folklor/edebiyat, cilt:18, sayı:72, 2012/4

İNTERNETTEKİ ŞİRİNCE: SİBER DÜNYANIN "GERÇEKLİĞİ"

Z. Nilüfer Nahya*

İnternet artık birçok insanın gündelik hayatına yerleşmiş ve hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. *Email*'lerimiz, *Facebook* sayfamız, *blog*'larımız veya sürekli takip ettiğimiz web siteleri, gündelik hayatımızın çoğu zaman rutin parçaları olmuştur. İnternet, haberlerden hava durumuna, müzikten resme kadar görsel ve yazılı bilgiler içeren, kitaplar, ansiklopediler, gazeteler, televizyon ve radyo gibi başvurulan ve çoğu insanın hayatına yerleşen bir olgudur. Bir bilgi kaynağı olmasının ötesinde diğer birçok medya aracı gibi –hatta bazen daha fazla- güçlü, hızlı ve geniş ölçekli bir iletişim aracıdır. Kimi insanlar için televizyondan ve radyodan öncelikli olarak evlerde internet yer almaktadır; çünkü onunla oturduğunuz yerden Sibirya'ya bağlanabilmeniz mümkündür. İletişimi güçlendiren birçok bağlantı sistemi olmasının yanı sıra, web siteleri aracılığıyla, ziyaretlerde bulunmak ve farklı insanlarla tanışmak kadar, ticaret yapmak da mümkündür. Bu açıdan internet, kendine özgü bir alan yaratmıştır.

Bu alan içersinde internet, gündelik hayatımız kadar özel hayatımızı, psikolojimizi ve elbette ticari hayatımızı dahi etkileyen bir bağlantı sistemine dönüşmüştür. Alış veriş, fatura ödemeleri gibi ticari ilişkilerin yanında turizm için de vazgeçilmez bir iletişim ve ticaret kaynağıdır. Acentelerin sunduğu tatil olanakları bir kenara itilip, internet üzerinden rotalar belirlenebilmekte, rezervasyonlar yapılabilmekte, uçak, tren ve otobüs biletleri alınabilmek-

* Dr, Etnoloji

tedir. İngilizce başta olmak üzere farklı dillerde sunulan web siteleri, bu iletişimi ve işlemleri artırmaktadır.

İnternet, iletişimi kolaylaştıran bir unsur olarak geliştiğinde halkbilimi de "gerçek dünyada"* olduğu gibi İnternette de çalışmaya başladı. Halkbilimcilerin oldukça geç ilgilenmeye başladığı siber folklor çalışmaları, folklor ve teknoloji, folklor ve iletişim gibi eşleştirmeler kapsamında gerçekleştirilmiştir (bkz. Blank, 2009:1-20). Fakat halkbilimi ve aynı zamanda sosyal antropoloji açısından büyük önem taşıyan etnografi ve alan araştırması konuları, en derin tartışmaların gerekçesi olmuştur. Bu süreç, halkbilimci ve antropologların siber dünyada nasıl araştırma yapacaklarına ilişkin bir literatürün ortaya çıkmasına sebep olmuştur (örn.Hine, 2005). Yanı sıra siber etnografi, siber folklor ve siber antropoloji gibi tamlamalar da hayatımıza eklenmiştir (örn. Escobar,1994).

Turizm hakkında yüz yüze yapılan araştırmalar kadar internetle bağlantılı araştırmalar yapmak da mümkündür. Çünkü internet, yerli ya da yabancı turistlerin, ziyaret öncesinde bilgi, rezervasyon ve tanıtım için başvurduğu önemli bir aracı konumundadır. Bu çerçevede, görsel öğelerin ağırlıkta olduğu, çeşitli konularda bilgilendirmelerin yer aldığı internet, siber bir dünya olarak, turistik bir bölge hakkında, bir önyargı ya da önfikir oluşturmaktadır. Ancak bu fikirler, sonrasında olumlu ya da olumsuz yönde değişebilmekte, gelişebilmekte ya da yeniden oluşabilmektedir. Bu halde de siber dünyanın, sorgulayıcı belirleyicisi "gerçek dünya" olmaktadır. Bu nedenle, yerel kültürün yansıtılışının *gerçekleştiği* ya da *görselleştiği* alan olarak bu siber dünya ve yanı sıra yerel kültürün yaşadığı alan olarak da siber dünyanın bu bağlamdaki aracılığı irdelenebilir. Değişkenler üzerinden siber dünyada yansıtılmak istenenler ve "gerçek dünya" ile farklılıkları bu aracılığın görülebilmesi için kullanılabilir.

Bu durumda ortaya çıkan 'siber dünya, "gerçekliği" hangi öğeler üzerinden ne kadar yansıtabilmektedir ve bu çerçevede turizm unsurunun belirleyiciliği ne düzeydedir ?' sorusu bu çalışmada temel belirleyici olmuştur. Bu çerçevede, öncelikle örnek olarak seçilen web sitelerindeki genel manzaradan bir Şirince imgesi ortaya çıkarılmaktadır. Bu aşama, Şirince'ye gidiş öncesinde gerçekleştirilmiştir ve köyde bir yabancı olarak bulunma avantajı da *görüntüyü* anlamak açısından yardımcı olmuştur.**

Çalışmada, (a) tanıtımlara malzeme oluşturan öğeleri, içeriklerini, özelliklerini ve gündelik yaşamdaki yerlerini görebilmek için, siber dünyada yer alan bu görsel öğelerin, "gerçek dünya"daki yerleri ve anlamları (ya da kullanılışları) belirlenmektedir. Yanı sıra, (b) yerel kültürün siber dünyadaki temsili hakkında fikir edinilmekte ve (c) son olarak sitelerde tanıtımlara veri sağlayan bilgiler, görüşmeler ile karşılaştırılmaktadır. Bu şekilde, siber dünyada yer alan imgenin içeriği ile "gerçek dünya", bir anlamda, hem karşılaştırılmakta hem siber dünyayı oluşturan, "gerçek dünyanın" belirleyiciliği görülmekte hem de bir tür birleştirmeyle

* Burada gerçeklik yargısal bir tespit olmaktan çok, tartışılmak istenen bir olgudur. Çünkü siber dünya da bir o kadar gerçektir ve yaşamın parçasıdır. Fakat bu çalışma, yapısı gereği, siber dünyadaki durumla, yaşadığımız dünyadaki durum karşılaştırmasına giriştiği için, siber dünya – gerçek dünya ikiliği kurulacak, ancak makalenin üstüne kurulduğu tartışma zemini nedeniyle ve siber dünyanın gerçekliğine dikkat çekmek amacıyla "gerçek dünya" ve "gerçeklik" tırnak içinde kullanılacaktır.

** Bu çalışmanın ilk hali, 21- 24 Kasım 2011tarihleri arasında düzenlenen VIII. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresinde sunulmuştur.

siber ve "gerçek dünya" ikiliğinin genel görüntüsü ortaya çıkarılmaktadır. Ancak tüm bunlar, temelde köy ve turizm etkeni bağlamlarında işlenmektedir.

Çalışmanın alan araştırması bölümünde ise örnek olarak seçilen web sitlerindeki bilgiler ve görsel öğelerin irdelenmesinin ardından oluşturulan soru listesi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.* Örnek olarak seçilen siteler şunlardır:

Artemis Restoran ve Şarapevi, http://artemisrestaurant.com/Tr/ (Erişim Tarihi 15.06.2009.)

