

ULUSLARARASI DERS KİTAPLARI VE EĞİTİM MATERYALLERİ DERGİSİ (IJOTEM)



<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijotem>

Erdemli Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmde Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme

* Bu makale, Uluslararası Erdemli Sempozyumu'nda (2018) sunulan tebliğin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

Ömer KIRMIZI¹

*Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-
Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü
Dr. Öğr. Üyesi*

omerkrmz@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0003-3393-6043

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Alınma tarihi: 18.01.2023

Düzeltilmiş hali alınma tarihi: 18.04.2023

Kabul edilme tarihi: 27.05.2023

Çevrimiçi yayınlanma tarihi: 28.05.2023

Alıntı: Kırmızı, Ö. (2023). Erdemli halk kültürü ürünlerinin turizmde kullanımı üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Ders Kitapları ve Eğitim Materyalleri Dergisi*, 6(1), 1-17.

Erdemli Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmde Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme

Ömer Kırmızı¹

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni. Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Halkbilimi Bölümü

ÖZ

Araştırma Makalesi

Dünya ekonomisinde yükselen bir değer olan kültür turizmi, yerel ekonomilere katkı sağlayan, doğal ve tarihsel mirası sürdürülebilir kılan ve kültürlerarası diyalog geliştirmeye zemin hazırlayan önemli faaliyet alanlarından biridir. Kültürel mirasın korunması, pazarlanması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasının; böylece turistik hareketlerin 12 aya ve ülke geneline yayılmasının en etkin yolu kültür turizmidir. Bu çalışmada doğal ve beşeri özellikleri bakımından Akdeniz Bölgesi'ni örnekleyen bir ilçe olan Erdemli'deki halk kültürü ürünlerinin turizmde kullanım imkânları ve bunun yolları üzerinde durulmuştur. Çalışmada öncelikle turizm ve turist tanımına yer verilip kültür turizmi, kültür ekonomisi ve halkbilimi-turizm ilişkisi üzerinde durulmuştur. Ayrıca Erdemli'nin zengin tarihî ve kültürel dokusu, nüfus ve ekonomik yapısı ile coğrafi özelliklerine yer verilmiştir. Özgün kültür, tarihî miras, kırsal yaşam ve kıyı turizmi açısından zengin bir görünüm arz eden ilçede; anonim halk edebiyatı ürünlerinin, halk mutfağının ve yaylacılık geleneğinin turizm endüstrisinde gelir ve istihdam yaratma potansiyeline dikkat çekilmiştir. Makalede bu potansiyelin hangi alanlarda ve ne gibi etkinliklerle kullanılabileceğine dair somut görüş ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültür turizmi, Mersin, Erdemli halk kültürü, halk edebiyatı, yaylacılık.

Alınma Tarihi:
18.01.2023
Düzeltilmiş hali alınma tarihi: 18.04.2023
Kabul Edilme Tarihi:
27.05.2023
Çevrimiçi yayınlanma tarihi: 28.05.2023

¹ Sorumlu yazar iletişim bilgileri:
Dr. Öğr. Üyesi
omerkrmz@nevsehir.edu.tr
Orcid ID: 0000-0003-3393-6043

An Evaluation on The Use of Erdemli Folk Culture Products in Tourism

Ömer Kırmızı¹

Hacı Bektaş Veli University Faculty of Arts and Sciences Department of Turkish Folklore

Abstract

The culture tourism, a rising value in the world economy, is one of the important areas of activity that contributes to local economies, makes natural and historical heritage sustainable and lays the groundwork for developing intercultural dialogue. The most effective way of protecting, marketing and sustainability of cultural heritage; so spreading tourist movements to 12 months and the whole country, is culture tourism. In this study, the usage facilities of folk culture products in Erdemli which is a county samples mediterranean Region in terms of natural and human features and their ways are emphasized. In our work, firstly the definition of tourism and tourist is given and the relationship between culture tourism, culture economy and folklore-tourism is emphasized. Also the rich historical and cultural texture, population and economic structure and geographical features of Erdemli are included. In the county that has a rich appearance with original culture, historical heritage, rural life and coastal tourism, it is pointed to potential for creating income and employment in tourism industry of anonymous folk literature product, folk cuisine and traditional transhumance. In our notice, concrete views and suggestions have been made on which areas and what activities this potential can be used.

Keywords: Culture tourism, Mersin, erdemli folk culture, folk literature, transhumance.

Research Article

Received: 18.01.2023

Revision received:
18.04.2023

Accepted: 27.05.2023

Published online:
28.05.2023

¹ Corresponding author:

Assist. Prof.

omerkrmz@nevsehir.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-3393-6043

Giriş

Halk kültürü ürünleri ve bu ürünlerin turizmde kullanımını konusuna geçmeden önce turist ve turizm kavramlarını tanımlamak ve bunlarla ilgili kısaca bilgi vermek yerinde olacaktır. Turizm kavramı tanımlanırken bu olgunun ekonomik, sosyal, kültürel, coğrafi, işletmecilik yönü ve bireyi turizme yönelten motivasyon kaynakları gibi unsurlar göz önünde bulundurulmuş; tanımlamalar bu çerçevede yapılmıştır. Bu bağlamda turizm, “insanların sürekli olarak yaşadıkları, çalıştıkları ve gündelik ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak tanımlanmıştır (Kozak, 2012, s. 6).

Turist ise “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgâhına dönen kimse” olarak tanımlanmıştır (Kozak, 2012, s. 8). Turizm ve turist farklı disiplinlerle ilişkisi değerlendirilerek birçok farklı tanımları yapılmıştır. Bu tanımlar dikkatle irdelendiğinde bir kişinin turizm faaliyeti içerisinde bulunabilmesi için sürekli olarak yaşadığı yerin dışına çıkması ve belli bir süre bunu devam ettirmesi gerektiği görülecektir.

Kronolojik anlamda turizmin tarihini araştıran araştırmacılar, bu sürecin başlangıcını tekerliği ve yazıyı bulan Sümerlere dayandırmaktadır. Bu bağlamda Sümerlerin ticareti başlatmaları ve Fenikelilerin bugünkü anlamda gezgin bir topluluk olmaları ilklerden sayılmaktadır. İnsanların ticaret, din, sağlık gibi gereke ve amaçlarla ikamet ettikleri yerden başka yerlere seyahatleri turizm olgusunu tetiklemiştir. (Kozak, 2012, s. 39).

