

## İPEKÇİLİK KÜLTÜRÜ VE TURİZM: PAYDAŞLARIN HATAY'DA İPEKÇİLİĞE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ

SERICULTURE AND TOURISM: THE STAKEHOLDERS' VIEWS ON SERICULTURE  
IN HATAY

Çağrı SAÇLI<sup>1</sup> - Fulin Başak ÖZTÜRK<sup>2</sup>

### Öz

Bu araştırmanın amacı, ipekçilik kültürünün mevcut durumunu, ipekçilik kültürünün turistik ürün olarak değerlendirilmesine yönelik sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda önemli ipekçilik merkezlerinden biri olan Hatay, araştırma evreni olarak seçilmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniği kullanılmış olup görüşmeler araştırma amacı doğrultusunda hazırlanan görüşme soruları çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma örnekleme kasti örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Örneklem, Hatay'da ipekçilik ve turizm konularını ilgilendiren kamu kurumu, yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri üst düzey yöneticileri, akademisyen ve ipek sanatçıları içeren 10 kişiden oluşmaktadır. Katılımcılar ile görüşmeler sonucu elde edilen görüşme metinleri içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Hatay'da ipekçilik kültürünün mevcut durumu ile ilgili "ipekçiliğin sürdürülmesinde karşılaşılan zorluklar", "ipekçiliğin yerel halka katkıları" ve "ipekçiliğe duyulan ilgi" konuları öne çıkmaktadır. İpekçiliğin sürdürülmesine yönelik yapılması gerekenler konusunda "eğitim ve koruma", "teşvikler", "tanıtım ve bilinçlendirme", ve "paydaşların ortak hareketi" konuları öne çıkarken ipekçiliğin turistik ürün olarak ön plana çıkarılması ile ilgili ise "tanıtım", "arz" ve "yerli üretim ve teşvik" konuları ön plana çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür Turizmi, Turistik Ürün, Destekleyici Turistik Ürün, İpekçilik, Somut Olmayan Kültürel Miras, Nitel Araştırma, İçerik Analizi

### Abstract

The purpose of this research is to reveal the current situation of sericulture, problems in utilizing sericulture as a touristic product and suggestions for solutions to these problems. For this purpose, Hatay, which is one of the important silk-making centers, was chosen as the research universe. Interview technique was used as the data collection method in the research, and interviews were conducted within the framework of the interview questions prepared for the purpose of the research. The research sample was determined by the deliberate sampling method. The sample consists of 10 people including public institutions, local administrations, non-governmental organizations, tourism enterprises senior managers, academicians and silk artists in Hatay. The interview texts obtained as a result of the interviews with the participants were analyzed via the content analysis method. According to the results of the research, the issues related to the current situation of sericulture in Hatay, "difficulties in maintaining sericulture", "contributions of sericulture to local people" and "interest in sericulture" come to the fore. While "education and protection", "incentives", "promotion and awareness", and "joint action of stakeholders" are among the things to be done for sustain sericulture, "promotion", "supply" and "domestic production and incentive" regarding the promotion of sericulture as a touristic product. has come to the fore.

**Keywords:** Cultural Tourism, Touristic Product, Supporting Touristic Product, Sericulture, Intangible Cultural Heritage, Content Analysis

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü,  
[cagri.sacli@mersin.edu.tr](mailto:cagri.sacli@mersin.edu.tr), Orcid:0000-0001-7771-8190

<sup>2</sup> İskenderun Teknik Üniversitesini SBE, [fulin.ozturk.sbe18@iste.edu.tr](mailto:fulin.ozturk.sbe18@iste.edu.tr), Orcid:0000-0002-7827-8593

## GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle artan kentleşme ve gelişen teknoloji göçlere neden olmuş ve kültür, sürekliliğini kaybetmeye başlamıştır. Tarihinin her döneminde ortak kültürel mirasını koruma ve gelecek kuşaklara aktarma çabası güden insanoğlu, sahip olunan kültürel değerleri ekonomik kazanç elde etmek amacıyla turistik faaliyetler çerçevesinde değerlendirmeye başlamıştır. Kültürün turizmle birleşmesi, somut ve somut olmayan kültür miraslarının önemini ortaya koyarak sahip çıkılır bir duruma gelmesine olanak sağlamıştır (Er ve Bardakoğlu, 2016: 96; Çetinkaya, 2018: 432). Somut kültürel miras öğelerinden olan ören yerleri, hanlar, kervansaraylar, antik kentler gibi unsurlar baştan beri turistik ürün olarak kullanılmaktadır (Aas vd., 2005: 30). UNESCO'nun 2003 yılında kabul ettiği “*Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi*” kapsamında, somut kültür değerleri gibi insan ve yaşayan kültür olgularının da kültürel miras çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir (Oğuz, 2009: 57). “Somut olmayan kültürel miras kavramı” bu sözleşme çerçevesinde; somut olmayan kültürel miras unsurlarına dikkat çekmek ve bu mirasın önemi konusunda bilinçlenmeyi ve kültürel çeşitliliğe katkı sağlama amacıyla ortaya konmuş olup (aregem.kulturturizm.gov.tr), bu unsurlarından biri de zamanın en önemli gelir kaynaklarından birisi olan ipekçilik kültürüdür.

İpekçilik; tırtılın kozaya bürünüp kozanın da usta ellerde işlenerek ipeğe dönüşme serüveninin adıdır (Kalaycıoğlu, 2011: 201). İpek, dünya üzerinde 4000 yıl önce ilk defa Çinliler tarafından üretilmiştir. Uzun bir süre üretim şekli gizli tutulduktan sonra önce Anadolu'da ardından da Avrupa'da yaygınlaşmıştır (kozabirlik.com.tr, 2019). İpekçilik; bir zamanlar ipek borsasının merkezi konumunda bulunan Anadolu'da 1500 yıllık geçmişi olan tarihi, kültürel, ekonomik ve geleneksel özelliklere sahip yardımcı bir tarımsal faaliyettir (Yörük vd. 2008). Anadolu'da önemli bir üretim alanı olan ipekçilik her geçen gün azalarak neredeyse bitme noktasına gelmiştir. Türkiye'de genellikle küçük ölçekte yapılan ipekçilikte; büyük ölçekli bir yatırıma gereksinim duymaksızın, ipek böceğinin beslenmesinde kullanılan dut ağacının yapraklarının temin edilmesiyle üretim başlamaktadır. İpek böceğinin üretilmesi, bakılması ve beslenmesi, ipek böceğinden koza üretimi ve kozadan iplik çekildikten sonra ipek dokumacılığının gerçekleştirilmesi aşamalarıyla da üretim son bulmaktadır (Camuz, 2017). Üretimden sonra ortaya çıkan ürünler gerek ulusal gerekse uluslararası pazarlarda yerini almaktadır. Türkiye'de ipekçilik kültürüyle ön plana çıkan en önemli yerlerden birisi de Hatay'dır. “Hatay Sarısı” renkli ipeğiyle ünlenmiştir. Hatay'da ipek böceği kozasıyla ipek üretimi nerdeyse tarihe karışırken, bu kültürü baba mesleği olarak sürdüren bazı aileler tarafından yaşatılmaya çalışılmaktadır (Kalaycıoğlu, 2011: 201; Yurtoğlu, 2017: 165). Türkiye'de 2006 yılında Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin kabulüyle birlikte birçok kültürel değer gibi ipekçilik kültürü de Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri içerisinde yer bularak koruma altına alınmıştır (aregem.kulturturizm.gov.tr, 2019).