Kırkınca House Hotel, http://www.kirkinca.com/index.html (Erişim Tarihi 08.05.2009)

Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/default.asp?L=TR&mid=145 (Erişim Tarihi 08.05.2009)

Aliş Pansiyon, http://www.sirincealispansiyon.com/ (Erişim Tarihi 10.05.2009)

Nişanyan Evleri, http://nisanyan.com/ (Erişim Tarihi 08.05.2009)

Can Restoran, http://www.canrestaurant.com/s.html (Erişim Tarihi 10.05.2009)

Selanik Pansiyon, http://www.selanikpansiyon.com/ (Erişim Tarihi 15.06.2009)

Dionysos Pansiyon, http://www.dionysospension.com/index.htm (Erişim Tarihi 10.05.2009)

ve Akberg Şarapları, http://www.akbergwines.com/ (Erişim Tarihi 15.06.2009).

Seçilen dokuz siteyle ilgili olarak toplam yedi görüşme gerçekleştirilmiştir. Bir görüşme ise Akberg şaraplarının İzmir merkezinde bulunan ofisinde, araştırmaya katılan diğer iki araştırmacı tarafından yapılmıştır.** Diğer çalışmalara dair soruların da bulunması nedeniyle, bu görüşme karma özellikli kabul edilebilir. Bir bilgilenme de elektronik posta üzerinden yapılmıştır. Nişanyan evlerinden konuştuğum kişiler, web sitesiyle Sevan Nişanyan'ın ilgilendiği söylemiş ve kendisi yurt dışında olduğu için elektronik posta adresini vermişlerdir. Sevan Bey detaylı bir cevaplandırma yapmışsa da bu yazışma daha ziyade bir açıklama dokümanı olarak kabul edilmiştir.

Turistik Bir Köyün Öyküsü

İzmir ilinin Selçuk ilçesine bağlı, bu ilçeye 8, Efes antik kentine 11 kilometre mesafedeki Şirince köyü, çeşitli kaynaklarda Kyrkindje, Kirkidje, Kırkıca, Kırkınca isimleriyle anılır (Sepetçioğlu, 2004:2). Yaygın hikayesinde, köyün Çirkince olan ismi, Cumhuriyetten sonra İzmir Valisi Kazım Dirik (Paşa) tarafından Şirince olarak değiştirilmiştir.

İlk kuruluşu 5.yüzyıla dek uzatılabilen Şirince'yi, Efes antik kenti sakinlerinin, Küçük

* Söz konusu araştırma, ODTÜ Türk Halk Bilimi Topluluğu, Kuramsal Çalışmalar ve Yöre Araştırmaları Alt Birimince, 29 Haziran – 5 Temmuz 2009 tarihleri arasında düzenlenen 'Turizm ve Yerel Kültür' ana başlıklı, bir alan araştırması kapsamında yapılmıştır.

** 'Turizm ve Yerel Kültür' ana başlıklı araştırma kapsamında bu görüşmeyi yapan Gökçe Özge Tümkan ve Sezen Bozkurt'a, onlarla beraber görüşme, gözlem ve fikirleriyle bana katkıda bulunan Meryem Mudara ve Gizem Beril Ünal'a teşekkür ederim.

Menderes nehrinin Efes limanını alüvyonla doldurması ve dolayısıyla liman şehrin önemini kaybetmesi nedeniyle kurdukları söylenmektedir (Sepetçioğlu, 2004:2). Şirince, 1890'da ve büyük ihtimalle öncesinde de Aydın vilayetinin İzmir sancağı, Kuşadası kazasına bağlıydı. 1831 verilerine göre Kuşadası kazasında 69 Müslüman ve 698 Ortodoks erkek yaşamaktadır (Pekak ve Aydın, 1998:126). Köy halkının aktardığı bilgileri doğrulayan 1919 yılına ait belgelere göre o zamanki adıyla Çirkince, o günkü adı Ayasuluğ olan Selçuk kasabasına bağlı bir köydür ve bağlı olduğu Selçuk'tan daha büyük ve kalabalıktır (Tül, 1997:15).

O dönemin yaşamına dair bilgileri aktaran ünlü Yunan yazar Sotiriyu (1909-2004), Rum köy halkının Rumca ve bazen Türkçe konuştuklarını, köyün tek Türk binasının zaptiye dairesi olduğunu, zeytin, üzüm ve incir üretiminin o tarihlerde de yapıldığını, köylünün çevredeki Türk köylerle yakın ilişkide olduğunu ifade etmiştir (bkz. Sotiriyu, 1970). 1908 İzmir Vilayet Salnamesinde ise halkın Karamani denilen Türkçeyi konuştukları ve nüfusun 4.000 olduğu belirtilmektedir (Pekak ve Aydın, 1998:130).

Köyün, detaylandırılmayan tarihine göre ise Çirkinceli Rumlar, 1919'da İzmir'e çıkartma yapan Yunan ordusuna destek verirler. Ancak Kurtuluş Savaşı ile 1922'de İzmir kurtarılırken, bu yörede yaşayan tüm Rumlar Yunanistan'a göç etmek zorunda kalırlar. Aslında bu bir göç değil, Afyon'da cephenin bozulmasının ardından gelen bir kaçıştır (Sepetçioğlu, 2004:3).

Araştırma sırasında bazı köylüler, Rumların kaçmasının ardından çevre köylerden gelen kişilerin evlerde dikiş makinelerinde elbiseler, ocakta sıcak yemekler bulduklarını anlatmıştır. Hatta bu gelen köylülerin köyü talan ettiklerini ve sonrasında boş bıraktıkları da eklenmiştir. Bugün Rumlardan geriye, evleri dışında iki kilise kalmıştır.*

1924'te dek iki yıl boyunca boş kalan köye Selanik ve Kavala'nın çeşitli köylerinden Çirkince'ye getirilen Türk göçmenlere Giritliler de eklenir. Ancak Giritliler Şirince'de yaşayamazlar ve bu nedenle Giritliler ve diğer bazı göçmenler, kendilerine verilen evleri inşaat malzemesi yapmak üzere söküp Selçuk, Kuşadası ve İzmir'e göç ederler. Rumlar tarafından terk edildiğinde 1800 hanesi bulunan köy, günümüzde 185 haneye düşmüştür (Sepetçioğlu, 2004:5).

2009 verilerine göre toplam nüfusu 556 olan köyün 282'si kadın ve 274'ü erkektir ve 16 kişi Şirince dışından gelip yerleşmiştir. Rakımı 330 olan dağ köyü Şirince'nin iki ana geçim kaynağı bulunmaktadır. Zeytinyağı turizm sürecinde de etkili olan ilk ana geçim kaynağıdır. Zeytinyağı için dikilen zeytinlikler, köye giden yolda hemen göze çarpmaktadır. Şeftali, ün saldığı söylenen bir başka Şirince ürünüdür. Bunu takiben çoğunlukla yemelik, bir kısmı da şaraplık olarak üretilen üzümlere, son yıllarda kiraz ve ceviz de eklenmiştir.