Turizmin sektörleşmesindeki en önemli etkenlerden biri de endüstriyel devrimdir. Toplu taşımının yaygın hale gelmesi, geniş topluluklar arasında zevk almak amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri yaygınlaştırmıştır. Seyahat kültürünün oluşması ve bu faaliyetin kolaylaşıp yaygınlaşması, düşük gelir gruplarına mensup toplumsal sınıflar arasında dahi turizme yönelik bir talebin oluşmasını sağlamıştır. Bunun dışında endüstriyel devrim sonucunda insan gücü yerine makinelerin kullanımı üretim için insan faktörünün etkisini azaltmış, görece boş zaman ve dinlenme amacıyla tatil anlayışını yaygınlaştırmıştır. (Kurt, 2009, s. 30).

Değişen şartlar ve gelişen teknolojinin etkisiyle deniz, kum ve güneş turizminin yanı sıra kültür turizmi, günümüzde talep edilen turizm sektörleri arasında yer almaktadır (Serbest, 2020: s. 755). Geçmişle kıyaslandığında ekonomik ve sosyal hayattaki değişimlere paralel

olarak turizmin de değişim ve dönüşüm geçirdiği görülecektir. Turizm, etkileri ve sonuçları itibarı ile bir kitle olayı olmaktan çok; çok yönlü sosyo-ekonomik etkiler bırakan bir “uluslar göçü”ne dönüşmüştür. Bütün bu faktörler dikkate alındığında turizmin 21. yüzyılda da çok yönlü etkilerini sürdüreceği görülmektedir. (Bulut, 1998, s. 39).

Ülkemizde turizme dayalı etkinliklerin geçmişı eski olmakla beraber bu faaliyetlerin hız kazandığı dönem, Cumhuriyet dönemidir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren kalkınmanın ana sacayaklarından biri olarak değerlendirilen ve bir ekonomik sektör olarak tanımlanan turizm sektörü; 80’li yıllarda uygulamaya konulan teşvik programları ve yapılan düzenlemelerle sonraki yıllarda gerçekleşecek ekonomik sıçramanın temelini oluşturmuştur. (Kozak, 2012, s. 125). Ancak Türkiye’nin deniz-kum-güneş üçlüsüne sığdırılmış mevcut turizm politikası ve özellikle “her şey dâhil” tatil köyleri yüzünden bir yöreye gelen turistler, neredeyse kapalı diyebileceğimiz bir mekânda zamanlarını geçirmektedirler. Bu tatil anlayışı kültür odaklı olmaktan çok uzaktır. Turizm hareketlerinin sınırlı bir zamana ve belli bir bölgeye yoğunlaşmasından ötürü bu sektörde sezonluk gelir sağlanmaktadır. Ayrıca ülkemize gelen turistlerin nitelikleri düşünöldüğünde bunların hem eğitim seviyesi bakımından hem de ekonomik açıdan belli bir sınıfa mensup oldukları görülecektir. Türkiye’yi ucuz bir tatil cenneti olarak gören bu tip turistlerin turizm ekonomisine beklenen katkıyı sağlamaları beklenemez. Bu olumsuz tablonun önüne geçebilecek ve ülke turizmini içine girdiği darboğazdan çıkaracak yegâne yol kültür turizmidir. Kültür turizmi sadece büyük ekonomik kazanç elde ettirdiği için değil turizmi sürdürülebilir kıldığı için de ülkemiz açısından önemlidir.

Türkiye’nin bünyesindeki arz potansiyeli değerlendirildiğinde, ülkemizin Akdeniz çanağındaki diğer ülkelere kıyasla turizmde pazar payı düşüktür. Bunda ülkemize gelen turistlerin niteliğinden, dış basında Türkiye aleyhine yapılan kara propagandaya kadar birçok sebep etkili olmaktadır. Fakat bu olumsuz tabloya rağmen ülkemize gelen turist sayısı ve turizmin ülkemize kattığı ekonomik değer artmaktadır. TÜİK 2022 yılı IV. Çeyrek verilerine göre turizm geliri geçen yılın aynı çeyreğine göre %54 artmış, ziyaretçilerin kişi başına gecelik ortalama harcaması 89 \$ olmuştur (URL-1).

Son yıllarda yaşanan uluslararası terör, siyasi uyuşmazlıklar, sağlık endişeleri Rusya-Ukrayna savaşı ve Suriye krizine rağmen Türkiye’de turizmin ekonomi içerisindeki payı ve önemi giderek artmaktadır. Bu somut verilerin yanı sıra okul ve bayram tatili dönemlerinin turizm işletmecilerinin taleplerine göre uzatılması bunun temel göstergelerinden biridir.

1. Kültür Turizmi, Kültür Ekonomisi ve Halkbilimi İlişkisi

1.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini, kültür sanayilerinin sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Yalnızca tarihsel olanı değil, günceli de kapsayan bir terimdir. Tüm doğal ve kültürel mirası (somut ve somut olmayan), arkeolojik, tarihsel kültür varlıkları, müzeler, ören yerleri, anıtsal yapılar, dinsel yapılar, kırsal ve kentsel sivil mimari örnekleri, saraylar, kaleler, bahçeler, temalı parklar, mezarlar, türbeler ve her türlü güncel sanat eseri ve etkinliği (sahne sanatları, görsel sanatlar, resim, edebiyat, roman, şiir, müzik, dans, heykel, film, fotoğraf, moda, web, grafik tasarımları, festivaller, konserler, bienaller, sergiler vb.) zanaatlar, etnografya, botanik, flora ve fauna, folklor, geleneksel ve güncel yaşam biçimleri, mutfak, içki, bazı sosyo-ekonomik olgular (gecekonduklar, sivil toplum kuruluşları, dinsel motifler, değişik study tours konuları vb.), her türlü kültür ürünü bu tanımın içindedir. Bu nedenle böcekçilik, kuşçuluk, İpek Yolu turizmi, kruvaziyer turizm, ekoturizm, trekking gibi alternatif olduğu belirtilen geziler, doğrudan maç turnuvaları dışındaki spor turları, doğa gezileri, doğrudan hac seferleri dışındaki inanç turizmi, special interest tours, study tours, geographical expeditions, educational tours ile kongre, fuar, sergi ve sağlık turizminin pre ve post gezileri bu tanım kapsamındadır (Pekin, 2011, s. 151).

