

DALYAN VE KÖYCEĞİZ ÇEVRESİNDE GELENEK, TURİZM VE FOLKLORİZM

Tradition, Tourism and Folklorism in the Vicinity of Dalyan and Köyceğiz

Halil İbrahim ŞAHİN*

ÖZ

Folklorizm terimi, Almanya'da Hans Moser'in yaptığı çalışmalarla folklor araştırmalarına giriş yapmıştır. Terim, geleneksel ürünlerin doğal ortamından soyutlanarak turizmde ve radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarında ticari amaçlarla kullanılmasını ifade eder. Geleneksel ortamının dışında kullanılan folklor ürünlerinin icra ortamlarını, icracılarını, dinleyici ve izleyicilerini, yapısal özelliklerini ve işlevlerini incelemek de folklorun ilgi alanına girmektedir. Bu çalışmada Dalyan ve Köyceğiz çevresinde gelenek ve turizm ilişkisi bağlamında efsanelerin turizm faaliyetlerinde kullanımı ele alınmıştır. Dalyan ve Köyceğiz'i ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere Dalyan'daki kanallarla ve Köyceğiz'deki kaplıca ile ilgili efsaneler anlatılmaktadır. Yunan ve Roma kaynaklarından ve sözlü gelenekten alınarak turizmde kullanılan bu efsanelerin anlatım zamanında, mekânında ve olay örgüsünde bazı değişimler olmuştur. Ayrıca bu efsaneler, bölgenin cazibe merkezi olmasına katkı yaptıkları gibi, geleneğin pazarlanabilirliğini göstermeleri açısından da dikkat çekmektedirler. Turizm, yerel değerlerin ulusal ve evrensel hale gelmesi sürecine olumlu bir katkı yapmaktadır. Planlı ve programlı bir şekilde yapıldığında geleneksel ürünler, turizmle geniş kitlelere tanıtılmakta ve bu da bölgeye kazanç olarak geri dönmektedir.

Anahtar Sözcükler

Dalyan, Köyceğiz, Gelenek, Turizm, Folklorizm.

ABSTRACT

The term "folklorism" is introduced by Hans Moser's works to folklore researches in Germany. The term indicates that, by abstracting traditional products from their natural environmental concepts and the using them for commercial purposes in tourism and mass media like radio and television. To analyze the performing places, performers, listeners and the audience, the structural features and functions of folkloric products, that used apart from the traditional context, are also in the field of Folklore studies. This study considers the use of legends in tourism activities in context of tradition and tourism relations in the vicinity of Dalyan and Köyceğiz. The legends of ducts and thermal springs of Dalyan and Köyceğiz are told both to domestic and foreign tourists. Those legends which taken either from Greek and Roman sources or oral tradition, are used for tourism; however these legends have some changes regarding telling time and place. In addition, these legends have not only made these regions to be attractive, but also they are worthy showing that traditions can be marketed. Tourism makes a positive contribution on the way through the locality to universality. By using the folkloric products in an appropriate way, the tourism sector will get the positive feedbacks in an efficient way.

Key Words

Dalyan, Köyceğiz, tradition, tourism, Folklorism.

Giriş

Folklor, bir bilim dalı haline geldiği on dokuzuncu yüzyıldan bu güne hem malzeme hem de yöntem açısından önemli gelişmeler göstermiştir. Sanayi devriminin etkisiyle otantik değerlerin, folklorcuların ifadesiyle geleneğin yok olmasından veya bozulmasından kaygı duyanların daha çok halka ait yaşamı kayıt altına alan bir bilim dalı olarak algıladıkları folklorun içeriği, sonraki yüzyılda daha da genişler.

Özellikle teknolojik gelişmelerin etkisiyle folklor ürünlerinin radyo, televizyon, internet vb. gibi geleneksel ortamların dışında da yaratılması ve aktarılması, geleneğin ticari ortamlarda kullanılması ve geleneğe yapılan bazı müdahalelerle birlikte folklor araştırmalarında "geleneğin taklidi", "icadı", "pazarlanması" ve "geleneğe müdahaleler" gibi yeni terimler öne çıkmaya başlar.

Geleneğin ticari amaçlar doğrul-

* Balıkesir Üniv. Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Arş. Gör. hsahin@balikesir.edu.tr

tusunda kullanılabilceği düşüncesinin doğmasında ve bu ürünlerin kullanım alanlarının genişlemesinde, dolayısıyla geleneksel ürünler için yeni bakış açıları'nın geliştirilmesinde turizmin önemli bir yeri vardır. Turizm faaliyetlerinin genel anlamda kültürel mirasa, özel anlamda ise geleneğe yönelmesi, doğal olarak turizm-kültür ve turizm-gelenek gibi yeni ilişkileri de ortaya çıkarmıştır. Özellikle geleneksel değerlerin turizm faaliyetlerinde kullanılması, “geleneğin, doğal ortamının dışında kullanılması” anlamına gelen “folklorizm” terimleriyle değerlendirildiği görülür. Bu çalışmada, Dalyan ve Köyceğiz örneğinde gelenek ve turizm ilişki, gelenekselin ticari amaçlarla kullanımı ve turizm için gelenek icat etme gibi hususlar; “kültürel miras”, “gelenek”, “kültür turizmi”, “efsane turizmi”, “folklorizm” terimleri bağlamında değerlendirilecektir. Ayrıca geleneğin turizme katkıları, bu katkı esnasında aldığı yeni şekiller ve bu yeni şekillerin adlandırılması konularıyla da ilgilenen çalışma, asıl olarak Dalyan ve Köyceğiz çevresinde efsanelerin turizm faaliyetlerindeki kullanım şekilleri, bölgenin turizm potansiyeline katkı yapıp yapmadıkları ve kaynakları üzerine tespit ve değerlendirmeler yapmayı hedeflemektedir. Çalışmada kullanılan veriler, bölgede yapılan gözlemlerden, kaynak şahıslarla yürütülen görüşmelerden ve konuyla ilgili yayınlardan elde edilmiştir.