Turizm köyün ikinci ana geçim kaynağıdır ki alışılmış köy geçim kaynaklarından birisi

* Bunların ilki olan Aziz Demetrius Kilisesi, köyün girişinde görülebilen, yarı yıkık halde bir kilisedir. Kitabesi yoktur, özgün ismi ve yapım tarihi bilinmemektedir. Restorasyon aktif olarak yoktur. Bir süre cami olarak kullanıldığına dair bilgilere rastlanmışsa da kaynak kişilerce hiç belirtilmemiştir. İkinci kilise, Ioannes Prodromos yani Aziz Vaftizci Yahya Kilisesi'dir. Kapıda 11 satırlık Yunanca bir kitabe bulunmaktadır. Son yıllarda Efes Müzesi'nce Amerikalı bir vakıf tarafından restore edilmiştir. Kilisede ancak silik freskler görülebilmektedir. 2005 yılında Fener Rum Patriği Patrik Bartolomeos tarafından ziyaret edilmiştir ve her yıl, izinle ayin yapılmaktadır.

değildir. Köyde hemen göze çarpan tezgâhlar, muhtarlığa aittir ve buradan kiralanmaktadır. Bir haneye ancak bir tezgâhın verildiği ve yıllık 250 TL kira alınan Şirince'de, 2009 rakamlarına göre muhtara bağlı seksen tezgâh, tezgâh dışında da altmış dükkân bulunmaktadır. Sekiz hediyelik eşya dükkânı, on dört gözleme yapan bahçe, on üç şarap evi ve Nişanyan gibi grup oteller tek sayılarak bakıldığında sekiz yüz yatak kapasiteli yirmi iki pansiyon Şirince "köyünde" bulunmaktadır.

Görüşmelere göre 80'lerin sonlarında tek tük gelmeye başlayan turistlerle başlayan turizm, 1993 yılında iki pansiyonun (Erdem ve Şirince) açılmasıyla farklı bir hal alır. 90'ların başlarında iki otobüsün kısa süreli uğradığı Şirince'ye bugün, günde on beş-yirmi otobüs gelmektedir. Yaz aylarında ve hafta sonlarında bu sayı artmaktadır. Köyün ünlenmesinde etkili olan şarapçılık, ev şarapçılığı şeklinde başlamıştır. Ancak araştırma göstermiştir ki köylülerin turizm öncesinde ve sonrasında ne sıklıkta şarap yaptıkları ve tükettikleri belirsizdir. Kimi kişiler şarap içilmediğini sadece ikram edildiğini, kimi kişilerse sıkça şarap tüketildiğini söylemişlerdir. Ancak Şirince'yi şaraplarıyla ünlü yapan eski zeytinyağı fabrikasını alarak bir şarap fabrikasına dönüştüren Akberg Şarapçılık, Şirince'yi şaraplarıyla tanıtmış ve ona şarapla özdeş bir anlamın yerleşmesine sebep olmuştur. Köydeki şarap üzümcülüğünü de teşvik eden fabrika, köyde bulunmayan meyve şarabı üretimine de başlamıştır.

Bunlarla beraber, 1978 yılında önce yukarda sözü edilen iki kilise "korunması gerekli taşınmaz kültür varlığı" olarak tescil edilmiş; tarihi yapısının korunması amacıyla Şirince köyü de 1984'de "kentsel sit alanı", 1997'de ise "üçüncü dereceden doğal sit alanı (D3)" olarak ilan edilmiştir (Kaplan vd.,1997:303). Şirince, Selçuk ilçesinin kapsamında yer alan Efes Antik Kenti*, Meryem Ana Evi**, Aziz Yuhanna Kilisesi*** ve Efes Müzesi**** gibi tarihi yerlere yakın oluşu nedeniyle, bu bölgenin turistik alanına rahatlıkla dahil olmuştur. Yabancı turistler kadar yerli turistlerin de uğrak yeridir. Özellikle hafta sonları, köy turistlerle dolup taşmaktadır.

Web Sitelerindeki Şirince

Öncelikle kısaca web sitelerinin genel görüntüsünden bahsedilebilir. Örnek seçilen tüm

* Efes'teki ilk kazılar 1863 yılında İngilizlerin yaptığı sondajlarla başlamış; 1893'ten itibaren Viyana Üniversitesi'nden Otto Benndorf 1893'de bölge kazılarını devralmıştır. I. ve II. Dünya Savaşları nedeniyle ara verilen kazılar, 1954 yılından sonra bu kez Avusturya Arkeoloji Enstitüsü tarafından yürütülmüştür. Bu kazılara Türk araştırmacılarla birlikte aynı enstitü devam etmektedir. bkz. Excavation History of Ephesos, http://www.oeai.at/index.php/excavation-history.html, Erişim Tarihi 20.09.2011

** 1891 yılında sıra dışı bir hikaye ile bulunan ev, 1964 yılında Papa 23. Jean Paul tarafından hac yeri ilan edilmiştir (Soykan, 1997:183).

*** Mesih İsa'nın Havarilerinden olan Aziz Yuhanna'nın, İsa'nın annesi Meryem Ana ile Efes'e geldiği ve burada yaşadığına inanılmaktadır. Aziz Yuhanna'nın da burada öldüğü düşünülmektedir. Onun adına yaptırılan en büyük kilisenin kalıntıları Selçuk ilçesinde bulunur.

**** Bu gruba yine bu alan içinde bulunan Bizans su kemerleri, Artemis Tapınağı, Yedi Uyuyanlar Mağarası, İç Kale (Selçuk Kalesi), İsabey Camii de eklenebilir.

web siteleri ticari özelliktedir ve hepsi, "Hakkımızda" vb başlıklarla kendilerini tanıtmaktadır. Kimi zaman kuruluş hikayeleri* kimi zaman da kendi özellikleri aktarılmaktadır.** Mekânlar (odalar, evler, bahçeler), yemekler (otellerde kahvaltılar ve restoranlar) ve aktiviteler (doğa yürüyüşleri, geziler) web sitelerinde ağırlıklı olarak fotoğraflarla gösterilmektedir. Çevrimiçi (*online*) satış veya rezervasyon işlemi yapmak da mümkündür. Sitelerin varlık amaçlarını oluşturan, tanıtım, rezervasyon ve ulaşım, haliyle sitelerin olmazsa olmazlarıdır. Sitelerdeki tanıtım ise üç gruba ayrılabilir. Öncelikle ve ağırlıklı olarak mekânlar tanıtılmaktadır. Odalar, banyolar, yemek yenilecek yerler, yemekler, kahvaltılar bu gruba giren noktalardır. Yazılı ve görsel olarak yapılan bu bilgilendirmeleri, Şirince'nin tanıtımı izlemektedir. Her sitede Şirince'ye ilişkin bilgilere rastlamak mümkündür. Kimisi detaylı tarihsel ve coğrafi bilgi vermeyi tercih ederken, bazıları daha yüzeysel bilgilerle yetinmiştir. Fakat Şirince'yle ilgili bilgi vermeyen neredeyse yoktur. Üçüncü olarak da çevredeki tarihi ve coğrafi ziyaret yerlerine ilişkin bilgiler aktarılmaktadır ki, bu konuda kimi siteler yüzeysel bilgi verirken*** kimileri de beklenenden çok daha fazla detaya yer vermeyi tercih etmiştir.****

Görüşmeler ise, işyeri sahiplerinin ya da işletmecilerin bu tarihsel bilgilere hâkim olduklarını, fakat bazı detayları karıştırdıklarını ve bu bilgileri daha ziyade tanıtım amacıyla kullandıklarını ve böyle bir dille ifade ettiklerini göstermiştir. Şirinceli olanlarla dışarıdan gelerek buraya yerleşenler arasında Şirince'nin tarihine ilişkin bilgiler konusunda farklar bulunmaktadır. Şirinceli olanlar, köyün geçmişi ve bugünü arasında sosyal ilişkiler, dayanışma vb. konularda bilgi ve eleştiriler sunarken, Şirince dışından gelenler, köyün tarihine ilişkin bilgilerin yanında, Şirince'nin "köy" özelliğini kaybetmiş olmasına eleştirilerde bulunmaktadırlar.