Türkiye’de uzun yıllar boyunca yanlış bir algının eseri olarak turizm kavramı sadece kıyı turizmi olarak düşünülmüş; doğal, tarihsel ve kültürel değerlerden ziyade belli bölgelere yığılan turizm işletmeleri ve bu işletmelerin nitelikleri ön plana çıkarılmıştır. Oysa Türkiye çok kültürlü, çok dinli, çok dilli yapısıyla bir “kültür turizmi” cennetidir. Gelecekte konfor ve rahatlıktan ziyade yeni kültürleri, otantik deneyimleri önceleyen, yüksek eğitim düzeyine sahip turist tipinin yaygınlaşacağı düşünüldüğünde, Türkiye’nin turizm yaklaşımını buna göre güncellemesi gerektiği ortadadır. Buna “her şey dâhil” konsepti ve “ucuz tatil cenneti” imajını değiştirerek başlamak ülke turizmine büyük katkı sunacaktır.

1.2. Kültür Ekonomisi

Kültürel ve ekonomik alışveriş; insanları, toplumları ve coğrafyaları birbirine yaklaştıran iki önemli güçtür. İnsanların çeşitli amaçlarla ilişkiye girdiği, her türden alışverişlerin yaşandığı çarşılar; dört yol ağzlarında ve yolların kesiştiği yerlerde kurulur, şehirler ve şehirlere dair hafıza mekânları buralarda inşa edilir. İnsanlar, toplumlar, milletler

birbirleriyle kültürel ve ekonomik alışverişe girdikçe refah düzeyi artar. Günümüzdeki küresel ekonomi, gelişen yeni teknolojiler sayesinde bu alışverişlerin kurumsallaşmasına imkân sağlamaktadır (Erataş, 2013, s. 27).

Kültürün ve kültürel faaliyetlerin ekonomi açısından değerlendirilip öne çıkarılması kültür bilimcilerden ziyade ekonomistlerin katkılarıyla gerçekleşen bir durumdur. Bu durum 21. yüzyılın başında da geçerliliğini korumaktadır. Kültür ekonomisi, kültürel yayılmacılığın getirdiği olanaklar sayesinde mahallî ve millî zenginliği fark etmeyi ve bunları önce ulusala daha sonra da küresele pazarlamaya imkân sağlamaktadır. Bu kapsamda internet başta olmak üzere kitle iletişim araçları yerel kültürel mirastan yararlanmaktadır. Kitle kültürünün üreticileri olan temel dinamikler, bu kültürün yaratılma sürecinde sözlü kültür belleğinden yararlanmaktadır. Hızlı ekonomik gelişmeleri ve sürdürülebilir kalkınma, kültürel bellekten yararlanarak oluşturulan kültür ekonomisinin önemli bir dinamiğidir. Kültür ekonomisi alanında gelişmek için dijital arşivlere, veri bankalarına, sanal yayın ve kütüphanelere, sanal dijital müzelere, otomatik çeviri sistemlerine, süreklilik kazandırılacak kapalı ağ sistemlerine ihtiyaç vardır (Özdemir, 2009, s. 84-85).

Ülkemizde kültür ekonomisinin iktisadî büyüme ve istihdam üzerindeki rolü düşünüldüğünde kültürün çok boyutlu tarafı da görülecektir. Ancak bu alanla ilgili henüz yeterli çalışmanın yapılmamış olması somut veriler ortaya koymanın önündeki en büyük engeldir. Kültürel faaliyetlerin değeri ve önemi anlaşıldıkça kültür ekonomisinin ülke ekonomisinde öncü bir role sahip olduğu görülecektir.

1.3. Halkbilimi ve Turizm

Turizm ve gelenek arasındaki ilişkinin mahiyeti, halkbilimi araştırmacılarını turizm alanına ilgi göstermeye sevk etmiştir. Hızlı sanayileşme, teknolojik gelişmeler gibi faktörlerin etkisiyle turizm kitlesel bir hal almış, turistler; “otantik”, “eski”, “geleneksel” gibi kavramlar etrafında şekillenen hizmet ve ürün arayışı içine girmişlerdir. Folklor ürünlerinin bünyelerinde barındırdığı “pazarlanma” potansiyelinin farkına varan girişimciler ortaya çıkan fırsatı değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Halkbilimciler tarafından bu durum, dönemin “gelenek” kavramının tanımlanmasının getirdiği yanlışlıklarla, olumsuz ve karşı durulması gereken bir değişim olarak görülmüştür (Çokişler, 2013, s. 37).

Türk folklor ürünlerinin turizmde değerlendirilmesi genellikle tatil amaçlı gezilerde; ilmî, dinî veya sanatsal toplantılar, spor amaçlı etkinlikler, kongreler ve turistik tesis özelliği gösteren mekânlarda ön plana çıkmaktadır. Anadolu coğrafyası, farklı turizm aktiviteleri için

büyük bir potansiyel barındıran doğal güzelliklere, tarihî ve antik kalıntılara, farklı mevsimlerde yapılabilecek spor aktivitelerine imkân sağlayan denizlere ve doğaya sahiptir. Ülkenin coğrafi konumu, kültürel zenginliği ve doğa güzelliklerinin değerlendirilmesi Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki ülkeler arasında turizm pastasından en büyük payı almasına olanak sağlayacak ölçekte (URL-2).

Son yıllarda turizmin çeşitlenmesi ve kültür turizmi kavramının ortaya çıkmasıyla halkbilimi ile turizm arasındaki ilişki daha da görünür hale gelmiştir. Her iki alanın birbirine kaynak sağlaması ve birbirinden yararlanması, karşılıklı büyük bir pazarın oluşmasına zemin sağlamıştır. Ortaya çıkan yeni turist tipinin özellikleri düşünüldüğünde, halkbilimsel öğelerin tatil veya gezilere dair karar verme süreçleri üzerinde gelecekte daha da etkili olacağını tahmin etmek mümkündür.

