

PAPER DETAILS

TITLE: FILM TURİZMİ VE SIGACIK'A (İZMİR) ETKİLERİ

AUTHORS: Özlem ÇAKAR ÇELİK

PAGES: 432-460

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/680101>



FİLM TURİZMİ VE SIĞACIK'A (İZMİR) ETKİLERİ

Özlem ÇAKAR ÇELİK*

Öz

Film turizmi; TV, video, DVD, VCD veya sinema gösterimleriyle ilgili destinasyonlara veya ev, restoran, kafe vb çekim yerlerine yönelik turist ziyaretleri olarak tanımlanmaktadır. Film turizmi Türkiye’de yeni olan bir araştırma alanıdır. 2000’li yıllardan itibaren akademik çalışmalar içerisinde yer almıştır. Seferihisar’ın altı mahallesinden biri olan Sığacık birçok kez dizi- film endüstrisine ev sahipliği yapmıştır. Sığacık, “Kavak Yelleri Dizisi”, “Olanlar Oldu Filmi” ve “Ege’nin Hamsisi Dizisi” gibi yapımlarla dikkat çekmiştir. Bu çalışma dizi-film endüstrisinin Sığacık turizmine etkilerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi; nitel araştırma desenlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, ‘yarı yapılandırılmış mülâkat formu’ ile elde edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda dizi-film endüstrisinin Sığacık’ta film turizminin gelişmesine neden olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte film turizminin Sığacık’a olumlu ve olumsuz etkileri belirlenmiş, bu kapsamda Sığacık turizminin sürdürülebilirliğine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sığacık, film turizmi, kültürel turizm.



* Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, ocakar@firat.edu.tr

FILM TOURISM AND ITS EFFECTS ON SİĞACIK (İZMİR)

Abstract

Film tourism is defined as visits to destinations as well as home, restaurants, cafes and so on that are used in TV, video, DVD, VCD or movies. Film tourism is a new research area in Turkey and it has become a part of academic studies since 2000. Sığacık, which is one of the six neighborhoods of Seferihisar, has hosted many TV series and became a part of film industry in Turkey. Sığacık attracted people with TV series including Kavak Yelleri and Ege'nin Hamsisi and a film entitled Olanlar Oldu. This study was carried out to determine the effects of TV series-movies industry on the tourism of Sığacık. To this end, phenomenology pattern as a qualitative research method was used. The data was obtained through semi-structured interviews and content analysis was for data analysis. As a result of the current research, it has been determined that the series-film industry causes the development of film tourism in Sığacık. Such development resulted in positive and negative effects on Sığacık. In this context, suggestions were determined for sustainability of Sığacık tourism.

Keywords: Sığacık, film tourism, cultural tourism.

1. GİRİŞ

Gelişen, değişen dünyada turizmin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte turizm aktiviteleri değişmekte ve çeşitlenmektedir. Deniz-kum-güneşe dayalı kıyı turizmi önemini devam ettirmekle birlikte, tatil-turizm kavramına ilişkin çekiciliklere yada turistik ürünlere her geçen gün yenisi eklenmektedir. Turizm aktivitelerindeki bu yenilik ve çeşitlilik neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir; çünkü tek tip turistik ürünlerle uluslararası turizm pazarında rekabet günümüz şartlarında mümkün olmamaktadır. Bu nedenle kıyı turizmi dışında, kültür turizmi, sağlık turizmi, kırsal turizm, kentsel turizm gibi turizm türleri de ön plana çıkmıştır (Emekli, 2002).

Film turizminin de içerisinde yer aldığı kültür turizmi kapsam olarak oldukça geniştir. Birçok araştırmacı tarihsel ve şehirs el kaynakları kültür turizminin içerisine dâhil etmektedir. Şehirs el kaynakların dışında bir ülke ya da bölge halkının yaşam tarzı, gelenek-görenek, değer yargıları ve alışkanlıklar, din, dil, giyim-kuşam, mimari yapı vb özellikler kültürel turizm içerisinde değerlendirilmektedir (Özgüç,2017). Film turizmi, bir destinasyonun fiziki, beşeri özellikleriyle film ve dizilerin içerisine yerleştirilmesi esasına dayandığı (Yılmaz ve Yolal,2008) için kültür turizmi içerisinde değerlendirilmektedir.

Film turizmi; TV, Video, DVD, VCD veya sinema gösterimleriyle ilgili destinasyonlara veya ev, restoran, kafe vb çekim yerlerine yönelik turist ziyaretleri olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz,2013; Yılmaz ve Yolal,2008). İnsanların film ve TV programlarının çekildiği yerleri, film ve dizilerle ilgili turistik ürün ve faaliyetleri merakı ve yerinde görme isteği ile ortaya çıkmış olan bir turizm türüdür (Beeton, 2008).

Film turizminin ana teması belirli destinasyonlara yönelik turist ziyaretleri olmakla beraber kapsamı oldukça geniştir. Film prömiyerleri ve ödöl törenleri, film festivalleri, ünlü noktalar (ünlü evler, uğraklar), filme konu olan lokasyonlara tur organizasyonları, film çekimi izleme, film- atraksiyon temaları, stüdyo setlerine ziyaret film turizminin kapsamı içerisinde değerlendirilmektedir (Connell, 2012: 1013).

Bir ürün olarak dizi veya filmlere yerleştirilme, destinasyonlara önemli avantajlar kazandırmaktadır. Öncelikle dizi ve filmler destinasyonun çekiciliğini arttırmaktadır. Ayrıca dizi ve filmler kısa süre içerisinde milyonlarca insana ulaşabilmektedir. Dolayısıyla dizi ve filmler destinasyonlar için çok önemli reklam aracı olmaktadır. Aynı zamanda film ve diziler insanların algılarını etkilediği için destinasyon imajını da istenilen yöne çekebilmektedir (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009). Destinasyon imajı, turizm hareketliliğinde ve turistlerin ziyaret

edecekleri yeri belirlemede önemli bir olgudur (Rewtrokunphaibon,2009). Bu nedenle destinasyonların bir ürün olarak dizi- film içerisine yerleştirilmesi, ilgili destinasyona yönelik ziyaretçi sayısını arttıracaktır (Güngör, Uysal, 2019). Türkiye’de bunun ilk ve en belirgin örneği Asmalı Konak Dizisi ile ortaya çıkmıştır (Kömürcü ve Oter, 2013). Bu dizi ile birlikte süreç içerisinde Nevşehir’e yönelik turist sayısında %35’lik bir artış gerçekleşmiştir. Bütün tur firmaları programlarına bu konağı da eklemiştir. Ayrıca bölgeye gelen yerli turistler diziyeye ait ikonlardan (bahar fuları, sümbül hanım eşarbi, bahar seymen yüzüğü gibi) alarak yöre ekonomisine katkıda bulunmuşlardır (Güngör, Uysal, 2019). Dizi ve filmlerin etkisiyle artan ziyaretçi sayısını belirleyen çalışmalar Nevşehir yöresi ile sınırlı değildir. Bursa (Cumalıkazık), Mardin, İzmir ve ilçelerinde çekilen dizi ve filmlerin de bu destinasyonların ziyaretçi sayılarını arttırdığı tespit edilmiştir (Çetin, 2010; Şahbaz ve Kılıçlar, 2009; Kuliyeve, 2012). Bunun dışında dizi ve film endüstrisi ülkeye uluslararası turizm pazarında da önemli katkı sağlamaktadır. Çünkü film ve diziler yerli turistlerin destinasyonla ilgili kararını etkilediği gibi yabancı turistlerin kararını da etkilemektedir. Örneğin Nuroğlu, Ortadoğu ve Balkanlardan gelen turistlerle yapmış olduğu çalışmada; belirtilen bölgelerden gelen turistlerin Türkiye’ye yönelik destinasyon kararları üzerinde Türk film ve dizilerin etkisinin gözden kaçırılmayacak kadar büyük olduğunu tespit etmiştir (Nuroğlu, 2013).

