmüyorum.

K19: Var tabi ki olmaz mı yani her yerde var bu sadece Bozcaada'da değil güneyde özellikle görülebilir, Ege'nin güneyinde görülebilir. O fark olacak tabi ama anlaşma yönünden çok iyi anlaşıyoruz. Adanın halkı olsun esnafı olsun gelen misafirlerle iyi anlaşıyor, gelen misafirlerin çoğunun yorumları böyle. Diğer yerlerde görmedikleri ilgiyi, hoş görüyü, güler yüzü burada görüyorlar. Ada o konuda çok bilinçli bir şekilde kendini her sene daha da yetiştiriyor tabi ki.

K20: Çok uçuk bir farklılık yok. Genelde zaten ada butik konseptinde olduğu için müşteri işletmeci diyalogundan çok daha çok dostane diyalog var. Ortak bir kültür de oluştu zaten zamanla.

K21: Tabi turist olarak gelenle burada yaşayanlar arasında fark var. Gelen turizm için geliyor, buradakiler kendileri tatil yapmıyor da turist olarak çok bir şeyleri yok. Kültürel olarak çok fark yok aslında, şu anda çünkü teknolojiden dolayı pek fark kalmadı. Herkes her şeye ulaşabiliyor. Ekonomik fark da yok çünkü buradakiler maddi olarak kazanıyorlar.

K22: Tabi kişilerin zengini de var fakiri de var çeşitli insanlar geliyor.

K23: Mart-Nisan-Mayıs aylarında genç kesim geliyor. Ucuz, fiyatların tam zamanı olmadığı için geliyor. Eskiden Haziran'dan önce burada oteller kolay kolay açılmazdı şimdi bu yüzden bayramların filan erken zamana denk gelmesi onların açmasına sebep oldu. Yani ucuz tatil yapmak isteyen bir gezip görmek isteyenlerin 1-2 günlüğüne gelip daha çok hafta sonu tatil yaptığı bir yer oldu. Bir yere ne kadar çok ulaşırsanız o kadar çok mahrumiyeti gider. Ulaştıkça her kesim geldi ama bunu ne yaptılar, gemi gidişlerini geç vakitte fazla gemi koymadılar. Ama burada da özgürlüğün kısıtlanıyor gibi oldu zaten burada biz özgür değiliz geminin belirli bir saatinden sonra yaşam yok karaya bağlantınız yok, acil bir durumda tamam ambulans için gemi kalkıyor ama sonuçta özgür değilsin. Gece 2'de aklına gelip bir İstanbul'a gidemiyorsun arabana binsen de. Eskiden lahmacun bile yoktu şimdi var ama onu da koşullarda yiyebiliyoruz, karşıda 5 TL olan burada 10 TL ve siz memursunuz, siz adalısınız, siz esnafsınız veya siz gezmeye geldiniz diye ayırım yok yan içimiz kan ağlıyor, burada memur kesimi için yaşamak zor. Her kesim için zor da zaten ev kiralari medyada bayağı çıktı, ev yok ev olsa da senelik ya da aylığa vurursanız 5 ile 10 bin TL arası verirsiniz buluyorsunuz

yoksa bulamıyorsunuz. Yanlışlıkla 3-4 TL dediğiniz zaman ilk kim duyarsa, tuttum derse onun elinde kalıyor yoksa bulamazsınız, böyle bir aşamadayız.

K24: Buraya üst seviye geliyor şimdi belki düşmüş olabilir ama burada işletmecilerin söylediği eskiden gelen müşterinin daha kaliteli olduğu, kültürel olarak da daha üst düzeyin geldiğini söylüyorlar ama şimdi öyle değil günlük turlar geliyor mesela, belki günde 10 bin insan geliyor. Özellikle körfezden gelenler var geziyorlar akşam dönüyorlar yani bu sadece bir kalabalık bence.

K25: Buraya zaten İstanbul'dan gelenler var, Bursa, İzmir'den de geliyorlar. Genelde bir fark yok ama ekonomik açıdan bizden daha üstünler tabi. Kültürel olarak da biraz farklılar.

K26: Genel olarak yerli turist Bozcaada'yı tercih ediyor yabancı turist yok denecek kadar az. Gelen turistlerin Bozcaada halkıyla hemen hemen aynı düşünceye sahip olduklarını düşünüyorum, kültürel olarak da aynı düşüncede olduklarını düşünüyorum. Ekonomik olarak tabi ki oldukça varlıklı kesim geliyor fiyatlar biraz yüksek olduğu için, ekonomik olarak biraz bizden farklılar tabi ki.

K27: Genelde Türk insanı geliyor. Ekonomik olarak katkıları var. Şimdi karşıdan paralı insan geliyor, elit insan geliyor. Kültürel olarak da kendilerini bizden bir üst seviyede görüyorlar. Okumuş, düzenli, tertipli kişiler yani daha küçümsermiş gibi görüyorlar.

K28: Eskiden iyi insanlar geliyordu, beyaz yakalı dediğimiz kesim vardı buralarda anlayışlı güzel insanlardı. Ama şimdi her kesimden insan geliyor. Niye geliyor dersenez Bozcaada'ya gittim demek için geliyorlar. O ondan görüyor, bu bundan görüyor ben de gideyim diyor. E böyle olunca da affedersiniz iti, kopuğu, serserisi herkes doluyor. Tabi bunlar genelde günübirlikçiler bunların dışında hala gelen iyi bir kesim var. Bunlar eğitilmiş, genelde İstanbul'dan gelip tatil yapmak isteyen aileler ya da çalışanlar.

K29: %80'i İstanbul ağırlıklı, Bursa son zamanlarda artık Tekirdağ ve İzmir'den geliyorlar. Şimdi günübirlikçiler ekseriyetle kötü bir kapasitede oluyorlar. Bir İstanbullu geldiği zaman eğlence hayatını arıyor, bizim Bozcaadalılar kapanıktır biraz o durumda. Şimdi Bozcaada'da dışarı çıkmayan insanlar vardı daha önce, yaşayan insanın görüş açısı değişik gelen insanın görüş açısı değişik, baya farklılıklar oluyordu.

K30: Adaya parası güzel olan gelir. İnsanlar para yemeye geliyorlar, adanın yerlisi de onlardan para kazanmak için bekliyor. Mecburen onlara bakacaklar. Adaya turist gelmese Bozcaadalıların işi rast gitmez. Şimdi çarşamba günleri bile Pazar kuruluyor, parkın yanında kalenin dibinde. Adanın yerlileri bile incikten boncuktan süs yapıp orada

para kazanıyor. Öyle şeyler arttı şimdi, ada reçeli vs. Mesela adanın domates reçeli meşhurdur. Kavala kurabiyesi mesela eskiden bilinmezdi, şimdi meşhur oldu. Eskiden yoktu, Rumlar kendileri yapardı sana ikram ederdi. Yabancı çoğaldıkça sürüm fazlalaştı.

Soru 6: Arsa-konut fiyatları, kira fiyatları ve ticari hayattaki fiyatlara yönelik düşünceleriniz nelerdir?

K1: Turizmin popüler yaptığı her yerde nasıl artış varsa ve emlak fiyatları yükseliyorsa burada da aynı şekilde. Ev fiyatları, arsa fiyatları inanılmaz bir şekilde yükselmiş durumda. *(Bu sizi rahatsız ediyor mu?)* Ediyor, çünkü adada yaşayan insanlar yarın öbür gün evlenmek istediklerinde oturacakları evleri yok. Ev satın almaya kalktıklarında yüksek fahiş fiyatlar var. İmarın kapalı olması, tekrar yapılaşmaya izin verilmemesi ve mevcut evlerinde yazın herkesin turizmden para kazanmak istemesi sebebiyle kiraya vermek istememeleri bu artışın en büyük sebeplerinden biri. *(Bu artış yeniden konut sahibi olmanızı engelliyor mu?)* Engellemedi fakat daha önce 2-3 yıl çalışarak konut alabiliyorken şimdi daha uzun çalışarak o konutu almak gerekiyor. Çünkü fiyatlar uçtu.

K2: Var, uçuyor. Adada mal hiçbir zaman zaten zarar etmedi. Yani bu sene aldın bir tane bir yer iki sene sonra sattın iki katına, ada her sene üzerine koyarak gitti uçuyor. *(Bu durumdan rahatsız mısınız?)* Ediyor tabi, şunu ben 50 kuruşa alırsam turizmden değer kazandığımdan 2 liraya alıyorum. Eskiden kazancımızla mal sahibi olurken, şimdi olamıyoruz. Bir yerden de biz satıyoruz onları, biz yükselmesini sağlıyoruz. Satmasak yükselmez.

K3: Çok fazla. O konu evet rahatsız ediyor. Kiralar özellikle, ufacık evlere 3 bin-4 bin TL verebiliyorsunuz. En az o da. *(Yeniden konut sahibi olmanızı engelliyor mu?)* Tabi ki çok fazla.

K4: Artış var tabi. Bildiğim kadarıyla Bozcaada emlak fiyatlarındaki artışta Türkiye'nin ikincisi. Bu pandemiyle birlikte biraz tabi her yer, Ege kıyılarında vesaire diyebilirim olduğu gibi burada da çok büyük artışlar oldu tabi. Biz imara kapalıyız, konut yapılamıyor ama mevcut konutlarda da rant olduğu için fiyatı arttırıyor. Yani adam diyor ki tamam vereyim senelik, ver bakalım 200 bin TL diyor. Çünkü o yazın o parayı kazanıyor oradan, onu istiyor sizden bir kere, böyle saçma artışlar. *(Bu durum konut sahibi olmanızı engelledi mi?)* Bizim mümkün değil, adada bir konut sahibi olmak mümkün değil şu anda. Haddinden çok yüksek fiyatlar.

K5: Çok kötü. *(Sizi olumsuz etkiliyor mu?)* Tabi ki, ben kendim kirada oturuyorum, inanılmaz her konuda her şeyde inanılmaz artışlar var. Bu ister istemez bütçeyi büküyor,

boynunu büküyor insanın. Bir asgari ücretle çalışan 3 bin-4bin TL kira veremez. İstanbul Bebek gibi işte. Şu anda ben 2 bin TL 'ye oturuyorum ama 1+1'de oturuyorum. 2+1'ler 3+1'ler 6.500 TL, daha bunun yıllık olarak peşinatını isteyenler var. Biraz önce dediğim gibi, 4 ay ne kapabilirsem kar olarak görüyorlar. Onun için ada güzel ama yaşaması zor olan da bir ada aslında bir taraftan baktığın zaman.

K6: Çok yüksek. Şehir merkezinde satılık arsa bulamazsın zaten. Hiç arsa yok. Adam alıyor, otel yapıyor zaten arsanın fiyatını iki senede çıkarıyor. 10 tane bağ evi var hepsinin, bağırانların (dışarıdan gelenlerin). Bayrak sallıyor önde gidiyor, 10 tane ada dışında bağ evi var, bağırıyorlar imara kapatılsın diye. *(Günlük gereksinimler ve gıda fiyatları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?)* Yüksek karşıya göre. Ama onlar da halkı ada da şimdi ulaşım var her şey maliyet. E 12 ay burada yaşamak çok zor. *(Yerel halkı etkiliyor mu?)* E tabi, sen kaç paraya alıyorsan bende o fiyata alıyorum burada gıdayı da her şeyi de. Şikayetçiyiz ama ne yapsın adam da haklı kendince. Üç liralık malı tamam alıyor ama buraya gelen kadar beş lira oluyor. E karşıdaki beşe satıyor bunu beşe satamazsın ki, burada 6-7'ye satıyor.

K7: Şu anda ada o konuda aştı kendini. Şehir içinde de şehir dışında da ekonomik yer bulamazsınız. Anca dışarıdan gelen bir yabancı, çok paralı olacak. Neden yabancı diyoruz? Çünkü ada halkının geliri belli, yabancı yerine göre üçüne beşine bakmadan pazarlık yapmadan tamam diyor, yeter ki yer hoşuna gitsin, kafasına yatsın. Tamam diyor, aldım diyor bitiyor. Bu sefer o alıyor atıyorum 5 liraya, satanın komşusu diyor burayı 5 liraya sattı benim yer 7 lira diyor. Bu şekilde artış oluyor. Ha avantaj mı? Satan için değil çünkü her geçen gün artıyor ve yabancının eline geçiyor. Bağın içine adam yapmış evini almış zamanında, yabancı olarak söylüyorum İstanbullu, şimdi yanındaki de yapacak ada betonlaşıyor diyor. Sen zamanında gelmişsin yapmışsın, o da yapacak. Sonra da entellik taslayıp, işte adanın görünümü bozuldu diyor. Adayı koruyorum diyor ama kendi deniz görüntüsü gidecek. *(Konut sahibi olmanızı engelliyor mu?)*

İmkansızlaştırıyor.

K8: Çok yüksek. *(Sizi olumsuz etkiliyor mu?)* Tabi ki. Kiralar çok yüksek. *(Arsa konut sahibi olmanızı engelliyor mu?)* Tabi ki.

K9: Burası çok yüksek tabi fiyatları, Bayağı pahalı yani burası. *(Erişilebilirliğinizi engelliyor mu?)* Tabi çok etkiliyor. Diyelim karşıda 10 liraysa burada 15 lira. Diyelim makarna ya da başka bir şey, tabi ki etkiliyor bizi. *(Yeniden konut sahibi olmanızı etkiliyor mu?)* Tabi engelliyor, artık diyoruz ki biz, eskiden alınmış buradan artık bir

şey alınmaz diyoruz. *(Şu anda kimler alıyor?)* Şu an parası olanlar, dışarıdan. Ada halkından birbirinden alan 1 veya 2 kişi olabilir, bilmiyorum daha çok dışarıdan alanlar oluyor, yatırımcılar.

K10: Çok pahalı. Pandemide 3 katına çıktı. Bağ evi aylık 10 bin lirayken 30 bin liraya çıktı. Ama bu sefer ne oluyor, tek aile geleceğine üç aile geliyor evi mahvediyorlar, çevreyi mahvediyorlar. Sonra arkasından söyleniyorlar. Bana mesela buradan hiçbir zaman ev alamayacağım gibi geliyor. Her yerde artış var ama burada çok fazla. Kira olarak mesela 2+1 daire 5 binden aşağı değil..

K11: Çok fazla arttı yani. Şöyle maalesef Bozcaada'da yaşayan insana da çok pahalı olmaya başladı turizmle birlikte. Şimdi örneğin Bozcaada'da ev sorunu var, geçen yaptığım haberlerde ulusal basında da çıktı. Eğer maddi durumu iyi olmayan bir aile iseniz Bozcaada'da yaşamak çok zor. Çünkü Bozcaada'da ev kiralari 5 bin TL'den aşağı değil. *(Var mı böyle aileler?)* Var çok var. Yani ev bulamıyorlar, sonra Çanakkale'ye yerleşiyorlar ya da Bozcaada'da çok zor şartlar altında yaşıyorlar. Çünkü adam Bozcaadalı ama şarap fabrikasında çalışıyor, asgari ücretle geçiniyor. 5 bin TL'ye ev bulamıyor zaten ev bulmak da çok zor. Birçoğu da evlerini kiraya vermiyor. Çünkü adadaki evlere şu anda baktığım zaman %99'u boş ama kiraya veren yok, verdiği zaman bile Nisan'a kadar veriyor. Nisan'dan Eylül'e kadar pansiyon olarak kullandığı için alacağı kiradan çok daha fazla kazanç sağlıyor. Bu da ilişkilere, ekonomik anlamda zorluklara etki ediyor. Aynı zamanda Bozcaada'da gıda fiyatları ana karaya göre çok yüksek çünkü herkes bir gemi ücreti koyuyor. Burada atıyorum bir margarin 10 TL ise adada mutlaka 14 TL oluyor... Burada yaşayan insana da vurmaya başlıyor ve kısır döngüye girmeye başladı şu anda. *(Konut/arsa sahibi olmanızı engelliyor mu?)* Yani zaten adada imar sıkıntısı var, imarlar yok uzun zamandan beri. Bozcaada'da şu an yeniden bir arsa ya ev almak neredeyse çok zor imkânsız hale geldi.

K12: İstanbul ile kıyasladığımız zaman Bozcaada bana göre şu anda bile pahalı değil. Biz inşaatçıyız, bir konutu yaparsınız arsadan bir daire eğer ki kendini 16-20 yıl arasında amorti ediyorsa çok iyidir. Bozcaada'da 5 yılda amorti etme şansı var. Bana göre daha fazla param olsa ya da İstanbullu olsam bende gider oradan dairemi satıp hem kafa dinlemek için hem de farklı bir kültür yaşamak için gelirim buraya. *(Fiyatlar konut sahibi olmanızı engelliyor mu?)* 1994'te Emlak Bankası Evleri dağıtılırken Gökçeada'ya da aynısı yapıldı. Gökçeada'nın evleri neredeyse yarı yarıya ya da üçte bir oranında Bozcaada'dan daha ucuzdu, orada kimse almadı oranın halkı daha fakir. Benim

arkadaşlarım Bozcaada'da Emlak Bankası Evleri alabilmek için tarlalarını sattılar, o zamanda çok pahalıydı, bu yeni bir şey değil ama insanlar bunu Bozcaada'da konut sahibi olmak çok kolaydı birden zorlaştı turizmle diye düşünüyorlar. Benim çocukluğumda da bizim elimizde yüzlerce tapu vardı. Ben bunların ne olduğunu sorduğum zaman giden Rumların tapusu olduğunu, babama güvendikleri için babama verdikleri söylediler. Rumların da kolay kolay ev satma şansı yoktu, onlar tapuya başvururlar Rum asıllı oldukları için 2-3 ay sonra onlara onay çıkardı. İnsanlar şöyle anlatmaya çalışıyor 80'lerde ada çok güzeldi, her şey çok güzeldi şimdi turizmle bozuldu, öyle bir şey yok. Eskiden de çok pahalıydı yani paran yoksa eğer asgari ücretle geçiniyorsan ya da çok kısıtlı bir gelirin varsa alamazsın. Eskiden turizm yoktu ama şarap fabrikasının yöneticilerinin elindeydi, yüzlerce binlerce dönüm arazisi olan 4-5 tane şarap fabrikası sahibi adam vardı, belediye başkanını bile onlar belirliyordu. Kimse işin o taraflarını söylemez.

K13: Çok yüksek. Benim için fark etmiyor ama işletmeler için ediyor. Şimdi ben evimi ya da pansiyonumu size kiraya veriyorum, örneğin 100 bin TL'ye senelik kiraya veriyorum siz işletiyorsunuz 2 sene sonra sizde başkasına devrediyorsunuz 150-200 bin TL'ye. Adam 200 bin TL'yi mi çıkartacak, içindeki masrafı mı çıkartacak, çalışanların masrafını mı çıkartacak. E normal olarak fiyatlar, örneğin kişi başı 500 TL olması lazım iken 700 TL'ye çıkıyor, adam da haklı nasıl çıkartacak o parayı? Bu sefer fiyatlar fırlıyor. Adada çok konut sorunu var. Gençlerin evi yok, konutu olmadığı için evi olanlar bu sefer yüksek fiyatlara veriyor 3 bin TL ise 4 bin – 5 bin TL istiyor.

K14: Zaten şimdi Bozcaada artık bir ticaret markası olduğu için ev kiralari 1+1 2.500 TL'den başlıyor. 3+1 yaşam evleri 5.000 TL'ye kadar çıkıyor ve bunlar yıllık peşinatlarla olmaya başladı. İnsanlar evlerini ve iş yerlerini kiralarken kendilerinin bile ödemeyeceği rakamlar istemeye başladı. Rant bu şekilde var, en büyük sorunumuz o zaten yani dükkân al yıllık 150 bin TL kira iste. Bizim için en büyük sıkıntı ne biliyor musunuz? Şimdi 150 bin TL'ye kiraladığınız bir otel ya da restoranın içindeki kiracı dışarıdan geldiği için, adalı bu işi bilen adam kiralamaz burayı, dışarıdan gelen kiraladığı zaman bu parayı çıkarmak için karşıdan gelen misafirleri kazıklama yoluna gidiyor. Ufak bir odayı 2 bin TL'ye satmaya çalışıyor çünkü kirayı çıkarmak zorunda var para kazanmak zorunda. Bu şekilde yüksek fahiş fiyatlar uygulandığı zaman kazanamazsa çekip gittiğinde bıraktığı kötü intiba bize kalıyor. Bozcaada bu yüzden pahalı anılıyor işte rant burada. Bunu engeller miyiz? Valla engelleyemiyoruz çünkü talep var arz talep

mesalesi. *(Yeniden konut arsa sahibi olmanızı engelledi mi?)* Maliyetler arttıkça, kazançlar düşüyor engeller oluyor. Şu anda bizim Emlak Bankası'ndaki bir evin maliyeti 2 trilyona satılıyor, kazandığım para 2 trilyon olmayınca uçuk geliyor. Bu da ne yapıyor? Kazanılan parayla Çanakkale'ye yerleşim artıyor, herkes Çanakkale'ye yerleşiyor.

K15: Çok aşırı derecede arttı fiyatlar. Eskiden böyle değildi, e tabi popüler olunca mecburen fiyatlar da artıyor. Rant var tabi yok değil. Artık fiyatlar çok yükselince alım gücümüz düştü.

K16: Artış oldu. Arsa ve konut fiyatlarında artış oldu. E tabi bizi de engelliyor çünkü fiyatları arttığı için alması biraz daha zorlaşıyor. *(Gıda fiyatları?)* Gıda fiyatlarında da artış oldu. Şimdi turizmle birlikte fiyatlar da artıyor, e talep çoğaldıkça fiyatlar da artıyor. Şimdi buradaki esnafa turiste ya da ada halkına göre fiyat ayırımı yapamıyor.

K17: Bunu bizim söylememize gerek yok, birçok platformda çıkıyor Bozcaada Türkiye'deki en pahalı 3-4 ilçe arasında diye. Gayrimenkul pahalı olunca kiralar da pahalı oluyor, bu kadar para verip gayrimenkul alan bir insan 1000 TL'ye evini kiraya vermiyor. Bir de sezonluk talep görmesinden dolayı bu pandeminin de etkisiyle daha çok değerlendirildi konut fiyatları. Beni rahatsız etmedi herhangi bir rahatsızlık yok çünkü böyle yeni bir imar alanı yaratıp yeni binalar yapamadığımız için, yapılmasın bu arada, mevcuttaki de değerli oluyor tabi ki talep var fiyat artıyor.

Yükselen konut fiyatlarıyla biz bir şey hissetmiyoruz ama birçok arkadaşımız var evlenme zamanına gelmiş veya ev bark sahibi olmak isteyenlerin burada 2-3 trilyona ev alması biraz zorlaşabiliyor ancak bir şeyi satarak onu alabiliyorlar.

K18: Artış Türkiye'nin her yerinde var. Son 1 yılda mesela Muğla Datça'da %110-120'nin üzerinde artışlar oldu, İstanbul'da artışlar oldu ben adanın hala ucuz olduğunu düşünüyorum. *(Yani bu durum sizi rahatsız etmiyor)* Hayır çünkü bakın şöyle doların kur fiyatı belli, bugün 100 bin dolar dediğiniz para ne kadar yapıyor 1.5 trilyon ama o adam için 100 bin dolar. Bugün 100 bin dolara Paris'te 20 metrekare yer alamazsınız ya da İngiltere'de alamazsınız, biz hala uygunuz biz kendimizin kıymetini bilmiyoruz.

K19: O başlı başına bir sıkıntı tabi ki adada. Özellikle kiralık konut bulmada herkesin maddi gücü yok tabi ki. Son dönemlerde rant çok arttı adada, dolayısıyla burada kiralık konut bulmak çok zor. Çoğu yer, merkez dışında çoğu arsalar imara kapalı olduğu için veya büyük 4-5 dönüm arazinin içinde 50-60 metrekare bağ evi altında yapılıyor, onu da kiraya veren kişi mülk sahibi bayağı uçuk rakamlara veriyor kiraya. *(Artan fiyatlar*

yeniden konut arsa sahibi olmanızı engelliyor mu?) Engelliyor tabi ki mutlaka. Çok hızlı bir şekilde fiyatlar yükseliyor, arz talep meselesi, bilhassa son 2 senedir pandemi nedeniyle burası sığınak gibiydi çok tercih edildi, adada evi olan bağı olan bahçesi olan geldi tabi ki burada o dönemi çok iyi sağlıklı bir şekilde geçirdi.