2. Erdemli

Mersin'in sahil şeridinde ve ilin batısına düşen Erdemli ilçesinin adının nereden geldiğine dair yazılı kaynaklarda herhangi bir bilgi yoktur. Fakat bu adın 15. yüzyılda Karamanoğulları döneminde İç Anadolu'dan bu bölgeye göç ettirilen "Erdemoğulları" adındaki bir Türkmen aşiretinden alındığı ifade edilmektedir. İlçenin tarihteki serüvenini Silifke ve Tarsus'un tarihinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. İlçedeki ören yerleri ve tarihî yapılar göz önünde bulundurulduğunda yörede birçok medeniyetin yaşadığı söylenebilir.

Erdemli ilçesinin nüfusu 147.512'dir. (2022 yılı TÜİK verilerine göre). Nüfusun büyük çoğunluğu beldelerde ve ilçe merkezinde yaşamaktadır.

İlçe, ekonomisiyle büyük üretim potansiyeline sahiptir. Tarım, hayvancılık, narenciye ürünleri ve seracılığın yanında kırsal alanlarda besi sığırcılığı ve süt inekçiliği de yapılmaktadır. Özellikle narenciye ürünleri bakımından Türkiye'nin sayılı üretim alanlarını bünyesinde barındıran ilçede, tarımsal amaçlı kalkınma ve sulama kooperatifleri bulunmaktadır. Bunların biri ilçe merkezinde diğerleri ise Çeşmeli, Tömük ve Güzeloluk mahallelerindedir. Bunun yanı sıra ilçenin ticaret ve sanayi odasına kayıtlı 110 kooperatifi vardır (URL-3).

İl merkezine 39 km mesafede olan ilçenin Mersin-Antalya karayolu üzerinde bulunması ulaşımı ve taşımacılığı kolaylaştırmıştır. Son yıllarda yapılan yol çalışmaları sayesinde köyleri birbirine ve ilçe merkezine bağlayan yollar düzeltilmiş; ulaşım imkânları artmıştır.

Erdemli coğrafyası, Akdeniz kıyı şeridi boyunca uzanan ve yükseltinin değişkenlik gösterdiği topraklar ile bunun gerisinde kısa mesafede yükselen dağlardan oluşmaktadır. Erdemli, Akdeniz sahili boyunca sahilden yaylaya çıkarken kısa mesafede rakımın hızla yükseldiği ilçelerden biridir. İlçenin iki önemli akarsuyu olan Alata Deresi ile Lemas Deresi, yayla taraflarında sedir ormanlarından oluşan dağlarda hızlı akışları sayesinde kavisler çizerek ilçenin merkezinden ve güneybatısından denize dökülür. İlçe halkının en temel geçim kaynağı tarımdır. Nemin yüksek olduğu ve soğuk kuzey rüzgârlarına karşı korunaklı olan kıyı şeridinde turuncgil üretimi ile turfanda sebzeçilik yapılır. Kıyı boyunca açıkta fakat genellikle seralarda muz yetiştiriciliği de yapılmaktadır. Sahil şeridinden uzaklaştıkça meyve türleri ile diğer tarla bitkileri Akdeniz bitkilerinin yerini alır. İlçenin coğrafi şartlarından ötürü birçok yer, toprak taşınarak ve büyük taşlardan temizlenerek tarıma elverişli hale getirilmiştir.

Erdemli’de Asurlular, Persler, Hititler, Mikenler, Makedonlar, Romalılar, Ermeniler, Bizanslılar, Araplar ve Türkler hüküm sürmüştür (Uçar, 1990, s. 83). Osmanlı Devleti’nin yıkılıp Anadolu’nun işgal edilmesi sürecinde Erdemli’de başlatılan Kuva-yı Milliye hareketi, Mersin ve Çukurova’daki milli mücadele hareketlerine ışık tutacak seviyededir. Kurtuluş Savaşı’nın en çetin dönemlerinde medrese âlimlerinin öncülüğünde ve yerel halkın desteğiyle çeşitli müdafaa-i hukuk cemiyetleri kurulmuş, bu yapılar sayesinde para, silah, yiyecek ve giyecek maddeleri temin edilmiştir. Erdemli, Cumhuriyet’in ilanından sonra Silifke ilçesine bağlı küçük bir yerleşim birimi iken 1954 yılında alınan bir kararla ilçe olmuştur.

Erdemli, tarihinin yanı sıra kültürel zenginlikleri ve sosyal dokusunun özgünlüğüyle de ön plana çıkmaktadır. İlçenin yerlisi olan kişilerin büyük bir çoğunluğu soyunu bir Türkmen aşiretine dayandırmakta ve kendilerini “Yörük” olarak tanımlamaktadır. Bu aşiretler Yörüklükten (konar-göçerlik) yerleşik hayata geçen Tekeli, Koçaş, Boyuninceli, Ayaş, Bolacalı, Cerrahlı, Karakeşli, Kemikli, ve Tırtar aşiretleridir. Bu aşiretler 1990’lı yılların başından itibaren eğitim ve ekonomik sebepler başta olmak üzere çeşitli nedenlerden ötürü yerleşik hayata geçmişlerdir. Ancak yerleşik hayata geçiş onları geleneksel kültürden koparmamıştır. Aşiret mensupları yazın tarım, hayvancılık veya yazı serin bir ortamda geçirme gibi sebeplerden ötürü yaylalara ve köylere çıkmaktadırlar. Her sene tekrarlanan bu mevsimsel hareketlilik geleneksel değerleri muhafazanın, tekrarlanan ve aktarımın zeminini teşkil etmektedir. Köylerde ve yaylalarda çocuklar geleneksel oyunları oynamakta, genç kızlar imece usulü iş görürken türkü ve mani söylemekte, anne ve kaynanalar mutfak kültürü bilgilerini aktarmakta, yetişkin erkekler “gasavan atma” dedikleri herhangi bir konu belirlemeden zaman geçirmek için sohbet etme yoluyla bol bol geçmişi yâd etmektedirler. Bu

yolla, ülkemizde son yıllarda yaşanan sosyal ve kültürel değişimlere rağmen -ki bu değişimin etkileri Erdemli’de de gözlenmektedir- ilçede nispeten geleneksel yapı muhafaza edilmekte, Yörüklerin demografik ve kültürel hâkimiyeti devam etmektedir.