1. “Folklorizm” Terimi Üzerine

“Folklorizm, Nostalji ve Kültürel Miras” adlı makalenin yazarı Ulrika Wolf-Knuts, bu kavramın, Hans Moser tarafından 1962 yılında tanımlandığını söyler. Moser'e göre “folklorizm ürünleri, turistler için yapılan reklamlar, el sanatı dernekleri ve kültür politikaları tarafından” desteklenmiştir. Ayrıca Moser, “Yeniden canlandırma” veya “yeniden diriltme” faaliyetlerini de içeren folklorizmin ekonomik boyutunun, “turizm endüstrisi, reklamlar ve kitle iletişim araçları tarafından” oluşturulduğunu ve özellikle kültürel kimliğin oluşturulması aşamasında

da kullanıldığını öne sürer (Wolf-Knut 2007: 176-177). Ariz Abdülaliyev de terimin, 1960'tan sonra anlam genişlemesine uğradığını, folklorun geleneksel formunun dışında, yani sahnede, sanatsal faaliyetlerde, radyo ve televizyonda ve festivallerde kullanılması anlamına geldiğini belirterek Moser'in düşüncelerine katılır (Abdülaliyev 2004: 162).

Kazakistan'daki folklorizm faaliyetlerini inceleyen Gulnar Kendirbaeva'ya göre terim, “folklorun bütün formlarında profesyonel sanat yaratması olarak tanımlanabilir: Bilim ve pedagojide, tiyatrodaki, festivallerde, kitle iletişim araçlarında, reklamlarda, turizmde, el sanatlarında ve günlük hayatta”. Kendirbaeva ayrıca, günümüzde bu terimin geleneksel olmayan ortamlarda yaratılan ikincil folklor ürünlerini de karşıladığını ifade eder (Kendirbaeva 1994: 98).

Folklor ürünlerini bağlamından kopararak başka ve daha geniş alanlarda kullanmanın “folklorizm” olduğunu öne süren Regina Bendix, 1960'tan önce bu terimin yerine Fransa ve Rusya'da “neofolklorizm” kelimesinin kullanıldığını, bunun da “folklor ürünlerinin, müzik, sanat ve edebiyatın gelişmiş/yüksek şekillerine adapte edilmesi” anlamına geldiğini ve Almanya'da Hans Moser'le birlikte tanımlanan terimin, örneğin bir halk dansının, turistler için ticari amaçlarla sahnelenmesini karşıladığını söylerken kelimenin Avrupa'nın her yerinde aynı anlamda kullanılmadığına da işaret eder. Folklorizm, batı Avrupa'da ticari sürecin sonucunda ortaya çıkış olarak algılanırken doğu Avrupa'da ise devletin müdahalesiyle oluşan bir süreci ifade etmiştir (Roginsky 2007: 42). Bendix, konuyla ilgili yazısında “folklorizm” terimine benzer bir kelimenin Amerika Birleşik Devletleri'nde “fakelore” olarak ortaya çıktığını, ancak bu terimin daha az tartışıldığını (Bendix 1997: 337), folklorizmle bağlantılı olarak yakın dönemlerde “invention of tradition” ve “revitalization” gibi kelimelerin, “folklorizm” teriminin

yerine daha fazla kullanılmaya başlandığını ve bu terimlerin “izole edilmiş herhangi bir folklor ürünü”nün çeşitli amaçlar için kullanımını ifade ettiğini belirtir (Bendix 1997: 339).

Eric Hobsbawm ve Terence Ranger’in teklif ettikleri ve folklorizm terimiyle ilintili olan “icat edilmiş gelenek” terimi, “geçmişle bağlantıyı tesis etmek için geliştirilen sembolik sosyal pratikler” olarak tanımlanır (Tuleja 1997: 466). Hobsbawm ve Ranger’in 1983 yılında birlikte hazırladıkları *The Invention of Tradition* adlı çalışmada “gerçek” ve “icat” edilmiş gelenek ayrımı yapılmıştır. Hobsbawm, “icat edilmiş gelenek” ifadesini şöyle izah etmiştir: “İcat edilmiş gelenek, açık bir şekilde veya açıkça söylenmeden kabul edilmiş kurallar tarafından normal olarak yönetilen pratiklerin ve otomatik olarak devamlılığı ima eden, belli değerleri ve davranış kalıplarını tekrarlama vasıtasıyla aşlamaya çalışan bir ritüelin veya sembolik doğanın kuruluşunu anlamına gelmektedir.” (Baker 2007: 88-89).