Nişanyan Hotel, web sitesinin Türkçe bölümündeki tanıtım satılarında da bu eleştirileri dile getirmektedir:

"Şirince'ye Neden gidilir?

İtiraf edelim, Şirince çok bozuldu. Her gelenin aşık olduğu **mütevazı, güleryüzlü Ege köyü** gitti. Yerine Çin işi işporta mallarıyla kötü şarap tezgâhlarından geçilmeyen bir panayır yeri geldi. Köyün gençlerinden biraz ufku ve yeteneği olan herkes, daha iyi bir hayat kurmak için şehre taşındı. Çarşıyı dışarıdan gelen profesyonel esnaf doldurdu. Köylünün gözünde Walt Disney'in Varyemez Amcası gibi $$ işaretleri çakıyor.

Yine de Şirince'ye gelmeye değer mi? Değer!

Bir, Nişanyan Evleri çarşı pazardan uzak, köyün halâ çok sakin ve güzel kalan bir kenarında. **İki**, Şirince'nin UZAKTAN görüntüsü halâ büyüleyici. Doğa, dağlar, bu dünyadan uzak bir aleme ait.

* Örn. Kırkınca House Hotel, http://www.kirkinca.com/profil.html, Erişim Tarihi 15.02.2011.

** Örn. Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/default.asp?L=TR&mid=196, Erişim Tarihi 15.02.2011.

*** Örn. Şirince Artemis Restoran ve Şarapevi, http://www.artemisrestaurant.com/Tr/Content2.asp?m2=2, Erişim Tarihi 15.06.2009.

**** Örn. Kırkınca House Hotel, http://www.kirkinca.com/profil.html, Erişim Tarihi 15.02.2011 ve Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/default.asp?L=TR&mid=196, Erişim Tarihi 15.02.2011.

Üç, köyün dışına doğru yürüyüşe çıkarsanız inanılmaz güzellikte yerlere geliyorsunuz. **Dört**, halâ diskotek filan yok, geceleri sakin.

Beş, Şirince'de sivrisinek yok. Hiç yok. Yaz geceleri açık havada ferah ferah uyunuyor. **Altı**, İstanbul'la Bodrum arasında bundan güzel bir yer yok. Belki bir iki tane var da, onlarda da konaklama imkânı yok."*

Nişanyan'ın bu eleştirel perspektifi yine Türkçe sayfalarda daha samimi fakat daha hissedilir olarak işlenirken, yabancı dillerdeki sayfalarda resmi bir üslupla aktarılmaktadır:

"Evler: Köy hayatı

Evler harabeye dönmüş eski Rum evleriydi. Geleneksel yapım teknikleri kullanarak, hemen hemen hiç beton, plastik, alüminyum ıvır zıvır sokmadan onardık. "Pansiyon yapıp kiralarız" düşüncesiyle değil, sanki biz ya da en yakın arkadaşımız oturacakmış gibi yapıp döşedik."

"The Houses: Privacy and quiet

Our three houses are situated immediately below the Inn on a sharp slope. They offer an opportunity to enjoy traditional Aegean village life in a **quiet and private setting**. Like most houses in Sirince they were originally built in the early 19th century. We renovated them (we hope) without spoiling their original spirit."**

Sitelerin vazgeçilmezleri olan iletişim ve ulaşımda ise siber iletişim açısından üzerinde durulması gereken bir noktaya rastlanmaktadır. İnternet, genelde Şirince'ye, özelde de gidilecek işletmeye ilk erişim biçimidir. Görsel ve yazılı bu erişime, telefon ya da yine elektronik posta (*email*) veya form üzerinden internet ile erişim eklenmektedir.*** Temelde bir iletişim biçimi olan bu ilk iki bağlantı biçimi, bir tür ulaşımdır fakat *sabittir*. Fiziksel ulaşımsa elbette uzaklıkları, yolları ve yolculuğu kapsayan *hareketi* ifade etmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi Şirince, tarihçesi ve görünüşüyle sitelerin hepsinde bir şekilde yer almaktadır. Kimi tasarımlarda Şirince, genel manzarasıyla, silikleştirilmiş evleriyle ya da doğasıyla fonda resmedilirken, kimilerinde kullanılan mekân(lar)ın görüntüleriyle gösterilmektedir. Şu halde Şirince, işletmelerin bulundukları alan olarak önemliyse de, Şirince'de olmak yani işletmenin Şirince'de bulunması, daha çok vurgulanmaktadır. Bu duruma göre, web sitelerindeki siber dünyada, merkez olarak Şirince değil Şirince'deki işletmeler yer almaktadır.

* Şaraplar, http://nisanyan.com/?x=wine, Erişim Tarihi 16.02.2011, vurgular siteye ait.

** Resmi olmayan bir çeviri, farkı göstermek açısından şu şekilde yapılabilir:

"Evler: Mahremiyet ve sükûnet

Üç evimiz, Han'ın hemen altında keskin bir yamacın üzerinde bulunuyor. Bu evler, sakin ve özel düzenlemeleriyle geleneksel Ege köyünün tadı çıkarma olanağını sunuyor. Şirince'deki birçok ev gibi 19. yüzyılda inşa edilmişler. Bunları orijinal ruhuna göre bozmadan yeniledik (umarız)." Evler, http://nisanyan.com/?s=houses, Erişim Tarihi 16.02.2011, vurgular siteye ait.

*** Örneğin pansiyon sahiplerinin hepsi, müşterilerinin neredeyse tamamının internet üzerinden rezervasyon veya telefonla kendilerine ulaşarak geldiklerini belirtmişlerdir.

Web sitelerine bakıldığında onları çekici kılan unsurlardan en öne çıkanı, Şirince'nin bir köy olmasıdır. İlginç tarihi ve yapılanmasıyla farklılık yaratan Şirince köyüne, doğası da eşlik etmektedir. Sitelerin neredeyse her sayfasında görülebilecek bu doğa ve köy vurgusu, sitelerin kimi sloganlarında da yer almaktadır: "Eşsiz Bir Doğa"* ve "Yeryüzü Cenneti Şirince"** gibi. Öyle ki bu sitelerden birinde doğa vurgusu, fondan gelen kuş sesleriyle yapılmaktadır.***

Doğa vurgusu, kimi işletmelerin düzenledikleri doğa yürüyüşleri ve doğaya ilişkin tanıtım cümleleri ile sürdürülmektedir. Ancak çoğunlukla doğa vurgusu, köy tasviriyle iç içe geçmiştir. Şirince'nin bir köy olduğuna –haliyle- tüm siteler değinmektedir. Sitelerde vurgulanan noktalara, tanıtımlarda kullanılan ifadelere, sunulan hizmetlere ve yapılan düzenlemelere bakıldığında, web sitelerindeki Şirince'de karşılık bulan bir köy tasviri ortaya çıkmaktadır. Bu tasvir şöyle özetlenebilir: Köy, şehirden uzaktır ve doğaya yakındır. Yine doğal, köy üretimi yiyecekler yenilmektedir. Doğası kadar manzarasıyla da şehir görüntüsünden farklıdır. Köyde, geleneksel evler olur; odalarda geleneksel ve eski eşyalar yer alır ki bunlara geleneksel yorganlar da dâhildir. Ahşap düzenlemeler ve eşyalar, bahçedeki çiçekler, bir Ege köyü olması nedeniyle zeytinyağı ve taze meyveler bulunur. Modern olarak adlandırılan banyoların yanında Osmanlı stili hamam tarzı banyolara da rastlanmaktadır. Son olarak temiz havalı, doğa içinde yer alan bu köyde, misafirleri, dostluk, ilgi ve aile ortamı beklemektedir.