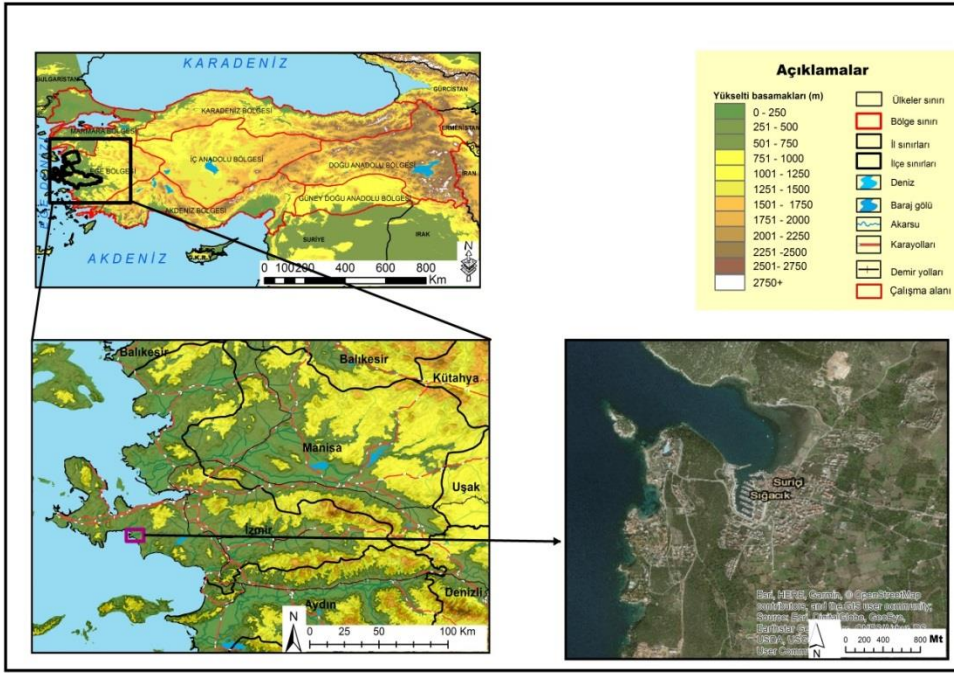
Film turizminin, turizm sezonunu uzatması turist bilincini yükseltmesi, turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlaması gibi faydaları da vardır (Hudson and Ritchie; 2005, Connell, 2012).

Film turizminin destinasyonlara sağladığı faydalar yanında neden olduğu bazı olumsuzluklar da vardır. Destinasyonların ani turist akışına hazır olmaması ve bununla birlikte trafik sıkışıklığı, yetersiz park alanı, yetersiz konaklama alanları, işletmelerin yetersiz kalışı, aşırı ticarileşme, güvenlik problemi, yerel halkın

mahremiyetine yönelik olumsuz etkiler gibi önemli problemlere neden olabilmektedir (Connell, 2012).

Film turizmi üzerine yapılan akademik araştırmalar 1990'lı yılların ilk yarısından itibaren başlamıştır, ancak son yıllarda bu alandaki araştırmaların popülaritesi ve yaygınlığı artmıştır (Hahm, Upchurch and Wang, 2008; Beeton, 2010). Özellikle de film mekânlarına ziyaretçi artışlarını inceleyen çalışmaların katkısı büyük olmuştur. Söz konusu çalışmalar “film kaynaklı turizm”, “turizm oluşturan film” “kırsal turizm ve film” “destinasyon imajları ve sinema filmleri” “çekici bir faktör olarak film” “görsel medya ve turizm” “filmlerin turizm motivasyonlarına etkisi” “şehrin sinematografik görüntüleri” gibi temalarla işlenmiştir (Beeton, 2005; Busby, Brunt, and Lund, 2003; Cousins and Anderek, 1993; Croy and Walker, 2003; Kim and Richardson, 2003; Riley, Baker, and Van Doren, 1998; Riley and Van Doren, 1992; Schofield, 1996; Tooke and Baker, 1996; Di Cesare et al., 2009). Film turizmi Türkiye’de de yeni olan bir araştırma alanıdır. 2000’li yıllardan itibaren akademik çalışmalar içerisinde yer almıştır. Henüz yeni olan bu çalışma alanı ile ilgili akademik yayın sayısı oldukça azdır.

Ege Bölgesi’nin film turizmine konu olan mekânları içerisinde yer alan Sığacık, İzmir’in güneybatısında, Seferihisar’ın batısında yer alır. Kuzeyinde Urla, güneyinde ve batısında ise Ege Denizi yer alır (Harita.1.). Sığacık, Seferihisar’a 5 km, İzmir’e ise 46 km uzaklıktadır. Seferihisar’ın altı mahallesinden biri olan bu mahalle, tarihi geçmişi 16. yüzyıla dayanan bir kalenin surları içinden çevreye doğru yayılarak, tarihle iç içe bir yerleşim dokusu özelliği sergileyen ve tarihi bir olan yerleşme Teos’un kuzey limanını oluşturan koydadır (Seferihisar Kaymakamlığı, Tüm Yönleriyle Seferihisar, 2004: 10).



Harita.1. Sığacık'ın Lokasyonu

Tarihsel süreç içerisinde Seferihisar için önemli bir liman olan Sığacık, Piri Reis'in Kitab-ı Bahriye'sinde Seferihisar'ın doğal limanı olarak tanıtılmaktadır. Osmanlı döneminde Sığla veya Sığala olarak anılan Sığacık'a değer katan kale, Kanuni Sultan Süleyman tarafından Rodos seferine hazırlık amacıyla yaptırılmıştır (Daş, 2007).

Sığacık Kalesi ve Kaleiçi dokusu Kentsel Sit Alanı ve 3. Derece Arkeolojik Sit alanı içerisinde yer almakla (Atalan, 2005) birlikte geçmişten günümüze fiziksel yapısında ve sosyo-ekonomik yapısında değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerin ilki artan nüfusla birlikte Kaleiçi konutlarına ailelerin yeni eklentiler yapmasıdır. 1980'li yıllara kadar balıkçılık, hayvan yetiştiriciliği ve tütün üretimi ile geçinen yöre sakinlerinin geçim kaynakları zamanla değişmiştir.

Özellikle bağlı bulundukları ilçenin (Seferihisar) Sakin Şehir unvanı aldıktan sonra pansiyona, restorana, kafeye dönüştürdükleri evlerinde kendi ürettikleri yerel yiyecekleri satmaya başlamışlardır (Sevimbig,2018). 2012-2014 yılları arasında da Sığacık Kaleiçi'nde yer alan 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 135, 136, 137 nolu sokaklar, içerisinde bulunan konutlarla birlikte restore edilmiştir (www.seferihisar.bel.tr.sigacik). Bu dönüşümlerle birlikte Sığacık Kaleiçi daha fazla dikkat çekmeye başlamış, dizi film endüstrisine konu olmaya başlamıştır.