K20: Tabi turizm ve rantla hepsi ciddi seviyede yükseldi. Şu anda imar durumu çalışması var uzun zamandır dönen, ondan dolayı şu anda bir sıkıntı var. Daha hala açılmadı çünkü devam ediyor.

K21: Uçtu aşırı derecede. Sahip olmak daha zorlaştı, kiralara çok aşırı arttı. Tabi ki genel olarak herkesi rahatsız ediyordur diye düşünüyorum.

K22: Katılımcı bu soruya cevap vermek istememiştir.

K23: Hepsi uçtu. Şu anda Türkiye’de de fiyatlar uçtu. 2 sene öncesine kadar 100-150 TL olan yer 450-500 TL oldu, 300 TL olan 3+1 oldu 1 trilyon. Çünkü bir şeyin değeri azlığıyla çokluğuyla ölçülür, talebe göre. Bir şey ne kadar azsa o kadar değerlidir, burada da ev az o yüzden değerli. Buraya 1000 tane konut yapın onların hepsinin fiyatı düşer ama o olmadığı için adanın vatandaşa dezavantajı o oluyor. Mesela çoğu memur buraya karşıdan gelip gidiyor, sabah gemisiyle geliyor akşam dönüyor ne yapsın Ezine’de Çanakkale’de kalıyor. Ben mesela ilk geldiğim zamanlarda, 20 sene öncesinden bahsediyorum, ev yoktu lojman sırası bekledim geçici görevim Gökçeada’daydı geçici görevle 2 yıl orada çalıştım ondan sonra tekrar geldim buraya. O 20 sene önce yaşadığım sıkıntılar hala devam ediyor, o ev sorunu hala var. İnsan kazıklandığı yere gider mi ya? Denizi güzel diye lokantasında 1000 TL’ye kazık yenir mi iki tane meze için, ki o zaman ona bakarsan en güzel deniz Gökçeada’da oraya gitsin. Bugün sabah esnaf bir arkadaşımız diyor ki kokoreç 50 TL’ye satılıyor diyor, bende köfte ekmek satacağım 45 TL’ye satalım o zaman kokoreçi 50’ye verirse diyor, ya insan karşıda aynı şeyi lokantaya gitsen iki kişi üç iki doyarsın o paralara.

K24: Herhalde benim bundan sonraki ömrüm buradan 100 metrekare yer almaya yetmez. Çok uçuk fiyatlar. Özellikle pandemiden sonra arttı. Şimdi ben bakıyorum, benim dikkatimi çeken 28 metrekare bir yer yani bir evin salonunu düşünün 990 bin TL ya böyle bir fiyat var mı ya? Artı yani burada ne iş yaparsanız yapın fark etmiyor taşıma suyla değirmen çeviriyorsunuz, karşıya bağlısınız, anakaraya bağlısınız. Burada yeri geliyor bir tane cıvata bulamıyor adam o gün işini bırakıyor karşıya gidiyor o işini hallediyor. O cıvatanın belki bedeli 1-2 belki 5 TL ama yok, böyle bir sıkıntı var. Burada emeği ile geçinen insan buradan karşıya geçsin bunlar geçinemezler yani diğer fiyatlar

da yüksek günlük çalışma fiyatları olsun, süreleri daha kısa, karşıdaki gibi sabahın 6'sında 7'sinde git akşam 5'te döneyim yok, 10'da git 2'de bırak gel yani böyle bir geçim hiçbir yerde yok ve ben buraya kriz geldiğine inanmıyorum hiçbir zaman için çünkü gelir yüksek burada bunun farkına varamıyor insanlar. Ama karşıya gittiğiniz zaman farklı hissediyor, şimdi çıkın adaya sorun şu an bulabileceğinizi sanmıyorum bulabilirseniz de 4 bin 5 bin TL'ye çok fahiş fiyatlara ev bulacaksınız. Zaten burada kaloriferli evler yok. Ben şimdi 10 senedir burada sosyal konutlarda oturuyorum, 10 senedir de soba yakıyorum. Ada meşakkatli bir yer.

K25: Şimdi burada imar yasağı olduğu için kara borsa gibi bir şey oldu Bozcaada, o yüzden fiyatlar çok yüksek. *(Bu durum sizin yeniden konut arsa sahibi olmanızı engelliyor mu?)* Tabi, engelliyor.

K26: Bozcaada'ya turizm geldikten sonra iyice fazlalaştı yani 4-5 katına çıktı neredeyse hem kira hem konut hem de arsa fiyatları. Turizmden sonra oldukça fazlalaştı. Şu an benim konut sahibi olma ihtimalim Bozcaada'da yok gibi bir şey, oldukça fazla ancak bir toplu konut yapılabilirse ben bu işe girebilirim. Tek seferde bir konut ya da arsa alma ihtimalim şu durumda yok gibi bir şey.

K27: Kiralar çok ucuz. Şu an bulursan 5 bin TL'den aşağıya bulamazsın o da bulursan, bir de 1 yıllık peşinat isterler yani burada yaşam çok zor. *(Yeniden konut arsa sahibi olmanız engelliyor mu?)* Engelliyor.

K28: Çok arttı. Aslında Türkiye genelinde bir artış var tabi, Çanakkale bile şu an çok ucuz sayılmaz. Ama adanın şöyle bir durumu var toprak hep değerli. Az önce de dediğim gibi adam bugün 2 trilyona aldığı yere yarın 3 trilyon istiyor, rant var çünkü. Yani düşününce de pahalı olsun tabi ucuz olsa ona da herkes gelir iyice kötüleşir ada.

K29: Astronomik. Kiralık bulamazsınız, 5-6-7 binden gidiyor evler. Yani bir memur geldiği zaman ev bulamıyor zaten, iki odalı bir evi olan pansiyon yapıyor. Size onu veriyor mesela Mayıs 15'e kadar boşaltmak şartıyla ama. Neden? Kışın senden kirayı alıyor, 1 Haziran'dan itibaren de pansiyon yapıyor, boş kalmasın diye. *(Bu sizi rahatsız ediyor mu?)* Zaten Bozcaada'da bizim gibi memur emeklisi insanların konut sahibi olması hayal. Bakın bazı memur arkadaşlarımız Geyikli'de oturuyor. Sabah gemisiyle geliyor göreve, akşam gemisiyle Geyikli'ye dönüyor, orada ikamet ediyor ama Bozcaada'da görev yapıyor.

K30: Arsalara erişemeyiz zaten biz artık, arsa artık fakir işi değil. Arsalara, kiralar uçtu. Çanakkale'de 2.500 TL ise Bozcaada'da 7.500 TL. Adada zaten kendi yerin yoksa

bulamazsın yer. Mülk sahibi olman imkânsız, damın bağı varsa orada yaparsın. Şimdi yerlerini bile pansiyona veriyorlar. Mesela Tuz Burnu-Ayazma tarafı hep gecekondular gibi bir odalı konutlarla dolu. Oraları bile pansiyona veriyorlar. Bağı var mesela küçük bir yer yapmış hem kendi oturuyor hem denize giriyor.

SORU 7: Sizce turistlerin ve işletmelerin; suç oranları, gürültü, çevre kirliliği, trafik sorunu gibi etkileri var mı?

K1: Bence yok. 4 yıl önce bir cinayet işlendi ve adada tektir. Daha önce böyle bir şey yaşanmadı, bundan sonra da umarım yaşanmaz. Adadaki turizmle uğraşan işletmelere çalışmaya gelen insanları ne kadar gözden geçirmek istesek de kendi aralarında ya da müşterilerle sıkıntılar çıkabiliyor. Bu turizmin getirdiği bir şey, yani bunlar hayatın olağan akışı.

K2: Var tabi ki. Gerçi biraz bağıyor çağırıyor belediye. Türkiye’de ilk defa poşeti yasaklayan belediye başkanı benim. 1999’da ya da 2004’te yasakladık poşeti, çok da güzel kampanyalar yaptık. Migros ile beraber Müthiş bez torbalar yaptım. Burada tekstilci arkadaşlar vardı onlarla müthiş güzel bez çantalar yaptık. Dağıttık 5 bin tane, herkese bedava. Hatta o kadar güzel yapmışız ki millet aldı kızının çeyizine koydu. Kullanmadılar yani. Ondan sonra, bir ara benden sonra gevşedi. Sonra belediye tekrar karar aldı, geçen sene biraz sıktı ama şimdi yine poşet dağıtıyorlar. Kese kâğıdı var yine kullanılıyor ama ada çok küçük bir ada zaten poşet bizi çok rahatsız ediyor. Bütün sahiller, plajlarda hep çöpler uçuyor her tarafta. Bu sahillerde kampanya yapılıyor yazın ama belediye o kampanyayı yazın devam ettiremedi. Ben mesela ettiriyordum, bir ekip kuruyordum bağlara çalışmaya gelen kadınlar var mesela işçiler onlar gündüz saat 14.00-15.00’te bırakıyorlar işi. Ben 15.00’ten sonra bir ekip kuruyordum bir traktöre 10 tane kadını bindiriyordum başlarına bir tane zabıta bugün iki koyu temizleyeceksiniz, her hafta temizliyordum Şimdi bunlar yapamadı, çöp konusunda çok sınıfta kaldılar geçen sene.

K3: Olmaması gerekiyor. Çünkü burası turizmle geçinen bir yer. Yani hiçbir şeye mana bulmamak gerekiyor herkes ekmek parası için çalışıyor. Bence o sorun olmamalı, sadece beni tek rahatsız eden dışarıdan gelen insanların içtikten sonra yaptıkları davranışlar. Kavganın dövuş olmadığı sürece herkes eğlenebilir bence. Zaten eğlenmek için geliyor buraya. O da iyi denetimden mi geçiyordur bilmiyorum.

K4: Şöyle yine ayrıcalık yapıyor gibi olacağım ama öyle değil gerçekten. Biz burada çok geniş alana sahip olduğumuz için biz burada onu yapmıyoruz. Açık hava ama sokak

aralarından mesela çok şikayetler duyuyorum ben. Yani bir mekâna oturup, öbür mekânın müziğiyle birbirine girip sohbet edemediklerinden şikâyet eden insanlar var. Ama dediğim gibi bundan hoşlanan, artık masalara kadar çıkıp eller havaya yapan bir kesimde gelmeye başladığı için hoşlananlar da var. *(Çevrede atıklara ve kirliliğe sebep oluyorlar mı?)* Muazzam. Bunu tabi sadece tatilcilere bağlamamak lazım, adalılar da yapıyor bunu. Günübirlikçi gerçekten buraya zarar veriyor. Buraya gelip sadece çöpünü bırakıp gidiyor. Maalesef bu da Türk toplumunun biraz cehaletinden kaynaklanıyor.

K5: Gürültü kirliliği inanılmaz fazla. Ses çok var. Rahatsız olmuyorum tabi ki sonuçta insanlar bir taraftan eğlenmeye geliyor, kafa dinlemeye geliyor. Araç olarak evet inanılmaz bir yoğunluk oluşuyor. İstedüğün anda trafiğe çıktığın zaman ilerleyemiyorsun. Hem insan yoğunluğundan hem araç yoğunluğundan dolayı. Ama dediğim gibi olması gereken de bu.

K6: Oluyor tabi, sezon zaten üç ay. Ortalık yazın bir karışıyor ama Eylül sonu buz gibi oluyor, kimse kalmıyor. Biz turizm işiyle ilgilendiğimiz için pek de olumsuz etkilemiyor, biz paraya bakıyoruz. Plajlar kötü. Ayazma haricinde diğerleri kötü. Ayazmayı Bozcaada Spor Kulübü işletiyor, bakımını da yapıyor aynı zamanda.

K7: Turizmin var diyemeyiz çünkü onun sırtından para kazanılıyor ama var. Ama üç ay bunun sırtından para kazanıldığı için adalı buna katlanmak zorunda. Bunu kim ayarlayacak, kim düzenleyecek? Bunu yerel yönetimler düzenleyecek. Gerek çevre kirliliği gerek ses kirliliği tamamen yerel yönetimin elinde. Yoksa adalı gerekirse 24 saat uyumayacak. Uyumaması lazım çünkü üç ay para kazanıyorsun, 9 ay boyunca o parayı yiyorsun.

K8: Tabi ki. Herkesin ağzında biz 2 ay para kazanacağız bize kimse dur demesin, turistler de biz bu kadar para veriyoruz dilediğimizi yaparız havasındalar.

K9: Var tabi ki. Trafik var, gürültü var. Bütün gün çalışıyorsun ve evinde yatmak istiyorsun ama saat 01.00- 02.00 oluyor sokaklar içki içip bağırın, şarkı söyleyen, kavga eden ve gürültü yapan insanlarla dolu. İçki içmenin sonucunda ne oluyor? Bir yerden sonra patlak veriyor. Birbirine sataşmalar oluyor.

K10: Trafik sorunu var. Mesela feribot sırasında benim eşim feribot sırasına giriyor çok yanlış... Kontrol yok. İkametimiz buradayken benim eşim 1 gün boyunca feribot sırası bekleyebiliyor. Trafik var evet trafikten öte çok hız var. Benim en çok korktuğum şey kazaya sebep olmak. Park yeri sıkıntısı çok var, ben çözümünü buldum jandarmaya park ediyorum. Adaya araba sokulmamasına katılıyorum ama bu sefer turlar başlayacak,

yoğunluk başlayacak, belirli bir koya gidilecek. Onların da özgürlüğünü kısıtlamak istemiyorum. Mesela aynısını ben yaşamak istemezdim, arabamla gitmek isterdim. Sadece araba sınırlandırması yapmaları lazım.

K11: Trafik anlamında var. Yazın özellikle 3-4 ay park edecek yer bulamazsınız, otoparklar yok. Her yer sit alanı olduğu için yeni otoparklar açılmıyor. O anlamda yazın ada hayatı aileleri ve turizmle ilgilenmeyenleri bile çok etkiliyor ama kışın zaten kimse yok. *(Gürültü kirliliği?)* Ada merkezi çok küçük bir merkez. İşte bir tanesine bar izni veriyorlar bir tanesine otel izni. Ama tabi aynı evlerde aileler de var. Her şey bir arada olduğu için oluyor. Başka yerlerde barların kafelerin olduğu yerler bellidir, kafelerin barların hepsi o alandadır. Ama Bozcaada'da öyle değil, kafeler de barlar da oteller de hepsi dip dibe olduğu için mutlaka gürültü kirliliğinden çok fazla şikâyet oluyor.

K12: Var. Mesela adam çok küçük bir alana restoran açmış ama yol kenarına ve kamuya açık alana masa atıyor. Bunlarda da bir düzen yok, zamanında kim yaptıysa öyle bir gelenek olmuş onun yaptığı yanına kar kalmış. Yerel yönetimin bunu adil bir şekilde dağıtması lazım.

K13: Var. Ne derece doğru bilmiyorum ama yemek artıklarını sokaklara döküyorlar. Sokağa döktükleri içinde hem sinek yapıyor hem koku yapıyor. Çevre kirliliğine neden oluyor.

K14: Devlet o yönden geçen yaz çok güzel tedbir aldı. Emniyet, jandarma, sağlık, belediye akabinde sahil güvenlik ve başta kaymakamlık olmak üzere. Suç oranı çok düşük ama bazı işletmelerde gençliğin ve alkolün verdiği, yanlış insanların ve şımarık kesimin bulunduğu bir ortamda ufak çaplı dahi olsa kavga çıkıyor. Gürültü konusunda Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan izin almadan hiçbir iş yapamıyorsun, 00.00-00.30'da müziği kapatmak zorundasın. Ondan sonra tabi insan gürültüsü başlıyor sokaklarda gezip nara atan insanlar oluyor.

K15: Var. Trafik sorununa belediye özellikle güzel bir plan uyguladı. Şehir merkezine araç girişi yasak yaz döneminde ve rezervasyon sistemi var gemiye binmek için. Dışarılar kalabalık oluyor ama merkezin içi en azından sakin oluyor. İllaki çevre kirliliği oluyor olmuyor değil, koylara filan bir sürü atık atılıyor.

K16: Oluyor tabi ki. Şimdi evlerin yanına işletmeler yapılmaya başladı bu da konutlarda kalanları gürültü açısından rahatsız ediyor. Çevre kirliliği de arttı tabi ki gelen kişi sayısı arttığı için. Trafik sorunu da aynı şekilde turizme bağlı olarak arttı.

K17: Var tabi ki çok özellikle restoranların. Çünkü sokaktaki yaşam mahalleri ve restoranlar birbirine geçmiş durumda, gürültü kirliliği çok fazla. Bozcaada'da en büyük sorun ne derseniz bence otopark. Gıda sorunu çok fazla yok bir şekilde haftada bir Pazar kuruluyor, marketler de her şeyi getiriyor çok nadir senede 1 gün ekmek biter o kadar.

K18: Zaman zaman bunlar yaşanıyor. Bunların yaşanmaması mümkün değil ama bence bu adada az yaşanıyor, çok da fazla yaşanmıyor. Önemli olan yerel yönetimlerin hangi kuralları, hangi uygulamaları yapacağı yani kurallar ve uygulamalar koyulduğunda ortaya birtakım şeylerin önüne daha da geçilebilir ama çok aşırı sorunlar olmuyor.

K19: Çok ender, çok nadir belki müzikte belli bir saatten sonra yüksek volümlü çalışmalar belki etraftaki otel ve pansiyonları rahatsız etmekte. Trafik sorunu oluyor tabi ki bilhassa iskeleden araç indiği zaman, gemi feribot geldiği zaman bir bakıma oluyor fakat son 7-8 senedir merkez içerisinde trafik yasağı var. Sadece işi olan veya iskeleye rezervasyon yaptıran araçlar girebiliyor onun dışındakiler merkez dışındaki büyük otoparklarda, belediyenin ücretsiz otoparklarında park ediyor. Rahatsız tabi son senelerde çok rahatız, gelen misafirimizde çok rahat bebek arabasıyla veya yayan çoluk çocuğunla rahat geziyor.

K20: Tabi ki. Aslında çok basit dokunuşlarla birçoğunun önüne geçilebilir ama şu anda gerek yerel yönetim olsun gerek kaymakamlık olsun bunu üstüne tam düşmedikleri için devamlı katlaya katlaya bir sorun olarak devam ediyor.

K21: Var. Fanları, klimaları, mekânın canlı müzikleri. Atıyorum Rum mahallesinde canlı müzik ruhsatı verilmesi ya da alması o kişinin alması orada dışarıya dev hoparlörler koyup oradaki bütün mekanları ya da diğer mekanları bastırması, beş mekânın aynı sokakta müzik yapması bunların hepsi rahatsızlık verici. Çevre kirliliği de tabi ki Bozcaada Belediyesinin yapamadığı, toplayamadığı kadar aşırı bir kirlenme oluyor hem dışarıdan gelenler hem de işletmeler yüzünden. Ne altyapı ne de şey bunu kaldırmıyor. Park yeri şu anda sorun mesela şu anda sezonda değiliz şurada arabanızı park edecek yer bulamıyorsunuz, önceden bomboştur 1-2 tane araba oluyordu.

K22: Çeşitli çok insanlar var, temizi de var pisi de var. Köpeklerle geliyorlar, bakıyorlar sonra bırakıyorlar pisliğini biz çekiyoruz. Öyle insanlar da var ekseriyetle böyle ama.

K23: Gürültü kirliliği var. Suç oranları da şöyle buradaki adalarda hemen hemen pek kavga gürültü olmaz ama 3 sene önce burada bir cinayet işlendi adalı bir arkadaşımız öldü. Benim de çocuklarım var her an bir yerde eskiden rahat uyurken şimdi

uyuyamıyoruz. Geceleri belli bir saatten sonra çocuklarımız yatağa giriyor, yanımızda oluyor o zaman uyuyoruz. Yazın inanın evden çıkmıyorum. Pandemi iki senedir tehlikeli diye çıkmadık, yazın eşim de karşıda çocuğun okulu için burada değil. Yazın geliyorlar ama Çanakkale’de olsa daha iyi en azından geziyor, burada hiç gezemiyor. Her taraf kalabalık, pandemi olayı da sıkıntılıydı, biz de iş-ev ev -iş öyle geçirdik o yüzden denize bile gidemiyoruz, hiçbir yere gidemiyoruz. Korkudan da gidemiyoruz kalabalıktan da gidemiyoruz çünkü arabanın çıkarttın mı park yeri yok ve çok saygısız insanlar var benim de arabam var ama hiç öyle saygısızlık yapmıyorum. Adama diyorum ki en azından evimize geçecek kadar bir aralık bırakın filan “orası yol” diyor. Bir de buraya kaliteli insanlar gelsin. Sizce kalitenin kıstası nedir, para mıdır? Adam Belçika’dan gelmiş, ki Avrupa’dan gelmiş, adama ‘şöyle bir geçelim’ diyorum dik dik suratıma bakıyor. Ne bakıyorsun dedim burası benim evim, sen 3 günlüğüne geldin biraz arabayı şöyle çekiver biz de geçelim. ‘Konuşma lan ben de oradan vergi gönderiyorum’ diyor. Ondan sonra zaten sıcak, herkesin sinirler gergin her şey üst üste biniyor ve 3 günde bir tartışma oluyor. Kavga gürültü en çok park yerlerinde oluyor, oraya park etme benim evim benim arabam. Arabamıza vuruyorlar gidiyorlar göremiyorsun, çoğu yerde kamera yok. Burada öyle sıkıntılar çok. Bir de kalabalık oldukça yazın yaşam bize zorlaşıyor, Nisan-Mayıs geldi tamam stres başladı. En güzel zamanlar aslında.

K24: Suç oranı burada zaten yüksek değil, zaten burada biliyorsunuz adliye yok kaldırıldı. Buradaki dosya sayılarından kaldırıldı şimdi Ezine adliyesine bağlı. Gürültü olayına gelince son birkaç senedir biraz bu olaylar yükselmeye başladı eskiye nazaran. Çok da böyle büyük orantıda eğlence yoktur, daha çok restoran düzeyinde onların da her şeyi belli zaten.

K25: Tabi var. Restoranlar gece zaten 00.00’da bitirmiyor, orada yaşayanlar çok rahatsız oluyor gürültüden. Yazın kavga oluyor. Trafik de oluyor ama genelde ada içerisinde trafik yasağı olduğu için ada içine giremiyorlar o yönden iyi yani.

K26: Yaz sezonunda var tabi ki. Kış sezonunda zaten biz bize kaldığımız için sıkıntı olmuyor ama yaz sezonunda yaratıyorlar. Araç park etmekte sıkıntı yaşıyoruz, istediğimiz yere araçla gidemiyoruz. Bazen yüksek sesli müzikler oluyor, alkol kullanımına bağlı gürültü yapan insanlar da oluyor doğal olarak kavgalar çıkıyor. Buna bağlı rahatsızlıklarımız oluyor.

K27: Trafik sorununu belediye çözdü, yazın 3 ay geçerli olmak üzere şehir merkezinde araç girişi yasak. Kalabalık olan yerde gürültü elbet oluyor, bu her yerde geçerlidir.

K28: Var tabi. Suç oranları çok arttı diyemem ada genel olarak güvenilir bir yer ama geçtiğimiz yıllarda bir arkadaşımızı öldürdüler, bunlar da oluyor çünkü serserileri artık adaya çekmeye başladık. İnşallah daha kötü şeyler olmaz. Onun dışında gürültü kirliliği zaten kalabalığın getirdiği bir şey. İşletmeler de insan çekmek istiyor mekanların sesleri hep birbirlerine giriyor. Yine plajlar pislik içinde insanlar yiyip içip bütün pisliklerini bırakıp gidiyor, halkımız genel olarak eğitimsiz bu konuda.

K29: Trafik sorunu oluyor. Zaten şimdi son zamanlarda yasaklar var 00.00'dan sonra müzik yok, o yönden biraz rahatladı. Çevre kirliliği tabi oluyor, kendini bilmez insanların plajlarda bıraktığı çöpler oluyor, ekseriyetle bunu günübirlikçiler yapıyor.

K30: Artık o her yerde var. Bazen olay da çıkar, bazen bakarsın herkes neşelenir. Ama millet içkiyi fazla kaçırdıkça ona buna laf atmalar vs. olaylar oluyor. Cinayet bile oldu. Kumar oynarken kavga etmişler, biri Bayramiçli kasabı bıçaklamış, diğeri kasap zaten boğazını kesivermiş.

SORU 8: Eski komşuluk ilişkileriniz ile şimdiki komşuluk ilişkilerinizi nasıl karşılaştırırsınız?