Parçaların toplanmasıyla ortaya çıkan bu köy tasvirindeki en güçlü öğe, şehir hayatına alternatif bir yaşamın sunulmasıdır. Bir web sitesinde bir yazardan yapılan alıntı bunu en iyi şekilde örneklendirir:

"Gökyüzü, yeryüzünü arar eşini arar gibi yaşadığın şehirde. Koparılmıştır, senin gökyüzündeki mavin yeşilinden. Eksoz kokusu, arsızca sırıtır yüzüne çarparken.

İnsanlar; kadın, erkek, çocuk…dolaşır beton kaldırımların şiddetinde. Ayaklar toz toprak, çamur olmaz belki; ama hırçın bakar gözleriniz, soluk soluğa evlerine, işlerine koşan bedenleriniz yüzünden. (…)

Oysa Şirince'de gökyüzü, sevdasını doyasıya yaşıyor yeryüzüyle. Çok pencereli kagir evleri iki katlıdır. Asma balkonlarıyla, pencere ve saçak kenarlarında renkli resim ve kuş motifleriyle… Bu sevda içinde erir Şirinceli"****

Ancak elbette ki yine web siteleri üzerinden bakıldığında ve işletmelerin varlıkları düşünüldüğünde; aynı köy, şehir hayatında bulunamayanları *sunan* veya kaba bir tabirle "satan" bir köydür. Çünkü gelir, elbette işletmenin kendi hizmetleri, yapısı yani kendi varlığı üzerinden kazanılıyorsa da Şirince'nin bir köy olması ya da bu şekilde sunulması da kazancın bir parçasıdır. Sonuçta da köyü temel alan, ancak, iş yerlerinin şekillendirdiği bir "köy" ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi ve dönüştürücüsü de turizmdir. Köy ve turizmin birlikteliği web sitelerindeki ifadelerde açıkça görülmektedir:

* Can Restorant, http://www.canrestaurant.com/s.html, Erişim Tarihi 10.05.2009

** Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/, Erişim Tarihi 08.05.2009

*** Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/, Erişim Tarihi 08.05.2009

**** Aliş Pansiyon'un araştırma sırasında güncel olan web sitesinde yer alan bir metinden alınan bu parça, yeni sitede bulunmamaktadır. Metin ise 11.05.2003 tarihiyle eski işletme sahiplerinin kaleme aldığı bir yazıdır.

"Yunanlı yazar Dido Sotiruyu; 'Benden selam söyle Anadolu'ya' adlı eserinde 'Şu yeryüzünde cennet diye bir yer varsa, bizim Kırkınca (Şirince) o cennetin bir parçası olsa gerek' diye boşuna söylememiş.

196 yıllık bu binada, köyün panoramasına karşı yöresel yemeklerden tadıp, meyve şaraplarını yudumladığınızda Yunanlı yazar'ın ne kadar haklı olduğunu göreceksiniz…"*

Bir tür köy romantizimi olan bu durum, aslında tek taraflı değildir. İmkân olduğunda orada kalmak, oradan eşyalar satın almak veya orada yemek yemek "köyü" ziyarete gelen kişilerce de talep edilmektedir ki birçok esnaf ve çalışanın görüşlerinde de bu görülmektedir. Yanı sıra köye gelen turist sayısı da bunun bir göstergesidir.**

İnternet de aslında bu tür bir iki yönlülüğe sahiptir. Bir web sitesi, ziyaretçiye hitap ettiği gibi sahibi tarafından da kullanılır. Onu düzenleyen ve üreten işletme sahibi olduğu gibi, talepleriyle de başlıkları belirleyen, ziyaretçi ya da diğer bir deyişle turisttir. Şarap yapılan bir köyden, şarap satılan bir köye dönüş de bu durumu örneklemektedir. Ev şarapçılığından, şarap fabrikasına ve sonrasında şarap satılan (ve tadılan) dükkânlara ilerleyişte, turistlerin ziyaretleri etkili ve belirleyici olmuştur. Bu nedenledir ki yine tüm sitelerde şarap –çoğunlukla da Şirince şarabı- vurgusu yapılmaktadır.*** Şarap, Şirince'nin olduğu kadar web sitelerinin de bir parçasıdır. Şarabı, zeytinyağı takip etmektedir. Zeytinyağı, köyde turizmin başlangıcında şarap kadar etkili olmuşsa da sitelerde ancak görsel olarak ya da kahvaltı tanıtımlarında söz edilir.

Son olarak sitelerin görsel yönüne değinilebilir. Sitelerdeki fotoğraflar, mekânlara -odalara, evlere, şarap evlerine, dükkânlara-, yemeklere –otellerde kahvaltılara ve restoranlara- çevredeki tarihi yerlere ve Şirince'ye ilişkindir. Ancak Şirince dışındaki fotoğraflar çoğunluktadır. Fotoğraflarda insanlar nadiren görüldüğünden, Şirince rahatlıkla sakin bir yer veya bir köy olarak düşünülebilir. Yine fotoğraflar, Şirince'den çok işletmelere yöneliktir. Şirince evleri ve çevre için işletmeler genellikle kendi mekânlarını tercih etmektedir.

Web Sitelerinin Ötesindeki Şirince

Yine sitelerde ele alınan noktalara paralel olarak, Şirince'nin genel görünüşüne bakılabilir. Şirince'nin internetteki ticari görüntüsünden pek de farklı olmadığını söylemek gerekir. "Köy", turizmin etkisini fazlasıyla hissettiren, bolca görsel, yazılı ve bu kez bir de sözlü

* Artemis Restorant, http://artemisrestaurant.com/Tr/Content2.asp?m2=1, Erişim Tarihi 16.02.2011.

** 90'ların sonundaki ortalamaya göre Şirince'ye yılda 200.000-250.000 turistin geldiği tahmin edilmektedir. Turistler en yoğun olarak ilkbahar ve sonbahar aylarında gelmektedir. Pansiyon ve oteller dışında gelen turistler, ortalama 3-4 saat köyde kalmaktadır (Kaplan vd.1997:304).

*** Nişanyan Evleri sitesinde bu şaraplara ciddi bir eleştiri getirildiğini ve işletmede Şirince dışı alternatiflere ağırlık verildiğini belirtmek gerekir: "Şirince şarabı bulundurmuyoruz; buna karşılık memleketin çeşitli yörelerinden güzel birkaç çeşit şarabımız var." Restoran, http://nisanyan.com/?s=restaurant, Erişim Tarihi 16.02.2011. Ne var ki Şirince'deki şarabın tarihçesine ilişkin olarak en detaylı bilgiyi yine Nişanyan vermektedir Şaraplar, http://nisanyan.com/?x=wine, Erişim Tarihi 16.02.2011. Bazı sitelerde şarabın genel tarihçesine ilişkin bilgiler bulmak da mümkündür.

olarak turizm ekonomisi döngüsüne girmiş bir alandır. Girişten itibaren, web sitelerindeki gibi pansiyon, restoran ve hediyelik eşya dükkânlarının reklamlarına rastlanabilir. Görüntüsü itibariyle gerçekten de alışılmışın dışında bir köydür. Mekânların yanı sıra, belli saatlerde ve günlerde, artan ve azalan yerli ve yabancı turistler görülebilir. Web sitelerinde görünmeyen "köylüler" genellikle işlerindedir: yani tezgâhlarda, dükkânlarda, pansiyonlarda, restoranlarda, fabrikada ve tarlada. Bir bölümü ise bu karmaşanın içinde kahvelerine ve evlerine sığınmışlardır. Köyün temel geçim kaynağının turizm olduğu açıktır ve görüşmelerin de gösterdiği gibi; köy ilişkileri bozulmuş olsa bile köylü artık bu duruma alışmış hatta bir anlamda bundan memnundur da.