Foto.1.a-b-c. Ege'nin Hamsisi dizisinde kullanılan örnek mekânlar

Dizi- film endüstrisini Sığacık'a yönelten çekicilikler Kaleiçi konut mimarisi (Foto.1-a-b-c, 2a-1, 2a-2, 2-b, 2-c) ve denize olan komşuluğudur. Bu çekicilikleriyle birçok kez dizi- film endüstrisine ev sahipliği yapmış olan Sığacık, "Kavak Yelleri", "Olanlar Oldu" ve "Ege'nin Hamsisi" gibi yapımlarla dikkat çekmiştir. Bu yapımlarla birlikte Sığacık'ta film turizmi gelişmiştir. Bu turizm türü Sığacık'ın ziyaretçi akınına uğramasına neden olmuştur.



Foto.2a-1-2. (128. Sokak), **2-b** (132. Sokak), **2-c** (129.Sokak) Sığacık Kaleiçi Sokak Görünümü

Sığacık gibi küçük yerleşmeler için film turizminin önemi büyüktür. Bu yüzden film turizminin Sığacık'a etkileri belirlenmek istenmiştir. Çalışmanın film turizmi ve Sığacık ile ilgili yapılacak araştırmalara katkı sağlaması ümit edilmektedir.

2. YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Nitel türde olgubilimsel (fenomenolojik) desende yürütülen bu çalışmada olgu olarak deneyimlenenlerin analitik olarak derinlemesine incelenmesi ve olgunun tanımlanması esastır. Çünkü bu desen farkında olunan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanmakta ve bu olguların (olaylar, algılar, deneyimler, kavram ve durumlar) araştırılmasına uygun zemin hazırlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Çalışma Grubu

Nitel çalışmaların doğasına uygun şekilde amaçlı örnekleme yapılmıştır. Bu türden örnekleme yönteminde; seçkisiz olmayan, araştırmanın amacına uygun türden süreç işlenir. Bu noktada çalışmanın amacına şekilde Sığacık'ta dizi film endüstrisine konu olan mekânlarda işyerine sahip, ticaret yapan 7 katılımcıdan yarı yapılandırılmış bire bir görüşmelerle veri toplanmıştır. Katılımcıların esnaf olarak seçilmesinin iki nedeni vardır. Birincisi esnaf olan bu grup Sığacık'ın yerel halkını oluşturmaktadır. İkinci neden ise film turizminin yöre ekonomisine katkılarını belirleyebilmeyi kolaylaştırmasıdır. Çünkü film turizmine konu olan Sığacık Kaleiçi, konut ve bu konutların bir parçasını ya da tamamını oluşturan ticari işletmelerden oluşmaktadır. Bu noktada bire bir görüşmelerde 4. katılımcıdan sonra görüşler tekrar etmeye başlamış, daha sonra 3 katılımcı ile daha görüşülmüş ve 7. katılımcı ile çalışma grubu tamamlanmıştır. Nitel

araştırmalarda çalışma grubu/örneklem süreç içerisinde tamamlandığından bu yola başvurulmuştur.

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Analizi

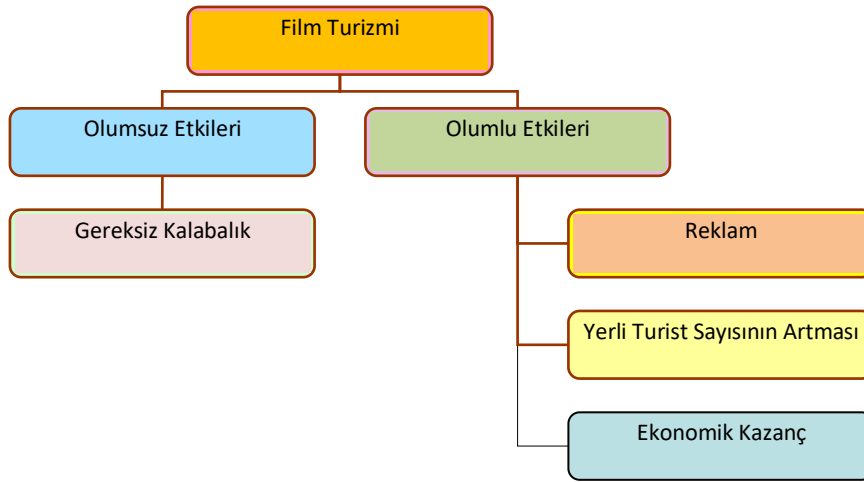
Veri toplanması için araştırmacı tarafından 4 maddelik yarı yapılandırılmış görüşme formu geliştirilmiştir. Formun geliştirilme sürecinde alan yazından hareketle önce belirtke tablosu ve olguya yönelik kategoriler oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış maddeler üzerinden görüşmelerin gerçekleştirilmesinin nedeni katılımcıların bağımsız düşünebilmesinin önünün açılabilmesi ve gerçek görüşlerinin alınabilmesidir. Toplanan veriler araştırmacı tarafından kaydedildikten sonra katılımcılara tek tek gösterilmiş ve görüşlerine yönelik ekleme ve düzeltmelerine fırsat verilmiştir. Bu yolla gerçek görüşleri alınmaya çalışılmıştır. Toplanan verilere yönelik alan yazından hareketle oluşturulan temalara/kategorilere uygun şekilde içerik analizine tabi tutulmuş, bu doğrultuda sınıflandırılmıştır. Araştırmada içerik analizi türlerinden 'kategorisel analiz' uygulanmıştır. Kategorisel analizde önce veriler kodlanmıştır. Ardından kodları genel düzeyde açıklayan kategoriler (temalar) belirlenmiş ve bulgular yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Kodlayıcı güvenilirliğinin sağlanması adına aynı kodlayıcı tarafından 15 gün arayla ikinci bir kodlama yapılmış ve iki kodlama arasındaki uyum yüzdesinin %70'in üzerinde olmasına özen gösterilmiştir (Miles ve Huberman, 2016).

3. BULGULAR

Dizi-film endüstrisinin Sığacık'a etkilerini belirlemek maksadıyla katılımcılara dört soru yöneltilmiştir. İlk olarak *"Dizi film endüstrisi; Sığacık'ı turizm açısından nasıl etkiledi?"* sorusuna cevap aranmıştır. Bu soruya verilen cevapların analizi Sığacık'ta dizi-film endüstrisinin etkisiyle film turizminin oluştuğunu doğrulamaktadır. Katılımcıların görüşleriyle film turizminin Sığacık turizmini hem

olumlu hem olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir (Şekil.1). Kültürel turizmin bir parçası olan film turizmi Sığacık açısından sürükleyici bir sektör olmuştur. Dizi film endüstrisi ile Sığacık büyük bir kitle ile tanıştırılmıştır. Bir başka ifade ile dizi film endüstrisi Sığacık için önemli bir reklam aracı olmuştur. Daha önce Sığacık'ı duymayan, görmeyen insanlar ekranlarda sık sık bu küçük mahalleyi görmeye başlamıştır. Böylelikle Sığacık merak edilen bir destinasyon haline gelmiştir. Hem ekranlarda gördükleri mekânları ziyaret etmek hem de çekimleri izlemek amacıyla birçok insan Sığacık'a gelmeye başlamıştır. Dolayısıyla Sığacık uzak veya yakın çevreden birçok insan için uğrak noktası olmuştur. Yani dizi-film endüstrisi Sığacık'ın imajını olumlu yönde etkilemiştir. Bu nokta ile ilgili katılımcıların örnek görüşü:

K4: İyi yönde etkiledi. İyi reklamı oldu. Sığacık'ı dizilerden önce insanlar bu kadar fazla tanımıyordu. Turist sayısı çok fazla arttı. Para versek bu kadar reklam olmazdı. Türkiye'nin her yerinden sırf dizide gördükleri için, ya da dizi setini, dizi mekânlarını görmek için geliyorlar.