K1: Eskiden daha iyiydi. Şimdi insanlar çalışmaktan, bilhassa yazın çalışmaktan, kimse birbirini görmüyor. *(Değişen ilişki yapılarınız var mı?)* Tabi ki, artık yazlık ve kışlık ada olmaya başladı. Kışın kimse yok. Yani sokaklarda bir iki tane evin ışığı yanar. Eskiden öyle değildi, daha kalabalıktı. Herkes burada yaşıyordu. Şimdi kışın sezon bittikten sonra herkes Çanakkale'ye İstanbul'a kışı geçirmeye gidiyor. *(Sanırım turizm yatırımlarından kaynaklı)* Evet, turizmin popüler hale getirmesi. Parayı kazanan sezon sonu gidiyor.

K2: Şöyle oldu, atıyorum bizim sokağa bir İstanbullu geldi ve bizim ev ile komşu ev arasından bir tane ev aldı. Uyum sağlanmıyor, çocuk içen bir adam ortaya masa atıyor, sabah gürültü yapıyor akşam müziğin sesini fazla açıyor filan artık o eski komşuluk ilişkileri kalmadı, onlar bitti. Zaten çoğu kapatıp gidiyor. Kışın kapatıp gidiyorlar. Mesela bizim sokakta biz iki aileyiz. Bir de altımızdaki sokakta bir aile var adalı olarak. Kimse kalmadı yani herkes gitti.

K3: Hiçbir değişiklik yok. Aslında onlar (dışarıdan gelenler) insana ve komşuluğa daha çok muhtaç.

K4: Şöyle, Bozcaada'da çok fazla komşuluk yoktur. Eskiden varmış, anlatıyorlar ama şu anda yan komşularımız vesaire, rakiplerimiz oldu. Komşuculuk yoktur. *(Değişen ilişki yapıları gözlemlediniz mi eskiye nazaran?)* Benim bilmediğim dönemlerde, anlatılan

Rumların ve Türklerin beraber yaşadığı zamanlar mutlaka varmış komşuluk ama şu anda çok az yaşayan olduğu için.

K5: Çok farklı. Önceden insanlarla oturup muhabbet ettiğin zaman neşe ve sıcaklık vardı. Şimdi o sıcaklığı bulamıyorsun çünkü herkes geçim sıkıntısında. O ister istemez insanların yüzüne yansıyor. Oturup muhabbet ettiğin zaman iki cümleden biri paraya geliyor. Aman bir şey olur mu, işte gidersem belki evinde hiçbir şeyi yoktur korkusu var. Biz şimdi genç nesiller bile böyleyiz, benim oğlum 19 yaşında şu anda onda bile var bu korkular. Dediğim gibi ada çok güzel bir yer sessiz, sakin, en güvenilir adalardan bir tanesi diyebilirim. Yani burada kimsenin kimseye yanlış olmaz, genç bir kız bile olsun istediğin saatte istediğin saatte sokağa çıkabilirsin. Bu bana zarar verir mi asla böyle bir düşünce yok. Anahtarlarımız kapıların üzerinde, hiçbir sıkıntımız yok. Çok şükür bu zamana kadar öyle hiçbir sıkıntımız olmadı, istediğin herkesle oturup kalkıp sohbet edebilirsin, o güveni samimiyeti görüyorsun zaten. *(Değişen ilişki yapıları var mı?)* Tabi ki, adanın yerlisi farklı sonradan adaya gelenler çok farklı. Yani bir adanın yerlisiyle çok içli dışlı olamıyorsun, bir sınır var. Dışlamak açısından değil de kültür farkı var. Ben 22 sene oldu adaya geleli, gelin olarak geldim. Alışamadım. İnsanın o kendi kültürü, insanı farklı oluyor ne kadar alıştım desem de o hep bir çizgidir aslında ara yerde olan ama tabi ki yaşamaya çalışıyoruz burada.

K6: Daha önceden turizm yoktu burada, olsa bile azdı yani toptasan 5-6 tane otel, 1-2 restoran vardı. Şimdi herkes o işi yapıyor. Bizim komşuluğumuz Eylül'den sonra başlıyor. Eylül'e kadar kimse kimseyle görüşmüyoruz, turizm bittikten sonra herkes yine aynı. *(Eski komşuluk ilişkileriniz nasıldı?)* Komşumuz kalmadı ki, herkes sattı evini, arsasını sattı gitti. Çok az kaldı, şimdi dışarıdan gelenlerle arkadaşlık kuruyoruz ne kadar da kursan tabi eskisi, adanın yerlisi gibi değil.

K7: Adaya ben 38 sene önce geldiğim zaman, herkes birbiriyle çok iyi görüşür ve çok iyi tanırdı. Çok Rum vardı. Ama şimdi, bilhassa yazın, Nisan'da Mayıs'ta açıyor sezonu Eylül'de Ekim'de kapatıyor bu da 5-6 aya tekabül ediyor. Birbirlerini görmüyorlar. Ondandır ki eski şeyler kesinlikle yok.

K8: Eskiden çok daha iyiydi tabi ki. Komşu kalmadı artık bütün evler pansiyon otel oldu. Maalesef komşuculuk onun için bitti. Çok az nadir kaldı artık. Biz eskiden kapıların önünde çay içerdik, adalılar yazın kapının önünde yaşırdı. Ama şimdi buna fırsat kalmıyor. Ya açılan yerlerle alakalı bir sıkıntı ya da dediğimiz gibi zaten herkes bulduğu 1 odayı bile ticarethaneye çevirdiği için, birebir ikili ilişkiler bitti. Yani artık

komşumuz yok, onun yerine bir sürü yabancı var. Kiralıyorlar mesela, kendisi Çanakkale'ye yerleşiyor burayı sezonluk kiraya veriyor, daha fazla getiri.

K9: Eskiden daha fazlaydı. Ben ilk evlendiğim zamanlar 2012-2013 yıllarında daha fazlaydı. Çünkü kimse daha adadan gitmemişti, komşularım da vardı. Şu an kış olduğu zaman herkes evlerini kapatıp, Çanakkale'ye gidiyorlar. **(Neden?)** Ulaşımdan dolayı bir de burada sıkılıyorlar artık. Yazın alışıyorlar bu hareketliliğe, kışın olduğu zaman da kimisi bahane yapıyor çocuğumu okutacağım diye gidiyor, artık burada kışın durulmaz diyor, gemi geçmiyor ben hasta olacağım diyor. Mahrumiyet gözüyle bakıyorlar buraya, aslında ben hiç de öyle düşünmüyorum. Her şey olabilir, karşıda da olabilir. Genelde yaşlılar burayı terk edip gidiyor kışın.

K10: Ben normalde insancıl birisi değilimdir. Ben tek başıma yaşamayı severim, ailem olsun benim için yeterli. Ama ben burada sevgi pıtırıcığı oldum, sevgi bekliyorsunuz. Hani böyle hadi kızlar toplanın gidelim. 10 kişiden ikisinde arkadaşlık vardır ama dediğim gibi burası köy olduğu için dedikodu da çok vardır. Keyifli bir yer ama az insan çok huzur.

K11: Çocukluğumdaki komşuluk ilişkileri ya da bundan 10-15 sene önceki komşuluk ilişkileri kalmadı. Çünkü turizm girdiği her yeri eninde sonunda, bütün ilişkileri baltalıyor. Herkes işletmelerin çoğalmasıyla birbirine rakip oldu. Sonradan gelenlerde rakip oldu. Eskiden adada bir düğün olduğu zaman bütün adalılar düğüne giderdi, şimdi insanların düğüne gidecek vakti yok. Kültürel anlamda da ilişkiler anlamında da turizmin büyük zararlar verdiğini söyleyebilirim.

K12: Tamamen değişti. Eskiden imkanlarımız da kısıtlıydı, tamamen paylaşımcılık vardı. Birbirimiz ile daha çok muhabbetimiz vardı. Şimdi ben özellikle yaz sezonunda arkadaşlarımı dahi göremiyorum, herkes para kazanma hırısından çalışıyor. Şu anda harman gibi düşünün çalışıyorlar, çalışıyorlar. Belki Eylül'de görüşürsünüz. Ama kültür de değişti. Para bir insanı sosyal, kültürel ve eğitim yönünden desteklemiyorsa çoğunu bozuyor. Bu aile ilişkilerine de yansdı, çok evliler boşandı. Çok paradan sonra bunların hepsi arttı, bu benim şahsi görüşüm ve yalan da değildir, ben bunu gözlemledim.

K13: Eskisi gibi zaten komşuluk ilişkisi kalmadı çünkü her şey paraya döndü, turizmle o da kayboldu. Turizmle beraber kültür de bitti. Çok eskiden ben bağ dikeceğim zaman bir komşuma söylüyordum, ben yarın bağ dikeceğim yardıma gelin diyordum. O da arkadaşlarına söylüyordu herkes yardıma geliyordu, imeceydi bu. Ben sadece bağ sahibi olarak yemek yapıyordum, piştikten sonra oturuyorduk yemeğimizi yiyorduk, içiyorduk,

muhabbet oluyordu. Şimdi gelenlere bağ dikilecek dediğin zaman “kaç para yevmiye vereceksin?” diyorlar.

K14: Maalesef bitti. Ben Rum mahallesi yani namı diğer Cumhuriyet mahallesinde doğdum büyüdüm. Eskiden Anadolu kültürü de vardı. Komşun bir gün gözükmedi mi kapısı çalınırdı. Yemek pişip koku yaptığı zaman etrafındaki hamile veya fakir insanlar tespit edilir onlara verilirdi. Annelerimizin güzel psikolojik destekleri vardı. Kapı önüne yaygı dediğimiz örtü yayılır bütün komşular oturur akşam kocaları eve gelinceye kadar sohbet edilirdi. Kimisi gelinini çekiştirirdi, kimisi damadını. Ama onlar için bu çok güzel bir şeydi. Şu anda inanın aynı İstanbul gibi. Nasıl İstanbul’da apartmandaki komşunu tanıımıyorsan Bozcaada’da bazı şeyler olmaya başladı. Komşunu tanıımıyorsun, geleli 2 yıl olmuş onla bir kafa uyuşmazlığı oluyor. Yani eski kültür kalmadı Bozcaada’da.

K15: Aynı herhangi bir değişiklik yok. Tanımadığımız çok insan var ama adalı olan herkesi tanıyoruz onda sıkıntı olacağını sanmıyorum.

K16: Eski komşuluk ilişkileri kalmadı çünkü işletmeye döndüğü için konutta yaşayanlar da azalmaya başladı. Mesela kışın buradaki halk Çanakkale’ye gidiyor orada yaşıyor yazın ise Nisan ayında gelmeye başlıyor. Komşuluk ilişkilerinde de azalma oldu. Daha eskiden komşuluk ilişkileri daha iyiydi çünkü insanlar birbirleriyle daha sık görüşürdü daha çok ilişki içerisindeydi şimdi herkesin bir işi olduğu ve çalıştığı için turizm döneminde mesela kimse kimseyle çok fazla ilgilenemiyor, gelip giden olmuyor komşuluk olarak bu yüzden sıkıntılar var.

K17: Biz adalı olduğumuz için komşuluk ilişkilerimiz devam ediyor ama artık gelen komşular da eskisi gibi değil. Bütün ilişki yapıları değişti bence mesela eskiden çiftçilikle geçinen bir toplum varmış bugün turizmle geçinen bir toplum var daha fazla para kazanılıyor. Para varsa bir yerde de gelirler arttıkça bu tip komşuluk ilişkileri tahribata uğruyor, eskisi gibi değil.

K18: Eskiden adada Rum vatandaşlarımız daha çoktu, Rumlar ve Türkler çok daha böyle güzel kaynaşmışlardı. Eski komşuluk ilişkileri şu anda var diyemeyiz, Türkler arasında bile var diyemeyiz. Çünkü insanları öyle bir noktaya getirdiler ki ama bunun bir tek sebebi yok birden çok sebebi var. Sosyo-ekonomik sebepleri var, bize öğretilenler var eski komşuluk ilişkileri maalesef gittikçe zayıfladı.

K19: Değişmedi, değişmez ama azaldı tabi ki. Çoğu kimse burada doğalgaz olmadığı için kış da çok çetin geçtiği için Çanakkale'ye gidiyor son dönemlerde, maddi olarak da güçleri yerinde olan oradan da bir daire alıyor kışı orada geçiriyor.

K20: Tabi şu an zaten birçok ev ticarete döndüğü için eskisi gibi komşuluk ilişkisi çok zor. Eskiden herkes birbirinin evine girer çıkardı, herkes iç içe dış dışaydı, herkes birbirinin şeyine koşardı, şu anda da zaten kimse işten güçten kafasını kaldırıp o tarz şeylere bile bakamıyor.

K21: Komşuluk ilişkileri birçok yere göre burada biraz daha ılıman ama tabi çok da olması gerektiği kadar iyi değil.

K22: Bizim komşular aynı kişiler. Bizim sokağa yabancı gelmedi. Tanıdığımız aileler var ama başka yerlerde komşuluk ilişkileri pek olmuyor.

K23: Çanakkale'de berbat burada yine birazcık var. Sağımız solumuzdakiler ile tanıyoruz, merhabalaşıyoruz, ediyoruz. Git geller, ev ziyaretleri pandemide kayboldu. Ama burada bir insanı yolda 5 kere görüyorsunuz yolda. Zaten 1 tane kahve 1 tane terzi 1 tane berber var öyle düşünün. Bir de daha çok burada şimdi adalılar da dahil parayı kazanıyor, gidiyor. Kışın burada memur kesimi kalıyor. Onlar parasıyla hepsi doğalgazlı sıcak evlerinde oturuyorlar. Burada son 10 senedir kimse sıkıntı çekmemek için karşıya gidiyor, herkes karşıdan ev alıp orada oturuyor. Sadece burada turizm sezonunda ticaret için geliyor parayı topluyor. Şöyle düşünün burada parayı topladığımız pos cihazları bile başka bankanın, adanın bankasını bile kullanmıyorlar o kadar basit.

K24: Burası çok ufak bir yer. Ben şuradan günde beş sefer geçsem belki beş sefer aynı kişiye rastlarım. Belki şahsen ya da ismen tanımayabilirsiniz ama onu bilirsiniz adalı olduğunu burada yaşadığını bilirsiniz yani kafa sallayıp geçersiniz.

K25: Şimdi oturduğumuz mahallede Rum komşularımız da Türk komşularımız da vardı, şu an bir tek bizim evimiz kaldı. Bizim sokaktaki evlerin hepsi pansiyon oldu. Eskiden Rum komşularımız vardı onlar sabah erken kalkardı mesela, erken işlerine gidip gelirlerdi Türklere göre farklıydılar onlar gündüz erken işten geliyorlardı filan daha düzenliydiler bize göre. Adanın eski gelenekleri kalmadı, eskiden daha farklıydı şu an daha farklı. Eskiden düğünler burada çok kalabalık olurdu mesela yazın şimdi sezon turizmle geçtiği için ve herkes işinde gücünde olduğu için düğünlerde bile kimse olmuyor artık.

K26: Arada dağlar kadar fark var. Şimdi zaten komşuluk ilişkisi diye bir şey kalmadı o yüzden eskiyle kıyaslayamam. Çünkü eski komşu da kalmadı, 3-5 kişiyiz burada onlar da zaten tanıdık arkadaşlar. Ama eski komşuluk ilişkileri tabi ki yok.

K27: Çok farklı, önceden biz anahtar kapının üzerinde bırakırdık komşu içeriye kapıyı çalmadan anahtarla açıp girerdi. Şimdi öyle bir şey yok. Artık insanlık bitmiş gibi bir şey. Yani şuradan 10 kişi geçsin 1 kişi kolay gelsin demez insanlar öyle. Biraz önce de yaşadım geçenlerin hepsi de yabancı. Tur için gelmişler. Ama ada halkında öyle sıkıntımız yoktur gördükleri zaman selam verirler, iki dakika önce görsen de selam verir. Ada insanın da sıkıntı yok.

K28: Ben geleli 11 sene oldu işte ama genel olarak adalıların ilişkileri iyidir. O yüzden çok fark olduğunu söyleyemem hala daha arkadaşlarımız gelir gider, otururuz, sohbet muhabbet ederiz.

K29: Eskiden biz Rumlar ile iç içe büyüdük. Akşam olduğu zaman herkes alırdı kilimini, cacala derdik o zaman, kapının önüne sererdik orada Rum Katerina teyze çay demlerdi, anneannem börek, poğaçı yapardı. Hadi Mahriye hadi Katerina derdiler, şimdi artık kimse kimseyi tanımıyor. Yerleşim çok değişti artık, genelde yatırım amaçlı geliyorlar. Mesela eskiden Bozcaadalılar otel, pansiyon işletirdi şimdi 2-3 sene işletiyor biz sıkıldık diyorlar. Şimdi adadaki otel ve pansiyonların %80'ninden fazlası kiralıktır. Dışarıdan insanlara kiraliyorlar.

K30: Eskiden daha güzeldi. Mesela bizim başımızda Marie nine vardı, komşumuz. Daha başkaydı, onlar ne yaparsa bize verirdi cümbür cemaat olurduk. Hiç balık tutamasan deniz keşanesi tutardın, herkes kapının önüne oturur kaşıkla deniz keşanesi yerdi. Rumlar hep evlerinde şarap yapardı. O zamanlar buzdolabı yoktu, 10 metre kuyular vardı evlerin içinde. Suyu bile oradan çıkarırdık. İçinde kova olurdu, daldırırdık içine kovayı su çıkarırdık. Domuz çok gelirdi o zamanlar Rumlara, pastırma filan yaparlar o kuyularda saklardı.

SORU 9: Oluşan şartlar nedeniyle, adalıların buradan taşındığı oldu mu? Kalanlar ve gidenler açısından bunu değerlendirir misiniz?

K1: Çok fazla olmadı. Sadece eğitim amaçlı gidiyorlar. Onlarda geçici bir süre, yani çocuklarını okuttuktan sonra tekrar geri geliyorlar.

K2: Tabi, turizmden ama şöyle, burada adalı eski yaşlı insanlar öldüğü için genç nesil artık bağıcılığı yapmak istemedi, turizmcilik yapmak istedi. Hatta bir kısmı da bıraktı gitti Çanakkale'ye. Kışın Çanakkale'de kalıyor hepsi. Kaloriferli evler, tabi rahat.

(Düşük gelirlilerin gittiği oldu mu?) Burada herkesin bağı bahçesi var. Sattı iki tane bağ gitti bir tane ev aldı. Satıp gidenler, Çanakkale’de doğru düzgün barınamadı, oradakileri de sattı sonra tekrar adaya geri döndüler ama burada da bir şey kalmadı, var öyle aileler oldu maalesef.

K3: Yani, satıp da çoğu insan gitti ama gelir durumunun düşük olduğunu düşünmüyorum ben. Onun için gittiğini düşünmüyorum, sadece ulaşım konusunda gittiğini düşünüyorum, sağlık konusunda kışın çok terk eden oluyor o konuda. Temelli giden de var. Başka evler alıp daha fazla mal elde etmek isteyenler sattı ama gelirinin düşük olduğundan değil bence.

K4: Bununla ilgili çok net bir şey tabi bilmiyorum. Ama şöyle bir şey oldu biz buraya ilk geldiğimiz senelerde kışın yaşayan nüfus daha fazlaydı burada. Çanakkale’ye giden çok oldu. Yani kışı Çanakkale’de geçirenler çok oldu. **(Gidenler hangi amaçla gidiyor?)** Daha rahat ediyorlar Çanakkale’de doğal gaz var. Yani burada soba yakmakla uğraşmaktansa orada doğal gazı açıyorlar oturuyorlar.

K5: Tabi ki. Kiralar olsun, eğitim açısından olsun, iş anlamında olsun, adanın şartları olsun, geminin şartları olsun her şekilde yerinden edilen oldu. Yani bir nevi diyorsun ki burada sezonumu yapayım, paramı kazanayım ama ben Çanakkale’ye gideyim. Mesela bu sene inanılmaz gemi sıkıntısı yaşadık. Ben en son Eylül’de geçtim Çanakkale’ye ve oğlum Lapseki’de okuyor. Düşünün iş imkânım burada ama ben istediğim zaman karşıya geçemiyorum.

K6: Tabi tabi. Biraz para etti Çanakkale’ye eğitim olsun, sağlık problemleri olanlar olsun gitti. Satmış olduğu evin parasıyla gitti oradan ev aldı ama tekrardan geri dönemedi adaya.

K7: Yani parayı değerinden fazla verince satıyor, Çanakkale’ye gidiyor en yakın olarak başka yerlere giden de vardır. Tabi buradan 1 tane yer sayıyor Çanakkale’den 2 tane yer alıyor, yerine göre eğer tutulmuşsa 3 tane yer alıyor. Hem sağlık durumundan dolayı diyor hem de çocuğumu okuturum diyor hem kaloriferli evim var diyor... bakıyor burada 1 yer satıyor Çanakkale’den üç yer alıyor. Hem diyor onların kirasıyla geçinirim hem diyor rahat yaşarım diyor, yaşam standardım yüksek olur diyor. Ama ne oluyor bu sefer dışarıdan gelen yabancının eline geçmiş oluyor ada. Yani bu üç beş sene sonra bu yönetimle geçecek.

K8: Ulaşımın akalı, konut sıkıntısıyla alakalı, iş alanıyla alakalı sıkıntılar oldu. Çanakkale’ye çok göç oldu.

K9: Tabi ki, adanın yerlilerinden oldu. İstanbullulara satıp bırakıp gidenler oldu. Şimdi de tabi pişmanlar. O para bir yerde bitiyor zaten, 1 trilyona satıyorsun o 1 trilyon seni ne kadar geçindirebilir ki? Hazıra dağ dayanmıyor. Hele bu devirde hiç dayanmıyor. O yüzden tabi pişman olanlar da oldu ama genelde öyle yapanlar evet çok yoğunlukta. **(Düşük gelirli miydi bunlar?)** Düşük gelirli de vardı, zenginleri de vardı karışık yani. İki kesimden de vardı. Para insanın gözünü boyuyor, çok geliyor bitmez zannediyorlar ama bitiyor. Duyuyorum mesela adada 1 tane tarlam bile olsa iyiymiş diyorlar, bir karavan atardık diyorlar, bir şey atardık diyorlar, şimdi onu düşünüyorlar ama önceden para tatlı geliyordu. Turizm bu kadar çok değildi o zaman çünkü şimdi para kazanmanın yollarını onlar da gördüler. Ama geç oldu.

K10: Ben burada çok Rum beklerdim, burada hiç Rum yokmuş 2-3 tane varmış. Benim tanıdığım çevremde hep buralılar evleri var ama hiç kalmıyorlar, yazın gelip kalıyorlar. Satıp giden düşünmüyorum var mıdır bilmiyorum ama herkesin evi var. Eskiler sadece yazın gelip kalıyorlar ama her geldiklerinde şunu söylüyorlar; eskisi gibi değil. Mesela yol yokmuş yürüyerek gidip geliyorlarmış, berbat diyorlar yani bir 20 senedir berbat onlara göre. Eskiden hiçbir şey yokmuş ama bu onlara mutluluk veriyor. Yazın su gelmiyormuş çok yoğunlukta, bu da sıkıntı. Yaşam kalitesi çok fazla düşüyor, yoğunluktan yemek yiyemiyorsunuz yer yok.

K11: Tabi. Kalanlar açısından adanın yerlileri de kaldı ama gidenler de çok oldu. Bozcaada'ya bugüne kadar ticari anlamda hiç beklentisi olmadan yaşamaya gelmiş çok değerli insanlar var ama bunlar son yıllarda yaşanan “vahşi turizm” nedeniyle, düşününün Bozcaada cinayet bile işlenebilen bir noktaya geldi, bu anlamda adaya artık yazları hiç gelmek istemeyen insanlar oluyor, yazları kesinlikle uğramıyorlar turizm sezonunda. Ya da kimileri tamamen gitti, kimileri zamana ayak uyduramadı. **(Gidenler niye gitti?)** Gidenlerin bir kısmı eğitim, sağlık amacıyla gitti. Sağlık hakikaten çok önemli sadece küçük bir sağlık ocağımız var, yeri geliyor gemiler kalkmıyor, bir kalp krizi olduğu zaman seni alıp hastaneye bile götürecek bir araç bile gelemeyebiliyor. Sağlık, eğitim gibi bir de hayat pahalılığı gibi nedenlerden dolayı. Kışın ya da yazın adada yaşamak hakikaten çok pahalı. Bu sebeplerden gidenler var. Ekonomik sebeplerden, sağlık sebeplerinden, hem de adanın geldiği noktayı artık kaldıramayan adadan vazgeçen insanlar da olmaya başladı.