"Her dönemin ayrı bir güzelliği var. Tamam çocukken köyümüz çok güzeldi. Ama şimdi o köyde yaşamak istemem. Sıkılırım." (C.Y., İşletme sahibi)

Köyün, alışveriş alanından ve durumundan rahatsız olan ise büyük oranda pansiyon ve otel sahipleridir. Çünkü onlar web sitelerinde sükûneti ve köyü vaat etmektedirler. Ancak ilginçtir ki turisti çeken de zaten, görüntüsü ve yapılanışıyla köyün bu halidir ve hediyeliklerle de ilgilenmektedirler. Şirince, köy gibi duran, içinde bir yerlerde hâlâ köy olan, köy görüntüsüyle para kazanan–ki buna eski kiliseler de dâhildir-; ama diğer köy örneklerine bakıldığında artık pek de köy olmayan bir yerdir. "Geleneksel köy"ün içinde şehri dahi hatırlatan modern yaşamın öğeleri saklıdır: yani internet, turizm, ticaret, çeşitli eşyalar, restoranlar, dolmuşlar, iş için göç eden insanlar ve bu bağlamda oluşan işçi-işveren sınıflandırması. Köyün vitrini olarak adlandırabileceğimiz kısım, Şirince'nin turistik yüzüdür. "Gerçek köy," turistik köyün içinde veya arkasında bir yerlerde durmaktadır. Bazı ara sokaklar, yaşlılar, pansiyon veya otel olmayan evler, tarımla uğraşan insanlar ve özellikle köylerin bir numaralı ulaşım araçları olan eşekler, bir köyü hatırlatacak öğeler olarak turistik köyün içine gizlenmişlerdir. Şirince'yi hâlâ bir köy olarak tutan belki de hâlâ ayakta duran bu özellikleridir.

Web Sitelerinin Ötesindeki "Gerçeklik"

Sitelerin içerikleri ve buna paralel "gerçeklikteki" Şirince görünümünün ardından, site sahipleriyle yapılan görüşmelere, mekânların kendilerine ve genel anlamda Şirince içindeki durumlarına da bakılabilir.

Web tasarımı, örnek olarak seçilen işletmelerin başvurduğu bir sektördür. Site sahipleri bir web tasarımcısı şirket aracılığıyla siber alanlarını oluşturmuşlardır. Yanı sıra fotoğraflarını da profesyonel fotoğrafçılara çektirmişlerdir. Ancak sitelerde nelerin bulunacağına, yazıların içeriklerine ve fotoğraflara kendileri karar vermişlerdir. Sadece bir site görüşmeden sonra büyük bir değişiklik geçirmiştir.* Diğerlerinde küçük değişimler ve eklemeler olmuşsa

* Söz konusu site Aliş Pansiyon'a aittir: Aliş Pansiyon, http://www.sirincealispansiyon.com/ Erişim Tarihi 10.05.2009. Pansiyon sahibiyle yaptığımız görüşmede kendisi de bu değişikliği önceden belirtmiştir. Bu sebeple de görüşme, eski ve planlanan site üzerinden yapılmıştır.

da, yalnızca bir site, dillerde değişiklik yapmıştır.*

Yeri gelmişken, yabancı dillerin gerek turizm gerekse de internet bağlamında tartışılabilecek önemli bir konu olduğu söylenebilir. Örnek seçilen web siteleri –biri hariç- okuyucularına farklı dillerde de siteyi okuyabilme olanağı sunmuştur. Dil çeşitliliği olmayan sitelerin en azından İngilizceyi seçtikleri görülürken, diğer diller Almanca, Fransızca ve İspanyolcadır. Bu durum da Şirince'yi çok dilde temsil edilebilen ve sunulabilen bir "köy" haline getirmektedir. Böylece Şirince siteleri, diğer köy sitelerindeki köy dışında kalmış kişilere bir anlamda köy hizmeti vererek, uzaklıkları yakın kılmak (Nahya, 2007) amacından farklılaşmaktadır. Ulusal ve uluslararası bir çevreye, siber alan üzerinden çok dilli bir temsiliyet aracılığıyla turistik bir amaçla ulaşmak çabasındadır.

Köy içi ilişkilere bakıldığında ise web sitelerinde görülmesi mümkün olmayan bir ilişkiler ağı görülmektedir. Görüşmelerde, pansiyon ve otel sahipleri ile diğer esnaf arasında bir beklenti farkı olduğu ortaya çıkmaktadır. Sitelerdeki vaatler de bunu desteklemektedir. Pansiyon ve otel sahipleri, köyün çarşısındaki tezgâhlardan ve dükkânlardan rahatsızdırlar. Ulaşmak istedikleri insanlara sade bir köy vaat ettikleri için, köyün sakin ve sessiz olmasını istemektedirler. Çoğu, bu görüntüyü Kuşadası ve Bodrum gibi turistik ilçelerin çarşılarına benzetmektedir.**

Öte yandan diğer esnaf, gelişmek ve büyümek beklentisindedir. Çarşının bu halinden rahatsız görünmemektedirler. Fakat pansiyon ve otellerle ortaklıkları ve anlaşmaları gibi sebeplerin de etkisiyle onlara herhangi bir eleştiri getirmemektedirler.

Burada, turistin kime ve ne zaman geldiği de belirleyicidir. Pansiyon ve otellere gelen turistler, gündüzleri çevredeki tarihi yerleri gezmekte, akşamları kalacakları yerlere dönmektedirler. Tezgâh, dükkân ve restoran sahipleri ise yerli halkın 'günübirlikçi' dediği turistlerle muhatap olmaktadır. Dolayısıyla iki tarafın hitap ettiği kitle de farklıdır. Bu işletmelerin, misafirlerine web sitelerinde vaat ettikleri ve sundukları hizmet de zaten bu sınırlandırmayla oluşturulmaktadır. Pansiyon ve otel sahipleri, web sitelerinde, kalacak yer ve çevrede gezilecek yerlere ağırlık verirken, restoranlar geçici işletmeler olarak, günübirlikçilere ya da kalacak olan kişilerin yemek saatlerine talip olmaktadırlar. Tezgah dediğimiz işletmelerin ise web siteleri yoktur; çünkü onlar süreli müşterilere hitap etmektedirler.

Bu aşamada az önce sözü edilen ortaklıklara da kısaca değinilebilir. Şirince esnafı, akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri üzerinden birbirleriyle ortaklıklara ya da anlaşmalara sahiptir. Bu düzene Şirince dışından gelen esnaf da katılmıştır. Ticaretin bu vazgeçilmez unsuru, web sitelerinde *link*'lerle karşılık bulmaktadır. Bir pansiyon, kendi restoranı olmadığında anlaşmalı olduğu bir restoranın ya da bir restoran, kalacak yer talebi için ortağı olduğu otelin

* Hotel Şirince Evleri web sitesi, yaklaşık bir yıl sonra sitesinin İngilizce, Almanca ve Fransızca versiyonlarına İtalyanca, İspanyolca ve Yunancayı eklemiştir. Görüşmede Portekizce, İspanyolca ve Hollanda dillerini eklemeyi düşündüklerini belirtmiş fakat görünen o ki otellerini tercih eden İtalyanlara ve ailelerinin yaşadığı yeri sıkça görmeye gelen Yunanlara ulaşmayı seçmişlerdir.