Yukarıda ifade edildiği üzere birçok medeniyete ev sahipliği etmiş olan bu coğrafyada, bu medeniyetlerin izlerini ve kalıntılarını görmek mümkündür. İlçe turizminin sacayağı olabilecek bu yerleri “Akkale, Kızkalesi, Astım Mağarası, Kanlıdivane, Adamkayalar, Elaiussa Sebaste Antik Kenti, Cennet Çöküğü ve Cehennem Çukuru, Paşa Türbesi, Öküzlü Ören yeri” şeklinde sıralayabiliriz. Bu tarihi yapıların yurt içinde ve yurt dışında yapılacak güçlü reklam faaliyetleri aracılığıyla tanıtımı, bölgeye ve ülkemize büyük oranda gelir getirecektir.

3. Erdemli Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmde Kullanımı

Dile bağlı oldukları için sözlü gelenek ve anlatmaların turizme uyarlanması kolay değildir. Halk kültürü ürünlerinden sözlü kültür ürünlerinin turizmde kullanımı, bu ürünlerin başka bir dile aktarılırken bağlamlarında veya anlamlarında oluşacak birtakım değişimlerden ötürü kolay değildir. Örneğin deyim, atasözü, ninni gibi sözlü kültür ürünleri başka bir dile çevrildiklerinde güzelliğini veya gücünü kaybeder hale gelmektedir (Çokışler, 2013, s. 120)

Erdemli ilçesindeki turizm hareketlerinin büyük ölçüde yerli turistlere dayanması bu açıdan değerlendirildiğinde bir avantaj olarak düşünülebilir. Anonim halk edebiyatının bazı ürünlerini bağlı oldukları dil ortamından koparmadan turizmde nasıl kullanılabileceğine dair Erdemli uygun bir örnek oluşturma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda turizmde kullanılabileceğine inandığımız anonim türleri ve bunların kullanım alanlarını şöyle sıralayabiliriz.

3.1. Maniler

Anonim halk edebiyatı mahsullerinden en yaygın olanlarından biri manidir. Düğünlerde, kadın toplantılarında, iş yerlerinde, tarlalarda vb. söylenen mani, genelde 7’li veya 8’li hece ölçüsüyle meydana getirilen dört mısralık manzumelerdir (Elçin, 2010, s. 281).

Daha önce yapılan bir çalışmada Erdemli yöresine ait 92 mani derlemiştir; bu manilerin düğünlerde, kuzu otlatırken, limon toplama ve paketleme işi esnasında söylendiği tespit edilmiştir (Kırmızı, 2016, s. 170-186). Aşağıda söz konusu çalışmada derlenen manilerden örnekler verilmiştir:

Karşıdan yar geliyor Çıkacak’ın kızları
Gömleği dar geliyor Sürmelidir gözleri

Ben sevdim o bilmedi Erdemli dar geliyor	Gözlerine bakarken Kaçırdım öküzleri
Dam üstünde sacayak Basıversem kayacak Eğer babam duyarsa Kıyım kıyım kıyacak	Altın yüzük ısmarladım Mersin ustalarına Doktor ilaç vermiyor Sevda hastalarına
Dam üstünde sacayak Basıversem kayacak Eğer babam duyarsa Kıyım kıyım kıyacak	Altın yüzük ısmarladım Mersin ustalarına Doktor ilaç vermiyor Sevda hastalarına

Bu ve benzer manilerin otobüs muavinleri, otel çalışanları, garsonlar ve yerel satıcılar tarafından bilinip söylenmesi turistleri cezbetme açısından önemlidir. Örneğin otellerin animasyon aktiviteleri çerçevesinde manilerin animatörler tarafından gelen yerli turistlerin meslek, memleket gibi özelliklerini konu edecek şekilde söylenmesi müşteri memnuniyeti açısından önemli bir unsurdur. Bunun yanı sıra canlı müzik programları yapan yazlık eğlence mekânlarında şarkı veya türkü aralarında manilere yer verilebilir. Manilerin esprili ve eğlenceli anlatımları düşünüldüğünde bunların yaygınlaştırılması için yerel yönetimler ve ilgili kurumlarca kitap ve CD ortamına aktarılarak farklı bağlamlarda kullanımına imkân sağlanmalıdır.

3.2. Efsaneler

Efsane terimi, dilimize Farsçadan girmiştir. Batı dillerinde Latince “legendus” kökünden çıkan “legenda, legend, leggenda, leyenda vb.” kelimeler efsane kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte Almanca “sage”, Yunanca “mythe/mythos”, Arapça “ustûre, esatir” ve Rusça “predaniya, skaz” terimlerini de belirtmek gerekir (Artun, 2006, s. 93).

Erdemli’de sekiz efsane tespit edilmiştir (Kırmızı, 2016, s. 261). Bu efsanelerden üçü yatır ve ziyaret yerleriyle ilgili, dördü de mevki isimleriyle ilgilidir. Bir efsane de yöresel bir deyimden oluşumuna kaynaklık eden ve anlatının merkezinde hayvanların bulunduğu bir efsanedir. Efsanelerde geçen türbe, mezar ve kale kalıntıları ile bu anlatılara dair izlerin mevcut olması yöre insanının bu anlatılara inanmasını sağlamaktadır.