Tarihin belli dönemlerinde halkın hayatında yer edinmiş, ancak zamanla unutulmuş giysileri veya eşyaları yeniden gelenekselin, otantikliğin kültürel kimliğe bağlılığın sembolü olarak üretmek ve geniş kitlelere pazarlamak (Gidoni 2000) anlamına da gelen folklorizm, Avrupa ve Amerika’nın yanı sıra 1930’lu yıllardan itibaren Rusya’da da rağbet görmeye başlar. Terim, M. K. Azadovskiy ve Y. M. Sokolov tarafından “yazarların, eleştirmenlerin, yayıncıların, tarihçilerin folklorla ilgilenmesi” olarak algılanmıştır. V. A. Jirmuskiy ise terimi, “folklorun Rus kültüründe ve edebiyatında kullanılması, yorumlanması” olarak tanımlamış ve buna bağlı olarak Rusya’da 1930-1960 yılları arasında pek çok Rus şair ve yazarın eserleri folklorizm bağlamında incelenmiştir (Abdülaliyev 2004: 162).

Yukarıda verilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere “folklorizm” teriminin,

1. Folklor ürünlerini doğal ortamının dışında ticari amaçlar için kullanmak,

2. Gelenek icat etme,

3. Özellikle Rusya’da folklor ürünlerinin edebiyatta ve sanatta kullanımı, gibi anlamlara geldiğini görüyoruz. Ancak burada gelenek icat etme veya gelenek uydurmanın günümüzde daha çok “fakelore” kelimesi ile karşılandığını, bu bakımdan “folklorizm” teriminin daha çok geleneksel yaratmaların ticari amaçlar doğrultusunda, turizmde ve kitle iletişim araçlarında kullanılması anlamına geldiğini belirtmek gerekir.

2. Kültürel Miras, Gelenek ve Turizm

Değişik coğrafyaları, kültürleri ve insanları tanıma isteğinin şüphesiz uzun bir geçmişi vardır. İnsanlık tarihiyle ilgili kaynaklara bakıldığında yeni yerler keşfetmek, yeni ticari kaynaklara sahip olmak, doğayı, insanı tanımak gibi devirlere göre değişen çok çeşitli amaçlarla dünyanın farklı noktalarına seyahatler düzenlendiği görülür. 20. yüzyıla gelindiğinde ise özellikle refah düzeyi yüksek toplumların eğlenmek, dinlenmek, hoşça vakit geçirmek ve yeni kültürler tanıyabilmek için “turizm” faaliyetlerine katıldıkları görülür. Dünyanın hızla küresel bir yapıya doğru gittiği, kültürlerin ve insanların birbirine benzediği günümüzde turizm faaliyetlerinin yine öncelikle eğlenme ve dinlenme amaçlarını gütmekle birlikte, değişik kültürleri, özellikle gelenekleri tanıma, hatta geleneksel uygulamalara katılarak yeni deneyimler yaşama hedefini de canlı tuttuğunu söyleyebiliriz.

Son yıllarda turizm faaliyetleri büyük oranda toplumların kültürel mirası üzerinde odaklanmaktadır. “Kültürel miras” kavramı, geniş bir anlam dünyasına sahiptir, ancak kısaca “önceki nesillerin yarattıkları ve kuşaktan kuşağa aktardıkları maddi ve manevi kültür ürünleri” olarak tanımlanabilir (Tahir 2007: 1). Bu kavramın içine her türlü kültür yaratması dâhil edilmektedir. Kavramın kullanım alanlarına bakıldığında hangi ürünleri bünyesine aldığı veya ne tür kültür yaratmalarını karşılamada kulla-

nıldığı görülür. Kültürel miras üzerine faaliyetleriyle tanınan UNESCO, dünya kültürlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla “somut” ve “somut olmayan” kültürün korunmasına yönelik çeşitli sözleşme, konferans ve toplantılar düzenlemiş ve düzenlemeye devam etmektedir. UNESCO’nun “*Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ve Sualtı Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi*”ne bakıldığında “kültürel miras” kavramının oldukça zengin bir kullanım alanına sahip olduğu görülür (Oğuz 2003, 2007, 2008). Bu kavramın içinde tarihi eserler veya kalıntılar gibi somut ürünlerin yanı sıra geleneksel sözlü ürünler de yer almaktadır. Halkın edebiyatı, törenleri, inanış ve uygulamaları, yemek kültürü, giyim tarzı, barınma şekilleri, eğlence kültürü vb. gibi pek çok geleneksel değeri, kültürel mirasın bir parçasıdır. Ancak burada üzerinde durmak istediğimiz asıl konu bu kavramın sınırları değildir, daha çok kültürel mirasın ve geleneğin turizm faaliyetleri ile ilişkisidir.

19. ve 20. yüzyıllarda öncelikle ulusal kimliğin önemli bir parçası olarak kabul gören kültürel miras, uluslaşmada ve ulusal kimliklerin belirlenmesinde etkili olmuştur. Daha çok kültürel zenginlik ve toplum üyelerinin kimlik bilincini ve eğitim değerlerini besleyen bir alan olarak kabul edilen kültürel miras, turizm faaliyetleri ile başka anlamlar da kazanmıştır. Özellikle refah düzeyi yüksek toplumlara mensup ve yabancı ülkelere, halklara ve yerlere merak duyan insanların tatil yapmak, dinlenmek, gezmek, farklı deneyimler yaşamak amacıyla yaptıkları turistik seyahatlerde sanat eserlerini, müzik tarzlarını, mimari şekilleri ve folklor ürünlerini, kısacası kültürel mirası görmek gibi bir amaç gütmeleri kültürel miras-ekonomi ilişkisini ve kültürel mirasın pazarlanabilirliğini gündeme getirdiği gibi “kültür turizmi” gibi yeni terimlerin oluşumunu da sağlamıştır (Özgüç 2003: 40).