K12: Eğitim için Çanakkale'ye gittiler. Ama eğitim olsa da olmasa da bunların elinde iyi paralar var. Zaten Çanakkale'de de moda başladı, Çanakkale Merkez'de oturmak için.

Bunların çoğu Çanakkale'ye geldiler ama Bozcaada ile bağlarını koparmadılar. Bağını kesen sanırım varsa da sonradan gelmiştir adaya. Düşük gelirli yerel halk burada daha çok para kazanıyor. Piyasada 150 TL olan işçi yevmiyelerinin Bozcaada'da karşılığı 3-4 kat daha fazla. Yani ben 100 TL'lik yevmiye olduğu bir gün 250 TL'ye adam bulamıyorum çünkü başka bir yerde otelcinin 1 saatlik işini yapacak oradan alacak, başka yerden yapacak oradan da alacak, öğleden sonra gidecek yine alacak. Düşük gelirli eğer güzel çalışıyorlarsa Bozcaada'da daha çok para kazanıyor. Özellikle kışın da yazın da terk etmek istemez onların kazançları daha iyi, o parayı Çanakkale'de kazanamaz.

K13: Oldu. Başta ben kendim. Başkaları da var tabi, kaç kişi hem de. Gidenlerde zaten Çanakkale'den ev kiraladı ya da ev aldı, kışı burada geçiriyorlar Nisan ayında adaya gidiyorlar, orada turizm yapıyorlar Kasım ayında da geri dönüyorlar.

K14: Şimdi bakın, 1996 ve 1997 senesinde Türkiye'de bir yasa çıktı "Nereden Buldun Yasası" akabinde de kumarhanelerin Gökçeada ve Bozcaada'ya kaydırılması gündeme geldi. Buraya o kadar çok paralı insan geldi ki 1 TL'lik yere 3 TL vermeye başladı. Hep ben bunu konuşuyorum dostlarla sohbet, herkes dedi ki ben bu bağdan hayatımda kazanamam, satmaya başladı. Biz insanlara dedik ki satmayın ama herkes satmaya başladı. Burada bir yozlaşma başladı. Bir bağa gitti. Bozcaada'da en uzun yol 7 km adaya traktör, Renault taksi fazlayken Toyota taksi alınmaya başladı yaşam standartlarımız seviye olarak yükselmeye başladı. Çünkü hayatımda bir daha görmeyeceğim dediler ama çocuklarını düşünmediler bunu söylerken. Bir bağa gitti evinin mobilyasını değiştirdi, bir bağa gitti kızının düğününü yaptı, bir bağa Çanakkale'den daire aldı, bir bağa da %28 faizin olduğu bir dönemdi o dönem faize yatırdı, tembellik oradan bizim içimize girdi. Yani turizmin getirisinden fazla götürüsü de bu oldu. Ondan sonra turizmin götürüsünden bir tanesi de biz hep karşıdan gelen insanlara özenmeye başladık. Ne güzel ayakkabı giyiyor ne güzel yaşıyor ne güzel arabası var, ne güzel kıyafeti var diye. Onun için hep çalışıp üretmektense hazır duran bağı satıp onun gibi yaşam kalitesine ulaşmaya çalıştık. En sonunda ne oldu biliyor musunuz? O para da kalmadı, emekli olabileceği 2.500 TL'ye muhtaç oldu.

Şu anda Çanakkale'de yaşıyorlar, burada evi olan geliyor yazları ya pansiyonculuk yapıyor ay da evinde boş boş vakit geçiriyor.

K15: Genellikle kış döneminde oluyor yazın herkes çalışıyor işi biten basıyor gidiyor yani kimse kalmıyor. *(Konutlarını satıp gidenler oldu mu?)* Oldu olmadı değil.

K16: Gidenler oldu ama şöyle genelde buradaki kişiler yerleri değeriendiği için satarak başka yerlere gitti ve orada yaşamlarını sürdürmek istediler. Çocuklarının okulu yüzünden eğitim amaçlı giden oldu.

K17: Çok oldu Bozcaada'nın neredeyse dörtte üçü Çanakkale'ye gitti, dörtte biri kaldı yani. Yaşam kolaylığı, konforu, orada doğalgaz var, ev kiralari daha uygun, ev satın alma imkanları var Bozcaada'da yok. Bozcaada'da evler 2.5 trilyondan başlıyor orada 300-400 bine ev alabiliyor. Buradan kazandığıyla ancak oradan ev alabildiği için oraya yerleşiyor.

K18: Tabi ki oldu ama burada daha çok ekonomik değil de kışın insanlar çocukları için özellikle eğitim için Çanakkale'yi tercih ediyorlar. Mesela adada doğalgaz yok, ısınma sorunu oluyor adam Çanakkale'deki dairesinde daha konforlu kışı geçiriyor. Bu tip sebeplerden dolayı çok gidiyorlar ama burada da bir şeyler olsa çocuklar için birtakım farklı şeyler olsa atıyorum burada kışın bazı esnaflar da açık olabilir ve bazı insanlarda gelebilir ama insanların çoğu Çanakkale'ye gidiyor.

K19: Yok olmadı. Burası her zaman çok güzel bir ekmek kapısı, burada her zaman çorbanız kaynar. Adada ben işsizim, ben kazanamıyorum diyen çok nadir ben görmedim, herkese iş var karınca kararınca.

K20: Kışın ada biraz zor geçtiği için satanlar oldu, Çanakkale'ye işte çocuğun okulu eğitimi diye satıp yerleşenler oldu. Ama tabi hepsi pişman tabi.

K21: Evet Çanakkale'ye gidiyorlar. Yaşamak için gidiyorlar. Kalanlar turizm için kalıyor, gidenler de çocuklarının okul vesaire yaşamsal şeylerini karşılamak için genelde Çanakkale'ye gidiyorlar.

K22: Oldu tabi satıp gittiler. Adalılar evlerini satmadılar da yine duranlar var kışın gidiyorlar yazın geliyorlar. İşte oralardan ev aldılar, bende aldım ama ben satmadım yerimi, yaramazlarını sattım.

K23: Çok fazla olmadı, zaten burada evi olan birazcık maddi durumu iyi insanlar ama ne oldu bağı bahçesini satıp, bağları ektiği zaman üzümleri de zarar ettiği için, bağı satıp karşıdan ev alan çok gördüm. Ama evini ekonomik durumdan satıp çok fazla giden yok tam tersi buradan almaya çalışıyorlar çünkü karşıda 1000 TL iken kiralar burada 3 bin TL. Aynı evi biraz daha pahalı alıyorsunuz ama kira getirisi karşıdakiyle buradakinin %100 fark ediyor.

K24: Var tabi ki, paranın yüzü tatlı. Sonuçta dediğimiz gibi fiyatlar yüksek. Belki son dönemlerde yaşanan krizden dolayı karşıda da istediklerini alamayabiliyorlar ama

bundan 7-8 sene önce bu farklı bir boyuttaydı. Adam buradan 1 evini satıp karşidan 3 tane ev alabiliyordu. Bugün sat zaten yarın alamazsın burayı bu fiyata, ya ben bundan vazgeçtim yok kesinlikle. Emlak fiyatlarının çok yüksek olduğu bir yer burası.

K25: Tabi satılıyor, topraklar da üzüm bağları da satılıyor. Burada çok toprağı olanlar kaldı, bir de burada adalılardan turizmle uğraşanlar var. Yazın turizmle uğraşıyorlar kışın da Çanakkale'ye gidiyorlar.

K26: Başta eğitimi bahane ederek, şehirde yaşamanın daha rahat olduğunu bahane ederek adayı konutlarını satıp terk edenler oldu ama bunun pişmanlığını yaşadılar. Çünkü onlar gittikten sonra sattıkları da daha pahalılaştı yani daha prim yaptı, tekrardan geri dönüş yapanlar da oldu doğal olarak. Kalanların birçoğu aslında Bozcaada'daki geleceğı gördü diyebilirim, evini arsasını satmayanlar prim yapacağını düşündü veya ihtiyacı olmadığı için satmayanlar da bu işten karlı çıktılar. Kalanlar bunu hesap etmiş olabilir.

K27: Taşınanlar oldu ama adadaki evini satıp da başka bir yere yerleşen sayılıdır. Önceden oldu, son zamanlarda böyle bir şey pek yaşanmadı çünkü adanın toprağı değerli şu an. Şu an Çanakkale bölgesinden Bozcaada daha yüksek.

K28: Genelde yaşlılar gidiyor ya da çocuğunun okulu için giden de çok var. Atıyorum adamın burada 1 bağı varsa satıp gidiyor Çanakkale'den iki daire alıyor. Çünkü ya bana bir şey olursa ne yapacağım diye düşünenler çok var. Çocuğumun eğitimi önemli deyip gidenler var. Bir de bunların arasında kışın gidip yazın gelenler var, onlarda zaten turizm için yazın geliyorlar.

K29: O nadir biraz ama şu bir gerçek, yazın Bozcaada'da oturup evi olan, kışın da Çanakkale'de ev almış Bozcaadalı bir kesim var. Kışın da birinci derece sağlık açısından, ikinci derece eğitim açısından, üçüncü derece rahatlık açısından gidiyorlar. Bozcaada'daki bir Ayşe ablamız sabah kalktığı zaman sobanın kömürünü dök, odununu koy, ateşle onlarla uğraşıyor. Ama Çanakkale'ye gidip kombiyi açtığı zaman olay bitiyor.

K30: Olmaz mı? Adada parayı iyi görenler hep sattı gitti. Adada eskiden 1 ev alıyorsan Çanakkale'den 2 ev alıyordun. Orada bağı olanlar bağını bıraktı, evini satıp Çanakkale'ye taşındılar. Zaten herkesin bağında bir kulübesi var.

SORU 10: Bozcaada'yı üç kelime ile nasıl anlatırsınız?

K1: Huzur, sakinlik, keyifli bir yer.

K2: Turizm, bağıcılık... Ben bağıcılara çok büyük destek verdim, 1994'te şarapçılara o zaman asker bakıyordu, Milli Güvenlik Kurumu. Biz 1997'de şarapçılara 50 milyar TL hibe para aldık. Battı çünkü şarapçılar, şaraplar geri geliyor, dip yaptı, satamıyorlar, pazarlarını kaybettiler. O zamanlar Milli Güvenlik Kurulu bu şarapçıları kurtaralım da dedi bağıcılık kurtulsun. Çünkü hammaddeyi yani üzümü onlar alıyor. Onları kurtarırsak, onlar işini yürütür bağıcılık ölmez dediler, doğru. 50 milyar para verdik hatta o parayı aldık faize koyduk. Türkiye'de faiz %68'di o yıllarda. İtalya'dan tekelin mühendislerini çağırdık. Dedik işte şarapçılığı daha iyi yapabilmemiz için ne almamız hangi makineleri almamız gerekir. Onlar saydılar, sonra İtalya'ya siparişleri verdik. Ondan sonra parayı faize koyduk sonrasında da parayı çevirdik, ödedik. Makineler geldi. Öz kaynaklarda kullanılan şarapçılıkta üç fabrika vardı o zaman, tekeli Reşit Bey aldı Korus yaptı, müthiş bir şarapçılık yapıyor. Ben sonra baktım bu adada bağıcılığın gelişmesi için buraya tesis lazım, yani altyapıyı oluşturabilmemiz için tesisler yapılması lazım. Ne yapılması lazım? Bizim buraya üzümü işleyebilecek olan tesisler gerekiyor. Şarap fabrikası olur, şıra fabrikası olabilir, üzüm kurutma fabrikası olabilir. Adada böyle bir yer yoktu. Sonra ben Amedos fabrikasının olduğu yerleri üretim merkezi ilan ettim ve 800 + 800 1600 metrekare imar verdim ve Avusturyalı bir çocuk geldi fabrika yaptı. Bağıcılığı geliştirmek için tesisler yapalım da ada kurtulur diye bunların önünü açtık ama askerin de bize çok katkısı oldu. Onun için bağıcılığın şarapçılığın mutlaka olması lazım. Olsun turizm, turizmde şarabımızı satıyoruz, pekmezimizi satıyoruz üzümümüzü satıyoruz tamam ama kontrol edilebilir bir turizm yapamazsak başımıza bela olur bu bizim. Olacak zaten, öyle gözüküyor. (*Üçüncü kelime*) Sakinlik...Adanın kimliğini korumamız lazım, bizim için önemli. Bak bir kale var kimlik, bağıcılık bir kimlik, şarapçılık bir kimlik yani bunları korursak adayı tutacağız herkes gelecek adaya yine ama bu kimlikleri koruyamazsak ve bunlar yok olursa Avşa gibi ada da yok olup gidecek, ondan sonra ipini koparan çantasını alan gelecek adaya.

K3: Para, ekmek teknesi, huzurlu.

K4: Doğası güzel, deniz, huzurlu.

K5: Sessiz, sakın ve güvenilir.

K6: Şarap, karga, doğası.

K7: Şarap, üzüm, balık, doğa.

K8: Aşk, huzur, sakinlik.

K9: Huzur, ayrıcalık, sevgi.

K10: Aşk, huzur, güven. Mesela burada hiçbir şey olmaz, buranın insanı size zarar vermez. Trafik sorununuz yok sabah çocuğu okula bırakırken, okuldan çıkarken çocuğuma bir şey olacak kaygısı yok. Hastaneye gidebiliyorsunuz, 5 dakikada feribot geçiyor. İstanbul'daki kaygılarım yok, bir yere yetişme derdim yok.

K11: Turizmde kaçınılmaz son.

K12: Rüzgâr, deniz, dostluk.

K13: Canım, ciğerim, aşkım.

K14: Önceden benim için huzurdu, güvendi, yaşanılacak yerd. Şimdi kışın gerçekten huzurlu, kışın güvenli ama yazın o keşmekeşlik, sahte dostluk, sahte maneviyatlar, sahte çevre, tanımadığın insan sürüsü, tabi ki ticaret. Ama Bozcada yerel olarak yanlış yönetiliyor, Bozcaada'nın nereye gittiğini belli değil, bir serseri mayın gibi dolaşıyor Bozcaada. Turizmde neye göre turizm yapıyoruz? Üretim bitti, marka değeri yok. Bozcaada işte gördüğünüz kuru kalabalık (tur kafilesi geçiyor), sanki İstanbul Taksim'de yürüyoruz anlatabildim mi? Bozcaada şu anda sadece benim için kışın huzur güven yazın da ticaret kazanç.

K15: Deniz, kum, güneş başka hiçbir şey yok.

K16: Sessizlik, tabiatın güzelliği ve deniz.

K17: Bakir, doğası ve havası güzel, Kuzey Ege'nin en güzel turizm destinasyonu

K18: Huzur, sadelik, sevgi.

K19: Sessiz, sığınak, huzurlu ve stresi olmayan bir yer yani sessiz trafik derdi yok, stres yok, gece yattığımızda çok rahat yatıyoruz, uyuyoruz, asayişi güzel, sessizliği var, havası mükemmel.

K20: Huzur, sakinlik, bakirlik.

K21: Temiz, turizm ve kalabalık.

K22: Bağcılık, şarapçılık, turizm.

K23: Yazın işkence, kışın rahat ama en büyük suç burada bence belediyenin.

Arkadaşımız belediye başkanı da zamanında doktordu oradan arkadaşımız ama açık söylemek gerekirse yapamadı, bence yapamıyor çok samimiyiz ama yapamıyor. Yani iyi niyetle işler gitmiyor, resmi yerlerde gitmez, çok iyi niyetli olursanız kıyakçının sonu ayakçılık olur ona dönüyor. Bir de ne var, herkes kendi bildiği işi yapsın derle ya belediye başkanlığı da böyle dışarıdan bir eğitimi ya da ne bileyim diğer yerlerden kazanılacak bir şey değil, alttan gelmek lazım bence. Ben de memurum mesela benim üstüm de benim gibi memurluktan gelme, alttakini bilir en azından anlar ama sen direkt

gelirsen olmaz. Başarmadığı işler yok değil mesela yazın şehir merkezinin trafiğini kapatması büyük bir güzellik çünkü eskiden daha berbattı ama eskiden de 1000 araç geliyordu şimdi 5 bin araç geliyor. Yerel yönetim iddialı geldi partisel olduğu için hala şey yapıyor ama eğer yaptıkların yapacakların diye bir kriter koysalar ona göre puan verip de öyle seçseler sıfır elde kalır.

K24: Doğal bir yer. 10 senedir burada görev yapıyorum yani 10 sene burada kaldıysam demek ki bazı şeyleri de sevmişimdir onu nasıl anlatayım ki size. Sessiz, sakin, doğal ama sadece bizim için o süre ne zaman biliyor musunuz? Nisan 15'ine kadar artı Eylül'ün 15'ine kadar. Benim için adanın en güzel dönemi Mayıs ayları veya sezon sonu Ekim ayları. Çok fazla kalabalık hakikaten yolda yürüyemiyorsunuz. Zaten bir tane ana arter dediğimiz yol şu, gördüğünüz yol. Oradan düşünsenize bugün günde saat başı sefer yapılıyor karşılıklı olarak her seferinde ful geliyor, her yarım saatte bir ya da 45 dakikada bir oradan 50-60-80 tane araç geçiyor yani bu saat 12'ye kadar da gidiyor. Düşünün denizden gelmişsiniz, düşününüz almışsınız yürüyorsunuz ama bir taraftan da araç konvoyu yani yol dar duvara yapışyorsunuz arabanın altına girmemek için, siz arabaya yol veriyorsunuz araba size değil siz araca yol veriyorsunuz.

K25: Üzüm bağları, pahalı, ulaşım zorluğu

K26: Sessizlik, sakinlik, imkânsızlık.

K27: Güvenilir, temiz, doğası, insanları.

K28: Şarap, deniz, karga.

K29: Deniz, havası, insanların güzelliği. Şarap desem şarapçılık bitmek üzere, üzüm desem üzümculük bitmek üzere. Bunları söylesem yalan olur.

K30: Üzüm, şarap, balıkçılık.

SORU 11: Kimler adalı olabilir?

K1: Bence burayı sevenler, adanın korunması için sahip çıkanlar adalı olabilir. Yani burada doğması evet önemli tabi ki ama adayı koruyorsa benim için sıkıntı yok.

K2: Bir karar alırken, adanın eski insanlarına burada yaz kış yaşayanlara kulak verilmeli. Çünkü onlar bayrağı dalgalandırıyor burada. Türk bayrağını dalgalandırmak önemli. Herkes geliyor yazın bir ay evde güneşleniyor denize giriyor gidiyor. Kaloriferli evlerde yan gelip yatıyor. Ama burada kışın gemi çalıştı mı? Şarap satıldı mı?

Üzümünüzü para etti mi? Nasıl çocuğunuz okula gidebiliyor mu diye soran yok. Onun için yaz kış burada yaşayanlara kulak vermek lazım. Adayı seviyorsa koyuyorsa herkes adalıdır.

K3: Adada yaşamak için çok sabırlı olmanız lazım. Gemi konusunda. Şu anda daha modern ama o Gestaş'a bağlı, Gestaş hayır gitmiyorum derse kalıyorsunuz. Bir de adayı sevip koruyan adalıdır. Adalılar birçok şeyi engelledi zaten adada. Yapılaşmayı, bazı dışarıdan gele insanları çok durdurdular. Bunun için burada gösteriler de yapıldı. Bir şekilde adayla ilgili tepkilerini, adayla ilgili kötü bir şey olacaksa gösteriyorlar.

K4: Bence burayı sevip koruyan aslında adalı. Burada bir dönemdir de bunun tartışması oluyor, adalısın evet ama adaya hiçbir şey katmıyorsun ki yani katmadıktan sonra adada doğmuş olman benim için adalı değilsin. Yani, ben şimdi gelmişim İstanbul'dan 12 ay burada bir emek veriyorum, bir sürü adalının yeri kapalı. O zaman sen değilsin ben adalıyım. Benim adalı olmak gibi bir çabam yok, ben buraya huzurlu daha ufak küçük bir hayat yaşamaya geldim. Dolayısıyla o yüzden burayı sevip korumaya çalışan, burada yaşamayı seçen bence adalı.

K5: Burada doğan, yaşayan ve buraya yatırım yapan kişiler.

K6: Burada doğan da değil aslında. Adayı tam özünde yaşayan. Temelden çatıya dedesi- ninesi- annesi- babası kim varsa adalı odur. Annesi tamam dışarıdan olabilir ama babası adalı olabilir. Yani temelden çatıya gelenler adalı.

K7: En az bir 25-30 sene adada kalmış olması lazım ki, en az 25-30 sene adanın eski durumunu bilmesi lazım ki yer satılırken acıyacak. Daha iyi paraya gidiyor, satayım demeyecek. Acıyacak.

K8: İnsan olan herkes olabilir. İnsani duygularını gerçekten yetiştirmiş, insan olmuş, çevreyi koruyan herkes her yerde yaşayabilir. Dünyalıyız yani sonuçta şuralıyız buralıyız demek de bazen çok hoş gelmiyor ama bulundurduğu ortama ayak uydurmak önemli. Gelenler buranın normal yapısını değiştirmeye çalışıyor. Mesela şu ağaç diyelim adaya özgü bir ağaçsa 'ya bu ağacın bir faydası yok, çok yaprak döküyor bahçem kirleniyor, keselim bunu bunun yerine başka bir şey dikelim' diyorlar. Mesela şu tepelerde gördüğünüz çam ağaçları aslında Bozcaada'nın bitki örtüsüne uygun bir çam ağacı değil. Bunların maalesef dikilmesinden kaynaklı bağcılık çok sıkıntı yaşıyor. Normalde adanın ağaçları badem ağacı ve zeytin ağacıdır. Çok eskilerden öyleymiş zaten. Ama bu çamlar mesela kükürt ya da polen gibi bir şey yapıyormuş ve bağlardaki bitki örtüsünü tamamen etkiliyormuş. Çok zararlı ama işte her geleni dinliyoruz biz, her şeyini yapıyoruz veya onlar bize dikte edip de dinlettiriyor. Biraz bu baştaki belediye, başkanlar, yerel yönetimlerle de alakalı. Böyle giderse hiçbir şey düzelmeyecek.

K9: Adayı gerçekten sevmiş olup adada yaşamak isteyenler yaşasın bence. Buraya yatırım amaçlı gelip de burayı değiştirmeye çalışmasınlar, adayı ada gibi kabul edip gelenler yaşasın bence.

K10: Bence burada sorarsanız herkes adalı. Bende adalıyım diyordum, bazı insanları tanıyınca ben adalı değilmişim dedim. Adalı olmak istiyorsanız adaya göre yaşamamız lazım, sabah kalkıp adayı turlamanız lazım. Ben benzinlere zaman gelmeden önce haftanın üç günü adayı bildiğiniz turluyordum. Adayı turlamak lazım. Mesela ben kışın bile bahçemde oturuyorum ama çoğu çevrem diyor ki üşüyoruz. Adanın rüzgarından etkilenmemen lazım. Soğuktan mutsuz olamaman lazım, bence ben adalı olabilirim.

K11: Yani bu her yerde olduğu gibi Bozcaada'da sonradan gelenlere karşı adalı değilsin deniyor, bu çok mantıklı bir tartışma değil ben nereli hissediyorsam oralıyım.

Bozcaada'ya gelenler de 1-2 sene yaşasın adalıyım diyorsa benim için adalıdır. Ama benim için adaya kim ne katkı veriyorsa bana göre onlar adalıdır.