Şekil.1. Katılımcılara Göre Film Turizmi ile Sığacık Turizmi Arasındaki İlişki

Dizi film endüstrisiyle Sığacık'ta turizm sezonu uzamıştır. Türkiye'nin her bölgesinden turist gelmeye başlamıştır. Kaleiçi ziyaretçi akınına uğramıştır. Ayrıca katılımcılar her kesimden insanın Sığacık'a gelmeye başladığını ifade etmiştir. Bu da film turizminin turist profilini (sosyo-kültürel özellikler açısından) Sığacık açısından çeşitlendirdiğini göstermektedir. Katılımcıların örnek görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1: Turist sayısı arttı, hafta ortasında bile gelen var, eskiden böyle bir durumla pek karşılaşmazdık. Burada çekilen diziler özellikle yerli turist sayısını arttırdı. On sene önce yabancı turist sayısının daha fazla iken bugün her kesimden her bölgeden insanı görebiliyoruz.

K3: Son çekilen Ege'nin Hamsisi Dizisi Sığacık turizmini çok olumlu etkiledi. Sığacık Kaleiçi ziyaretçi akınına uğradı.

Dizi film endüstrisi Sığacık ekonomisine katkı sağlamış, yerel halka yeni kazanç kaynağı olmuştur. Konuyla ilgili örnek görüşler aşağıdaki gibidir:

K6: Herkese maddi manevi faydası oldu. Ben mekânımı kiralayarak kazanç elde ediyorum. Sığacık daha fazla duyulmuş oldu.

K7: Turizm açısından iyi oldu. Turist sayısı arttı. Şuan çekimi devam eden dizi nedeniyle geçen seneye oranla daha fazla insan geliyor. Esnaf olarak kazancımız arttı. Sığacık halkı olumlu karşılıyor.

Dizi ve Filmlerin kullandığı teknoloji, insanların algılarını etkilemekte ve ziyaret edecekleri, tatil yapacakları destinasyonlarla ilgili kararlarını şekillendirmektedir. Konuyla ilgili örnek görüş aşağıdadır:

K7: Şuan çekimi yapılan dizide görüntü kalitesi çok iyi, dronlar vs kullanılarak her yer çok daha güzel görünüyor. Dolayısıyla insanlarda bir merak duygusu oluşturuyor.

Olumlu olarak belirtilen bu görüşler dışında Sığacık'taki ani turist akışını olumsuz olarak değerlendiren katılımcı da mevcuttur. Bu katılımcı Sığacık'a yönelik ani turist akışını gereksiz bir artış olarak yorumlamıştır (K2).

K2: Turist sayısını çok fazla arttırdı. Ama gereksiz bir artış olduğunu düşünüyorum. Çünkü bu gereksiz kalabalığın ilçeye çok fazla kazandırdığı bir şey yok.

Katılımcılara ikinci olarak dizi film endüstrisi; “Yerel halka ekonomik anlamda neler kazandırdı, kazandırıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar şuan yayında olan ve çekimleri devam eden diziyi düşünerek bu soruya cevap vermişlerdir. Verilen cevaplar olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategoride değerlendirilmiştir.

Film turizminin literatüre yansıyan önemli katkılarından bir tanesi yerel halka sunduğu istihdam olanakları ile yeni gelir kaynaklarıdır. Bu durum yerel halka

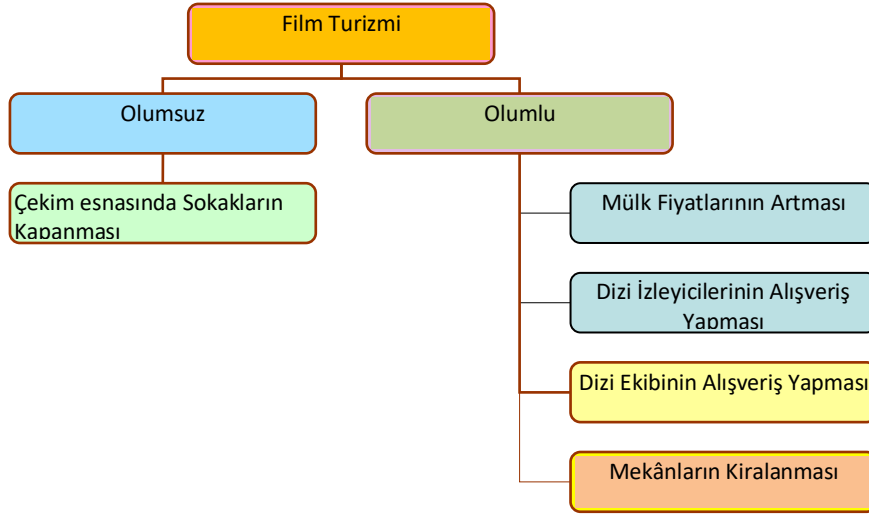
çekici gelmektedir. Dizi film endüstrisinin Sığacık halkına sağladığı ekonomik fayda üç şekilde gerçekleşmiştir: Birincisi yerel halka ait mekânların kiralanması, ikincisi set ekibinin alışveriş yapması ve/veya konaklaması, üçüncüsü ise film turistlerinin alışveriş yapması ve konaklamasıdır (Şekil.2).

Katılımcıların “Yerel halka ekonomik anlamda neler kazandırdı, kazandırıyor? sorusu ile ilgili örnek görüşleri aşağıdaki gibidir:

K5: Ben mekânımı kiraladım. Günlük 1000 TL alıyorum. Pazartesi- Cuma arası kiralityorum. Hafta içi o parayı kazanmak çok zor. Dizi çekimleri sayesinde çevre esnafta faydalanıyor. Her gün yüzlerce insan geliyor, bu insanlar yemek yiyiyor, alışveriş yapıyor. Hiçbir şey yapmasalar su alıyorlar. Dolayısıyla ticari bir canlılık oluyor. Bunun dışında dizi ekibi (Ege'nin Hamsisi) 135 kişi. Bu insanların Sığacık'a ekonomik anlamda önemli bir katkısı var.

K2: Reklamın iyisi kötüsü olmaz. Elbette katkıları var. Yani ekonomik anlamda bir şeyler kattığı kesin. Mesela şuan çekimi devam eden diziye ben mekânımı haftada bir gün kiralityorum. Aslında ekonomik anlamda bu bana çok şey katmıyor. Çünkü mekânım zaten kazanıyor. Ama kışında burada olacakları için bir artı tabi ki. Kiradan ziyade set ekibi kalabalık ve burada yemek yenildiği zaman kazanıyorum.