Anonim halk edebiyatı ürünleri içerisinde turizm sektöründe kullanılmaya en uygun türlerden biri de efsanelerdir. 2009 yılında yapılan bir araştırmaya göre turist rehberlerine uygulanan bir anket sonucunda rehberlerin görevleri esnasında efsanelerden yararlanma

düzeylerinin % 65,2 olduğu tespit edilmiştir (Aktaş, 2009, s. 92). Bu oran bile efsanelerin turizmdeki önem ve kullanımını ortaya koyması bakımından dikkat çekicidir. Kız Kalesi efsanesi gibi ünü ülke sınırlarını aşan bir söylencenin yanı sıra yöredeki diğer efsanelerin turizmde kullanımı, turistler açısından yeni güzergâhların oluşumuna zemin hazırlayacaktır. Ayrıca efsanelerde geçen şahıs, hayvan, kale, olağanüstü varlık gibi efsane öğelerinin sembolleştirilip hediyelik eşya olarak halka sunulması yöresel turizm ekonomisine katkı sağlayacaktır. Örneğin Erdemli’de birden ortadan kaybolmak anlamına gelen “Celil’in oğlakları gibi dağılmak” deyimine de kaynaklık eden “Celil’in Oğlakları” efsanesi şöyledir:

Celil, Erdemli’de çobanlık yaparak maişetini temin eden bir kişidir. Erdemli’ye uzaklığı 70 km olan Yüksek yurt yaylasında keçilerini yaylarken sürüye kıran girer. Tekelerin hepsi birer birer devrilir. Sürü tekesiz kalır. İşin kötüsü tam da teke katımı vakti gelmiştir. Celil, bir gün sürüsünü otlatıp kara kara düşünürken dağların arasında 5-10 tane erkek geyik belirir. Celil saklanır. Bu tekeler sürüdeki keçilerle çiftleşir. Aradan dört ay geçince keçiler yavrulamaya başlar. Celil’in keyfine diyecek yoktur. Mart ayı yaklaşınca ev halkı yaylaya göçmeye karar verir. Yayla yolunda ilerlerken “Dilki’nin Adam Astığı” mevkesine gelince sürüyle çiftleşen geyikler tekrar ortaya çıkar. Yavrularına seslenen geyik tekeleri bütün sürüyü peşine takar. Az sonra sürünün tamamı gözden kaybolur. Celil, eşeği ve develeri ile ortada kalakalmıştır. İşte Celil’in oğlağı gibi dağılmak deyimini buradan gelmektedir (Kırmızı, 2016, s. 264).

Hediyelik eşya alışverişi turistlerin başlıca harcama alanlarından biridir ve kültürel bağlamda çekicilik açısından da turizmde önemlidir. Yukarıda anlatılan efsaneden hareketle Celil ve oğlaklarının sembolik birer eşya olarak Yörük kültürünün giyim kuşamı da göz önünde bulundurularak üretimi, sergilenmesi ve pazarlanması Erdemli turizmüne katkı sağlayacaktır. Ayrıca ilçedeki uygun bir meydana, efsanenin anlatımını merak ve teşvik ettirecek bir anıt veya heykelin dikilmesi de efsaneye yaygınlık kazandıracak ve turizmde kullanımına zemin hazırlayacaktır.

3.3. Fıkralar

Fıkralar, çok geniş bir coğrafi alan içinde oluşan, binlerce yıldan beri sözlü gelenekte yaşayan halk edebiyatı ürünleridir. Türk halk kültürü, fıkra sentezinde Orta Asya’dan getirdiklerimizin yanında İslam kültürü ve Anadolu’nun eski kültürlerinden sürüp gelenler de vardır. Türk fıkralarına 9. yüzyıldan sonra Türk kültürünün yanı sıra Arap, İran ve Anadolu öğeleri girmeye başlamıştır (Artun, 2006, s. 145-146).

Erdemli’de Yörüklerin teknoloji ile tanışma süreçlerini anlatan “Mudahhar” fıkraları, daha çok cinsellik odaklı olan “Cerrah Hüseyin” fıkraları ile çerçilik yaparak geçimini sağlayan, ticari değiş tokuşlar, veresiye alışverişler üzerine anlatılan “Ebil (Hebil) Bakkal” fıkraları yörede bilinmekte ve anlatılmaktadır. Bölgede sayılanların dışında ve onları da içine alan bir fıkra tipi olan Yörük tipinden bahsedebiliriz. Özellikle yerli turistlerin bazı fıkra tiplerinden hareketle gezecekleri bölge ile ilgili zihinlerinde bir imaj oluştuğu ve bu imajın beklentilerini şekillendirdiği bilinmektedir. Yerelin merakıyla seyahate çıkan, otantik öğeleri yerinde görmek amacıyla gezen yeni nesil turistlerin beklentileri düşünüldüğünde fıkraların pazarlama ve satış yapan kişiler tarafından bilinmesi önemli ve basit ekonomik işlerde işlevsel bir husustur. Yöre fıkralarının manilerde olduğu gibi CD ortamına aktarılarak yaygınlaştırılması Erdemlili ve Yörük insanı ile ilgili olumlu bir imajın oluşmasına katkı sunacaktır.

3.4. Halk Mutfağı Ürünlerinin Turizmde Kullanımı

Mutfak kültürü, beslenmeyi sağlayan yiyecek ve içecek türleri ile bunların hazırlanma, pişirilme, saklanma ve tüketilme sürecini; buna bağlı mekân ve ekipmanı, yeme-içme geleneği ile bu çerçevede gelişen inanış ve uygulamalardan oluşan bir bütünlüğü ve kendine özgü bir kültürel yapıyı ifade eder. Türkiye’nin coğrafi konumu, tarihsel süreç içinde kurulan uygarlıklar, Selçuklu ve Osmanlı gibi iki büyük imparatorluğun yeme-içme geleneğine getirdiği açılımlar, Türk mutfak kültüründeki çeşitliliği meydana getirmiştir. Türkiye’de yerel mutfakların özgün etkilerini de içinde barındıran köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır (Artun, 2012, s. 419).