“Kültür turizmi”, “kültürel turizm”

ve “miras turizmi” gibi adlar altında, bir toplumun kültürü, yaşam tarzı, değer yargıları, dini, dili, gelenekleri, sanatı icra yolları (müzik, dans ve tiyatro), başka bir ifade ile “bir ülkenin veya halkın yaşam tarzı, gelenek görenek, değer yargıları ve alışkanlıklar, din, dil, giyim kuşam, mutfak, mimari ve el sanatları” turizm faaliyetlerine dâhil edilmiştir (Özgüç 2003: 82, 159). Dünya Turizm Örgütü’nün, “eğitim, sanat, kültür, festival turları, abidelerin, sit alanlarının ve doğal güzelliklerin ziyaretleri, hac gezileri gibi özellikle faaliyet alanı kültürel etkinlikler olan ziyaretler” olarak tanımladığı (Akgül 2004: 212) ve “kişilerin kültürel gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yeni bilgiler edinmek ve deneyimler yaşamak üzere yaşadıkları yer dışında kültürel çekiciliklere sahip yerlere yaptıkları turizm hareketleri” olarak da tanımlanan (Akgül 2004: 211) kültür turizminde son yıllarda folklor ürünleri de rağbet görmekte, bu da folklor ürünlerinin tanıtımına önemli katkılar yapmaktadır (Ekici 2004: 130).

Doğal olarak turistik bölgelerde folklor ürünlerinin pazarlanabilirliği daha fazladır ve bu bölgelerde folklor ürünlerini üretenlerin, “mahalliliği ve etnik yapıyı gösteren yahut turistlerce öyle kabul edilen imaj, figür veya stillerle donatma”yı amaçladıkları görülür. Ayrıca turizmde kullanılan geleneksel ürünler sadece maddi kültür ürünlerini değil, müzik, halk oyunu, masal ve efsane gibi sözlü kültür ürünlerini de kapsamaktadır (Çobanoğlu 1999: 375).

Turizm ve gelenek ilişkisi açısından bakıldığında turizm, gelenek sayesinde ziyaretçilere yeni seyahat alanları açmakta, gelenek de turizm sayesinde daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Ancak turizmde kullanılan geleneksel ürünlerin folklor araştırmalarındaki konumu da önemlidir. Gelenekselin doğal ortamından alınıp turizm gibi farklı amaçlarla kullanılması, ister istemez bu ürünlerin yapılarında ve sunum şekillerinde bazı değişikliklere sebep olmuştur. Bu deği-

şimlerin incelenmesi, folklor ürünlerinin kullanım alanlarındaki genişlemelerin değerlendirilmesi ve modern yaşam içinde geleneksel olanın yerinin belirlenmesi de folklor araştırmalarının kapsamına girmektedir.

3. Dalyan ve Köyceğiz’de Efsaneler ve Folklorizm

Dalyan ve Köyceğiz, turizm faaliyetleri açısından Marmaris ve Bodrum gibi Muğla’nın diğer ilçelerine nazaran daha yavaş bir gelişme göstermiştir, ancak bu yavaş gelişim, bir eksiklik gibi görünse de aslında bölgedeki doğal ve tarihî yapısının korunmasına katkı yapmıştır (Doğaner 1994: 95). Bölgedeki turizm, deniz ve güneş turizminden daha çok kültür ve eko turizme dayanmaktadır. Köyceğiz ve Dalyan sınırları içinde kalan tarihî Kaunos kalıntıları ve bölgenin doğal güzellikleri turistler için temel cazibe alanları olmuştur. Köyceğiz’den Dalyan’a doğru düzenlenen günlük tekne turlarına katılanlar denizden, çamurdan ve kaplıcalardan faydalandığı gibi turist rehberleri sayesinde bölgenin kültürünü de tanımaktadırlar. Özellikle bazı efsanelerin, bölgeyi gezen yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çektiğini, bunun da turizm faaliyetlerinin gelişmesine önemli katkılar yaptığını belirtmek gerekir.

Efsanelerin turizm faaliyetlerinde kullanılması yeni değildir. Türkiye ve Türkiye dışında bazı efsaneler belli bölgeleri cazibe merkezi haline getirmek için kullanılmış ve buna da “folklorizm” adı verilmiştir. Örneğin, Elke Dettmer, “Moving Towards Responsible Tourism: A Role for Folklore” adlı yazısında Kanada’daki turizm faaliyetleri üzerine değerlendirmeler yaparken turizm ve halk kültürü bağlamında Newfoundland’da şahit olduğu bir folklorizm örneğini nakleder. Dettmer, 1985 yılında aynı zamanda pansiyon hizmeti de veren otantik bir mekâna kahvaltı yapmak için uğrar. Eski bir kulübenin yeniden düzenlenmesinden oluşan bu yerin içi ve dışı geleneksel eşyalarla donatılmış ve ilgi çekici hale getirilmiştir,

ancak Dettmer’in ilgisini ise bu düzenlemelerden daha çok kahvaltı masasında gördüğü bir kâğıt çeker. Bu kâğıtta “Legend of the Kissing Rock” başlığı altında kahvaltı bahçesindeki kayanın efsanesi anlatılmaktadır. Buna göre eski dönemlerde balıkçılar denize açılmadan önce sevdiklerini bu kayada öpmüşler ve daha sonra denize çıkmışlardır. Dettmer, bu bölgede böyle bir efsaneye rastlayamadığını, ancak bu efsane sayesinde pek çok turist o pansiyonu ziyaret ettiğini, kısa sürede ünlü bir mekân haline gelen pansiyonun turizm-gelenek ilişkisi açısından güzel bir model oluşturduğunu söyler (Dettmer 1994: 190-191).