** Kaplan vd.(1997:302), 1980'li yıllarda köy çarşısının semerci, demirci, berber, kasap, kahve ve fırından oluştuğunu belirtmişlerdir. Benzeri betimleme, köyün yerlisi olan esnaf tarafından yapılmış, nostaljik kabul edilebilecek bir özlem dile getirilmişse de bir geri dönüş isteği ifade edilmemiştir. Aksine çarşının ve köyün bu halinin kabul edildiği ve sürdürülmek istendiği gözlemlenmiştir.

link'ini verebilmektedir. Web siteleri bu tip ilişkileri yansıtmamaktadır ve görünen sadece internetin bağlantısıdır (*link*).

Yukarıda da sıkça belirtildiği gibi Şirince'de Şirinceli olmayan esnaflara rastlamak mümkündür. Selçuk başta olmak üzere İzmir, İstanbul hatta Zonguldak'tan gelmiş olan iş yeri sahipleri de bulunmaktadır. Web siteleri üzerine yapılan görüşmelerde Şirinceliler ile Şirinceli olmayanlar arasında köy hakkında farklı fikirler olduğu sezinlenmiştir. Şirinceli esnaflar, çocukluklarından bu yana Şirince'de oldukları için, köyün turizmden hemen önceki halini hatırlamaktadırlar. Bu kişiler, değişimin "acılarını" ve sonuçlarını daha derinden ve içerden yaşamaktadırlar; ancak, artık geri dönüşü olmayan ve kabullenilmiş bir turizm sektörü bulunduğunu da belirtmektedirler. Bir köylünün köyden çıkabilmesi için iki ihtimalin (göç etmek ya da köyün değişmesi) söz konusu olduğu düşünüldüğünde, bu yaklaşım bir anlam kazanmaktadır. Öte yandan Şirince dışından gelenler, rahatlıkla köye hatta bazen köylülere ve köyün durumuna eleştiriler getirebilmektedirler. Bunun olası sebebi, bu kişilerin aidiyetlerinin, "Şirinceli olmak"tan öte, "Şirince'de yaşamak ve burada iş yapmak" üzerinden kurulmasıdır. Şirinceli kişiler, köylerinin durumlarını bir aidiyet duygusu içinde değerlendirirken, diğerleri durumu, işleri açısından okumaktadırlar. Onlar için buranın "köy" olarak kalması daha önemlidir.

"İnsanları rahatsız ediyorlar. "gel bende şarap var, gel tat" gibi köye yakışmayan, köyün formatına uymayan şeyler var. (…) Mahmutpaşa çarşısı gibi olmaya başladı. (…) Çünkü insanlar buraya köy olduğunu, dinlenmeye geldiklerini söylüyorlar ama rahatsız oluyorlar."(İ.D.İşletme Sahibi).

Fakat gerek Şirinceliler gerekse de Şirince dışından esnaf, Şirince'nin köy oluşundan faydalanmaktadır. Bir köyün, köy olarak turistik bir obje olması, siber dünyadan "gerçek dünya"ya kadar geniş bir alanda karşılık bulmaktadır. İnternet, görsel ve yazılı haliyle sabit; iletişim açısında sınırlı görünse de, görüşmelerin de gösterdiği gibi telefon ile sesli; ziyaret ile de yüz yüze iletişime aracı olmaktadır.

"Benim sitemde oda fiyatım yok. Burası özel bir yer olduğu için oda fiyatları yüksek. O beni arıyor; onu telefonda ikna edebiliyorum. Ses tonunuzdan, hitap şeklinizden etkilenebiliyor." (İ.D., İşletme Sahibi)

Bu iletişimin uluslararası da olabildiği düşünülürse, internetin sunduğu olanaklar oldukça fazladır.

"İnternet bizim için olmazsa olmaz. Sadece uluslararası değil, Türkiye içinden de buluyorlar [bizi]. Son üç yılın istatistiklerine göre gelen konukların yüzde seksen ikisi internetten geliyor. Acentelerin gücünden çok internet yardımcı oluyor."(A.K., İşletme Sahibi).

Bu olanaklar, internetin ya da web sitelerinin, "gerçek dünya"nın sunucuları, görsel temsilcileri ve aracıları olduklarını da göstermektedir.

Sonuç Yerine

Görünen o ki insanların web sitelerine ulaşması, Şirince'deki dükkanlara ya da diğer işletmelere ulaşmasından çok daha kolaydır. Hem küçük bir dağ köyünden tüm dünyaya hem de dünyanın her yerinden bu küçük köye ulaşmanın en hızlı görsel yolu olan web siteleri, iletişim, reklam ve tanıtım amacını taşımaktadır. Şirince'nin görüntüsü, tarihçesi, çevresindeki ören yerleri ve doğası, Şirince'yi Şirince yapan öylesine parçalardır ki, bütün web sitelerinde yer almaktadır.

Bugün, yerli ya da yabancı turistlerin, ziyaret öncesinde başvurduğu internet, hem web sitesi sahibi hem de ziyaretçiyi kapsayacak denli geniş bir siber alandır. "Gerçek dünya", siber dünyanın sınayıcısı olduğu gibi, kimi zaman siber dünyanın aracılığıyla da *bilinir* olmaktadır. Turizm konusu bu *bilinirliğin* içeriğine çok uygundur. Çünkü turizm, tanıtım ve iletişim üzerinde durmaktadır. Fakat yine aynı dayanaklar, siber dünyada temsil edilen "gerçek dünya"nın, siber dünyandan farklı olması gibi bir sonucu da ortaya çıkarmaktadır. Yanı sıra fotoğraflar, siber dünyanın en güçlü görsel aracılarıdır; buna paralel olarak müzikler ve sesler duyumsal aracılar olurken; yazılar düşünsel aracılar olarak kabul edilebilir. Şirince'ye ilişkin örnek seçilen web siteleri, tüm bu aracıları kullanarak, siber bir Şirince sunmaktadırlar. Turizm nedeniyle oluşan bu Şirince, siber olmayan "gerçekliğiyle" farklıdır ve bu "gerçeklik" turizm etkeni çerçevesinde tartışmaya açıktır; çünkü Şirince, web sayfalarını hazırlayan/hazırlatan işletme sahibince sınırlanan dünyadan çok daha fazlasıdır. Bir yönüyle de aynıdır; çünkü Şirince, "sıradan bir köy" olmaktan öte, çeşitli sektörleriyle "turistik bir köydür" ve bu haliyle web sitelerini de belirlemektedir.

Referanslar

Akberg Şarapları, http://www.akbergwines.com/ Erişim Tarihi 15.06.2009.

Aliş Pansiyon, http://www.sirincealispansiyon.com/ Erişim Tarihi 10.05.2009

Artemis Restoran ve Şarapevi, http://artemisrestaurant.com/Tr/ Erişim Tarihi 15.06.2009.

Artemis Restoran ve Şarapevi, http://www.artemisrestaurant.com/Tr/Content2.asp?m2=2, Erişim Tarihi 15.06.2009.