Hatay'da ipekçilik kültürü az sayıda aile tarafından sürdürülmekte ve ipekçilerin sayısı gün geçtikçe azalmaktadır. Araştırma kapsamında Hatay ilinde ipekçilik kültürü ve turizm ile ilgili üreticiler, yerel yönetim, kamu yönetimi ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere ilgili paydaşlarla görüşülerek ipekçilik kültürünün destekleyici turistik ürün olarak değerlendirilebilmesi ile ilgili sorunların ve bu sorunlarla ilgili çözüm önerilerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Araştırma konusu ile ilgili benzer çalışmalara rastlanmamış olması araştırmanın alan yazına katkısını oluştururken, araştırma sonuçlarının ipekçilik kültürünün destekleyici turistik ürün olarak kullanılması ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlanması da araştırmanın pratik faydasını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında görüşülen kişilerin Hatay'da ipekçilik kültürü ile ilgili paydaşları temsil ettikleri ve görüşmeler sırasında doğru bilgileri paylaştıkları varsayılmaktadır. Araştırmanın Hatay'daki ipekçilik kültürü

paydaşları üzerine gerçekleştirilmiş olması genellenebilirliği açısından sınırlılığını oluşturmaktadır. İlerleyen çalışmalarla, ipekçilik kültürünün sürdürüldüğü başka yerlerdeki paydaşlardan da veri toplanarak sonuçların karşılaştırılması ile daha genelleştirilebilir sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turistik ürün kavramı, literatürde çeşitli yazarlar (Middleton,1988; Erdoğan, 1995; Shaw ve Williams, 1996; Doswell, 1997; Erol, 2003; İçöz, 2005; İslamoğlu, 2010; Hacıoğlu, 2012; Bahar ve Kozak, 2013; Rızaoğlu, 2016) tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Turistik ürün tanımındaki bu farklılıklar, turizmin dinamik yapısından ve bu yapısı nedeniyle sürekli gelişim ve değişim göstermesinden kaynaklanmaktadır. Tanımlamalar farklılık gösterse de tüm turistik ürün tanımlamalarının ortak bir noktada birleştiği görülmektedir. Bu ortak nokta ise; turistin yararına olan, turistik üretimden tüketime kadar kullanılan, somut ve somut olmayan bütün mal ve hizmetleri kapsayan karma bir ürün olmasıdır. Destinasyonlara turist çeken en önemli unsurların başında turistik ürünler gelmektedir. Rekabet avantajı sağlamak isteyen ülkeler çeşitli stratejiler çerçevesinde turizm kaynaklarının korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması, turizmin yılın on iki ayına ve turistik destinasyonun geneline yayılması için turistik ürün çeşitlendirmesine yönelmektedirler (Akgöz vd., 2016: 397). Turistik ürün çeşitlendirmesi, turizm piyasasına sunulan turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi anlamına gelerek, destinasyonların satışa çıkardığı turistik ürünlerin sayı ve türünde yapılan değişiklikleri ifade etmektedir. Ürün çeşitlendirmede temel ilke, var olan üründen uzaklaşmadan yeni ürün oluşturmaktır (Sarkım, 2007: 157). Geliştirilen bir turistik ürünün pazarda sağlam konumlandırılabilmesi için, turistlere farklı bir destinasyon imajının benimsetilmesi gerekmektedir. Eğer, sunulan turistik ürün mevcutlarından farklılık ve çeşitlilik göstermiyorsa, turistlerin o ürün hakkında bir karara varmaları zorlaşmaktadır (Kozak ve Kızıllırmak, 2006) Turistik ürünler oluşturduğu talep ve turist çekim kabiliyetleri baz alınarak sınıflandırılabilirler. Bu sınıflandırmada ölçüt; turistik ürünün doğrudan turisti destinasyona çekip çekememesidir. Bu şekil bir ölçütte ise ortaya; destekleyici turistik ürün, alternatif turistik ürün gibi kavramlar çıkmaktadır. Destekleyici turistik ürün; bireysel olarak bir çekim gücü olmasına karşın bireysel olarak bir talep oluşturmaktadır. Destekleyici turistik ürünler, turizm destinasyonlarının mevcut çekim gücü ve turistik ürünlerini destekleyen ürünlerdir (Bardakoğlu, 2011: 48).

İpekçilikle ilgili en eski yazılı kayıtlar Çin kaynaklarına dayanmaktadır. İlk olarak ipekçiliğin Çin’de yapılmaya başladığı ve buradan dünyaya yayıldığı bilinmektedir. İpekböceğinin, Çin sınırlarından dışarı çıkması M.S. 149 yıllarında olmuştur. Bu yıllarda Türkistan’ın Hotan Eyaleti hakanına gelin giden bir Çin prensesinin saçlarının arasına ipekböceği ve dut tohumları saklayarak Hotan’ a getirdiği ve buradan dünyaya yayıldığı söylenmektedir (Başkaya, 2014: 260). İpekböceğinin Anadolu’ya girişi ise, M.S. 500’lü yıllarda Bizans Kralı Justinianus zamanında olmuştur. Bizans Kralı Justinianus ipekböcekçiliğini İstanbul’a getirtmek amacıyla Çin’e iki papaz göndermiştir. Çin’ e giden papazlar burada ipekböceğinin yetiştirilmesi ve kozadan ipek çekilmesi usullerini öğrenmişlerdir. Geri dönerlerken bastonlarının altına açtıkları oyuklara, dut tohumları ve ipekböceği yumurtalarını gizleyerek İstanbul’a getirmişlerdir (Çolak, 2002: 8). Bu sayede Bizans’ta ipekböceği yetiştiriciliği başlamış ve ipek dokumacılığı hızla ilerlemiştir. 9. ve 10. yüzyıldan itibaren de Akdeniz’den İspanya, İtalya ve Yunanistan’a doğru ipekböcekçiliği yayılım göstermiştir (kozabirlik.com.tr, 2019). Bizans Kralı Justinianus’ un hükümdarlığı altındaki Güneydoğu Anadolu’nun merkezi olan Antakya’da M.S. 526 yılında büyük bir deprem yaşanmıştır. Justinianus ’un Antakya’yı tekrar ayağa kaldırmak amacıyla vergi sistemini ve ordunun yapısını ele alarak yeniden düzenlediği bilinmektedir (Kaya ve Kıyılı,