Erdemli’de mutfak kültürünün şekillenmesinde hayvancılık ve tarımla uğraşmanın oluşturduğu hayat koşulları etkilidir. Aile bireylerinin neredeyse tamamının –özellikle kadınların- iş hayatında aktif olmasından ötürü yöre yemekleri detaysız ve sadedir. Buna rağmen ilçede mırmırı çorbası, övcel çorbası, koyu bulamaç, cıvık bulamaç, batırık gibi mahallî yemekler ön plana çıkmaktadır. Ancak kişisel deneyimlerimiz sonucunda bu yemeklerin ilçedeki herhangi lokanta veya işletmede ilgililerin beğenisine sunulmadığı tespit edilmiştir. Bilhassa Erdemli’ye özgü “övcel çorbası ”nın imgesel bir yemek olarak gerekli yerlere tescil ettirilmesi ve yılın belli bir gününde “övcel günü” tertip edilmesi kent imgesi oluşturma yönünde atılacak önemli bir adımdır. Medyanın etkileyici gücü ve kitleleri yönlendirme rolü düşünüldüğünde halk mutfağının tanıtımında bu gücün kullanılması önemlidir. Örneğin 2011 yılında Mersin’e gelen ünlü TV sunucusu Kadir Çöpdemir, “Memoş

Tantuni” olarak bilinen bir işletmede tantuni yemiş ve beğendiği bu yiyeceği TRT’de yayınlanan “Koptu Geliyor” isimli programında dile getirmiştir. İşletmenin sahibi bu süreçten sonra müşteri sayılarının giderek arttığını, il dışından gelenlerin mekânlarına uğradıklarını ifade etmiştir. Kadir Çöpdemir’e minnettar kalan işletme sahipleri böyle bir reklamı parayla yapmalarının imkânsız olduğunu belirtmişlerdir (Çıblak Coşkun, 2015, s. 307). Ayrıca otel ve turizm işletmelerinin menülerinde mahallî yiyeceklere yer vermeleri gerekmektedir. Yemeklerin sadece açlık gereksinimlerini karşılamada kullanılan bir araç değil; bir destinasyonun ziyaretçi tercihleri üzerinde belirleyici bir etken olduğu unutulmamalıdır.

Müzelerin turizmdeki önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ayrıca müzelerin, “nesnelere toplayıp depolama ve klasik olarak sergileme mekânı” mantığından vazgeçilmektedir. Bu amaçla yöresel mutfak eşyalarının üretim ve kullanım bağlamları dikkate alınarak bir müzede sergilenmeleri gerekmektedir. Bu sergilemenin müzeyi gezecek turistlerle sergilenen eşyaları interaktif bir şekilde etkileşime sokacak şekilde düzenlenmesi müzeye olan ilgiyi devamlı hale getirecektir.

3.5.Yaylacılık Geleneğinin Turizmde Kullanımı

Yayla, yüksek yerlerde bulunan; dinlenmek, serin bir ortamda zaman geçirmek ve hayvan otlatmak amacıyla çıkılan geçici yerleşim alanıdır. Bu alanlardaki geniş otlaklardan ötürü hayvancılıkla uğraşanların yanı sıra kıyı ve ovalarda yaşayanların yazın bunaltıcı sıcağından kaçmak için sığındıkları yer, yaylalardır. Son yıllarda bu amaçların yanında yaylaya erken çıkıp yayladan geç inerek sezonu uzatan ve bu süreçte tarım yapan ciddi bir kitle de oluşmuştur. Tarım ve hayvancılıkla uğraşanların dışında nüfusun büyük bir çoğunluğu yaz tatilini sayfiye yerlerine dönen bu mekânlarda geçirmektedir.

Erdemli’de yayla sezonu nisan ayında başlar, ekim ayına kadar devam eder. Bu aylar arasında yaylada nüfus yoğunluğu değişmekle beraber havaların iyice soğumasını bekleyen yaylacılar da vardır. İlçenin önemli büyük yaylaları Avgadı ve Hacıalanı yaylalarıdır. Bu yaylalardan Avgadı’da yazın nüfusun 50 bin olduğu tahmin edilmektedir. Bunların dışında yöre insanının çıktığı Büyük Sorgun, Küçük Sorgun, Küçük Fındık, Güzeloluk, Sarıkaya, Uzunkuyu yaylaları ilçenin diğer önemli yaylalarıdır. Erdemli’deki yayların temel avantajlarından birisi ulaşım kolaylığıdır. Son yıllarda yapılan yol çalışmalarıyla birlikte ilçe merkezinden 1500 rakımlı bir yaylaya yarım saatte çıkılmaktadır. Ancak zaman zaman yaşanan içme suyu kesintileri yaylalarda yaşanan önemli bir sorundur. Doğa yürüyüşü, doğal beslenme, gürültü ve kirlilikten uzak bir ortam vaat eden yayla tablosunun Erdemli yaylaları

açısından en temel eksiklerden birisi de hayvanlardır. Son yıllarda masrafların artmasından ve mevsimlik yetiştirilebilen ürünlerin pazarlanma kolaylığından ötürü insanlar tarıma yönelmiş, yaylalardaki hayvan sayısı giderek azalmıştır. Bütün bu dezavantajlı durumlara rağmen Erdemli yaylaları yerli ve yabancı turistleri cezbedecek güzelliكتedir.

Tartışma ve Sonuç

Türkiye; doğal, tarihsel ve kültürel öğeler açısından dünyanın zengin sayılı ülkelerinden birisidir. Aynı zamanda turizmin kaynakları olan bu öğeler, ülkemizi cazip bir turizm ülkesi haline getirmiştir. Geçmişte farklı bakanlıklara bağlı “Turizm Müdürlüğü” veya “Turizm Dairesi” olarak faaliyetler sürdürülürken, turizmin ülke ekonomisindeki önemi, gelir ve istihdam yaratma potansiyeli fark edildikten sonra müstakil bir bakanlık ihdas edilmiş ve turizm politikaları bu bakanlık eliyle yürütölmeye başlanmıştır.

1980’li yıllara kadar ülkemizdeki turizm etkinliklerine baktığımızda, Türkiye’nin tanıtım ve hizmet alanlarındaki birçok eksiğine rağmen tarihî ve kültürel değerlerini pazarlayabildiğini ve bundan ciddi bir gelir elde ettiğini görürüz. Bu döneme kadar Türkiye’nin imajı bir kültür ülkesidir. Ancak sonraki dönemlerde Türkiye turizm yaklaşımını değiştirmiş, yatırımlarını kıyı turizmini önceleyen bir bakış açısıyla belli bölgelere yoğunlaştırmıştır. Her şey dâhil konsepti ile Akdeniz çanağındaki diğer ülkelerle ve birbirleriyle rekabet etmeye çalışan işletmeler, turistleri beş yıldızlı otellere hapsedmiş, kâr oranını aşağılara çekmesine rağmen yaptıkları aşırı indirimlerle Türkiye’yi bir ucuz tatil cennetine çevirmişlerdir. Sadece kıyı turizmine odaklı olan bu sürecin sürdürülebilir olmadığı ortadadır.