Blank, Trevor J. (2009) "Introduction-Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet" *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World***.** Trevor J. Blank. (ed.), Utah State University Press, Utah, p.1-20.

Can Restoran, http://www.canrestaurant.com/s.html; Erişim Tarihi 10.05.2009

Dionysos Pansiyon, http://www.dionysospension.com/index.htm, Erişim Tarihi 10.05.2009

Escobar, A. (1994) "Welcome to Cyberia-Notes on the Anthropology of Cyberculture" *Current Anthropology* 35(3):211-321.

Evler (Nişanyan Evleri), http://nisanyan.com/?s=houses, Erişim Tarihi 16.02.2011

Excavation History of Ephesos, http://www.oeai.at/index.php/excavation-history.html, Erişim Tarihi 20.09.2011

Hine, Christine (ed.) (2005) *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Berg, Oxford.

Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/, Erişim Tarihi 08.05.2009

Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/default.asp?L=TR&mid=196, Erişim Tarihi 15.02.2011.

Hotel Şirince Evleri, http://www.sirince-evleri.com/default.asp?L=TR&mid=145 Erişim Tarihi 08.05.2009

Kaplan, Adnan, Erhan Küçükerbaş ve Bülent Özkan (1997) "Şirince Yerleşiminin Rekreasyonel Turizm Yönüyle İncelenmesi" *Birinci Uluslararası Geçmişten Günümüze Selçuk Sempozyumu Bildirileri*, 4-6 Eylül 1997, Selçuk Belediyesi Kültür Yayınları, İzmir, s.297-308

Kırkınca House Hotel, http://www.kirkinca.com/index.html Erişim Tarihi 08.05.2009

Kırkınca House Hotel, http://www.kirkinca.com/profil.html, Erişim Tarihi 15.02.2011

Nahya, Z. Nilüfer (2007) "E-köylülük:Bir Siber-Etnografi Örneği" *Halkbilim Dergisi* 21:17-24

Nişanyan Evleri, http://nisanyan.com/; Erişim Tarihi 08.05.2009

Pekak, Sacit ve Suavi Aydın (1998) "Selçuk ve Çevresinde Osmanlı İdaresindeki Gayrımüslim Tebaanın İmar Faaliyetleri" *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15/2, s.125 - 155.

Restoran (Nişanyan Evleri), http://nisanyan.com/?s=restaurant, Erişim Tarihi 16.02.2011.

Selanik Pansiyon, http://www.selanikpansiyon.com/, Erişim Tarihi 15.06.2009.

Sepetçioğlu, Tuncay Ercan (2004) *1924 Mübadillerinin Yeni Sosyal Çevreye Uyum Süreçlerinin Halkbilimsel Yönden İncelenmesi*. Ankara Üniversitesi, Halkbilimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Sotiriyu, Dido (1970) *Benden Selam Söyle Anadolu'ya*. Çev: Attila Tokatlı, İstanbul, Alan Yayıncılık.

Soykan, Füsun (1997) "Selçuk'ta Turizm ve Yarattığı Mekansal Değişimler" "Şirince Yerleşiminin Rekreasyonel Turizm Yönüyle İncelenmesi" *Birinci Uluslararası Geçmişten Günümüze Selçuk Sempozyumu Bildirileri*. 4-6 Eylül 1997, Selçuk Belediyesi Kültür Yayınları, İzmir, s.183-196.

Şaraplar (Nişanyan Evleri), http://nisanyan.com/?x=wine, Erişim Tarihi 16.02.2011.

Tül, Şükrü (1997) *Şirince-Bir Zamanlar Çirkince*. İzmir, Ege Yayınları 10, Gezi Dizisi 2, 1997.

Özet

İnternetteki Şirince: Siber Dünyanın "Gerçekliği"

İnternetin, görsel, yazılı ve sözlü bir bilgi kaynağı olmasının ötesinde en önemli farkı, güçlü, hızlı ve geniş ölçekli bir iletişim aracı olmasıdır. İletişimi güçlendiren birçok bağlantı sisteminin yanı sıra, web siteleri aracılığıyla, ziyaret, tanışma ve ticaret de yapılabilmektedir. Aynı şekilde turizm için de vazgeçilmez bir iletişim ve ticaret kaynağıdır. Acentelerin sunduğu tatil olanakları bir kenara itilip, internet üzerinden rotalar belirlenebilmekte, rezervasyonlar yapılabilmekte ve biletler alınabilmektedir. İngilizce başta olmak üzere farklı dillerde sunulan web siteleri, bu iletişimi ve işlemleri artırmaktadır. Görsel öğelerin ağırlıkta olduğu ve çeşitli bilgilerin de yer aldığı web siteleri, turistik bölgeler hakkında, bir önyargı ya da ön-fikir de oluşturmaktadır. Ancak bu fikirler, ziyaret sonrasında olumlu ya da olumsuz yönde değişebilmekte, gelişebilmekte veya yenilenebilmektedir. "Siber dünya, "gerçeği" hangi ögeler üzerinden nasıl yansıtmaktadır ve bu çerçevede turizm unsurunun belirleyiciliği ne düzeydedir ?" sorusu bu çalışmaya temel oluşturmaktadır. Bu sorunsal, turistik bir köy olarak tanınan ve tanıtılan İzmir'in Selçuk ilçesine bağlı Şirince köyü üzerinden tartışılmıştır. İki aşamalı araştırmada, önce örnek olarak seçilen dokuz web sitesindeki genel özellikler belirlenmiş, ardından alan araştırmasıyla web sitlerindeki köy, köy yaşamı, köy ve doğa ilişkisi, vb. hakkındaki bilgiler ve görsel ögeler karşılaştırılmış ve bu bağlamda çeşitli görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışmada, siber dünyada yer alan imgenin içeriği ile "gerçek dünya" yani Şirince köyü, bir anlamda, hem karşılaştırılmakta, hem siber dünyayı oluşturan "gerçek dünya"nın belirleyiciliği görülmekte hem de bir tür birleştirmeyle siber ve "gerçek dünya" ikiliğinin genel görüntüsü ortaya çıkarılmaktadır. Ancak tüm bunlar, temelde köy ve turizm etkeni bağlamlarında işlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Siber Dünya, Turizm, Şirince, Köy, Köy Yaşamı

Abstract

Şirince in the Web: "Reality" of Cyber World

Beyond being a written and oral information source, the most important feature of Internet is its powerful, fast and wide communication network. In addition to increasing the speed of communication, it is possible to visit, meet and to do business through Internet. It is also a necessary communication and business resource for tourism. Now it is possible to plan a visit, to make reservations and to buy tickets without the mediation of tourism agencies. Websites in many languages increase the communication and touristic activities. Many websites create pre-opinions and preconceptions about touristic places with their visual and written information. But these preconceptions can change, develop or be renewed in positive or negative ways after the visits. The basic question of this paper is "how and from which factors does the cyber world reflect "the reality" and what is distinctive about tourism in this context ?" And this question is explored through a fieldwork in Sirince (Selcuk, Izmir) which is introduced as a touristic village. In the first stage of the research nine sampled web sites were examined. Later, written and visual information on the landscape of the village, village life, relationship between village life and nature etc. in the websites were compared and some interviews were done in this context. In this paper, the images of Şirince in cyber world and perceptions of Sirince village as a "real world" are both compared. We can see that "the real world" defines the content of the cyber images, and also the photo of the cyber and "real world" duality are revealed. But all of the determinations are developed in the basis of village and tourism contexts.

Key Words: Cyber World, Tourism, Sirince, Village, Village Life