2009: 404-405; Bahadır, 2009: 56). Yaşanılan deprem sonrası halkın yeniden ayağa kalkabilmesi ve ekonomik istikrarlarını yeniden kazanmaları için Bizans Kralı Justinianus' un, ipekçiliği Hatay' a getirmiş olabileceği varsayılmaktadır. Bu varsayımdan yola çıkarak Hatay'da ipekçilik kültürünün başlangıcının Anadolu'ya ipeğin ilk getirildiği M.S. 500'lü yıllara dayanabileceği düşünülmektedir. Hatay' a ipeğin ilk olarak ne zaman geldiğine dair bir tarihi bilgiye rastlanılmasa da literatür taraması sonucu burada ipekçiliğin yapıldığına dair kanıtlara 943-1536 tarihli 397 Numaralı Halep Livâsı Mufassal Tahrîr Defteri'nde rastlanılmıştır. O dönemlerde Antakya, Halep' e bağlı bir şehirdir ve Halep ipeğiyle ünlenmiştir. Halep' te ve Antakya'da hemen hemen her mahallede Sûk'lar (çarşılar) bulunmaktadır. Sûk'lar isimlerini buldukları bölgeden, içinde icra edilen mesleklerden veya yaptırılan kişiden almaktadırlar. 397 Numaralı Tahrir defterinde yer alan kayıtlara bakıldığında Antakya'da, Harirü'l-Atik Sûku (Eski İpek Çarşısı) ve Harir Sûku (İpek Çarşısı) isimli çarşıların olduğu görülmektedir. Antakya'da ipek ismini taşıyan çarşıların bulunması burada büyük boyutta ipekçilikle uğraşıldığını göstermektedir (2010: 58). İlerleyen yılları kapsayan bir diğer kayıt ise; 1550 yılında Mufassal Tahrir Defterlerinde yer alan Mukataa (vergi) kayıtlarında ipeğin ip haline getirildiği tezgâhlardan (dolab-ı harir) 1550'de 1.500 akçe, 1570'te de 2.000 akçe yıllık vergi geliri sağlanmış olduğu görülmektedir (Çakar, 2015: 12). Buradan da Antakya'da dokuma sanayisinin gelişmiş olduğu ve dokumada hammadde olarak ipeğin de yaygın bir şekilde kullanılmış olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen bir başka veri ise; Hatay' da ipek üretiminin ve ticaretinin yoğun bir şekilde yapıldığını, burada üretilen ipeğin bir bölümünün Halep ve Antakya'da işlendiğini, bir bölümünün de Fransa ve İngiltere başta olmak üzere diğer Avrupa ülkelerine ihracının yapıldığını, 1772 yılında Antakya'yı ziyaret etmiş olan Abraham Parsons isimli İngiliz Seyyah ifade etmektedir. 19. Yüzyılda yaşamış Kinneir isimli seyyahta Antakya halkının geçim kaynaklarının başında ipekböcekçiliğinin geldiğini, ham ya da işlenmiş bir şekilde ipeklerin ihraç edildiğini ve ipekten büyük miktarda gelir elde edildiğini ifade etmektedir (Gün, 2010: 71; Çakar, 2015: 13). Ortaya çıktığı zamandan beri, iyi bir gelir kaynağı olmasının yanında gelenekselleşerek vazgeçilmez bir kültür oluşturan Hatay ipekçiliği kendisine has "Hatay Sarısı" adı verilen ipekleriyle ünlenmiştir. Hatay'da I. Dünya Savaşı öncesi yaklaşık olarak 1 milyon kilogram ipek kozası üretilirken 2019 yılında bu sayı 1000 kilogramın altına inmiştir ve Hatay ilinin 7 ilçesinde toplamda 40 üretici ipekböcekçiliği işi ile uğraşmaktadır (Yurtoğlu, 2017: 165; tarim.gov.tr, 2019). Hatay'da ve diğer illerde de nerdeyse yok olma aşamasına gelen ipek ve ipek böcekçiliği kültürü, Somut Olmayan Kültürel Miras Türkiye Ulusal Envanterine kaydedilerek koruma altına alınmıştır (basin.kulturturizm.gov.tr, 2019). UNESCO 2003 yılında kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinde bu kültürel mirası; *"toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel alanlar"* şeklinde tanımlamıştır (teftis.kulturturizm.gov.tr, 2019). Türkiye 2006 yılında Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne dâhil olmuş ve böylece sahip olduğu somut olmayan kültürel miras unsurlarını koruma altına almıştır (aragem.kulturturizm.gov.tr, 2019).

Kültür turizmi; kültürel miras varlıklarının kullanımı, deneyim, ürünlerin tüketimi ve turisti içeren dört unsurdan meydana gelmektedir (McKercher ve DuCros, 2012: 6). Kültür turizmi, insanların diğer insanların farklı yaşam tarzlarını, geleneklerini, göreneklerini, fiziksel çevrelerini, entelektüel fikirlerini ve daha önceki zamanlardan kalan mimari, tarihi, arkeolojik veya diğer kültürel öneme sahip yerlerini deneyimlemelerini sağlayan turizm şekli olarak tanımlanabilmektedir (Silberberg, 1995: 362; ICOMOS, 1997; Debeş, 2011: 234; Gali, 2012: 47; Zaman, 2012). Kültür turizminin asıl amacı; tarihi, sanatsal ve kültürel değerleri hem turistik bir arz kaynağı olarak koruyup, sürdürülebilirliğini sağlamak hem de bu değerleri potansiyel ziyaretçiler için ulaşılabilirliğini arttırarak bir turistik çekicilik unsuru haline

getirmektir (Lau ve McKercher, 2007: 40; Rudan, 2010: 579). Kültür turizminin amacı çerçevesinde de turistik ürün kavramı ve turistik ürün çeşitlendirmesinin önemli olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. İpek; uygarlığı, doğallığı, yumuşaklığı, parlaklığı, güzelliği, zarafeti temsil etmesi ve bunlardan kaynaklanan albenisi ile insanoğlunun beğenisini kazanarak geçmişten bu yana önemini daima korumuştur. İpek ipleri, giysi, kumaş, başörtüsü, mendil, kravat, fular ve halı gibi birçok üründe hammadde olarak kullanılmasının yanı sıra teknoloji, askeri ve sağlık gibi birçok alanda kullanımı giderek yaygınlaşan (Kayabaşı vd. 2016: 233) ipekçilik kültürünün, destekleyici turistik ürün kapsamında da değerlendirilebileceği öngörülmektedir.

## YÖNTEM

Araştırmanın amacı, Hatay'ın önemli bir kültürel miras unsuru olan ipekçilik kültürünün destekleyici turistik ürün olarak kullanılabilirliğinin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, katılımcıların içsel tutumlarını, deneyimlerini, düşüncelerini, zihinsel algılarını ve niyetlerini anlamayı sağlayan görüşme tekniği (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 129) uygulanmıştır. Araştırma kapsamında 3'ü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ve 5'i ise katılımcıların ipekçilik kültürünün destekleyici turistik ürün olarak değerlendirilmesi ile ilgili görüşlerini tespit etmeye yönelik toplam 8 açık uçlu sorudan oluşan, standartlaştırılmış açık uçlu görüşme formu oluşturulmuştur. Standartlaştırılmış açık uçlu görüşme formu, dikkatle hazırlanmış ve belirli bir sıraya konulmuş, her görüşmeciye aynı tarzda ve sırayla sorulan sorulardan oluşan ve araştırmanın başkaları tarafından tekrar edilmesini kolaylaştıran bir görüşme formu yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 151). Katılımcıların ipekçiliğin destekleyici turistik ürün olarak değerlendirilmesine yönelik görüşleri ile ilgili sorular, Er (2016) ve Alagöz vd. (2018)'nin çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuş olup aşağıdaki gibidir:

1. Hatay'da İpekle üretilen ürünler nelerdir?
2. Hatay'da İpekçilik kültürünün mevcut durumu hakkında görüşleriniz nelerdir?
3. Hatay'da ipekçilik kültürünün sürdürülebilmesi için neler yapılmalıdır?
4. Hatay'da İpekçilik kültürünün sürdürülmesi ile turizm arasında bir ilişkisi var mıdır?
5. Hatay'da ipekçiliği turistik ürün olarak ön plana çıkartmak için neler yapılmalıdır?