K12: Tarihin her döneminde Bozcaada'ya dışarıdan gelen insanlar olmuş ve bunlar adalı olmuş. Bozcaada'ya kim artı katıyorsa bana göre adalı odur. Yani bir yerde oturmakla orali olunmuyor, bir yerden çıkmakla da oradan çıkmıyorsun. Ben 30-35 senedir hep dışarlardayım, neredeyse bir mesleğin sonuna geliyorum ama adayla hiç bağlantımı koparmadım. Sosyal platformlarda, internet ortamında, yüz yüze görüştüğüm insanlara kesinlikle bunu söylerim, adanın yararına projeler yapmaya çalışıyorum ve ben susmuyorum. Bu bazılarının işine gelir bazılarının gelmez. Bozcaada'da herkes konut sorununu çözebilmek için tekrar toplu konut idaresinin, hükümetin ya da belediyenin tekrar ev yapmasını istiyor. İlk yapılan toplu konut ne oldu biliyor musunuz? Adalıların çoğu orayı kullanmadı. Oradaki hakkını el altından İstanbullulara sattılar. Yıllar sonra tapuları devredildi, çok yabancı vardı orada. Ben diyorum ki Bozcaada'yı

Bozcaadalılardan koparmamak için eğer ki toplu konut yapacaksanız kesinlikle 2+1, 3+1 evler yapmayın. Şöyle yapalım, 90-100 metrekarelik 1 kat bodrum olmak şartıyla dubleks evler yapalım. En alt katı yaşam mahali olsun mutfak, odası. Üst katı 5 ya da 6 odalı pansiyon şeklinde olsun. Bu insan kendisi yaşlandığı zaman eğer kendinden sonra 2 tane çocuğu gelirse gelir getiren yeri kimse satmaz. Ama diğer türlü bir yeri satarlar, parasını paylaşırlar. Garabet yapılar var, Bozcaada'daki mimariye uymayan yapıların hemen hemen hepsi devlet dairesi. Meteoroloji lojmanları, şu anki Anadolu Lisesi, kaymakamlık bakın saymakla bitmez ve bunlara kimse bir şey demiyor, ne yapıyorsun demiyor. Devlet lojman yapmış Meteoroloji'ye, eskiden buraları bizim mahallenin

toplanma alanıydı ve bundan 100 sene önceden fazla orada 7 tane yel değirmeni olması gerekirken şimdi hiç yel değirmeni yok, 1 tanesi de yıkılmış. Ne yapmışlar biliyor musunuz? Bir kat yapmış, penceresini küçük yapmış halbuki onun yer altında olması lazım, üç katlı dev bir blok yapmış ve bunların hepsi devlet dairesi. Buradaki mimariyi devlet bozuyor. Gelsinler ben herkesle tartışırım, resimlerini gösteririm. Şu da önemli bir sorun, zengin İstanbullular gelmiş imar o kadar sıkı değilken oraya evini yapmış, yüzme havuzunu yapmış adaya yerleşmiş, bakın böyle insanlar da var, aradan 30 yıl geçmiş yanında benim arsam var ben fakirlikten yapamamışım, şimdi bunlar eylem yapıyorlar benim yanımdaki arsa yeşil alan olsun diye. Böyle de bir toplumsal adaletsizlik var. İmar planlarını, bağ evlerini 5 dönüme çıkarmaya çalışıyorlar. Bozcaada'nın ruhuna aykırı, Bozcaada'daki araziler hep küçüktür 1-1.5 dönümdür. 2-3 dönüm yer bile çok sayılıdır. Bu Bozcaadalılara büyük zarar verir ama İstanbulluların ve zenginlerin hepsinin yanına kar kaldı. Şimdi bunlar siyasi ortamda da belediyeyi destekliyorlar, Bozcaada forumu yapıyorlar, Bozcaada bizim yapıyorlar. Dediklerinin gerçek anlamda evveliyatına baktığınız zaman bana göre yandaki benim işçi arkadaşım hala daha keçilerine bakıyor ve günlük yevmiyeyle, o mesela otelini yapamadı. Bu alanın yeşil alan olması demek yapının yanına da kar kalıyor demek.

K13: Adanın yerlileri olabilir çünkü onlar adanın kıymetini bilenlerdir. İstanbullulardan da çok insanlar var, 70'li senelerden Bozcaada'ya gelip de yerleşenler var. Onlar mesela adaya saygı duyan kişiler, belki bizden fazla adaya sahip çıkıyorlar. Onlarda kalmadı ama artık çünkü o nesil vefat etti. Doktorlarımız vardı, hatta profesörler “Doktorlar Sitesi” kurdu, adamlar evlerine elektrik almıyordu, ben sadece radyo dinlerim buraya kafa dinlemeye geldim diyordu, İstanbul'dan kaçıyorlardı.

K14: Ben her zaman şunu söylüyorum, bizi seven Bozcaada'yı seven herkes, koruyan herkes, destekleyen, bir şeyler katabilen insanlar adalıdır.

K15: Sevip koruyanlar.

K16: Şöyle söyleyeyim şimdi burada baktığınızda son zamanlarda gelen kişilerle de konuştuğumuzda diyorlar ki biz adalıyız. Onlar da tabi kendilerine göre burayı benimsiyor. Aslında bizim çocukluğumuzdan beri doğduğumuz büyüdüğümüz arkadaşlarımızdan gidenler oldu onlar tekrar geriye döndüler.

K17: Kendini Bozcaadalı hisseden herkes Bozcaadalı olmalıdır ama tabi ki üç beş kuşaktır burada yaşayan insanların hissettiğini hissetmesi de imkânsız.

K18: Bence adayı seven, kalbinde, yüreğinde hisseden herkes adalıdır.

K19: Öyle bir şey yok yani ben geldim benden sonra kimse gelmesin veya ben adalıyım benden sonra kimse adalı olamaz diye bir şey yok, burası Türkiye'nin toprakları herkes dilediği gibi gücü de yetiyorsa gelecek. Yani mülk de alacak, çalışmaya da gelecek, konut bulamıyorsa belki çadırını kuracak bir şekilde barınıyorlar çünkü öyle, gelecek yani.

K20: Bu daha çok gönül ve sevgiyle alakalı bir şey. Sonuçta anayasal olarak herkes Bozcaadalı olabilir yani.

K21: Burada doğması bence önemli değil, burada yaşayan ama tabi ki buranın temizliğine de gelen turiste de gerekli saygıyı önemi gösteren herkes bence adalıdır ya da nerede yaşıyorsa oralıdır.

K22: Sonra gelen adalı olmaz. Senin aslın neresi herkes adalıyız der burada, öyle derler ama öyle olmasın. Ben şimdi diyelim 1 ay Almanya'da kaldım. Almanım diyebilir miyim? Diyeme. Burada kalmış 20-30 sene adalıyım diyor, nerede adalısın sen? Sen adada ne gördün yazın geliyorsun, kışın gidiyorsun. Nasıl adalı olursun? Burada oturanlar da var öyle derler ama değil.

K23: Buranın kahrını kim çekiyorsa adalı odur. Şimdi ben Gökçeadalıyım diyorum ama Gökçeadalı değilim, orada doğmadım ama orada büyüdüm oranın kahrını çocukken çektim. Sonra iş icabı buraya geldim. Kahrını çekendir yani adalı, herkes adalı o zaman, bırakıp kaçıyorsan yazın sadece buraya para kazanmak için geliyorsan sen adalı filan değilsin. Düşünsene bir torba kömür burada olmuş 65 TL karşıda 50 TL iken, bir doğalgazlı ev varken ben olsam ben de giderim şimdi ona kızıyoruz ama e bende giderim. Ben de karşıya evime gittiğim zaman böyle doğalgazlı rahat her yer eşit sıcaklıkta hoşuna gidiyor insanın. Kim hissediyorsa adalı o oldun. Biz hadi memuruz mecburen geliyoruz diyelim de hala inatla zorluklarla yaşıyorsa adalı odur.

K24: Burada yaşayanlar olur adalı. Ben artık adalıyım ya, değil mi ama şimdi? 12 ay burada yaşıyorum, tamam çocuklarım Çanakkale'de ama sonuçta görevim de olsa 12 ay ben buradayım.

K25: Burada uzun yıllar yaşayan adalı olur.

K26: Bence Bozcaada'yı içinde hisseden, Bozcaada için fedakârca bir adım bir şeyler yapan herkes Bozcaadalı olabilir. Bozcaada doğmuş ya da yaşamış olması önemli değil, Bozcaada'yı içinde yaşayan herkes, seven, koruyan herkes, onunun için çalışsın Bozcaadalı olabilir.

K27: 12 ay adada yaşayanlar adalı olabilir, adanın durumunu anlayanlar adalı olabilir. 2-3 ay keyfini çıkartıp gidenler olmaz. Adanın kahrını çeken 12 ay yaşayan insanlar burada 2-3 ay geliyorsun tatil yapıyorsun sonra gidiyorsun öyle bir adalılık tarzı yok.

K28: Kendini buraya ait hissedenden, adaya saygı duyan herkes adalı olabilir bence.

Adalılar o konuda bize çok kızıyor aslında işte dün gelmişler bugün adalıyım diyorlar diye ama burada çok adalı var mesela kışın Çanakkale’de doğalgazlı evde kalıyor bu nasıl adalı? Ben burada 11 yıldır yaz kış yaşıyorsam sen senede 3 ay yaşıyorsun, ben de adalıyım kimse kusura bakmasın.

K29: Herkes adada yaşayamaz. Gemi 2-3 gün çalışmadığında dışarıdan gelip yerleşen insan bu atmosfere alışkın olmuyor. Stres yapıyor. Nitekim bazı arkadaşlarımız var kışın sizin olsun yazın bizim olsun diyorlar.

K30: Adanın eski yerleşikleri adalıdır ama şimdi adada eskiden doğanların 4’te biri kaldı. Şimdi hep İstanbul’dan Bursa’dan gelen, yazın açıp kışın giden insanlar var. Örneğin Ata Demirel, adadan bir yer aldı bütün İstanbulluları buraya çekti. Tuzburun tarafında Tekel’in yerleri vardı, hepsi satıldı, peşkeş çekildi onlara.

SORU 12: Size göre adalılık / adalı olmak ne demek?

K1: Bozcaada’nın korunması.

K2: Adalılar çok cana yakın ve hoşgörülü insanlardır. Çünkü burada kültür yaşamış. Rumlarla biz beraber yaşadık burada. Yani burada hem Rum kültürü var hem de Venedikler, Cenevizliler gelmiş gitmiş. Kültürler gelmiş geçmiş Osmanlı buraları zapt etmiş zamanında. Onun için ada da bir kültür var ama biz tabi ki Rumlardan da çok şey öğrendik. Genelde esnaflığı ve sanatkarlığı onlar yapıyordu. Bizimkilerde çok yoktur, bizimkiler bağ kazıyor bilmem ne yapıyor. Benim ustam şu köşedeki dükkandı, demirci dükkânı. Ben onun yanında körük çekiyordum. Onun yanında öğrendim... Adalılar hoşgörülü ama eskisi kalmadı. Ama ada insanı iyidir yani. Sevecendir, kültürlüdür, bağnaz değildir. Turizme çok yatkındır, turizm onun sayesinde geldi, mesela Marmara Adası turizmi çok kabul etmez çünkü tutucudur Marmara Adası. Onun için turizm çok giremez, müsaade etmiyorlar girmesine. Ama bizim insanımız öyle değil, turizme çok yatkın olduğu için çok hızlı geldi turizm. E tabi biz altyapıyı yapınca, karşıdaki iskeleyi, suyu getirdik altyapıyı yaptık, elektriği getirdik rahmetli Özal zamanında. Şimdi bu altyapı olmayınca ulaşım olunca insanlar çabuk geliyor. Yani turizm hızlı geliyor orada. Şimdi burada su akmasa su olmasa, turizm olmaz zor olur. Ulaşım olmasa gemiler olmasa zor olur. Sanki orada hata ettik gibi, hızlı geliştirmişiz. Ben geldiğimde elektriği

getirdik, ilk önce elektrik lazımdı çünkü hayatımızı devam ettirebilmemiz için ondan sonra ulaşım dedik. Ulaşım çok önemli çünkü çoluğunuz çocuğunuz hastalanıyor. Karşıdaki iskeleleri yaptık. Kenan Evren bir gemi verdi, iki sene askerler taşıdı bizi burada, kargo gemileriyle 1980'li yıllarda. Ondan sonra iskeleye ada vapuru aldık. Ondan sonra suyu getirdik, su lazım. Ondan sonra altyapıyı yaptık. Su yok, elektrik yok, ulaşım yok biz burada 10-14 metre uzunluğunda teknelerle gidip geldik ki bata çıka kamara yoktu, burnumuzu sokacak teknede kamara yoktu. Brandanın altında giderdik, dalga bir gelirdi üstümüze.

K3: Farklı, güzel. Çok güvenilir, kötü bir şey olması mümkün değil adada. Rahatız biz, halen daha öyle anahtarlarımız arabaların üzerinde durur, kapılarımız açık durur. Kışın tamamen size ait oluyor, her yer size ait oluyor.

K4: Adalı yok benim için. (*Adalılar nasıl insanlar?*) Buranın çoğunluğu Bayramiç'ten gelmedir, adalıyız diyenler aslında 20-30-50 sene önce gelenler, Bayramiçlidir. Dedikoduculardır yani ne diyeyim, yani çok muazzam, ben bir bayan olarak algılayamıyorum bu kadar dedikoduyu, erkekler çok yapar adada.

K5: Adalı değilim ama bunu cevaplamak gerekirse bence adaya sahip çıkanlardır. Önceki yıllarda nasılsa ada öyle devam etmesidir.

K6: Hiçbir şey yok. İki yıl önce gelen bile ben adalıyım diyor onun için problem bile etmiyoruz, gülüyoruz geçiyoruz. Adalılar saf, temiz kalpli. Sürekli bir yerde bulunduğu için o yeri tam keşfedemiyor, o yerde ne yapılacak ama dışarıdan gelenle her şeyi biliyor her şeyi görmüş. Tam anlamıyla turizmin içinden gelmiyoruz biz aslında bağcıyız, turizmi yeni yeni öğrenmeye başladık.

K7: Eskiden ahşap tekneler vardı. Buradan gerekirse 3 gün 5 gün karşıya geçilmiyormuş. Kimde ne noksansa birbirlerini tamamlıyorlarmış. Bir de Rum kesimi de var ya, Rumlara göre Türkler birbirlerini kolluyorlarmış. Çünkü Rumlar bu işte tecrübeli, her şeyi biliyor.

K8: Gemi iskeleye yaklaşırken kalbinizin güm güm atması demek.

K9: Benim için yaz kış buranın kahrını çeken adalıdır.

K10: Bence tamamen özgür olmak ve lükse sahip olmak. Mahrumiyet değil lüks.

K11: Kışın sessiz, sakin, yalnız kalan insanlar. Yazın da turizmle ve insanlarla birlikte başını kaldıramayan küçük bir topluluk.

K12: Valla bizim sülaleye bile adalı derler. Adalılık, adadan çıktığın zaman yalnız kurtsun demektir. Her işini kendin görürsün. Çok eşin dostun olur, biz sıcak kanlıyızdır

ama bir tarafımızda çok agresiftir. Hakkımızı koruruz, insanlarla da ilişkilerimiz iyidir, gurbetçiliği biliriz. Bizlere özellikle deniz yoluyla çok yardıma ihtiyacı olan insanlar gelir. Eski kaptanların yanında yetiştin ben, yardım etmeyi çok severiz ama bir tarafımızda çok güceniktir. Seninle işi biten bir adamın bir daha seni yolda görüp kafasını çevirmesi bizim için ölümden beterdir.

K13: Ada halkı dediğiniz zaman parmağınızla gösterecek kadar insan kalmıştır. Adalılar cana yakındır, kardeştir, yardımcıdır. Esasında ada Rumlar zamanında adaydı. 80'li yıllardan sonra gittikleri için ondan sonra adada hep değişti yani.

K14: Adalılık şöyle söyleyeyim kimse lordlar kamarasında değil. Buraya yerleşen insanlara kalkıp biz adalıyız sen bize saygı duymalıysın ziyade adalılık bence örnek olmaktır, kültürünü bozmamaktır. Adalılık adayı yaşayabilmektir doğasıyla, arazisiyle, tabiatıyla yani her şeyiyle yaşayabilmektir. Zaten bizim başka yerde yaşama şansımız yok, büyük şehirlerde yaşayamayız biz. Ufak var da çevre. Bakın ben aracımı park ettim buraya gelinceye kadar 20 kişiyle selamlaştım, bunu İstanbul'da Çanakkale'de yapamazsınız. Sevmediğin insanla günde 10 kere karşılaşsın Bozcaada'da.

K15: Çok farklı adalı olmak. Adalılar sevecendir, çok güler yüzlüdür her zaman.

K16: Adalı olmak aslında ayrıcalık. Adada yaşamak zor çünkü. Bu yaşamın da birtakım zorlukları, sıkıntıları oluyor onun için herkes adada yaşamayı tercih etmiyor aslında. Adalılar genelde sıcak kanlıdır, insanlarla ilişkileri daha iyidir, yardım severdir.

K17: Adalılar genelde çiftçilikle uğraşan son 10-15 yıldır çiftçiliğin gelir düzeyinin azalmasından dolayı turizmle uğraşan kişilerdir. Gelirini eskiden bağcılık ve balıkçılıktan kazanıyorlardı şimdi tamamen turizme döndü tek gelir turizm.

K18: Adalılar çok sıcak kanlı insanlardır. Eskiden komşuluk ilişkileri daha iyiydi ama git gide bozuldu.

K19: Adalılar iyi, iyi eğitilmiş insanlar. Tabi ki şimdi burada Türk adalılardan konuşuyoruz, Rumlardan kalan gelenekleri görenekleri üslubu da almış kişiler dolayısıyla adalılar ile benim gördüğüm 15 senedir köklü aileler, oturmasını kalkmasını bilen, konuşmasını bilen, adil insanlar.

K20: Adalılık ayrıcalık. Kuzey Ege insanı sakin, belli bir kültüre sahip, belli bir donanımına sahip insanlar yani ada insanından zarar gelmez kimseye.

K21: Adalılar kendi içlerinde küçük bir halk zaten herkes birbiriyle akraba olmuş gibi onun için burada bence adalılık diğer yerlere göre çok farklı çok daha özel bir durum.

K22: Adalılar sevecendir, iyidir. Eski dönem yok şimdi, bizim Rumlar ile 50-60 sene önce bir ilişkimiz vardı. Babam ve dedem Rumca bilirdi, babam okuluna gitmiş Rumca bilirdi, tanıdıklar vardı un vardı buğday öğütürdük bütün Rumlar gelirdi, evlerine giderdik, samimiyetimiz öyleydi. Halen daha konuşuruz Avustralya'ya gidenlerle, Yunanistan'a gidenlerle.

K23: Benjamin Franklin gibi bakıyorlar insana burada, en ufak bakkalına kadar herkes öyle görüyor. Bana kalsa burayı kapatsınlar sadece belde yapsınlar turizm yeri yapsınlar Rodos adası gibi yapsınlar böyle Yunanlıların adaları gibi sadece tatil yöresi olsun. Burada ne kaymakamlığa ihtiyaç var ne bize ihtiyaç var, savcılık yok adliye yok, ne de nüfusa ihtiyaç var kapatsınlar yazdan yaza gelsin insanlar tatil yapsın gitsin. Ada halkı Benjamin Franklin gibi parayla bakıyor burada bütün değerler para üzerine. Son 10-15 senedir öyle, belki başka yerde de öyledir. Bitcoin gibi düşünün paranı veriyorsun bütün insanlar ona gidiyor üreticilik bitti kimse marul yapıp, büyütüp, satmayı düşünmüyor kimse. Nasıl düşünüyorlar biliyor musun? Sen marulu yapıyorsun ya senden alayım 5 TL'ye satayım 7 TL'ye hep şu anda bu zihniyet var. Bizim şu anda ekonomimiz kötüyse enflasyon kötüyse ondan kötü, üretecek güç yok burada da aynı şey var işte yattı kalktı otel. Bir tek kahvaltısı var yediğini içtiğini hesap yapsan 5-10 TL tutar. Yani çok kolay para kazanıyorlar yazın şimdi ben niye bağda uğraşayım, ki bağda uğraşınca üzümünü satınca işçinin parasını gübresini karşılayamaz durumdayken bağla niye uğraşayım? Ben de satıyorum hemen otel yapıyorum. İmkânın olsa şimdi yapar mısın, hemen yaparım param olsaydı keşke 10 sen öncesinden yapılsaydı hala geç değil de. Burası bir çözeltili çaya atılan şeker gibi bir yere kadar şeker artık erimemeye başladı, doycak çünkü artık tabire caizse Çeşme'ye Bodrum'a dediler ya kazıklıyorlar insanı şu anda burada o var çünkü o kadar çok insan var ki seni kazıklıyorum ben sen gidiyorsun başkası gelecek nasıl olsa diyor. Sen pansiyon biraz pahalı değil mi diyorsun , istersen diyor çünkü arkada sırada bekleyen var diyor. Eskiden soruyorlardı şimdi her şey internet, medya bilmem ne o şekilde olduğu için kimisi kapıda müşteri beklemiyor zaten tarihler belli alacağı belli, belirli turlara, booking gibi şeylere veriyorlar kimse uğraşmıyor. Çok kolay para kazanma yoluna gittiğimizi için kötü.

K24: Bana göre menfaat.

K25: Adalılar kendi halinde, kimseye zararı olmayan insanlar.

K26: Adalılığın birkaç yıl öncesine kadar samimi ve güler yüzlü olduğunu söyleyebilirdim ama şimdi biraz daha paraya önem veren ve o doğrultuda hareket eden insanlar ama kötü insanlar değil hepsi iyi insanlardan oluşan bir topluluk.

K27: İnsancıldır, konuşmaya sever, misafirliği sever, gözlemlemeyi sever ve dedikoduyu çok sever.

K28: Adalı olmak bana sıcakkanlılığı çağırıyor. Adalılarda böyledir zaten herkes size yardımcı olur, selam verir, muhabbet eder ama çok da dedikodu da yaparlar küçük yer sonuçta.

K29: Ben şimdi adanın yerlisiyim. Çok zorluklar çektim, affedersiniz insan ve hayvan aynı yerde geldik gittik. Eskiden şarap fabrikalarımız ve yat kaptanımız vardı, Allah rahmet eylesin, Bozcaada Geyikli arası ulaşım sağlayan kaptanımızdı. 14 metre açık ambar motorlar vardı, onlar ile gidip geliyorduk ama biraz önce de ifade ettim affedersin insan hayvan aynı yerde geliyorduk. Şimdi modern şeklide insanca yolculuk yapıyoruz. Mesela ben liman başkanı olarak toplantıya gideceğim zaman takım elbisemi iki kat naylona koyardım, elimde tutardım karşıya geçerdim motor iskelesine. Odunluk iskelesinde kahveci İsmail abimiz vardı, Allah rahmet eylesin, onun bir odasına girerdim elbiselerimi değiştirirdim, takım elbiseyi kravatı takıp Çanakkale'ye veya Ankara'ya, İstanbul'a meslek toplantılarına o şekilde giderdim.

K30: Adalılar misafirperver, kavgası gürültüsü olamayan, dost kişilerdir. Dışarıdan gelen insanlar bile anca adalılarının tatlı dilinin hatırına adada kalır.

SORU 13: Kendinizi Bozcaada'ya ait hissediyor musunuz?

K1: Evet hissediyorum. Çünkü doğduğumdan beri buradayım. Adadan başka bir yerde yaşamayı hiçbir zaman düşünmedim. Buradan bir hafta on gün bile uzaklaşırsam, on gün sonra dayanamayıp tekrar geri geliyorum

K2: Hissediyorum tabi, benim çocukluğu geçti burada. *(Sizi buraya bağlayan şey ne oldu?)* 14 yaşında geldim buraya. Adanın kimliği, güzelliği, sakin bir ada, yaşam riski yok, rahat burası güzel. Kışın Çanakkale'de kalıyordum ben, kalmıyoruz artık buraya geldik. Kışın da güzel.

K3: Evet, çok. Bir kere nereye gidersem gideyim buradaki huzuru, rahatlığı bulamıyorum. Havası bile yetiyor insana

K4: Ben hissediyorum, hissetmesem 9 senedir burada yaşamam. Yani biz burayı çok sevdik, severek geldik. Sakinliği, huzurlu olması. Aslında bir işletmeci olarak gelmedim buraya ben reklamcıyım normalde. Buraya geldik, burada yaşayacağız ama hazıra dağ

dayanmaz. Fırsat buydu, benim eşimin elinden geliyordu o yüzden böyle oldu. Onun dışında biz adayı severek geldik. Çok hayal kurmamışız, doğru yaklaşmışız yani küçük bir hayat daha şey, şu anda bana İstanbul yabancı geliyor mesela. Burada biz korna çaldığında dönüp bakarız, niye korna çalmaz ki burada. O yüzden ada güzel ya.

K5: Adaya ait hissetmiyorum. Burada yaşamam gerektiği için adada yaşıyorum.

K6: Tabi. Sen burada kalsan feribot çalışmasa üzülsün değil mi? Ben şimdi karşıya gittim feribot çalışmadığı zaman üzüliyorum adaya geçemedim diye. Ana kara benim için yabancı geliyor. *(Sizi buraya bağlayan ne?)* Burada doğup büyümem. Tamamen adanın özündeyiz. Rumlardan 4-5 aile kaldı, adalı olarak baktığın zaman 3060 kişinin ortalama 700'ü filan adalıdır. Geri kalanı hep dışarıdan, 600-700 kişi.