Konuyla ilgili Türkiye’den ise Balıkesir’in Ayvalık ilçesinde yer alan “Şeytan Sofrası” örneğini gösterebiliriz. 1965 yılına kadar “Çanaktepe” adıyla bilinen ve ıssız bir dağ başı olan bölgeye Muvaffak Girginkardeşler adlı bir işletmecinin “Şeytan Sofrası” adını vermesiyle yeni bir mekân doğmuştur. Ayrıca, Girginkardeşler’in zirvedeki bir kaya oyununu suyla doldurduktan sonra çevresini demir parmaklıklarla çevirip burasının da “şeytanın ayak izi” olduğunu söylemesiyle ve ayak izine bağlı efsanelerin oluşmasıyla bölge çok geçmeden turizm faaliyetlerinin odağı haline gelmiştir (Çobanoğlu 1999: 376). Girginkardeşler’in icat ettiği bu gelenek ve bölgeyle ilgili efsaneler, turizm faaliyetlerinde sadece gelenegin ürettiği somut ürünlerin değil, efsaneler gibi sözel yapıların da kullanılabileceğini göstermektedir. Ayrıca efsanelerin doğal ortamının dışında, ticari amaçlarla kullanımına, yani folklorizm faaliyetlerine de iyi bir örnektir.

Köyceğiz ve Dalyan çevresinde de bazı efsaneler turizmde kullanılmaktadır. Köyceğiz ve Dalyan’daki onlarca kanalın oluşumunu anlatan “Byblis’in Gözyaşları” olarak da bilinen “Kaunos ve Byblis” efsanesi, Köyceğiz Gölü’nü ve Dalyan’daki kanalları gezmek için turlara katılan turistlere tarihî ve doğal alanlar tanıtılırken anlatılmaktadır. Bu sayede bölgenin

doğal yapısı ile kültürü arasında bir bağ kurulduğu gibi deniz ve güneş turizminin yanında kültür turizmiyle ilgili olanaklar da sunulmaktadır.

Tarihi kaynaklardan ve bazı mitoloji sözlüklerinden alınan “Kaunos ve Byblis” efsanesi, Köyceğiz ve Dalyan’da doğal yapının oluşumu açıklanmaktadır, ancak efsanenin yazılı kaynaklardaki şekli ile sözlü şekilleri arasında bazı farklılıklar vardır. Hatta Azra Erhat’ın *Mitoloji Sözlüğü*’nde konuyla ilgili yaptığı yorum da efsaneye eklenmiştir. Efsanenin yazılı kaynaklardaki şekli şöyledir:

“Apolion’un oğlu Miletos, bugün kablantıları Söke’nin Balat Köyü’nde bulunan Miletos’da Menderes ırmağının güzel kızı Cyanee ile evlenir. Bu evlilikten Byblis ile Kaunos adlı ikiz çocukları dünyaya gelir. İkizlerden Byblis, ikiz kardeşi Kaunos’a aşık olur, ancak kardeşi olduğu için aşkını gizler. Bir gün duygularına hakim olmayarak kardeşi Kaunos’a aşkını itiraf eden bir mektup yazar. Kaunos, mektubu okuduğunda çok sinirlenir ve “Seni öldürmek bana onursuzluk vermeyecek olsaydı, derhal öldürürdüm” diyerek öfkesini dile getirir. Bu olaydan sonra Kaunos, ülkesinden ayrılır ve bugünkü Dalyan’da kendi adını taşıyan bir kent kurar. Byblis ise giysilerini parçalayıp atar, yollara ve dillere düşer, Akdeniz kıyılarında kendinden geçmiş halde dolanır, gözü Kaunos’tan başkasını görmez, artık aklını fikrini yitirmiştir. Su perileri ise Byblis’in gözyaşlarının aktığı ve hiç kurumayan bir kanal açmışlardır. Bir süre sonra Byblis, her zaman yeşil kalan ulu bir çınar ağacının koyu gölgesinde akan kutsal bir çeşmeye dönüşür” (Karaağaç 2006: 498).

Turist rehberlerinden derlenen efsanede ise Kaunos ve Byblis, kardeş olmalarına rağmen evlenmişler ve çocuk sahibi olmuştur. Bunu öğrenen Apolion, oğlunu ülkeden kovar. Kaunos da bugünkü Dalyan’a gelerek kendi adına bir şehir kurar. Kardeşi Byblis ise gördüğü hakaretler ve ayrılık acısı yüzünden günlerce ağlar, sonunda bir kayadan atlayarak

intihar eder. Byblis, o kadar çok ağlamıştır ki, rivayete göre Dalyan’da labirente benzeyen kanallar onun gözyaşlarından oluşmuştur (Erkan Adalı). Yazılı kaynaklarda Dalyan’daki kanalların Byblis’in gözyaşlarından oluştuğu yönünde bir bilgi bulunmazken sözlü varyantlarında bazı eklemeler yapılmıştır. Efsanenin son kısmına eklenen bölümün kaynağı, tespit edebildiğimiz kadarıyla Azra Erhat’tan kaynaklanmıştır. Azra Erhat, Byblis’le ilgili efsaneyi verdikten sonra şöyle bir yorum yapar:

“Bu öyküleri anlatanlar, Kaunos şehrini görmemişlerdi herhalde, yoksa öykünün sonunu bambaşka biçimde getirirlerdi: Eski Kaunos şehrinin (bugünkü Köyceğiz Dalyan’ının) önünde göz alabildiğine uzanan ve ancak oraları iyi bilen gemicilerin şaşırmadan aşabildikleri bir sazlık vardır. Bu bataklık nasıl meydana geldi belli, Ege kıyılarındaki bütün limanlar gibi bir ırmağın taşıdığı millerle dolmuştur, ama şair görüşüyle bu yol yol bataklığın Byblis’in tükenmez gözyaşlarıyla meydana geldiği düşünülemez mi?” (Erhat 1972: 76).