Araştırma alanı, Hatay'ın ipekçilik kültürünün en yaygın görüldüğü Antakya, Defne ve Samandağ ilçeleri olup, araştırmanın örnekleme yöntemi ise kasti örnekleme yöntemidir. Kasti örnekleme yöntemi ile araştırma problemine cevap bulunabileceği düşünülen kişilerden veri alınabilmektedir (Coşkun vd., 2017:148-149). Kasti örnekleme yöntemi doğrultusunda Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı, Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürü, Hatay Turizm Derneği Başkanı, Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi, Otel Müdürü, Mesleki Eğitim Kurumu Yöneticisi, hediyelik eşya işletmesi sahibi ve Hatay'ın önde gelen üç ipek sanatçısı olmak üzere toplam on kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler; 8-30 Mayıs 2019 tarihleri arasında, katılımcılar araştırma amacı ile ilgili bilgilendirilerek ve ses kayıtlarının alınması ile ilgili izinleri alınarak gerçekleştirilmiş olup 13 ile 17 dakika aralığında sürmüştür.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi yöntemi, metinlerin içerisinden açık, objektif ve güvenilir sonuçlar çıkarmak için kullanılmaktadır. Araştırma probleminin sistematik ve tarafsız bir biçimde sunumunu hedeflemektedir (Koçak ve Arun, 2006: 21-22). İçerik analizi dört aşamalı bir süreçte verilerin analiz edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu süreçler; veri kodlama, tema

belirleme, koda ve temaya göre veri düzenleme ve bulguların yorumlanması şeklinde gerçekleşmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 243-254).

## BULGULAR

Görüşmeler esnasında ilk olarak katılımcılara, demografik özelliklerin tespit edilmesi amacıyla sorular sorulmuştur. Görüşme yapılan kişi ve kurumlar hakkında herhangi bir olumsuz yargıya sebebiyet vermemek amacıyla katılımcılar (K) harfi ile numaralandırılarak kodlanmıştır. Bu çerçevede elde edilen bilgilere Tablo 1.'de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet		Kişi Sayısı	%
Kadın	K7, K8, K10	3	30
Erkek	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K9	7	70
<b>Toplam</b>		<b>10</b>	<b>100</b>
Yaş			
25-31	K8	1	10
32-38	K3, K5	2	20
39-45	K9	1	10
45 yaş ve üzeri	K1, K2, K4, K6, K7, K10	6	60
<b>Toplam</b>		<b>10</b>	<b>100</b>
Eğitim Durumu			
Lisansüstü	K2, K6, K9	3	30
Lisans	K5, K8, K10	3	30
Lise	K3	1	10
İlköğretim	K1, K4, K7	3	30
<b>Toplam</b>		<b>10</b>	<b>100</b>

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan katılımcıların %70'inin erkeklerden, %30'unun kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %60'ı 45 yaş üstü bireylerden oluşmaktayken, katılımcıların eğitim durumlarına ait bulgular incelendiğinde ise dengeli bir şekilde dağılımın olduğu görülmüştür. İlköğretim, lisans ve lisans üstü eğitilmiş katılımcıların her birinin %30 oranlarında yer aldığı ve katılımcıların %10'unun ise lise seviyesinde eğitilmiş olduğu tespit edilmiştir.

Görüşmeler sırasında katılımcılara yönlendirilen açık uçlu 5 soru çalışmanın kategorilerini oluşturmaktadır. Sorulara alınan cevaplar içerisindeki ifadelerden ise kodlar oluşturulmuş ve bu kodlar frekanslarına göre büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Kodların kendi aralarında oluşturdukları anlam bütünlüklerine göre ise alt kategoriler tespit edilmiştir. Her bir alt kategori altında bulunduğu kategori içerisindeki yüzdelik değerine göre sıralanmıştır. Tablo 2'de İçerik analizi sonucu elde edilen sonuçlar verilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Hatay’da İpekçilik Kültürü ve Turizm İle İlgili Görüşleri

Kategori	Alt Kategori	Kodlar	Σi	Σi	%
Hatay’da İpek Üretilen Ürünler	Giyim Aksesuarları	İpek Şallar	7	22	40
		İpek Fularlar	7		
		İpek Eşarplar	4		
		İpek Kravatlar	4		
	Giysi	İpek Gömlek	6	14	25,5
		İpek Elbiseler (Abiye Gibi)	4		
		Damatlık	2		
		İpek Kimono	1		
		Sabahlıklar	1		
	Kumaş ve Hediyelikler	İpek Kumaşlar	5	10	18,1
		Süs ve Hediyelik Eşyalar	5		
	Ev Tekstili	İpek Örtü ve Pikeler	4	9	16,4
		İpek Çarşafı	3		
		Peştamal	1		
		Bornoz Çeşitleri	1		
Kar oranı az		4			
İpekçilik Kültürünün Mevcut Durumu	İpekçiliğin Sürdürülmesinde Karşılaşılan Zorluklar	İpekçilik mesleği el emeği olduğu için meşakkatli	4	26	48,1
		İpekçiler birbirini rakip olarak görüyor	2		
		Pazarlama sıkıntısı var	2		
		Çin pazarı ile yoğun rekabet	2		
		İş imkânları zayıf	2		
		İpek pahalı	2		
		Gençler mesleğe ilgisiz	2		
		Dut ağaçları yerleşim yerleri için kesiliyor	2		
		Destekler yetersiz	2		
		İmitasyon ipek ürünlerin üretimi daha hızlı ve gerçek ipektan ayrıştırılmıyor	1		
	İpekçiliğin sürdürülmesinde zorluğun olduğunu düşünmüyorum	1			
	Yerel Halka Katkı	Ekonomik kazanç elde ediliyor	5	15	27,8
		Köylülere istihdam sağlıyor	2		
		Az da olsa gelir elde ediliyor	2		
		Halktan ziyade büyük işletmelere ekonomik katkısı var	2		
İnsanların birbirleriyle etkileşimini sağlıyor		2			
İpekçiliğe Duyulan İlgi	İnsanlara bir uğraş sağlıyor	1	13	24,1	
	Ekonomik katkısı var ama yetersiz	1			
	3-5 aile kendi çabalarıyla devam ettiriyor	6			
	Geçmişe göre ilgi azaldı	5			
	Gençler tarafından ilgi duyulmuyor	1			
İpekçiliğin Sürdürülmesi İçin Yapılması Gerekenler	Eğitim ve Koruma	İlgi olduğunu düşünüyorum	1	13	41,9
		Okullarda ders olarak okutulmalı	4		
		Sürekli eğitim merkezleri açılarak ustalar tarafından kurslar verilmeli	4		
		Yeni ustalar yetiştirilmeli	2		
		Ustaların bilgileri yazıya dökülmeli	2		
	Teşvikler	İpekçilik Meslek Yüksek Okulları (MYO) açılmalı	1	10	32,2
		Yerel halk mesleğe teşvik edilmeli	4		
		Devlet teşvikleri sağlanmalı	3		
		Dut fidanları için arazi desteği sağlanmalı	2		
		İpekçilerin derdi dinlenmeli	1		