K7: Evet hissediyorum. Buranın apayrı bir havası var insanı dizginliyor, zaten eşim buralı o nereye ben oraya.

K8: Evet. Kalp atışımla alakalı. Çok seviyorum.

K9: Hissediyorum, çok hissediyorum. Benim karşıda Bayramiç'te de evim var ama gittiğim zaman 3 günden fazla kalamıyorum. Burayı özliyorum ve burada yaşamak istiyorum. İçimden böyle geliyor bilmiyorum, nasıl anlatayım size bunu? Mesela orada da yaşayabilirim aslında, burayı seviyorum, sevmek çok önemli burada yaşamak için.

K10: Evet, kesinlikle. Küçükken gelmişim 8 yaşındaydım. Ondan sonra evlendiğimde geldim evlilik yıl dönümümde. Başka bir şey, nefes aldığımı hissediyorum. Şarabımı alıp plaja inip soğukta bile kışın denize giriyorum. Denize girmekten, yolda yürürken kilisenin çan sesinden çok hoşlanıyorum. Çan sesi bile beni çok etkiliyor, o rüzgârı yağmuru seviyorum. Evet dezavantajları var, evim mesela küf kokuyor ama onları ben görmüyorum. Bildiğiniz şirinler köyü burası.

K11: Kışın sessiz, sakin, yalnız kalan insanlar. Yazın da turizmle ve insanlarla birlikte başını kaldıramayan küçük bir topluluk.

K12: Tabi. Benim rahmetli annem de vefat ederken ben adalıyım dedi babam da teyzem de dedem de. Şimdi kendi çocuğuma da ben adalıyım diyorum, Bozcaada'da oturmasam bile. İşletmemi ticari olarak kullanıyorum ama başka şansım yok. Ama ben ne yaptım? Otelimin en alt katını ev olarak yaptım en alt katı da kullanıyorum.

K13: Tabi hissediyorum. Hala bağım var daha yeni diktim olsa olsa 10 yaşındadır, aşı yaptım, içine zeytin ağacı diktim, meyve ağacı diktim hala daha mücadele ediyorum.

K14: Evet. Ait hissetmeseydim çoktan giderdim.

K15: Evet, İstanbul'a ya da başka bir yere gitsem bile koşa koşa adaya geliyorum, özliyorum.

K16: Tabi. Biz Bozcaada'da yaşamaktan ayrıcalık duyuyoruz mesela benim Çanakkale'de de evim var gidiyorum kışın 1 hafta kaldığımda sıkılıyorum tekrar adaya gelem isteği duyuyorum. Burada hiçbir şey yapmasan bile adaya alışyorsun artık.

K17: Tabi ki. Biz 4 kuşaktır Bozcaadalıyız dedelerimiz gelmiş buraya dedelerimiz 300-400 yıl önce buraya geldiği için kendimi ait hissediyorum hepsinin mezarlıkta mezarları var.

K18: Tabi ki hissediyorum. Ben burada doğdum, büyüdüm.

K19: Evet hissediyorum. Sizde kalsanız en az 1-2 sene sizde adalı olacaksınız, mknatıs gibi çekiyor uranın toprağı dolayısıyla adalı hissediyorum kendimi.

K20: Elhamdülillah. Adadan çıktığımız zaman 4 gün sonra bize heyheyler basıyor tekrar adaya dönüyoruz.

K21: Tabi ki. Çok yer gezdim birçok yerde yaşamayı tercih edebilirdim ama hiçbirisinde olmadı burada oldu. Onun için de buralı hissediyorum kendimi.

K22: Tabi.

K23: Hayır hissetmiyorum.

K24: Ne kadar yaşasam da belli bir yaştan sonra özellikle hissetmem. Çünkü, buradan özellikle gidilmesinin sebebi 1- eğitim, 2-sağlık. Belli bir yaş ortalamasını geçtikten sonra da onları düşüneceksiniz. Çünkü yazın tamam her dakika gemi var ama şu anda bile mesela artık havalar güzel ama 4 sefer var, bakıyorsunuz ulaşamıyorsunuz. Adanın en büyük handikabı ne biliyor musunuz? Baktınız, ulaşamadınız bu insanda stres yaratır. Şimdi mesai 17.00-17.30'da bitti, bir Çanakkale'ye kordona gideyim olayı yok veya arabama binip ben şuraya gideyim yok, 38 km'nin içerisinde bir yere gidemezsiniz ama kışı da var tabi bunun. Şimdi Cuma günü hava bir geliyor gemi çalışmaz diyor mesela ama karşıda bir şey yok, bizde var. Belki işiniz var ya da mahkemeniz var gidemiyorsunuz. Böyle sıkıntılar var.

K25: Evet, doğma büyüme buraları olduğumuz için.

K26: Evet hissediyorum, doğma büyüme buralıyım.

K27: Hissediyorum. Taşından, toprağından, suyundan, havasından, sessizliğinden, insanlığından, her şeyinden.

K28: Evet hissediyorum. Çünkü ben buraya taşınmayı seçtim ve hayatımı artık buraya göre uyarladım. İşte işimi kurdum, çocuklarımı burada büyütüyorum ve çok seviyoruz biz burayı, kalben çok bağlıyız.

K29: Tabi, ben doğma büyüme Bozcaadalıyım. Evim de burada, has ve öz Bozcaadalıyım. Bozcaada gönlümde bir tahttır yani.

K30: Hayır.

SORU 14: Eski Bozcaada'yı nasıl tanımlarsınız?

K1: Aile ilişkileri ve komşuluk ilişkileri çok daha iyiydi. Keşke sihirli değnek olsa da geri getirsek. Her şey daha iyiydi, kalabalık nüfus vardı en azından şimdi öyle bir şey yok. Kış için yerel halk daha fazlaydı şu anda hiç kimse kalmıyor, para kazanan herkes evini kapatıp gidiyor.

K2: Çok güzeldi. Ulaşım yoktu su yoktu. Sabah bir mahalleye su veriyorduk, akşam bir mahalleye bu veriyorduk. O da yarım saat bir saat akardı. Aktı aktı, topladı topladı. Çamaşır makinesi yok, su yok, rezervuar yok. Elektrik yok, gece 12'de sönerdi. Ulaşım yoktu. Ona rağmen insanlar burada mutluydu. Komşuluklar vardı, insanlarda birlik beraberlik vardı, çalışıyorlardı, bağcılık vardı. Yani çok güzeldi ada o zamanlar. Doğa da çok güzeldi, bozulmamıştı. Anahtarlar, kapıların üzerinde takılıydı, hala daha takılı ama eskisi gibi değil. *(Eskiden turizm nasıldı?)* 2000'den sonra başladı. Ulaşımı, altyapıyı, suyu filan sağladıktan sonra turizm hızlandı, yoktu turizm filan. 1994'te adada 10 tane pansiyon, 2 tane de otel vardı o kadar. 200-300 yatak vardı ya da yoktu.

K3: O da çok güzeldi. Çok eski insanlar yaşıyordu ama çok güzeldi. Eskiden bu meyhaneler sokağında sınırsız sabahlara kadar eğlenilirdi. Şarap tadım günleri olurdu, bütün sokaklarda herkes içkileri elinde hiçbir kötü bir şey olmadan ama. Kimse sinirli değildi, kimse birbirine vurmuyordu. Yani özgürdük, herkes sokaklarda şarkısını söyleyip içkisini içiyordu, eğleniyordu. Bağ bozumları döneminde eğlenceler yapılıyordu. Şimdi var ya onların hiçbiri yok.

K4: Şöyle, yani adada olması gerekiyor ama bir sürü fast foodcu geldi. Biz tatile geldiğimiz dönemde 1 tane bile kokoreççi yokken şu an 3 tane kokoreççimiz var. 4 tane pizzacımız var, yoktu bunlar. Tabi ki olsun, amaç olmaması değil ama yani şuna geliyor iş eskiden buraya insanlar buranın balığını, buranın ahtapotunu kalamarını yemeye geliyorken, şarabını içmeye gelirken şu anda pizza yemeye geliyorlar. Enteresan bir Instagram etkisi, bu yaz bana adanın pizzası meşhurmuş diyen oldu. Yani özür dilerim dedim tabi ki adada güzel pizzacılar var ama adanın pizzası meşhur değil. Yani maalesef

o konuda böyle bir şeyimiz var, nasıl düzelir nasıl olur bende bilmiyorum...Bağ bozumuyla ilgili bir röportaj yaptık, o bayan da dedi ki ben internetten araştırmaya çalıştım hiçbir şey bulamadım. Bunu yapması gereken merciler, BOZTİD ise BOZTİD, belediye ise belediye, kaymakamlık ise kaymakamlık bunu yapamadıktan sonra. Burası aslında bence bir şarap adası olması lazım.

K5: Eski Bozcaada bundan 22 sene öncesine baktığım zaman mükemmel bir adaydı. Daha çok ada kendini gösteriyordu, gelen müşterisiyle birlikte olsun insan kalitesiyle olsun mükemmel bir adaydı. Yani şu anda şunu söyleyeyim son 5 senedir ipini koparan burada. Sen birine sataşırsan, işte damarına basarsan ister istemez karışır. Sen nasıl davranırsan bir insana o da o şekilde sana davranır ama bu her yerde vardır mutlaka. Sadece sezonda böyle şeylerle karşılaşıyoruz ama çok rahatsız edecek konumda değiller. Eskiden turizm daha güzeldi. İnsan geliyordu ama çok göze batmayacak insanlar geliyordu şimdi inanılmaz taşkınlık yaratacak şekilde insan kalabalığı, yoğunluk var. Bu da son yıllarda bu haberlere çıkması vesairesi. Aslında bunu yüzde yüz doluluk oranına da gelmiyor, yüzde yüz kazanç sağladığı anlamına da gelmiyor. İşte insanların buralarda dışarılarda yatması vesaire. Mesela o yoğunlukta yer yok, işte buralarda bahçelerde yatanlar var. Yani Bozcaada'ya gittin mi, gittim. Bozcaada'da bu kadar yerler olmasına rağmen, sen bu müşteri kapasitesini bir yerlere yerleştiremiyorsan. **(Rahatsız ediyor mu sokaklarda yatanlar?)** Tabi ki. Senin bir sıfatın varsa, bütçen buraya kadar yetiyorsa buraya kadardır. Bir sınır koyarsın hem esnafını rahatsız etmeyecek hem senin rahatsızlık yaşamayacağın bir konuma gelersin, çok göze batmazsın ama sen kapıları bir açıyorsun sınır kapılarını açar gibi hurra adaya geldiğin zaman, gelen müşteri sıkıntı yaşamıyor mu, onlarda yaşıyor. Kalma konusunda, restoran konusunda çünkü belirli bir kapasitesi var adanın bu kapasiteye kadar insan sokarsın adaya. Onun için sıkıntılar tabi ki oluyor.

K6: Sessiz, sakin. Yazı da aynıydı kışı da aynıydı. 2000'den sonra 2002-2003 ondan sonra yavaş yavaş turizm başladı. 2005-2006 hep üzerine koya koya, bugünlere kadar geldik yani. Eskiden turizm yapmazlardı. Bir arkadaşı tarafından gelmiş 1-2 kişi yapardı. Bu sosyal medya tanıttı adayı, filmler çekildi burada. Özellikle Bir Küçük Eylül Meselesi'nden sonra patladı Bozcaada. Ata Demirer Geyikli'yi meşhur yaptı, Bozcaada'ya hiçbir katkısı olmadı o filmin. O da kendi görüşüdür. Burada yaşıyor yaz-kış bozmak istememiştir belki de.

K7: Eskiden Bozcaada'nın kendi insanı vardı. Özellikle yazın bu kadar kalabalık değildi. Bir düğün bayram seyran oldu mu herkes birbirine gider gelir, yardım ederdi. Şimdi öyle değil, yazın herkes para peşinde koşuyor çalışmaktan kimse birbirini görmüyor. O yüzden eskiden çok güzeldi, küçük bir halk vardı burada sonra hepsi dağıldı, yabancılar çoğaldı.

K8: Her şey çok güzeldi. Turizm bu kadar yüksek değildi. Daha çok nezihti, çok kaliteliydi, gerçekten adanın halkı bundan faydalanıyordu ve gelen insanlarda çok kaliteliydi. Ama şimdi zengin de olsa fakir de olsa orta halli de olsa illaki burada bir şey yapma havasında hem tatilimi yapayım hem paramı kazanayım hem çevre edineyim kışın da basayım gideyim nerede yaşıyorsam yaşayayım. Ama öyle olmuyor işte ada yaz kış. Kışın zorluğunu çekince yazın keyfini çıkarabiliyorsunuz. Diğer türlü pek aynı tat ve zevk olmuyor.

K9: Eskiden daha bir kaliteliydi. Komşuluklar daha yoğundu, insan hali hatırı sormak daha vardı. Şimdi mesela ben bazılarını tanımıyorum burada çünkü neden buraya yerleşmişler ama dışarıda oturuyorlar, alışverişten alışverişe adaya iniyorlar ve ben diyorum bu kim, tanıyamıyorum bazen. *(Eskiden turizm nasıldı?)* Eskiden bu kadar değildi, ne zaman Ata Demirer olsun, Bir Küçük Eylül Meselesi olsun onlar tabi çok etkiledi. En çok Ata Demirer etkiledi bence. Sosyal medyadan çok paylaşım oldu, Ata Demirer de çok reklamını yaptı biliyorsunuz, Geyikli'nin de öyle. Geyikli'de mesela bakın şu an her yer "eyvah eyvah otel", "eyvah eyvah bir şey". Nasıl derler ki Ata Demirer bizi etkilemedi?

K10: Ben hep sezondan önce geldim, sezondan önce gelince çok keyifli. Mesela esnaf sizi tanır. Ama sezonda gittiğinizde hiç kimse sizi tanımaz hatta yüzünüze bakmaz. Mesela Şükrü ustada oldu. Biz her geldiğimizde orada yemek yedik ama bir yaz evde kalırken kızım çorba istedi, dedim ki gidip oradan alalım. Esnafın terbiyesizliği, eşim gitti çorba alacak paket servisimiz yok şu anda dedi. Sen bir esnaf olarak sen bunu yapamazsın, benim param olmayabilirdi ki ben o çorbayı içmek zorunda olabilirdim. Ki benim çocuğum istedi benim çocuğum hasta da olabilirdi mesela.

K11: Bozcaada zaten "Eylül Fırtınası ve Güle Güle" diye bir film vardı. O filmler çekildikten sonra zaten turizmle tanışmaya başladı. 1996 senesiydi galiba ikisi de ödüllü film, ondan sonra biraz daha çok turizm gelişmeye başladı ondan sonra 2010'a kadar bu güzel şekilde devam etti çünkü mekanlar daha adalıların elinde, herkes birbirini tanıyor, gelen misafirler turistlerle hakikaten profesyonel bir ilişki değil de bir samimiyet bir bağ

kuruluyordu ama 2010'dan sonra artık tamamen ticarete döndüğünden dolayı bunu kaybettik. Eski adayı hepimiz özleyyoruz ama dediğim gibi turizmde kaçınılmaz son, her yerde olduğu gibi bu Bozcaada'ya da gelecek.

K12: Eski Bozcaada'ya dışarıdan gelen çoktu çünkü muazzam bir iş gücüne ihtiyaç vardı ve bu durum tarihin her döneminde böyleymiş. Yani 5 bin yıllık paralar çıkıyor bakıyorsunuz. Orada da iş gücü lazım olmuş. Anadolu'dan özellikle getiriliyormuş. Çok büyük zengin insanlar da çok fakir insanlar da olmuş. Onların ayrı ayrı hikayeleri var. Rahmetli anneannem, ninem Bozcaada doğumluydu, bunlardan çok hikayeler dinledim. Çok basit anlatayım, Bozcaada Balkan Harbinden sonra İtalyanların eline geçmiş. İki tane halk var, Türkler de eski orada birkaç yüzyıldır yaşıyorlar. 1451 yılında fethedildiğinden beri Türkler var, buraya yerleşmişler. Rumlar da buraya yerleştirilmiş. Bozcaada Kurtuluş Savaşı'nın sonuna kadar hep işgal altında kalmış. Çok sıkıntılar yaşamışlar fakat esas Bozcaadalılar o savaş dönemlerinde Geyikli, Gülpınar, Babakale'ye, Ezine'ye gidip de çoğu aile geri gelememiş. En büyük haksızlığı da Rumlardan değil de Türk akrabalarından yaşamışlar, çoğunluğunun malları mülkleri elinden alınmış, gelememişler bile. Bozcaada'nın kadastro kayıtlarının bir bölümü yoktur 1921'den başlıyor, orada birkaç zengin sülale her şeyi üstüne almış. Bakın binlerce dönüm arsası olan fabrika sahiplerinin şu anda adı bile anılmıyor, bunları İstanbullulara sattılar. İyi insan olabilirler ama dedelerinden, ninelerinden sürekli anlatılır, benim gibi kimse bunları sesli olarak konuşmaz, konuştuğu zaman facia çıkar. *(Eskiden turizm nasıldı?)* Benim hatırladığım kadarıyla ev pansiyonculuğuyla başladı, Rum mahallesinde başladı. Bizde pek yapılmazdı (Türk mahallesinde) ama bizim ek gelirlerimiz vardı; bağcılık, balıkçılık gibi biz inşaat işi yapardık ona çok ihtiyaç yoktu olsaydı zaten 5-10 tane yer alabilirdik herhâlde bilebilseydik. Bunu yapanlar İstanbullular ile başlayınca onlardan daha güzelini öğrendiler, şu an iyi gidiyor. Ben bakıyorum mesela İstanbullu komşularım var kimi turizmcilik yapıyor kimi yazlıkçı, iyi insanlar yani bir şekilde yeni bir kültür oluşuyor.

K13: Eskiden adada iki tane kışlık sinema üç tane yazlık sinema vardı. Adanın kültürü çok fazlaydı, tam Batı kültürünü yaşıyorduk. Hatta çarşamba günleri sinemada kadınlara matine olurdu. Herkes bahar geldiği zaman eşini alır lokantaya gider, çay bahçesine giderdi. Yazın da oturlardı veya pikniğe lokantaya giden çok olurdu. Şu anda kimse yoktur böyle ada yerlilerinden.

K14: Bozcaada’da eskiden yönetime dayalı çalışmaya dayalıydı. Yani bağcılık vardı, hayvancılık vardı, balıkçılık vardı insanların çalışmaktan başka çaresi yoktu. Herkes çalışıp para kazanıyordu ve kazanıyordu da. Bozcaada’da komşuluk ilişkileri iyiydi, Rum ile oturuyorduk kimse etnik olarak ır ılık olarak bir şey yapmıyordu, herkes sonuçta ekme inin peşinde olan insanlardı. şimdi baktığında arada dağlar kadar fark var eski Bozcaada ile. Bakın biz Bozcaadalı olarak şunu söylerdik eskiden küçük teknelerle yolculuk yaparken “8-9 şiddetinde lodos ya da poyraz esti inde Allah’ım kimseye hastalık verme” yani sadece kendimizi d ş nm yorduk, etrafımızdakileri düşünüyorduk. şu anda ambulans geçiyor kim geçti diye soran bile yok.

K15: Eskiden sadece adalılar vardı ama bu yönde turizm yönünde de akaca ı belliydi. Tabi o zamana göre çok artış oldu. (*Eskiden işletmeler nasıldı?*) Küçük işletmeler vardı daha küçük butik tarzı. Biraz şu anda da butik tarzı ama  o aldı aşır ı derecede  o aldı. Eskiden kiralık yoktu herkes kendi çalıştırıyordu şimdi kiralık olunca fiyatlar filan hepsi yükseldi.

K16: Eskiden Rumlar ve adalı halkı daha yo undu. İnsanlar Rumlarla birlikte bağcılık ve balıkçılık yapardı hep birlikteydi insanlar ama şimdi tabi onlar yok. (*Eskiden işletmeler nasıldı?*) İşletmeler genelde turizm amaçlı değildi, işte buradaki yerel halka hitap ediyordu marketi, manavı, kasabı, restoranı yerel halka hitap ediyordu. şu anda dönüştü işletmeler.

K17: Eskiden genelde yaz aylarında üzüm kesmeye gelen işçiler oluyordu şimdi otel olan birçok yer işçi ko uşlarıydı yani günde buradan 30-35 kamyon üzüm gidermiş İstanbul’a şimdi hiç gitmiyor bundan dolayı eskiden burada olan insanlar ba cılıkla ve ba  işleriyle uğraşan insanlardı. şimdi burada o insanlar otelcilik ve restorancılıkla uğraşan insanlar.

K18: Daha sadeydi, daha samimiydi, insanlar daha rahattı. Bu kadar ekonomik olarak bazı şeyler çok  ne çıkmıyordu. (*Turizmin rolü neydi?*) Eskiden işletmeler daha azdı, daha az atıyorum kafe vardı. Mesela bulunduğumuz me  n tarihi bir yer, burası 1967’den beri var abimler, babamlar işletiyorlar. Çok eskiye dönük mekanlar vardı ama tabi kimisi kapandı, kimisi el değiştirdi. Burası mesela uzun zamandır aile k   nden gelen bir me  n, böyle yerler var mesela.

K19: Keşke daha önce gelseymişim diyorum. Anlatılanlara bakıyorum keşke daha önce gelseymişim buraya yerleşseymişiz ama işte olmadı yine de memnunum, çok mutluyum.

K20: Eskiden tabi daha çok bağcılık ve balıkçılık üzerine bir ada vardı. Daha farklı bir yaşam vardı turizmle birlikte tabi bunların hepsi çok geri planda kaldı. Hani biri 40-50 sene öncesiyle kıyasladığınız zaman değişen çok büyük çapta değişen ada hayatı var artık.

K21: Aşırı güzeldi, daha çok Rum vardı, daha az turizm vardı ama daha sakindi çok güzeldi. İşletmelerin yoğunluğu azdı dolayısıyla o azlıkta da bir yoğunluk vardı. Ama yoğunluk işletmelerin sayesinde olmadı, Bozcaada başka şekilde lanse edildi filmlerle, dizilerle, birkaç tane ünlünün gelip gitmesiyle vesaire gibi şeylerle lanse edilerek kötü bir profil oluşturuldu bence.

K22: Şaraphaneler vardı. Adalılar yaşırdı bu kadar yabancı yoktu. Benim arkadaşlar vardı turizm dedin mi kuru üzüm anlıyorum diyorlardı, bilmiyorlardı.

K23: Eski Bozcaada'da turizm bu kadar olmayınca herkes fazla kalabalıktı herhalde geçim sıkıntısı da pek yoktu. Sadece adanın mahrumiyeti daha çoktu gemi seferleri bilmem ne. Şurada her saat gemi oldu mu ben kendimi özgür hissediyorum çünkü 1 saat sonra işim çıksa gemi var deyip basar giderim diyebiliyorsun şimdi bak yok akşam 18.00'e kadar gidemeyeceksin, gemi yok bir işin çıksa bekliyorsun. Yani burada kaliteli insan gelsin, kalite diyorlar da kalite ölçütünüz nedir parasal insanlar mı? Paralı insanların zaten taksiyle işi yok arabasıyla geliyor. Lokanta haricinde şuradaki büfeye gidip ekmek arası bir şey de yemiyor. En fazla hediyelik eşya alırsa alıyor. Çok paralıların bozulmasının sebebi zaten yer alıp ev yapıp yazlık yapması çoğu da İstanbullu. Arka tarafa bilmiyorum gittiniz mi? Daha önceden tepeye çıkar bakardım her yer yemyeşildi şimdi her taraf taş iyice betonlaşma var her yerde. Ama bundan önceki belediye başkanı ilkokul mezunu bir adam adayı bundan daha iyi korumuş şimdi karavanlar cenneti oldu herkes karavan getiriyor, önceden getiremiyordun sokmuyordu adam yasaktı işte çatı aktaracaksın yasak ya da izne tabi bir sündürme yapacaksın yasak her şey yasak, ki adam dokuyu koruyormuş iki kat yasağı var dokuyu korumuş bir şekilde.

K24: Ben çok eskisini bilmem Bozcaada'nın ama ben buraya gelmeden önce bile Bozcaada'nın geçmişi belliydi üzümçülük ve şarapçılık, geçmişi budur yani. Turizm sonra çıkma olayıdır, turizm kolay para kazanma yoludur onun için bağcılık yok, şarapçılık da artık bitmek üzere.