Turizm faaliyetlerini on iki aya ve tüm bölgelere yayma potansiyelinden dolayı kültür turizmi bu tabloyu tersine çevirebilecek bir niteliğe sahiptir. Akdeniz Bölgesi’nin önemli kentlerinden olan Mersin ve Mersin’in ilçeleri, kıyı turizmine ek olarak kültürel ve tarihî dokuları sebebiyle kültür turizmi faaliyetlerinin uygulanabileceği elverişli bir bölgedir. Bu ilçelerden olan Erdemli; anonim halk edebiyatı ürünleri, köyleri, yaylaları, halk mutfağı gibi somut ve somut olmayan kültürel mirası ile ön plana çıkan bir ilçedir. Özgün kültüre meraklı, tarihî mirasa duyarlı turist sayısının hızla arttığı son yıllarda, Erdemli cazip bir merkez olma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda halk edebiyatı ve halk mutfağının turizm işletmelerinde kullanımı, köylerde ve yaylalardaki özgün dokunun korunması temel yaklaşım olmalıdır. Saydığımız unsurların turizmde kullanımı ile yöre halkında koruma bilinci gelişecek ve bu yolla kültürel devamlılık sağlanacaktır. Ayrıca kültür turizminin doğrudan ve dolaylı

katkılarını gören yöre insanında tarihe, çevreye ve geleneksel değerlere karşı bir duyarlılık oluşacaktır. Bu süreçte kuşkusuz en büyük görev, başta yerel yönetimler olmak üzere yörenin sivil toplum örgütlerine düşmektedir.

Öneriler

Nüfus yoğunluğu, deprem, göç gibi sebeplerden ötürü son yıllarda yaylalar büyük bir önem kazanmıştır. İlçenin birçok köyü rakım itibariyle yayla özelliği göstermekte, ulaşım imkânlarının gelişmesi sayesinde il ve ilçe merkezine karayolları ile bağlanmaktadır. Bu kapsamda yayla turizmini canlandırmak için yörede şunlar yapılabilir:

Yaylalarda çok katlı mimariye ve çarpık yapılaşmaya izin verilmemelidir.

Alternatif doğa yürüyüşü güzergâhları belirlenip yaylalar bu güzergâhlara dâhil edilmelidir.

İlçede bazı yayla şenlikleri yapılmakla birlikte bu şenliklerin bağlamlarından kopararak tek tipleştirilmesine izin verilmemeli, şenliklerin profesyonel organizasyon şirketlerine verilmemesine dikkat edilmelidir.

Sıraç1 yaylasında bulunan şifalı içme suyunun tanıtımı yapıp imar, inşa faaliyetleri doğa, sivil mimari ve yerel halk faktörleri dikkate alınarak yapılmalıdır. Doğal ve kültürel miras pazarlanırken özgün yapıdan uzaklaşmamalıdır.

Yöre insanına koruma bilinci aşılmalı; doğayı, tarihi ve kültürü korumanın onlara sağlayacağı doğrudan ve dolaylı faydalar anlatılmalıdır.

Kaynakça

- Aktaş, S. (2009). *Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkileri: Turist rehberleri üzerine bir araştırma* (Yayın No. 253035) [Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Artun, E. (2012). *Türk halkbilimi*. Karahan Kitabevi.
- Artun, E. (2006). *Anonim Türk halk edebiyatı Nesri*. Kitabevi Yayınları.
- Bulut, E. (1998). *Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri ve ekonomik etkileri* (Yayın No. 73923) [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

¹ Sıraç yaylası Erdemli ilçe merkezine 17 km mesafede, şifalı olduğuna inanılan yer altı suyu ile yerli turistlerin ilgisini çekmeye başlayan bir yayla köyüdür.

Kırmızı, Ö.

- Çıblak Coşkun, N. (2015). “Yöresel tatların turizmdeki yeri ve Mersin’in simgesel yiyecekleri: Tantuni, kerebiç ve cezerye.” 8. *Uluslararası Türk Kültürü Kongresi Kültürel Miras Bildirileri I*, (10-23).
- Çokişler, N. (2013). *Türk halk kültürü ürünlerinin turizmde kullanımı: Doğu Karadeniz örneği* (Yayın No. 349173) [Doktora tezi, Ege Üniversitesi] YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- ÇÜTAM. (2022). Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi. Erişim adresi: <http://turkoloji.cu.edu.tr>
- Elçin, Ş. (2010). *Halk Edebiyatına Giriş*. Akçağ Yayınları.
- Erataş, F, vd. (2013). Türkiye’de kültür ekonomisinin gelişimine yerel bir bakış. *Anemon Dergisi*, 25-47.
- Kırmızı, Ö. (2016). *Erdemli halk kültürü*. Mersin Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Kozak, N. (2012). *Genel turizm bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Kurt, S. (2009). *Türk halk kültürü ürünlerinin turizmde kullanımı: Fethiye örneği* (Yayın No. 241378) [Ege Üniversitesi, Yüksek lisans tezi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Özdemir, N. (2009). Kültür ekonomisi ve endüstri ile kültür mirası yönetimi ilişkisi. *Milli Folklor*, 73-86.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür turizmi*. İletişim Yayınları.
- Serbest, K. (2020). Nevşehir yöresi geleneksel eğlence unsurlarının turizmde kullanımı. *Motif Akademi Halkbilmi Dergisi*, 13(30), 745-761. <https://doi.org/10.12981/mahder.732909>
- T.C. Erdemli Kaymakamlığı. (2022). TC. Erdemli Kaymakamlığı. Erişim adresi: www.erdemli.gov.tr
- TUIK. (2022). Türkiye İstatistik Kurumu. Erişim adresi: www.tuik.gov.tr
- Uçar, Ş. (1990). *Anadolu’da İslam-Bizans mücadelesi*, İşaret Yayınları.