	Tanıtım ve Bilinçlendirme	Kültürün tanıtım, reklam ve belgesel çalışmaları yapılmalı	3	8	25,8
		Yerel halk bilinçlendirilmeli	2		
		Seminer, çalıştay ve geziler düzenlenmeli	2		
		Gelen misafirlere kültürün tanıtılıp ürün almaları teşvik edilmeli	1		
	Paydaşların Ortak Hareketi	Yerel yönetim, STK'lar, kamu kuruluşları ve halk birlikte hareket etmeli	5	5	16,1
		İlgileniyorlar	7	10	50
Turistlerin İlgisi	Meraklısı ilgi gösteriyor	1			
	Yabancı turistten ziyade yerli turistler ilgileniyor	1			
	Daha çok kadınlar ilgi gösteriyor	1			
İpekçilik Kültürü ve Turizm İlişkisi	İpekçiliğin Sürdürülmesinde Turizmin Katkısı	Katkısı var	7	10	50
		Çok büyük katkısı var	3		
		Tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmalıdır	5		
Tanıtım	Fuarlar yaygınlaştırılmalıdır	3			
	Halka konuyla ilgili eğitim verilmelidir	2			
	Hatay'a ait tarihi desenler ipek kumaşlar üzerine basılmalıdır	1			
İpekçiliği Turistik Ürün Olarak Öne Çıkarmak İçin Yapılması Gerekenler	Arz	Önemli kavşak noktalarda ipekçilikle ilgili ürünler sergilenmelidir	1	6	31,6
		İpek üretim yerlerine turistik turlar düzenlenmelidir	1		
		Tarihi ipek üretim makineleri turistlere sergilenmelidir	1		
		İpek temalı kafe ve restoranlar yapılmalıdır	1		
		Otellerde turistlere ipekten küçük hediyelikler sunulmalıdır	1		
		Doğru pazarlama stratejileri geliştirilmelidir	1		
		Yerli Üretim ve Teşvik	Yerli ürünler öne çıkartılmalıdır		
Devlet teşvikleri sağlanmalıdır	1				

Tablo 2’de görüldüğü üzere Hatay’da ipekle üretilen ürünler kategorisi içerisinde en büyük paya sahip olan alt kategorinin %40’lık oranla “giyim aksesuarları” olduğu görülmektedir. Giyim aksesuarlarını ise sırasıyla “giysi”, “kumaş ve hediyelikler” ve “ev tekstili” alt kategorilerinin izlediği görülmektedir. Alt kategoriler ile ilgili ayrıntılar Tablo 2’de görülmektedir.

İpekçilik kültürünün mevcut durumu kategorisi ile ilgili bulgulara bakıldığında; Tablo 2’de görüldüğü üzere, “ipekçiliğin sürdürülmesinde karşılaşılan zorluklar” alt kategorisinin %48,1’lik pay ile bu kategori içerisinde en çok değinilen alt kategori olduğu görülmektedir. Bu alt kategoriyi %27,8’lik oran ile “yerel halka katkı” kategorisi ve son olarak %24,1’lik oran ile “ipekçiliğe olan ilgi” alt kategorileri izlemektedir.

“İpekçiliğin sürdürülmesinde karşılaşılan zorluklar” alt kategorisinin kodlarına bakıldığında katılımcıların değinmiş oldukları ifadelerin; ipekçilik mesleği el emeği olduğu için meşakkatli olması, kar oranının az olması, ipekçilerin birbirlerini rakip olarak görmesi, pazarlama sıkıntısı, Çin pazarı ile yoğun rekabet, iş imkanlarının zayıf olması, ipeğin pahalı olması, gençlerin mesleğe ilgisizliği, dut ağaçlarının yerleşim yerleri için kesilmesi, desteklerin yetersiz olması, imitasyon ipek ürünlerin üretiminin daha hızlı olması ve gerçek ipekten ayrıştırılamaması, zorluğunun olduğunu düşünmüyorum şeklinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların bu alt kategori ile ilgili bazı ifadeleri şu şekildedir:



K1: “Deminde bahsettiğim gibi bu meslek çok zor bir meslek. Ailecek şu anda biz sürdürüyoruz.”

K2: “Bu işin sadece meraklılarına bırakılması, meşakkatli bir iş olması, fazla kâr oranının olmaması, imitasyonun hızlı olması, gerçek ipeğin pahalı olması, gerçek ve imitasyonun ayrıştırılamaması bütün bunlar ipekçilikteki zorluklardır.”

K10: “Aslında en büyük zorlukları biz kendi aramızda yapıyoruz ipekçiler olarak. Bunun zorlukları yok aslında ama herkes herkesi rakip gördüğü için zorluklar sanırım bunlar.”

“Yerel halka katkı” alt kategorisinin kodlarına bakıldığı zaman katılımcıların en çok değindikleri ifadelerden en aza doğru sıralanışının; ekonomik kazanç sağlamaları, köylülere istihdam sağlanması, az da olsa bir gelir elde edilmesi, ekonomik katkısı halktan ziyade büyük işletmelere var, sosyal anlamda insanların birbiriyle etkileşimini sağlaması, insanlara uğraş sağlaması ve ekonomik olarak katkısı var ama yetersiz, şeklinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların bu alt kategoriye yönelik bazı ifadeleri şu şekildedir:

K4: “Bizde çalışan işçiler var, evlenmek isteyen var, kirmanla iplik eğiren kadınlar var, ipek çekimi esnasında Mayıs ayında iki ay koza çektiğimiz zaman çalışan köylüler var bu şekilde faydalanan oluyor neticede.”

K8: “Sosyal anlamda katkılarının büyük olduğunu düşünüyorum. İnsanların böyle güzel bir uğraşla ilgilenmeleri bence gayet güzel ve sağlıklı. Ekonomik olarak halka büyük bir katkısının olduğunu düşünmüyorum. Çünkü genelde büyük işletmelere katkısı oluyor halktan ziyade.”

K10: “Yıllardır çalışıp eşime yardım ediyordum. Hiçbir sağlık güvencem yoktu, ama bu işin eğitimini alıp profesyonel olarak yapmaya başladıktan sonra, hem öğretmenlik yaptım, kadınlarımıza bunu öğretmek istedim. Şu an eğer ben ayakta durabiliyorsam, kendi evimi geçindirebiliyorsam, bu işten para kazanıyorsam ve insanlara bunu öğretiyorsam demek ki bu işte para var sosyal anlamda inanılmaz insanlarla tanışıyorsunuz, aktif oluyorsunuz, bu işi yaptığımız zaman paslanmadığınızı hissediyorsunuz.”

“İpekçiliğe duyulan ilgi” alt kategorisinde kodların; sadece 3-5 aile kendi çabalarıyla devam ettiriyor, geçmişe göre üretim ve ilgi azaldı, gençler tarafından ilgi duyulmuyor ve ilgi olduğunu düşünüyorum, şeklinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların bu yöndeki bazı ifadeleri şu şekildedir:

K6: “İpekçilik Hatay’da bir aile sektörüne dönüşmüş, işin gerçeği o, birkaç ailenin elinde yürüyor çünkü fazla ilgi ve alaka olduğunu düşünmüyorum.”

K7: “Yani 3-5 aile bunu sürdürmeye çalışıyor. Yeni nesil buna pek yaklaşmıyor.”

K9: “Hatay’da ipekçilik kültürünün mevcut durumu maalesef birkaç aile tarafından yerine getirilmeye çalışılıyor. Yani sürdürülebilirlik konusunda ipekçiliğin zor durumda olduğunu görüyoruz. Çünkü ipekçilik mesleğine gençler tarafından ilgi duyulmuyor. Bunun en büyük nedeni insanların buradan elde ettikleri parayla geçinemeyeceklerini anlamalarından kaynaklı”.

İpekçiliğin sürdürülmesi için yapılması gerekenler kategorisine yönelik bulgular incelendiğinde; Tablo 2’de görüldüğü üzere, %41,9’luk oran ile en çok değinilen alt kategorinin “eğitim ve koruma” olduğu görülmektedir. Bu alt kategoriye %32,2’lik oran ile “teşvikler”, %25,8’lik oran ile “tanıtım ve bilinçlendirme” ve son olarak %16,1’lik oran ile “paydaşların ortak hareketi” alt kategorileri izlenmektedir.