K25: Eskiden çok kalabalık değildi, yazın daha sakindi şimdi sadece turizm var bağcılık da bitiyor. Eskiden turizm çok azdı, belli başlı işletmeler vardı onlar iş yapıyordu burada şimdi herkes yapıyor.

K26: Turizm gelinceye kadar aslında Bozcaada gayet güzeldi. Geçim kaynakları farklıydı. Turizm geldikten sonra bahsettiğim geçim kaynakları bağcılık, balıkçılık, şarapçılık gibi bunlar azaldı. Herkes turizme yöneldiği için Bozcaadalılar da bu doğrultuda hareket etmeye başladılar. Bozcaadalının birinci hedefi turizm oldu.

K27: Benim çocukluğumda böyle bir turizm yoktu yani böyle bir otelcilik pansiyonculuk yoktu sayılıydı. Bu kadar karşıdan gelen turist yoktu, sayılıydı ama beş yıldır baya nüfusta etki gösterdi yazın çünkü artık her yıl nüfus çoğalıyor Bozcaada için yatak ve konut kapasitesi hep yükselmekte.

K28: Eskiden bu kadar kalabalık değildi, gelenler zaten kaliteli insanlardı. İşletme sayısı daha azdı zaman içerisinde arttı, insanlar turizme yöneldi ama tabi o hali daha güzeldi biz bizeydik.

K29: Eskiden biz Rumlar ve Türkler iç içe yaşırdık. Şimdi artık kozmopolitleşme var Bozcaada'da. İşletmeler o zaman Andrea'nın bir kahvesi vardı, Niko'nun meyhanesi vardı, Hasan amcanın mekânı vardı, Hüseyin Talay'ın bir kahvesi vardı. Yani küçüktü mutluydu herkes. Şimdi biraz daha modernize oldu, biraz daha turizm açısından herkes kendine çeki düzen verdi.

K30: Eski Bozcaada bereketli Bozcaada idi. Herkes emek gücünle çalışırdı, verim vardı. Herkes geldi ada yozlaştı. Adam İstanbul'dan gelmiş 6 dönüm yer almış, adada yerli insan arıyor tarlayı sürdürmek baktırmak için. O da ayrı bir olay. Olmayınca da ertesi sene bağı söküyor ağaç diyor. O yüzden bağcılık kalmadı. Bağcılık emek ister.

Kükürtü ayrı, budaması ayrı, temizliği ayrı, kazması ayrı... Rumlar varken gemiler ile gelirdi, eskiden bolluktu. 12-13 kamyon üzüm çıkardı. Motorlar ile İstanbul'a giderdi, orada Bozcaada üzümünü bilenler vardı, mesela Rumlar Ermeniler gibi, onlar Bozcaada üzümünü arardı. Şimdi herkes hangisi ucuz onu arıyor. Eskiden üzüm yapmak için ustalar gelirdi, kasaları istiflemek için bile ustalar vardı.

SORU 15: Adanın özgün kimliğini kaybettiğini düşünüyor musunuz? Bozcaada'nın eski ve yeni hali hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

K1: Bence hala daha koruyor. Rum ve Türk kültürü hala korunuyor ama her geçen yıl tabi ki azalıyor.

K2: Biraz kaybetti. O kendi özgür yaşantımız yok, artı kararlar da alamıyoruz. *(Ne gibi?)* Adayla ilgili. Biz daha ada halkına yönelik kararlar istiyoruz, burada yaşadığımız için Gestaş'ın bize göre hareket etmesi, gemi saatlerini bize göre ayarlaması, bize toleranslı indirimli tarifeler olması lazım. Çünkü burada insanlar yaşıyor. Buradaki insanların yaşaması için katkı sağlaması gerekiyor. Ada halkını ve esnafı koruması gerekiyor bu tür konularda biraz tolerans bekliyoruz.

K3: Yani, eskiyi daha çok severdim. Çok fazla dışarıdan müdahale görmüyordu ada o zaman. *(Kültürel, toplumsal değişimler var mı?)* Mutlaka, yani yabancı çok. Yabancı çok olunca herkes her geldiği memleketin kültürünü getiriyor. *(Çevresel değişimler oldu mu?)* Çevre çok değişti. Yani daha iyi oldu belki de.

K4: Hala tam kaybetmedi ama böyle saçma adımlarla bu yerel yönetimler giderse kaybedeceğiz gibi duruyor. *(Ne gibi adımlar?)* Yani, bunu konuşuyoruz hep. Buraya ticaret gözü ile bakıp sezon bittiğinde dükkânı kapatıp giden adamla burada 12 ay hizmet vermeye çalışan bir insanın farkı olması lazım. Ya da sen bunu bir şekilde yaptırımla dayatmalısın. Adam iki gün durmuyor ya, iki gün dur da denize gir kardeşim, anlamıyorum ben bu insanları gerçekten, inanın anlamıyorum. *(Toplumda sınıfsal, kültürel değişimler oldu mu?)* Adada olmadı öyle şeyler ya, çünkü genelde aynıdır değişmez şeyler. Adada ben onu çok gözlemlediğimi söyleyemem.

K5: Evet düşünüyorum. Bu da İstanbulluların sayesinde. Daha çok İstanbullu ele almaya başladı adayı.

K6: Tam anlamıyla kaybetmedi aslında. Biraz daha var, bir 5 yılı var. Bir de alınan önlemler, belediye burada güzel önlemler alıyor yani. Gece kulübü olsun, o tür olayalar olsun güzel önlemler alıyor. Halkın eğitim seviyesi yükseldi tabi ki de. Gelen kişiler o dönemde, 2000'li yıllarda gelen kişiler bakıyor iki üç gün adada kalıyor ya bağ evi alıyor ya otel alıyor. 2000'den sonra gelenler yerleşti genelde buraya. Uğur Dünder vardı burada.

K7: Düşünüyorum. Şimdi geçim kaynağı açısından baktığımızda ne balıkçılık ne şarapçılık ne de bağcılık kaldı. Herkes turizm yapıyor, şu evlerde oturan insan yok bunların hepsi otel. E ne oldu bu çevre değişince toplum değişti, insanlar değişti. Dışarıdan gelen insanların buranın insanını da değiştirdi. O yüzden artık eski Bozcaada yok, maalesef ki o kimliğini kaybetti.

K8: Düşünüyorum. Bağcılık vardı mesela çok öndeydi onun üzerine hiçbir şey yoktu. Turizm arkadan geliyordu. Şimdi bağcılık çok azaldı artık maalesef bitme noktasına

geldi. Çünkü daha kolay para kazanmak. Yazın mecbur Temmuz Ağustos sıcak geçiyor, e deniz var herkes denize geliyor. Ama bir sıkıntı olur mesela iklimlerde bir sıkıntı olur, üzümü istediğiniz kalitede alamayabilirsiniz istediğiniz ürünü elde edemeyebilirsiniz bunlar hep bir risk tabi. Şimdiki gençler bunu yapmak yaşamak istemiyor, para aklımda ve cebimde olsun diye düşünüyor. Onun dışında maalesef bitmekle artık karşı karşıya. İşte babalarının nesli bittikten sonra bağcılık biter.

K9: Katılımcı bu soruyu cevaplandırmak istememiştir.

K10: Kesinlikle kaybetti ve daha da berbat olacak. Bir kere her yer pislik içerisinde. Mesela belediye çalışanları temizliyor ama gidin bakın kalenin arkasındaki otoparkta bira şişeleri var. Bence orada biraz denetlemenin artması lazım. Gün batımında denetlemenin artması lazım. Gün batımına jandarma mı bakıyor, orada duracak ki insanlar azamayacaklar. Mesela kız düştü geçen sene, 2-3 sene önce çocuk öldürüldü buranın halkı. Denetleme, polis görünecek, her polis orada bekleyecek. Bir tane polis koy, biz insanlar olarak “aa polis var burada daha dikkatli olmamız lazım” diyelim. Bence daha da berbata gidiyor ada tamamen çıktı işte böyle Alaçatı, İstiklal Caddesi, çünkü Çanakkale’nin serserileri buraya kız düşürmek için geliyor net.

K11: Tabi ki. Bahsettiğim gibi eski Bozcaada ile şimdiki Bozcaada arasında çok büyük bir fark var. Evet büyük oranda halen daha bakırlığını, doğasını korumuş olduğunu düşünebiliriz ama kültürel anlamda, ilişkiler anlamında, bağcılığından tut adalılarının kendi aralarındaki ilişkilere kadar her şey çok değişti.

K12: Yok, sadece biraz daha eskilerin hep iyilerini hatırlıyoruz negatif yönlerini hatırlamıyoruz. Eskilerin negatif yönlerini hatırlasak o zaman da çok özgün bir kimliğinin olmadığını görürüz. Bakış açısı çok önemli, bunu eğer yüzyıllardır zengin bir Bozcaadalı ile konuşursanız farklı konuşacak ama kaç göbektir orada hep alt işleri yapıp belirli bir birikim edinmemiş ama adalı olan insanla konuştuğunuz zaman çok farklı konuşacak.

Bozcaada’da Türk mahallesi diyoruz herkes Türkleri tek bir nesil olarak düşünüyor fakat Bozcaada’ya gelen göçler olmuş özellikle Kırım Harbinden sonra 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşından sonra deniz yoluyla Bozcaada’ya çok gelenler olmuş, durak yerleriymiş. Bir de Bozcaada’nın avantajı şu, şu anki İzmir yolu ya da İstanbul yolunun olmadığını düşünün. Birkaç yüzyıl önceden başlayan en kolay ulaşım yolu deniz yoludur, bu yüzden Bozcaada çok önemli bir yer. Bakın Gökçeada’nın bu kadar stratejik bir önemi yok, tam boğazın karşısında Bozcaada, Çardak, Gelibolu, Ayvalık. Bu insanlar deniz yoluyla

Anadolu’da olmayan kültürleri İstanbul’dan almışlar. Bizim Bozcaada’nın Rum’u da Türk’ü de İstanbul modasını takip ederdi çünkü ulaşması kolaydı. Daha sonra bu yollar otobüsler filan oldu da biz İstanbul’dan haberdar olduk.

K13: Çok, kültür bitti ve toplum değişti çünkü mecburen herkes gelen İstanbullulara ayak uydurdu. Artık biz dışardan gelenlere İstanbullulara diyoruz, oradan gelen çok olduğu için. Hep ekonomiye döndü artık, değişti.

K14: Kaybetti. Dedim ya kültürel, yeni neslin hepsine sorun bağıcılığı bilmez üzümü tanımaz sadece şarabı tanır zaten ona da deyinirim Bozcaada bağıcılıkta da kimliğini kaybetti. Bozcaada’nın 4 çeşit üzümü vardır; siyah olarak kultra, karalahna beyaz olarak vasilaki ve çavuş üzümü. Daha sonra birileri geldi arazileri dışarıdan satın alan insanlar bu 4 tane üzümü hiçe sayarak taverna, merlok, kalecik karası, öküzgözü gibi değişik üzümleri dışarıdan getirip bizim binlerce yıldır kültürümüz olan 4 üzümü bozdular, dışarıdan gelenlerin şeyi. Elinde az sayıda olan var şu anda çünkü üreticiye dediler ki bunlar para etmiyor yeni dikeceğiniz çubuklarla daha güzel para kazanırsınız dediler herkes öyle yaptı. Şu anda da zaten o bağıcılığı yapan yok. Buradan başladı zaten yozlaşma, bağıcılığı tamamen bitirdiler.

K15: Özgün kimliğini yavaş yavaş turizme döndüğü için kaybetti. Eskiden hayvancılık vardı o yok, bağıcılık eskisi gibi çok değil azaldı, yavaş yavaş etkiliyor.

K16: Eskiye göre ada kimliğini kaybetti tabi ki. Hem yapısal hem kültürel hem de ekonomik açıdan kimliğini kaybetti.

K17: Kaybetti ve kaybetmeye devam ediyor. Turizmin olduğu her yerde tahribat vardır. Şimdi baktığınızda insan ilişkilerinde, davranışlarda, hem mimari de hem yapılaşmada her açıda tahribat var düşündüğünüz her şeyde tahribat var.

K18: Ben düşünmüyorum.

K19: Belli zamanlarda evet, yoğun tempoda o kimlik ister istemez gelen konuklarla da kayboluyor tabi ki. (**Hangi açıdan?**) Sessizlik bozuluyor, trafik yoğunluğu, temizlik, altyapı sıkıntılı oluyor.

K20: Şu an daha hala direniyor.

K21: Tabi ki. Gerçek anlamda bağıcılık, şarapçılık yaşayan bir kültürdü 15 sene önceki şeyi yok.

K22: Katılımcı bu soruyu cevaplandırmak istememiştir.

K23: Tabi, kesinlikle hem de. Burada hiçbir şekilde arkadaşlık yok her şey paraya dayalı yaşıyor. Belki ülke öyledir ama burada daha çok hissediliyor parasal güçle. Her yerde

bitik komşuluk ama burada diyorum ya lokantaya gidince devenin kulağıdır lokantalar, tabiri caizse bizim burada kazıklanmadığımız lokanta kalmadı, ki buralıyız herkes tanıyor küçük yer düşün, daha ne diyeyim.

K24: Kesinlikle. Her milletten insan var buraya geliyor, parası olan buraya geliyor ben size söyleyeyim.

K25: Tabi şimdi yeni bir kimliğe ulaştı Bozcaada eskisi gibi değil. Eskiden kendine özgüydü şu an çok farklı yazın çok kalabalık oluyor, eskiden sakindi.

K26: Oldukça fazla kaybettiğini düşünüyorum. Dediğim gibi komşuluk ilişkileri kalmadı, herkesin birinci sırasında para oldu, ulaşım da mesela o kadar samimiydi ki şimdi mesela dakika başı gemiler gidip geliyor, o zamanlarda o sakinlik, özveri, birbirine yardım etme vardı bunların hiçbirisi kalmadı yani tamamen paraya odaklı bir yaşam olmaya başladı Bozcaada'da.

K27: Her taraf yapılanma oldu her taraf bina oldu, bak daha da yapılıyor gördüğün gibi yani eskisi gibi değil.

K28: Bence kaybetti. Çünkü Bozcaada demek bağcılık balıkçılık demektir. Şimdi hangisi var? Sadece turizm var. İnsanları para hırsı bürüdü, herkes daha fazla kazanma peşinde o yüzden kültürel yapı olsun sosyal ilişkiler olsun her şey çok değişti. Dolayısıyla o kimliği kaybettik umarım daha kötü olmaz.

K29: Tabi, Eski ada değil yani. Biraz da bunu kabul etmek lazım. Kimse kimseyi tanımıyor, itibar yok, saygı sevgi yok.

K30: Kaybolmaz ama dışarıdan gelenler bozuyorlar, zarar veriyorlar. Çünkü adaya uymuyor, adada eskiden fakirlik diz boyuydu ama şimdi gelenler hep adayı yemek için geliyor. Adam evini pansiyona veriyor, neden? Sadece para için, yoksa kim çoluğunu çocuğunu bağda, çadırda yatırır? Ada kendi kimliğini bozmaz yani, dışarıdan gelenler adayı bozuyor.

SORU 16: Bozcaada denilince aklınıza ilk ne geliyor?

K1: Huzur.

K2: Turizm ama hepsi var işin içinde bağcılık da çok önemli. Turizm bağcılık ve şarapçılık yanılmaz üçlü.

K3: Deniz.

K4: Deniz.

K5: Güvenilirlik.

K6: Şarap.

K7: Deniz.

K8: Deniz.

K9: Gemi, deniz, ada olması.

K10: Aşk.

K11: Yalnızlık ve ıssızlık ama turizmin yoğun olduğu dönemlerde vahşi turizm.

K12: Deniz.

K13: Şarap ve üzüm.

K14: Balıkçılık.

K15: Huzur.

K16: Bağ, balık, deniz

K17: Üzüm

K18: Rüzgâr ve deniz, huzur.

K19: Bağımsız bir yer sanki Türkiye toprağında değilmişsiniz gibi hissediyorsunuz, özgür hissediyorsunuz.

K20: Huzur.

K21: Yaşamak için çok güzel bir yer.

K22: Deniz ile başlıyor burası. Ada demek deniz demek.

K23: Şarap, üzüm.

K24: Şarap.

K25: Üzüm, şarap.

K26: Deniz.

K27: Deniz.

K28: Deniz.

K29: Çocukluk yaşantılarım. Rumlar ile iç içe büyüdüğümüz Rum-Türk kültürü. Naki, Niko, Eleni, Kopi arkadaşlarımız. 1974 Kıbrıs olaylarından sonra Bozcaada'da yaşayan insanların okulları kapandı, kreşleri vardı hepsi kapandı. 74 olaylarından sonra kimisi Fransa, kimisi ABD, kimisi Yunanistan'a gitti. Hepsini konutunu sattı, parasını aldı gitti.

K30: Doğallık.

SORU 17: Bozcaada'nın güçlü imajının kaynağı sizce nedir?

K1: Filmlerle daha çok tanınmaya başladı. 1999-2000 yılında çekilen Eylül Fırtınası filmlerinden sonra patlama yaşandı. Ata Demirel'in filmi de tamamen zirve yaptırdı. Burada her şey dahil sistemi yok. Bir de İstanbul'a çok daha yakın Akdeniz'e

gitmektense her şey dahil sitemindeki o 4-5 yıldızlı otelleri tercih etmeyenler için daha butik, sıcak ve ikili ilişkilerin daha sıcak oldukları yerleri tercih etmek avantaj.

K2: Burada çevrilen filmler var, fuarlara gidiliyor. Ben çok fuarcılık yaptım. Mesela İngiltere’de fuara gittik Bozcaada’yı tanıttık, Romanya, Bulgaristan ve buradaki fuarlarda adayı tanıtmak için çok fuarcılık yaptım ama artık tanıtmaya gerek yok bütün Türkiye tanıyor. Ben bakıyorum yazın buradan çıkan arabalara bütün plakalar var Türkiye’den ama çoğunlukla İstanbul.

K3: Ata Demirer’in en başta çok büyük rolü var.

K4: Ata Demirer. Fakat ben Ata Demirer’in bu yozlaşma dediğimiz şeye katkısı olduğuna inanmıyorum. Benim gözlemim Bir Küçük Eylül Meselesi’nden sonra buraya Almancılar gelmeye başladı. Ondan önce biz burada Almancı filan görmezdik. Yani her şey tabi bir etken, mesela biz buraya ilk geldiğimizde işletmeyi ilk açtığımız zaman Nisan’da Mayıs’ta inanılmaz yabancı turist gelirdi. Bu da Türkiye’nin maalesef bombalardı şuydu buydu canlı bombaydı onlar süreci bitirdi. Buraya inanılmaz yabancı gelirdi. Ki bence gelmesi de lazım. Burası güzel bir yer, ada şarabı diye bir şey var bunu güzel tanıtıp yurtdışına bizim açılmamız lazım. İnsanlar İtalya’ya gidiyorlar şarap tadımına, burası neden olmasın? Ama işte onun doğru tanıtım ve doğru mercilerle yapılması lazım.

K5: Ata Demirer’in her konuşması adaya büyük patlaklık veriyor zaten. Ama Instagram’ın çok etken olduğunu düşünmüyorum. Daha önceki yıllarda göz kırpan bir kız vardı (duvar resmi), %50’si göz kırpan kız nerede, gününbirlik geldik sadece onunla fotoğraf çekilmek için geldik diyorlardı. Anlamlı bir fotoğraf değildi ama bizim insanımız biraz böyle şeyleri sever.

K6: Doğası, dokusu. Doğal bitki örtüsü. Bozulmamışlığı. Adaya şimdi binalar yap insanlar kaçır buradan, AVM yap kaçır. İki kattır burada üçüncü kata izin verilmez.

K7: Bence çok fazla tanıtıldı. Artık herkes her şeye hemen ulaşabiliyor. İnsanlar Ata Demirer’in filmlerinde gördü geldi, sonra “falanca ünlü Bozcaada’da tatil yapıyor bizde gidelim dediler” geldiler. Böyle popüler oldu. Sonra Instagram’a fotoğraf atma yarışı var herkeste, herkesin elinde bir telefon her yeri çekiyor. E çekince ne oluyor? Türkiye’nin her yerine yayılıyor, ada tanıtılıyor.

K8: Sosyal medya ve filmler mahvetti.

K9: Sosyal medyanın çok büyük rolü var ve ada olması, denizin temiz olması bence.

Çünkü denizi tertemizdir hiçbir pislik olmazdı, müsilağ gelene kadar. Geçen sene biraz öyle bir olay oldu. Tertemizdir yani cam gibi her şeyi görebilirsiniz bence o da etkiliyor.

K10: Ben hala söylüyorum çok fazla reklam rezillik yapar. Evet reklamı çok yapıldı. Bir Küçük Eylül Meselesinde Bozcaada çok duyulmadı bence. Ben esnafa soruyordum nerede çekildi diye, 4 sene sonra evi bulabildim iki sene sonra plajı bulabildim. Ata Demirer'in çok fazla rolünün olduğunu düşünüyorum. Çünkü insanlarda şu oldu, eskiden gelinirdi kalınırdı şimdi İzmir'e giden uğruyor, Cunda'ya giden uğruyor işlek hale geldi. Turizmden çok merak hale geldi. İşte bir gidelim Bozcaada'ya. Buraya gelen tipler belliydi, şarap alan rakı balık yapan, denize giren, gün batımını seyreden. Ama şimdi Cunda'ya giden İzmir'e giden adam Van'a giderken hadi şurada bir Bozcaada varmış gidelim. Şarap mı içiliyor alalım şarap içelim o da tabi bilmiyor saçma sapan. Bazı şeyler sonradan olunca olmuyor... İnsanlarımızda ne var buradan geçerken 10 yere gidelim, anlamsızca yaşayalım. Evet onların hayatı ben karışamam ama bence çok yanlış.

K11: Halen daha Bozcaada Türkiye'deki tatil destinasyonlarında en sessiz, en güvenilir, bakırlığını en korumuş yerlerden birisi olmaya devam ediyor, popülerliğini buradan sağlıyor.

K12: Bozcaada'da bir dinginlik, sakinlik var. Biraz işte Yunan adalarına benziyor ya da Yunan adaları Bozcaada'ya benziyor. Bozcaada korunmakta biraz geç kalınmış, 60'lı yıllarda olsaymış daha farklı olurmuş. Örneğin Midilli Adası gibi. Fakat buna rağmen Bozcaada insanı bir sakinleştiriyor. Tabi ki herkes bağcılık, şarap, üzüm, plaj der ama Bozcaada'da hiçbir şey yapmayın akşama kadar vaktin geçtiğini anlamazsınız. Ayrıca Bozcaadalıların birbirleri le küsme şansları yoktur çünkü en sevmediğiniz adamı günde 10 kere görürsünüz.

K13: Doğal yapısı. Ünlülerin ve sosyal medyanın da faydası var ama zaten sebep doğal yapı oluyor. Mesela denizin tuzlu olduğunu bilmesen su niyetine içersin. Zaten bir yerin limanında denize giriliyorsa her yerinde denize girilir. Bir de bizim adada poyraz estiği zaman adanın güney tarafında denize girebilirsin, lodos estiğinde ise kuzey tarafında denize girebilirsin, her tarafında denize girilirsin. Balıkçılık bitti, eskiden el arabalarıyla lüfer balığı satılırdı ve adada kimse orfoz yemez, ahtapot yerlerdi kalamar bilmezlerdi hep balık yerlerdi lüfer, kefal, kupa, sarpa, mercan gibi. Esas orfoz yerli balığımız ama dışarıdan gelen avcılar tüfekle vura vura kökünü kuruttular. Ayazma plajının önündeki

sahil orfoz yuvasıydı, bir taneydi, doğal yapıyı bozdular. Şimdi kalamarı çıkardık biz kayıkla kovamız vardı, üç dört kişi, bir kova 10 kilo yapardı. Bir kova doldu mu tamam derdik hadi toplanın, 10 kilo daha yakalayayım demezdik.

K14: 1- Ana karaya yakın olması, 2- İstanbul'a yakın olması 3- ada olması.

Bozcaada'nın aslında çok da cazip bir yanı yoktur baktığınızda. Gelen misafirler nereyi gezeceğiz dediğinde kale, kilise ve yel değirmenleri. Denizimiz soğuktur, bir tabiat harikamız yoktur. Keşke 4 üzümü marka değeri yapıp şarabı, üzümü, sirkesi, reçelini buna göre yapsaydık.