K4: Diziyi izleyip merak ediyorlar ve gelip burada konaklıyorlar. Konaklamasalar bile en azından burada bir yerde yemek yiyorlar. Bunun dışında mesela şuan çekimi devam eden dizinin set ekibi 135 kişi. Setten sonra barlara, restoranlara gidiyorlar. Bu Sığacık'a ekonomik bir canlılık getirdi.



Şekil.2. Film Turizminin Yerel Halka Ekonomik Getirisi-Götürüsü

Bahsedilen bu ekonomik faydalar dışında çekim esnasında sokakların kapatılması, kontrol alınması olumsuzluk olarak tespit edilmiştir. Olumsuz görüş belirten katılımcının görüşü aşağıdaki gibidir:

K1: Şuan çekimi devam eden dizi beni olumsuz etkiledi. Çekim çok yakın olduğu için işimizi yapamıyoruz; çünkü sokak kapanıyor. Çekim esnasında müşterim varsa film ekibinin müdahalelerine maruz kalabiliyoruz, yine çekim esnasında dükkândan dışarı çıkmayın, durmayın vs. deniyor. Dolayısıyla benim işlerim kesintiye uğruyor. Bunu yapmak zorunda değilim ama neticede onlarda para kazanıyor. Tabi ki çekimler dışında esnafın yüzü gülüyor.

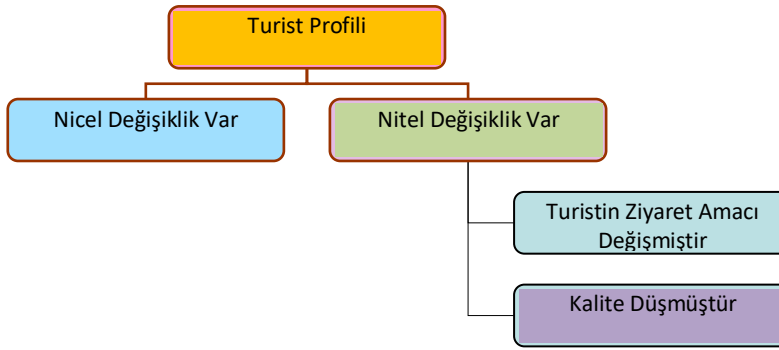
Film turizminin Sığacık'a gelen turist profilini nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla "Turist profilini nasıl etkiledi, bir değişiklik gözlemliyorsanız lütfen paylaşır mısınız?" sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplardan iki önemli bulgu tespit edilmiştir. Birincisi turist profilinin değişmediği, sadece nicel bir artışın var

olduğu düşüncesidir. İkincisi ise turist profilinin olumsuz yönde değiştiğidir (Şekil.3).

Nicel yönde bir değişikliğin olduğunu ifade edenler turist profilinin değişmediğini sadece dizi izleyicisinin mekâna yönelik merakı nedeniyle yerli turist sayısının arttığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların örnek görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1: Etkilediğini düşünmüyorum. Sadece yerli turist sayısı arttı. Nicel bir değişiklik olduğunu düşünüyorum.

K5: Yerli turist sayısını arttırdı. Amaç değişti. Daha önce kimse gelip bizim dükkânlarda resim çekmezdi. Gece yarısına kadar fotoğraf çekiliyor. Kasap sahnesine kadar sorulur.



Şekil.3. Film Turizminin Turist Profiline Etkileri

Nitel değişiklik olduğunu ifade eden bir katılımcı ise turistlerin geliş amacının değiştiğini, kalitenin ve seviyenin düştüğünü söylemiştir (K2).

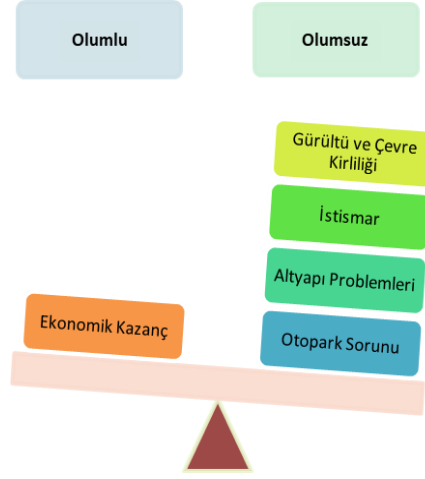
K2: Kalite ve seviyenin her geçen gün düştüğünü düşünüyorum. Çünkü turistin geliş amacı değişti. Dizi setini görmek, resim çekmek vs.

Film turizminin Sığacık için oluşturduğu olumsuzlukları, riskleri, istenmeyen durumları belirlemek amacıyla katılımcılara “*Dizi Film endüstrisi, Sığacık için olumsuzluklar, riskler oluşturdu mu?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevapların analizi ile dizi film endüstrisi ve film turizminin beş önemli soruna neden olduğu tespit edilmiştir (Şekil.4). Bu sorunlar: Gürültü problemi, çevre kirliliği, altyapı sorunları, otopark sorunu, istismar (sahte ürün satılması) olarak ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra bu olumsuzlukların Seferihisar’ın “sakin şehir” unvanına zarar vereceği endişesinin varlığı da tespit edilmiştir. Söz konusu problemler Sığacık’ın dizi film endüstrisiyle oluşan ani ve yüksek turist akışına hazır bir destinasyon olmadığını gösteriyor. Bu nedenle özellikle yerel yönetimin konuya özenle yaklaşması, mevcut problemleri ortadan kaldıracak etkili planlamalar yapması gereklidir. Aksi durumda Sığacık’ın doğal ve kültürel peyzajı zarar görecektir. Bu nedenle özelde film turizmine konu olan peyzajın, genelde de turizm potansiyelini oluşturan tüm doğal ve kültürel özellikleri korunmalıdır. Ancak bu sayede uzun bir tarihi geçmişe sahip olan Sığacık bozulmadan gelecek nesillere aktarılabilir, doğal ve kültürel çekiciliklerinin yok olması önlenebilecektir. Katılımcıların ilgili soruya yönelik örnek görüşleri:

K1: Kesinlikle evet. Eski doğal ortamının, Sığacık’a ait o sessizliğin bozulduğunu düşünüyorum. Gece yarısı bile çok gürültü var. Eskiden insanlar buraya dinlenmeye gelirdi. Şimdi o sakinlikten eser yok. Gürültü kirliliği oluştu. Açıkçası Alaçatı’ya benzemeye başladığı için herkes korkuyor.

K2: Gereksiz bir insan topluluğu, gürültü ve çevre kirliliği oluştu. Aşırı kalabalığın süreklilik arz etmesi bence kötü çünkü biz sakin kalmak istiyoruz. Sakin şehir kriterlerinin de bozulduğunu düşünüyorum. Acaba ne zaman sakin şehir olmaktan çıkarılacağız diye tedirgin oluyoruz. İnsanların buraya geliş amacı değişti. Eskiden dinlenmek, balık yemek için gelirken insanlar gözleme yemeye geliyorlar, dizi mekanlarını merak söz konusu.

K3: Turist sayısı artınca altyapı sorunu ortaya çıktı. Pansiyonlar dolu olduğundan koku problemi oluştu. Otopark sorunu oluştu. Kalitesiz ürünler her yerde arttı. Örneğin BİM'den alınan ayran ev yapımı diye satılmaya başlandı.