“Eğitim ve koruma” alt kategorisinde değinilen kodların; okullarda ders olarak okutulmalı, sürekli eğitim merkezleri açılarak ustalar tarafından kurslar verilmeli, yeni ustalar yetiştirilmeli, ustaların bilgileri yazıya dökülmeli ve İpekçilik Meslek Yüksek Okulları (MYO) açılmalı şeklinde olduğu görülmektedir. “Teşvikler” alt kategorisinde değinilen kodların; yerel halk mesleğe teşvik edilmeli, devlet teşvikleri sağlanmalı, dut fidanları için arazi desteği sağlanmalı ve ipekçilerin derdi dinlenmeli şeklinde sıralandığı görülmektedir. Katılımcıların “tanıtım ve bilinçlendirme” alt kategorisi ile ilgili ifadeleri ise; kültürün tanıtım, reklam ve belgesel çalışmaları yapılmalı, yerel halk bilinçlendirilmeli, seminer, çalıştay ve geziler düzenlenmeli ve gelen misafirlere kültürün tanıtılıp ürün almaları teşvik edilmeli şeklinde sıralanmaktadır. Son olarak katılımcılar “paydaşların ortak hareketi” alt kategorisine yönelik olarak; yerel yönetim, STK’lar, kamu kuruluşları ve halk birlikte hareket etmeli ifadesini kullanmışlardır. Katılımcıların “ipekçiliğin sürdürülmesi için yapılması gerekenler” kategorisine yönelik bazı ifadeleri şu şekildedir:

K2: “Bence okullarda okutulması lazım. Kurslarda yoğun bir şekilde ipek ve ipekçilik konusunun tanıtılıp eğitim verilmesi lazım. Özellikle hem resmi hem de sivil toplum örgütlerinin ipek ve ipekçilik konusunda destek vermesi lazım. Gelen misafirlere bunu teşvik edecek yerlerin artırılması lazım.”

K4: “İpekçiliğin korunması için bir kere ilk önce valiliğin önemsemesi lazım, sonra belediyeler, bunun okullarda derse geçmesi lazım.”

K5: “Söylediğim gibi, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları ve yerel halk birlikte hareket etmelidir, okullarda bunun hakkında eğitimler verilmeli, seminerler, çalıştaylar düzenlenmeli. Girişimcilik kursları açılarak insanların bu işlere girişimi için teşviklerde bulunulmalı. Bu konuda ustalaşmış artık ipek sanatçısı olmuş büyüklerimiz bilgilerini sadece beyinlerinde tutmamalı yazıya dökmesi gerekmektedir.”

İpekçilik kültürü ve turizm ilişkisi kategorisine yönelik bulgular incelendiğinde, Tablo 2’de görüldüğü üzere; “turistlerin ilgisi” ve “ipekçiliğin sürdürülmesinde turizmin katkısı” alt kategorilerine %50’şer oran ile eşit oranda değinilmiştir. “Turistlerin ilgisi” alt kategorisine yönelik ifadeler; ilgileniyorlar, meraklısı ilgi gösteriyor, yabancı turistten ziyade yerli turistler ilgileniyor ve daha çok kadınlar ilgi gösteriyor şeklinde sıralanırken “ipekçiliğin sürdürülmesinde turizmin katkısı” alt kategorisine yönelik olarak ise katılımcılar; katkısı var ve çok büyük katkısı var ifadelerini kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların ipekçilik kültürü ve turizm ilişkisi kategorisine yönelik bazı ifadeleri şu şekildedir:

K2: “Hem ipekçiliğin turizme hem de turizmin ipekçiliğe katkısı vardır. Bunlar birbirini besleyen öğelerdir.”

K5: “Turizmin çok önemli bir katkısı vardır. Hatay'a gelen turistler öncelikle bir güzel yemeklerimizi yiyip tarihi kültürel ve doğal güzelliklerimizi, değerlerimizi görüp gezdikten sonra evlerine dönerken muhakkak bir ipek ürünleri satan dükkâna uğrayarak kendilerine eşlerine çocuklarına akraba ve dostlarına ipekten üretilmiş ürünlerden almaktadır. İpekçilik kültürüne de ilgi duyuyorlar. Özellikle bazı dokuma yapan yerlere gittiklerinde ya da ipek böceğinin beslenmesini gözlemlediklerinde içlerinde ayrı bir ilgi uyanmakta, ipekten üretilen ürünleri almaya eğilimine yönelmekte. Hatta bu mesleği öğrenmek isteyenler bile olmaktadır.”

K8: “Yıllardır bu sektördeyim, yıllardır gördüğüm tek şey insanların buraya gelenlerin tamamının evlerine ya da gidecekleri yere dönerken ellerinde ipek eşarp ya da ipek fularlarla dönüyor olmaları büyük bir cazibesi var bence insanlar büyük önem veriyor.”

Son olarak, katılımcıların ipekçiliği turistik ürün olarak ön plana çıkarmak için yapılması gerekenler kategorisine yönelik bulgular incelendiğinde, Tablo 2’de görüldüğü

üzere, %57,9'luk oranla en fazla değinilen alt kategori “tanıtım” kategorisidir. Bu alt kategoriyi; %31,6'lık oran ile “arz” ve %10,5'lik oran ile “yerli üretim ve teşvikler” alt kategorisine değinildiği görülmektedir. Katılımcıların “tanıtım” alt kategorisine yönelik ifadeleri; tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmalıdır, fuarlar yaygınlaştırılmalıdır, halka konuyla ilgili eğitim verilmelidir ve Hatay'a ait tarihi desenler ipek kumaşlar üzerine basılmalıdır şeklinde sıralanmaktadır. “Arz” alt kategorisine yönelik katılımcı ifadeleri ise; önemli kavşak noktalarda ipekçilikle ilgili ürünler sergilenmelidir, ipek üretim yerlerine turistik turlar düzenlenmelidir, tarihi ipek üretim makineleri turistlere sergilenmelidir, ipek temalı kafe ve restoranlar yapılmalıdır, otellerde turistlere ipekten küçük hediyelikler sunulmalıdır ve doğru pazarlama stratejileri geliştirilmelidir şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca katılımcılar “yerli üretim ve teşvikler” alt kategorisine yönelik olarak, yerli ürünler öne çıkartılmalıdır ve devlet teşvikleri sağlanmalıdır ifadelerine değinmişlerdir. Katılımcıların “ipekçiliği turistik ürün olarak öne çıkarmak için yapılması gerekenler” kategorisine yönelik bazı ifadeleri şu şekildedir:

K2: “Önemli kavşak noktalarımızda ipekçilikle ilgili ürünlerimizi gelen misafirlerle paylaşmamız lazımdır. İnsanlara workshop yapmamız lazım çünkü kim bu işte workshop yaparsa kalıcı bilgi ve beceriye sahip olup ipekçiliğe katkı sağlar.”