K15: Tabi ki sosyal medyanın özellikle çok büyük bir rolü var. Biliyorsunuz artık herkes Instagram'ı doldurmak için sosyal medyayı doldurmak için geliyor.

K16: Adanın doğal yapısıyla ilgili tabi ki de. Doğal yapısı insanları buraya çekiyor, cezbediyor. Burada çekilen filmlerde filan ünlülerin de bir rolü oldu tabi ki. Sosyal medyanın da etkisi var tabi, buraya gelen herkes Instagram üzerinden selfie çekiyor, işte çekip Bozcaada etiketiyle burada olduğunu gösteriyor, bunun da etkisi var.

K17: Sosyal medyanın tabi ki etkisi var ama İstanbul'dan çıkıp 2.5-3 saatte Kuzey Ege'de ulaşılacak en güzel destinasyon.

K18: Bozcaada'yı Allah öyle bir yaratmış ki, doğası çok güzel bir defa o doğası çok güzel olduğu için insanlar geliyor zaten.

K19: Kendisi. Bozcaada'nın doğası kendisi ve sessizliği, karadan da uzak olması tabi ki.

K20: Adanın ayrı bir enerjisinin v elektriğinin olduğuna inanıyoruz biz. Burada insanlar çok rahat hareket ediyor sanki ilk seferde gelen insan sanki çok daha önceden de adaya gelmiş gibi, tabi bunda biz işletmecilerinde çok büyük bir rolü var var gelen misafirleri kendi evindeymiş gibi hissettirme, sakinlik, güler yüzlülük, ilgi alaka. Adanın zehrini yiyen adadan bir daha ayrılmıyor çünkü burada rahatlık, sakinlik, doğallık var herkes o doğallık için geliyor bence.

K21: Ulaşımı zor olduğu için Türkiye'de bozulmuş birçok yerin aksine burası daha tam bozulmamış. Yani kendi özel durumlarından dolayı, Bozcaada'nın ve Gökçeada'nın özel durumlarından dolayı, işte sit alanları vesaire gibi şeylerden dolayı bir bozulmamanın olması ve buraya gelip yerleşmeye çalışan insanların bu atmosferi severek isteyerek gelmeleri adanın güçlü imajını sağlıyor çünkü insan olmadığı zaman bir anlam ifade etmiyor yoksa Geyikli'nin sahili de güzel, Ayvacık'ın bir köyü de çok güzel ama burada bence güzel bir profil oluştu.

K22: Belirli zamanlarda, festivallerde ünlüler gelir. Ben klip bile çevirdim. Göçmen Kızı'nı Mahsun Kırmızıgül ile çevirdik, Ziyet Sali Mevsimsizim'de oynadım. Sonra birkaç kola reklamlarında oynadım, artistlerin hepsini tanırım. Farah Zeynep Abdullah film çevirdi, beni de çağırđı.

K23: Geminin olması, ulaşılabilir olmaması. Güle Güle filminin çekildiğı zaman ben buradaydım Zeki Alasya filan vardı ondan sonra herkes işte ben Zeki Alasya'nın yürüdüğü kumsalda yürüyeceğim diyordu. Biraz sosyal medyanın arttıkça hızlandı. Mesela bizim burada bir tane gemimiz vardı biliyor musunuz? Soğan gemisi diye. Onu görmek için Manisa'dan Antalya'dan oradan buradan gelen insanlar var yani sosyal medya çok güçlü herhalde o hızlandırdı. Tabi çevrilen filmlerin dışarıya etkisi var mesela Türkiye'yi gezmeden ben Yunan adalarını niye gezeyim? Peri Bacalarını görmeden Rodos Adası'nı niye göreyim ki? Önce gideyim benim memleketimi göreyim. Ama buraya gelen 10 kişiden 7-8'i Santorini gibi resimler çekeyim, hemen şehir merkezine ineyim, hemen gemiyi çekeyim, gezeyim, otantik taşları göstereyim, Çiçek Pasajı'ndaki gibi lokantaları göreyim diye hareket ediyor. Ama giderken bağılıyor kazık yedim diye. Filmlerin etkisi, sosyal medyanın ulaşılabilir olması arttırdı. Çünkü karşıdan gemi seferlerini ne kadar çok koyarsan o kadar insan geliyor. Olmayınca adam zaten tatile çıkmış Ayvalık'a gidiyor, Çeşme'ye gidiyor. Oraya gideceğıme oraya giderim napayım diyor. Şimdi köprünün yapılmasına herkes kızıyor ama benim kendi akrabam bile İstanbul'dan geldi Eceabat'ta tam 6 saat sırada bekledi, karşıya geçemiyorsun düşünsene. Tamam çok para diyoruz ama hizmet bu yazıktır biraz da öyle düşünmek lazım gemi sırası beklemeyen kimse bilme bunu. Burada gemi çalışmayıp kalp krizi geçirip ölenleri de gördük her şeyi gördük, o yüzden sıkıntıyı bilmeyince.

K24: Doğal olması. Zaten ada birinci derece doğal sit alanı olması. Ne kadar da yapılanlara müsaade edilmese de biz insan oğlu muhakkak bir yerden çıkacak delik buluyoruz. Zaten bizim yönetmeliklerimize kanunlarımıza bilmem neye muhakkak bir çıkış noktası konur her şeyde, bu da kötü.

K25: Dizilerin de rolü oldu, doğal yapısı da güzel sessiz, sakın. Ünlüler de geliyor, burada paparazzi filan yok onlar da rahat ediyor.

K26: Dizilerin ve ünlülerin katkısı olduğunu düşünüyorum ama Bozcaada'nın denizin temiz olması, bakir olması, sessiz olması, otellerinin birçok turizm bölgesine göre daha temiz kalması Bozcaada'nın güçlü kalmasını sağlıyor.

K27: Şu anki yaşam zaten ünlülerden geçmekte. Ata Demirer geliyor evi de var burada. Her bir ünlü fark etmiyor, bir tane ünlü olsun bir yerde reklam yapsın hemen gündem oluyorsun zaten, o bölge hemen tutuluyor. Sosyal medyanın da var tabi. Sonuçta reklam içerikli.

K28: Bence popüler kültürünün getirdiği herkesin her yere ulaşma isteğinden sonra ada patladı. Şimdi girin Instagram'a insanlar resmen Bozcaada etiketiyle fotoğraf atmak için yarışıyorlar, neden çünkü "ben bakın neredeyim" demek için. Tabi bunlarda ünlülerinde çok rolü oldu. Ata Demirer'er adayı çok tanıttı mesela, sonra çok arsa satın alan ünlüler oldu insanlar da bunu görünce yeni bir yer keşfetmiş gibi akın etti.

K29: Bozcaada'yı Ata Demirer biraz popüler yaptı, film çevirdi. Gelen ünlüler Bozcaada'yı ayaklandırdı yani tabiri caizse.

K30: Ata Demirer reklam yaptı. Geyikli 'de park yapmışlar adı "Eyvah Eyvah" şimdi oranın adını duyurmaya çalışıyorlar. Sonra yabancılar geldi dışarıda ada şöyle güzel böyle güzel hep reklam yaptılar.

SORU 18: Adada en çok hangi çekicilikler ön plan çıkıyor?

K1: Deniz, Rum kültürü, üzümü, bağı, ada sokakları, şarabı.

K2: Bağcılık, plajlar.

K3: Rahatlığı, herkes her şeyi yapabileceğini düşünüyor. Doğal olarak denizin rolü var. Instagram'ın rolü var. O reklamların, fotoğrafların o kadar rolü var ki. Her gelen yazın burada bir fotoğraf çekilsin bir resim altında o tamamen yayılıyor ve öbür sene gelenler veya öbür ay gelenler onu arıyorlar.

K4: Duvar resimleri, selfie çekmeye geliyorlar. İnanamazsın bu çılgınlığa. Çok da şeyler ama kuyruğa giriyorlar böyle fotoğraf çektirsinler diye, o kapının önünde o resmin yanında benim hiç anlamadığım şeyler olduğu için çok garip geliyor bana.

K5: Baktığın zaman öyle göz önüne çok çekicilik veren de bir ada değil. Gelen denizine, temiz olmasına, ulaşımı kolay, ada olmasına geliyor.

K6: Gün batımı, denizi.

K7: Plajlar, koylar çok temiz ve genelde gelenler şarap, ada kurabiyesi ya da bu restoranları soruyorlar.

K8: Resim çekmeye geliyor. Çünkü herkes kafasına göre bir duvar resmi çiziyor adaya ait olmuş olmamış yani ne dikkat çekebilirse onun resmini çiziyorlar, çekicilik yaratsın diye yaratıyorlar da. Günlük ve sezonluk olarak. Maalesef işte sosyal medyanın bize

yapmış olduğu en büyük kötölük. Yoldaki taşı çekiyor yani bakıyoruz yere evet taş İstanbul'da da var o taş ama işte Bozcaada hatırası.

K9: Ada sokakların zaten resimleri vardı, onlar için geliyorlar bana çok soruyorlar işte şu resmi nerede bulabilirim? Göz kırpan kızımız artık gitti, kaldırıldı. Yel değirmenlerini soruyorlar genellikle. Sokakların böyle merdivenlerini boyuyor bizim halkımız, artık çeksın ya da şirin görünsün diye, onları soruyorlar. Mesela boyalı merdivenler varmış burada, lisenin orada, ben hiç bilmiyorum adada yaşamama rağmen hiç görmemiştim, resmi gösterdi baktım dedim burası hani Türk mahallesinde. Benim bile bazen bilemediğim, onların bildiğı oluyor. Çünkü neden sosyal medyada sürekli bir paylaşım var. O, insanları çekiyor tabi.

K10: Gün batımı, şarap, ada sokakları.

K11: Maalesef son zamanlarda deniz-kum-güneş. Eskiden bu şekilde değildi daha çok tarihi kimliğı, bakırlığı vs. bunlardı ama şu an sadece deniz-kum-güneş. Instagram'da filan bu anlamda çok popüler oldu.

K12: Denizin temiz olmasına çok özen gösteriliyor, mimari hoşlarına gidiyor. Restoranlarda özellikle balık türevleri ve mezeler. Fakat samimiyete de çok önem veriyorlar. Mesela bizim aile işletmesi olduğumuzu görenlerin hepsi bir yıl sonraki yıla da rezervasyon yaptırıyor. Adalı samimiyetini onlara gösterirseniz zaten çok para kazanıyorsunuz, orada hiç sıkıntı yok. Ama günübirlikçi ya da kiracı kafasıyla o insanları incittiğiniz zaman onlar size gelmiyorlar.

K13: Deniz ve üzüm. Tarihi yapısı da var tabi, Tenedos zamanından. Bu kalenin mesela ne zaman kurulduğı belli değil. Kale Cenevizliler Venedikliler zamanında zaten varmış. Sonra Fatih Sultan Mehmet adayı aldığı zaman onarımını yapıyor ve minare yapıyor kaleye. Bizde iki tane kale vardı, biri de tepede. Tepedeki de Osmanlı zamanında yapılıyor. Şu an yıkıldı orası da esasında restore edilmesi lazım ama tabi.

K14: Ayazma, kilise, yel değirmenleri ve kale.

K15: En çok sokaklarda fotoğraf çekiyorlar. Restoranlar sokağımız var orası bir de. Deniz, günbatımı var Polente oraya gidiyor herkes.

K16: Deniz çünkü mesela bu dönemde geldiğinizde ada da yapacak bir şey yok. Rum mahallesinin sokaklarını gezebilirsiniz ama başka yapabileceğiniz bir şey yok. 1-2 gün sonra gelen turist sıkılır. Yazın öyle değil plaja gidiyor, gün batımına gidiyor, restoranlar açık kültürel ve sosyal faaliyet olarak daha çok imkân var.

K17: Plajlar, sokaklar, Rum-Türk mahallesi, liman ve kalesi, rüzgâr gülleri, gün batımı, gün doğumu, bağları.

K18: Kum, deniz, güneş, akşam yemek, ada kültürü. Burada görmek istemediğin insanı bile günde 3-4 kere görürsün.

K19: Genelde gelen konuklarımız bizim en fazla 3-4 gece kalır, rezervasyonlara bakıyoruz genelde son dönemlerde ya 2 ya 3'tür yetiyor gelenlere de. Bu zaman içerisinde de güneydeki koylar, Ayazma plajı, deniz ürünleri sergileyen satan restoranlar, kale, kordonun önü, Rum mahallesi, kilisenin alt sokakları. Bu son dönemde gençler daha çok ilgi gösteriyor belirli aylarda orta yaş grubu, emekli grubu ama artık sezon içerisinde gençler daha çok ilgi gösteriyor adaya.

K20: Zaten gemiden girerken ilk kale ile karşılaşıyorsunuz, ki çok eski tarihi olan bir kale. Yani adanın bütün koylarının ayrı bir güzelliği var çünkü Türkiye'nin en temiz denizi Bozcaada'da. Ayrıca şarapları var, içmeyen bile tadıyor çünkü o kadar eski bir medeniyet ki şarapçılık. Restoranları çok iyi, gastronomi konusunda da çok ileri eski ve yeninin çok iyi bir sentezi var restoranlarımızda. Adada her şey bulunabilir özellikle son zamanlarda gün batımı çok popüler oldu, atmosfer ambiyans olarak çok şahane herkes illaki günbatımını izliyor.

K21: Genelde birincisi restoranlara geliyor, ikincisi de temiz bozulmamış denizine ve doğasına geliyorlar. Bence sahilleri hala daha birçok yere göre güzel denizi de kirlenmiyor ve ada olduğu için sirkülasyondan dolayı kirlenmediği için bunlar ön plana çıkıyor.

K22: İstanbul'da sıkılıyorlar geliyorlar buraya. Yer aldılar ettiler buradan sonra çoğaldı. İnsanlar denize, üzüme geliyor, şarabını alıyor. Pek eğlence de yok, akşamları meyhaneler var burada oynuyorlar eğleniyorlar. Eskiden biz de oynardık ama artık olmuyor.

K23: Bozcaada ismi pandemide duyuldu. Kaç tane adamız var Marmara Adası, Gökçeada, Bozcaada. Aradığımız şey ne? Gezmek içinse Gökçeada'yı gördüm bir de burayı göreyim diyen insanlarla doluyor. Her sene sık sık gelen yok buraya varsa da evleri olandır. Çünkü bir odayı 1000-1500 TL'ye satıyorlar, oda + kahvaltı. Kaç tane genç gelebiliyor? Şimdi gelebiliyor o da 300-400 TL bu günlerde öyle geliyor. Gencin aradığı ne var? Burada doğru düzgün disko yok, bar yok bilmem ne yok. Bir lokanta var, onlar da içkiyi seven içki için geliyor, şarap için geliyor, duvarlarda resim çekiliyor. Bir de, sen de Peri Bacalarına gitsen mutlaka oradan bir şey alırsın bu psikolojiktir, oraya

gittiğini bir şekilde göstermek için. Kuşadası'na gidersin orada kaşık aynı kaşıktır, sadece birisinde Kuşadası yazıyor birisinde Bozcaada yazıyor. Beyin olarak oraya gittiğini belki birisine mi göstermek istiyorsun, resim çekiyorlar filan ya aynı kaşık her yerde satılıyor sadece ismi değişik.

K24: Sessiz, sakın ben bunu tercih ettiklerini düşünüyorum. Düğün fotoğrafı çekilen gelinler damatlar var bir bakıyorsun bazen üç beş tane birden sokaklarda ya da kapının önünde fotoğraf çektiriyorlar.

K25: Dizilerin de rolü oldu, doğal yapısı da güzel sessiz, sakın. Ünlüler de geliyor, burada paparazzi filan yok onlar da rahat ediyor.

K26: Deniz temiz ve güzel. Eskiden gelen şarap kültürü devam ettirilmeye çalışılıyor. Gelenler şarap, rakı, balık bu düşünceyle geliyorlar. Burada yapılan şey zaten denize girmek akşam da rakı balık. Dedğim gibi Bozcaada otellerinin de temiz ve düzenli olması Bozcaada'yı cazip kılan en önemli şey.

K27: Sokaklarını, bakır koylarını, şarabını, bağlarını. Üzüm bağı görmeyen insanlar bile var ilk defa burada görüyor üzüm bağını.

K28: Genelde duvar resimleri, evlerin kapıları ve deniz.

K29: Bir turist geldiği zaman kalesi var güzel, sakinlik istiyor İstanbul'dan gelenler. Ayazma plajı, Akvaryum Koyu, Habbele Plajı ve diğer koylarımız var. Sabahtan akşama kadar gidiyorlar orada denize giriyorlar, yemeğini yiyip geliyorlar. Akşamüzeri de çay bahçesine gazonoya gidip sakinlik istiyorlar.

K30: Gece barlar, meyhaneler ön plana çıkıyor genelde.

SORU 19: Bozcaada'yı diğer kentler ile kıyasladığınızda, sizin için kentin hangi olumlu yönleri ön plana çıkıyor?

K1: Öncelikle ada olması, dört tarafı denizlerle çevrili, huzurlu sakın, denizi ve plajları temiz.

K2: Turizm, sakinliği, doğal güzelliği, bozulmamışlığı.

K3: Bankası daha ulaşılır, resmi yerlere daha çabuk ulaşıyorsunuz. Diğer yerlerde öyle olmuyor, sıra beklemek zorundasınız.

K4: Sakinliği ve huzurlu olması.

K5: Bir köy ortamı ya da Çanakkale ile kıyasladığım zaman hiç alakası yok. Burası her haliyle güzel bir yer. Attığın her adım güvenilir adım ama tabi ki sadece ada halkıyla olduğu zaman güvenilir bir yer.

K6: Burada hırsızlık, uğursuzluk yok. Hiçbir şey olmaz. Sen bu akşam dışarıda kalacaksın sana biri gelip laf bile atmaz. Güvenilir bir yer.

K7: Sessiz ve sakin olması. Bir de kışın yine burada az insan kalıyoruz o yüzden kışın güvenilir ama yazın tam tersi.

K8: Sakin ve güvenilir olması yani korkmuyoruz. Anahtarlar kapının üzerinde, kilitlemiyoruz. Vuruyoruz kapıyı çıkıyoruz, vuruyoruz giriyoruz hiçbir sıkıntımız yok yani. Hala çamaşırlar dışarıda kurur mesela sıkıntı yok.

K9: Turizm bölgesi olması, denizinin olması, bir de yürüme mesafesinde olması her yerin. Ulaşılabilir yani gemiden çıktığında sen yürüyerek arabasız da gelsen şehir merkezine kolaylıkla gelebilirsin. Ama Gökçeada'da biliyorsunuz öyle değil, arabayla gitmek zorundasın. Burasını bence ulaşımı rahat olduğu için de tercih ediyorlar.

K10: Güven. Bana göre güvenlik ama buranın güvenli olmasından değil İstanbul'a göre kıyaslıyorum. Okulda güvelik, dışarıda güvenlik herkes birbirini tanıyor ve insanlarda kötülük yok burada... Çocuğunuzu rahatça sokağa salabiliyorsunuz, gece 12'de rahatça eve gidebiliyorsunuz ve siz kadın başınıza tek başına bir bağ evinde kalabiliyorsunuz.

K11: Tarihi anlamda çok güçlü bir yer, medeniyetin ilk yıllarından beri kullanılan bir yer. Tarihi anlamda hakikaten çok güçlü, doğal bakir yapısı bu anlamda çok güçlü.

K12: Ben mesela Bozcaada'yı Gökçeada ile kıyaslayabilirim. Bu Allah vergisi bir şey. Gökçeada ile Bozcaada kıyaslanamaz. Bozcaada'ya ulaşımın kolay olması, deniz yollarının olması, Bozcaada'ya özgü endemik türlerin olması, Çavuş üzümü gibi, balık türlerinin olması ve Türk kültürünün de en az 500-600 yıllık geçmişinin olması, iki halkın kaynaşması Bozcaada'yı ayırıyor. Gökçeada'da 73 yılına kadar belediye başkanını bile Rumlar seçiyordu, Türk yoktu orada sadece devlet görevlileri vardı. Bizde tam tersi Rumlar ve Türkler iyi anlaşmışlar, Türkler üzüm üretmiş Rumlar da şarap yapmış ve herkes çok para kazanmış, herkes çok mutlu olmuş. Rumlar giderken çoğu arazilerini satışından mağdur olmamış çünkü iyi paraya Türk komşularına satmışlar.

K13: Üzümü ve denizi. Sakinlik yok şu anda adada, anca sakinlik olabilmesi için bir bağ evinizin olması lazım orada kafayı dinlersiniz. Eskiden güvenilirirdi, benim traktörüm ve arabam vardı anahtarları üzerinde takılı dururdu, tabi şu anda da yine öyle hırsızlık olsa da çok nadir, bunu da dışarıdan gelenler yapıyor zaten.

K14: Güvenirlik, denizin temizliği, dar bir çevre arkadaşlık dostluk o da kaldıysa.

K15: Huzur ve sakinlik.

K16: Fiyat artışları, yerlerin değeri lenmesi. Konutlar arsa fiyatları değeri lendi, kira artışları fazlalaştı.

K17: Küçük bir yer olması ve trafik ışığı olmaması. Trafik ışığı olamayan tek ilçe, çok fazla köyünün olmaması, mimarının çok katlı olmaması yatay mimari olması ve eski bir şehir olması yüz yıllar önce kurulan sokakların o şartlarda kurulup bugün turizme kazandırılması, güzel şirin bir sahil kasabası olması.

K18: Hava, inanılmaz temiz bir hava var ve burada zaman içerisinde bazı bahçelerde yetiştirilen gerçekten güzel organik gıdalar var diyebilirim. Bunlar yazın da çıkıyor ama tabi kısıtlı erişebilenler çok şanslı, yani domatesin biberin gerçeğini yiyebilenler çok şanslı. Bence bunlar avantaj ama tabi bunlar desteklenmeli.

K19: Karadan uzak olması, istenildiği zaman gidilip gelinmemesi, özellikle kışın ya da sonbaharda sakinliği. Burada tabi ki her şey istediğiniz zaman bulamıyorsunuz örnek veriyorum bir avm yok burada, tuzaklar yok, yaşantı ona göre güzel, cebinizdeki paraya göre harcıyorsunuz, ha fiyat olarak belki biraz karaya göre yüksek olabilir ama bir şekilde hallediliyor o da işte.

K20: Doğallığı.

K21: Yılın tamamına baktığınızda genelde sakin, az insan olması, konforlu.

K22: Daha sakin. Şu an ilkbahar adanın en güzel zamanı, 1 ay sonra dolar buralar kendin de adalı olarak yabancı olursun. Kalabalık nüfusu birden 6-7 bin oluyor kendin de yabancı oluyorsun, tanıyamıyorsun, arkadaşlarını göremiyorsun ama eskiden öyle değildi 50 sene evvel Rumlar vardı otururduk, onlarla oynardık düğünlerine giderdik Sirtaki oynardık, ben akordeon çalardım.

K23: Denizi temiz gerçi biraz soğuk giremiyoruz biz sevmiyorum ben soğuk suyu. Temiz, trafik yok, Rum mahallesindeki düzenli evler.

K24: Ulaşım. Bozcaada'yı keşfeden zaten Bozcaadalılar değil dışarıdan gelenler keşfetmiş. İlk gelenler mesela Sulubahçe tarafında Doktorlar Sitesi var, üniversitenin profesörleri filan onlar keşfetmiş. Gökçeada baktığınızda buranın 7 katı büyüklüğünde, onlarda son zamanlarda başladılar ama burası adın çıkmasın derler ya öyle bir yer burası. Bozcaada'ya gittim demek bile ayrıcalık gibi sanki o yüzden çok farklı bir şey.

K25: Sessiz, sakin.

K26: Biraz önceki soruyla hemen hemen aynı şeyleri düşünüyorum ama Bozcaada'yı olumsuz anlamda etkileyen şey bence ulaşılması zor olması. Ulaşılması zor Bozcaada'nın belki de o cazip kılıyordur.

K27: Şarabı, sokakları, küçük olması. Türkiye’deki adalarda bir köyü bile olmayan tek yer Bozcaada diğer bütün adalarının hepsinde köy var burası kendine özgü bir yer.

Gökçeada’da bile 10 tane filan belki daha fazla köy var.

K28: Bence sakin olması adada bir telaşın olmaması, karadan uzak olması, ulaşımın kısıtlı olması ve toprağının da para etmesi ön plana çıkıyor.

K29: Sakin olması, denizinin, havasının ve insanların güzel olması.

K30: Sakin olması.



ÖZGEÇMİŞ