Şekil.4. Film Turizminin Sığacık'a Etkileri

Dizi-film endüstrisinin esnafa ve yerli halka ekonomik kazanç sağlaması nedeniyle olumsuzluk yaratmadığını düşünen katılımcılar da mevcuttur (K4-K5). Verilen bu cevapların analizi sonucunda tespit edilen en önemli bulgu Sığacık hakkında yörenin korunmasına yönelik bilinçle ilgili bir eksikliğin olduğudur. Aynı zamanda Sığacık'ın film turizmi ile aşırı ticarileştiğinin de belirtisidir. Kısa vadede sağlanacak ekonomik faydaların halk üzerinde bıraktığı önem uzun vadede yaşanabilecek kayıpların önüne geçmiştir.

K4: Bazen setlerde sokaklar kapatılıyor bunun dışında bir olumsuzluk yok. Uzun vadede düşünüldüğünde bu da olumsuzluk değil çünkü sokağınızın, mekânınızın, insanınızın reklamı oluyor ve bu da turist sayısındaki artış ile cebinize olumlu yansımış oluyor.

K5: Hayır hiçbir şekilde olumsuzluk oluşturmadi. Esnaf para kazanıyor.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma dizi-film endüstrisinin Sığacık turizmine etkilerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla yarı yapılandırılmış bir görüşme formu ile Sığacık esnafı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların verdiği cevapların analizinde belirlenen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Dizi-film endüstrisi Sığacık'ta film turizminin gelişmesine neden olmuştur. Film turizminin Sığacık'a etkilerinin çok boyutlu olduğu tespit edilmiştir. Bu etkinin olumlu yansımalarının yanında neden olduğu olumsuzluklar da vardır.

Dizi-film endüstrisiyle Sığacık merak edilen bir destinasyon haline gelmiştir. Sığacık yakın ve uzak çevreden birçok insanın görmek istediği, uğramayı düşündüğü bir mekân olmuştur. Özellikle dizi ve filmlerde kullanılan kafe, restoran vb. mekânlar ziyaretçi akınına uğramıştır. Çiftçi vd. (2017), yapmış oldukları çalışmada Eski Halfeti'ye ilgi duymayan ya da Eski Halfeti'yi tanımayan kişilerde Karagül dizisi ile bir merak ve sempati olduğu, bunun da katılımcıların Halfeti'yi tercih etme kararlarını belirlediğini tespit etmişlerdir. Sığacık içinde durum benzerdir. Bu nedenle ilgi ve merakın devamı sağlanmalı, Sığacık tur şirketlerinin programlarına dahil edilmelidir.

Dizi setini, çekimleri, oyuncularını görmek isteyen birçok insan Sığacık'a gelmiş ve ticari bir canlılığa neden olmuştur. Özellikle pansiyon, lokanta, kafe, restoranlar bundan en çok gelir elde eden tesisler olmuştur.

Dizi ve filmlerde kullanılan mekânların kira getirisi Sığacık esnafına önemli bir ekonomik kazanç olmuştur. Örneğin Ege'nin Hamsisi dizisinde kullanılan mekânlar pazartesi-cuma arası günlük 1000 TL ile kiralanmıştır. Esnaf hafta içi bu parayı kazanamadığını, bu nedenle kendileri için çok önemli bir gelir kapısı

olduğunu ifade etmiştir. Kira getirisi dışında set ekibinin konaklaması, alışveriş yapması, yemek yemesi, eğlenmesi vb. faaliyetleri de Sığacık ekonomisine katkı sağlamıştır.

Dizi-film endüstrisi ve film turizminin yukarıda anlatılan faydaları yanında Sığacık'ta bazı problemlere neden olduğu da tespit edilmiştir. Bunlar; gürültü, çevre kirliliği, altyapı sorunları, otopark sorunu aşırı ticarileşme ve istismardır. Burada kast edilen istismar artan ticari canlılıkla sahte ürünlerin doğal-organik ürünler diye piyasaya sürülmesini ifade etmektedir. Söz konusu istismar uzun vadede Sığacık ekonomisine ve imajına zarar verecektir. Bu nedenle gerekli kontrollerin arttırılması ve halkın bu noktada bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca sektörün ve film turizminin Sığacık'ta meydana getirdiği olumsuzluklar elde edilen ekonomik gelir nedeniyle arka plana düşmüştür. Bu yönüyle Sığacık aşırı ticarileşmiştir.

Türkiye'nin ilk sakin şehri (cittaslow) olan Seferihisar'ın bir mahallesi konumunda bulunan Sığacık'ın doğal ve kültürel peyzajının korunmasına dikkat edilmelidir. Bunun ilk ve en etkili yolu halkın bilinçlendirilmesidir. Seferihisar halkının sakin şehir unvanıyla tanışması bu şekilde olmuştur. Yapılması gereken faaliyetler ve sakin şehir kavramı halka anlatılmış, şehrin yöneticileriyle halk sık sık bir araya gelmiştir. Benzer bir kampanya da film turizmi için yapılabilir. Çünkü film turizmi ile birlikte Sığacık'a gelen ziyaretçi sayısında yüksek miktarda artış olmuştur. Bu artışın Sığacık'ın lehine dönüştürülmesi yöre ekonomisi açısından faydalı olacaktır. Çünkü esnafın belirli bir kesimi bu artışı gereksiz bulmaktadır. Sadece fotoğraf çeken kuru bir kalabalık olarak görmektedirler. Bunun nedeni büyük oranda, kendilerinden alışveriş yapılmamasıdır. Bu sorunu ortadan kaldırmak için Sığacık'ta çekimi yapılan dizi ve filmlere ait ikonlar (dizi ve filmleri, oyuncularını simgeleyen ürünler) oluşturulmalıdır. Örneğin: Asmalı Konak dizisindeki Sümbül Hanım eşarabı, Muhteşem Yüzyıl dizisindeki Hürrem

Sultan yüzüğü, Ezel dizisindeki dayı-yeğen konuşma kalıpları, Yer Gök Aşk dizisindeki balonla Kapadokya turları (Çakmak vd; 2011) gibi. Demirbulat vd. (2015)'nin yapmış olduğu çalışmada varılan sonuçlardan bir tanesi Sevdaluk dizisinin çekildiği Şenyuva Köyü'nde (Rize) hediyelik eşya satan dükkân sayısının artmasıdır. Bu dükkânlarda dizide gösterilen aksesuarlar vb ürünler satılmaktadır. Bu durum Sığacık'ta oluşan film turizmi için tespit edilen en önemli eksiklerden bir tanesidir. Çünkü Sığacık'ta çekilen dizi ve filmlere ait herhangi bir simgesel ürün satan dükkân bulunmamaktadır.

Yeni çekilecek dizi ve filmler içerisine Sığacık yerleştirilirken ticari canlılığa neden olabilecek (Sığacık ya da Seferihisar'ı anımsatan) ürünler yerleştirilmelidir. Örneğin Seferihisar mandalinası ve mandalinaya dayalı ürünlerin vurgulanması gibi. Bu ve benzeri tanıtımlarla söz konusu ürünlere olan talep artacaktır. Talebin artması ile birlikte yöre halkının ürünü korumaya ve devamını sağlamaya yönelik bilinci artacaktır.