Erhat’ın bu yorumu, bölgeyle ilgili efsaneleri ve anlatıları merak eden ve bunları turizm faaliyetlerinde kullanmak isteyenlerin dikkatini çekmiş ve efsaneye eklenerek anlatılmaya başlanmıştır. Erhat, farkına varmadan aslında geleneğe ekleme yapmıştır. Onun bu eklemesi, bölgenin fiziki şartları ile güzel bir şekilde örtüştüğünden ve bölgeyi gezenler için de ilgi çekici olacağından pek çok kişi tarafından geleneksel bir efsane gibi anlatılmıştır.

Bu efsane, bugün sözlü gelenekte yer almamasına rağmen, turist rehberleri arasında bilinmekte ve anlatılmaktadır. Bölgede yapılan araştırma ve inceleme faaliyetlerinde böyle bir efsaneye rastlanılmamıştır, ancak dar bir alanda, sadece Köyceğiz Gölü’nde günlük geziler düzenleyen tekne sahipleri veya rehberler arasında bilinmektedir. Bu yönüyle efsane, bölgenin nostaljik bir unsuru olması ve

bölgenin daha ilgi çekici hale gelmesine yaptığı katkı nedeniyle yeniden canlandırılmış ve anlatılmaya başlanmıştır. Bu anlatım da doğal bir ortam içinde değil, turizm faaliyetlerinde ticari amaçlar için oluşturulmuş bir ortamda gerçekleşmektedir.

Turistik amaçlar için kullanılan bir diğer efsane, Köyceğiz Gölü'nün kıyısında yer alan "Ölemez Dağı" ve bu dağın eteklerine kurulmuş "Sultaniye Kaplıcaları" ile ilgilidir. Bilindiği gibi kaplıcalar da turizmin önemli ayaklarından birisidir. Günümüzde kaplıcaların su değerleriyle ilgili çeşitli bilimsel analizler yapılmakta ve hangi kaplıcanın hangi hastalığa iyi geldiği belirlenmektedir. Ancak çeşitli hastalıklara şifa kaynağı olan kaplıcaların daha fazla ziyaretçi almasında kimyasal özelliklerinin yanı sıra efsanelerle örülür kültür yapılarının da etkili olduğunu söyleyebiliriz. Böyle kaplıcalar arasında Köyceğiz'deki "Sultaniye Kaplıcası" da vardır.

Köyceğiz Gölü'nü gezmek ve Kuanos uygarlığından kalma tarihî eserleri görebilmek amacıyla düzenlenen günlük gezilerde, yerli ve yabancı turistlerin uğrak yerlerinden birisi de Ölemez Dağı'nın kıyısındaki "Sultaniye Kaplıcası"dır. Kaplıcaya gelenlere bölge hakkında bilgi verenler, öncelikle kaplıcanın "Ölemez Dağı"yla ilişkisini anlatırlar. Buna göre Ölemez Dağı, adını eteklerinden akan ve ölüme çare olduğu söylenen bir sudan almıştır. Başka bir rivayete göre ise bir gün Lokman Hekim'in yolu Ölemez Dağı'na düşer. Dağın zirvesinden etrafı izler, gördüklerinden çok etkilenir ve "İnsan istese de burada ölemez" der. O zamandan beri bu dağa "Ölemez Dağı" denmektedir (Karaağaç 2006: 498). Bölge halkı arasında Lokman Hekim'in geldiği ve adını koyduğu bu dağdan çıkan sıcak su (Bu suyun üzerinde bugün "Sultaniye Kaplıcası" vardır) her derde devadır. Bu yönüyle meşhur olan kaplıca her yıl değişik illerden ve ülkelerden ziyaretçi almaktadır.

Köyceğiz'de Sultaniye Kaplıcası'nın

ortaya çıkışında Lokman Hekim'in müdahalesinin olduğunu söyleyen rivayetler de vardır. Anlatılanlara göre Lokman Hekim, ölümcül bir hastalığa tutulmuş birini Ölemez Dağı'nda tedavi etmeye çalışmaktadır, ancak bütün çabalarına ve denemelerine rağmen hastayı iyileştirememiştir. Bunun üzerine Lokman Hekim, ellerini açarak: "Allah'ım, bugüne kadar senin verdiğin devalarla çok hasta iyileştirdim, ama bu kulunda çaresiz kaldım, bu kulunun derdini devasız bırakma." diye dua eder. O anda Lokman Hekim'in hemen yanında üzerinden dumanlar çıkan bir su peyda olur. Lokman Hekim, hastasını bu suyla banyo ettirince hasta birkaç günde eski sağlığına kavuşur. Lokman Hekim'in duasıyla Ölemez Dağı'ndan çıkan su, bugünkü "ılıca" olarak da bilinen "Sultaniye Kaplıcası"dır. Böyle olağanüstü bir olaydan sonra oluşan suda yıkananların her türlü derdine deva bulacağına inanılmaktadır (Nebi Güven).