K5: “İpekçiliğin öne çıkarılabilmesi için de reklam çalışmalarının yapılması lazım tanıtımların yapılması lazım bir tek yerel pazarlara değil uluslararası pazarlara da açılarak bu İpekçilik kültürünün tanıtılması lazım. Hatay denildiği zaman gastronomi nasıl akla geliyorsa ipeğin de o şekilde gelmesi lazım. Bunun içinde kapsamlı çalışmaların yapılması lazım. Mesela ipek üretimi yapılan yerlere tur acentaları ile anlaşmalı turların düzenlenmesi lazım. Bu şekilde turistlerin ipeğin yerinde üretimini görüp, yerinde tüketilmesine olanak sağlanabilir. Mesela otellerde turistlere ipekten üretilen küçük hediyelik eşyalar verilerek ipekçilik kültürü hakkında farkındalık yaratılabilir. Mesela ipek temalı tanıtım belgeseller, ipek temalı kafeler restoranlar yapılabilir.”

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın temel amacı, ipekçilik kültürünün mevcut durumu, ipekçiliğin turistik ürün olarak kullanılabilirliğine yönelik sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin Hatay örneğinde ortaya konmasıdır. Bu amaç doğrultusunda görüşme tekniği kullanılarak Hatay'da ipekçilik ve turizmle ilgili paydaşları oluşturan; yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları, özel sektör, işletmeler ve ipek sanatçılarından veri toplanmış olup elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Analizler sonucunda ipekçilik kültürünün destekleyici turistik ürün olarak değerlendirilmesine yönelik çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırma bulgularından hareketle, Hatay'da ipekle üretilen ürünler büyük bir çeşitlilik göstermekle birlikte şal, fular, eşarp ve kravat gibi giyim aksesuarlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu ürünlerin hediyelik eşya olarak destekleyici turistik ürün kapsamında değerlendirilebilecek ürünler oldukları ve Akgöz vd. (2016)'nin turistik ürün çeşitlendirmesi ile ilgili çalışmalarında belirttikleri destinasyon deneyiminin geliştirilmesine katkı sağlayabilecekleri ifade edilebilir.

İpekçilik kültürünün mevcut durumuna yönelik bulgular incelendiğinde; ipekçiliğin sürdürülmesinde karşılaşılan zorlukların katılımcılar tarafından en fazla değinilen konu olduğu, bu konuyu ise ipekçiliğin yerel halka olan katkılarının takip ettiği ve son olarak ipekçilik mesleğine olan ilgi konusunun katılımcılar tarafından ifade edildiği görülmektedir. Bu sonuçlar ipekçiliğin Hatay'da ekonomik ve sosyal katkıları olan bir kültürel miras değeri olduğu diğer taraftan bu kültürel mirasa yönelik ilginin her geçen gün azaldığı şeklinde

yorumlanabilir. Katılımcıların ipekçilik kültürünün mevcut durumuna yönelik ifadeleri bu kültürün sürdürülebilirliği ile ilgili zorluklar ve endişelere işaret etmektedir. İpekçiliğin el emeği üretime dayalı bir meslek olması, kâr oranının az olması, yoğun rekabet ve gençlerin bu mesleğe olan ilgisizliği ipekçilik kültürünün mevcut durumunu betimlemektedir. Hatay’da ipekçiliğin mevcut durumuna yönelik bulgular Başkaya (2014)’nın Bilecik ipekböcekçiliği ile ilgili çalışmasında ortaya koyduğu sonuçlarla örtüşen niteliktedir. Başkaya konuyu tarımsal üretim çerçevesinde ele almakla birlikte, ipekböcekçiliğinin ek gelir getiren bir faaliyet olarak yerel halka katkıları olduğunu ifade etmiş, ancak ipekböcekçiliğinin Hatay örneğine benzer sebeplerle giderek azaldığını da belirtmiştir. Başkaya sonuç olarak eğitim ve devlet destekleri ile ipekli ürünlerin üretiminin artırılmasını önermiştir. Alagöz vd. (2018) somut olmayan kültürel miras unsurlarından Erzincan bakır işleme sanatının mevcut durumu ile ilgili çalışmalarında ortaya koydukları sonuçlar da Hatay ipekçiliğinin mevcut durumu ile örtüşen niteliktedir. Üretimin zahmetli oluşu, ikamesinin çokluğu ve gençlerin ilgisizliği ipekçilik ile bakır işleme sanatının ortak özelliklerini oluşturmaktadır. Alagöz vd. çalışmalarında sonuç olarak tüm paydaşların katılımıyla reklam ve pazarlama çalışmalarının yapılmasını ve bakır işlemeciliğinin eğitim müfredatlarında yer almasını önermişlerdir.

İpekçiliğin sürdürülmesine yönelik önerilerin bulgularından hareketle, ipek üretimine yönelik eğitimlerin verilmesi ve ipekçilik kültürüne yönelik sözel geleneklerin yazıya geçirilerek kayıt altına alınması ve korunmasının ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmaktadır. İpekçiliğin sürdürülebilirliği açısından üretim, eğitim ve toprak kullanımı gibi konularda devlet teşviklerinin gerekliliği elde edilen önemli sonuçlardan birini oluştururken, ipekçilik ve ipek ürünlerine yönelik belgesel, reklam ve tanıtım faaliyetlerine ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ilgili paydaşların birlikte hareket etmelerinin gerekliliği de çıkan sonuçlar arasındadır.

Araştırma bulgularına göre, ipekçilik kültürü ve turizm birbiriyle ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Katılımcılar turistlerin ipek ürünlerine ilgi gösterdiklerini ve turizmin ipekçilik kültürünün sürdürülmesine katkı sağladığını ifade etmişlerdir. İpekçiliğin turistik ürün olarak ön plana çıkarılması için ise tanıtım çalışmalarının yapılması gerektiği, ipek ürünlerinin arzının yaygınlaştırılması gerektiği ve yerli üretimin teşvik edilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarından hareketle, ipekçilik gibi kültürel miras değerlerinin turistik ürün olarak değerlendirilebileceği ifade edilebilir. Kültürel miras değerlerinden biri olan ipekçiliğin turistik ürün olarak sunulması, bu mirasın sahiplerinin gelir elde etmelerine katkıda bulunacaktır. Bu durumun ise mirasın korunması ve sürdürülmesine katkıda bulunacağı ifade edilebilir. İpekçilik gibi el emeğine dayalı, ustalık gerektiren miras değerlerinin sürdürülebilmesinde en önemli unsurlardan birinin; atadan yeni nesle ya da ustadan çırağa sözlü olarak aktarılan bilgilerin kayıt altına alınması ve bu bilgilerin sistemleştirilerek eğitimde kullanılmasını sağlamak olduğu ifade edilebilir. Araştırma sonuçlarından hareketle, kültürel mirasa yönelik bilgilerin öncelikle mirasın sahipleri tarafından ve akabinde devlet tarafından koruma altına alınması ve eğitim müfredatlarına dönüştürülmesinin, daha sonra ise yöre halkının bu mirasla ilgili olarak örgün ve yaygın eğitim kuruluşları bünyesinde eğitilip bilinçlendirilmesi önerilmektedir. İpekçilik kültürü ile ilgili en önemli endişelerden biri gençlerin bu mesleğe ilgi duymaması olduğu tespit edilmiş olup, ipek ürünleri ile ilgili tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılarak sürdürülmesi yerel yönetimlere ve özel sektör temsilcilerine önerilmektedir. İpek ürünlerinden elde edilen gelir miktarı arttıkça bu kültürel miras değerine olan ilginin yeniden canlanacağı düşünülebilir. Ayrıca, Hatay’ın Suriye ile sınır komşusu olması ve Suriye’nin mevcut koşullarından dolayı turistlerde oluşabilecek güvenlik endişelerini ortadan kaldırmaya yönelik ulusal ve uluslararası reklam ve tanıtım çalışmalarının yapılmasının bölge turizmine genel anlamda

katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tüm bunların gerçekleştirilebilmesi için tüm paydaşların ortak katkısı ve genel politikalar ve teşvikler için ise devletin katkısının önemi tartışılmaz bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın tek bir ipekçilik merkezinde gerçekleştirilmiş olması bir kısıt olarak ifade edilebilir. Gelecekteki çalışmalarda ipekçilik ile ilgili başka üretim merkezlerinin incelenmesi bu kültürün sürdürülebilirliği ile ilgili daha genelleştirilebilir sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Son olarak ipekçilik dışındaki farklı kültürel miras değerlerini inceleyen çalışmaların yapılmasının da kültürel miras değerlerinin turistik ürün olarak değerlendirilebilmesi ve sürdürülmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- 397 Numaralı Halep Livâsı Mufassal Tahrîr Defteri (943 / 1536) I., (Dizin ve Transkripsiyon). (2010). *T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı*, Yayın Nu:109. Ankara.
- Aas, C., Ladkin, A. & Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research* 32 (1), 28–48.
- Akgöz, E., Göral, R. & Tengilimoğlu, E. (2016). Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Sürdürülebilir Destinasyonları Açısından Önemi. *Akademik Bakış Dergisi*, s. 397- 407.
- Alagöz, G., Çalık, İ. & Güneş, E. (2018). Kültürel Miras Turizmi Açısından Erzincan Bakır İşleme Sanatının Mevcut Durumu ve Sürdürülebilirliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (55): 174-191.
- Bahadır, G. (2009). M.S. 636–1100 Arası Antakya, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2013). *Turizm Ekonomisi* (1. Baskı). *Anadolu Üniversitesi Web-Ofset, Açık Öğretim Fakültesi Yayını*: Eskişehir.
- Bardakoğlu, Ö. (2011). Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Başkaya, Z. (2014). Gelişimi ve Dağılışı Bakımından Türkiye İpek Böcekçiliğinde Bilecik İlinin Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 30, 257-286.
- Camuz, E. (2017). Hatay İli, Defne, Antakya, Samandağ ve Yayladağı İlçelerinde İpek Böceği Yetiştiriciliğinin Genel Durumunun Tespiti, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*.
- Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çakar, E. (2015). 16. Yüzyılda Antakya Vakıfları (1550 Tarihli Evkaf Defterine Göre). *Vakıflar Dergisi*, 43, 9-39.
- Çetinkaya, N. (2018). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Erzurum Lavaş (Acem) Ekmeğinin Turistik Ürüne Dönüştürülmesine Yönelik Bir Çalışma, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 430-452.
- Çolak, M., 2002, Cumhuriyet Döneminde Muğla'da İpekböcekçiliği ve İpekli Dokumacılık, *Muğla Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8, Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/217179>

- Debeş, T. (2011), Cultural Tourism: a neglected dimension of tourism industry, *Anatolia- An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (2), 234-251.
- Doswell, R. (1997). *Tourism: How Effective Management Makes The Difference*. Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Er, Ö. & Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel Mirasın Sürdürülebilir Turizm Ürünü Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 95-111.
- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik Sosyo Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*. Uludağ Üniversitesi Yayınları: Bursa.
- Erol, M. (2003). *Turizm Pazarlaması* (1. Baskı). Ekin Kitabevi: İstanbul.
- Gün, D. (2010). “İngiliz Tâcirlerin Antakya Ahâlisiyle İlişkileri Üzerine Bazı Gözlemler”, *Hatay Araştırmaları-I*, (ed. Ahmet Gündüz-Selim Kaya), Ankara, s. 69-75.
- Hacıoğlu, N. (2012). *Turizm Pazarlaması* (11. Baskı). Nobel Yayınevi: Ankara.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi* (3. Baskı). Turhan Kitabevi: Ankara.
- İslamoğlu, A., H. (2010). *Turizm Pazarlaması* (1.Baskı). Beta Basım: İstanbul.
- Kalaycıoğlu, M. (2011). *Hatay Halk Bilimi*. Antakya Belediyesi Kültür Yayınları: Hatay
- Kaya, S. & Kıyılı, R. (2009). Antakya’da Ortaçağ’ da Meydana Gelen Doğal Afet ve Salgın Hastalıklara Bir Bakış. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (12), 403-418.
- Kayabaşı, N., Karakelle, A. & Söylemezoğlu, F. (2016) Tasarımda Süsleme Malzemesi Olarak İpekböceği Kozasının Kullanımı: Hatay Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Dergisi*, 9 (17), 233-245.
- Koçak, A. & Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu, *Selçuk İletişim Dergisi*, 4, (3), 21-28.
- Kozak Akoğlan, M. & Kızılırmak, İ. (2006). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kültür ve Turizm Müdürleri Görüşlerine Dayalı Bölgesel Yaklaşımlar, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (5), Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkusbed/issue/19567/208584>
- Lau, G. & McKercher, B. (2007). Understanding Tourist Movement Patterns In A Destination: A GIS Approach. *Tourism and Hospitality Research*, 7, 39–49.
- Mckercher, B. & DuCros, H., (2012). *Cultural Tourism The Partnership Between Tourism and Heritage Management*, Routledge, USA.
- Middleton, V., T. (1988). *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth- Heinemann: Oxford.
- Oğuz, M. Ö. (2009), *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Geleneksel Yayınları: Ankara.
- Rızaoğlu, B. (2016). *Turizm Pazarlaması*. 6. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Rudan, E. (2010), The Development of Cultural Tourism in Small Historical Towns, *Tourism and Hospitality Management Conference Proceedings*, 577-586.
- Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği. *Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir*.

- Shaw, G. & Williams, M. A. (1996). *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell Publishers Inc.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism And Business Opportunities For Museums And Heritage Sites. *Tourism Management*, 16(5), 361 –365.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. % Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yörük, A., Şahinler, N. & Yeninar, H. (2008). Türkiye İpek Böcekçiliğinin Durumuna Genel Bakış, Dünya İpek Böcekçiliğinde Ülkemizin Yeri. *Hasad Dergisi Kasım-Aralık*, 60-64.
- Yurtoğlu, N. (2017). Cumhuriyet Döneminde Türkiye’de İpek Böcekçiliği, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 17 (34), 159-189.
- Zaman, M. (2012). Trabzon İlinin Turizm Coğrafyası: Potansiyel-Alternatifler-Planlama, *Atatürk Üniversitesi Yayınları*, No:999.

#### İnternet Kaynakları

- <http://www.kozabirlik.com.tr/tarihce.html> (Erişim Tarihi: 15.03.2019).
- <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-159257/somut-olmayan-kulturel-miras-ulusal-envanteri.html> (Erişim Tarihi: 15.04.2019).
- <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-50837/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi-hak-.html> (Erişim Tarihi: 20.04.2019).
- ICOMOS Charter for Cultural Tourism (1997).<https://www.icomos.org/Tourism/> (Erişim Tarihi: 22.04.2019).
- <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-14281/somut-olmayan-kulturen-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html> (Erişim Tarihi: 22.04.2019).
- <http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR-178670/hatay-sarisi-ipek-turizm-calistayi.html> (Erişim Tarihi: 25.12.2018).
- <http://www.tarim.gov.tr/GKGM/Lists/KutuMenu/DispForm.aspx?ID=23>. Hatay il Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2017 Yılı Faaliyet Raporu. (Erişim Tarihi: 03.05.2019).