Akdu ve Akin (2016) yapmış oldukları çalışmada katılımcıların destinasyon tercih nedenlerinde; % 35,5 oranında kültürel değerleri görmek/ deneyimlemek, %26,3 oranında doğal güzellikleri görmek, %23,9 oranında ise tarihi değerleri görme isteğinin öncelikli olduğunu tespit etmişlerdir. Bu noktadan hareketle tarihi geçmişi 16. Yüzyıla dayanan Sığacık Kalesi, Teos Antik yerleşmesi, Sığacık limanı, Sığacık Kaleiçi yöresel pazarı özellikle yerleştirilmelidir. Bu konuda yapımcılarla, yönetmenlerle ve senaryo yazarları ile işbirliği yapılmalıdır.

Film turizmi Sığacık'ın yerel istihdamına, imajına ve kimliğine önemli katkıları olmuştur. Ancak film turizminin oluşturduğu canlılığın iyi yönetilmemesi durumunda ortaya çıkabilecek sorunların büyüklüğü gözden kaçırılmamalıdır. Bu nedenle halkın iyiliği, refahı ve Sığacık'ın doğal ve kültürel peyzajı göz önünde bulundurularak süreç planlanmalıdır. Film turizminin uzun vadede devamlılığının

nasıl sağlanacağı çözülmesi gereken önemli bir problemdir. Sığacık yalnızca film turizmine bağlı bir ekonomiye dayandırılmamalıdır.

Film turizmine konu olmak, esnafa ekonomik getiri dışında keyif de vermektedir. Ekranlarda kendi mekânlarını, komşularını, çocuklarını görmek esnafı mutlu etmiştir.

Dizi film endüstrisinden doğrudan gelir elde eden esnaf bu endüstriden memnundur ve devamını istemektedir. Ancak bunun yanında çekimler esnasında işini yapamayan, satış gerçekleştirmeyen esnaf durumdan şikâyetçidir.

Film turizmi, turizm sezonunu uzatan, zaman ayırımı olmaksızın çekicilik katan bir özellik sunduğu için destinasyonlar için önemlidir. Bu nedenle dizi-film endüstrisinin Sığacık'ı tercih etmesi sağlanmalıdır. Bu şekilde Sığacık ekonomisine sezonluk değil tüm yıl boyunca katkı sağlanmış olacaktır. Ayrıca Sığacık özelinde Ege yemekleri, müzikleri, başta olmak üzere bütün doğal ve beşeri çekicilikleri tanıtılmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akdu, U. ve Akın, M. H. (2016). "Film ve dizilerin destinasyon tercihi etkileri". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 1042- 1052.
- Atalan Ö. (2005). "Seferihisar Sığacık Kaleiçi Anıtsal Yapılarından Sığacık Mescidi", *TOL . Mimarlık Kültürü Dergisi*.
- Beeton, S. (2005). *Film-induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2008). "From the screen to the field: the Influence of film on tourism and recreation", *Tourism Recreation Research*, 30(1), 39-47.

- Beeton, S. (2010). "The Advance of Film Tourism", *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1): 1-6.
- Busby, G. Brunt, P., and Lund, J. (2003). "In Agatha Christie Country: Resident Perceptions of Special Interest Tourism", *Tourism*, 51(3): 287-300.
- Çakmak, V., Karadağ, Ş. ve Solmaz, B. (2012). Popüler Kültür Bağlamında Filmlerin Ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri: "Yer Gök Aşk" Dizisi Üzerine Bir İnceleme. A. Öger (Ed.), 1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu bildiriler kitabı içinde (s. 105-118). Ankara: Nevşehir Üniversitesi Yayınları.
- Cousins, A. and Anderek, K. (1993). "Movie Generated Tourism in North Carolina: Two Case Studies", In *Proceedings of the 24th Travel and Tourism Research Association*. Wheat Ridge CO: TTRA.
- Croy, W.G. and Walker, R.D. (2003). "Rural Tourism And Film – Issues For Strategic Regional Development", In *New Directions İn Rural Tourism*, Edited By D. Hall, L. Roberts, And M. Mitchell. Aldershot, U.K: Ashgate Publishing Ltd, 115-133.
- Çetin, T. (2010). "Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı", *Millî Folklor*, Y:22, S:87, 181-190.
- Çiftçi, B., Şahinalp, M. S. ve Günal, V. (2017). Dizi turizmi bağlamında karagöl televizyon dizisi'nin eski Halfeti'yi ziyaret eden turistlerin ziyaret kararları üzerindeki etkisi. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(9), 271-284.
- Daş E. (2007). "Sığacık'ta Türk Mimarisi (Seferihisar/İzmir)", *Sanat Tarihi Dergisi* Sayı/Number XVI/1 Nisan/April 2007, 25-48

- Demirbulat-Güdü Ö., Oflaz, M. ve Buzlukcu, C. (2015). Kırsal Yörelerde Televizyon Dizilerinin Turizm Hareketleri Üzerindeki Etkisi: Sevdaluk Dizisi Örneği. M. A. Çukurçayır, A. Başoada, Ş. Ünüvar, M. Sağır, M. Çiçekdağı & S. Büyükipelçi (Ed.), I. Avrasya uluslararası turizm kongresi güncel konular, eğilimler ve göstergeler bildiri kitabı içinde (s. 256-265). Konya: Aybil Yayınları.
- Di Cesare, F. D'Angelo, L. and Rech, G. (2009). "Films and Tourism: Understanding the Nature and Intensity of their Cause-Effect Relationship", *Tourism Review International*, 13, 103-111.
- Güngör, Ş. ve Uysal, A. (2019). "Film Tourism: The Influence Of Film and Tv Series On The Tourism Activities İn Nevşehir", *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 189-202.
- Emekli, G. (2002). 'Son Yılların Parlayan Yıldızı Kültürel Turizm Ve İzmir' First International Tourism Congress of Mediterranean Countries, 17-21 Nisan 2002, ISBN: 975-7666-66-1, 196- 206, Antalya
- Hahm, J., Upchurch, R. and Wang, Y. (2008). "Millennial Students, Movies, and Tourism", *Tourism Analysis*, 13(2): 189–204.
- Connell, J. (2012). "Film Tourism- Evolutaion, Progress and Prospects" *Tourism Managment* 33: 1007-1029. Contents lists available at SciVerse ScienceDirect
- Kim, H. and Richardson, S.L. (2003). "Motion Picture Impacts On Destination Images", *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216-237.
- Kömürcü, S. ve Oter, Z. (2013). "Türkiye'nin destinasyon pazarlamasında dizi ve filmlerin rolü", *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 43, 15-19.