Köyceğiz'den Dalyan'a doğru gezintiye çıkan grupların bu efsaneleri ve rivayetleri dinledikten sonra Ölemez Dağı'na ve kaplıcaya bakışlarının değiştiğini söyleyen Yasin Yorulmaz, kaplıcaya merakı olmayanların bile buraya uğramak ve kaplıcada yıkanmak istediklerini söylemektedir. Bu yüzden Köyceğiz'den hareket eden teknelerin, Sultaniye Kaplıcası'na uğramadan Dalyan boğazına hareket etmediklerini de kaynak şahsımız defalarca ifade etmiştir. Anlatılan efsanelerde Lokman Hekim'in yer alması doğal olarak yerli turistlerin ilgisini daha fazla çekmektedir. Kültürümüzde ölüme çare bulunduğu ve onlarca hastaya şifa dağıttığına inanılan Lokman Hekim, sağlık veya hekim denilince bugün de akla ilk gelen isimlerdendir. Toplumsal bellekte daha çok efsanelerle yaşamaya devam eden Lokman Hekim, Köyceğiz'deki kaplıcanın kutsal bir boyut kazanmasında ve bu yönüyle çevresinden daha fazla ilgi görmesinde etkili olmuştur.

Ölemez Dağı ve kaplıcasıyla ilgili daha çok yabancı turistlere anlatılan bir

efsaneden daha bahsetmek gerekir. Eski Çağ'da bu bölgenin güzelliklerine sahip olmak isteyen Romalılar, dağın zirvesinde bir hisar yaptırmışlardır. Bir süre sonra, "İmbros" kalesi olarak bilinen bu hisarın altında büyük bir mağaranın bulunduğu ve bu nedenle de hisarın göçme tehlikesiyle karşı karşıya kaldığı fark edilir. Hisarın ayakta kalabilmesi için mağaranın doldurulması gerekmektedir. Bunun için İmbroslu kızlar, saçlarını kesip mağaraya doldururlar. O gün bugündür mağaranın üzerindeki hisar yıkılmamış ve ölümsüzlüğün sembolü olmuştur. Ölümsüzlükle adı anılmaya başlayan bu bölgede kaplıcalar ve hastaneler yapılmış, burası bir sağlık merkezi haline gelmiş, ancak daha sonraki yıllarda şiddetli bir depremle hastaneler ve yerleşim yerleri suya gömülmüştür. Tarihi kaynaklarda buradaki hastanenin girişinde "Tanrılar adına buraya ölüm giremez" yazdığı ve "Ölemez" dağının adını bu yazıdan aldığı yönünde bilgiler de vardır (Karaağaç 2006: 498).

Görüldüğü gibi Ölemez Dağı ve eteklerindeki kaplıca üzerine hem yerli hem de yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek farklı efsaneler anlatılmaktadır. Lokman Hekim'in yer aldığı efsaneler, bugün de sözlü gelenekte yaşamaya devam etmesine rağmen, Romalılarla ilgili efsane ise tarihi kaynaklardan alınarak anlatılmaktadır. Başka bir ifade ile tarihte kalmış, hafızalardan silinmiş efsaneler yeniden canlandırılmakta ve bölgenin imajına otantik bir unsur olarak dahil edilmektedir. Ancak her iki grup efsanenin de kaplıcaya olan ilgiyi arttırdığı ve bölgenin daha fazla ziyaretçi almasını sağladığı da bir gerçektir.

Sonuç

Avrupa Birliği'nin tahminlerine göre kültürel miras, 21. yüzyılın küresel dünya şartlarında toplumların, tıpkı ekonomi gibi, yaşam şartlarını etkileyecektir. Ayrıca birliğin çeşitli raporlarında kültürel mirasın, günümüz toplumları için sadece manevi bir değer değil, aynı zamanda eşsiz bir ekonomik kaynak ol-

duğu ve kültürel mirasın ekonomik bir kazançta dönüştürülmesinde turizmin önemi de vurgulanmıştır (Tahir 2007). Turizm, pek çok kişi tarafından gezmek, eğlenmek ve dinlenmek olarak algılandığında da değişik kültürleri tanımak için turistik faaliyetlere katılanların sayısı da az değildir. Çünkü seyahat edilecek yerlerin seçiminde sadece doğal yapı değil, tarihi doku ve kültürel özellikler de belirleyici olmaktadır. İlgi duyulan kültürel özellikler arasında ise geleneksel olarak üretilen somut ürünlerle birlikte somut olmayan geleneksel miras da vardır.

Turizm ve gelenek ilişkisi ele alındığında turizm, yerel değerlerin ulusal ve daha sonra evrensel hale gelmesi sürecine olumlu bir katkı yapmaktadır. Planlı ve programlı bir şekilde yapıldığında geleneksel pek çok ürün, turizm sayesinde geniş kitlelere tanıtılmakta ve bu da bölgeye kazanç olarak geri dönmektedir. Dalyan ve Köyceğiz'de bazı efsaneler turistik amaçlar için kullanılmaktadır, ancak bu kullanım profesyonel bir seviyede değildir. Sadece gezilere katılan tekne sahipleri ve birkaç turist rehberinin anlatımından ibarettir. Buna rağmen efsaneler, bölgedeki turizm faaliyetlerinde ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, bölgenin cazibe merkezi olmasını sağladığı gibi bölgenin ekonomisine de katkı yapmaktadırlar.