- Kuliyeva, V. (2012). Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü, Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (2016). Genişletilmiş bir kaynak kitap: nitel veri analizi. (Altun, S.A. ve Ersoy, A. çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Nuroğlu, E. (2013). "Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?" 5. Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi, Küresel ve Bölgesel Değişim Sürecinde Yeni Türkiye'nin Ekonomik Vizyonu, İstanbul / Türkiye. 31 Ekim-1 Kasım 2013, 1-13.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm Coğrafyası. Özellikler ve Bölgeler*. 9. Baskı. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Rewtrakunphaiboon, W. (2009). Film-induced tourism: Inventing a vacation to a location. *Regional Formation and Development Studies*, No. 2 (19)
- Riley, R. and Van Doren, C.S. (1992). "Movies as Tourism Promotion: A Pull Factor in a Push Location", *Tourism Management*, 13(3): 267-274.
- Riley, R. Baker, D. and van Doren, C.S. (1998). "Movie Induced Tourism", *Annals of Tourism Research*, 25(4): 919-935.
- Schofield, P. (1996). "Cinematographic Images of a City", *Tourism Management*, 17(5): 333-340.
- Seferihisar Kaymakamlığı, Tüm Yönleriyle Seferihisar, İzmir 2004
- Sevimbiçe, S. (2018). Cultural Sustainability Of Interiors Of Sığacık (Seferihisar) Inner Castle Houses. Master's Thesis. Dokuz Eylül University, İzmir.

- Şahbaz, R.P. ve Kılıçlar, A. (2009). "Filmlerin Ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-52.
- Hudson Simon and Ritchie J.R. Brent, (2005). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing* Volume 12 Number 3, 256-268
- Tooke, N. and Baker, M. (1996). "Seeing is Believing: The Effect of Film on Visitor Numbers to Screened Locations", *Tourism Management*, 17 (2): 87-94.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yılmaz, H. (2013). "Konuşan ve Konuşulan Destinasyonlar", *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 11 (43): 5-13.
- Yılmaz, H. ve Yolal, M. (2008). "Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1): 175-792.

İnternet Kaynakları

www.seferihisar.bel.tr/sigacik-a-altin-dokunuş.08.03.2019.13:05

EXTENDED ABSTRACT**Introduction**

Film Tourism has taken its place in the literature as tourist visits to places related to TV, video, DVD, VCD or theatre shows and/or for house, restaurant, café or similar places (Yilmaz, 2013, Yilmaz and Yolal; 2008). Film tourism is a part of cultural tourism and intertwined with many social sciences. Academic research on film tourism started in the first half of the 1990s, but in recent years, the popularity and prevalence of research in this area has increased (Hahm, Upchurch and Wang, 2008; Beeton, 2010). Particularly, the studies that examined the increase in visitors to film venues contributed greatly. Film tourism is a new research area in Turkey and it has become a part of academic studies since 2000. Film tourism is a type of tourism which has not been included in Turkish geography studies as far as it can be determined. The main theme of film tourism is tourist visits to certain destinations, but its scope is quite wide. Sığacık, which is one of the six neighborhoods of Seferihisar, has hosted many TV series and became a part of film industry in Turkey. Sığacık attracted people with TV series including Kavak Yelleri and Ege'nin Hamsisi and a film entitled Olanlar Oldu.

Method

In this study, phenomenological model of qualitative research was carried out. In the case of phenomenological design, it is essential to analyze the experience as analytically in depth and to define the phenomenon. The reason is that this model focuses on the phenomenon that is known at surface level and it allows researchers to create a ground for the appropriate investigation of phenomenon (events, perceptions, experiences, concepts and situations) (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Purposive sampling was supplemented in accordance with the nature of qualitative studies. According to the purpose of the study, data were collected from semi-structured one-to-one interviews from seven participants who had a workplace in the places subject to the series film industry in Sığacık. After the fourth participant in one-to-one interviews, it is observed that the repetitions started in participants' shared thoughts. Three more interviews were conducted and then, data collection process was ended.

For data collection, a semi-structured interview form consisted of four items was developed by the researcher. During the development stage, first, a goal-content chart and categories related to the phenomenon was created based on literature review. The semi-structured interview allows participants to think independently and deeply, which may encourage them to share their real views. After the participants' opinions were received, they were asked if they

prefer to add/delete/change any idea they shared during the interviews. The data was analyzed based on content analysis in accordance with literature review. In categorical analysis, the data was coded first. Afterwards, the categories (themes) that describe the codes at the general level were determined and the findings were interpreted (Yıldırım and Şimşek, 2006). In order to ensure coder reliability, a second coding was conducted by the same coder at 15 days intervals. It was noted that the percentage of harmony between the two codes was above 70% (Miles and Huberman, 2016).

Findings (Results)

Within the scope of the study, four questions were asked to the participants to determine the effects of the TV series-film industry on Sığacık. First question was "How does TV series-film industry affect Sığacık' tourism?" The analysis revealed that film tourism affected Sığacık tourism both positively and negatively. Film tourism, which is a part of cultural tourism, has been an immersive sector for Sığacık. Through TV series-film industry, Sığacık was introduced to many people. In other words, the TV series-film industry has been an important advertising tool for Sığacık. People who have not seen/heard of Sığacık before began to see this small neighborhood.

The second question was aimed to find out local people's gain due to the TV series-film industry. The participants answered this question by considering the TV series/movies that were being captured at the time of interviews and were currently on TV. The answers were evaluated in two categories: positive and negative responses. In order to determine how film tourism affected the tourist profile of Sığacık, the participants were asked "How did it affect the tourist profile, if you are observing a change, could you please share it with us?" Two important findings were identified from the responses. While the first one is a quantitative increase in the number of tourists, the second is that the tourist profile changed in a negative way. In order to determine problems, risks, and unwanted situations that film tourism has created for Sığacık, the participants were asked the following question: "Does TV series-film industry create problems and risk for Sığacık?"

Conclusion and Recommendations

The series-film industry has led to the development of film tourism in Sığacık. The effects of film tourism on Sığacık were found to be multidimensional. In addition to the positive reflections of these effects, there are also negative effects.

With the film industry, Sığacık became a destination that gets people' curiosity. In other words, today, Sığacık is a place where many people from the near and far provinces wish to visit. Especially cafes, restaurants, and other places that are used in series and films have been flooded by visitors. This interest and curiosity should be maintained and included in the programs of Sığacık tour companies. Many people have come to Sığacık to see the set, filming process, and the actors and have caused economic revival. Especially, hostels, restaurants, and cafes have become the most profitable facilities.

The rental income of the venues used in the series and films has been a significant economic gain for Sığacık tradesmen. For example, the places used in the Ege'nin Hamsisi series were rented on a daily basis from Monday to Friday with 1000 Turkish Liras. The tradesman stated that it is not possible to earn that amount on weekdays and therefore it was a very important income for them. In addition to the rental income, accommodation, shopping, food, and entertainment activities of the set team also contributed to the economy of Sığacık.

In addition to the benefits of the series-film industry and film tourism mentioned above, it has been found that it causes some problems in Sığacık.

Sığacık, one of the districts of Seferihisar which is the Turkey's first calm city (cittaslow), needs to be protected in terms of its natural and cultural landscape. The most effective way is to raise public awareness. This is how the people of Seferihisar met with the title of calm city. The activities that need to be done and the concept of calm city have been introduced to the townspeople and they met the authorized people very often to discuss the issues. A similar campaign can be built for the film tourism for because there is a high increase in the number of visitors to Sığacık due to film tourism. The transformation of this increase in favor of Sığacık would be beneficial for the economy of the region. Some tradesmen find this increase unnecessary and consider those visitors as just a crowd. This might be due to that they did not earn money from these visitors. In order to eliminate this problem, products representing Sığacık's series, films, and actors must be designed. In addition to this, cooperation must be done with producers, directors and scriptwriters in order to use of Sığacık products in series and movies that will be captured in the future.