Yukarıda değerlendirdiğimiz efsanelerde olduğu gibi, turistik amaçlarla kullanılan sözlü ürünlerin icra ortamlarında ve yapılarında bazı değişimler ve genişlemeler olmaktadır. Çünkü turistik bölgelerdeki geleneği büyük oranda ziyaretçilerin beklentileri, istekleri ve tercihleri şekillendirmektedir. Örneğin Köyceğiz'de kaplıca ziyareti eden yerli turist ise Lokman Hekim'le ilgili efsane, yabancı ise Roma döneminden kalma efsane anlatılmaktadır. Efsanelerin bir kısmı sözlü gelenekten, bazıları ise tarih ve mitoloji ile ilgili yazılı kaynaklardan alınmışlardır. Bazı efsanelerin ise yazılı ve sözlü kaynaklardaki şekilleri farklıdır. Sözlü olarak aktarılan efsanelere bazı ek-

lemeler yapılmıştır. Bu bakımdan turizmde gelenekten faydalanmak isteyenlerin, mümkün olduğunca folklor ürünlerinin doğal ortamını tahrip etmemeleri gerekmektedir. Aksi takdirde ticari amaçlar, geleneksel değerlere beklenmedik zararlar da verecektir. Bunu engellemek için ise bilinçli ve planlı bir turizm-gelenek ilişkisine ihtiyaç vardır.

KAYNAKLAR

Abdülaliyev, Ariz, 2004, "Folklorizm: Termin, Proses, Problem", *Etnomusiqüsünaslıq*, 3-4(21), 162-170.

Akgül, Olcay, 2004, "Kültür Turizmi", *Turizm: İlkeler ve Yönetim*, Ankara: Turhan Kitabevi, 209-226.

Baker, Ronald L., 2007, "Folklorlarda ve Edebiyatta Bireysel Yetenek ve Gelenek", *Folklorun Sahtesi: Fakelore*, Ankara Geleneksel Yayınları, 87-97.

Bendix, Regina, 1997, "Folklorismus/Folklorizm", *Folklore: An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music, and Art*, 2 volums, Santa-Barbara, California: ABC-CLIO, 337-339.

Cassia, Paul Sant, 1999, "Tradition, Tourism and Memory in Malta", *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 5(2), Jun., 247-263.

Çobanoğlu, Özkul, 1999, "Halkbilimi Açısından Gelenek, Turizm ve İcad Edilmiş Gelenek Bağlamında Ayvalık Şeytan Sofrası Örneği", *I. Balıkesir Kültür Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri 01-02 Haziran 1998*, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Yayınları, 373-378.

Dettmer, Elke, 1994, "Moving Towards Responsible Tourism: A Role for Folklore", *Puttig Folklore to Use*, Lexington: University Pres of Kentucky, 187-197.

Doğaner, Suna, 1994, "Köyceğiz-Dalyan Çevresinde Eko Turizm", *Turizm Yıllığı 1994*, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası, 95-106.

Ekici, Metin, 2004, *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri*, Ankara: Geleneksel Yayınları.

Erhat, Azra, 1972, *Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Gidoni, Ofra Goldstein, 2000, "The Prediction of Tradition and Culture in the Japanese Wedding Enterprise", *Ethnos*, 65(1), 33-55.

Karaağaç, Günür, 2006, *Kaunos'dan Köyceğiz'e*, Ankara: Birol Matbaası.

Kendirbaeva, Gulnar, 1994, "Folklore and Folklorism in Kazakhstan", *Asian Folklore Studies*, 53, 97-123.

Oğuz, Öcal, 2003, "Halkbilimi Çalışmalarının Yeni Dönemi: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi", *Milli Folklor*, 60, Kış, 247-253.

Oğuz, Öcal, 2007, "UNESCO, Kültür ve Türkiye", *Milli Folklor*, 73, Bahar, 5-11.

Oğuz, Öcal, 2008, "UNESCO ve İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Kültürel Hazine Politikası", *Milli Folklor*, 78, Yaz, 5-11.

Özgüç, Nazmiye, 2003, *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*, İstanbul: Çantay Kitabevi.

Roginsky, Dina, 2007, "Folklore, Folklorism, and Synchronization: Preserved-Created Folklore in Israel", *Journal of Folklore Research*, 44(1), 41-66.

Tahir, Myumyun, 2007, "Cultural Tourism and the Opportunities for Pesentation of the Ethno Cultural Heritage", *vasil7penchev.files.wordpress.com*

Tuleja, Tad, 1997, "Invented Tradition", *Folklore: An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music, and Art*, 2 volums, Santa-Barbara, California: ABC-CLIO, 466-468.

Wolf-Knuts, Ulrika, 2007, "Folklorizm, Nostalji ve Kültürel Miras", *Folklorun Sahtesi: Fakelore*, Ankara Geleneksel Yayınları, 175-181.

KAYNAK ŞAHISLAR

	Adı-Soyadı	Doğum Yeri ve Tarihi	Tahsili	Mesleği	Adresi	Görüşme Tarihi
1	Nebi Güven	Köyceğiz / 1923	İlkokul	Çiftçi	Toparlar Beldesi Köyceğiz / Muğla	24.07.2008
2	Yasin Yorulmaz	Köyceğiz / 1979	Lise	Çiftçi	Toparlar Beldesi Köyceğiz / Muğla	29.06.2007
3	Erkan Adalı	Dalyan / 1963	Lise	Turizmci	Gökbel Köyü Dalyan / Muğla	18.07.2005
4	Mehmet Durmuş	Köyceğiz / 1986	Lise	Esnaf	Çalca Köyü Köyceğiz/Muğla	18. 01.1998